



# PRASA

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

Stanisław Kauzik

## O rozwój prasoznawstwa w Polsce

Prasa, jako zjawisko o niezwykle ważkim znaczeniu społecznym, interesowała badaczy naukowych już w pierwszych okresach swego rozwoju. Już w połowie XVII w. spotykamy się z pierwszymi wykładami i pracami o prasie, co pozwala stwierdzić prof. Heide w swej pracy „Wie studiere ich Zeitungswissenschaft“, iż zbliża się 300-lecie studiów nad prasą.

Wszelkie jednak poczynania w zakresie studiów nad prasą miały aż do pierwszych lat bieżącego stulecia charakter dorywczy. Poszczególne badacze zagadnień prasowych stosowali przy ich opracowywaniu metody właściwe innym dyscyplinom naukowym. Odrębną gałęzią wiedzy, a następnie nauki, rozporządzającą własnymi metodami badawczymi, o określonym ściśle przedmiocie badania, stało się prasoznawstwo dopiero w XX w. dzięki pracom Grotha, Bömera, Dovifata i Lehmana. W tym też czasie zaczęły powstawać specjalne instytuty, mające za zadanie prowadzenie studiów prasoznawczych.

Inicjatywa utworzenia Instytutu Prasoznawczego wyszła od wydawcy „Leipziger Neueste Nachrichten“, który złożył w r. 1908 pierwszą kwotę na ten cel. Pierwszy jednak Instytut zorganizowany został dopiero na początku wojny (1916 r.) przy Uniwersytecie Lipskim. Podczas wielkiej wojny europejskiej pań-

stwa, wplątane w tragiczny konflikt dziejowy, zrozumiały i oceniły potęgę tego niezawodnego i bardzo skutecznego środka opanowania psychiki mas. Prasa stała się przedmiotem pilnej uwagi mężów stanu, polityków, wodzów. Specjaliści, naukowcy, zabrali się do studiów nad prasą w sposób zorganizowany, planowy szczególnie inten-

sywnych w okresie ostatnich 20 lat. „Siódme Mocarstwo“, jest już dziś szczególnie zbadane pod różnymi kątami widzenia. Specjalne studia prowadzone są przy tym oddzielnie nad gazetą, a oddzielnie nad czasopiśmie. W wielu krajach powstały specjalne organizacje i instytuty, których celem jest prowadzenie bądź popieranie pracy naukowej w tej dziedzinie.

Tak np. w Niemczech prace naukowe w szerokim zakresie prowadzi 11 instytutów prasoznawczych w berlińskim „Institut für Zeitungswissenschaft“ na czele. Nadto istnieje w Niemczech 15 katedr prasoznawstwa na Uniwersytetach, nie licząc docentur i lektoratów na wyższych uczelniach specjalnych; zorganizowana została również cała ogromna sieć stowarzyszeń i związków fachowych prasoznawczych, połączonych w Ogólnoniemieckim Związku Organizacji Prasoznawczych.

W Stanach Zjednoczonych Ameryki utworzono największą ze wszystkich państw liczbę katedr prasoznawstwa. Istnieje też i świetnie się rozwija szereg uniwersytetów, poświęconych wyłącznie prasie i dziennikarstwu.

Na szeroką poważną skalę zakroił swą działalność założony niedawno przy Uniwersytecie Paryskim Instytut Wiedzy Prasowej.

Nie będziemy tu rozwodzić się szerzej nad osiągnięciami

### TREŚĆ ZESZYTU

(Voir le sommaire en français à la page 20)

Stanisław Kauzik: *O rozwój prasoznawstwa w Polsce.*

Pięć lat na stanowisku ministra poczt i telegrafów.

fg.: *Prace nad uporządkowaniem rynku ogłoszeniowego.*

Franciszek Kusz: *Bugra.*

Aleksander Gozdowski: *Wystawa prasy fachowej na Targach Lipskich.*

*Sukcesy propagandy zbiorowej.*

*Niemiecka poczta państwowa i prasa w r. 1936.*

Leon Zieleniewski: *Polskie dzienniki wspólne. Działalność T-wa Ruch w r. 1937.*

**PRACE ZWIĄZKU WYDAWCÓW.**

**ORGANIZACJE I SPRAWY DZIENNIKARSKIE.**

**KRONIKA KRAJOWA.**

**PRAWO A PRASA.**

**PRASA NA SZEROKIM SWIECIE.**

w dziedzinie prasoznawstwa, dokonany mi przez Niemców, Francuzów czy Amerykanów. Pisaliśmy już o tym obszernie na łamach „Prasy“\*), wskazując na konieczność utworzenia w Polsce organizacji, która stałaby się ośrodkiem studiów nad prasą\*\*).

Obecnie pragniemy na tym miejscu omówić bardziej szczegółowo cele i zadania takiej w Polsce organizacji, gdyż podjęta przez Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism przed paru laty inicjatywa powołania do życia Towarzystwa Wiedzy Prasowej jest już bliska realizacji. Zebranie bowiem zaproszonych przez władze Polskiego Związku Wydawców przedstawicieli świata nauki oraz sfer prasowych, poświęcone omówieniu sprawy powstania Towarzystwa i ustaleniu wytycznych jego organizacji, przez usta wybitnych profesorów, wydawców, redaktorów naczelnych, publicystów i dziennikarzy, wypowiedziało się jednogłośnie za utworzeniem Towarzystwa. Wyłoniona Komisja Organizacyjna kończy już swe prace.

W najbliższej przeto już przyszłości T-wo zostanie powołane do życia i rozpocznie swe prace. Jakież więc winny być wytyczne jego działalności w pierwszym okresie prac?

Analiza działalności instytutów zagranicznych wskazuje, iż rozwijają one akcję w dwóch kierunkach: 1) w kierunku badań naukowych, które w końcowym rezultacie znajdują swój wyraz w akcji wydawniczej i 2) w kierunku zużytkowania wyników studiów nad zagadnieniami prasowymi dla celów praktycznych, — dla podniesienia i doskonalenia prasy zarówno w dziedzinie redakcyjnej jak i w dziedzinie rozbudowy kolportażowej, ogłoszeniowej i technicznej. Stwierdzić należy, iż rozwiązywanie zadań praktycznych wysuwa się obecnie na czoło prac tych instytutów, co jest znakomicie ułatwione wobec poważnych już osiągnięć w dziedzinie prac naukowych.

Władze Związku Wydawców zdają sobie sprawę z konieczności rychłego podniesienia poziomu redakcyjnego, organizacyjnego i technicznego wydawnictw. Kierownicy przedsiębiorstw prasowych, redaktorzy naczelni wysuwają jako najpilniejsze postulaty: 1) postulat odpowiedniego przygotowania nowych sił dziennikarskich, 2) postulat pogłębienia wiadomości fachowych wśród pracowników redakcyjnych, 3)

\*) Patrz artykuł St. Kauzika: „Instytut Wiedzy Prasowej przy Uniwersytecie Berlińskim“ — Prasa, listopad 1936 r.

\*\*) Patrz artykuł St. Kauzika: „T-wo Wiedzy Prasowej“, luty 1937 r.

zorganizowanie odpowiednich pomocy dla pracy redakcyjnej, uporządkowanie obsługi informacyjnej, zorganizowanie archiwów aktualnych materiałów informacyjnych i dokumentów, archiwum wycinków ze skorowidzami, bibliografii ważniejszych artykułów itp., 4) postulat pogłębienia wiadomości fachowych pracowników administracyjnych wydawnictw z dziedziny kolportażu, ogłoszeń, propagandy wydawniczej, z dziedziny techniki drukarskiej i ilustracyjnej, towaroznawstwa w zakresie surowców wydawniczych itd., 5) postulat pogłębienia rynku czytelniczego i zrozumienia wśród sfer gospodarczych znaczenia reklamy prasowej.

Pierwsze prace Towarzystwa Wiedzy Prasowej muszą mieć na względzie zadośćuczynienie tym żywotnym potrzebom prasy polskiej. Jako pilne zadanie Towarzystwa zarysowuje się akcja pedagogiczna, którą winna zapoczątkować:

a) zorganizowanie na jesieni 1938 r. dwutygodniowych kursów dokształcających:

- 1) dla dziennikarzy,
- 2) dla pracowników administracyjnych wydawnictw;

b) zorganizowanie zwiedzania przez uczestników kursów dokształcających oraz pracowników przedsiębiorstw wydawniczych nowoczesnie zorganizowanych zakładów wydawniczych;

c) zorganizowanie na wiosnę 1939 r. bezpłatnych korespondencyjnych kursów o prasie dla nauczycieli szkół powszechnych i średnich celem zapoznania ich z prasą i objaśnienia ich, jak należy posiłkować się gazetą i czasopiśmie podczas wykładów w szkołach.

Obok działalności pedagogicznej winna być zorganizowana w porozumieniu z naczelnymi redaktorami akcja pomocy dla prac redakcyjnych wydawnictw w formie archiwum dokumentów, materiałów informacyjnych biograficznych, bibliograficznych, chronologicznych i statystycznych, archiwum wycinków i in. ewent. w formie periodycznych biuletynów informacyjnych.

Aby Towarzystwo mogło z pożytkiem spełniać powyższe zadania, wysuwane jako nieodzowne potrzeby życiowe prasy polskiej w dniu dzisiejszym, konieczne jest równoległe przygotowywanie kadr prasoznawców oraz zbieranie materiałów, które umożliwiłyby pracownikom naukowym, poświęcającym się badaniu poszczególnych odcinków życia prasowego, przeprowadzenie odpowiednich studiów.

Równoległe więc z akcją pedagogiczną winny być podjęte przez Towarzystwo Wiedzy Prasowej usiłowania mające na celu: 1) podjęcie w porozumie-

niu z władzami Uniwersytetu im. Marszałka J. Piłsudskiego starań w sprawie przygotowania pierwszych kadr pracowników naukowych w dziedzinie prasoznawstwa, 2) podjęcie w przyszłości starań w sprawie utworzenia katedr nadzwyczajnych prasoznawstwa na Uniwersytetach warszawskim, krakowskim i poznańskim, 3) zorganizowanie w porozumieniu z władzami Uniwersytetu im. Marszałka J. Piłsudskiego wstępnych prac seminaryjnych z dziedziny prasoznawstwa dla absolwentów Wyższej Szkoły Dziennikarskiej i innych wyższych zakładów naukowych, oraz dla kierowniczych jednostek w przedsiębiorstwach wydawniczych, pragnących przygotować prace naukowe z poszczególnych działów prasoznawstwa.

Podstawą wszelkich prac i akcji Towarzystwa Wiedzy Prasowej zarówno w dziedzinie naukowej jak i pedagogicznej będą materiały informacyjne, dotyczące obecnego stanu prasy polskiej i ważniejszych państw Europy tudzież materiały, dotyczące poszczególnych zagadnień prasowych. Wstępne prace wszystkich zagranicznych instytutów prasowych obejmują systematyczne zbieranie i opracowywanie takich materiałów.

Początkowa działalność naszego Towarzystwa Wiedzy Prasowej winna zgromadzić przede wszystkim gruntowne i wszechstronne dane o obecnej rzeczywistości prasy polskiej, o jej bolączkach i potrzebach. Dane takie w znacznym stopniu posiadamy dziś dzięki pracom Związku Wydawców. Archiwum Związku Wydawców jest już bogatą zbiornicą materiałów informacyjnych, przede wszystkim prawnych, statystycznych i historycznych, obejmujących dokumenty i akta w odniesieniu do wszystkich zagadnień prasowych, które były przedmiotem prac Związku w ciągu 10-lecia jego istnienia. Były to niemal wszystkie zasadnicze zagadnienia prasowe i wydawnicze, jak zagadnienie nowelizacji ustawodawstwa prasowego, zagadnienie uregulowania stosunków prawnych zawodu dziennikarskiego, zagadnienie obsługi informacyjnej dzienników, stosunków prasy do radia, gospodarczych warunków rozwoju dzienników i czasopism (sprawy drukarskie, papiernicze i in.), wreszcie liczne zagadnienia kolportażowe, ogłoszeniowe, propagandy i techniki wydawniczej oraz związane z nimi sprawy obsługi prasy przez Poczta, Telefon i Telegraf, Koleje Państwowe, Linie Lotnicze i wiele, wiele innych. Materiały te są obecnie porządkowane, aby mogły posłużyć, jako poważne źródło dla opracowań naukowych, jako kopalnia

wiadomości praktycznych. Specjalne znaczenie mają również materiały zawarte w 9-ciu rocznikach wydawnictwa „Prasa”.

Z chwilą podjęcia działalności przez Towarzystwo Wiedzy Prasowej materiały Związku Wydawców winny być opracowane według planowanych akcji tego Towarzystwa i pod kątem widzenia przyszłych prac Instytutu Wiedzy Prasowej, projektowanego ośrodka systematycznych naukowych studiów nad prasą. Prace wstępne w tej dziedzinie winny objąć:

1) Zorganizowanie archiwum : a) w sprawach wydawniczo-prasowych polskich z materiałów roneografowanych i z akt Związku Wydawców, przekazanych do archiwum centralnego (wg specjalnej klasyfikacji), b) archiwum materiałów agencyjnych, dostarczanych prasie polskiej przez poszczególne agencje telegraficzne i biura korespondencyjne, c) archiwum materiałów informacyjnych, dotyczących prasy i organizacji prasowych za granicą, d) archiwum materiałów, dotyczących organizacji prasowych międzynarodowych.

2) Zorganizowanie kartotek następujących: kartoteki przedsiębiorstw wydawniczych oraz dzienników i czasopism, wydawanych przez nie, kartoteki wydawców, kartoteki dziennikarzy, kartoteki organizacji prasowych oraz organizacji i przedsiębiorstw, mających związek z prasą.

3) Zorganizowanie kartoteki bibliograficznej, obejmującej polskie dzieła i artykuły, dotyczące prasy.

4) Zorganizowanie archiwum wycinaków z gazet w sprawach prasowych.

5) Zorganizowanie pełnego zbioru: a) dzienników i czasopism ukazujących się na terytorium Rzeczypospolitej oraz polskich, ukazujących się za granicą (po jednym egzemplarzu rocznie możliwie pierwszych numerów styczniowych) b) wszystkich pierwszych numerów nowoukazujących się dzienników i czasopism.

6) Zorganizowanie biblioteki fachowej. Opracowanie odpowiedniego katalogu działowego: a) biblioteki książek fachowych, b) biblioteki czasopism fachowych, poświęconych prasie.

Dopiero jako następne stadium działalności Towarzystwa Wiedzy Prasowej winno być podjęcie zbiorowego opracowania Dziejów Prasy Polskiej oraz podjęcie studiów ściśle naukowych nad prasą. W okresie prac przygotowawczych mogłyby co najwyżej być zaprojektowane w seminariach historycznych prace studentów nad kartoteką-rejestrem wszystkich wydawnictw polskich, poczynawszy od ulotek XVI w., z wymienieniem bibliotek, zawierających

komplety tych wydawnictw oraz wydrukowanie materiałów wstępnych, do których zaliczamy: a) Wydanie zbioru artykułów Sobieszczańskiego i Chmielowskiego, dotyczących historii prasy w Polsce oraz szkicu dotyczącego bibliografii prac, poświęconych historii prasy w Polsce, b) Wydanie zestawienia chronologicznego do Dziejów Prasy Polskiej, c) Wydanie bibliografii polskich dzieł i artykułów z dziedziny prasoznawstwa i historii prasy.

Jest rzeczą jasną, że realizowanie w pełni powyższego planu prac wymagać będzie dłuższego okresu czasu. Wpro-

wadzenie w życie tych zamierzeń zależy przede wszystkim od dobrej woli i zapału ludzi, którzy pracę tę wezmą na swe barki. Zależać będzie również od możliwości finansowych T-wa. Wg projektu organizacji T-wa, ciężar finansowy jego utrzymania i działalności ponosić będą tzw. członkowie wspierający. Należy przypuszczać, że w gronie tych członków znajdują się wszystkie organizacje prasowe i instytucje z prasą związane i z nią współpracujące. Przy ich pomocy T-wo Wiedzy Prasowej napewno spełni należycie pokładane w nim nadzieje.

## Pięć lat na stanowisku Ministra Poczty i Telegrafów

W kwietniu r.b. minął piąty rok nieprzerwanego sprawowania urzędu ministra poczty i telegrafów przez inż. Emila Kalińskiego. Min. Kaliński objął kierownictwo resortu pocztowego w okresie niezwykle ciężkim na skutek głębokiej depresji gospodarczej. Trudności spowodowane przez kryzys groziły zahamowaniem wszystkich związanych z reorganizacją przedsiębiorstwa pocztowego projektów rozbudowy i usprawnienia aparatu pocztowego. Dzisiaj stwierdzić można, iż przedsiębiorstwo Polska Poczta, Telegraf i Telefon pomyślnie przetrwało kryzys. Dzięki planowej i konsekwentnej akcji min. Kalińskiego proces komercjalizacji poczty stale postępował naprzód, przyczyniając się do usprawnienia jej działalności we wszystkich działach; ukoronowaniem akcji było nadanie przedsiębiorstwu pocztowemu w r. 1935 nowych form organizacyjnych.

Na specjalne podkreślenie zasługują niezwykle doniosłe osiągnięcia poczty w zakresie obsługi obszarów gmin wiejskich. To zagadnienie o wielkim znaczeniu społecznym zostało w ostatnich latach poważnie zbliżone do rozwiązania. Sieć listonoszów wiejskich, obejmująca przed tym tylko ziemie zachodnie, rozszerzona została na województwa centralne i południowe. Z punktu widzenia potrzeb prasy jest to osiągnięcie wysokiej wagi, gdyż ułatwia dotarcie do czytelnika wiejskiego.

Min. Kaliński podczas swej działalności stale wykazywał duże zainteresowanie dla zagadnień, wynikających z współpracy prasy z pocztą. Dzięki temu głębszemu zrozumieniu roli państwowej i społecznej prasy, zrealizował szereg postulatów, wysuwanych przez władze Związku Wydawców. Najbardziej zasad-

niczą reformą, przeprowadzoną na mocy decyzji min. Kalińskiego w ramach ogólnej reorganizacji administracji pocztowej, była całkowita zmiana systemu obsługi gazetowej w końcu 1935 r.; reforma ta odpowiadała częściowo desideratom prasy w tej dziedzinie. Wrazem nawiązanej wówczas ścisłej współpracy Poczty z władzami Związku Wydawców było powierzenie Związkowi Wydawców wydawania Poczтового Cennika Czasopism. Wielkie znaczenie dla prasy posiadają okresowe ulgi dla celów propagandowych, udzielane już od pięciu lat przez min. Kalińskiego przeciętnie dwa razy do roku. W r. 1934 min. Kaliński na wniosek Związku Wydawców zdecydował wprowadzenie przekazów rozrachunkowych, jako nowego typu przekazów pieniężnych, przeznaczonych specjalnie dla prasy. System przekazów rozrachunkowych, kilkakrotnie korygowany, wytrzymał próbę życia, oddając i poczcie i prasie znaczne usługi. Również nową dziedziną obsługi pocztowej był kolportaż pocztowy, zainicjowany w końcu r. 1935. Wspomnieć wreszcie należy o wprowadzeniu przewozu paczek z pismami przy pomocy autobusów.

Min. Kaliński, mając w swym resorcie, z ramienia państwa, działalność radiofonii polskiej, żywo interesował się niezwykle doniosłym z punktu widzenia społecznego zagadnieniem należytego ułożenia stosunków między radiem a prasą. Jego osobistej interwencji i udziałowi w pertraktacjach, prowadzonych w tej sprawie między Związkiem Wydawców a S. A. Polskie Radio, w znacznej mierze zawdzięczać należy zawarcie umowy, która od marca 1937 r. jest podstawą wzajemnych stosunków prasy i radia.

# Prace nad uporządkowaniem rynku ogłoszeniowego

W ostatnich miesiącach na terenie Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism przeprowadzono finalizację szeregu prac, zmierzających do uporządkowania i unormowania poszczególnych odcinków pracy ogłoszeniowej prasy polskiej.

## Warunki płatności

Zainicjowało te prace zawarcie i podpisanie przez dwadzieścia kilka wielkich wydawnictw umowy w sprawie warunków płatności rachunków ogłoszeniowych i wysokości skont.

W dziedzinie tej, na skutek zamętu, jaki wprowadził okres kryzysu do polskich stosunków ogłoszeniowych, dały się odczuć anormalności, wysoce szkodliwe dla prasy.

Umowa zawarta w sprawie warunków płatności rachunków ogłoszeniowych i wysokości skont ujmuje to zagadnienie w ściśle określone ramy, precyzując dokładnie warunki, pod którymi w tym zakresie pracować będzie odprasa zarówno z biurami ogłoszeń, jak i z inserentami bezpośrednimi. Umowa określiła dokładnie, w jakich terminach rachunek za ogłoszenia winien być uregulowany, jakie może być udzielane skonto za gotówkę i jak długimi mogą być terminy wydawanych na pokrycie rachunków weksli.

Umowa weszła w życie z dniem 1 kwietnia r.b. Podpisały ją wszystkie niemal wielkie wydawnictwa.

## Umowa trzech wydawnictw

Również od 1 kwietnia r.b. weszła w życie umowa, zawarta z własnej inicjatywy przez trzy wielkie popołudniowe dzienniki warszawskie. Umowa ta dotyczy kilku zagadnień z zakresu wymiaru ogłoszeń i sposobu ich obliczania.

Umowa ta uregulowała w szczególności sprawę: minimalnego rozmiaru ogłoszeń lekarskich, minimalnej wysokości wszelkich innych ogłoszeń o tekście składanym, sposobu obliczania ogłoszeń kłiszowych i sprawę obliczania „światła” w środku ogłoszeń mieszanych.

Przy pomocy tej umowy trzy wydawnictwa zlikwidowały na swoim terenie szereg dokuczliwych anomalii, które dotychczas często zdarzały się przy dysponowaniu i obliczaniu kilku typów ogłoszeń.

Umowa trzech wydawnictw rozpatrywana była na specjalnych zebraniach kilkunastu wielkich wydawnictw i uzyskała całkowitą ich aprobatę. Tekst umowy został rozesłany przez

władze Związku do kilkudziesięciu wydawnictw z propozycją jej podpisania i wprowadzenia w życie od dnia 1 czerwca 1938 r.

## Walka z bezpłatną i ukrytą reklamą

Jedną z największych i najszkodliwszych dokuczliwości, z jakimi w dziedzinie stosunków reklamowych ma prasa stale do czynienia, jest napór bezpłatnej i ukrytej reklamy, usiłującej przenikać na łamy poszczególnych wydawnictw.

Władze Związku Wydawców oddawna zajmowały się tym zagadnieniem. Już przed paroma laty wydano specjalną instrukcję, mającą na celu ułatwienie zarządom wydawnictw walkę z przenikaniem na łamy dzienników i czasopism bezpłatnej, ukrytej reklamy.

Obecnie opracowano specjalny w tej sprawie projekt umowy. Był on przedmiotem rozważań Zarządu Głównego i Rady Związku oraz specjalnych zebrań przedstawicieli wielkich wydawnictw. Po ustaleniu ostatecznej treści i formy, projekt został rozesłany przez władze Związku Wydawców do kilkudziesięciu najpoważniejszych wydawnictw z propozycją przystąpienia do umowy.

Głównym zadaniem umowy, mającej wejść w życie z dniem 1 czerwca r.b., jest całkowite przerwanie pomieszczania wszelkich materiałów informacyjnych lub publicystycznych o charakte-

rze reklamowym, pochodzących od firm przemysłowo-handlowych i instytucji zarobkowych, które nie pomieszczają reklam płatnych. Umowa przewiduje, iż wyjątek od tej reguły stanowić mogą tylko materiały o charakterze propagandowym, których pomieszczanie łączy się z ważnymi zagadnieniami natury kulturalnej i ogólnopństwowej.

Umowa przewiduje kilka dróg prowadzących do całkowitego wytepienia w prasie wszelkich form bezpłatnej i ukrytej reklamy handlowej. Specjalna stała komisja parooosobowa, wyznaczona przez Prezydium Związku Wydawców ma rozstrzygać zgłaszane przez wydawnictwa zapytania w sprawie wątpliwości, jakie nasuwać się mogą w poszczególnych konkretnych wypadkach.

## Sprawa wzmianek gratisowych

Jedną z najprzykrzejszych w dziedzinie ogłoszeniowej pozostałości z okresu kryzysu jest narzucony w tym okresie wielu wydawnictwom zwyczaj pomieszczania bezpłatnych wzmianek o firmach, ogłaszających się w prasie, i o ich wyrobach. Najsilniejsze wydawnictwa przez cały czas kryzysu opierały się temu zwyczajowi, mimo to znaczna część wydawnictw jest zniewolona ofiarowywać sporo miejsca na wzmianki i notatki gratisowe. Z drugiej strony zmniejsza to dopływ ogłoszeń i reklam płatnych. To też władze Związku rozwiązanie zagadnienia bezpłatnych wzmianek uznały za jedno z najważniejszych i najpilniejszych zadań w dziedzinie porządkowania stosunków ogłoszeniowych. Na posiedzeniach Zarzą-

WYDAWNICTWO KASY IM. MIANOWSKIEGO  
INSTYTUTU POPIERANIA NAUKI

## NAUKA POLSKA

jej potrzeby, organizacja i rozwój

CZASOPISMO  
POŚWIĘCONE ZA-  
GADNIENIOM NA-  
UKOZNAWCZYM

wyd. pod redakcją  
STANISŁAWA MICHALSKIEGO

Ukazał się

Tom XXIII (str. IX+411+6 nłb) obejmujący artykuły: B. Kieszkowskiego: Nauka a filozofia; W. Semkowicza: Życie naukowe współczesnego Krakowa; A. Krokiewicza: Uwagi o naukach humanistycznych i ich wspólne zadania w kulturze współczesnej.  
Tom uzupełniająca: kronika polska i zagraniczna, recenzje dzieł poruszających zagadnienia naukoznawcze, bibliografia naukoznawcza za lata 1935 - 1936 (Dział ogólny).

Cena tomu XXIII - 9 zł.

Do nabycia w Kasie im. Mianowskiego, Warszawa, Pałac Saszica, konto P.K.O. 1371 oraz we wszystkich księgarniach

du Głównego i Rady Związku oraz na specjalnych zebraniach przedstawiciele większych wydawnictw ustalono definitywny tekst umowy w tej sprawie.

W myśl tego układu pisma, które do-tychczas nie pomieszczały bezpłatnych wzmianek w łączności ze zleceniami ogłoszeniowymi nadal nie będą ich zamieszczać. Natomiast wszystkie pozostałe wydawnictwa mają zobowiązać się do stosowania wzmianek, w okresie przejściowym, w stopniu minimalnym, oraz do stopniowej, całkowitej ich likwidacji. Umowa przewiduje dla okresu przejściowego, drobny stosunek procentowy, jaki zachodzić powinien między inseratami płatnymi, a bezpłatnymi wzmiankami. Ponadto umowa zawiera szereg przepisów, dotyczących pomieszczenia tych wzmianek w okresie przejściowym, a normujących sprawę w sposób zmniejszający dotychczasowe przerosty i dokuczliwość.

Projekt układu w sprawie wzmianek gratisowych, pomieszczanych w łączności ze zleceniami ogłoszeniowymi — został przez władze Związku rozesłany do kilkudziesięciu wydawnictw z propozycją przystąpienia do tego układu.

#### Rozstrzygnięcie ciekawego sporu

Działający przy biurze Związku Wydawców wydział dla spornych spraw ogłoszeniowych rozpatrywał i wydał orzeczenie w ciekawej sprawie ogłoszeniowej.

Jedno z wydawnictw należących do Związku zwróciło się do Wydziału o rozpatrzenie zatargu, jaki wyniknął między tym wydawnictwem, a jednym z biur ogłoszeń, które, wbrew stanowisku tego wydawnictwa, twierdziło, iż szereg ogłoszeń pomieszczonych w nim nie ma charakteru ogłoszeń tekstowych.

Wydział dla spornych spraw ogłoszeniowych, zebrawszy się w komplecie wyznaczonym przez Prezydium Związku, rozpatrzył sprawę i wydał orzeczenie, które oprócz opinii w sprawie sporu konkretnego, zawiera próbę sprecyzowania pojęcia ogłoszenia tekstowego.

#### Wysiłki indywidualne

Obok prac zbiorowych w dziedzinie porządkowania stosunków ogłoszeniowych, podejmowanych przez Związek Wydawców, od kilku miesięcy obserwować się daje wiele indywidualnych wysiłków wydawnictw, które to wysiłki zmierzają do porządkowania stosunków w tej dziedzinie. Szereg wydawnictw bądź to podwyższyło (zresztą w sposób nieznaczny) ceny ogłoszeń, bądź też obniżyło udzielane rabaty i ulgi. Wiele wydawnictw ustaliło korzystniejsze dla siebie niż dotychczas warunki płatności oraz wycofało się z sze-

regu ustępstw, praktykowanych przy ogłoszeniach w okresie kryzysu.

Jest to taktyka jak najbardziej słuszną i godną uznania. Wyrażna poprawa sytuacji gospodarczej w kraju wskazuje, iż nadszedł moment, w którym prasa przystąpić powinna do stopniowego

#### Franciszek Kusz

## B u g r a

„Bugra“ ma swoją historię. W roku 1914 otworzyli Niemcy bramy wielkiej wystawy graficznej pod nazwą „Buch und Druckgewerbe-Schau“ — (Księgarsko drukarska wystawa). Stąd pochodzi skrót BUGRA. Na cele tej wystawy wybudowano wielki, monumentalny gmach w centrum przemysłu drukarskiego. Wystawa nie udała się, bo kiedy w najlepsze odbywał się zjazd drukarzy nie tylko z Niemiec, ale i z innych krajów Europy i z drugiej półkuli, wybuchła wojna. Niejeden zagraniczny przemysłowiec najadł się nie mało kłopotu, zanim dostał się do domu. Gmach pozostał, służąc swemu głównemu celowi — corocznym targom lipskim dla działu drukarskiego. Targi drukarskie z roku na rok zwiększały się tak, że gmach mimo swoich 3500 m<sup>2</sup> płaszczyzn wystawowych nie mógł już objąć wszystkich tych, którzy wystawiać chcieli. W ostatnich trzech latach szczupłość miejsca w gmachu wywoływała niezadowolenie. Ekspozyty trzeba było coraz bardziej ścieśniać, a to niekorzystnie wpływało na ich prezentację. Odpowiedzialne czynniki spostrzegły to i opracowały plan rozbudowy, rozłożonej na cztery lata.

Na tegoroczne targi oddano do użytku nowy gmach, złączony z dotychczasowym. W ten sposób powiększono płaszczyznę wystawową o dalsze 3500 m<sup>2</sup>, do 7000 m<sup>2</sup>. Powiększenie to jest pierwszym etapem wspomnianego planu rozbudowy. Przed rokiem 1940-ym stanąć ma dalszy potężny gmach, obejmujący 4500 m<sup>2</sup> płaszczyzn użytkowych. Są to przygotowania do wielkiej wystawy gutenbergowskiej, która odbyć się ma w roku 1940-ym z okazji 500-lecia czcionki drukarskiej.

Tegoroczne Targi Lipskie zgromadziły 3300 firm na przestrzeni 402.000 m<sup>2</sup>. Warkot i stukot 5000 maszyn najróżniejszych typów, uruchomionych na Targach, czyni na zwiedzających wrażenie nie tylko imponujące, ale — powiedziałbym — przyniatające. Bo zważyć należy, że nie są to wystawcy, szukający gwałtownie nabywców, dla zatrudnienia bezrobotnych. Bezrobocie w Niemczech należy do przeszłości. Przeciwnie, daje się podobno odczuwać brak wykwalifikowanych inżynierów i techników, odpowiednio przyuczonych rzemieślników i robotników. Na dostawę maszyny, choćby rozmiarami nie wielkiej, czekać trzeba długie miesiące.

Zasadniczych nowości w zakresie maszyn i narzędzi drukarskich nie spotkałimy. Nie znaczy to, aby inżynierom i konstruktorom niemieckim wyczerpała się pomysłowość. Zabrakło im czasu. Wysiłają swój umysł i wiedzę dla planu czteroletniego, który pochłania

zlikwidowania tych wszystkich niekorzystnych dla siebie warunków i ustępstw w dziedzinie ogłoszeń, które częstokroć nieuniknione były w okresie kryzysu, ale obecnie są zupełnie nieuzasadnione.

fg.

wszystkich i wszystko. Raczej odnosiło się wrażenie, że różne hipermodernizowane agregaty są przeznaczone tylko dla zaimponowania gościom zagranicznym. Nam potrzeba zwykłych solidnych maszyn, nie przesadzających w eksperymentach modernizacyjnych.

Po wielu walkach, prowadzonych o prymat w dziedzinie technik drukarskich, można przyjąć, że te sprawy się już skryształizowały, lub są na najlepszej drodze do wyrównania. Typografia nie może być zastąpiona żadną inną techniką, o ile chodzi o produkcję książek i gazet. Tak samo dominuje typografia dla ilustracji wszelkich odmian w małych nakładach. Natomiast wielkie nakłady czasopism ilustrowanych winny posługiwać się rotograwiurą, która mimo trudności zasadniczych okazała się tak dla kalkulacji jak i sprawności najtańszą. Rotograwiura posunęła się w swym rozwoju o dalszy krok naprzód przez instalacje rekuperacyjne dla powrotnego odzyskiwania rozpuszczalników farb rotograwiurowych (ksylol, toluol, benzyna, benzol itd.). Rotograwiura przez szereg ostatnich lat szukała możliwości zastąpienia węglowodorów innymi substancjami. Liczne próby spełżyły na niczym. Istnieje wprawdzie szereg patentów na rzekomo doskonałe farby wodne, jednakże bez głębszego znaczenia praktycznego. Wspomniana rekuperacja likwiduje w wielkiej mierze kryzys tego zagadnienia. Jest ona instalacją kosztowną, jednak rentuje się szybko przez zaoszczędzenie cennych węglowodorów, tudzież przez likwidację niehigienicznych, dotychczasowych warunków pracy.

Offsetom pozostawia się druki typu litograficznego. Walnie w sukurs przychodzi im bardzo modna obecnie fotografia barwna. Czasy, kiedy trzeba było dla efektownych barwnych produktów offsetowych stosować 6—8 barw, niebawem całkowicie miną. Specjalne wyciągi za pomocą barwnej fotografii umożliwiają osiągnięcie w 4—5-ciu barwach najdoskonalszych rezultatów. Barwna fotografia czyni niejako przewrót w technice offsetowej.

Pomysłowość Niemców jest frapująca. Wyroby z celulozy zastępują z dobrym skutkiem materiały bawełniane i półwielniane. Gra kolorów dobrze skrojonych ubrań dla obojga płci, które obnoszą żywe manekiny, dają tym wysiłkom najlepsze świadectwo. Służą ten wynalazek nie tylko dla celów odzieżowych. Wielki dom książki Koehler i Volckmar w Lipsku zaprezentował wystawę wydawnictw, oprawionych w ową wistwę. Książka w tej szacie raduje oko, miłą jest w dotyku.

## Wystawa prasy fachowej na Targach Lipskich

Dwa działy Targów interesowały specjalnie wydawców. Jeden, to targi maszyn i urządzeń drukarskich. Drugi — to międzynarodowa wystawa czasopism fachowych. Szczegółowe omówienie działu drukarskiego znajdują Czytelnicy na innym miejscu tego zeszytu „Prasy“, te uwagi poświęcone są sprawozdaniu z wystawy czasopism.

W założeniu tej wystawy według intencji organizatorów leżało danie możliwości wystawcom i zwiedzającym zorientowania się w fachowej prasie niemieckiej i zagranicznej — zaś dla prasy upatrywano korzyści w postaci propagandy ogłoszeniowej. Czy z tego punktu widzenia wystawa ta może przedstawiać interes dla czasopism polskich? Wydaje się, że korzyści te są raczej wątpliwe w przeciwieństwie do prasy niemieckiej. Sprawa bowiem organizacji kampanii reklamowych firm zagranicznych na terenie Polski, leży w ręku przeważnie tych czy innych biur ogłoszeń i rzeczą oczywistą jest, że inserent zagraniczny zaufa raczej swemu doradcy ogłoszeniowemu aniżeli, weźmie za podstawę do udzielenia ogłoszeń krótkie zapoznanie się z pismem na stoisku. Natomiast z punktu widzenia prestiżowo-propagandowego brak naszych wydawnictw fachowych — częstokroć nie ustępujących w niczym wydawnictwom innych krajów, jest niewątpliwie objawem ujemnym.

Techniczna strona tej wystawy wyglądała w sposób następujący: każde wydawnictwo posiadało miejsce półmetrowej szerokości, obejmujące kawałek stołu oraz miejsca na reklamę na ścianie nad stołem. Pisma zgrupowano nie według krajów lecz według dziedzin, którym są poświęcone, uzyskując przegląd każdego fachowego działu z punktu widzenia międzynarodowego. Obok tego pomieszczenia wystawowego urządzono osobny pokój-czytelnię, gdzie na ścianach na kijach rozwieszono były po jednym egzemplarzu każdego pisma. W ten sposób interesujący się danym wydawnictwem mógł w ciszy i spokoju zapoznać się z numerem okazowym. Dla tych zaś, którzy by chcieli otrzymać bezpłatny numer okazowy na każdym stoisku były umieszczone odpowiednie karty zamówień.

Wystawę czasopism ulokowano w jednym z największych pawilonów wystawowych — w tzw. pawilonie na Ringu — gdzie również mieściły się działy targowe: reklamy, opakowań oraz międzynarodowy. Jednak urządzenie pomieszczenia wystawy czasopism z punktu widzenia reklamy dla wystawców, jak sądzimy, niezbyt szczęśliwie rozwiązano. Mimo, że dekoracja stoiska dla pisma jest rzeczą niewdzięczną, jednak należało dołożyć starań by dla oka zwiedzających było ono bardziej pociągające i wzbudzało większe zainteresowanie. Tym sposobem ściągnęłoby się szerszą publiczność targową nie zaś tylko fachowców. Jeśli chodzi o udział pism według krajów to przedstawiał się on w

sposób następujący: Francja, Anglia, Włochy, Jugosławia, Austria, Szwecja, Szwajcaria, Turcja i Węgry oraz Brazylia i Stany Zjednoczone. Polski nie reprezentował nikt.

W końcu należy wspomnieć o jednym jeszcze dziale Targów, mianowicie o dziale reklamy (Reichswerbe-Messe). Dział ten zawierał nowości dekoracyjne dla okien wystawowych jak papiery, li-

ternictwo, aparaty do reklamy ruchomej, manekiny itp. Duże bogactwo nowych pomysłów można było znaleźć w dziedzinie upominków reklamowych. Sporo też miejsca poświęcono nowoczesnej reklamie filmowej, no i oczywiście grafice reklamowej. Jednak całość tego działu targowego została pomyślana w sposób niezupełnie szczęśliwy. Nie podkreśla ona bowiem zwiedzającemu znaczenia tak olbrzymiego środka reklamowego jakim jest prasa. Wszak w tym właśnie dziale jest miejsce dla stoisk najpoważniejszych organów ogłoszeniowych. Takie rozwiązanie dałoby dopiero logiczny przegląd całości środków propagandowych, jakimi rozporządza handel i przemysł przy układaniu swych kampanii reklamowych.

## K-omunalne K-asy O-szczędności (KKO) są dźwignią dobrobytu

Niezawisłości politycznej narodu towarzyszyć powinna niezależność ekonomiczna ugruntowana przede wszystkim na spotęgowaniu rodzimych sił wytwórczych. Gromadzenie kapitałów, jako zasobów energii zbiorowej, służyć powinno za sprawdzian dobrobytu powszechnego. Komunalne Kasy Oszczędności (KKO) w liczbie 355 są w Polsce — wzorem państw zachodnich — regionalnymi zakładami pieniężno-kredytowymi, ogniskującymi na gruncie zaufania ogółu miejscowego — jego dorobek materialny. Wszystkie KKO — (łącznie z Kasą Galicyjską we Lwowie i rusińską „Szcadnicą“ w Przemyślu) — jednoczą zgórą 1.800.000 wkładców drobnych, a zarazem reprezentują pokaźny zespół energii pieniężnej: bezmała 800 milionów zł. kapitałów i lokat.

Dzięki rozgałęzionej swej akcji kredytowej na potrzeby dolnych warstw narodu tworzą KKO nurt ożywczy dla dobrobytu, skoro zespół drobnych pożyczkobiorców przekracza w KKO 800.000 jednostek. Żywy obrót pieniężno-kredytowy wszystkich KKO w Polsce, obsługujący na 355 placówkach regionalnych potrzeby lokalne szerokich sfer społeczeństwa, daje w wyniku tego niezachwianą płynność lokowanych oszczędności i kapitałów a to przy publicznej — również rozgałęzionej regionami — kontroli organów ciał samorządowych. W dziedzinie przeto groma-

dzenia kapitałów ojczystych zdołały KKO pozyskać w Polsce odrodzonej przodujące miejsce. Jednym z takich zakładów pieniężno-kredytowych jest podstołeczna KKO (na pow. Warszawski) z siedzibą w Warszawie, przy ul. Zgoda Nr. 7, z Oddziałami: w Pruszkowie, Piasecznie, Nowym-Dworze, Jeziornie i Wołominie. W 10-tym roku swego istnienia zgromadziła ta KKO przeszło 44.000 ciułaczy (książeczek) przy ogólnej kwocie lokat i wkładów 32.100.000 zł., a rocznym obrocie — *ćwierć miliarda zł.* Za okres 9-letniej swej działalności zdołała ta Instytucja rozprowadzić kredytów i pożyczek na sumę zł. 79.223.000 (56.218 pożyczkobiorców) na cele budowlane, popieranie rodzimego handlu i rzemiosł, na zakup inwentarzy rolniczych, kupno krów, zakładanie sadów itp., stwierdzając żywotność finansową i gospodarczą rolę tej placówki na równi z innymi KKO w Polsce. Pupilarna gwarancja funduszów lokowanych, ustawowo zastrzeżona dla wszystkich KKO ze strony lokalnych Związków Samorządowych, toruje tym zakładom należne zaufanie, a dzięki racjonalnej i oględnej akcji kredytowej, obejmującej rozległe a dolne potrzeby narodu, posiadają te Instytucje ugruntowaną równowagę swych obrotów pieniężnych, zapewniającą całkowitą płynność funduszów lokowanych.

(Pr.)

# Sukcesy propagandy zbiorowej

Każdy niemal zeszyt fachowych pism zagranicznych, poświęconych zagadnieniom reklamy, przynosi coraz to nowe wiadomości o stale wzrastającym rozpowszechnieniu i stosowaniu tej najnowocześniejszej formy propagandy gospodarczej — bezimiennej propagandy zbiorowej. Niewiele lat minęło od pierwszych nieśmiały prób w tej dziedzinie; dzisiaj propaganda zbiorowa święci triumfy, stając się na zachodzie Europy i w Ameryce niezmiernie doniosłym czynnikiem w życiu gospodarczym. Mylnie jednak byłoby mniemanie, że szybki rozwój zawdzięcza propagandzie zbiorowej wyłącznie tym korzyściom, jakie przynieść może i przynosi życiu gospodarczemu — produkcji, handlowi i finansom. Istotną przyczyną sukcesów propagandy zbiorowej tkwi w jej znaczeniu państwowym i społecznym. Jest to bowiem instrument oddziaływania na procesy masowej konsumpcji, oddziaływania nie opartego na przymusie i sankcji, a mimo to skutecznego. Rozporządzeniem można dowolnie niemal obniżyć konsumpcję pewnych artykułów, wzmocnić ją jest bardzo trudno. Nie trzeba dowodzić jakie państwowe i społeczne znaczenie ma zagadnienie struktury konsumpcji w społeczeństwie.

Ono decyduje o strukturze wytwórczości, ta zaś jest jednym z najbardziej zasadniczych elementów, stanowiących o zamożności, stosunkach społecznych, sile obronnej państwa. Możliwość regulowania konsumpcji to możliwość wpływania na strukturę gospodarczą kraju w pożądanym kierunku.

Te względy zdecydowały, że propagandą zbiorową zainteresowały się w równej mierze sfery gospodarcze jak i czynniki państwowe. Pierwsze szukały na tej drodze wzrostu obrotów, państwo — realizacji swych zadań gospodarczych lub społecznych. Oto kilka przykładów zbiorowych akcji propagandowych prowadzonych w różnych krajach bądź przez samych przedsiębiorców, bądź też z inicjatywy i przy poparciu państwa.

## Propaganda spożycia ryb w Belgii.

Od kilku lat przy belgijskim Ministerstwie Rolnictwa istnieje specjalny związek propagandy spożycia ryb morskich (APM); w skład zrzeszenia wchodzi obok przedstawicieli władz państwowych reprezentanci samorządu zainteresowanych okręgów, oraz organizacji przedsiębiorstw rybackich. Instytucja dysponuje budżetem ponad 250.000 fr. belg., na który składają się wpłaty państwa, samorządów i zainteresowanych przedsiębiorstw.

Celem propagandy jest zwiększenie spożycia ryb morskich, dostarczanych w stanie świeżym; konserwy i przetwory rybne nie są objęte tą akcją.

Pierwszym zadaniem było oczywiście zapewnienie należytej dostawy ryb do konsumenta. Z inicjatywy A.P.M. koleje belgijskie zorganizowały specjalne pośpieszne transporty ryb z portów do wszystkich większych ośrodków. Obecnie ryby dostarczane są do najbardziej nawet oddalonych od morza miast przed upływem 24 godzin. O sprawności transportu świadczy, iż ryby w stanie świeżym dostarczane są z portów belgijskich nawet do zachodnich Niemiec, wschodnich i północnych miast Francji. Wykorzystana została również poczta. Około 60 przedsiębiorstw rybackich w miastach portowych korzysta ze specjalnie zmniejszonej taryfy przy wysyłce ryb wprost do konsumenta. Paczki przewożone są i doręczane w trybie pośpiesznym.

W akcji propagandy na rzecz spożycia ryb morskich A.P.M. posługuje się wszystkimi środkami nowoczesnej reklamy między innymi ogłoszeniem prasowym. Argumentacja idzie w kierunku zwalczania szeregu uprzedzeń, żywności do potraw rybnych, w szczególności — z ryb morskich. Według jednego z wydawnictw A.P.M. uprzedzenia te są następujące: ryba morska jest niesmaczna, droga, małożywna, trudna do przyrządzenia. Nadto do konsumenta dociera przeważnie już w stanie nieświeżym. Propaganda A.P.M. przekonującymi argumentami wykazuje bezpodstawność tych uprzedzeń.

Akcji A.P.M. sekunduje propaganda kolei i poczty, które reklamując swe usługi przy dostarczaniu ryb, podkreślają szybkość transportu, zapewniającego otrzymanie ryb w stanie świeżym.

„Publicité”, z której czerpiemy te dane, nie podaje, niestety, informacji o wynikach akcji A.P.M. Fakt, że rząd belgijski już kilka lat z rzędu asygnuje poważne kwoty na propagandę spożycia ryb morskich zdaje się wskazywać na stwierdzoną skuteczność akcji.

Dodać należy, że analogiczna akcja propagandy zbiorowej prowadzona jest od pewnego czasu w Niemczech jako jeden z fragmentów starań niemieckich o uniezależnienie się pod względem apro wizacji od zagranicy.

Dwa powyższe przykłady nasuwają refleksje co do możliwości zwiększenia spożycia ryb w Polsce. Jest ono, jak wiadomo, minimalne i, jeśli chodzi o ryby świeże, ogranicza się wyłącznie do ryb rzecznych. Świeża ryba morska jest, poza wybrzeżem, daniem niemal nieznanym. Rozwinięcie w tym kierunku konsumpcji miałooby ze wszec miar wielkie znaczenie.

## Propaganda spożycia mleka w Anglii

Interesujące informacje o tej akcji propagandy zbiorowej podaje red. Eug. Rafalski w „Przeglądzie Bezpieczeństwa Pracy” (nr 2/38). Prowadzi ją od 1922 r. National Milk Publicity Council, w skład której wchodzi zainteresowane czynniki gospodarcze, delegaci ministerstw: rolnictwa, zdrowia publicznego i oświaty oraz przedstawiciele zrzeszeń zawodowych lekarskich i pokrewnych. Konstrukcja organu kierującego propagandą, wskazuje na motywy akcji którymi były zarówno względy gospodarcze jak i społeczno-higieniczne.

Budżet N.M.P.C. wynosił w r. 1937 63,5 tys. funtów szterlingów. Prasa zajmuje pierwsze miejsce w wydatkach propagandowych; budżet reklamy prasowej wynosi 30 tys. funtów szterl. N.M.P.C. posługuje się nadto w szerokiej mierze plakatami oraz propagandą bezpośrednią, szczególnie w akcji na terenie zakładów przemysłowych i szkół.

Argumentacja idzie w kierunku przełamania uprzedzeń do mleka oraz wykazania jego wielkich wartości odżywczych. N.M.P.C. powołuje się na opinie uczonych, lekarzy, przykłady znanych sportowców, pijących stale mleko. Afisze i ogłoszenia głoszą „Mleko jest najem godnym mężczyzny”, „Mleko do-

## AJENCJA PRASOWA I LITERACKA



WARSZAWA, UL. SUŁKOWSKIEGO 31. TEL. 12-71-44

POWIEŚCI, NOWELE, REPORTAŻE  
AUTORÓW POLSKICH I OBCYCH  
ARTYKUŁY WYBITNYCH  
OSOBISTOŚCI POLITYCZNYCH

REPREZENTACJA WIELKICH AJENCJI  
ZAGRANICZNYCH NA POLSKĘ  
PRZEDSTAWICIELE  
W LONDYNIE, BERLINIE I PARYŻU

daje sił do pracy", „Mleko zastąpi wam słońce” (plakat dla górników) i t. p.

Mimo niewielkiej jak na angielskie stosunki sumy, przeznaczonej na propagandę, N.M.P.C. osiągnęła poważne wyniki. Wzmożono spożycie mleka przez dzieci w szkołach; dzisiaj konsumpcja w szkołach wynosi 1.250 tys. litrów dziennie. Obecnie przeprowadzana jest szeroka akcja na rzecz picia mleka przez robotników przy posiłku, spożywanym w fabryce. Ta akcja N.M.P.C. spotkała się z bardzo przychylnym przyjęciem ze strony pracodawców i pracowników i objęła już ponad 4 tysiące zakładów pracy, zatrudniających 1.300 tys. robotników. W r. b. konsumpcja mleka na terenie fabryk osiągnie, według przewidywań N.M.P.C., 27 mil. litrów. Ogólna konsumpcja mleka w Anglii w r. 1937 wzrosła w stosunku do roku poprzedniego o 99 mil. litrów.

Akcja N.M.P.C. zasługuje aby dokładnie zapoznały się z nią polskie czynniki, zainteresowane w rozwoju produkcji i konsumpcji mleka. Spożycie mleka w Polsce jest bardzo niskie, mimo rolniczego charakteru kraju. Wynosi na głowę dziennie: w Wilnie — 0,169 litra, na Śląsku — 0,214 l., w Warszawie — 0,23 l., podczas gdy zagranicą: w Hamburgu — 0,43 l., w Zürichu — 0,6 l., w Sztokholmie — 0,75 l., w Lucernie — 0,9 l.

#### Propaganda zbiorowa w Ameryce.

Amerykański przemysł aluminiowy przygotowuje poważną akcją propagandy bezimienną na rzecz różnych zastosowań aluminium. Budżet tej akcji określony został na 400 tys. dolarów. Dodać należy, iż propaganda zbiorowa prowadzona będzie niezależnie od stałej reklamy przemysłu aluminiowego, który na ten cel wydaje co roku ok. 150 tys. dolarów.

Producenci kawy, zrzeszeni w „Pan-American Coffe Bureau”, podejmują propagandę na rzecz zwiększenia spożycia kawy w Ameryce. Koszt kampanii, obliczony na 600 tys. dolarów rocznie pokryty będzie przez producentów: każdy eksportowany worek kawy obciążono opłatą w kwocie 5 cent.

O różnorodnych możliwościach zastosowania propagandy świadczą dwa następujące przykłady. Władze kilku południowych stanów Ameryki Północnej, a mianowicie: st. Georgia, Alabama, Teunessee, Kentucky, Misissippi, Louisiane i Karoliny Płn. i Poł. postanowiły przeprowadzić wspólnie kampanię propagandową na rzecz rozwoju przemysłu w tych stanach. Chodzi o przyciągnięcie kapitałów, pobudzenie inicjatywy tworzenia nowych przedsiębiorstw oraz wysiłków inwestycyjnych i t. p. Na wydatki propagandowe w r. b. przeznaczono jest 100 tys. dolarów; w następnych latach budżet ma być podniesiony do 250 tys. dol. W innym kierunku poszła propaganda prasowa, podjęta znacznym kosztem przez stan Ontario — ma ona na celu zmniejszenie liczby wypadków samochodowych w tym stanie w drodze odpowiedniego oddziaływania na kierowców. Ogłoszenia plastycznie przedstawiają skutki nieostrożności przy kierowaniu autem zarówno dla kierowcy jak dla przechodnia i podkreślają ujemne społeczne skutki plagi wypadków samochodowych.

## Niemiecka poczta państwowa i prasa w r. 1936

W „Zeitungswissenschaft“ znajdujemy ciekawe dane statystyczne, dotyczące współpracy poczty z prasą w Niemczech. Dane te zaczerpnięte zostały ze sprawozdania zarządu Niemieckiej Poczty Państwowej za rok 1936.

Według tych danych liczba zgłoszonych do prenumeraty pocztowej dzienników i czasopism wyniosła w końcu marca 1937 r. — 7986, w tym dzienników wychodzących 6 razy tygodniowo 1801, 7 razy — 247, 12 razy i częściej — 28. Odpowiednie liczby za lata 1936 i 1933 dają obraz zmian, jakim uległa prasa niemiecka w ostatnim pięcioleciu. W r. 1936 było zgłoszonych 8123 pism, w tym wychodzących 6 razy w tygodniu — 1946, 7 razy — 243, 12 razy i częściej — 30. W r. 1933: 11.328, 2.945, 258 i 34.

Wyraźna więc jest tendencja zmniejszania się liczby wydawanych dzienników i czasopism.

Sprawozdanie zarządu Poczty Państwowej Rzeszy zawiera dane, charakteryzujące zmiany w liczbie zgłaszanych corocznie do prenumeraty dzienników i czasopism oraz śmiertelności wydawnictw. W r. 1936 zgłoszono do prenumeraty 684 nowe dzienniki i czasopisma, podczas gdy przestało wychodzić 821, a 1902 pisma zgłosiły zmianę warunków prenumeraty. Gdy się porówna te cyfry

z odpowiednimi danymi za rok 1932, kiedy było 1208 nowych zgłoszeń, 1241 skreśleń z obrotu i 3123 zmian warunków, staje się widoczne uspokojenie w dziedzinie ruchu wydawniczego.

O ile liczba zgłoszonych do prenumeraty pocztowej dzienników i czasopism obniżyła się w r. 1936 w porównaniu z latami poprzednimi, to liczba przesyłanych za pośrednictwem poczty egzemplarzy gazet i czasopism wzrosła. I tak w roku 1936 przewieziono 1.431,4 miliony egzemplarzy gazet wobec 1.399,6 mil. w r. 1935. Przewóz wewnątrz Rzeszy Niemieckiej dosięgnął liczby 1408,8 milionów egzemplarzy, wywóz za granicę 14,8 mil., przywóz z zagranicy 8 mil., tranzyt — około 0,1 mil.

W stosunku do liczby mieszkańców ogólna suma egzemplarzy gazet przewiezionych za pośrednictwem poczty, wyniosła w r. 1936 — 2.104 egzemplarzy na stu mieszkańców, wobec 2.067 egz. na stu w r. 1935.

Przewóz powietrzny osiągnął w tyśiącach kilogramów: w r. 1936 — 464,5 wobec 313,6 w r. 1935.

W dziedzinie obsługi telefonicznej prasy zanotowano: pilnych rozmów prasowych wewnątrz Rzeszy 269,8 tyśiący, zwykłych rozmów prasowych z zagranicą — 2.208, pilnych rozmów z zagranicy — 699.

## Przez Targi Katowickie do konsumenta śląskiego

W nadchodzącym sezonie handlowym nadarza się doskonała sposobność dla gospodarzo uświadomionych i rzutkich sfer wytwórczych i handlowych — nawiązania i pogłębienia kontaktu z terenem śląskim. W tym bowiem tak bardzo ruchliwym i chłonnym okręgu *należałoby* systematycznie i stopniowo zastępować obcy fabrykat dostawami krajowego towaru — a naszych *wytwórców i handlowców* ze zrozumiałych względów *u-silnie zachęcić, by bardziej żywo interesowali się rynkiem śląskim wprowadzając doń rodzime wyroby*, których brak w wielu działach daje się konsumentom dotkliwie odczuwać.

Niestety jednak jeszcze zdarza

się brak zrozumienia ważności tej sprawy u niektórych wytwórców, lub grup producentów. Tymczasem doświadczenie uczy, że kto przy handlowym wprowadzeniu się na Śląsk brał udział w Targach Katowickich ten w większości wypadków korzystnie na tym wyszedł, pozakładał lub rozszerzył placówki handlowe, czerpiąc z nich w dobie przesilenia pokaźne dochody.

*Jaknajwięcej za tym krajowych wytwórców winno wziąć udział w tegorocznych Targach Katowickich, kierując zgłoszenia do Śląskiego Towarzystwa Wystaw i Propagandy Gospodarczej w Katowicach, ul. Stawowa 14, tel. 300-71.* (Pr.)



# Polskie dzienniki wspólne

Dziennikiem wspólnym lub zbiorowym przyjęto nazywać pismo periodyczne, wydawane w zastępstwie szeregu gazet przejściowo nieukazujących się. Zdarza się to w wypadkach strajków drukarskich.

W dziejach prasy polskiej spotykamy kilka takich wypadków.

Pierwszym dziennikiem zbiorowym na ziemiach polskich było pismo „Chwila”, wychodzące we Lwowie w marcu 1906 r. (podczas strajku cecerów) staraniem siedmiu wydawnictw: Dziennika Polskiego, Gazety Lwowskiej, Gazety Narodowej, Kuriera Lwowskiego, Przeglądu, Słowa Polskiego i Wieku Nowego. Nagły, wbrew umowie zawartej na szereg lat, strajk cecerów, a co za tym idzie, zamknięcie drukarni we Lwowie, zmusił redaktorów pism codziennych do wydawania wspólnego pisma pod powyższym tytułem. „Chwila” zawierała: dział informacyjny, telegramy i ostatnie wiadomości bieżące, składane i drukowane osobiście przez właścicieli i zarządców drukarni. Wychodziła codziennie o godz. 5 popołudniu. Cena egzemplarza wynosiła we Lwowie 4 halerze, zaś na prowincji 6 halerzy. Ogółem wyszły 4 numery „Chwili” (od 15 do 18 marca 1906 r.). Nakład podobno wynosił około 80.000 egzemplarzy.

„Czas” w następujący sposób pisał o ukazaniu się pierwszego numeru „Chwili” (w Nr. 62 z 1906 r.): „Pierwszy numer dziennika zbiorowego „Chwila”, unikat w historii dziennikarstwa, był formalnie rozchwytywany przez lwowską publiczność, pozbawioną przez jedną dobę miejscowych dzienników. Gdy kolporterzy pojawili się na placu Maryackim, koło każdego z nich utworzył się zwarty pierścień ciekawych; rozkupiono mnóstwo egzemplarzy”.

Fotografia grupy redaktorów i współpracowników pism lwowskich, którzy redagowali „Chwilę”, została umieszczona w Nr. 11 Tygodnika Ilustrowanego z 1906 r.

Drugim dziennikiem wspólnym było pismo „Chwila”, wydawane w Krakowie na przełomie lat 1913 i 1914.

Wydawnictwa i redakcje „Czasu”, „Głosu Narodu”, „Nowej Reformy” i „Nowin”, zmuszone do zawieszenia swych dzienników wskutek strajku drukarskiego, przystąpiły do wydawania wspólnego pisma codziennego p. t. „Chwila”, aby w ten sposób zaspokoić przynajmniej w części potrzeby swoich czytelników. Wydawnictwo „Chwili” w odezwie do czytelników pisało: „Dziennik ten, zupełnie bezpartyjny, przede wszystkim informacyjny, nie może oczywiście zaspokoić kulturalno-politycznych wymagań polskiego czytelnictwa, ale położenie, wywołane strajkiem, zmusiło nas siłą faktu do podjęcia tego wydawnictwa”.

„Chwila” wychodziła codziennie o godzinie 3 popołudniu, z wyjątkiem niedziel i świąt. Czytelnicy mogli ją odbierać w administracjach poszczególnych dzienników. Cena numeru była 8 halerzy. Nakład wynosił 50.000 egz.

W dniach ukazywania się „Chwili” zarówno redakcje, jak administracje, względnie ekspedycje „Czasu”, „Głosu Narodu”, „Nowej Reformy” i „Nowin”

funkcjonowały w swoim dotychczasowym zakresie działania, bez przerwy w dalszym ciągu. Zarówno korespondenci tych dzienników, jak interesanci w ogóle mogli zwracać się nadal wprost do ich redakcyj i administracji.

Prenumeratę należało nadsyłać do administracji każdego z dzienników oddzielnie, gdyż wydawnictwo „Chwili”, jako zastępczo tylko za te dzienniki działające, prenumeraty nie przyjmowało.

W sprawach publicznych, nie cierpiących zwłoki, zwracać się należało wprost do redakcji „Chwili”, która mieściła się przy ul. Jagiellońskiej 10. Podpisywał pismo jako redaktor odpowiedzialny i wydawca Rudolf Osman.

Dział ogłoszeń był czynny. Cena za „Nadesłane” wynosiła 2 korony od wiersza petitowego, — za inseraty 80 halerzy za wiersz petitowy.

„Chwila” ukazywała się do 3 stycznia 1914 r.; ogółem wyszło dziewięć numerów. Z dniem 5 stycznia redakcje dzienników, które połączyły się, aby przez czas strajku wydawać zbiorowy dziennik, podjęły znowu własne odrębne wydawnictwa, zachowując jednak łączność pracy o tyle, że dział informacyjny był we wszystkich czterech dziennikach wspólny. Dopiero 16 lutego 1914 r. po przywróceniu normalnych stosunków w przemyśle drukarskim, dzienniki krakowskie wróciły do swego właściwego typu i pierwotnych rozmiarów.

We Lwowie także w tym czasie wskutek wstrzymania pracy w drukarniach pism codziennych, z dniem 29 grudnia 1913 r. zaczął wychodzić zbiorowy dziennik p. t. „Kronika”, staraniem „Dziennika Polskiego”, „Gazety Lwowskiej”, „Gazety Narodowej”, „Kurjera Lwowskiego”, „Przeglądu” i „Słowa Polskiego”. Dwa inne dzienniki lwowskie mianowicie „Gazeta Wieczorna” i „Wiek Nowy” ukazywały się w czasie strajku w znacznie zmniejszonym formacie. Pierwotnie lwowskiemu dziennikowi zbiorowemu zamierzano nadać tytuł: „Gazeta Chwilowa”, nawiązując widocznie do tradycji z przed siedmiu lat. „Kronika” wychodziła do zakończenia strajku drukarskiego t. j. do 3 stycznia 1914 r.

Warszawa także miała swój dziennik zbiorowy. Mianowicie w maju 1918 roku wobec przedłużającego się strajku pracowników drukarskich, wydawcy i redaktorzy dzienników warszawskich postanowili na czas strajku wydawać „Dziennik Wspólny”. Pomocy technicznej w wydawnictwie udzieliło grono właścicieli drukarni. W skład zespołu, wydającego „Dziennik Wspólny”, wchodziły redakcje następujących dziewięciu pism codziennych: „Gazety Porannej”, „Głosu”, „Godziny Polskiej”, „Gońca Warszawskiego”, „Kurjera Polskiego”, „Kurjera Warszawskiego”, „Nowej Gazety”, „Polaka-Katolika” oraz „Przeglądu Porannego i Wieczornego”.

W odezwie do czytelników redakcje tych pism między innymi pisały: „W chwili, kiedy wazą się losy Polski i świata całego, ogół polski nie może być przez dłuższy czas pozbawiony informacji i wiadomości o tym, co się dzieje. Wydawnictwo „Dziennika Wspólnego”, mimo wszelkich trudności technicznych,

podejmujemy w tym głębokim poczuciu, że ciąży na nas obowiązek narodowy, który spełniony być musi. „Dziennik Wspólny” nie może pretendować, aby zastąpił normalne wydawnictwa codzienne. Będzie dawał tylko niezbędne informacje, w formie najbardziej obiektywnej”.

Pełny tytuł omawianego pisma był: „Dziennik Wspólny. Komunikat łączny polskich pism codziennych warszawskich”. Redakcja i administracja mieściły się przy ul. Zgoda 1. „Dziennik Wspólny” był drukowany w Drukarni Polskiej (ul. Szpitalna 12); cena egzemplarza wynosiła 15 fenigów.

Prenumerata na „Dziennik Wspólny” przyjmowana nie była. Prenumeratorów pism codziennych warszawskich upraszano o wnoszenie przedpłaty na pismo dotychczas prenumerowane do kantorów właściwych wydawnictw.

Pismo było drukowane na czterech stronach formatu 38,5 × 27, lub nieco większego (Nr. Nr. 4 i 14 na dwóch stronach); na treść składały się telegramy oraz kronika bieżąca.

Najdonioślejszą wiadomością podaną w „Dzienniku Wspólnym” było ogłoszenie w Nr. 2 komunikatu niemieckiego o rozwiązaniu I korpusu polskiego gen. Dowbór-Muśnickiego.

Najciekawszym działem dla obecnego czytelnika, a może i dla ówczesnego również, stanowiła kronika bieżąca, informująca o ważniejszych wypadkach w Warszawie oraz o wybitniejszych osobach, przybyłych z Rosji.

Uruchomiono także dział ogłoszeń. Cena ogłoszeń wynosiła 10 marek za wiersz petitowy.

„Dziennik Wspólny” ukazywał się od 28 maja do 14 czerwca 1918 r. (włącznie). Ogółem wyszło 18 numerów.

W ostatnim numerze wydawnictwo żegnając się ze swymi czytelnikami pisało: „Dziennik Wspólny” usiłował związać się dobrze z podjętym zadaniem — dawania tylko niezbędnych, obiektywnych informacji. To skromne zadanie nie było jednak łatwe, wobec uciążliwych warunków pracy. Usterki tedy i braki zechcą nam czytelnicy wybaczyć. Ufni w to, łaskawych czytelników żegnamy, wszystkim współpracownikom za pomoc dziękujemy”.

## Przegląd Ekonomiczny

Organ Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego we Lwowie kwartalnik poświęcony badaniu podstawowych i aktualnych problemów gospodarczych i społecznych.

Redaktor prof. Leopold Caro  
LWÓW, UL. AKADEMICKA 21. II

W tomie XXI, który się właśnie ukazał, mieszają się prace X. Rektora Univ. S. B. w Wilnie prof. dra Aleksandra Wóycickiego pt. Rozwiązanie zagadnienia pracy, redaktora „Gazety Polskiej” Bohdana Witwickiego pt. Ośrodki dyspozycji w gospodarce polskiej — dokończenie rozprawy p. t. Rząd, Sejm i Senat w sprawach gospodarczych, odezwa Rady Społecznej przy Prymasie Polski w sprawie usi. kilkanaście recenzji dzieł ekonomicznych i socjologicznych i nekrolog ś. p. Gabriela Czechowicza.

Prenumerata roczna wynosi w kraju wraz z przesyłką zł 15, za granicą zł 25

# INFORMATOR HANDLOWY

## DLA PRZEDSIĘBIORSTW WYDAWNICZYCH

### ADRESARKI RĘCZNE I ELEKTRYCZNE ORAZ PRZYBORY DO ADRESAREK

Towarzystwo Handlowe „Adrex“  
Sp. z o. o. Warszawa, Marszałkowska 53a. Tel. biuro 806-03,  
Dyr. 806-09.

### ADRESY

Reklama Pocztowa sp. z o. o., adresy z całej Polski, handlu, przemysłu, wolnych zawodów itp., Warszawa, ul. Królewska 6, Tel. 281-87.

### BIURA OGŁOSZEŃ

Akwizycja ogłoszeń S. Fuks, Łódź, Piotrkowska 87, Tel. 121-36, 173-18, 121-16, P. K. O. 605.960.

A. T. E. Agencja Telegr. „Express“ — Dział Reklamy i Ogłoszeń, Warszawa, Pierackiego 16, tel. 304-93.

Biuro Ogłoszeń „Larum“, Warszawa, Królewska 1, Tel. 518-72, 616-38, 616-43.

Biuro Ogłoszeń i Reklam P.A.T., Warszawa, Królewska 5, Tel. 552-80. (centrala).

Biuro Ogłoszeń Teofil Pietraszek,zał. w 1915 r. Warszawa, Marszałkowska 115, Tel. 509-72, 509-73 i 609-73.

„Par“ Polska Agencja Reklamy Franciszek Krajna, Poznań, Aleje Mar-

cinowskiego 11, tel. 44-76 (centrala); Warszawa, Bracka 17, tel. 231-35, 215-24; Kraków, Rynek Główny 46, tel. 103-66; Katowice, Dyrekcyjna 10, tel. 317-80; Toruń, Szeroka 28, tel. 27-21.

Polska Agencja Publicystyczna, Biuro Ogłoszeń. Warszawa, Marszałkowska 95. Telefony: 9.89-99, 9.92-92, 9.94-56, 9.84-47.

Reklama Prasowa — Adam Mass, Warszawa, Poznańska 22, Tel. 9.62-86.

Towarzystwo Reklamy Międzynarodowej, Warszawa, Sienkiewicza 14, Tel. 570-50 (centrala).

Warszawska Agencja Reklamy Jan Ziółkowski, Warszawa, Sienkiewicza 2, Tel. 615-64, 346-15.

### CZCIONKI

Jan Idźkowski i S-ka, odlewnia czcionek, fabryka linii mosiężnych, kaszt i regałów, Warszawa, Rejtana 16; Tel. 417-21, 414-94.

Stanisław Jeżyński, Odlewnia czcionek i fabryka linii mosiężnych, Warszawa, Ogrodowa 50, Tel. 605-50, 605-70.

### INFORMACJE HANDLOWE

Wywiadownia Kredytowa „Informacja“, S. z o. o., Warszawa, Wiejska 11; Tel. 901-67, 901-69.

### MASZYNY DRUKARSKIE

Inż. Antoni Jeżyński, Maszyny drukarskie, litograficzne, offsetowe i tief-

drukowe, Planeta i in., Warszawa, Ogrodowa 50, Tel. 605-50, 605-70.

### METALE DRUKARSKIE

Dom Handlowy A. Gepner, Warszawa, Królewska 43; Tel. centrala 568-30; własna rafineria.

Metalowe Zakłady Hutnicze „Torpedo“ Sp. z o. o., Katowice, Wojewódzka 42.

Państwowe Zakłady Inżynierii, stopy drukarskie dla linotypów, monotypów, czcionkowe itd. Biuro sprzedaży—Warszawa, Terespolska Nr 34/36, tel. centrala 5-48-10.

### PRZEPROWADZKI

W. Węgiełek i S-ka, przechowanie, przewóz mebli i towarów, Warszawa, Trębacka 1; Tel. 240-45 i 240-46.

### STEREOTYPOWNI

„Matryca“ J. Wojciechowski i S-ka, Marszałkowska 116 (Złota 8), Tel. 240-86. Matrycowanie i odlewy tabel, dzieł, cyrkularzy, podlewanie klisz oraz wszelkie roboty w zakres stereotypii wchodzące.

### ZAKŁADY CHEMIGRAFICZNE

Zakład Artystyczno Fotochemigraficzny „Chemigraf“, właśc. W. Twardowski, Warszawa, ul. Marszałkowska 148, Front IV piętro, telefon 293-03.

„Zorza“ Zakład Fotochemigraficzny, Warszawa, N. Świat 27, Tel. 520-37.

(Nazwy firm umieszczone są w działach Informatora w porządku alfabetycznym)

## Działalność Tow. „Ruch“ w r. 1937

(Na podstawie bilansowych sprawozdań)

W dniach 29 marca i 22 kwietnia r. b. odbyły się pod przewodnictwem prezesa Stefana Krzywoszewskiego posiedzenia Rady Nadzorczej Polskiego Towarzystwa Księgarni Kolejowych „Ruch“ S. A. w Warszawie. Przedmiotem obrad były sprawozdania Zarządu z działalności Towarzystwa w 1937 r. Z obszernego sprawozdania Naczelnego Dyrektora p. Edmunda Seyfrieda wynika, że T-wo „Ruch“ w r. 1937 osiągnęło ogólne obroty w kwocie zł. 23.700.000, tj. o 9,5% więcej niż w r. 1936.

Jest to wynikiem znacznej poprawy, która w 1937 r. już wyraźnie zaznaczyła się w całym gospodarstwie społecznym. Nie bez znaczenia dla dużego wzrostu obrotów było również dalsze pogłębianie się i krzepnięcie organizacji „Ruchu“ w terenie.

#### Tytoń.

Wyrobu tytoniowych „Ruch“ sprzedał w 1937 r. na kwotę zł. 8.750.000, tj. o 15,6% więcej, aniżeli w 1936 r. Wyniki, osiągnięte w tej dziedzinie należy podkreślić, gdyż są one świadectwem wysiłku „Ruchu“ zarówno pod wzglę-

dem finansowym, jak i organizacyjnym. Dyr. Seyfried w referacie swoim zaznaczył, że dzięki zwiększonej sprzedaży wyrobów tytoniowych na dworcach kolejowych cały szereg punktów sprzedaży „Ruchu“ na kolejach uniknął likwidacji. Bez sprzedaży wyrobów tytoniowych punkty te nie dawałyby dochodu, nie zabezpieczyłyby najskromniejszej egzystencji sprzedawcom.

#### Książki.

W dziedzinie książek osiągnięto obroty większe niż w 1936 r. o 5%. Ten fakt jest objawem pociesającym, jeśli zważyć, że po okresie dobrej koniunktury w latach 1929—1930 nastąpił stały spadek. Dopiero w r. 1936 nastąpił lekki wzrost sprzedaży. Klientela „Ruchu“ poszukuje książek dobrych i tanich (w cenie do zł. 3).

#### Dzienniki

W 1937 r. „Ruch“ sprzedał dzienników i czasopism na łączną kwotę zł. 12.284.000. Stanowi to ponad 52% ogólnego obrotu. Charakterystyczną cechą 1937 r. jest dalsza penetracja pism war-

szawskich w terenie. Na przestrzeni lat 1935—1937 sprzedaż pism stołecznych poza Warszawą podniosła się w „Ruchu“ egzemplarzowo o 33%. Wzrost sprzedaży pism prowincjonalnych był powolniejszy, bo wyniósł w tym czasie 6%. Drugą cechą charakterystyczną jest pewne osłabienie sprzedaży pism 5-groszowych. Jest to niewątpliwie skutek poprawy ekonomicznej. W 1937 r. nie zgłoszono do kolportażu w „Ruchu“ żadnej nowej 5-groszówki. Trzecią cechą znamioną kolportażu pism w 1937 r. na terenie „Ruchu“ jest rozwój rozdzielni gazet, prowadzonych przez „Ruch“ pod własną firmą i we własnym zarządzie w Gdyni, Katowicach, Sosnowcu i Brześciu n.-Bugiem. Rozdzielnie te zostały utworzone w ciągu lat 1936—1937. Zadaniem ich jest organizowanie racjonalnej dostawy pism do punktów sprzedaży w danym mieście. Eksperyment tworzenia takich rozdzielni we własnym zarządzie należy uznać za wielce udany. Świadczą o tym następujące cyfry:

Rozdzielnia w Gdyni powstała w marcu 1936 r. Przed jej zorganizowaniem „Ruch“ w Gdyni za pośrednictwem hurtowników w miesiącach marcu—grudniu 1935 r. sprzedał 200.000 egz. dzienników. W 1937 r. w tych samych miesiącach — 651.000 egz.



**KSIĘGARNIE KOLEJOWE**

**KOLPORTAŻ MIEJSKI**

**DOSTAWA DZIENNIKÓW I CZASOPISM**

W Sosnowcu rozdzielnia została otwarta w kwietniu 1936 r. W poprzedzającym 1935 r. „Ruch” sprzedał za pośrednictwem hurtowników w Sosnowcu w miesiącach kwietniu—grudniu 143.000 egz. dzienników. W tych samych miesiącach w 1937 r. — 334.000 egz.

W Katowicach rozdzielnia została uruchomiona w lipcu 1936 r. W r. 1935 w miesiącach lipiec—grudzień hurtownicy sprzedali gazet warszawskich 67.000 egz. Własna rozdzielnia w 1937 r. w tych samych miesiącach sprzedała 152.000. W tym samym czasie ogólna tendencja wzrostu sprzedaży pism warszawskich w całej Polsce wyniosła 33%.

Najmłodsza rozdzielnia „Ruchu” w Brześciu n.-Bugiem powstała w maju 1937 r. Przed jej uruchomieniem hurtownicy sprzedali od maja do grudnia 1936 r. 330.000 egz. dzienników. Rozdzielnia w tych samych miesiącach 1937 r. sprzedała 445.000 egz., tj. o 34% więcej. Tendencja wzrostu sprzedaży pism warszawskich w latach 1936—1937 wyniosła 12%.

Utworzenie rozdzielni pociągnęło za sobą nie tylko wzrost sprzedaży w tych miejscowościach, ale nadto spowodowało znaczne uporządkowanie rynku kolportażowego. Wyplenilo w tych miejscowościach wypożyczanie pism. Ten udały eksperyment zachęca do studiów nad otwieraniem rozdzielni tam, gdzie po temu okazały się warunki. P. dyr. Seyfried w referacie swoim udowodnił, że akcja ta nie jest w żadnej mierze zwrócona przeciw solidnym kupcom gazetowym, którzy w zawodzie kolporterskim są tak potrzebni i konieczni, bez których żadne rozszerzenie, czy ugruntowanie kolportażu nie jest możliwe. Natomiast akcja ta będzie przez „Ruch” prowadzona systematycznie tam, gdzie zaniedbane i prymitywne stosunki kolportażowe lub zła wola hurtowników uniemożliwiają należyte zorganizowanie sprzedaży pism, powierzonych „Ruchowi”.

„Ruch” w 1937 r. posiadał 454 stałych punktów sprzedaży na kolejach, prowadzonych pod własną firmą. Cyfra ta nie wyczerpuje właściwej organizacji „Ruchu” w terenie. Zarówno bowiem w sezonie zimowym, jak letnim dochodzi do cyfry tej 45 punktów sezonowych, tudzież 210 kolporterów lotnych. Około 100 z nich pracuje przez cały rok. Hurtowników gazetowych, pobierających przez „Ruch” pisma do

dalszej odsprzedaży, było w 1937 r. 700. Obsługiwali oni w terenie ponad 2900 punktów sprzedaży gazet.

P. dyr. Seyfried w referacie swoim stwierdził dalej, że sprawa dotarcia z pismami na wieś nie o wiele posunęła się naprzód. Wieś dla czytelnictwa gazet nie jest jeszcze zdobyta. Problem ten coraz widoczniej i natarczywiej będzie domagać się pozytywnego rozwiązania.

Sprzedaż dzienników na terenie kolejowym, a także i poza tym terenem za pośrednictwem „Ruchu” wyniosła w r. 1937 — 55.160.000 egz. dzienników, wychodzących w Polsce. Jest to w porównaniu z rokiem 1936 o 12,7% więcej. W 1937 r. wzrost sprzedaży pism 10-groszowych wyniósł w stosunku do r. 1936 tylko o 4%. Pisma 5-groszowe zarówno w 1936 r., jak i w 1937 r. stanowią 8% sprzedaży.

#### Kolportaż miejski.

W 1937 r. sprzedano w kolportażu miejskim w Warszawie 63.645.000 egz. gazet, tj. o 416.000 egz. więcej niż w 1936 r. Ta mała zwyżka sprzedaży egzemplarzowej świadczy o stabilizacji obrotów — stabilizacji, której dalsze trwanie nie byłoby objawem pożądanim.

#### Czasopisma.

Wykazują w 1937 r. zarówno w kolportażu kolejowym, prowincjonalnym, jak i w kolportażu miejskim w Warszawie poważny wzrost. W kolportażu kolejowym i prowincjonalnym o 29,8%, w kolportażu miejskim — o 53%. Zwyżka ta pochodzi głównie z bardzo zwiększonej sprzedaży zeszytów powieściowych. Zajmują one masowy zbyt w tych sferach czytelników, do których dotąd ani gazeta, ani czasopismo z rozmaitych względów dotrzeć nie mogły. Odliczywszy od ogólnej ilości sprzedanych czasopism zeszyty powieściowe, okaże się jednak, że pozostałe czasopisma posiadają obecnie tendencję zwyżkową, która wynosi około 9%. Największą poprawę wykazują czasopisma 10-groszowe. Stanowią one 62% ogólnej sprzedaży czasopism, zwiększenie ich sprzedaży wyraża się cyfrą 19%. W czasopismach droższych, ponad 10 gr., tendencja wzrostu wykazują te czasopisma, które posiadały wyraźny i zdecydowany charakter i program i pisma, dla młodzieży. Dobra technika wykonania jedna również zwolenników. Nie

wykazują natomiast rozwoju czasopisma o przestarzałej formie redakcyjnej i polemiczno-polityczne.

Do kolportażu w „Ruchu” zgłoszono w 1937 r. 236 nowych wydawnictw. Przeszto kolportować w 1937 r. z powodu zaniechania wydawania 9 dzienników, tudzież 120 różnych czasopism.

Pod koniec 1937 r. „Ruch” kolportował 466 tytułów: 153 dzienników i 313 czasopism. Ta duża liczba tytułów posiadanych w kolportażu zmusza „Ruch” do ograniczeń w przyjmowaniu do kolportażu nowych wydawnictw, zwłaszcza, jeżeli nie dają one dostatecznej pewności, że nie będą to efemerydy, które po kilku numerach zakończą swój wydawniczy żywot.

#### Ogólne wyniki

Bilans „Ruchu” kształtuje się pomyślnie. Obroty we wszystkich działach podnoszą się, rentowność poszczególnych działów pozostaje na poziomie lat ubiegłych z lekką tendencją wzrostu, prócz kolportażu pism na terenie pozakolejowym. Kolportaż ten jest w dalszym ciągu deficytowy z przyczyn, od „Ruchu” niezależnych, a dopłata do kolportażu tego wyniosła w roku 1937 poważną kwotę zł 124.000.—. Ten duży wysiłek finansowy i ta ofiara, uszczuplająca w znacznym stopniu dochody „Ruchu”, świadczy o jego społecznym nastawieniu.

„Ruch” w roku 1937 zapłacił tytułem podatków i należności umownych, tudzież opłat na rzecz ubezpieczeń społecznych, wreszcie tytułem należności za przewóz pism bagażem (zł 234.000), łącznie kwotę zł 1.000.031. Sprzedawcy pism na stacjach kolejowych otrzymali tytułem prowizji kwotę zł 922.200 hurtownicy pism na prowincji zł 1.360.000 — z czego muszą udzielić dalszego rabatu detalistom — podhurtownicy pism w Warszawie otrzymali prowizję w kwocie zł 408.000. Łącznie „Ruch” wypłacił tytułem prowizji i rabatów kwotę zł 2.690.000, umożliwiając w ten sposób zarobkowanie dużej rzeszy osób, pracujących zawodowo w tak ważnej dziedzinie, jak kolportaż pism.

Rada Nadzorcza wyraziła dyr. Seyfriedowi uznanie za doskonale opracowane referaty i przyjęła wnioski Zarządu w sprawie bilansu i podziału zysków. Za rok 1937 projektowana jest dywidenda dla akcjonariuszów w wysokości 5% (w r. ubiegłym — 4%).

**tanio  
starannie  
punktualnie**

# F. Wyszyński i S-ka

## ZAKŁADY DRUKARSKIE WARSZAWA

firma egzystuje  
od 1908 roku

DZIAŁ GAZETOWY: ZGODA 5 (DOM WŁASNY). TEL. 592-28  
DZIAŁ OGÓLNY: WARECKA 15. TELEFONY: 223-54 i 255-40

DRUKI REKLAMOWE, PERIODYCZNE, DZIEŁA I T. P.  
DRUKI NAKŁADOWE NA MASZYNACH ROTACYJNYCH

# PRACE ZWIĄZKU WYDAWCÓW

## POSIEDZENIE PREZYDIUM RADY I ZARZĄDU GŁÓWNEGO

Połączone Prezydium Rady i Zarządu Głównego odbyły posiedzenia w dniach 29 marca i 8 kwietnia r.b. Na posiedzeniach tych omawiano sprawy organizacyjne Towarzystwa Wiedzy Prasowej, sprawę cen makulatury, zagadnienia związane z wejściem w życie umowy zbiorowej o pracy dziennikarza, sprawę wzrostu liczby agencji informacyjnych oraz sprawy kolportażowe. Nadto przedmiotem obrad był udział Związku Wydawców w tegorocznym Kongresie FIADEJ w Rzymie, udział prasy polskiej w wystawie światowej w Nowym Jorku w 1939 r., projekt wydania propagandowej broszury o prasie polskiej w języku francuskim oraz sprawa przyjęcia przez władze Związku uczestników Kongresu FIJ, który odbędzie się w maju r.b. w Polsce.

W dniu 14 kwietnia obradowało Prezydium Zarządu. Przedmiotem obrad była sprawa terminu ogólnego zebrania członków Związku, szereg aktualnych spraw organizacyjnych i administracyjnych, nadto sprawa udziału Związku Wydawców w międzynarodowych porozumieniach, dotyczących prostowania fałszywych wiadomości prasowych.

## 60-e POSIEDZENIE ZARZĄDU GŁÓWNEGO.

W dniu 8 kwietnia r.b. odbyło się pod przewodnictwem prezesa Zarządu, p. Stefana Krzywoszewskiego, 60-te posiedzenie Zarządu Głównego Związku. Poza przewodniczącym w posiedzeniu udział wzięli pp. wiceprezes Rady Leon Puławski, wiceprezesi Zarządu — Antoni Lewandowski i Mieczysław Niklewicz, członkowie Zarządu pp. Stanisław Cieślak, Adam Grabowski, Stefan Heinrich, Marian Nussbaum-Ołtaszewski, Waclaw Olchowicz, Henryk Paschalski, Jan Sotomski, br. Wawrzyniec Podwapiński w zastępstwie O. Mariana Kolbe oraz dyrektor Związku p. Stanisław Kauzik i wicedyrektor p. Franciszek Głowiński.

Na wstępie p. prezes Krzywoszewski zapoznał zebranych z prowadzonymi obecnie pracami organizacyjnymi, podjętymi celem powołania do życia Towarzystwa Wiedzy Prasowej. Sprawozdanie z tych prac zamieszczamy na innym miejscu niniejszego zeszytu.

Następnie dyrektor Związku zreferował przebieg rozmów z przedstawicielami Związku Dziennikarzy, podjętych dla ustalenia wspólnej wykładni niektórych przepisów układu zbiorowego pracy w zawodzie dziennikarskim, w szczególności

ści zaś artykułu 53. O wyniku tych rozmów piszemy w oddzielnej notatce. Zagadnienie interpretacji układu wywołało obszerną dyskusję, podczas której wysunięto szereg wątpliwości, jakie niosą się przy stosowaniu niektórych przepisów układu. Dyr. Kauzik przedstawił zebranym koncepcję, jaka się wyłoniła w toku obrad z delegatami Związku Dziennikarzy — koncepcję utrzymania istniejącej dotychczas Komisji Porozumiewawczej Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy. Głównym zadaniem tej Komisji byłoby ustalenie wspólnej wykładni układu, co przyczyniłoby się do jednolitego normowania postępowania w praktyce i unikania sporów. Na wniosek p. Lewandowskiego, powzięta została uchwała, aprobująca utrzymanie Komisji Porozumiewawczej. Do Komisji tej jako delegatów Związków Wydawców powołano pp. prezesów: Bolesława Biege, Stefana Krzywoszewskiego, Antoniego Lewandowskiego, Mieczysława Niklewicza i dyrektora Stanisława Kauzika.

Następnie wyznaczono delegatów Związku do 4 Komisji, przewidzianych układem zbiorowym, a mianowicie Kwalifikacyjnej, Odwoławczej, Rozjemczej i Ubezpieczeniowej. Skład tych Komisji podajemy na innym miejscu.

Z kolei dyr. Głowiński zreferował wniosek w sprawie przeciwdziałania dewastacji rynku ogłoszeniowego przez efemerydy wydawnicze. Po dłuższej dyskusji postanowiono przedsięwziąć akcję, mającą na celu uświadomienie inserentów za pośrednictwem odpowiednich organizacji o niecelowości i szkodliwości zamieszczania ogłoszeń w tego rodzaju wydawnictwach.

Następnie poddano dyskusji sprawę projektowanego rejestru akwizytorów ogłoszeniowych, mającego na celu uporządkowanie stosunków w dziedzinie akwizycji ogłoszeniowej. W związku z tą sprawą podkreślono potrzebę podjęcia akcji, zmierzającej do podniesienia poziomu kwalifikacji zawodowych akwizytorów przez zorganizowanie odpowiednich kursów i opracowanie wskazówek fachowych.

Ponadto przedmiotem obrad było zagadnienie działalności informacyjnej radia, sprawa reklamy kinowej, wreszcie — sprawy organizacyjne.

## TOWARZYSTWO WIEDZY PRASOWEJ.

W dniu 30 marca 1938 r. odbyło się z inicjatywy Związku Wydawców pierwsze organizacyjne zebranie przedstawicieli sfer naukowych i świata prasy, poświęcone utworzeniu Towarzystwa

Wiedzy Prasowej. W myśl założeń, wysuniętych przez inicjatorów, zadaniem Towarzystwa będzie stworzenie stałego ośrodka pracy naukowej, poświęconej badaniom prasy polskiej i jej doskonaleniu.

Zebraniu przewodniczył rektor Uniwersytetu J. P. prof. Włodzimierz Antoniewicz. Przy stole prezydialnym zasiadli pp.: prezydent m. Warszawy min. Stefan Starzyński, dyrektor PAT min. K. Libicki, prezes Rady Zw. Wyd. Feliks Mrozowski i dyrektor KAP ks. prałat Z. Kaczyński. Poza tym udział w zebraniu wzięli pp.: B. Biega, H. Butkiewicz, Al. hr. Dzieduszycki, W. Giełżyński, Fr. Głowiński, St. Godycki-Cwirko, S. Grostern, St. Kauzik, St. Krzywoszewski, Ant. Lewandowski, M. Niklewicz, M. Obarski, Z. Piotrowski, L. Puławski, J. Reyman, E. Seyfried, M. Starzyński, St. Strzetelski, M. Ścieżyński, W. Trzebiński, St. Wędkiewicz i A. Wieczorkiewicz.

Zebranie zagał prez. F. Mrozowski, wyrażając przekonanie, iż „zorganizowanie Towarzystwa Wiedzy Prasowej wypełni istniejącą lukę w stałym udoskonalaniu metod i badaniu najżywniejszych zagadnień, interesujących prasę polską“. Na wszystkich polach konieczne staje się podejmowanie wysiłków, żeby nie dać się zaskoczyć zawrotnemu tempu dziejowych wydarzeń. Prasa musi świecić przykładem.

W dalszym ciągu obrad obszerne referaty, uzasadniające potrzebę utworzenia T-wa Wiedzy Prasowej oraz omawiające zasady jego organizacji wygłosili prez. Stefan Krzywoszewski oraz dyr. Stanisław Kauzik.

Po obszernej dyskusji, podczas której zgodnie podkreślana była celowość zorganizowania T-wa Wiedzy Prasowej, postanowiono wyłonić specjalną Komisję. Zadaniem tej Komisji będzie ustalenie szczegółów organizacji Towarzystwa oraz opracowanie bliższego programu jego prac.

Do Komisji zostali powołani pp.: red. H. Butkiewicz, prez. Al. hr. Dzieduszycki, ks. prałat Z. Kaczyński, dyr. St. Kauzik, prez. St. Krzywoszewski, min. K. Libicki, prez. Miecz. Niklewicz, rektor J. Reyman, red. St. Strzetelski, dyr. W. Trzebiński oraz dziekan St. Wędkiewicz. Nadto władze Związku Dzień wydelegowały do Komisji swego przedstawiciela w osobie wice-prezesa Hieronima Wierzyńskiego.

Pierwsze Zebranie Komisji Organizacyjnej odbyło się w dniu 12 kwietnia, w lokalu Związku Wydawców. Obradom przewodniczył p. dziekan St. Wędkiewicz. Poza przewodniczącym w zebraniu wzięli udział pp. H. Butkiewicz, Al. hr. Dzieduszycki, Fr. Głowiński, ks. prałat Zygmunt Kaczyński, St. Kauzik, St.

**STOISKA NA TARCO**  
interesujące w

**HALA 17**



**Błony**

**Graficzne**

ROTOGRAWUROWE  
PROCESS  
DIAPOZYTYWOWE

**Płyty**

REPRODUKCYJNE ORTOCHROMA-  
TYCZNE I PANCHROMATYCZNE  
FOTOMECHANICZNE

**Polskie – Tanie – Niezawodne**

**„ALFA”**

FABRYKA PŁYT, BŁON, PAPIERÓW  
I CHEMIKALIÓW FOTOGRAFICZNYCH ● BYDGOSZCZ

# ACH POZNAŃSKICH

awcę i drukarza

na Targach Poznańskich

**1-8 MAJA B. R. PAWILON 17**

Wystawiane będą następujące maszyny:

P. T. Właściciele drukarni, introligatorni, jak również pracownicy, którzy się interesują nowoczesnymi maszynami, proszeni są uprzejmie o odwiedzenie stoiska

**CYLINDROWY AUTOMAT DRUKARSKI REX I**

fabr. Koenig & Bauer, Würzburg.

format 36 × 50 cm,

wydajność do 4500 ark. na godzinę.

**AUTOMATYCZNA PRASA DOCISKOWA (TYGLÓWKA)**

**AUTOMONOPOL I**

fabr. Johne-Werk, Bautzen.

format 34 × 47 cm,

wydajność do 2500 ark. na godzinę.

**SZYBKOBIEŻNA MASZYNA DO KRAJANIA PERFECTA ASP.**

fabr. Johne-Werk, Bautzen.

długość cięcia 105 cm.

**WYSOKOSPRAWNA MASZYNA DO FALCOWANIA**

na format 55 × 76 cm,

fabr. Georg Spiess, Lipsk.

**INTERPRINT BRONISŁAW S. SZCZEPSKI**

WARSZAWA I. KRÓLEWSKA 23, TELEGR. „TYPOLIT”, TEL. 683-38, i 683-29

WYŁĄCZNE PRZEDSTAWICIELSTWO MASZYN DO SKŁADANIA

**LINOTYPE**

**Tadeusz Drozdowski i S-ka**

WARSZAWA, MOKOTÓW, REJTANA 16

TEL. 4-16-40

zaprasza wszystkich pp. Drukarzy i Wydawców do zwiedzenia na Międzynarodowych Targach Poznańskich stoiska firmy, Pawilon 17, celem zapoznania się z najnowszymi modelami linotypów amerykańskich i niemieckich.

Krzywoszewski, K. Libicki, M. Niklewicz, J. Edm. Reyman, St. Strzetelski, W. Trzebiński i H. Wierzyński.

Przedmiotem dyskusji, w której brali udział wszyscy obecni, był projekt statutu Towarzystwa Wiedzy Prasowej, zakres działania Towarzystwa oraz plan pierwszych jego prac.

Celem ustalenia ostatecznego projektu Statutu, powołano w wyniku obrad komitet redakcyjny pod przewodnictwem prof. St. Wędkiewicza w składzie następującym: prezes St. Krzywoszewski, min. K. Libicki, red. St. Strzetelski i dyr. St. Kauzik.

#### POSIEDZENIE

##### KOMISJI POROZUMIEWAWCZEJ.

W dniu 7 kwietnia r.b. odbyło się posiedzenie przedstawicieli Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy R. P., poświęcone sprawom, związanym z wejściem w życie w dniu 1 kwietnia r.b. układu zbiorowego pracy w zawodzie dziennikarskim.

W posiedzeniu tym wzięli udział z ramienia Związku Dziennikarzy R. P. wiceprezesa red. Witold Giełżyński i red. Hieronim Wierzyński oraz prezes Syndykatu Dziennikarzy Warszawskich, red. Stefan Grostern, z ramienia Związku Wydawców zaś —prezes Zarządu p. Stefan Krzywoszewski, wiceprezes Rady p. Bolesław Biega, wiceprezesi Zarządu pp. Antoni Lewandowski i Mieczysław Niklewicz oraz dyrektor Związku p. Stanisław Kauzik.

Głównym przedmiotem obrad było zagadnienie interpretacji artykułu 53 układu zbiorowego, który stanowi, iż w przeciągu 3 miesięcy od dnia wejścia w życie układu istniejącego umowy indywidualne winny być dostosowane do przepisów układu. Po dłuższej dyskusji sprawę tę postanowiono przekazać do rozpatrzenia Komisji Rozjemczej.

Ponadto omówiono sprawę utrzymania działającej dotychczas Komisji Porozumiewawczej. Postanowiono, że wchodzący w skład Komisji delegaci Związku Wydawców i delegaci Związku Dziennikarzy poczynią u władz swych organizacji odpowiednie kroki, zmierzające do formalnego załatwienia tej sprawy.

##### USTALENIE SKŁADU KOMISYJ, PRZEWIDZIANYCH W UKŁADZIE ZBIOROWYM PRACY W ZAWODZIE DZIENNIKARSKIM.

Pomiędzy Związkiem Wydawców a Związkiem Dziennikarzy R. P. wymienione zostały pisma, notyfikujące skład delegatów tych organizacji do komisji przewidzianych w układzie zbiorowym pracy z dnia 11 lutego 1938 r.

Skład tych komisji ustalony został jak następuje:

**Komisja Kwalifikacyjna:** z ramienia Związku Wydawców — wiceprezes Antoni Lewandowski jako przewodniczący delegacji, wiceprezes Bolesław Biega i dyr. Wacław Olchowicz jako członkowie oraz red. Stanisław Cieślak, dyr. Henryk Paschalski i dyr. Jan Sotomski jako zastępcy; z ramienia Związku Dziennikarzy: wiceprezes Hieronim Wierzyński jako przewodniczący, redaktorzy Jerzy Nowakowski i Józef Winiewicz (Poznań) — jako członkowie oraz redaktorzy Józef Burczak (Katowice), Walerian Charkiewicz (Wilno) i Wacław Sikorski jako zastępcy.

**Komisja Odwoławcza:** z ramienia Związku Wydawców prezes Stefan Krzywoszewski jako przewodniczący delegacji, red. Henryk Butkiewicz, wiceprezes Roman Leitgeber jako członkowie, oraz dyrektorzy Franciszek Białas, Józef Chodak i O. Maksymilian Kolbe jako zastępcy; z ramienia Związku Dziennikarzy prezes Stefan Grostern jako przewodniczący delegacji, redaktorzy Marian Grzegorzczak i Jan Laukau (Kraków) jako członkowie oraz redaktorzy Konrad Fiedler (Bydgoszcz), Mieczysław Krzepkowski i Adam Nechay (Lwów) jako zastępcy.

**Komisja Rozjemcza:** z ramienia Związku Wydawców wiceprezes Mieczysław Niklewicz jako przewodniczący delegacji, wiceprezesi Edmund Gromski i Leon Puławski jako członkowie, oraz wiceprezesi Bolesław Biega, Antoni Lewandowski i Edward Pawłowski jako zastępcy; z ramienia Związku Dziennikarzy wiceprezes Witold Giełżyński jako przewodniczący delegacji, red. Zygmunt Piotrowski i sen. Marian Seyda (Poznań) jako członkowie oraz redaktorzy Jan Fall (W-wa — Lwów), Franciszek Probst (Łódź) i Jerzy Rogowicz jako zastępcy.

Powołano również do życia specjalną Komisję Ubezpieczeniową, której zadaniem będzie przeprowadzenie prac, zmierzających do zorganizowania odrębnego ubezpieczenia dla dziennikarzy.

Do Komisji tej z ramienia Związku Wydawców powołani zostali wiceprezes Bolesław Biega, wiceprezes Mieczysław Dobija, dyr. Hilary Gottowt, red. Stanisław Majewski, mec. Janusz Olchowicz, jako członkowie oraz dyr. Antoni Goerne, dyr. Adam Grabowski, O. Maksymilian Kolbe i dyr. Marian Nussbaum-Ołtaszewski jako zastępcy; z ramienia zaś Związku Dziennikarzy redaktorzy Władysław Wąsowicz-Dunin jako przewodniczący delegacji, Jerzy Pieczynis, Adam Szenberg-Górski (Łódź) i Leon Weinstock (Lwów) jako członkowie, oraz Czesław Ancerewicz

(Białystok), dr Marian Chełmickowski (Poznań), Józef Dobrostański (Pomorze), Kazimierz Jędrzejczak (Częstochowa) i Bolesław Pałędzki (Katowice) jako zastępcy.

Przewodniczący delegacji wydawców oraz piąty członek Komisji ze strony dziennikarzy wyznaczeni zostaną w najbliższym czasie.

#### POSIEDZENIE KONSTYTUUJĄCE KOMISJI ROZJEMCZEJ.

W dniu 13 kwietnia r. b. w lokalu Związku Wydawców odbyło się posiedzenie konstytuujące Komisji Rozjemczej. Ze strony Związku Wydawców w posiedzeniu wzięli udział: wiceprezes Mieczysław Niklewicz jako przewodniczący grupy, oraz wiceprezesi Bolesław Biega, Antoni Lewandowski i Leon Puławski; ze strony Związku Dziennikarzy: wiceprezes Witold Giełżyński jako przewodniczący grupy oraz red. Jan Fall, sen. Marian Seyda i red. Zygmunt Piotrowski.

W wyniku przeprowadzonego losowania przewodniczącym zebrania został p. Mieczysław Niklewicz.

Przedmiotem obrad Komisji były projekty regulaminu postępowania przed Komisją Rozjemczą i regulaminu wewnętrznego Komisji, oraz interpretacja art. 53 układu zbiorowego, przekazana przez Komisję Porozumiewawczą.

Projekty obu regulaminów przyjęto w pierwszym czytaniu z niewielkimi zmianami.

Sprawa interpretacji art. 53 układu wywołała obszerną dyskusję, podczas której obie strony sprecyzowały swe stanowiska.

#### POROZUMIENIA

##### W SPRAWACH OGŁOSZENIOWYCH

W dniu 25 marca r. b. odbyło się pod przewodnictwem prez. Stefana Krzywoszewskiego trzecie kolejne posiedzenie przedstawicieli większych wydawnictw ogłoszeniowych, poświęcone sprawie specjalnych porozumień w tej dziedzinie.

Przedmiotem obrad były projekty umów następujących: 1) umowy dotyczącej spraw, związanych z dysponowaniem i obliczaniem rozmiarów ogłoszeń, 2) umowy w sprawie wzmianek gratisowych, 3) umowy w sprawie walki wydawnictw z bezpłatną i ukrytą reklamą. Nadto poruszono sprawę rejestracji akwizytorów i sprawę akcji propagandowej na rzecz ogłoszenia prasowego.

Akcję władz Związku, mającą na celu zawarcie przez wydawnictwa umów w sprawach ogłoszeniowych poddajemy obszerniej analizie na innym miejscu zeszytu.



## PRACE KOMITETU PRASY PERIODYCZNEJ

W dniu 11 kwietnia r.b. odbyło się zebranie Komisji Organizacyjnej sekcji czasopiśmienniczych, w których wzięli udział pp. prezes Stefan Krzywoszewski, dr Waław J. Grott, St. Heinrich, Stanisław Podwysocki, dr Franciszek Rodziewicz, wicedyrektor Związku Franciszek Głowiński i sekretarz Komitetu Jan Mokrzycki. Przedmiotem obrad były sprawy organizacyjne następujących sekcji: prasy technicznej, prasy lekarskiej, prasy ogólnej, prasy organizacyjnej pracowników umysłowych, sprawa warunków współpracy członków Związku z hurtownikami papierniczymi oraz sprawa centralnego stołecznego punktu sprzedaży pism periodycznych. Nadto poruszono sprawę zorganizowania wycieczki do fabryki papieru oraz wycieczki do C. O. P.

## SPRAWA UMOWY ZBIOROWEJ W DRUKARSTWIE

W dniu 6 kwietnia r.b. odbyła się konferencja dyr. Stanisława Kauzika z p. A. Skrzyńskim, przedstawicielem P. A. Zawodowego Drukarzy i Pokrewnych Zawodów. Przedmiotem konferencji była inicjatywa Związku Drukarzy, dotycząca podjęcia pertraktacji w sprawie umowy zbiorowej w drukarniach gazetowych m. Warszawy.

## SPRAWA MAKULATURY

W końcu marca r.b. biuro Związku zajęło się sprawą cen makulatury, które w ostatnich czasach wykazują tendencję zniżkową. Badania te objęły zarówno zagadnienie wytwarzania i zużycowania makulatury jak i sprawę znacznego jej importu. Poddano również analizie kwestie celne oraz sprawę taryf kolejowych. W związku z tymi pracami dyrektor Związku p. Stanisław Kauzik w dniu 12 kwietnia r.b. odbył konferencję z p. dyr. Ludwikiem Kozłowskim, członkiem Zarządu S. A. Steinhagen i Saenger.

Sprawa makulatury była w ostatnich dniach przedmiotem wystąpień władz Związku do zainteresowanych ministerstw.

## PRZEWOZ PAPIERU NA TERENIE WARSZAWY

Komisariat Rządu m. st. Warszawy wydał zarządzenie o ruchu ulicznym w stolicy, które to zarządzenie spowodowało trudności w dostarczaniu papieru do drukarni wydawniczych. Sprawa powyższa była przedmiotem konferencji dyr. Związku p. Stanisława Kauzika z p. wicewojewodą mjr. Kazimierzem Jurgielewiczem.

# ORGANIZACJE I SPRAWY DZIENNIKARSKIE

## WYDZIAŁ WYKONAWCZY ZWIĄZKU DZIENNIKARZY

Wydział Wykonawczy Związku Dziennikarzy R. P. delegował swego sekretarza red. M. Kozłowskiego do przeprowadzenia rozmów z wiceministrem spr. wewn. Nakoniecznikow-Klukowskim w sprawie osadzenia w obozie odosobnienia w Berezie Kartuskiej dziennikarzy wileńskich red. Kownackiego i Łochtina. W dłuższej rozmowie, jaka się odbyła w dniu 9 marca, wicemin. Nakoniecznikow-Klukowski oświadczył red. Kozłowskiemu, że w sprawie tej, jako zależnej od prezesa Rady Ministrów, będzie mógł udzielić odpowiedzi za tydzień. W dniu 19 marca nadeszło do Związku Dziennikarzy R. P. oficjalne zawiadomienie z kancelarii wiceministra spr. wewn., że red. Kownacki i Łochtin zostali zwolnieni z obozu w Berezie. Prezydium Związku Dziennikarzy wyraziło podziękowanie p. premierowi Składkowskiemu, nadto wiceprezes Związku Wierzyński i red. Kozłowski złożyli podziękowanie wicemin. Nakoniecznikow-Klukowskiemu.

Wydział Wykonawczy Związku postanowił zaproponować Zarządowi Głównemu, aby walne zgromadzenie członków odbyło się w Warszawie w dniu 15 maja r.b.

## W SYNDYKACIE

### DZIENNIKARZY WARSZAWSKICH

Doroczne walne zgromadzenie członków Syndykatu Warszawskiego odbędzie się dn. 8 maja.

Zarząd Syndykatu postanowił zwrócić się do Wydziału Wykonawczego Związku Dziennikarzy R. P. z prośbą, by na najbliższym walnym zjeździe Związku rozważono sprawę przynależności do organizacji dziennikarskich pracowników, rozpoczynających działalność dziennikarską od udziału w dzienniku radiowym.

## Z SYNDYKATU DZIENNIKARZY POMORSKICH

W niedzielę 6 marca odbyło się w Bydgoszczy doroczne walne zgromadzenie członków Syndykatu Dziennikarzy Pomorskich. Po wysłuchaniu sprawozdania za rok ubiegły i udzieleniu absolutorium ustępującemu zarządowi z red. Fiedlerem na czele dokonano nowych wyborów do władz organizacyjnych, które dały wynik następujący: Zarząd — pp. Fiedler, Dobrostański, Małycha, Rzeźniacki, Doliński, Wytyk, Przybylski; Komisja rewizyjna — pp.

Matłosz, Wojder, Kaprowski; Sąd koleżeński — pp. ks. Chudziński, Kościelnski, Mężnicki, Różański, Bleliński jn.

Walne zgromadzenie uchwaliło zmianę statutu przez wprowadzenie postanowienia, że żydzi nie mogą być członkami Syndykatu. (Jest to drugi, po Syndykacie wileńskim, wypadek wprowadzenia w dziennikarstwie paragrafu aryjskiego).

## Z SYNDYKATU LWOWSKIEGO

W dniu 27 marca odbyło się doroczne walne zebranie Syndykatu Dziennikarzy Lwowskich, na którym udzielono zarządowi absolutorium za rok ubiegły i wybrano nowe władze. Prezesem został wybrany ponownie przez akklamację red. Bronisław Laskownicki; również przez akklamację załatwiono wybory wiceprezesów, którymi zostali pp. Henryk Heschel, Edward Kozłowski, Bronisław Skalak i Władysław Szenderowicz. Do zarządu weszli ponadto pp. A. Bratt, K. Bukowski, M. Grekowicz-Hausnerowa, B. Günsberg, Z. Kiełb, H. Kuroń, J. Matyasik, T. Przybylski, Al. Wareński i Br. Zduńczyk.

## Z SYNDYKATU ŁÓDZKIEGO

Tegoż 27 marca odbyło się również doroczne walne zebranie członków w Syndykacie Dziennikarzy Łódzkich. Prezesem został obrany ponownie red. Czesław Gumkowski, nadto weszli do zarządu pp. Jerzy Bolski, Waław Drodowski, Adam Halberstadt, Ryszard Manugiewicz, Roman Rom i Jakub Szulman. Do Komisji rewizyjnej zostali wybrani pp. Edmund Bartoszek, Otton Heinke i Henryk Passierman, do Sądu koleżeńskiego: Julian Cerski, Szymon Glueck, Stefan Kałuszyner, Zygmunt Kotkowski, Franciszek Probst, Stanisław Sapociński i Waław Wagner.

## Nowy typ agencji

W Warszawie rozpoczęła działalność agencja prasowa, opierająca swą pracę na zasadach, nieznanych dotychczas w Polsce, a szeroko stosowanych we Francji, w Niemczech itp.

Serwis agencji „A-Z” (artykułowo-literacki) dostarczany jest na zasadach wyłączności w danym okręgu, to znaczy w każdym większym ośrodku otrzymuje go tylko jedno pismo. Zapłata za serwis nie jest ryczałtowa, lecz obliczana w zależności od zamieszczonych artykułów. (Pr.)

# KRONIKA KRAJOWA

## Z życia prasy

### ZMIANA

#### W „KURIERZE PORANNYM“

„Kurier Poranny“ z dnia 13 kwietnia r. b. podał, iż p. Janina Hołówkowa ustąpiła z zarządu i administracji wydawnictwa „Kurier Poranny“. Administrację wydawnictwa objął p. Mieczysław Orłowski, obecny zarządca spółki.

#### ZAWIESZENIE „NOWEJ PRAWDY“

Sąd Okręgowy decyzją z dnia 24 marca r. b. zawiesił dziennik „Nowa Prawda“, który od kilku miesięcy ukazywał się w Warszawie. Wydawnictwo wniosło zażalenie na tę decyzję.

#### SPECJALNE NUMERY

#### DZIENNIKOW BYDGOSKICH

W dniu 1 kwietnia r. b. weszła w życie zmiana podziału administracyjnego Polski, w wyniku której 4 powiaty wielkopolskie z Bydgoszczą oraz 4 powiaty warszawskie weszły w skład województwa pomorskiego. Oba czołowe

pisma bydgoskie, „Kurier Bydgoski“ i „Dziennik Bydgoski“ uczciły ten fakt, wielkiego znaczenia dla ich miasta i całego Pomorza, wydaniem specjalnych numerów w znacznie zwiększonej objętości.

Imponująco prezentuje się specjalny zeszyt „Kuriera Bydgoskiego“ objętości 64 stron. Część artykułową otwiera artykuł pióra wydawcy „Kuriera“, prezesa Edwarda Pawłowskiego, poświęcony genezie i znaczeniu zmian terytorialnych województwa pomorskiego. Inne artykuły, skreślone przez najwybitniejszych przedstawicieli władz państwowych, samorządu terytorialnego i gospodarczego, organizacji gospodarczych, społecznych, kulturalnych i zawodowych na Pomorzu, dotyczą ważnych zagadnień aktualnych.

Bardzo interesujący numer wydał również „Dziennik Bydgoski“. Szereg artykułów omawia problemy gospodarcze, związane z utworzeniem Wielkiego Pomorza.

#### WYSTAWA PRASY LEKARSKIEJ.

Podczas zjazdu Związku Lekarzy P.P. w Katowicach (w dniach 28 i 29 maja r. b.) odbędzie się w gmachu T. C. L. wystawa prasy lekarskiej, zorganizowana przez „Nowiny Społeczno-Lekarskie“, organ Związku. Celem wystawy jest propaganda polskiej prasy lekarskiej wśród lekarzy. Jako eksponaty, przyjmowane są egzemplarze i roczniki czasopism lekarskich, wykresy, tablice itp.

Organizatorzy projektują urządzenie wystaw prasy lekarskiej co rok w związku z dorocznym walnym zebraniem Związku Lekarzy P. P.

#### NOWE PISMA

W marcu r. b. ukazał się pierwszy zeszyt miesięcznika „Polityka Narodowa“, zawierający prace Romana Dmowskiego, Stanisława Głąbińskiego, Romana Rybarskiego, Karola Stojanowskiego, gen. M. Januszajtisa, Wład. Folkińskiego, Stanisława Kozickiego, Zygmunta Berezowskiego i Jędrzeja Giertycha. Jako wydawca podpisuje pismo p. Kazimierz Kowalski, jako redaktor — p. Zygmunt Berezowski.

W dniu 11 kwietnia r. b. ukazał się w Warszawie pierwszy numer dziennika „Nowa Rzeczpospolita“, wydawanego przez Spółkę Wydawniczą „Nowa Prawda“. Pismo ukazuje się w godzinach przedpołudniowych; cena egzemplarza 10 gr. Jako redaktor podpisuje „Nową Rzeczpospolita“ p. F. Kwieciński. Pismo drukuje się w zakładach graficznych F. Wyszynskiego i S-ki.

W maju r. b. zacznie ukazywać się miesięcznik „Mechanik“, wydawany przez Stowarzyszenie Inżynierów Mechaników Polskich wspólnie z Polskim Związkiem Przemysłowców Metalowych.

#### NOWY ZESZYT „ARKAD“

Miesięcznik „Arkady“, wydawany przez P. A. T., odznacza się nie tylko wspaniałą szatą zewnętrzną, lecz również interesującą treścią. Zeszyt kwietniowy „Arkad“ przynosi artykuł N. Sarnówny „Rzeźba z Nowego Miasta“, interesujący artykuł T. Mańkowskiego o starym polskim kobiernictwie i uwagi J. Handelsmanowej o współczesnym dywanie polskim, charakterystykę nowoprzebudowanych wnętrz pałacu M. S. Z. pióra A. Lauterbacha i szereg innych prac.

#### WASZ DZIAŁ OGŁOSZEŃ USPRAWNIA

● rozwinię ● uczyni skutecznym i wydajnym ● doświadczonego rzeczoznawcę propagandy ● inicjatywa ● doradctwo ● kampanie ● organizacja ● nagłówki ● teksty ● Kontakt sub ● szef reklamy do „Prasy“

## Interesuje i przemawia

wśród codziennej poczty

efektowny druk reklamowy



Powierzajcie wykonanie druków bezadresowych

SP. AKC. ZAKŁ. GRAF. „DRUKARNIA POLSKA“  
W DZIERŻAWIE SPÓŁKI WYDAWNICZEJ CZASOPISM SP. Z O. O. • WARSZAWA, SZPITALNA 12

## POROZUMIENIE

### PRASY UKRAIŃSKIEJ

W dniu 18 kwietnia r. podpisane zostało we Lwowie na specjalnej konferencji porozumienie prasy ukraińskiej, do którego przystąpiły pisma następujące: „Diło“, „Batkiwszczyna“, „Wohni“, „Gromadzkiy Hołos“, „Zinka“, „Zinoczyn Hołos“, „Meta“, „Nowa Zoria“, „Prawda“, „Ukrainka“, „Ukraiński Beskid“, „Ukraiński Wisty“ i „Robotnyczyj Hołos“.

Według komunikatu oficjalnego, redakcje tych pism mają wymieniać między sobą informacje i poglądy na temat spraw ogólnonarodowego znaczenia i starać się o uzgodnienie sposobów prasowej obrony zbiorowego życia na-

rodu ukraińskiego przed niezdrowymi przejawami wewnętrznymi i groźnymi atakami z zewnątrz. Nadto porozumienie mówi o ustaleniu zasady lojalności prasowych polemik.

Konferencja ustaliła, że do porozumienia mogą przystąpić także inne pisma ukraińskie.

### POLSKA POWIEŚĆ ODCINKOWA W NIEMCZECH

Polska powieść odcinkowa zdobywa sobie uznanie za granicą. Ostatnio agencja literacka „A-Z“ umieściła w jednym z najpoczytniejszych dzienników niemieckich powieść J. Brzeziny „Towarzysz 103“ w tłumaczeniu A. Zaleskiej.

# P R A W O      A      P R A S A

## UKŁAD ZBIOROWY PRACY

### W DZIENNIKARSTWIE

Minister Opieki Społecznej zarządzeniem z 21 marca 1938 r. (Zbiór Układów Zbiorowych Pracy Nr. 17, poz. 34) nadał układowi zbiorowemu pracy, zawartemu w Warszawie w dniu 11 lutego 1938 r. moc powszechnie obowiązującą dla wszystkich wydawnictw o typie dziennika na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej. Zarządzenie to weszło w życie z dniem 24 marca 1938 r. Tekst układu z 11 lutego 1938 r. został ogłoszony w Nr. 13 pod poz. 28 Zbioru Układów Zbiorowych Pracy.

## POSREDNICTWO PAT

### W ZAKRESIE OGŁOSZEŃ

Prezydium Rady Ministrów pismem z 2 marca 1938 r. (Dz. Urz. M. S. Wewn. Nr. 9, poz. 40) wyjaśniło, że prawo pośrednictwa Polskiej Agencji Telegraficznej w zakresie przekazywania prasie płatnych ogłoszeń urzędów i instytucji państwowych, ustalone w § 4 statutu PAT, nie stosuje się do Dzienników Wojewódzkich, jako wydawnictw

urzędowych. W przypadkach, gdy urzędy i instytucje państwowe zechcą korzystać z pośrednictwa PAT w przekazywaniu ogłoszeń do Dzienników Wojewódzkich, PAT uprawniona jest wtedy do pobierania należności na pokrycie kosztów pośrednictwa.

## CZASOPISMA,

### PRZYWOŻONE Z ZAGRANICY

Ministerstwo Skarbu okólnikiem z 28 lutego 1938 r. (Dz. Urz. Min. Skarbu Nr. 7, poz. 167) przypomniało, że w myśl postanowień art. 2 ustawy o poczcie, telegrafii i telefonii (Dz. U. 1931, Nr. 12, poz. 57), prawo wyłączności państwowej co do poczty obejmuje w szczególności przyjmowanie, przesyłanie i doręczanie czasopism i wydawnictw, wychodzących przynajmniej 12 razy do roku, zarówno krajowych jak i przychodzących z zagranicy. W związku z tym wszystkie czasopisma i gazety, przywożone przez kolporterów z zagranicy winny być nadawane do dalszego przewozu pocztą w najbliższym granicy polskim urzędzie pocztowym.

tylko  
dobre ogłoszenie  
sprzedaje



złe ogłoszenie kosztuje tyleż, co dobre, a daje wręcz odmienny skutek • wyniki ogłoszenia zależą od jego treści, układu i wyboru właściwego pisma.



dobre ogłoszenie potrafi opracować tylko doświadczony reklamowicz, który dba o interes klienta i wie co, komu i gdzie mówić należy o każdym towarze.



doradctwo reklamowe • kampanie prasowe • pomysłowe teksty, rysunki i układy ogłoszeń dla klientów i pism • zlecenia do wszystkich pism w kraju i zagr.



**BIURO REKLAMY  
I OGŁOSZEŃ  
AGENCJI TELEGR. „EXPRESS“  
WARSZAWA  
PIERACKIEGO 16, TEL. 304-93**

## zjazdowy zeszyt »prasy«

Następny, majowy zeszyt Prasy ukaże się w dniu ogólnego zebrania członków Związku Wydawców i zawierać będzie, oprócz obfitej treści redakcyjnej, obszerny omówienie działalności Związku w okresie 1937/38.

# PRASA NA SZEROKIM ŚWIECIE

## FRANCJA

Rozwój „Paris Soir”.

W r. 1930 „Paris Soir” był jednym z licznej plejady średnich, raczej małych dzienników paryskich. Jego nakład wahał się od 30—40 tysięcy egzemplarzy. Wówczas to objęli go nowi właściciele; pismo zostało gruntownie zreorganizowane zarówno pod względem redakcyjnym jak i administracyjnym. Zaangażowano wybitne pióra. Kierunek redakcyjny uległ zasadniczej zmianie: na pierwszy plan wysunięta została ilustracja, reportaż, sensacja. W r. 1930 ilustracja zajmowała 17,5% powierzchni pisma, w r. 1935 — 58%.

W pierwszym roku nowych rządów „Paris Soir” osiągnął nakład 100 tys. W następnych latach nakład kształtował się następująco:

1932 --	530.000
1933 —	1.250.000
1934 —	1.400.000
1935 —	2.000.000

Obecnie i ta ostatnia cyfra została przekroczona.

## NIEMCY

Wiadomości z Wiednia.

„Zeitungswissenschaft” w zeszycie z dn. 20 marca r. b. wypomina większości dzienników wiedeńskich, że jeszcze w dniu 11 marca obrzucały narodowy socjalizm Rzeszy szyderstwami i wyzwiskami. Radykalny zwrot nastąpił w ciągu nocy dn. 12 marca. Redaktorzy pochodzenia żydowskiego otrzymali niezwłocznie urlopy. Miejsca ich zajęli mężowie zaufania partii narodowo-socjalistycznej. W wielu redakcjach kierownictwo objęli komisarze nowego rządu. Dawni redaktorzy okazali przeważnie chęć całkowitego poddania się dyrektywom nowej władzy. „Neue Freie Presse” i „N. Wiener Tagblatt” pierwsze poszły do Canossy. Ta nagła zmiana frontu nie wzbudziła jednak zaufania ani żywszego czasunku.

„Bulletin” szwajcarski donosi z Wiednia, że inwazja niemieckich dzienników partyjnych do przyłączonej do Rzeszy Austrii staje się z każdym dniem silniejsza. Widoczna jest dbałość o podsygnięcie nastrojów antysemickich. Dzienniki i periodyki zagraniczne znikają ze sprzedaży. Prasa szwajcarska została całkowicie wyrugowana.

## SZWAJCARIA

Prasa szwajcarska w r. 1937-m.

W świeżo ogłoszonym w „Bulletin” sprawozdaniu zarządu głównego Szwajcarskiego Związku Wydawców Dzienników znajdujemy interesujące szczegóły, dotyczące sytuacji wydawniczej w Szwajcarii w roku ubiegłym. Ogólne położenie gospodarcze kraju wykazało w tym okresie zdecydowaną poprawę.

## SOMMAIRE:

Stanisław Kauzik: *Le développement de la science de la presse en Pologne.*

Cinq ans d'activité de M. Kaliński au poste du ministre des P.T.T.

fg.: *L'évolution du marché des annonces en Pologne.*

Franciszek Kusz: *Bugra.*

Aleksander Gozdowski: *L'exposition de la presse professionnelle à la foire de Leipzig.*

*Les succès de la publicité collective.*

*La poste et la presse en Allemagne en 1936.*

Leon Zieleniewski: *Les journaux collectifs en Pologne.*

*L'activité de l'Association „Ruch” en 1937.*

**LES TRAVAUX DE L'ASSOCIATION POLONAISE DES EDITEURS.**

**LES ORGANISATIONS DES JOURNALISTES EN POLOGNE.**

**CHRONIQUE POLONAISE.**

**LA LOI ET LA PRESSE.**

**LA PRESSE A TRAVERS LE MONDE.**

Zwiększył się eksport, ożywił się ruch turystyczny, podniosły się dochody kolei żelaznych, zmniejszyła się liczba bezrobotnych (pozostało ich jeszcze 71 tys.). Nastrój depresji minął. Mimo podniesienia się cen w hurcie o 17%, koszt utrzymania, dzięki roztropnym zarządzeniom, wzrósł tylko o 6%.

Sprawozdanie stwierdza wszakże, że przemysł wydawniczy szwajcarski w dalszym ciągu musi walczyć z dużymi trudnościami. Ożywienie w przemyśle mało wpłynęło na wzmożenie się ogłoszeń. Wydawców dzienników szwajcarskich w roku ubiegłym dotknęły boleśnie wyższe cen niezbędnych produktów: papieru (8,1%), matryc i farb (10%), klisz (20%), informacji agencyjnych (8%), wiadomości zagranicznych (40%), maszyn (do 30%).

Mimo takiego uszczerbku w budżecie, wydawcy szwajcarscy obstają przy niepodwyższaniu cen prenumeraty i cen jednostkowych. Zrealizowano oszczędności na przewozie dzienników, na redukcji rabatów w kolportażu, na organizacji wewnętrznej. Prowadzona jest akcja celem ogólnej i solidarnej obniżki rabatów od ogłoszeń, jak również celem zaniechania opłat na rzecz agencji informacyjnych, których komunikaty nie przedstawiają istotnej wartości.

Sprawozdanie Zarządu Głównego Wydawców nie przesądza, czy podniesienie cen jednostkowych i prenumeraty nie okaże się koniecznością, możliwą do przeprowadzenia.

## WIELKA BRYTANIA

Obrona angielskich agencji

informacyjnych.

Izba Gmin zajęła się ich losem. Agencje angielskie nie są subwencjonowane, nie korzystają ze specjalnych przywilejów. Wskutek tego nawet potężna instytucja jak agencja Reutera z trudem może współzawodniczyć z wielkimi agencjami kontynentalnymi, jak Stefani (Italia), Havas (Francja), Tass (Szwajcaria), DNB (Rzesza). Konkurencja jednak staje się coraz niebezpieczniejsza, informacja angielska zaczyna być spychana na drugi plan. Posłowie Herbert Morrison i Fletcher wskazywali na znaczenie propagandowe, zwłaszcza w sprawach polityki zagranicznej, wielkich agencji i domagali się dla prasowych agencji angielskich przynajmniej ulg w taryfach telegraficznych, telefonicznych i radiowych.

## Czystość druku, głęboka czerń i połysk cechują farby rotacyjne „Dr. Rattner”

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

**CENY OGŁOSZEŃ:** Zwyczajne: 1 str. — 200 zł.; 1/2 str. — 110 zł.; 1/4 str. — 75 zł.; 1/8 str. — 60 zł. **W tekście o 50% drożej. Artykuły reklamowe, komunikaty i t. p. o 100% drożej; oznaczone są literami (Pr).** Wkładka jednokarikowa do całego nakładu jednorazowo — 150 zł. **Ogłoszenia drobne po 30 gr. za wyraz. Powyższy cennik nie dotyczy n-rów specjalnych.**

Rękopisów redakcja nie zwraca. Przedruk z „Prasy” dozwolony za podaniem źródła

**ADRES REDAKCJI I ADMINISTRACJI:** Warszawa, ul. Zgoda 8 m 4. Telefon Nr. 540-00. Konto rozrachunkowe Warszawa I. Nr. 751.

**RED.: STANISŁAW KAUKIK • WYDAWCA: POLSKI ZW. WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM • SEKR. RED.: JAN MOKRZYCKI**

Sp. Akc. Zakł. Graf. „Drukarnia Polska”, Warszawa, Szpitalna 12, tel. 272-06, 587-98, 643-33, w dzierżawie Sp. Wzd. Czasopism Sp. z o. o.