

czas 2190/7/3

2 250/5/149



PRASA

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

O nową ustawę prasową

Mimo upływu 18 lat od chwili w skrzeszenia Państwa Polskiego, w dziedzinie stosunków prasowych obowiązują w dalszym ciągu częściowo przedwojenne ustawy prasowe państw zaborczych (na terenie b. zaboru austriackiego i pruskiego), częściowo zaś tymczasowe przepisy prasowe, wydane w dniu 7 lutego 1919 r., w formie dekretu Naczelnika Państwa (na terenach b. zaboru rosyjskiego, czyli na obszarze b. Królestwa Polskiego i ziem wschodnich Rzplitej). Nadto stosowane są częściowo odpowiednie postanowienia przedwojennych ustaw karnych państw zaborczych.

Konsekwencją panowania na ziemiach polskich trzech różnych systemów ustawodawstwa prasowego jest fakt iż w poszczególnych dzielnicach Polski obowiązują dotąd odmienne zasady odpowiedzialności za przestępstwa prasowe, a w związku z tem różne systemy i metody postępowania władz administracyjnych i sądowych przy ściganiu przestępstw prasowych oraz przy tymczasowych konfiskatach czyli t. zw. w języku prawnym „zajęciach pism”. Ten nienormalny stan rzeczy powoduje iż sytuacja prawna prasy jest w poszczególnych dzielnicach

Państwa pod znakiem zapytania, wobec zmiennej interpretacji przez władze administracyjne prasowych ustaw zaborczych, w uzależnieniu od instrukcyj i zarządzeń władz centralnych, oraz wobec daleko idącej ingerencji władz administracyjnych w dziedzinę stosunków prasowych.

Próba ujednostajnienia przepisów prasowych podjęta była wprawdzie na wiosnę 1927 r., kiedy wydane zostały dwa rozporządzenia Prezydenta Rzplitej: rozporządzenie o prawie prasowym oraz rozporządzenie, zmieniające niektóre postanowienia ustaw karnych o rozpowszechnianiu nieprawdziwych wiadomości i o zniewagach (Rozporządzenia Prezydenta Rzplitej z dnia 10 maja i 28 grudnia 1927 r. ogłoszone zostały w Dz. U. R. P. z r. 1927 Nr. 45, poz. 398 i 399 oraz Nr. 118, poz. 1010 i 1011, a nadto w Dz. U. R. P. z r. 1928 Nr. 1, poz. 1 i 2). Rozporządzenia te uchylone jednak zostały uchwałą sejmową z dnia 19 września 1927 r. (ogłoszoną dopiero w lutym 1930 r. — w Dz. U. R. P. Nr. 13, poz. 92), wskutek zbyt surowych przepisów karnych oraz wskutek wprowadzenia wielu postanowień, ograniczających w znacznym stopniu wolność prasy.

Od 28 lutego 1930 r. przywrócona została moc obowiązująca wspomnianych przestarzanych zaborczych ustaw prasowych, oraz dekretu o tymczasowych przepisach prasowych. Wysiłki władz Związku Wydawców Dzienników i Czasopism, podjęte wówczas w kierunku przygotowania nowego projektu jednolitej, całej państwa obejmującej, ustawy prasowej nie dały pożądaných rezultatów. Trudno zrozumieć, dlaczego projekt ten spotkał się z ustosunkowa-

1

TREŚĆ NUMERU

Stanisław Kauzík: O nową ustawę prasową

*Posiedzenie Rady Nadzorczej T-wa „Ruch”
Kolportaż czasopism przez pocztę
50-lecie „Gazety Olsztyńskiej”*

*Franciszek Głowiński: Przedsiębiorstwa
państwowe a reklama prasowa
Odpaństwowienie drukarstwa*

**ORGANIZACJE DZIENNIKARSKIE
PRACE POLSKIEGO ZWIĄZKU
WYDAWCÓW**

KRONIKA KRAJOWA
*Państwo a prasa
Papier
Z życia prasy
Różne*

USTAWY I ROZPORZĄDZENIA
*O odpowiedzialności za treść wiadomości
prasowych*

PRASA NA SZEROKIM SWIECIE

*Voir le sommaire en langue française à la
page 20-ème*

niem negatywnem. Projekt Związku Wydawców bowiem, jeśli chodzi o zasadnicze jego wytyczne, opierał się na podstawie jak najbardziej wydatnej obrony interesów Państwa. Było to wynikiem pełnego zrozumienia przez zrzeszonych wydawców tego, iż Państwo znajdujące się w okresie utrwalenia podstaw swej niepodległości, Państwo o takiej strukturze narodowościowej, jak Polska, musi mieć takie ustawodawstwo prasowe, któreby zapewniało należyte i pełne respektowanie interesów państwowych. Również w bardzo wysokiej mierze projekt Związku Wydawców uwzględniał konieczność ochrony, w dziedzinie działalności prasy, czci osobistej jednostki. Mimo takich wytycznych projektu nowej ustawy prasowej, mimo uzgodnienia go w najdrobniejszych szczegółach z przedstawicielami Prezesa Rady Ministrów oraz Ministra Sprawiedliwości, prace te nie uzyskały ostatecznej aprobaty.

Od tego czasu upłynęło nowych 6 lat, podczas których prasa polska w dalszym ciągu pozostawała pod rządem trzech różnych ustawodawstw prasowych.

Obecnie spodziewać się można, że wkrótce zostanie położony kres temu nienormalnemu stanowi rzeczy w dziedzinie stosunków prasowych. P. premier M. Zyndram-Kościałkowski oświadczył bowiem delegacji Związku Wydawców iż, jako pilne zadanie swego Rządu, traktować będzie zagadnienie uporządkowania stanu prawnego, regulującego stosunki prasowe w Polsce, przede wszystkim zaś zagadnienie ujednostajnienia ustawodawstwa prasowego. Ta doniosła decyzja p. Premiera M. Zyndram-Kościałkowskiego spotkała się z najwyższym uznaniem zarówno świata wydawniczego jak i dziennikarskiego, w interesie bowiem praworządności w Państwie jest, aby możliwie rychło stało się zadość postulatowi usunięcia resztek norm ustawodawstwa państw zaborczych, obowiązujących jeszcze na niektórych terenach ziem polskich, w interesie zaś bezpośrednio całej prasy polskiej jest rychłe wydanie zasadniczych norm, dotyczących bytu

prasy — norm, umożliwiających dalszy swobodny rozwój prasy oraz gwarantujących podniesienie jej na wyższy szczebel rozwoju.

Przyspieszyć pracę nad nową ustawą prasową może w znacznym stopniu ugruntowanie pojęć zarówno wśród przedstawicieli władz państwowych jak i najszerzych sfer politycznych, co do niezbędnych zmian obowiązującego obecnie ustawodawstwa prasowego oraz co do podstawowych postulatów świata prasy w tej dziedzinie. Zadaniu temu pragnie sprostać choć częściowo niniejszy artykuł, poświęcony najbardziej zasadniczym spornym zagadnieniom ustawodawstwa prasowego.

Punktem wyjścia i podstawą nowego ustawodawstwa prasowego w Polsce musi być obecnie obowiązująca konstytucja, uchwalona w dniu 23 marca 1935 r. Konstytucja ta, w odróżnieniu od konstytucji marcowej r. 1921, nie poświęca prasie żadnego specjalnego artykułu, zawiera jednak w ogólnych swych postanowieniach, równie, jak i tamta, gwarancję wolności prasy. W artykule 5 pp. 2 i 3 w następujących słowach ujęte jest zagadnienie swobód obywatelskich.

„2. Państwo zapewnia obywatelom możliwość rozwoju ich wartości osobistych oraz wolność sumienia, słowa i zrzeszeń“. „3. Granicą tych wolności jest dobro powszechne“.

A więc według postanowień ostatecznej konstytucji prasa w Polsce jest wolna, lecz odpowiedzialna. Z zasady tej wynikają następujące uprawnienia. Przede wszystkim konsekwencją gwarancji wolności słowa, zawartej w konstytucji z r. 1935, musi być wolność w dziedzinie zakładania i wydawania dzienników i czasopism, czyli niedopuszczalność stosowania systemu cenzury przy powoływaniu do życia nowych pism periodycznych. Drugą konsekwencją postanowień konstytucji jest wolność w zakresie drukowania w piśmie wszelkich informacji i utworów publicystycznych pod warunkiem odpowiedzialności za nadużycia tej wolności, wolność prasy nie może być więc ograniczona przez wprowadzenie

cenzury, natomiast każde przestępstwo popełnione w treści pisma może pociągnąć odpowiedzialność cywilną i karną. Trzecią zasadniczą konsekwencją postanowień konstytucji r. 1935 jest zagwarantowanie wolności w rozpowszechnianiu dziennika i czasopisma, czyli niedopuszczalność jakichkolwiek bądź ograniczeń w wysyłce i sprzedaży dzienników i czasopism na obszarze Rzplitej.

Powyższe podstawowe zasady wolności prasy winny stanowić główne wytyczne nowego ustawodawstwa prasowego w Polsce. Nowa ustawa prasowa, rozwijając te zasady, winna sprecyzować z jednej strony gwarancję wolności słowa, z drugiej zaś strony zabezpieczyć państwo i obywateli przed nadużyciem tej wolności.

Wśród postanowień nowej ustawy prasowej, dotyczących zagwarantowania prasie wolności słowa i zabezpieczenia jej od cenzury prewencyjnej, tak rzeczywistej, jak ukrytej, najważniejszym postanowieniem winno być zagwarantowanie wszystkim dziennikom i czasopismom dostępu do wszelkich źródeł informacyjnych; warunkiem takiego swobodnego dostępu do źródeł informacyjnych jest zwolnienie od rygorów ustawy prasowej, a przede wszystkim od konfiskaty (t. zw. zajęcia lub aresztu) biuletynów informacyjnych agencji i biur korespondencyjnych — biuletynów przeznaczonych dla redakcyj dzienników i czasopism. Z obecnie obowiązujących na ziemiach polskich ustaw prasowych gwarancję taką zawiera ustawa prasowa pruska z r. 1874, stosowana na terenach b. zaboru pruskiego. § 13 tej ustawy wyraźnie postanawia, iż przepisy ustawy prasowej nie odnoszą się do wszystkich pism wydawanych periodycznie, a powielanych sposobem chemicznym (litografowanych, autografowanych, przepisywanych), o ile są one przeznaczone wyłącznie dla redakcyj. Analogiczne postanowienie jak powyższe winno znaleźć się w nowej ustawie prasowej, jeśli prasa ma być zabezpieczona całkowicie przed cenzurą prewencyjną. Z tychże względów redakcje dzienników i czasopism

pism winny mieć również prawo otrzymywania dzienników i czasopism zagranicznych, którym debity pocztowy byłby przez władze państwowe polskie odebrany.

Zasadniczą również gwarancją wolności słowa w prasie, gwarancją, która winna znaleźć swój wyraz w nowym ustawodawstwie prasowym, — jest uznanie prawa redakcji do odmowy wskazania osoby autora artykułu lub notatki, zamieszczonych anonimowo lub pod pseudonimem. W miarę rozwoju prasy autorstwo anonimowe nabrało już praw obywatelstwa we wszystkich państwach kulturalnych świata. Przywilej ten jest dzisiaj powszechnie uznany, jest on jednym z zasadniczych filarów wolności prasy. Nie był i u nas nigdy kwestionowany. Logiczną zaś konsekwencją zamieszczania artykułów anonimowych jest tajemnica redakcyjna czyli prawo zachowania przez redakcję sekretu co do źródła informacji i pochodzenia artykułu. O prawo to walczy prasa konsekwentnie i stwierdzić należy, że walczy z powodzeniem; to też w nowoczesnych ustawodawstwach prasowych i karnych spotykamy się już z tendencją do wyraźnego zagwarantowania tych praw. Celem przeto jest, aby i nowa ustawa prasowa polska wyraźnie zabraniała przedsięwzięcia jakichkolwiek środków, które miałyby na celu zmuszanie redaktora odpowiedzialnego albo personelu redakcyjnego lub zakładu graficznego do wskazania autora artykułu lub notatki, zamieszczonych w czasopiśmie anonimowo lub pod pseudonimem, a także, aby zabraniała dokonywania w tym celu rewizji w lokalu redakcji.

Poza wymienionymi wyżej zasadniczymi gwarancjami swobody słowa na łamach prasy, szereg ważnych jeszcze postulatów z tej dziedziny winien znaleźć swój wyraz w nowej ustawie prasowej, jak prawo odmowy zamieszczenia nieuzasadnionych sprostowań, prawo odpowiedzi na sprostowania w tymże numerze pisma, zagadnienie uprawnień co do informowania o dochodzeniu sądowym przed rozprawą główną (w ramach ściśle określonych) i wiele innych. Wąskie ramy niniejszego artykułu nie pozwalają

jednak omówić bliżej tych zagadnień.

Drugą ważną dziedziną ustawodawstwa prasowego jest zagadnienie zabezpieczenia państwa i obywateli przed nadużyciami wolności prasy. Konstytucja nasza z marca 1935 r. ujmuje to zagadnienie w słowach następujących: „Granicą tych wolności (sumienia, słowa, zrzeszeń) jest dobro powszechne“, a więc stawia zagadnienie wolności prasy w Polsce na gruncie systemu odpowiedzialności prasy za przekroczenia obowiązujących ustaw i i rozporządzeń, gwarantujących dobro powszechne. System taki — system ustawodawstwa prasowego, normującego stanowisko prasy jako wolnej, lecz odpowiedzialnej, jest panującym obecnie w większości państw Europy. W Państwach tych obowiązują w sprawie odpowiedzialności cywilnej i karnej prasy specjalne przepisy, gdyż zastosowanie powszechnych ustaw karnych, z uwagi na uznanie autorstwa anonimowego i tajemnicy redakcyjnej, byłoby niedostatecznym. Przepisy te różnią się jednak zasadniczo pod względem organizacji odpowiedzialności karnej za przestępstwa popełnione w treści pisma. Różnica polega przedewszystkiem na odmiennem ujęciu zagadnienia przepisów o odpowiedzialności karnej za przestępstwa popełnione w treści pisma, przedewszystkiem na odmiennem ujęciu zagadnienia odpowiedzialności karnej autora i redaktora odpowiedzialnego, względnie wydawcy lub dyrektora wydawnictwa, w zależności od rozwiązania pytania, jaki czyn stanowi przestępstwo prasowe: czy jest niem przygotowanie utworu, czy też opublikowanie go, względnie czy przestępstwo stanowią łącznie oba te czyny.

W rezultacie spotykamy w ustawodawstwach prasowych Europy pięć zasadniczych systemów: 1) system wyłącznej odpowiedzialności autora i tylko w razie niemożności stawienia go przed sądem, zastępczej odpowiedzialności redaktora, 2) system odpowiedzialności, którego prototyp znajdujemy w ustawodawstwie belgijskiem, t. zw. system „kaskadowy“ — odpowiedzialności przechodzącej z autora na wydaw-

cę, z wydawcy na drukarza, z drukarza na kolportera, o ile pierwsi z nich nie mogą być stawieni przed sądem, 3) system niemiecki odpowiedzialności redaktora odpowiedzialnego za zaniedbanie baczności (Fahrlässigkeitsstrafen) obok odpowiedzialności autora jako sprawcy, 4) system francuski odpowiedzialności wydawcy względnie dyrektora odpowiedzialnego — system oparty na zasadzie uznania za przestępstwo czynu opublikowania tekstu zawierającego znamiona przestępstwa, wreszcie 5) system stosowany w Anglii — głównie odpowiedzialności cywilnej wszystkich osób biorących udział w przygotowaniu i wydawaniu pisma (przedewszystkiem autora) według wyboru poszkodowanego.

Przepisy o odpowiedzialności za przestępstwa prasowe popełnione w treści pisma, zawarte w trzech, obowiązujących obecnie w poszczególnych dzielnicach Polski, ustawach prasowych, podobne są do siebie w zasadniczych liniach. Oparte są one na systemie niemieckim odpowiedzialności redaktora odpowiedzialnego za zaniedbanie baczności (Fahrlässigkeitsstrafen), systemie, zawartym w ustawie pruskiej z dnia 7 maja 1874 r. Ustawa ta wprowadziła w pierwszym rzędzie odpowiedzialność autora utworu, którego treść zawiera cechy przestępstwa; lecz obok niego, nawet wtedy, kiedy autor jest znany i może być stawiony przed sądem, ma miejsce odpowiedzialność redaktora odpowiedzialnego za zaniedbanie baczności. W razie zaś nieujawnienia autora, redaktor odpowiedzialny odpowiadał jako sprawca.

Przepisy o odpowiedzialności za przestępstwa w treści pisma, zawarte w ustawie prasowej austriackiej oraz w kodeksie karnym rosyjskim, rozwiązują zagadnienie redaktora odpowiedzialnego w sposób przybliżony, z wyjątkiem roli jego w wypadkach nieujawnienia autora, którą kwalifikowano według zasad współuczestnictwa w przestępstwie.

Powyższy system odpowiedzialności redaktora za zaniedbanie, łącznie z odpowiedzialnością właściwego sprawcy, autora, budzi obecnie coraz to większe zastrze-

żenia; przypisywanie bowiem jednoczesne winy osobie, która nie brała bezpośredniego i głównego udziału w przestępstwie, jest trudne do przyjęcia. System ten prowadzi niemal zawsze do bezkarności sprawcy przestępstwa; razi również brakiem konsekwencji i logiki, gdyż przewiduje różne wysokości kar, w zależności od jakości przestępstwa w treści druku, za to samo przestępstwo, mianowicie za zaniedbanie.

Pod wpływem teorii prawnych i praktyki sądowej angielskiej ugruntowują się obecnie poglądy, że za sadniczym elementem przestępstwa prasowego nie jest fakt opublikowania rękopisu, zawierającego występne myśli, lecz przedewszystkiem czyn pierwiastkowy, t. j. sformułowanie występnych myśli i oddanie ich do opublikowania. Opierając się na tych teoriach, najnowsze prądy w dziedzinie ustawodawstwa prasowego i ustawodawstwa karnego wysuwają na czoło odpowiedzialność autora, jako sprawcy przestępstwa prasowego, i tylko w wypadku, gdy autor nie może być stawiony przed sąd, wprowadzają odpowiedzialność redaktora odpowiedzialnego. W tym kierunku idzie najnowsze ustawodawstwo szwajcarskie.

Przy rozwiązywaniu zagadnienia, jakim powinien być system odpowiedzialności za przestępstwa prasowe w nowej ustawie prasowej polskiej, musimy przedewszystkiem zanalizować wartość tych systemów z punktu widzenia interesów Państwa. Mając na względzie, iż ustawodawstwo prasowe Państwa o takiej strukturze narodowościowej jak Polska, Państwa, znajdującego się w okresie utrwalania podstaw swej Niepodległości, musi skutecznie bronić interesów państwowych przed nadużyciami wolności prasy, stwierdzić winniśmy, iż zadość takiej potrzebie czyni tylko system wyłącznej odpowiedzialności autora względnie podającego wiadomości. System taki daje również większe gwarancje obrony czci osobistej przed nadużyciami prasy. To było przyczyną, że w wyniku prac przygotowawczych do ustawy prasowej, prowadzonych na wiosnę r. 1930 przez władze Związku Wydawców z przedstawicielami Pre-

zesa Rady Ministrów i Ministra Sprawiedliwości, powstał projekt, stawiający zagadnienie odpowiedzialności za przestępstwa prasowe na gruncie wyłącznej odpowiedzialności autora, czyli na gruncie wykluczenia jednoczesnej odpowiedzialności redaktora odpowiedzialnego. Tylko w wypadku niemożności stawienia autora przed sąd redaktor odpowiedzialny odpowiadałby za zaniedbanie. Koncepcja ta znajduje i dzisiaj licznych obrońców w łonie wydawców.

Z punktu widzenia ochrony interesów Państwa nierównie ważniejszym zagadnieniem w dziedzinie prawodawstwa prasowego stało się obecnie zagadnienie konfiskaty pisma, czyli tymczasowej konfiskaty. Zagadnienie to posiada dla prasy szczególne znaczenie, wobec nadania obecnie przez Rząd zajęciom pisma (tymczasowym konfiskatom) charakteru środka zapobiegawczego przeciw rozpowszechnianiu pism, zawierających treść karalną.

Obowiązujące na ziemiach polskich ustawodawstwo prasowe pozostawia wiele do życzenia w tej dziedzinie. Przedewszystkiem podkreślić należy brak w ustawach obowiązujących na ziemiach b. zaboru rosyjskiego i austriackiego ścisłego określenia czynów występnych, które powodować winny zajęcie pisma, daje to w rezultacie zupełną dowolność w zarządzeniach konfiskacyjnych. Określenie takie zawiera wprawdzie ustawa pruska z r. 1874, obowiązująca na ziemiach b. zaboru pruskiego, lecz i tam postanowienia władz, zarządzających konfiskatę, w dostosowaniu do polityki władz administracyjnych w innych dzielnicach są również niemal całkowicie dowolne. Powierzenie przez ustawy uprawnień do zarządzania konfiskat władzom administracyjnym i policyjnym, zamiast władzom sądowym, charakteryzuje dodatkowo sytuację obecną na tym odcinku, nie mówiąc o ujemnych stronach postępowania sądowego przy zatwierdzaniu zajęcia oraz przy orzekaniu konfiskaty, a także przy rozpatrywaniu sprawy odszkodowania w wypadkach niesłusznego zajęcia.

Nowe ustawodawstwo prasowe winno więc zagadnieniu konfiskat

poświęcić baczną uwagę; winno pogodzić postulaty Rządu, idące w kierunku szybkiego i całkowitego zapobiegania rozpowszechnianiu pism, zawierających treść karalną, z postulatami prasy, mającymi na względzie z jednej strony wprowadzenie ścisłego porządku prawnego przy postępowaniu w sprawach konfiskat, z drugiej strony umożliwienie rychłego wydawania numerów zastępczych. Ścisłe sprecyzowanie przestępstw, powodujących konfiskatę i zajęcie pisma, wskazanie artykułów kodeksu karnego w grę wchodzących, oraz powierzenie decyzji w sprawach zajęcia pism władzom prokuratorskim — to dwa zasadnicze postulaty prasy w tej dziedzinie. Nadto nowa ustawa prasowa winna zawierać ściśle przepisy, normujące szybkość działań władz prokuratorskich przy określaniu ustępów pisma, zawierających treść karalną, oraz kategorii przestępstwa prasowego, popełnionego w treści druku, celem umożliwienia natychmiastowego wydania numeru zastępczego, przepisy normujące szybkość i obiektywizm (udział obrońców) w postępowaniu władz sądowych przy rozpatrywaniu i zatwierdzaniu tymczasowych konfiskat, wreszcie jasne postanowienia w przedmiocie odszkodowania za straty, będące wynikiem niezasadnionych zajęć.

Poruszone powyżej zagadnienia stanowią kompleks tylko najbardziej spornych problemów ustawodawstwa prasowego, nie wyczerpują natomiast wszystkich najistotniejszych kwestyj, dotyczących unormowania prawnego życia prasy. Nawet tak ważne zagadnienia, jak obrona tytułu czasopisma, zagadnienie prawa odpowiedzi, czyli sprostowania, zagadnienie postępowania sądowego w procesach prasowych i wiele innych nie mogły być poruszone w szupłych ramach jednego artykułu.

Właściwe rozwiązanie wszystkich wyżej poruszonych zagadnień zadecyduje o normalnym rozwoju i przyszłości prasy w Polsce oraz o dodatnim wpływie jej na podniesienie kultury społeczeństwa, tudzież na ugruntowanie podstaw państwowości polskiej.

St. Kauzik.

SPRAWY KOLPORTAŻOWE

Posiedzenie Rady Nadzorczej Towarzystwa Księgarni Kolejowych „Ruch”

Odkonano w dniu 12 marca pod przewodnictwem prezesa Rady, Stefana Krzyszewskiego. Prócz wszystkich dotychczasowych członków Rady i Zarządu, w posiedzeniu tem wzięli udział nowo dookooptowani członkowie Rady, pp. Stanisław Arct i Karol Czerny, dyrektor administracyjny Polskiej Agencji Telegraficznej.

Prezes Zarządu, p. Leon Puławski przedstawił zarys nieustającego rozwoju Tow. „Ruch”, które w ostatnich czasach wydatnie rozszerzyło swoją działalność przez objęcie kolportażu miejskiego w Warszawie, wykazując równocześnie wzrost obrotów we wszystkich prawie działach. „Ruch” dociera obecnie ze słowem drukowanym do najodleglejszych zakątków Państwa, sprzedaje miesięcznie około 10 milionów egzemplarzy dzienników i czasopism.

Mimo najlepszej woli, „Ruch” nie jest jednak w stanie uczynić zadość wszelkim żądaniom i pretensjom. Nie ma możliwości prowadzenia kolportażu wszystkich czasopism, wychodzących w Rzeczypospolitej. P. Puławski podkreślił, że Zarząd „Ruchu” kieruje się we wszystkich działaniach jedynie i wyłącznie dobrem instytucji.

Szczegółowe sprawozdanie z działalności „Ruchu” za rok ubiegły złożył dyrektor naczelny Spółki, p. Edmund Seyfried.

Obroty za rok 1935 zamknięte zostały sumą zł. 18.864.237.60 wobec zł. 15.238.303.08 za rok 1934. Zwyżkę stanowi zatem suma zł. 3.625.934.52, czyli 20%. Przyczyną tak poważnego wzrostu obrotów jest przede wszystkim przejście kolportażu miejskiego w Warszawie, który na przestrzeni 6¼ miesięcy roku ub. dał zł. 2.050.000.— obrotu. Wzrost obrotu jednak nastąpił prawie we wszystkich działach, mianowicie:

(bez kolportażu miejskiego w Warszawie)

Dzienniki	zł. 475.000.—	— o 11%
czasopisma	„ 112.800.—	— o 6,7%
książki	„ 31.700.—	— o 8,3%

Jakie są przyczyny tego wzrostu? Niewątpliwie, w pierwszym rzędzie, pewne ożywienie w ogólnym położeniu gospodarczym kraju. Więcej może — dalszy rozwój organizacyjny „Ruchu” w terenie. W każdej poszczególniej dziedzinie oddziaływały prócz tego przyczyny specjalne. Więc np. w dziale sprzedaży książek — umiejętny dobór materiału i należyte zaopatrzenie punktów sprzedaży. Na zwiększenie rozprzedaży „Rozkładu Jazdy” wpływa niechybnie niższa cena z

4¼ zł. na 3 zł. Ministerstwo Komunikacji w całej pełni uznało zasadę, że dobrze ułożony i wydany rozkład jazdy jest nader skuteczną propagandą środków komunikacyjnych i turystyki.

Podstawą i głównym celem działalności „Ruchu” pozostaje zawsze kolportaż dzienników i czasopism. Sprzedaż dzienników osiągnęła w roku 1935-ym sumę zł. 4.780.000, wykazując, w stosunku do r. 1934 wzrost o 11%. Na zwiększenie sprzedaży dzienników wpłynęły niechybnie wypadki historycznego znaczenia, rozgrywające się niemal bez przerwy, a pobudzające ciekawość społeczną. Dyr. Seyfried wskazuje na inny jeszcze powód wzrostu liczby czytelników gazet: ustawiczne narastanie nowych zastępów czytelniczych, które już przeszły przez polską szkołę. Coraz głębiej dociera świadomość, że bez codziennej gazety nie może obyć się nowoczesny człowiek, nawet bez względu na stopień jego inteligencji, kultury i stopy życiowej. Gazeta staje się artykułem pierwszej, codziennej potrzeby, — i to jest główną przyczyną stałego wzrostu sprzedaży dzienników na terenie „Ruchu”.

Kolportaż szedł w r. 1935, podobnie jak w latach ubiegłych, dwiema zasadniczymi drogami: przez własne organizacje kolportażowe poszczególnych wydawnictw (dotyczy to głównie pism pozawarszawskich) — i za pośrednictwem „Ruchu”.

W roku 1935 obserwujemy kurczenie się rozwoju własnych organizacji kolportażowych poszczególnych wydawnictw, i wzrost ekspansji „Ruchu”, nietylko skutkiem przejścia przez „Ruch” kolportażu w Warszawie, ile przez znaczny rozwój kolportażu na prowincji. Przeważająca liczba wydawnictw, zwłaszcza warszawskich, uświadamia sobie coraz mocniej, że tworzenie i utrzymywanie własnej organizacji kolportażowej jest zbyt kosztowne. Lubo, pozornie, daje może nieco lepsze wyniki, w końcowym efekcie finansowym, do którego każde wydawnictwo zdąży, wykazuje rezultaty ujemne. Utrzymywanie własnego aparatu rozdzielczego i kolportażowego wymaga dużych wkładów pieniężnych, i to przez długie okresy. Zaś ciężkie warunki pracy wydawniczej w Polsce nie pozwalają na takie wkłady. Stąd wzmagają się dążności do powierzenia kolportażu pism „Ruchowi”. „Ruch”, posiadając wyłączne prawo kolportażu pism na kolejach, nie ograniczył swej działalności do tego terenu. Świadom swego posłannictwa i

znaczenia społecznego, „Ruch” podjął się zorganizowania kolportażu prasy, przede wszystkim warszawskiej, w całej Polsce. Rok 1933, jak wiadomo, zaznaczył się dużym spadkiem obrotów w kolportażu. Trzeba było dużych wysiłków organizacyjnych i handlowych, aby spadek ten nie tylko zahamować, lecz obroty wzmocnić i powiększyć. Była to konieczność, dyktowana nie tylko opłacalnością samego kolportażu. Trzeba było dotrzeć wszędzie, gdzie słowo drukowane może być poszukiwane. Gdy pod koniec roku 1933 „Ruch” posiadał własnych, bezpośrednich, lub pośrednich 1.800 placówek w 470 miejscowościach, to w końcu roku 1934 cyfra ta wzrosła do 2.800 placówek w sześciuset miejscowościach. W roku 1935 osiągnęła cyfrę 3.250 placówek w siedmiuset miejscowościach, rozrzuconych na całym terenie Polski. W tym więc punkcie prasa warszawska była w roku 1935 kolportowana. A skutek był ten, że w porównaniu z rokiem 1933 sprzedaż wydawnictw warszawskich wzrosła w przecięciu o 100%, osiągając na niektórych wydawnictwach wzrost bardzo wysoki.

Sama organizacja kolportażu pism niewiele przecież może zdziałać bez ścisłej lojalnej współpracy instytucji kolportażowej z wydawnictwami. Rok 1935 przyniósł dużą poprawę w tym kierunku.

Mając zawsze na oku pożytek społeczny i kulturalny, Zarząd i Dyrekcja „Ruchu” nie mogą na chwilę zapomnieć, że instytucja ta jest także placówką handlową, że musi opierać swą działalność na bardzo ścisłej kalkulacji handlowej. Tem się tłumaczy fakt, że „Ruch” nie jest w stanie kolportować wszystkich wydawnictw periodycznych, ukazujących się w Polsce. W jednym tylko roku 1935-ym „Ruch” miał 420 nowych zgłoszeń kolportażowych. Przyjęcie tych pism do sprzedaży podniosłoby liczbę sprzedawanych pism prawie do tysiąca.

Istnieją pewne granice możliwości, których przekroczyć niepodobna. Nagłe i doraźne rozszerzenie aparatu administracyjnego powodowałoby straty, które w ogromnej większości przypadków nie byłyby uzasadnione ani handlowo, ani społecznie.

Dyr. Seyfried przedstawił w dalszym ciągu zagadnienie dzienników pięciogroszowych, które od niedawna pojawiły się na rynku kolportażowym i już zajęły znaczne miejsce. W tej sprawie, najeźnionej trudnościami i niebezpieczeństwami, dyr. Seyfried wstrzymał się od konkretnych wniosków. Zagadnienie pięciogroszówek musi być poważnie i wszechstronnie zbadane i wypróbowane; faktem jest niezbitym, że tanie te dzienniki dotarły do takich warstw czytelniczych, do których droższe dzienniki nie dochodziły.

Wracając do ogólnych obrotów kolportażowych, dyr. Seyfried stwierdził, że w r. 1935 w punktach „Ruchu“ (nielicząc kolportażu miejskiego), sprzedano 41 milionów egzemplarzy dzienników wobec 33.360.000 w r. 1934. Zatem o 22% więcej. Te dane statystyczne nie obejmują jednak wszystkich sprzedanych przez „Ruch“ gazet. Można śmiało powiedzieć, że sprzedaż dzienników w r. 1935 przez „Ruch“ wyniosła 43.500.000 egz. Jeśli do tej cyfry dodamy 26.811.000 egz., sprzedanych w kolportażu miejskim w Warszawie, otrzymamy ogólną cyfrę sprzedażną 70.311.000 egz. Procentowo ta ostateczna cyfra rozdziela się jak następuje: (bez kolportażu miejskiego):

- 1,7% — pięciogroszówki,
- 76,5% — dzienniki 10-groszowe
- 15,3% — dzienniki 20-groszowe
- 6,5% — dzienniki droższe.

W porównaniu do roku 1934 obserwujemy zatem dalszy wzrost rozpowszechnienia dzienników 10-groszowych (o 7.600.000 egz), po części kosztem dzienników 20-groszowych, których sprzedaż spadła o 750.000 egz.

Sprzedaż pism warszawskich wyniosła 83%, prowincjonalnych — 17%. Stosunek ten od trzech lat nie ulega zmianie.

Produkcja perjodyków w r. 1935 była liczebnie bardzo obfita. „Ruch“ przyjął w tym okresie do kolportażu 78 nowych czasopism (w tem 8 zagranicznych). Selekcja przy braniu do kolportażu musi być ostrożna, gdyż nowopowstałe czasopisma, jak uczy doświadczenie, w większości wypadków bardzo rychło likwidują wąty żywot.

Sprzedaż czasopism wykazuje w r. 1935 3.951.000 egz. (wobec 3.262.000 w r. 1934). Zwiększyła się tedy o 688.000 egz.

Kolportaż „Ruchu“ na terenie m. Warszawy skoncentrował w r. 1935 90% dzienników i perjodyków, sprzedanych w tym okresie w stolicy. Rynek kolportażowy w Warszawie został znakomicie uporządkowany, wypłacalność kolportatorów jest zupełnie zadawalająca, a sprawność aparatu rozdzielczego — bez zarzutu. Jest to tem więcej godne podkreślenia, że do zorganizowania tego nowego działu „Ruch“ przystąpił właściwie bez uprzedniego przygotowania. Dobrze ujęta organizacja, przy żywym i lojalnym kontakcie prawie ze wszystkimi wydawnictwami, umożliwiła należyte spełnienie zadania. W czasie od 19 czerwca 1935 r., t. j. od momentu przejścia kolportażu miejskiego w Warszawie, sprzedał „Ruch“ w stolicy do końca roku 1935 26.842.000 egz. dzienników, w tem 23% — 5-groszówek, 68% — 20-groszówek, zaś resztę t. j. 9% pism droższych — 1.047.000 egz.

Rada Nadzorcza „Ruchu“ przyjęła z

wielkiem uznaniem sprawozdania prezesa Zarządu, p. Leona Puławskiego i naczelnego dyrektora, p. Edmunda Seyfrieda. Z przemówień, które zostały wygłoszone, należy wyróżnić przemówienie red. Wojciecha Baranowskiego, wice-prezesa Rady. Podkreślił on ustalającą się stop-

niowość procesu rozwojowego „Ruchu“, świadcząca o zabiegach nieustannych, lecz zawsze przezornie obmyślanych, oraz społeczno-kulturalne znaczenie tych zabiegów w rozpowszechnianiu drukowanego słowa na całym obszarze Rzeczypospolitej.

S.

Kolportaż czasopism przez pocztę w IV kwartale 1935 r.

Materiał statystyczny, obrazujący w podanych poniżej tablicach wyniki kolportażu czasopism przez urzędy i agencje pocztowe w trzech ostatnich miesiącach ub. r., wymaga do pewnego stopnia uzupełnienia przez podkreślenie ważniejszych okoliczności, wśród których kształtuje się nowa usługa poczty, wprowadzona — jak wiadomo — z dniem 1 października 1935 r.

W pierwszym rzędzie należy wskazać na wyeliminowanie z nowej usługi wszelkich cech walki konkurencyjnej z kolportażem prywatnym, gdyż poczta tworzy

swe placówki kolportażowe w miejscowościach, które są pozbawione prywatnych punktów sprzedaży lub w których kolportaż prywatny jest ograniczony do nielicznych wydawnictw. Z tych też powodów zasięgiem kolportażu pocztowego nie są obejmowane miejscowości z urzędami pocztowymi I i II klasy, gdyż są to z reguły miejscowości większe, w których kolportaż prywatny ma zapewnione warunki rozwoju, ponieważ dostateczny popyt zapewnia opłacalność handlu gazetowego. W innych miejscowościach, posiadających prywatne punkty

Zestawienie wyników sprzedaży czasopism przez pocztę w IV kwartale 1935 r. Tab. I.

Miesiąc:	Rodzaje i ilość wydawnictw w sprzedaży	W cenie do 5 gr.		W cenie ponad 5 do 10 gr		W cenie ponad 10 do 15 gr		W cenie ponad 15 do 25 gr		W cenie ponad 25 gr		Razem sprzedano egzemplarzy:	
		ilość:	było wydaw. nielw.:	sprzedano egzemplarzy:	było wydaw. nielw.:	sprzedano egzemplarzy:	było wydaw. nielw.:	sprzedano egzemplarzy:	było wydaw. nielw.:	sprzedano egzemplarzy:	było wydaw. nielw.:		sprzedano egzemplarzy:
Październik	Dzienniki i czasopisma, wydawane częściej niż raz w tygodniu:	41	2	878	22	20.458	5	2.615	12	11.970	—	—	35.921
	Tygodniki:	17	—	—	1	350	—	—	7	176	9	2.098	2.624
	Dwutygodniki:	2	—	—	—	—	—	—	—	—	2	2.065	2.065
	Ogółem:	60	2	878	23	20.808	5	2.615	19	12.146	11	4.163	40.610
Listopad	Dzienniki i czasopisma, wydawane częściej niż raz w tygodniu:	59	3	18.658	34	45.770	7	4.321	15	18.548	—	—	87.297
	Tygodniki:	37	—	—	8	1.436	1	5	12	1.992	16	1.898	5.331
	Dwutygodniki:	7	—	—	2	53	—	—	—	—	5	2.297	2.350
	Ogółem:	103	3	18.658	44	47.259	8	4.326	27	20.540	21	4.195	94.978
Grudzień	Dzienniki i czasopisma, wydawane częściej niż raz w tygodniu:	64	2	26.736	38	79.766	6	2.824	18	26.842	—	—	136.168
	Tygodniki:	39	—	—	5	1.096	1	71	8	5.013	25	4.281	10.461
	Dwutygodniki:	9	—	—	1	70	—	—	1	7	7	1.580	1.657
	Ogółem:	112	2	26.736	44	80.932	7	2.895	27	31.862	32	5.861	148.286

sprzedaży, poczta kolportuje czasopisma, nieobjęte przez te placówki prywatne.

Z przedstawionego stanu rzeczy wynika, że kolportaż pocztowy stanowi rozszerzenie i uzupełnienie kolportażu prywatnego, stając się tem samym ważnym czynnikiem w rozwoju czytelnictwa wśród najszerzych warstw ludności.

Następną okolicznością, z którą należy się liczyć przy rozważaniu podanego materiału statystycznego, jest fakt, że pocztowe punkty sprzedaży istnieją z reguły w miejscowościach wiejskich. A więc, na terenach, zamieszkałych przez ludność, która w obecnych warunkach gospodarczych wykazuje nikłą siłę nabywczą.

Nie bez znaczenia dla sprawy będzie wreszcie podkreślenie zjawiska, że kolportaż pocztowy pozostał dla wydawców nowych prenumeratorów. Kupujący czasopisma na pocztę przyzwyczajają się do danego wydawnictwa i przechodzą na prenumeratę, która jest około 20% niższa od cen kolportażowych. Fakt ten nie pozostaje oczywiście bez wpływu na ilość sprzedawanych przez pocztę czasopism.

Materiał statystyczny powinien więc być rozpatrywany z uwzględnieniem tych specyficznych okoliczności.

Przystępując skolei do pobieżnej analizy danych cyfrowych, na pierwszy rzut oka stwierdzić można, że kolportaż pocztowy posiada tendencję rozwojową, która zwłaszcza w grudniu ub. r. ujawniła się z dużą siłą na terenach dykcji wileńskiej i lwowskiej (por. tab. 2). Znaczną stosunkowo ilość egzemplarzy, sprzedanych na tych ziemiach, nie należy bynajmniej tłumaczyć przypadkowością lub innymi ubocznymi względami. Jest to raczej objaw całkiem naturalny. Wynika ze zwiększonej przez kol-

portaż pocztowy podaży czasopism na tych terenach, które spowodowały słabo rozwiniętej sieci kolportażu prywatnego nie były dotychczas dostatecznie obsłużone.

Drugim faktem, znamionym dla chwili obecnej, jest nieproporcjonalnie wielki popyt na czasopisma, których cena kolportażowa nie przekracza 10 gr. Zapotrzebowanie przerzuca się z czasopism droższych na czasopisma tańsze. Kiedy w listopadzie ub. r. (por. tab.1) wprowadzono do kolportażu pocztowego 21 nowych wydawnictw 10-cio groszowych, fakt ten spowodował już w grudniu skurczenie się popytu na czasopisma 15-to groszowe o 45% w stosunku do miesiąca poprzedniego.

Wydawnictwa o cenach ponad 25 gr. nie stanowią odpowiedniego materiału do kolportowania pocztowego. Popyt na te czasopisma nie podwyższa się, mimo stałego zwiększenia podaży. Jako dowód można przytoczyć, że w październiku, na ogólną ilość 11 zaofiarowanych wydawnictw w tej cenie, sprzedano 4.163 egzemplarze, w grudniu zaś, gdy zaofiarowano 32 tego rodzaju wydawnictwa, kupiono zaledwie 5.861 egzemplarzy.

W październiku na ogólną ilość 1.107 placówek kolportażowych wypadło przeciętnie na każdy punkt sprzedaży 36,6 sprzedanych egzemplarzy. W listopadzie — przy udziale 1.444 placówek — każda placówka sprzedaje 65,7 egzemplarzy. W grudniu dochodzi do 88,8 egzemplarzy na każdą placówkę przy ogólnej ilości 1.669 punktów kolportażowych.

Wyniki powyższe, biorąc pod uwagę specjalne warunki kolportażu pocztowego, zdają się stwierdzać, że sprzedaż czasopism przez urzędy i agencje pocztowe, już z końcem 1935 r., ma pomyślne widoki rozwojowe.

Tab. 2.

Wykaz ilości urzędów (agencji) pocztowych i pocztowo-telekomunikacyjnych oraz ilości sprzedanych egzemplarzy czasopism według podziału na poszczególne dyrekcje okręgów poczt i telegrafów.

Dyrekcja Okręgu Poczt i Telegrafów	Październik		Listopad		Grudzień		
	Ogólna ilość urzędów (agencji) pocztowych i pocztowo-telekomunikacyjnych:	Ilość pocztowych placówek sprzedających czasopisma:	Ilość sprzedanych egzemplarzy:	Ilość pocztowych placówek sprzedających czasopisma:	Ilość sprzedanych egzemplarzy:	Ilość pocztowych placówek sprzedających czasopisma:	Ilość sprzedanych egzemplarzy:
Warszawa	716	103	4.577	271	19.726	242	21.369
Lublin	500	50	2.586	84	5.956	248	16.944
Wilno	434	241	5.086	276	16.375	333	35.568
Kraków	453	131	4.717	244	15.164	244	22.252
Lwów	624	208	9.751	186	13.957	206	25.359
Poznań	438	194	9.841	182	12.454	198	11.572
Bydgoszcz	384	111	2.255	131	9.362	131	12.864
Katowice	149	69	1.797	69	1.830	66	2.230
Gdańsk	3	—	—	1	154	1	128
Razem:	3.701	1.107	40.610	1.444	94.978	1.669	148.286

50 - lecie „Gazety Olsztyńskiej“

W dniu 1 kwietnia 1936 r. wychodźstwo polskie w Niemczech obchodzić będzie jubileusz niezwyklego znaczenia: pięćdziesięciolecie istnienia „Gazety Olsztyńskiej“, jedyne polskiego dziennika w Prusach Wschodnich.

Historja założenia i przetrwania „Gazety Olsztyńskiej“ — to dzieje nieustannej, upartej walki twórców i kierowników tej placówki polskiej oraz popierających ją polskich organizacji z atakami na jej byt i najróżnorodniejszymi szykanami ze strony ludności i władz niemieckich.

Założycielem „Gazety Olsztyńskiej“ był, nieżyjący już, Jan Liszewski. Pismo od samego początku przechodziło ciężkie koleje. Wytknąwszy sobie, jako główny cel, budzenie ducha polskiego, stało się przedmiotem ataków ze strony przedstawicieli centrum niemieckiego. Dla podjęcia bytu „Gazety Olsztyńskiej“ Niemcy założyli „Warmjaka“, pismo, wydawane po polsku i rozdawane darmo ludności polskiej przez księży niemieckich. Mimo tej konkurencji, „Gazeta Olsztyńska“ ostała się, a „Warmjak“ po paru latach został zawieszony.

Z chwilą zakończenia wojny kierownictwo pisma objął Seweryn Pieniężny, syn i imiennik drugiego skolei wydawcy „Gazety Olsztyńskiej“. Pod jego kierownictwem pismo, poważnie zachwiane podczas wojny, zaczyna się rozwijać. W r. 1920 „Gazeta Olsztyńska“, wychodząca 3 razy na tydzień, przekształcona zostaje na dziennik. Liczba prenumeratorów i nakład wzrastają. Pod względem nakładu polski dziennik przewyższa w tym czasie lokalny organ partii centralnej, „Allensteiner Volksblatt“.

Ostatnie lata były bardzo ciężkie. Po „zglajszaltowaniu“ organizacji i prasy niemieckiej, nietylko wzmógł się ucisk ze strony władz, lecz ponadto przybyły utrudnienia i szykany i ze strony zawodowych organizacji prasowych. Niedawno „prasowy sąd honorowy“ zawiesił w wykonywaniu zawodu dziennikarskiego redaktora „Gazety“, p. Wacława Jankowskiego za rzekome podburzanie ludności polskiej.

Pomimo licznych trudności w pracy, mimo kilkakrotnego zawieszenia pisma przez władze niemieckie, „Gazeta Olsztyńska“ wytrwała 50 lat na swym posterunku, broniąc ludność polską Prus Wschodnich przed wynarodowieniem. Twórcy i kierownicy pisma zasłużyli na wdzięczność nietylko Polaków z Warmji i Mazurów, lecz całego Narodu.

Wydawnictwu „Gazety Olsztyńskiej“, wkraczającemu w drugie pięćdziesięciolecie istnienia, jego kierownikom oraz wszystkim współpracownikom towarzyszą najserdeczniejsze życzenia całej prasy Polskiej Macierzy.

Przedsiębiorstwa państwowe a reklama prasowa

Opinię publiczną, a zwłaszcza sfery rządowe i gospodarcze, bardzo silnie w ostatnich czasach absorbuje zagadnienie gospodarki i rentowności przedsiębiorstw państwowych. Jest to zrozumiałe, jeśli się zważy, że żyjemy w okresie rewizji zagadnień życia gospodarczego oraz dążenia do podźwignięcia tego życia z depresji, w jaką pogrążył je kryzys gospodarczy.

Jednym z ważnych odcinków zagadnienia gospodarki handlowej i rentowności przedsiębiorstw państwowych jest ich stosunek do sprawy reklamy, a w szczególności do czołowego środka tej reklamy, jakim jest ogłoszenie prasowe. Aksjomatem, niewymagającym uzasadnień dla nikogo, kto zna metody i technikę nowoczesnej sprzedaży wszelkiego rodzaju towarów i wszelkiego typu usług — jest fakt, iż niemal z reguły rezultaty ich zależą od umiejętnego posługiwania się reklamą. To też interesującą jest rzeczą, przy rozważaniu zagadnienia gospodarki monopoli *) i przedsiębiorstw państwowych, rzucenie okiem na to, jak przedsiębiorstwa te odnoszą się do reklamy prasowej.

Największym z przedsiębiorstw państwowych są koleje państwowe. Przykłady szeregu państw wskazują na to, iż koleje zagraniczne chętnie i wydatnie korzystają z reklamy prasowej dla zwiększenia frekwencji pociągów osobowych i dla zachęcania ogółu do wszechstronnego korzystania z usług kolei. W latach ostatnich szczególnie wydatną akcją propagandową prowadziły koleje włoskie. Przy pomocy wielkich prasowych kampanii ogłoszeniowych koleje te spopularyzowały cały szereg organizowanych zarówno przez samą kolej jak i przez poszczególne miasta imprez turystycznych i wypoczynkowych, zyskując mnóstwo zwolenników dla tych imprez, a zarazem pasażerów dla kolei.

Ciekawą jest rzeczą, że również polskie Ministerstwo Komunikacji rozumie korzyści płynące z reklamy prasowej. Ale stosuje to tylko do prasy zagranicznej. Preliminarz budżetowy Ministerstwa Komunikacji na rok 1936/7 w wydatkach swoich przewiduje m. i. pozycję następującą: popieranie i propaganda turystyki — 450.000 zł. Objasnienie zawarte w preliminarzu, a dotyczące tej pozycji opiewa, iż są to wydatki na cele propagandowe obejmujące: „wydawnictwo ilustrowanego przewodnika kolejowego, druk ulotek i widokówek dla zagranicy, plakatów propagandowych, subwencjonowanie zagranicznych biur podróży, zagraniczną reklamę prasową oraz udział w międzynarodowych imprezach propa-

gandowo turystycznych“. A więc ze swego, skromnego zresztą, budżetu propagandowego Ministerstwo Komunikacji przeznacza pewne sumy na reklamę prasową w prasie zagranicznej. Natomiast wiadomą jest rzeczą, że toż samo Ministerstwo ignoruje całkowicie ogłoszenia w prasie krajowej, aczkolwiek przy pomocy tych ogłoszeń mogłoby zwiększyć zainteresowanie usługami kolei szerokich rzesz polskiej publiczności i zwiększyć przez to wpływy kolei. Jeśli chodzi np. o ruch turystyczny, to jego badacze, inż. H. Mianowski i dyr. M. Fularski, stwierdzają w swych książkach poświęconych temu zagadnieniu, iż 80% ruchu turystycznego w Polsce to ruch turystów i kuracjuszy krajowych. Nie jest więc rzeczą uzasadnioną skierowywanie wszystkich środków, przeznaczanych przez koleje państwowe na propagandę prasową, na pozyskiwanie wyłącznie turystów zagranicznych, gdyż również zachęcenie publiczności polskiej do wydatniejszego korzystania z ruchu kolejowego posiada doniosłe znaczenie dla zwiększenia dochodowości kolei.

Również wbrew przykładom zagranicy nie korzysta z reklamy prasowej dla popularyzowania swych usług drugie ogromne przedsiębiorstwo państwowe, jakim jest Poczta, Telegraf i Telefon. Rewelacyjne materiały informacyjne o tem, co może reklama prasowa zdziałać dla pomyślnego rozwoju poczty, przynoszą ostatnie miesiące z Anglii. Angielskie ministerstwo poczt przeprowadziło w latach ostatnich olbrzymie kampanie ogłoszeniowe za pośrednictwem prasy. Odczyt na temat doświadczeń, jakie kampanie te przyniosły, wygłoszony ostatnio w Londyńskim Klubie Reklamowym przez p. J. H. Brebnera, kierownika biura prasowego angielskiego ministerstwa poczt, wywołał ogromne zainteresowanie sfer reklamowych. Tenże p. Brebner zamieścił na temat kampanii ogłoszeniowych poczty angielskiej niezmiernie ciekawy artykuł w styczniowym zeszytzie niemieckiego czasopisma „Die Anzeige“. Autor daje dobitny wyraz zrozumienia tej prawdy, że nowoczesne przedsiębiorstwo państwowe musi umieć po kupiecku posługiwać się reklamą, że poczta, sprzedająca nieustannie swe usługi publiczności winna skłaniać publiczność, przy pomocy reklamy, do jaknajwydatniejszego korzystania z tych usług. P. Brebner nazywa łamy prasy najbardziej wartościowymi wystawami do demonstrowania publiczności towaru usług pocztowych, a ogłoszenie prasowe uważa za najlepszy środek reklamy tych usług; podkreśla przytem wielką wagę reklamową prasy prowincjonalnej. Z artykułu p. Brebnera wynika, iż ostatnio przy pomocy ogłoszeń prasowych poczta angielska popularyzowała głównie na-

stępujące działy swej pracy: rozmowy międzymiastowe, posługiwanie się telefonem i telegrafem, depesze gratulacyjne i życzeniowe, paczki pocztowe i uruchamianie nowych urzędów. Autor artykułu dodatnim skutkom reklamy prasowej przypisuje fakt, że słabo początkowo użytkowane przez publiczność depesze życzeniowe doszły ostatnio do liczby 36.000 tygodniowo. P. Brebner stwierdza dalej, że w okresie ostatnim reklamie prasowej poczta angielska zawdzięcza: zainstalowanie 190.000 nowych telefonów, pozyskanie 121.500 nowych klientów telefonów międzymiastowych, miliardową zwykłą liczbę lokalnych rozmów telefonicznych, zwiększenie o 11 milionów liczby rozmów międzymiastowych i zwiększenie o 13 milionów liczby paczek pocztowych. Wytrwała, a przytem niezmiernie pomysłowa reklama prasowa stosowana przez pocztę angielską oraz doskonale rezultaty tej reklamy zwróciły na siebie uwagę światowych kół fachowców reklamy.

Przykład i doświadczenie angielskie są tak wymowne, iż nie wymagają bliższych komentarzy. Poczta polska, rezygnując z posługiwania się reklamą prasową, rezygnuje zarazem z możliwości zwiększenia swych obrotów i zysków. Gdyby Ministerstwo Poczt i Telegrafów zechciało przeprowadzić wśród publiczności odpowiednią ankietę, przekonałoby się bezwątpienia, iż całe mnóstwo osób nie korzysta z wielu udogodnień pocztowych, telefonicznych i telegraficznych głównie dlatego, iż o nich nie wie. Gdyby informacje o tych udogodnieniach i zachęta do korzystania z nich dotarły do publiczności za pośrednictwem ogłoszeń prasowych, ilość klienteli poczty w Polsce wzrosłaby bezwątpienia, oczywiście nie w tym stopniu co w Anglii, ale w każdym bądź razie bardzo poważnie.

Do najpotężniejszych w Polsce instytucyj finansowych należy P.K.O. Głównym jej zadaniem, wyznaczonym przez Państwo, jest praca nad popieraniem i rozwojem ruchu oszczędnościowego, który w ubogiej, o niesłychanie słabej kapitalizacji, Polsce, posiada stokroć większe niż w innych państwach znaczenie gospodarcze i kulturalne. Jasną jest rzeczą, iż najlepszym środkiem propagandy oszczędności jest ogłoszenie prasowe. Daje temu częstokroć dobitny wyraz czasopismo „Przegląd Oszczędnościowy“, stojące bardzo blisko sfer kierowniczych P.K.O. W ostatnim jego zeszytzie, w artykule p. t. „Prasa a propaganda oszczędności“ p. Adam Medwin na pierwszym miejscu najważniejszych środków propagandy oszczędności stawia reklamę prasową, stwierdzając, iż jest ona „najszerszym stosowanym środkiem propagandy, a to ze względu na niezwykle rozpowszechnienie dzienników i czasopism“.

*) Vide artykuł tegoż autora p. t. „Gospodarka ogłoszeniowa monopoli państwowych“ w Nr. 2 „Prasy“ z r. 1936.

Przed kilkoma laty kierownictwo P.K.O. dawało praktyczny wyraz zrozumienia tej prawdy, posługując się systematycznie reklamą prasową.

Rezultaty osiągnięte dzięki temu były nad wyraz pomyślne. P. Zdzisław Grabski, były szef propagandy Monopoli Tytoniowego, w artykule p. t. „Wielkie kampanie reklamowe“, pomieszczonym w swoim czasie w zagranicznym wydaniu „Prasy“ pisze o kampanjach reklamowych P.K.O. z przed kilku lat, co następuje: „W roku 1928 P.K.O. rozpoczęła na wielką skalę propagandę oszczędności. Prawie całkowicie przeprowadziła ją przy pomocy wydawnictw wszelkiego typu, prowadząc akcję z wielkim rozmachem i planowością. Instytucja ta z propagandą tą dotarła do najszerszych warstw ludności przy pomocy zręcznie ułożonych artykułów, feljetonów i wzmianek prasowych. Ten system reklamy dał świetne rezultaty, gdyż spopularyzował ideę oszczędności w znaczeniu myśli o jutrze. Oto zestawienie wzrostu liczby oszczędzających: 1927 r. — 179.600 oszczędzających, 1928 r. — 298.300, 1929 r. — 434.300, 1930 r. — 605.500, 1931 r. — 761.300 i t. d.“

Potwierdza te opinie Zdzisława Grabskiego znany doradca reklamowy p. Mieczysław Czerwiński w artykule p. t. „Refleksje na temat propagandy oszczędności w Polsce“, pomieszczonym w Nr. 3 „Przeglądu Oszczędnościowego“.

I oto mimo tych wszystkich doświadczeń, od paru już lat P.K.O. ogranicza swą akcję w zakresie reklamy prasowej do laurek pomieszczanych — i to w bardzo niewielkiej ilości wydawnictw — z okazji Bożego Narodzenia i Wielkiej Nocy, zaniechała natomiast niemal zupełnie stosowania systematycznej, racjonalnej akcji ogłoszeniowej.

Zagadnienie reklamy prasowej nie znajduje także należytego zrozumienia u kierownictwa tak wielkiej i ważnej wśród przedsiębiorstw państwowych placówki, jaką są Państwowe Wytwórnie Uzbrojenia. Wytwórnie te produkują ubocznie m. i. maszyny do pisania, rowery, meble biurowe i t. p. Rezultaty finansowe tej ubocznej produkcji Państwowych Wytwórni Uzbrojenia są wysoce ujemne. Stwierdzają to Uwagi Najwyższej Izby Kontroli Państwa. Według tych uwag, w roku 1931 deficyty na produkcji rowerów, po uwzględnieniu obniżenia remanentów do cen rynkowych, przekroczyły milion złotych. W tymże roku produkcja mebli biurowych i innych wyrobów stolarskich przyniosła kilkanaście tysięcy złotych strat. Również ze stratami pracował dział produkcji maszyn do pisania; z 200 sztuk wyprodukowanych maszyn sprzedano tylko 12. Rok 1932 podniósł ogólnie, za cały okres lat ostatnich straty na produkcji maszyn do sumy parumiljonowej. Również rezultaty produkcji ubocznej Państwowych wytwórni Uzbrojenia za rok 1933 Najwyższa Izba Kontroli Pań-

stwa charakteryzuje w sposób ujemny. Do tak oplakanych rezultatów sprzedaży wyrobów ubocznej produkcji P.W.U. przyczynił się bezwątpienia, w pewnej mierze fakt, że maszyn i mebli biurowych nie ogłaszano prawie zupełnie, a jeśli chodzi o rowery, reklama ich była słaba i niewystarczająca.

Podobnie dzieje się w wielu innych przedsiębiorstwach państwowych, zarówno większych jak i mniejszych. Oto parę dalszych, drobnych przykładów.

Spółka Akcyjna Eksploatacji Soli Potasowych, w której 90% zgórą udziałów należy do Państwa, produkuje m. i. specjalny nawóz sztuczny, przeznaczony do hodowli kwiatów pokojowych, a więc typowy artykuł masowego zbytu, wymagający energicznej reklamy. Kierownictwo tej wytwórni nie uznaje jednak potrzeby korzystania z reklamy, nie zamieszcza nigdy ogłoszeń w prasie, nie próbuje zwiększyć w ten sposób zbytu swych wyrobów.

W ostatnich miesiącach w nowym gmachu Funduszu Kwaterunku Wojskowego, na Krakowskim Przedmieściu w Warszawie, otwarto szereg wspaniałe, luksusowo urządzonej sklepów przedsiębiorstw państwowych. Instytucjom tym nie zabrakło środków na pozyskanie i na bardzo kosztowne wyposażenie tych sklepów. Natomiast ogromna większość tych instytucji nie uważała za potrzebne powiadomić przy pomocy ogłoszeń prasowych mieszkańców ogromnej i rozległej Warszawy o uruchomieniu tych sklepów i zwiększyć przez to ich frekwencję.

Przykładów takich przytoczyć można by jeszcze bardzo wiele. Nie korzystają zupełnie z reklamy prasowej, lub nie korzystają z niej w sposób dostateczny i racjonalny przedsiębiorstwa i instytucje następujące: Polski Fiat, Państwowe Zakłady Inżynierji, Polmin, Państwowe Fabryki Związków Azotowych, Polskie Radio, zakłady przemysłowe Dyrekcji Lasów Państwowych, Azot, Państwowe Wytwórnie Prochu, Zamkowe Zakłady Przemysłowe i i. To też bezwątpienia jedną z przyczyn słabych rezultatów działalności wielu przedsiębiorstw państwowych, przyczyn nie najważniejszych oczywiście, ale mimo to nie zasługujących na lekceważenie. Jest bądź to całkowite unikanie przez nie reklamy prasowej, bądź też niedostateczne nią posługiwanie się.

Ten stan rzeczy, przejawiający się szczególnie jaskrawo na przestrzeni ostatnich paru lat, wywołuje żywy a uzasadniony niepokój wśród fachowców, rozumiejących ścisły związek zachodzący między posilkowaniem się reklamą, a rezultatami gospodarki przedsiębiorstw państwowych. Dowodem tego jest znamienny głos wybitnego znawcy zagadnień reklamowych prof. dyr. St. Z. Zakrzewskiego. Podczas gdy w r. 1930 dyr. Zakrzewski pomieścił na łamach czasopisma „Reklama“ artykuł pod tytułem „Państwo produkuje w reklamie“, w któ-

rym stwierdził umiejętnie wówczas posługiwanie się reklamą przez szereg przedsiębiorstw państwowych — obecnie, w jednym z ostatnich zeszytów tejże „Reklamy“, w artykule p. t. „Udział Państwa w reklamie“ dyr. Zakrzewski bije na alarm, podkreślając ujemne skutki zaniechania przez szereg przedsiębiorstw państwowych reklamy i pisząc co następuje: — „Gdzież są przyczyny cofnięcia się Państwa z terenu ogłoszeniowego? W porównaniu z okresem poprzednim nie ubyło przedsiębiorstw, produkujących towar w państwowych warsztatach. Raczej przybył szereg nowych, których uruchomienie dyktowało życie, a po części skłonności etatystyczne. Nie trzeba zbyt wielkiej wnikliwości aby zrozumieć przyczyny, które spowodowały skurczenie pozycji na reklamę w budżetach przedsiębiorstw państwowych. Wydatek na reklamę, to kozioł ofiarny, idący na całopalenie na pierwszy ogień. Nie znajdzie się szef sprzedaży, któryby miał odwagę bronić tej pozycji, niema autorytetu, któryby potrafił budżet na reklamę zachować“.

Prof. Zakrzewski trafia w sedno rzeczy. W latach ostatnich, przy przeprowadzeniu redukcji wydatków, w tych nawet instytucjach i przedsiębiorstwach państwowych, gdzie dawniej rozumiano potrzebę i pożytek reklamy — skreślono z budżetów lub pozmniejszono odpowiednie pozycje, nie licząc się ze skutkami takich posunięć. Oprócz tego istnieją przedsiębiorstwa i instytucje państwowe, których kierownicy i dawniej i obecnie nie pojmowali i nie pojmują wagi i znaczenia reklamy. Ujemne rezultaty tego stanu rzeczy są widoczne. Obok ciężkich warunków kryzysowych, brak reklamy prasowej przyczynia się w znacznej mierze do pogarszania się rezultatów gospodarki wielu przedsiębiorstw państwowych. Szkody i straty ponosi nie tylko prasa zainteresowana w rozwoju reklamy prasowej, ale również — i to w stopniu znacznie wyższym — Państwo i jego skarb.

Interpelowani w tych sprawach kierownicy instytucji i przedsiębiorstw państwowych z reguły odpowiadają twierdzeniem, iż nie dysponują odpowiednimi funduszami na cele reklamowe. Odpowiedź taka jest typowym, jaskrawym dowodem zupełnego niezrozumienia istoty i roli reklamy. Nie ulega bowiem wątpliwości, iż dobra, umiejętnie i racjonalnie stosowana reklama nic, w gruncie rzeczy, nie kosztuje. Wydatki na nią poniesione wracają do ponoszącej je instytucji w wielokrotnionej formie zwiększonych wpływów. Tę jasną, niebudzącą wątpliwości prawdę życia gospodarczego należy przypomnieć obecnie, gdy na porządku dziennym rozpraw publicznych znajduje się tak ważne dla Państwa zagadnienie podniesienia, uporządkowania i rentowności gospodarki przedsiębiorstw państwowych.

Związek Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej

Dnia 8 marca r. b. odbyła się w Warszawie sesja Zarządu Głównego Związku Dziennikarzy R.P. Prezes Związku p. Ścieżyński, otwierając obrady, wygłosił dłuższe przemówienie, w którym przypomniał, że jest to ostatnia sesja Zarządu przed Walnym Zjazdem, który zgodnie ze statutem będzie Zjazdem wyborczym. Przewodniczący zatrzymał się dłużej na zagadnieniu ustawy dziennikarskiej. Przypomniał, że kwestja ta była poruszona przez delegację Związku w rozmowie z p. Premierem Kościalkowskim w grudniu r. ub. i że w wyniku tej rozmowy przedstawiciele komisji zawodowej Związku odbyli kilka konferencji w Ministerstwie Sprawiedliwości, na których przedstawiono postulaty dotyczące ustawy. M. i. prezes oświadczył: „Przestrzegam przed wylamaniem się członków Związku i poszczególnych Syndykatów, przestrzegam przed wystąpieniami indywidualnymi, zwłaszcza na łamach prasy. Droga do dyskusji problemów zawodowych jest otwarta jedynie w tonie organizacji...”

Po zakończeniu przewodniczący podkreślił, że to co komisja zawodowa opracowała, stanowi tylko maximum żądań, materiał, z którego dopiero wyłonić się może temat do rokowań z rządem i wydawcami, że należy unikać fikcji nie-realnych marzeń i demagogii.

Po oświadczeniu przewodniczącego red. Wierzyński złożył sprawozdanie z prac komisji zawodowej nad projektem ustawy dziennikarskiej.

Nad sprawozdaniem wywiązała się ożywiona dyskusja, po której jednomyślnie uchwalono następującą rezolucję:

„Zarząd Główny Związku Dziennikarzy R.P., zapoznawszy się ze sprawozdaniem komisji zawodowej z przebiegu prac przygotowawczych nad opracowywanym projektem ustawy o wykonywaniu zawodu dziennikarskiego, uchwała:

1) sprawozdanie komisji zawodowej przyjęc do wiadomości i polecić jej dalsze pozostawanie w kontakcie z rządem i jego organami, powołaniami do opracowania projektu;

2) dolożyć wszelkich starań do zrealizowania ustawowej ochrony praw interesów moralnych i materialnych dziennikarstwa zawodowego;

3) uważa za pożądane utrzymywanie dalsze kontaktu ze Związkiem Wydawców celem uregulowania spraw dziennikarstwa czy to w drodze ustawodawczej czy w drodze dwustronnego układu między Związkiem Dziennikarzy RP. a Związkiem Wydawców.

Pozatem Zarząd uchwalił zwrócić się do Syndykatu Wielkopolskiego, aby na

miejsce delegata tego Syndykatu w komisji zawodowej zechciał powołać red. Marjana Seydę, który wraz z kol. Jarochowską mógłby brać udział w dalszych pracach komisji.

W parę dni po obradach Zarządu nadeszła wiadomość z Poznania, że red. Marjan Seyda przyjął mandat do komisji zawodowej z ramienia Syndykatu Wielkopolskiego.

Pozatem na sesji Zarządu Głównego w dniu 8 marca omawiano bardzo szczegółowo zagadnienia nowych tworzących się Syndykatów. Zatwierdzono uchwały o utworzeniu przydzielonego do Syndykatu Śląskiego Oddziału Częstochowskiego, odroczone natomiast sprawę tworzenia Syndykatu Wołyńsko-Lubelskiego, a także Kielecko-Radomskiego.

Zarząd Związku postanowił wznowić wydawanie biuletynu informacyjnego o najważniejszych sprawach zawodowych. Biuletyn ten będzie ukazywał się w miarę potrzeby i rozsyłany będzie do lokalnych Syndykatów.

Parę słów od „strony przeciwnej”

— Czy można pozbawić najwybitniejszych publicystów prawa zabierania głosu w sprawach, które dotyczą najistotniejszych interesów moralnych i materialnych całego dziennikarstwa, — rozwoju i przyszłości prasy?

Czy w sprawach wyższej wagi ma decydować tylko i jedynie — zawsze dość przypadkowa — ilość głosów, nie zaś ich kwalifikacja i głębsza wartość? Nie opinja publicystów, którzy talentem, stałością charakteru, odwagą cywilną i zasługą społeczną zdobyli sobie powszechny szacunek?

— Zdawałoby się, że najwyższą zdobyczą dziennikarstwa jest wolność wypowiedzania swego zdania. Mielizby sami dziennikarze podważać to prawo, skoro w grę wchodzi ich interes korporacyjny? Jakże niebezpieczny precedens!

— Jeśli ozwały się autorytatywne głosy znakomitych publicystów, poddające projekt Ustawy Dziennikarskiej (czy materiały do projektu) druzgocącej krytyce, to wywołane one były niechcinnie troską o najżywoźniejsze interesy dziennikarstwa polskiego. Bo gdyby projekt Komisji Zawodowej stał się prawem, skutki odbilyby się przede wszystkim i najdotkliwiej na pracownikach redakcyjnych. Przywileje przedko stają się groźnym ciężarem. Jakiżże to przywilejów domaga się Komisja Z. D. dla dziennikarzy? Ustawowo określonych wynagrodzeń, jednostronnej łatwości wypowiedzania zawartych umów, nieznanych w żadnej innej kategorii przedsiębiorstw norm urlopowych, niemożliwych dla olbrzymiej większości wydawnictw odszkodowań i odpraw. Wszystko dla dziennikarzy. Nic — lub prawie nic — dla „strony przeciwnej”.

Zapomniano o jednej nieodpartej prawdzie. Żadna ustawa nie zapewni dziennikarzom pomyślnego bytu, jeśli wydawca będzie dusił się w beznadziejnych zmaganiach z przeciwnościami.

Tylko w prosperującym wydawnictwie dziennikarz znajdzie istotne zabezpieczenie. Obrona przed wyzyskiem? Iluż w Polsce jest wydawców, którzy dorobili się fortun?

— Rodzaj i charakter pracy dziennikarza zgoła odmienny jest od pracy tkacza, górnika, lub hutnika. Najcenniejszą wartością dziennikarza jest jego indywidualny talent, wiedza, inicjatywa, temperament, wartości umysłowe i moralne. Nie pomieszczą się te wartości w wąskich i ścisłych ramach, sztucznie według wzorów robotniczych skonstruowanych.

Z praktyki życiowej wiemy, jakie rezultaty dalaoby zastosowanie takiego mechanicznego strychulca tam, gdzie decydującym czynnikiem był zawsze i będzie — talent. Czy „delegacje redakcyjne” nie stałyby się źródłem niezgody i anarchji? Dla 9/10 przedsiębiorstw niemożliwe byłoby zobowiązania, wypływające konsekwentnie z projektu ustawy. Wydawca musiałby wystrzegać się dłuższej współpracy z najbardziej cennym pracownikiem. Przepadłaby bezpowrotnie atmosfera wzajemnego zaufania.

— Projekt Komisji Zawodowej Z. D. R. P. odsuwa wydawców nawet od wszelkiego udziału przy wydawaniu kart legitymacyjnych. Na innym miejscu widzimy, jak to zagadnienie zostało rozwiązane we Francji, — jak w równej mierze uznane zostały tam prawa zorganizowanych dziennikarzy i zorganizowanych wydawców.

— A już tylko nieznanością podstaw prawa można tłumaczyć klauzulę, że netylko umowa, zawarta między organizacją zawodową dziennikarzy, a organizacją wydawców obowiązywałaby wszystkie wydawnictwa na terenie działania danej umowy. Wiążącą dla wszystkich wydawnictw danego terenu miałaby być również umowa, zawarta między organizacją zawodową dziennikarzy, a poszczególnymi wydawcami!...

Dobrze się stało, że projekt ustawy dziennikarskiej został ujawniony, że wywołał szerszą dyskusję. Mamy nadzieję, że poważne głosy krytyki zaważą na szali, a już sam fakt zaproszenia p. Seydy do Komisji Zawodowej zdaje się świadczyć, że trzeźwe i poważne umysły pragną skierować dalszą pracę Komisji Zawodowej na właściwe tory. Lepiej byłoby jeszcze, gdyby ów projekt, przed złożeniem go czynnikiem rządowym, został uzgodniony przez Zarząd Z. D. R. P. z Zarządem Związku Wydawców Dzienników i Czasopism. Wśród wydawców byli nawet optymiści, którzy mniemali, że do tego właśnie rodzaju celów miało służyć zawarte przed pół rokiem porozumienie.

R.

Syndykat Dziennikarzy Warszawskich

Zarząd Syndykatu Dziennikarzy Warszawskich odbył w ubiegłym okresie dwa posiedzenia: dnia 29 lutego i dnia 14 marca. Na posiedzeniu lutowym Zarząd przyjął do wiadomości sprawozdanie z imprezy dochodowej w Adrji na dochód



**W
CAŁEJ
POLSCIE**

KSIĘGARNIE
KOLEJOWE
KOLPORTAŻ
MIEJSKI
DOSTAWA
DZIENNIKÓW
i CZASOPISM

POLSKIE TOWARZYSTWO
KSIĘGARNI KOLEJOWYCH

RUCH S.A.

WARSZAWA • AL. JEROZOLIMSKA 63

ATELIER RUCH - JAN MUCHARSKI

funduszu zapomogowego Syndykatu. Impreza przyniosła czystego dochodu zł. 4.787,63. Przy okazji Zarząd ponowił uchwałę z r. 1934, wzywającą poszczególne organizacje dziennikarskie, aby nie urządziły swoich wieczorów dochodowych bez porozumienia z Zarządem Syndykatu Dziennikarzy Warszawskich.

Postanowiono wszcząć starania o indywidualną amnestję dla członka Syndykatu, redaktora odpowiedzialnego „Robotnika“, Stanisława Niemyskiego, który nazajutrz po amnestji został uwieziony, jako skazany w procesie, wytoczonym z art. 255 k. k., nieobjętego amnestją. Red Niemyskiemu grozi pozatem jeszcze kilka procesów z tego samego artykułu.

Na temże posiedzeniu Zarząd zatwierdził nową umowę z Dyrekcją Związku Teatrów Świetlnych, mocą której w kinach należących do Związku członkowie Syndykatu otrzymywać będą za okazaniem legitymacji bilety na wszystkie przedstawienia (z wyjątkiem premier) po zł. 1.09 od osoby. Na legitymację nabyć można dwa bilety po tej cenie. Bilety te jako dziennikarskie istnieć będą niezależnie od t. zw. biletów prasowych.

Na posiedzeniu w dniu 14 marca Zarząd Syndykatu Dziennikarzy Warszawskich wybrał delegację Syndykatu na Walny Zjazd Związku, zwołany na 29 marca do Warszawy. Syndykat Warszawski będzie reprezentowany na Zjeździe przez 15 delegatów, a Sekcja Żydowska Syndykatu Warszawskiego przez 6 delegatów. Delegację Syndykatu Warszawskiego stanowić będzie 13 członków Zarządu, a także powołani przez Zarząd na delegatów pp. Bazylewski Władysław i Filochowski Wacław.

Jak ujęta została legitymacja dziennikarska we Francji

Ważne zagadnienie dowodu zawodowego rozstrzygnięte zostało we Francji w dniu 17 stycznia 1936 r. drogą dekretu.

Pierwszy paragraf ustawy głosi, że legitymacje dziennikarskie wydawane są według regulaminu, ustalonego przez specjalną komisję. Komisja ta składa się z czternastu członków: siedmiu przedstawicieli wydawców i siedmiu przedstawicieli zorganizowanych dziennikarzy. Pierwszych siedmiu deleguje najpoważniejszy związek wydawców. Delegaci dziennikarzy wybierani są przez ich zawodowe zrzeszenia. Członkowie komisji muszą się wykazać conajmniej trzyletnią dziennikarską pracą zawodową. Komisja zmienia całkowity skład swoich członków co trzy lata. W ten sam sposób powołani są czterej zastępcy członków komisji. Przewodniczą komisji kolejno przedstawiciel wydawców lub przedstawiciel dziennikarzy. Decyzje są obowiązujące,

o ile w posiedzeniu brało udział conajmniej czterech przedstawicieli każdej ze stron. Jeśli liczba przedstawicieli wydawców i dziennikarzy, obecnych na posiedzeniu, nie jest jednakowa, przy głosowaniu wyrównywa się ją w dół, t. j. tej grupie, która ma doraźną większość delegatów redukuje się prawo liczby głosów do liczby delegatów drugiej grupy. Decyzje uchwalane są większością absolutną. Kandydat, zabiegający o kartę legitymacyjną, powinien zgłosić:

1. Dowód osobisty.
2. Curriculum vitae.
3. Dowód niekaralności sądowej.
4. Dokument, świadczący o przynależności do danej zawodowej organizacji dziennikarskiej.
5. Zeznanie, potwierdzone słowem honoru, że dziennikarstwo stanowi główny jego zawód, i że jego zarobki dziennikarskie conajmniej odpowiadają minimalnym kwotom, jakie będą określone dla poszczególnych okręgów.
6. Wyszczególnienie innych rodzajów pracy, jakie uprawia.
7. Zobowiązanie wobec komisji do zawiadomienia jej każdorazowo o zmianach, któreby mogły zająć w tej mierze w jego sytuacji.

Komisja bada ścisłość złożonych zeznań i dokumentów. Legitymacja, którą wydaje, zawiera fotografię dziennikarza, imię, nazwisko, narodowość, adres i własnoręczny podpis, informacje bliższe o jego dziennikarskiej współpracy. Zaopatrzona jest w podpisy dwóch członków komisji (jeden — wydawca, drugi — dziennikarz) oraz w pieczęć komisji. Legitymacja jest ważna na rok. Odnawiana jest na zasadzie przychylniej decyzji komisji. Przejście z jednego wydawnictwa do drugiego winno być niezwłocznie meldowane komisji pod groźbę unieważnienia legitymacji. Jeśli dziennikarz wykonujący swój zawód conajmniej od 3-ch lat znajdzie się bez pracy, komisja może wydać mu legitymację, której termin jednak będzie ograniczony. Komisja ma prawo anulować wydaną legitymację. W tym wypadku przewodniczący komisji wzywa posiadacza legitymacji listem rekomendowanym na posiedzenie celem złożenia odnośnych wyjaśnień. Ewentualnie może złożyć te wyjaśnienia na piśmie. Decyzja komisji komunikowana jest interesowanemu listem rekomendowanym.

Decyzje komisji mogą być zaskarżalne do t. zw. Komisji Wyższej, do składu której wchodzi: Trzej członkowie sądów państwowych czynni lub emerytowani wyznaczeni przez prezesa sądu apelacyjnego. Najstarszy z nich spełnia funkcję przewodniczącego. Do komisji wchodzi prócz tego: jeden delegat wydawców, jeden delegat dziennikarzy. Członek komisji wspólnej nie może uczestniczyć w Komisji Wyższej.

Osobom, któreby celem otrzymania legitymacji dziennikarskiej zgłosiły zezna-

nia, niezgodne z prawdą, i mające na celu wprowadzenie w błąd komisji, grożą kary od 50 do 2000 fr.

Walne zebranie Związku Dziennikarzy i Publicystów Filmowych w Warszawie

We wtorek, dnia 31 marca r. b., o godz. 18-ej, w pierwszym terminie, a o godz. 18 m. 30 w drugim terminie (bez względu na ilość obecnych członków), odbędzie się walne zebranie Związku Dziennikarzy i Publicystów filmowych we własnym lokalu, przy ul. Wilczej 19/1.

Porządek dzienny walnego zebrania jest następujący:

1. Zagajenie. 2. Wybór przewodniczącego i prezydium. 3. Sprawozdanie ustępującego Zarządu. 4. Sprawozdanie komisji rewizyjnej. 5. Udzielenie absolutorjum ustp. władzom. 6. Wybór nowych władz. 7. Wnioski przesłane na ręce Zarządu do dn. 24 marca br. 8. Wolne wnioski.

Ustępuje Zarząd w następującym składzie: Prezes p. Tadeusz Kończyc, członkowie Zarządu pp. Leon Brun, Bohdan Teofil Lepecki, Stanisław Ostrzycki, Karol Ford, zastępcy pp. Henryk Liński, Zdzisław Wójtowicz.

Sprawa ustawy dziennikarskiej na łamach prasy

W „Kurjerze Poznańskim“ z 26 lutego r. b. ukazał się obszerny artykuł, poświęcony sprawie ustawy dziennikarskiej, pióra redaktora naczelnego „Kurjera“, p. Marjana Seydy; artykuł nosił tytuł: „Projekt bolszewicki z ducha i niemądry“. Również sprawę uregulowania stosunków prawnych zawodu dziennikarskiego omawiał artykuł wstępny w „Kurjerze Warszawskim“ z dnia 6 marca r. b. p. t. „Niedojrzała próba“, podpisany literami B. K. Notatkę p. t. „Pochopny projekt“ zamieścił „Express Poranny“ z 7 marca r. b. Dn. 18 marca r. b. w Ilustrowanym Kurjerze Codziennym ukazał się artykuł p. t. „Przykład odstraszcający czy pouczający“. W podtytule czytamy: „Kompromitująca sprawa projektu ustawy dziennikarskiej“.

SPROSTOWANIE.

W poprzednim zeszycie (Nr. 2/36) „Prasy“ w artykule p. t. „Rząd a Prasa“ znalazł się błąd zecerski. Mianowicie w ustępie, zatytułowanym „Sprawa etatyzacji w dziedzinach związanych z działalnością prasy“ w p. 4 złożono omyłkowo „Reklama Prasowa“ zamiast „Reklama Pocztowa“, co niniejszem prostujemy.

Posiedzenia Prezydium Rady i Zarządu Głównego

W dniach 28 lutego i 11 marca r. b. odbyły się dwa posiedzenia połączonych Prezydium Rady i Zarządu Głównego. Na pierwszym posiedzeniu omawiano sprawę polityki cen dzienników w kolportażu, sprawy związane z akcją Komisji badania gospodarki przedsiębiorstw państwowych oraz sprawę udziału Związku w wystawie reklamowej w Warszawie. Przedmiotem obrad posiedzenia, odbytego w marcu, były sprawy organizacyjne i finansowe Związku. Ponadto na obu posiedzeniach omówione były ustawodawcze plany Rządu w sprawach prasowych i dziennikarskich; w związku z powyższym dyrektor Związku złożył sprawozdanie z audjencji u wiceministra Grzybowskiego.

Audjencja u wiceministra

W. Grzybowskiego

W dniu 5 marca dyrektor Związku p. St. Kauzik przyjęty został przez p. Wacława Grzybowskiego, podsekretarza stanu w prezydium Rady Ministrów. Przedmiotem konferencji były zagadnienia, związane z projektowaniem przez rząd ustawodawczym uregulowaniem spraw prasowych i dziennikarskich.

Konferencja informacyjna w sprawie ustawy dziennikarskiej

W dniu 4 marca r. b. w lokalu Związku odbyło się zebranie informacyjne przedstawicieli warszawskich wydawnictw codziennych, poświęcone sprawie projektowanego przez rząd uregulowania stosunków prawnych zawodu dziennikarskiego.

Sprawa taryfy pocztowej

Wiceprezes Zarządu Głównego p. M. Dobija i dyrektor Związku p. St. Kauzik odbyli w dniu 4 marca r. b. konferencję z p. Antonim Owsionką, dyrektorem departamentu pocztowego w M. P. i T. Tematem tej konferencji była sprawa opłat za przesyłanie pism pocztą, w szczególności zaś sprawa rewizji obecnie obowiązującej taryfy pocztowej za przesyłanie i dostarczanie pocztą dzienników i czasopism.

Konferencja ze Sp. „Centropapier”

Przedstawiciele władz Związku Wydawców w osobach pp. Feliksa Mrozowskiego, Zygmunta Pierackiego, Stefana Krzywoszewskiego, Mieczysława Dobiji, Mieczysława Niklewicza i Stanisława Kauzika odbyli w dniu 12 marca konferencję z przedstawicielami Sp. „Centropapier” w osobach pp. Henryka Karpińskiego, Aleksandra Hoekiego i Jana Kocięckiego. Przedmiotem tej konferencji

była sprawa warunków współpracy handlowej członków Związku ze Sp. „Centropapier”, w szczególności zaś sprawa przywrócenia warunków współpracy handlowej, obowiązujących do 15 grudnia 1935 r., a następnie, w związku z obniżką ogólnego cennika, zmienionych na okres przejściowy.

Następna konferencja w tej sprawie, z udziałem rozszerzonej reprezentacji władz Sp. „Centropapier”, odbędzie się w dniach najbliższych.

Konferencja z dyrektorem naczelnym T-wa „Ruch”

Dyrektor Związku p. St. Kauzik w dniu 10 marca odbył konferencję z p. Edmundem Seyfriedem, dyrektorem naczelnym T-wa „Ruch”. Konferencja poświęcona była omówieniu zagadnienia polityki cen dzienników w kolportażu.

Pocztowy Cennik Czasopism

Jak donosiliśmy w poprzednich zeszytach „Prasy”, wykonanie Pocztowego Cennika Czasopism, powierzone przez Ministerstwo Poczty i Telegrafów Polskiemu Związkowi Wydawców, opóźnione zostało na skutek strajku pracowników w drukarniach akcydensowych m. Warszawy. W związku z tem władze pocztowe przedłużyły na m. luty ważność cennika dotychczasowego.

Cennik, przygotowany przez biuro Związku Wydawców, ukazał się w pierwszych dniach marca i natychmiast w ilości 7500 egzemplarzy dostarczony został władzom pocztowym celem rozesłania do urzędów i agencji pocztowych całej Polski. Cennik obejmuje 120 stron druku i zawiera ponad 300 tytułów pism, zarówno członków Związku jak i wydawnictw niezrzeszonych, zgłoszonych do prenumeraty pocztowej.

Nowi członkowie Związku Wydawców

W okresie od połowy listopada 1935 r. do połowy marca r. b. w poczet członków Związku Wydawców przyjęto: 1) wydawnictwo „Gazeta Świąteczna” w Warszawie, 2) wydawnictwo „Ars Medici” w Warszawie (pismo „Klinika Współczesna”), 3) wydawnictwo „Depsza” w Warszawie, 4) Zakłady Wydaw. Alfred Ksycki w Żninie (pisma „Pałuczanie”, „Orędownik Powiatu Żnińskiego”, „Moja przyjaciółka”, „Moje powieści”), 5) wydawnictwo „Prasa Kupiecko-Przemysłowa” w Poznaniu (pismo „Kupiec—Świat Kupiecki” i 9 innych czasopism zawodowych), 6) wydawnictwo „Czytanka Żywego Różańca” w Karnkowie, 7) Wydawnictwo „Gazeta Kartuska” w Kartuzach, 8) Biuro Prasowo-Propagandowe Światowego Związku Polaków z Zagranicy w Warszawie (pisma „Polacy Zagranicą”, „Polska” i „Biuletyn Prasowy”), 9) Polski Związek Stowarzyszeń Łowieckich w Warszawie (pismo „Łowiec Polski”) oraz następujących przedstawicieli tych wydawnictw: 1) Janinę Gulbinową, 2) Józefa Lwa i Szoela Lwa, 3) Adama Szczepanika, 4) Alfreda Ksyckiego, 5) Leszka Gustowskiego, 6) ks. Fr. Nowakowskiego, 7) Jana Bielińskiego, jr., 8) Jerzego Grabowskiego i Władysława Oszele, 9) Walentego Garczyńskiego. Ponadto w poczet członków Związku przyjęci zostali pp. Stanisław Jasiukowicz w charakterze zastępcy przedstawiciela Sp. Wydawnictwa Narodowe oraz pp. Karol Poraj - Koźmiński i Włodzimierz Strasburger w charakterze głównego przedstawiciela i zastępcy przedstawiciela pisma, Lot i Obrona Przeciwlotniczo-gazowa Polski”.

„Odpaństwowienie

Drukarstwa”

Pod tym tytułem ukazał się w zeszytach 2/36 „Gospodarki Narodowej” artykuł p. Hilarego Gottowta, omawiający zagadnienie etatyzacji w przemyśle graficznym oraz projekt przeprowadzenia likwidacji istniejącego stanu rzeczy.

Autor podkreśla, iż likwidacja ta, nawet przy dobrej woli ze strony czynników państwowych, natrafić musi na znaczne trudności. Pierwszą z nich jest kwestja oceny wartości zakładów państwowych, zważywszy, że nie można jej oprzeć ani na wartości bilansowej, ani na rentowności. Druga, jeszcze poważniejsza trudność: jak sfinansować przewłaszczenie zakrojonych na dużą skalę zakładów państwowych na rzecz przedsiębiorstw prywatnych? Mimo te szkopy, dowodzi autor, likwidacja drukarni państwowych jest nietylko możliwa, ale konieczna. Konieczna, bo Państwo, unieruchamiając w zakładach tych duże kapitały, żadnego z nich nie wyciąga zysku. Przeciwnie, placąc drożej za własne druki, ponosi straty, Robiąc konkurencję drukarniom prywatnym, pogarsza w znacznym stopniu ich sytuację rynkową.

Jeśli wziąć w rachubę wysokość obrotów prywatnego przemysłu graficznego, oraz wartość ogólną przedsiębiorstw państwowych, (autor ocenia ją na 5 milj. zł.), wykupienie drukarni państwowych przez spółkę przedsiębiorstw prywatnych wydaje się możliwym. Wymagaloby to obciążenia drukarni prywatnych rocznymi splatami w wysokości 2% obrotu. Państwo musiałoby udzielić kredytu na przeciąg lat 5. Obciążenie zmniejszyłoby się jeszcze dzięki temu, że sumy, uzyskiwane w okresie likwidacji ze sprzedaży maszyn i innych urządzeń, byłyby zaliczane na poczet funduszu likwidacyjnego.

*

Projekt ten będzie, jak nas informują, przedmiotem rozważań na terenie Związku Organizacji Przemysłu Graficznego.

KRONIKA KRAJOWA

PAŃSTWO A PRASA

Ustawa prasowa i dziennikarska

Podczas debaty w Senacie nad budżetem Ministerstwa Sprawiedliwości p. min. Michałowski, mówiąc o pracach ustawodawczych swego ministerstwa, podkreślił, iż ustawa prasowa oraz ustawa dziennikarska znajdują się obecnie w opracowaniu.

PAT w sprawozdaniach Komisji Budżetowych Sejmu i Senatu

Sprawozdawcy budżetu Prezydium Rady Ministrów—poseł dr. Bronisław Wojciechowski na komisji budżetowej Sejmu i wicemarszałek dr. Jerzy Barański na komisji budżetowej Senatu poświęcili garść uwag Polskiej Agencji Telegraficznej.

Jak wiadomo, preliminarz na rok 1936/37 przewiduje wpłatę PAT do Skarbu Państwa w wysokości 60.000 zł. Cyfra ta oparta jest na danych za r. 1934, wykazujących dochód netto w kwocie 79,880,27 zł. przy ogólnym przychodzie w kwocie 6.348.255,75 zł. Obaj referenci budżetu Prezydium Rady Ministrów stwierdzili, iż anormalny stosunek między wysokością wpływu ogólnego a sumą czystego dochodu (dochód stanowi niewiele więcej ponad 1% wpływu), spowodowany jest kosztami służby informacyjnej, będącej najważniejszym zadaniem PAT. Specjalny charakter PAT uniemożliwia prowadzenie tej instytucji jedynie pod kątem rentowności. Referenci wyrazili dezyderat zwiększenia wpłaty do Skarbu na drodze dalszego technicznego udoskonalenia i administracyjnego usprawnienia przedsiębiorstwa. Podkreślono w referatach, iż PAT, prócz wpłaty bezpośredniej 60.000 zł., wpłaca do Skarbu podatek w kwocie około 200.000 zł. ponadto PAT w r. 1934 wypłacił 300.000 zł. jako ratę za dom przy ul. Królewskiej 5, który jest własnością Skarbu Państwa.

Referenci stwierdzili, iż w latach ostatnich PAT wykazuje stały postęp zarówno pod względem technicznym jak organizacyjnym. Poseł Wojciechowski specjalny nacisk położył na instalację dalekopisów, które usunęły upośledzenie prowincji pod względem szybkości obsługi informacyjnej. Instalacja ta kosztowała 200.000 zł.

Podniesiona również została przez pos. Wojciechowskiego sprawa ceny ogłoszeń w Monitorze Polskim oraz sprawa „Arkad”. Ceny ogłoszeń w „Monitorze”, zdaniem sfer gospodarczych, są zbyt wysokie. Jest to szczególnie dotkliwie dla pewnych kategorii przedsiębiorstw ze

względem na ustawy o obowiązek ogłoszeń o zebraniach, bilansów i t. p., nie tylko w „Monitorze”, lecz również w dwóch innych pismach. Poseł Wojciechowski wyraził przekonanie, iż celowe byłoby obniżenie cennika ogłoszeniowego „Monitora” przynajmniej o 20%; ponadto referent podniósł konieczność ogólnego uregulowania cen ogłoszeń we wszystkich wydawnictwach państwowych.

Jak wynika z referatów, PAT zatrudnia 1205 pracowników, w tem 596 pracowników umysłowych i 609 prac. fizycznych. Korespondentów krajowych PAT posiada 167, stałych korespondentów zagranicą — 13, korespondentów zagranicznych nadzwyczajnych, płatnych od przyjętej wiadomości — 82. PAT po-

siada umowy o wymianę korespondencji z agencjami oficjalnymi oraz z agencjami Reutersa, Havasa i niemiecką D. N. B. Te trzy ostatnie dostarczają informacji za dopłatą.

Prace komisji do badania przedsiębiorstw państwowych

W związku z podjęciem prac przez Komisję do badania przedsiębiorstw państwowych opublikowana została lista przedsiębiorstw, zakwalifikowanych do zbadania w pierwszej kolejności. Na liście tej, obejmującej 32 przedsiębiorstwa, na 1-szem miejscu figurują Drukarnie Państwowe, na 24-em Polskie Radio, na 32--iem — Reklama Pocztowa.

S T A T Y S T Y K A

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

(dane w tysiącach egzemplarzy)

Nazwa miejscowości	Nadane w styczniu 1936 r.			Nadane w styczniu 1935 r.			Doręczone w styczniu 1936 r.			Doręczone w styczniu 1935 r.		
	Dzienniki	Czasopisma	Dzienniki i czasopisma wysyłane nieper-iodycznie (okazowe, dosyłane i inne)	Dzienniki	Czasopisma	Dzienniki i czasopisma wysyłane nieper-iodycznie (okazowe, dosyłane i inne)	Dzienniki	Czasopisma	Dzienniki i czasopisma wysyłane nieper-iodycznie (okazowe, dosyłane i inne)	Dzienniki	Czasopisma	Dzienniki i czasopisma wysyłane nieper-iodycznie (okazowe, dosyłane i inne)
Bydgoszcz	218	13	—	317	10	—	115	86	9	120	86	22
Gdynia	4	2	1	7	18	2	63	14	3	46	19	5
Katowice	259	148	2	264	146	12	62	68	14	58	70	16
Kraków	1.944	537	3	2.000	896	6	160	95	3	91	106	—
Lublin	36	8	—	49	7	8	73	29	27	37	9	15
Lwów	1.195	473	5	1.208	489	2	200	41	15	156	29	14
Łódź	218	100	5	325	114	3	202	106	5	189	99	2
Poznań	986	1.009	81	957	948	90	66	42	6	83	50	5
Toruń	464	19	2	503	35	4	75	24	7	72	36	2
Warszawa	2.611	2.904	320	2.665	586	164	53	11	1	44	11	7
Wilno	140	209	8	502	334	10	57	53	1	43	34	—

PAPIER

Eksport papieru gazetowego

w r. 1935

P. J. Garbiński w „Kurjerze Polskim” z 28.2.36 podaje następujące liczby, charakteryzujące eksport papieru gazetowego z Polski w r. 1935. Wywieziono w tym okresie do Bułgarii 100 tonn wartości 24.000 zł., do Czechosłowacji 136 tonn wartości 29.000 zł. i do Francji 156 tonn wartości 30.000 zł. Ogólny eksport

wszystkich gatunków papieru wyniósł w r. 1935 6.669 tonn wartości 3.186 tys. zł. Jak widać z powyższego, papier gazetowy stanowi nikły procent eksportu ogólnego. P. Garbiński tłumaczy to okolicznością, iż ceny możliwe do osiągnięcia na rynkach światowych za papier gazetowy nie pokrywają często kosztu surowca.

Podkreślić należy, iż r. 1935 przyniósł wzrost eksportu papieru w porównaniu z rokiem poprzednim. W r. 1934-m wywieziono 5679 tonn za zł. 2.304 tys.

ZESTAWIENIE

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

Nazwa gatunku papieru i symbol w/g cennika Sp. Centropapier	Styczeń 1935 r.	Styczeń 1936 r.
Rotacyjny matowy II — 0101	1.978.677 kg	2.360.752 kg
„ satynowany II — 0102	81.859	74.330
Gazetowy w ark. mat. II — 0103	—	4.980
„ „ sat. II — 0104	—	—
Drukowy drzew. kl. VII mat. II — 0203, 0204, 0205, . 0206.	776.396	971.997
Drukowy drzew. kl. VII sat. II — 0207, 0208, 0209, 0210	335.534	320.741
Drukowy drzew. kl. VI mat. II — 0401 i 0402	30.560	63.313
„ „ „ VI sat. II — 0403	358.335	418.068
„ bezdrzewny mat. III — 0203	19.628	45.337
„ „ sat. III — 0206	13.332	2.907
Ilustracyjny drzewny II — 0801, 0802 i 0803	55.683	78.030
„ bezdrzewny III — 0306	37.982	27.147
Tiefdruck drzewny II — 0901, 0902	25.343	47.306
„ bezdrzewny III — 0304	—	9.333
R a z e m	3.713.329	4.424.241

Z ŻYCIA PRASY

Katolicki zjazd prasowy

Z inicjatywy Komisji Prasowej Episkopatu Polskiego odbył się w dniu 3 marca r. b. w Warszawie Katolicki Zjazd Prasowy, w którym wzięli udział przedstawiciele pism katolickich i popierających sprawę Kościoła Katolickiego w liczbie około 100 osób. Przewodniczył J. E. biskup St. Adamski, prezes komitetu wykonawczego Komisji Prasowej. Obrady zagał J. E. ks. kardynał Kakowski poczem wygłoszone zostały referaty: O. Urbana z T. J. p. t. „Infiltracja bezbożnictwa w umysłowości polskiej“ i ks. biskupa Adamskiego p. t. „Kościół katolicki a szkoła“.

Po omówieniu przez ks. dyr. Kaczyńskiego sprawy międzynarodowej wystawy prasy katolickiej w Watykanie odbyła się dyskusja nad zagadnieniami, poruszonemi przez referentów.

25-lecie pracy na polu prasowym

W dniu 7 marca r. b. w lokalu Syndykatu Dziennikarzy Krakowskich odbył się uroczysty obchód 25-lecia pracy na polu prasowym p. Kazimierza Dobiji, dyrektora I. K. C. W licznych przemówieniach podkreślono, iż dyr. Dobija pracę swą w prasie rozpoczął jako dziennikarz. Choć od lat kieruje stroną wydawniczą I. K. C., nie stracił łączności ze światem dziennikarskim, co wyraziło się m. in. w licznych świadczeniach z jego strony na rzecz Syndykatu. Przedstawiciele władz Syndykatu wręczyli p. dyr. Dobiji dyplom dobrze zasłużonego członka Syndykatu.

Samolot dla celów redakcyjnych

Warszawskie wydawnictwo lotnicze „Polska Skrzydlata“ nabyło dla celów redakcyjnych samolot, który nazwano „Fenixem“. Jest to pierwszy w Polsce samolot, służący wyłącznie celom prasowym.

RÓŻNE

Statystyka czasopism

Ukazała się Statystyka Druków za rok 1934, wydana przez Główny Urząd Statystyczny. Publikacja ta zawiera szereg tablic, dotyczących czasopism.

Ogólny obraz ewolucji prasy polskiej znajdujemy w tablicy pierwszej; dane, umieszczone w tej tablicy, obliczone są według metody stosowanej przez G.U.S. do końca r. 1931. Za istniejące uważało się każde czasopismo, które wydało w ciągu roku choćby jeden numer. Metoda ta nie daje istotnego obrazu rzeczywistości, gdyż uwzględnia ogromną liczbę efemeryd, których istnienie kończy się po wydaniu jednego lub paru numerów. Bliższa rzeczywistości jest metoda, stosowana przez GUS od r. 1932. Za istniejące uważane są czasopisma, znajdujące się w rejestrach w dniu 31 grudnia każdego roku. Obliczenia, dokonane tą metodą, obejmują jednak tylko okres trzech lat t. j. 1932 — 1934. Z tego względu, pragnąc zanalizować ogólne tendencje ewolucyjne prasy w Polsce, z konieczności zmuszeni jesteśmy oprzeć się na tablicy pierwszej, zawierającej dane dość dalekie od rzeczywistości.

Ogólna liczba pism, które w ciągu r. 1934 wydały choćby 1 zeszyt, wynosiła 2566. W stosunku do roku poprzedniego oznacza to spadek (6 pism). Zazna-

czyć jednak należy, iż, poczynawszy od r. 1927, wszystkie lata poprzednie przynosiły zwiększenie tej liczby. Jeszcze w r. 1933 wzrost wyrażał się liczbą 69 pism. Rok 1934 jest pierwszym, w którym nie obserwujemy zwiększenia się ogólnej liczby pism w Polsce.

Z pośród ogólnej liczby 2566 pism, przyniatająca większość 2155 (84%) stanowią wydawnictwa, ukazujące się w języku polskim. 115 pism drukowanych jest po niemiecku, 106 — w żargonie, 105 — po ukraińsku. Liczba pism, drukowanych po polsku, w stosunku do ogólnej cyfry czasopiśmiennictwa w Państwie Polskim znacznie przekracza ilościowy stosunek ludności z językiem ojczystym polskim do ogółu ludności w Polsce (według spisu z r. 1931 69,1%).

Prasa, ukazująca się w języku polskim, wykazuje największą prężność rozwojową. W okresie 1927 — 1934 przyrost wyraża się liczbą około 600 nowych pism (+ 40%). W tym samym okresie prasa niemiecka wzrosła o 17 wydawnictw (+ 17%), prasa ukraińska — o 18 wydawnictw (+ 20%), prasa żargonowa straciła 33 pisma (— 24%).

Silny wzrost wykazują na przestrzeni ostatnich 8 lat pisma drukowane w językach Zachodniej Europy. W r. 1927 pism francuskich było w Polsce 3, angielskich 2; w r. 1934 pism francuskich mamy 19, angielskich 6.

Wśród pism wychodzących w Polsce najliczniejsze są miesięczniki (893). Tygodników jest 468, dzienników 183. Zwraca uwagę zmniejszenie się w ostatnich paru latach liczby czasopism, wychodzących częściej: dzienników jeszcze w r. 1932 było 219, tygodników 484. Wzrosła natomiast liczba wydawnictw, ukazujących się nieregularnie. W r. 1932 było ich 264, w r. 1934 — 376.

Liczba pism w Polsce, obliczona w/g stanu rejestrów na dzień 31 grudnia 1934 r. wynosi 1859; odpowiednia liczba dla r. 1933 wynosi 1855, dla 1932 — 1831.

Dzienniki i czasopisma jako pomoce naukowe

Pod powyższym tytułem ukazały się w miesięczniku „Praca Szkolna“ rozważania p. Józefa Milenkiewicza.

Autor stwierdza, że czytanie dzienników i czasopism przez młodzież szkolną jest zjawiskiem stałym. Rozważając sposoby wykorzystania lektury pism dla celów pedagogicznych, p. Milenkiewicz przytacza wyniki ankiety, którą przeprowadził wśród 107 chłopców ze szkoły powszechnej w wieku od 12 — 15 lat. Pytanie ankietowe brzmiało: Jakie dzienniki i tygodniki, wzgl. miesięczniki chłopcy czytają oraz co ich najwięcej interesuje? W odpowiedziach wymieniono 46 nazw pism najróżniejszego charakteru, poziomu i kierunku politycznego.

Skala zainteresowań chłopców obejmuje, jak się okazało, prawie wszystkie

strony życia współczesnego. Największa liczba odpowiedzi (54 na 107), jako przedmiot szczególnego zainteresowania wymieniła „sprawy polskie“.

Na drugim miejscu (31 na 107 odpowiedzi) znalazły się sprawy zagraniczne. Sport zajął dopiero trzecie miejsce. Na dalszych znalazły się sprawy wynalazków, zagadnienia filmowe, morskie, lotnicze i t. p. Sprawy kryminalne zgłosiło, jako główne zainteresowanie, tylko 5 chłopców.

Powołując się na program ministerjalny, który zaleca układanie z wycinków prasowych gazetki szkolnej, p. Milenkiewicz proponuje szerokie wykorzystanie prasy w szkole przez systematyczne grupowanie odpowiednich wycinków według przedmiotów, wykładanych w szkołach.

Artykuł p. Milenkiewicza zasługuje na uwagę jako wyraz wzrastającego wśród sfer nauczycielskich zrozumienia dla ogromnego znaczenia prasy w życiu społecznym oraz tendencji do zapoznania i zbliżenia młodzieży do tej najpopularniejszej formy słowa drukowanego.

Wyrok skazujący za oszczerstwo

Dn. 2 marca r. b. Sąd Grodzki w Warszawie ogłosił wyrok przeciw Marjanowi Białousowi, b. kierownikowi działu ogłoszeń, i Romanowi Sładowskiemu, b. akwizytorowi, oskarżonym przez pp. Jana Sotomskiego, dyrektora wydawnictwa „Polska Zbrojna“, Władysława Pszczółkowskiego i adw. Mieczysława Pszczółkowskiego o zniesławienie.

Białous i Sładowski, po zwolnieniu ich z pracy w wydawnictwie „Polska Zbrojna“, rozpowszechniać poczęli oszczerstwa, godzące w wydawcę „Polski Zbrojnej“ p. Sotomskiego, buchaltera tego pisma, p. Wład. Pszczółkowskiego i radcę prawnego adw. Miecz. Pszczółkowskiego. M. in. oskarżeni skierowali do paru wybitnych osobistości ze świata wojskowego i prasowego listy, zawierające ciężkie oskarżenia przeciw wyżej wymienionym.

Ponadto Sładowski złożył przeciw pp. Sotomskiemu i Wł. Pszczółkowskiemu doniesienie do prokuratora. Podjęte na tej podstawie dochodzenie zostało przez prokuratora umorzone wobec stwierdzenia całkowitej bezpodstawności oskarżenia.

Sąd, uznając oskarżonych Białousa i Sładowskiego winnymi oszczerstwa (art. 255 K.K.), które mogło poniżyć poszkodowanych w opinii publicznej i podważyć niezbędne dla wykonywania zawodu zaufanie, skazał: Białousa na 3 tygodnie aresztu i 1.000 zł. grzywny, Sła-

dowskiego zaś na 2 miesiące aresztu i 300 zł. grzywny.

Harcerstwo Polskie wydaje katalog prasy skautowej całego świata

Komisariat Międzynarodowy Związku Harcerstwa Polskiego, wykonując uchwałę Międzynarodowej Konferencji Prasy Skautowej, odbytej ub. roku w czasie Jubileuszowego Zlotu w Spale, opracował ankietę w sprawie pism skautowych, którą rozesał za pośrednictwem Międzynarodowego Biura Skautowego w Londynie i Komisarzy Międzynarodowych do redakcji wszystkich pism skautowych na świecie. Ankieta ta ma na celu zebranie materiału do pierwszego katalogu prasy skautowej całego świata, którego opracowanie zostało powierzone harcerstwu polskiemu, jako wyraz uznania za inicjatywę zorganizowania międzynarodowej współpracy pism skautowych, wysuniętą przez nasze harcerstwo na terenie skautingu. Katalog ten wydany będzie w językach: angielskim, francuskim, niemieckim i polskim.

Fakt powyższy uznać trzeba za jeszcze jeden sukces harcerstwa polskiego na międzynarodowym terenie i zapisać jako pozycję dodatnią w naszej propagandzie.

60-lecie „Ogniska“

„Ognisko“, lwowska organizacja pracowników drukarskich, wydała z okazji 60-lecia swego istnienia obszerną jednodniówkę, poświęconą omówieniu historii i działalności tej organizacji. Jak wynika z treści jednodniówki, „Ognisko“ posiada filje w Przemyślu i Stanisławowie. Przy organizacji lwowskiej prowadzi szereg klubów, sekcji i agend, m. in. stowarzyszenie zapomogowe i kasę zaliczkową. Członkowie organizacji mogą korzystać z własnego Domu Zdrowia w Karpatach. Zestawienie finansowe wykazuje, iż w ciągu całego okresu działalności „Ogniska“ wpływy przekroczyły 4 milj. zł.; na zapomogi wydano ponad 3 milj. zł.

Zamiłowany czytelnik

Sąd grodzki w Wilnie w marcu r. b. skazał niejakiego Rogójskiego na 2 tygodnie aresztu; kara ta uzasadniona jest okolicznością, iż skazany przez dłuższy okres czasu systematycznie i codziennie kradł gazetę, wsuwaną przez listonosza do skrzynki, mieszczącej się na drzwiach mieszkania pewnego urzędnika. Rogójski podczas rozprawy tłumaczył się, iż będąc bezrobotnym, nie miał pieniędzy na prenumeratę pism.

Wśród wydawnictw

Jerzy Życki. Propaganda a Polska

Racja Stanu

Warszawa, Nakł. F. Hoesika, 1936 str. 80

P. Jerzy Życki, dyrektor Polskiego Instytutu Współpracy z Zagranicą w swej nowej pracy daje teoretyczne ujęcie zagadnienia propagandy, następnie zaś, przez zestawienie obcych systemów pracy propagandowej, próbuje ustalić wytyczne dla akcji w tej dziedzinie na gruncie polskim.

Publikacja składa się z siedmiu rozdziałów: I. Z przeszłości propagandy; II. Pojęcia propagandy; III. Propaganda a dawna Rzeczypospolita i Polska dzisiejsza; IV. Propaganda III Rzeszy, Italji, Z.S.R.R., Anglii, Francji, Austrii, Bułgarii, Węgier, Hiszpanji i Argentyny; V. Konkluzja: propaganda polska; VI. Wnioski; VII. Zakończenie.

P. Życki dowodzi, że skuteczność propagandy zależy przede wszystkim od wyraźnie skryształizowanych i jasno sformułowanych założeń („Polska Racja Stanu“) oraz od dokładnie wytkniętych celów doraźnych. Propagandę winny cechować aktywność, planowość i ciągłość wysiłków. Winna rozporządzać odpowiednimi środkami, w zasięgu jej organizacji winny być zespolone wszystkie sposoby oddziaływania na opinię publiczną. W ostatecznych swych wywodach p. Życki stwierdza, że zarówno radio, jak prasa, sztuka, teatr lub film są dziedzinami, które propaganda może dla swych celów umiejętnie i zręcznie wyzyskać. Musi to jednak czynić bardzo umiejętnie i niepostrzeżenie, aby nie przeciwstawić się charakterowi tych placówek, których głównymi zaletami są polot i niezależność, czerpiące swą siłę z talentu, wiedzy i kultury duchowej — kierowników.

G. B.

Rocznik Polityczny i Gospodarczy PAT na r. 1936

Ukazał się rocznik Polityczny i Gospodarczy PAT na r. 1936. Pożyteczne to wydawnictwo, doskonale odpowiadające swemu zadaniu: dokładnego i sumiennego informowania o polskim życiu państwowym, politycznym i społecznym, ukazało się w tym roku w znacznie zwiększonej objętości. Rocznik PAT na r. 1936 zawiera szereg nowych informacji, obejmujących działy w poprzednich rocznikach nieuwzględnione. Nowy rocznik PAT omówimy szczegółowo w najbliższym zeszycie „Prasy“.

OD WYDAWNICTWA

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

USTAWY I ROZPORZĄDZENIA

O odpowiedzialności za treść wiadomości prasowych

Coraz częściej w praktyce sądowej spotyka się procesy o zniesławienie w druku. Zwłaszcza w Warszawie liczba tych spraw wzrasta w sposób niepokojący.

Niema dnia niemal, ażeby na wokandy sądowej nie figurowała jedna lub kilka „prasówek“. Czy jest to skutek ostrych polemik prasowych? Nie, najczęściej przedmiotem rozpraw stają się skargi o zniesławienie w treści artykułów informacyjnych i zwykłych notatek reporterskich.

Kodeks z roku 1932 opiera się na zasadzie odpowiedzialności bezwzględnej. Ani dobra wiara, ani fakt działania w interesie publicznym, nie mogą uwolnić oskarżonego od kary. Okoliczności te najwyżej mogą wpłynąć na złagodzenie jej wymiaru.

Rozwijające się na tej płaszczyźnie orzecznictwo wykazuje tendencje nader rygorystyczne. Wyjęcie przestępstw prasowych z pod dobrodziejstwa ostatniej ustawy amnestyjnej jest wymownym przykładem stanowiska ustawodawcy.

Przy tak surowym stosunku prawodawcy i sądów do tego rodzaju wykroczeń, wytaczanie sprawy o zniesławienie w druku staje się czasem procedurą w celach zysków materialnych, lub też poprostu pieniactwem. Niedawno zdarzyło się, że pewien obywatel, po opuszczeniu zakładu dla psychicznie chorych zaskarżył kilka pism warszawskich o zniesławienie. Pisma te umieściły sprawozdania z jednej z licznych spraw sądowych, które ów obywatel wszczął z najbardziej błahych powodów.

Sąd okręgowy w Warszawie, uznał, że informacje odpowiadały prawdzie i wydał wyrok uniewinniający. Nadto w motywach podano, że zaskarżone redakcje, przez umieszczenie wiadomości, rzucających światło na metody postępowania skarżącego, spełniły swój obowiązek walki ze szkodliwymi objawami pieniactwa sądowego. Tymczasem inny komplet w tymże sądzie okręgowym, sądzący redaktora odpowiedzialnego innego pisma w analogicznej sprawie, uznał oskarżonego winnym przestępstwa zniesławienia w druku i wydał wyrok skazujący na areszt i grzywnę. Sąd Apelacyjny wyrok ten zatwierdził. Wytworzyła się sytuacja o tyle osobliwa, że trzy pisma w analogicznej sprawie zostały uniewinnione, czwarte zaś zostało skazane w dwóch instancjach. Dopiero Sąd Najwyższy wyrok skazujący uchylił.

Liczba procesów cywilnych o odszkodowanie materialne za zniesławienie w druku wydatnie się zwiększyła.

Przed rokiem w kilkunastu pismach codziennych, w Warszawie i na prowincji ukazały się informacje, pochodzące ze źródła autoratywnego o p. X., który miał się przyczynić do zamknięcia swojej siostry w zakładzie dla chorych umysłowo, mimo, że była na umyśle zdrowa.

W sprawie tej władze sądowe warszawskie wszczęły dochodzenie, natomiast władze sądowe miasta Y., skąd pochodził oskarżony, dochodzenie umorzyły.

Po umorzeniu dochodzenia, X. wystąpił na drogę karną i cywilną przeciwko redakcjom 14-tu czasopism — na ogólną sumę około 50.000 zł. W powództwach cywilnych uzasadniał swoje żądania materialne możliwością utraty zaufania wśród klientów z powodu kwestionowanych informacji.

Zapadło kilka wyroków w różnych sądach, zasądających żądania powoda. Sądy wyszły z założenia, że aczkolwiek sama treść notatek o fakcie wszczęcia dochodzenia odpowiadała prawdzie, to jednak X. mógł się czuć dotkniętym formą podania tej wiadomości i szczegółami sprawozdań.

Na tle tych spraw warto przypomnieć w tej mierze opinię światowej sławy teoretyka prawa karnego, b. senatora Senatu Rządzącego A. F. Koni:

W każdym przypadku oskarżenia redaktora o zniesławienie, Sąd obowiązany jest mieć na względzie trudności, wynikające z jego stanowiska, zadań i metody działalności publicystycznej. Stojąc jakby w centrum szerokiego koła, do którego napływają wiadomości z całego kraju, redaktor obowiązany jest poważnie ustosunkować się do treści tych informacji. Nie można jednak od niego żądać prowadzenia każdorazowo dochodzeń i badań na miejscu. Pismo musi odzwierciedlać przebieg zjawisk życia społecznego. Sąd winien wejść w położenie redaktora i ocenić, czy miał przeświadczenie o prawdziwości podanych wiadomości oraz, czy miał wystarczające podstawy, aby dojść do takiego przeświadczenia“.

(Prof. Rozin, „O zniewadze czci“, analiza kryminalno-prawna, część ogólna 1910 r. str. 309 i 311).

Nie tylko Koni stał na tem stanowisku. Prof. Rozin w cytowanym dziele (str. 318) tak streszcza poglądy literatury naukowej angielskiej, włoskiej, francuskiej i dawnej niemieckiej:

„Warunki działalności prasy są takie, że pedantyczne sprawdzanie umieszczanego materiału, jest niemożliwe. Jako korektywa, mógłby być ustanowiony obowiązek pisma umieszczania sprostowań.

Korektywą mógłby być również proces sądowy, zmierzający jedynie do ustalenia prawdy, nie zaś do ukarania redaktora. Przestępstwo może być uznane za dokonane tylko w tym wypadku, jeżeli pismo umieściło zniesławiającą informację świadomie, lub jeśli w sformułowaniu tej informacji przekroczyło granice, dozwolone prawem i dobrymi obyczajami.

Należy pragnąć, aby poglądy te, oparte na zrozumieniu potrzeb i metod pracy dziennikarskiej, znalazły dostęp do judykatury naszej.

Z.

Sprawy prasowe w Min. Przemysłu i Handlu

Statut organizacyjny Min. Przemysłu i Handlu zmieniony uchwałą Rady Ministrów z 17 stycznia 1936 r. (Mon. Pol. Nr. 39, poz. 69) przewiduje, iż Departament Ogólny obejmuje między innymi także sprawy prasowe.

Sprzedż czasopism

Przepisy o sprzedaży czasopism są zawarte w rozporządzeniach porządkowych, wydanych przez poszczególnych wojewodów. Przepisy te zostały wydane na podstawie art. 108, punkt 2 rozp. Prezydenta Rz. z 19 stycznia 1928 r. o organizacji i zakresie działania władz administracji ogólnej (Dz. U. R. P. Nr. 11 poz. 86).

Prowadzenie przez osoby fizyczne lub prawne przedsiębiorstwa kolportażu czasopism, t. j. rozprzedaży w większej ilości nabytych lub przyjętych w komis czasopism krajowych lub zagranicznych tak trybem obnośnym przy pomocy kolporterów ulicznych, jak i przy pomocy osób posiadających stałe punkty sprzedaży, dozwolone jest tylko na podstawie zezwolenia właściwego starosty powiatowego na prawo kolportażu (w Warszawie — zezwolenie Komisarza Rządu).

Rozporządzeń porządkowych wojewodów w sprawie sprzedaży czasopism dotychczas ukazało się 13 (4 wydano w okresie od 1930-34, a 9 w 1935 r.). Przytaczamy je w tej kolejności, w jakiej zostały one wydane. Rozp. porz. Komisarza Rządu m. st. Warszawy z 11.X.1930 r. (Warsz. Dz. Wojew. Nr. 42 poz. 57), obow. od 11.X.1930 r.; rozp. porz. Wojewody Poleskiego z 25.III.1931 r. (Pol. Dz. Wojew. Nr. 7, poz. 44), obow. od 2.IV.1931 r.; rozp. porz. Wojewody Łódzkiego z 15.IX.1933 r. (Łódzki Dz. Wojew. Nr. 19 poz. 240), obow. od 16.IX.1931 r.; rozp. porz. Wojewody Lubelskiego z 26.IV.1934 r. (Lub. Dz. Wojew. Nr. 8 poz. 68) obow. od 30.IV.1934 r.; rozp. porz. Wojewody Kieleckiego z

26.IV.1935 r. (Kiel. Dz. Wojew. Nr. 8 poz. 52), obow. od 1.V.1935 r.; rozp. porz. Wojewody Krakowskiego z 15.VII.1935 r. (Krak. Dz. Wojew. Nr. 16 poz. 88), obow. od 18.VII.1935 r.; rozp. porz. Wojewody Stanisławowskiego z 18.VII.1935 r. (Stanisław. Dz. Wojew. Nr. 9 poz. 59), obow. od 22.VII.1935 r.; rozp. porz. Wojewody Białostockiego z 19.VII.1935 r. (Biał. Dz. Wojew. Nr. 12, poz. 46), obow. od 22.VI.1935 r.; zarządzenie porz. Wojewody Nowogródzkiego z 25.VII.1935 r. (Nowogr. Dz. Wojew. Nr. 23 poz. 71), obow. od 8.X.1935 r.; rozp. porz. Wojewody Wileńskiego z 9.VIII.1935 r. (Wil. Dz. Wojew. Nr. 11, poz. 75), obow. od 15.VIII.1935 r.; rozp. porz. Wojewody Warszawskiego z 14.VIII.1935 r. (Warsz. Dz. Wojew. Nr. 22, poz. 149), obow. od 3.IX.1935 r.; rozp. porz. Wojewody Wolyńskiego z 30.VIII.1935 r. (Wol. Dz. Wojew. Nr. 23, poz. 164), obow. od 1.X.1935 r.; rozp. porz. Wojewody Pomorskiego z 26.X.1935 r. (Pom. Dz. Wojew. Nr. 23, poz. 269), obow. od 4.XI.1935 r.

Przekroczenie powyższych rozporządzeń wojewodów ulega karze grzywny do 500 zł. lub karze aresztu do 14 dni, albo obu tym karom łącznie. Niezależnie od tego może być cofnięte zezwolenie lub odebrane prawo kolportażu i sprzedaży.

Debit pocztowy

Zabroniony jest przywóz do Polski, rozpowszechnianie w kraju i przewóz za granicę następujących czasopism: Labor Defender (Tornado, Kanada), Naje Presse (Paryż), Przyszłość (Paryż).

Z ORZECZNICTWA SĄDU NAJWYŻSZEGO

Nieurzędowy wywiad jako znieślawienie (art. 255 k. k.)

Rozszerzenie uwłaczających czci innej osoby pogłosek może nastąpić także w formie pytania o prawdziwości takiej pogłoski. Z tych względów nieurzędowe wywiady mogą uchodzić za rozpowszechnienie uwłaczających pogłosek (7.III 35 Nr. 2 K 1868(34))

Krytyka niepodpadająca pod przepisy o zniewagach (art. 255 k. k.)

Zgodnie z zasadą k. k., iż pojęcie bezprawności tkwi u podstaw prawa karnego — pozbawione są znamion

zniewagi oświadczenia, które nie mają cech bezprawności. Nie jest więc przestępstwem krytyka przejawów działalności duchowej, noszącej cechę osobistej twórczości, jak np. krytyka charakteru lub sposobu redagowania pewnego czasopisma (8.IV. 35 Nr. 3 K. 118(35))

Znieślawienie władzy i rozpowszechnianie fałszywych wiadomości (art. 170 i 127 k. k.)

Retoryczne wyrażanie się, „że tak jak Jezus Chrystus cierpiał i kamieniem go przywalili, tak i naród cierpi” — może stanowić „wiadomość” w rozumieniu art. 170 k. k., gdy celem oskarżonego było, aby pod tą postacią przemycić fałszywą informację i uogólnioną o faktach ucisku lub dążności do ucisku ze strony władz, i aby słuchacze tak to wyraźnie rozumieli. Poza-tem zaś piętnowanie przesadne stosunków politycznych, jako ucisku, może przedstawiać się w miarę okoliczności, jako znieważenie władz, karalne według art. 127 k. k. (7.III, 35 Nr. 2 K. 1855 (34)).

25 zeszytów „Prasy”

= 790 stron - za 9 zł.

Komplety „Prasy”, obejmujące zeszyty z lat 1930, 1931, 1932, 1933, 1934 i 1935 (prócz wyczerpanych n-rów 3/31 i 12-1-2/32-33) są do nabycia w cenie 9-olu złotych w Administracji „Prasy”

25 zeszytów (w tem 2 zeszyty francuskie)

zawiera 790 str. treści

Adres Administracji „Prasy”: Warszawa, Krak. Przedmieście 40 m. 11

PRASA NA SZEROKIM SWIECIE

ABISYNJA

Odwrót rzeszy dziennikarskiej

Liczba korespondentów zagranicznych na froncie abisyńskim przy obu walczących armjach bardzo zmalała. W Addis Abeba pozostało czterech. Wydawców ochłodziły koszty, korespondentów — trudy fizyczne i klimat. Przewidywane jest, że przed porą wielkich deszczów sztab dziennikarski za frontem ulegnie dalszej redukcji. Zwłaszcza, że wśród ludności miejscowej daje się odczuwać coraz większą nienawiść do cudzoziemców, krajowcy zaś nie zawsze umieją rozróżnić, który europejczyk jest Włochem, a który nim nie jest.

CHINY

Stan obecny prasy

Według statystyki, zebranej przez chińskie ministerstwo spraw wewnętrznych, w lipcu roku ubiegłego wychodziło w Chinach 2050 dzienników i 1530 czasopism. Było zarejestrowanych około 900 agencji informacyjnych.

Prasa na usługach rządu

Nowy minister spraw wewnętrznych, generał Czang-Tso-Piu, opracował projekt ustawy prasowej, której celem ma być podporządkowanie prasy celom rządowym. Prasa, według opinii ministra, powinna zwracać uwagę rządu na braki i niedostatki lokalne, jak również przeciwdziałać szkodliwym poczynaniom przez odpowiednie informacje. Z tego względu redakcje winny dbać, aby sztab dziennikarzy, zbierających i podających informacje, składał się z jednostek godnych zaufania. Prócz tego jednak gazety mają obowiązek współdziałać przy reformach, podejmowanych przez rząd. W tej mierze gazety chińskie winny popierać akcję rządu, jak również przygotowywać zawczasu warstwy społeczne do wyborów.

FRANCJA

Przewóz gazet samolotami

Dotychczas dokonywany był przez „Air-France”. Teraz ma się podjąć przewozu Tow. „Commercial „Air-Flect”. Dotychczasowy ładunek 900 kg. ma być podwyższony do 1500 kg.

Konfiskata niedzielnego dodatku „Journal’u”

Nastąpiła ona naskutek interwencji ambasady niemieckiej z powodu feljetonu, omawiającego rzekome przygody miłosne kanclerza Hitlera. Redakcja „Journal’u” zaprotestowała bardzo gwałtownie. „Odtąd wzbudzone zostaje dziennikarzom francuskim pisanie o Niemczech bez wizy berlińskiej Wilhelmstrasse. Tak musimy interpretować tę konfiskatę”. Opinia publiczna we Francji przyjęła jednak to zarządzenie władz francuskich spokojnie. Ekscesy, praktykowane w gonitwie za sensacją, budzą coraz większy niesmak.

LITWA

Nowa ustawa prasowa

Ustawa ta weszła w życie z dniem 1 stycznia 1936 r. Opiera się na cokolwiek przedawnionych zasadach niemieckiego prawa prasowego z r. 1874. W nowej ustawie litewskiej nadzór ze strony władz państwowych jest bardzo surowy i jak gdyby zaczerpnięty z ducha władzy absolutnej. Drukarnie muszą meldować o każdym dokonanym druku. Te sprawy regulują specjalne, nader ściśle przepisy. Czasopisma i dzienniki wychodzące w języku nie litewskim muszą drukować — obok nagłówka — jego przekład w języku litewskim. Zanim dziennik lub czasopismo opuści drukarnię, dwa egzemplarze każdego numeru muszą być dostarczone naczelnikowi okręgu. Naczelnikowi przysługuje prawo zakazu rozpowszechniania każdego druku, a więc każdego numeru czasopisma lub dziennika. Zakaz wydawania dziennika lub czasopisma ogłasza minister spraw wewnętrznych, w szczególnych wypadkach może jednak uczynić to także naczelnik okręgu, winien tylko natychmiast zawiadomić o takich zarządzeniach ministra.

Ustawa poucza, że wydawnictwa prasowe winny dbać o czystość i poprawność języka litewskiego. Pod tym względem prasa podlega jurysdykcji ministra oświaty, który może ze swej strony również wstrzymać wydawanie pisma, nie przestrzegającego prawideł gramatyki. Redaktor winien mieć wyższe wykształcenie. Ministrowi przysługuje prawo czynienia w tym względzie wyjątków. Koncesje na wydawanie dziennika lub czasopisma wydaje minister spraw wewnętrznych. Prezydent rady ministrów ma prawo żądać od redaktora, by stosował się w swej pracy do dyrektyw rządu. Litewska ustawa prasowa, jedyny w swoim rodzaju produkt mentalności kowieńskich mężów stanu świadczy wymownie, jak rozumieją oni dalszy rozwój polityczny i kulturalny tego kraju.

NIEMCY

Dziennik a polityka

Pod powyższym tytułem („Zeitung und Politik”) ukazała się nowa książka znanego niemieckiego prasoznawcy, dyrektora Instytutu Prasoznawczego w Lipsku i nowomianowanego dziekana wydziału filozoficznego, dr. H. Muenstera (wyd. R. Noske, Lipsk, 1934, str. 160 i nast.).

Autor usiłuje udowodnić tezę, że publicystyka w czasopiśmie winna być uzależniona od kierownictwa politycznego, które rzuca — w państwie „totalnem” musi być podporządkowane klauzulom ideowym narodowo-socjalistycznym.

Rola współtwórców dziennika: redaktora, wydawcy i korespondentów ujęta została w książce w sposób interesujący. Stosunek kościoła, partji i prywatnych organizacji do prasy potraktował autor bardzo tendencyjnie. Jego praca jest apologią obecnego w Niemczech reżimu. Pod względem naukowym i metodologicznym niewiele wnosi nowego. Polskiego czytelnika zainteresować może jako objaw „klimatu” obecnej literatury fachowej w Trzeciej Rzeszy. (j. g.)

NORWEGJA

Prasa korzysta z pełni wolności

Prawodawstwo norweskie zabezpiecza prasie wolność bardzo rozległą. Cenzura w Norwegii została zniesiona w 1770 r., później jednak nastąpiły pewne zastrzeżenia. Założenie drukarni wymagało „przywileju królewskiego”. Jednakowoż konstytucja z r. 1814 głosiła, iż każdemu wolno jest wypowiadać otwarcie swoją opinię o administracji państwa i o wszelkich innych sprawach. Sąd ingeruje w tych wypadkach, gdy słowo drukowane wzywa do gwałcenia prawa, gdy podkopuje religię, moralność i władzę konstytucyjną, gdy zawiera obelgi, potwarze i rozmyślane fałszywe doniesienia. W Norwegii niema specjalnej ustawy prasowej. Prasa podlega kodeksowi ogólnemu, zarówno w dziedzinie cywilnej jak karnej.

Każdy obywatel norweski, a nawet obcy ma prawo w Norwegii wydawać dziennik lub czasopismo, być redaktorem naczelnym. Założenie nowego wydawnictwa nie jest związane z jakimikolwiek formalnościami. Drukarnie obowiązują przepisy ogólne, normujące przemysł. Niedozwolone jest wszakże, aby „redaktor odpowiedzialny”, podpisujący pismo, był tylko figurantem. Podpisujący pismo musi redaktor istotnie pismem kierujący. Jeśli autor zaskarżonego artykułu jest nieznan, prawo norweskie przerzuca odpowiedzialność na redaktora naczelnego, lub wydawcę. Jeden i drugi może być również pociągnięty do odpowiedzialności, jako współwinny, o ile inkryminowany artykuł został wydrukowany z ich wiedzą. Wydawca i redaktor naczelnicy odpowiadają również przed sądem karnym za przeoczenie artykułu o treści występnej. Prawo odpowiedzi przysługuje tylko w stosunku do informacji. Umieszczenie odpowiedzi za wydrukowany artykuł może być odrzucone.

Wydawnictwa są odpowiedzialne cywilnie za ewentualne szkody, wyrządzone przez wydrukowanie artykułu, informacji lub ogłoszenia, godzących w interesy moralne lub materialne osób trzecich, o ile te ostatnie przeprowadzą dowód prawdy.

STANY ZJEDNOCZONE A. P.

Statystyka

Według świeżo ogłoszonych statystyk nakłady dzienników, wydawanych w języku angielskim w Stanach Zjednoczonych i w Kanadzie, podniosły się w roku ubiegłym, w stosunku do roku 1934, o 1 milion 910 tys. egz. Większą zwyczaję wykazują czasopisma (wydanie niedzielne): 2 miliony 225 tys. egz. Natomiast liczba wydawnictw zmniejszyła się o 150 perjodyków i dzienników. Nadmierne rozproszkowanie wydawnictw zwolna, lecz stale ustępuje.

Najważniejsze kategorie ogłoszeń prasowych

W Atlantic-City odbył się kongres szefów propagandy reklamowej wydawnictw amerykańskich. Według statystyki, która była przedstawiona kongresowi, pro-

dukty farmaceutyczne stanowią w prasie Stanów największą pozycję ogłoszeniową—37,8% ogólnej sumy reklam. Dalsze miejsce zajmują produkty toaletowe (25,87%), trunki i napoje (15,56%), biżuterja i zegarki (8,85%), produkty spożywcze (8,47%).

TYBET

Jedyny dziennik

Wychodzi w języku tybetańskim, w Lhasie. Nakład — 50 egzemplarzy, które rozsyłane są pobożnym i uczonym w piśmie lamom. Ci urządzają specjalne zebrania, na których odczytują wiernym nowiny ze świata, które cenzura duchowna uznaje za pozytywne.

WĘGRY

Zmiany w prawodawstwie prasowym

Ostre ataki prasy opozycyjnej na wybitne osobistości ze świata politycznego sprawiły, że partja rządowa postanowiła wystąpić jaknajrychlej z projektem nowej ustawy prasowej.

WIELKA BRYTANJA

Ograniczenia w reportażu sądowym

Urzędowa komisja, powołana do zbadania i zrewidowania stosunków w jakich pracują sędziowie śledczy (coroners) uznała, że informacje dziennikarskie o samobójstwach często przekraczają miarę. Szczegóły, dotyczące samobójstw, bywają bardzo przykre dla dotkniętych rodzin, przylem podniecają niezdrówą ciekawość, niekiedy nawet wywołują niebezpieczną sugestję. Komisja wyraziła opinię, że informacje o samobójstwach powinny się ograniczyć do nazwisk i adresów.

Natomiast wniosek przeciw własnym informacjom dziennikarskim przy poszukiwaniu sprawców zbrodni — jako, iż takie informacje mogą utrudnić zadanie władzom śledczym, — nie zyskał wiążącości głosów.

Konkursy „Krzyżówek”

Wysoka Izba Sądowa angielska (High Court of Justice) wydała orzeczenie, według którego prawo, zakazujące w Anglii loteryj publicznych, rozciąga się również na „krzyżówki” z nagrodami, ogłaszane w dziennikach i czasopismach. W motywach powiedziano, że „każda osoba może nabyć za cenę minimalną egzemplarz dziennika, który uprawnia do ubiegania

się o nagrodę konkursową. Zaś wynik konkursu zależy wyłącznie od fortunnego losu”. „Krzyżówki” z nagrodami są bardzo rozpowszechnione w dziennikach i czasopismach angielskich. Nagrody bywają wysokie. Ostatnio „People” ogłosiło tego rodzaju konkurs, wyznaczając nagrody w sumie ogólnej 2.000 funtów szterlingów. Podobne konkursy zorganizowały równocześnie „News of the World”, „Daily Herald”, „Sunday Dispatch” i „Sunday Chronicle”. Nic dziwnego, że orzeczenie Wysokiej Izby Sądowej wywołało w londyńskich kołach wydawniczych silne zaniepokojenie.

Potęgą reklamy prasowej

Berliński tygodnik „Zeitungsverlag” donosi o wielkim sukcesie kolegielnej akcji ogłoszeniowej, którą podjęły i przeprowadziły w Anglii wielkie browary. Konsumpcja piwa w r. 1935 wykazała duży wzrost.

Propaganda uzdrowisk angielskich

Związek przedstawicieli miejscowości kuracyjnych (Association of Health and Pleasure Resorts) podjął energiczną propagandę na rzecz krajowych uzdrowisk. Inicjatorom chodzi zwłaszcza o inten-

cras 2 190/7/3
sywną akcję reklamową w dziennikach i czasopismach, jako zapewniającą najlepsze rezultaty.

ROSJA

Rozwój prasy

Dziennik czeski „Lidove Noviny” podaje szczegóły o rozwoju prasy sowieckiej. Gdy w r. 1912 wychodziło w Rosji 1656 czasopism i 1131 dzienników, obecnie na zredukowanym terytorjum sowieckim drukuje się 2004 periodyków i 12363 wydawnictw codziennych. Zauważyć wszakże trzeba, że bardzo znaczna liczba tych wydawnictw różni się tylko nagłówkami, że wszystkie są produkcją rządową i że przeważnie w celach propagandy są rozsyłane lub rozdawane bezpłatnie. Periodyki po większej części mają charakter dydaktyczny: poświęcone są technice, rolnictwu i sprawom przemysłowo-gospodarczym. 164 z pośród nich zajmują się zagadnieniami oświaty i kultury. W 1912 r. prasa w Rosji drukowała się w 24 językach. Obecnie — w 79. W jednym tylko języku baszkirskim wychodzi w chwili obecnej 79 czasopism i 69 dzienników. Liczba wydawnictw w języku ukraińskim wynosi: 102 periodyki i 1796 dzienników. Przed wojną drukowało się 12 periodyków i jeden dziennik. Białorusini mieli przed wojną 3 periodyki; dziennika wcale nie posiadali. Obecnie w Sowietach wychodzi w języku białoruskim 32 periodyki i 304 dzienniki. Góruje jednak zawsze prasa wielkoruska. Liczy ona 1638 czasopism i 8676 dzienników. Główny organ Wszechrosyjskiej Partji Komunistycznej „Prawda”, ma posiadać nakład 1.708.500 egz., „Izwestija” 1 milion 600 tys. egz. Lecz te imponujące cyfry nasuwają wspomnienia o owych pięknie rozbudowanych wioskach, które miłośnik Patimkin bluffował szlak podróżny Kartarzyni II-ej...

Liczba dzienników kozackich ma wynosić ogółem 368 o nakładzie 486.000 egz.

S O M M A I R E

Stanisław Kauzik: La nouvelle loi de la presse.

Réunion du Conseil de la S-té „Ruch”. Le colportage par l'intermédiaire de la poste au IV-ème trimestre 1935. 50-ème anniversaire de la „Gazeta Olsztyńska”.

Franciszek Głowiński: Les entreprises d'Etat et la publicité de presse.

LES ORGANISATIONS DE JOURNALISTES.

LES TRAVAUX DE L'ASSOCIATION POLONAISE DES EDITEURS.

CHRONIQUE POLONAISE.

LOIS ET DECRETS CONCERNANT LA PRESSE.

La responsabilité de la presse.

LA PRESSE A TRAVERS LE MONDE.

KIEROWNIK DRUKARNI (fachowiec) mistrz drukarski, dzielny administrator, kalkulator, organizator, dysponent, z dłuższą praktyką jako kierownik w poważnych zakładach graficznych, POSZUKUJE POSADY. Referencje i świadectwa pierwszorzędne. Miejscowość obojętna. Łaskawe zgłoszenia uprasza się nadsyłać H. Błażejczak, Poznań, ul. Kozia 24, m. 3.

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

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

Ogłoszenia drobne po 30 gr. za wyraz. Przy ogłoszeniach drobnych żadnych rabatów nie udziela się. **Rękopisów redakcja nie zwraca.** **Przedruk z „Prasy”** dozwolony za podaniem źródła.

Adres Redakcji i Administracji: Warszawa, Krakowskie-Przedmieście 40 m. 11. Tel. 540-00. Konto P. K. O. 18.606
Konto rozrachunkowe: Warszawa I nr. 751.

WYDAWCA: POLSKI ZWIĄZEK WYDAWCÓW DZIENN. I CZASOPISM. **REDAKTOR:** STANISŁAW KAUKIK.

Zakład Graficzny Tow. Wvd. „Bluszcz”. Warszawa. Sołec 87.