



PRASA

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

WALNE ZEBRANIE

Przyjął się zwyczaj, że dorobek organizacyjny Związku Wydawców odmierzamy w czasokresach od jednego walnego zebrania do następnego. Walne zebranie staje się widowym etapem przebytej drogi i osiągniętych wyników.

Od końca maja r. z. do końca maja r. b., działalność Związku realizowała lub usiłowała realizować projekty i zamierzenia, które przez dłuższy czas dojrzewały w toku starannych rozważań i opracowań. Różnorodność zasięgu tych poczynań godną jest uwagi. Związek nie lekceważy nawału spraw bieżących, których załatwianie nie znosi zwłoki. Nie spuszcza z oka interesów gospodarczych przemysłu prasowego. Równie żywo wszakże zajmuje się dalszym rozwojem organizacyjnym Związku, zabiegami w kierunku podniesienia autorytetu prasy.

Do kompleksu spraw gospodarczych należy zaliczyć sprawy skarbowe, przeważnie załatwione dla prasy pomyślnie. Następnie — porozumienia kolportażowe szeregu wielkich dzienników — coraz sprawniejsze, pierwsze porozumienia ogłoszeniowe, nareszcie zapoczątkowane. I nade wszystko — zawarcie umowy zbiorowej ze Związkiem Dziennikarzy R. P., polubowne rozwią-

zanie zagadnienia, które wydawało się kwadraturą koła.

Umowa zbiorowa nabrała mocy obowiązującej dopiero przed dwoma miesiącami. Realizacja jej musi w początkach spotykać się ze szkopułami, które wywołają konieczność wyjaśnień i wzajemnych

ustępstw na rzecz dobra ogólnego. Takie jest prawo życia. Lecz dziś już nikt nie wątpi, że to właśnie rozwiązanie było najwłaściwsze i że dodatnie na przyszłość rokuje nadzieje.

Z umową zbiorową łączy się Rejestr Dziennikarzy, nad którym od roku z górą pracuje Komisja Porozumiewawcza, złożona z delegatów Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy. Prace tej Komisji związane są z tytuł trudnościami i z taką odpowiedzialnością, że z natury rzeczy nie mogą być pośpieszne.

Zainicjowany przez władze Związku „Informator Prasowy“ zostanie, mamy nadzieję, przyjęty zyczliwie przez świat prasy. Staraliśmy się pomieścić w nim jak najpełniejszy kompleks informacji o prasie, stworzyć przewodnik rzetelny i wszechstronny. Jeśli pierwsze wydanie nie będzie wolne od pewnych braków, nie należy winić redaktorów: stosunki prasowe w Polsce nie są jeszcze uregulowane, na wielu odcinkach akcja organizacyjna jest zaledwie rozpoczęta. Ten stan rzeczy musi odzwierciedlać się i w „Informatorze“. Mniemamy wszakże, że odda on poważne usługi i dla każdego obywatela czy instytucji, interesujących się prasą, będzie cen-

TREŚĆ ZESZYTU

St. Krz.: Walne Zebranie

Prasa a turystyka — oświadczenie min. A. Bobkowskiego.

Odwołane obrady F. I. J.

fg.: Po tegorocznych Targach Poznańskich Narady wydawców na terenie międzynarodowym

Aleksander Gozdowski: Prenumerata w okresie letnim.

F. G.: Prasa — propaganda — reklama.

Mgr. Stanisław Grzelecki: Badania nad socjologią i psychologią czytelnictwa pism.

Leon Zieleniewski: Związek gospodarczy polskich wydawców w Krakowie w 1918 roku.

PRACE ZWIĄZKU WYDAWCÓW.

ORGANIZACJE I SPRAWY DZIENNIKARSKIE.

Walny Zjazd Związku Dziennikarzy R. P.

KRONIKA KRAJOWA.

PRAWO A PRASA.

PRASA NA SZEROKIM SWIECIE.

SPRAWOZDANIE ROCZNE Z DZIAŁALNOŚCI POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM.

nym i nieodzownym nabytkiem.

Powołany do życia rok temu Komitet Prasy Periodycznej przechodzi pomyślnie uciążliwy okres początków rozwojowych. Wśród przedstawicieli zrzeszonych czasopism uwydatnia się coraz mocniejsze przeświadczenie o pożytku tej organizacji. Wiemy z doświadczenia, że potrzebne są dłuższe i uporczywe wysiłki, zanim nadejdzie pora zbiorów. Zwycięża zawsze i tylko wytrwałość.

Komisja Orzekająca, zawiązana wspólnie ze Związkiem Dziennikarzy R. P., zdobywa powagę i autorytet. Wpływ jej daje się już odczuć: ogólny ton polemik w dziennikach stał się wstrzemięźliwszy. Spozstrzegać się daje dość powszechna dobra wola unikania wykroczeń, które stawały się w prasie naszej przyczyną tak przykrych fermentów.

Zawiązane zostało, po długich przedwstępnych studiach, pracach i naradach, Towarzystwo Wiedzy Prasowej, przy życzliwym poparciu ze strony władz Uniwersytetu Warszawskiego, Szkoły Nauk Politycznych, Wyższej Szkoły Dziennikarskiej, a przy gorliwym współudziale Związku Dziennikarzy R. P., Polskiej Agencji Telegraficznej i innych organizacji, działalnością swą z prasą związaną. Władze Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism przywiązują wielką wagę do tej nowej placówki. Zadania jej są wysokiego znaczenia dla dalszego rozwoju prasy polskiej. Inicjatywa Związku Wydawców spotkała się z jednomyślnym uznaniem.

Zwiększył się w ten sposób dorobek moralny naszego Związku.

Bilans dziesięcioletniej działalności, który zamykamy w końcu

tego roku, wypadnie korzystnie. Świadczyć będzie o aktywności obywatelskiej zrzeszonych w Związku wydawców, o niespożytej energii dykcji, o świątłych i wytrwałych usiłowaniach celem wprowadzenia do stosunków wydawniczych w Polsce należnego ładu i planowego współdziałania dalszemu rozwojowi prasy polskiej.

Dziesięcioletnie zabiegi, prace i zasługi Związku znajdują wyraz w księdze pamiątkowej, która ukaże się w terminie jubileuszowym.

Nie wszystkie zamierzenia Związku zostały ziszczone, niektóre powiodło się osiągnąć tylko w pewnym stopniu. Plan ogólny jednak jest tak wartościowy, że władze Związku śmiało z nim stanąć mogą przed najwyższym swym aeropagiem — przed Zebraniem Walnym.
St. Krz.

Prasa a turystyka

Ankieta „Prasy”

Turystyka była przez wiele lat w Polsce dziedziną zaniedbaną i zapomnianą. Kształtowała się i rozwijała bez planu i myśli przewodniej. Brakło ośrodka, obejmującego całokształt zagadnień turystyki, planowo pracującego nad jej rozwojem. Dziś stan ten należy, na szczęście, do przeszłości. Całością spraw turystycznych opiekuje się Ministerstwo Komunikacji. Ustalono zasady polityki turystycznej państwa, podjęto prace nad ich realizacją, w wielu dziedzinach poważnie je zaawansowano.

Dzięki działalności Ministerstwa Komunikacji turystyka stała się zagadnieniem żywo interesującym całą opinię publiczną. Specjalnie żywo interesuje ona prasę. Przede wszystkim jako zjawisko o doniosłym znaczeniu państwowym, społecznym i gospodarczym, powtórnie jako temat żywotny i ciekawy dla czytelników pism. Wreszcie — jako dziedzina gospodarcza, współpracująca z działami reklamowymi prasy w coraz szerszym zakresie.

Pragnąc dać wyraz tym zainteresowaniom redakcja „Prasy” zwróciła się do p. ministra ALEKSANDRA BOBKOWSKIEGO, z prośbą o autorytatywne oświetlenie zagadnień turystyki. P. minister Bobkowski udzielił przedstawicielowi „Prasy” wywiadu na ten temat. Na prośbę redakcji „Prasy” interesujący problem zdrowotnictwa, będący jednym z najważniejszych zagadnień turystyki, oświetliła p. HALINA MINKIEWICZOWA, dyrektor Związku Uzdrawisk Polskich.

P. min. BOBKOWSKI jest nie tylko kierownikiem akcji Ministerstwa Komunikacji, dotyczącej turystyki. Jest również inicjatorem i twórcą tej nowej dziedziny działalności państwa, pionierem nowoczesnego pojmowania znaczenia i roli turystyki.

Działalność p. min. BOBKOWSKIEGO stała się niewątpliwie początkiem nowego okresu w turystyce polskiej. Okres ten charakteryzuje się planowym rozwojem wszystkich elementów turystyki, dokonywanym pod hasłem upowszechnienia ruchu turystycznego.

Celem, do którego dąży Ministerstwo Komunikacji — rozpoczął swe interesujące oświadczenie minister Bobkowski — jest zdemokratyzowanie turystyki. Sfera osób, korzystających z dobrodziejstw turystyki, jest dotychczas stosunkowo nieliczna. Cho-

dzi nam o zasadniczą zmianę tego stanu rzeczy, o wciągnięcie do udziału w ruchu turystycznym jak najszerszych mas obywateli państwa. Zadanie to niezwykle trudne i skomplikowane, ale zarazem wyjątkowo doniosłe z punktu widzenia państwowego. Wciągnięcie mas do turystyki, to zademonstrowanie im od oculos jak wielka i piękna jest Polska; to budzenie zdrowych ambicji narodowych i państwowych. W ruchu turystycznym bezpośrednio stykają się ze sobą wszystkie warstwy społeczne, ludność ze wszystkich dzielnic Polski; sprzyja to wyrównywaniu różnic dzielnicowych, zwalcza wiele uprzedzeń i przesądów, wyrabia poczucie łączności narodowej. Dla jedynostki turystyka jest nie tylko źródłem odpoczynku i zdrowia fizyczne-

go, — zarazem wychowuje społecznie i kształci, rozszerzając horyzont umysłowy. Dla dużej części mieszkańców Polski świat kończy się dotychczas w odległości kilkunastu kilometrów od ich chałupy; dalej nigdy nie wyjeżdżali.

Nie mniej doniosłe są korzyści gospodarcze, jakie przynosi państwu rozwój turystyki. Pierwsza, to przyspieszenie obrotu. Niewielki wydatek jednostkowy, pomnożony przez setki tysięcy uczestników, stwarza pozycje, ważące na całym życiu gospodarczym. Ważne jest, że turystyka wpływa na ulepszenia terytorialnego podziału dochodu społecznego: regiony, odwiedane przez turystów są to, niemal bez wyjątku, okolice specjalnie gospodarczo upośledzone. Turystyka stwarza

nowe dziedziny zarobkowania i zatrudnienia, przemysł hotelarski, gospodni itp. Jest źródłem dochodu dla wszystkich środków przewozowych. Skarbowi państwa stwarza nowych podatników, zwiększa wpływy od dotychczasowych. Nadto dostarcza cennych dewiz zagranicznych.

Trzy zasadnicze zadania w organizowaniu turystyki, to akwizycja uczestników, przewóz i uplasowanie. W akwizycji chodzi nie tylko o dotarcie z propagandą jak najszerszej, chodzi również o dotarcie do ludzi właściwych. Przewóz w turystyce masowej, to wielkie i trudne technicznie zadanie przede wszystkim dla kolei. Chodzi przecież o przewiezienie wielkich mas w krótkim przeciągu czasu, wygodnie, sprawnie, a przy tym bez uszczerbku dla normalnego ruchu kolejowego. Organizacja pobytu, to zagadnienie drobiazgowej, przewidującej organizacji, opartej na wielkim doświadczeniu kierowników i sprawnym aparacie wykonawczym.

Wielkie znaczenie turystyki już dawno zrozumiano zagranicą. W Niemczech np. intensywnie popierane są przez państwo wszystkie formy turystyki masowej; rok rocznie państwo łoży na ten cel wielkie sumy. W Polsce państwo zajęło się turystyką stosunkowo niedawno, powierzając tę dziedzinę opiece Ministerstwa Komunikacji.

Zadanie jakie mamy spełnić — kontynuował swe oświadczenie min. Bobkowski — nie jest łatwe, wobec bardzo ograniczonych środków i bezmiaru potrzeb. Z konieczności trzeba było ustalić hierarchię zadań, realizując przede wszystkim najpilniejsze. Doświadczenia wykazały, że niezbędne jest stworzenie instytucji, któraby spełniała rolę organizatora i animatora turystyki, instytucji elastycznej, wolnej od balastu wszelkiej formalistyki i biurokracji, ściśle związanej z terenem. Utworzono Ligę Popierania Turystyki, korzystającą ze specjalnych prerogatyw, wzamian obciążoną wielkimi zadaniami. Działalność Ligi, będącej w istocie czynnikiem nadrzędnym, koordynującym cały ruch turystyczny, przyniosła poważne rezultaty. Oto najważniejsze inwestycje: w Zakopanem — udział w Linkoln, garaż, dom turystyczny, w Krynicy kolejka, w Sławsku, Siankach i Augustowie — hotele turystyczne, hotel masowy w Gdyni i in. Koszt tych inwestycji przekracza 1.100 tys. zł. Na najbliższy okres projektowane są dalsze prace: hotele turystyczne nad Naroczą i w Górach Świętokrzyskich, kolej terenowa na Gubałówkę, garaż w Augustowie, urządzenie Góry Parkowej w Krynicy

i szereg innych. Poważne wyniki osiągnęła również Liga w dziedzinie akwizycji, organizując kontakt z terenem, opracowując i doskonaląc metody tej pracy. Niewątpliwie postępy osiągnięto zarówno w dziedzinie przewozu jak i w dziedzinie organizowania pobytu.

Nie zajmując się bliższą charakterystyką bogatej działalności Ligi Popierania Turystyki, wskażę tylko na bardzo interesującą akcję przedłużenia sezonu w uzdrowiskach w drodze organizowania tanich zryczałtowanych pobytów w t. zw. słabym sezonie i niemięniej interesujące akcje: obozową, urlopową, zjazdową, popularną.

Bardzo ważną pozycją jest Studium Turyzmu na Uniwersytecie Jagiellońskim, które jest placówką naukowego badania turystyki i zjawisk z nią związanych. Wyniki tych badań pozwalają oprócz praktyczne poczynania na naukowych podstawach.

Wielką wagę przywiązuje Ministerstwo Komunikacji do popierania tych form turystyki, które zdobyły sobie już od lat prawo obywatelstwa. Z różnych form pomocy korzystają liczne organizacje turystyczne, krajoznawcze i sportowe.

Wszystkie nasze wysiłki — mówił dalej min. Bobkowski — nie dałyby tak poważnych rezultatów, gdyby nie fakt, że w ciągu ostatnich kilku lat turystyka stała się w Polsce popularna wśród najszerszych mas. Z całą satysfakcją stwierdzam, że zawdzięczamy to prasie. Jest to identyczne zjawisko jak ze sportem polskim, który przecież nie kto inny stworzył, jak prasa. Prasa polska bardzo wczesnie zrozumiała, czym jest turystyka i jakie reprezentuje wartości ogólne. Od lat obserwuję z głęboką radością tę olbrzymią, zbiorową akcję propagandową, prowadzoną przez prasę na rzecz rozwoju turystyki. Akcją wciągania mas w orbitę ruchu turystycznego, która z roku na rok pogłębia się i rozszerza. Coraz więcej jest pism z którymi w sprawach turystyki znajdujemy wspólny język. Prasa ze wszystkich środków docierania do mas ma zasięg najszerszy, oddziaływanie najskuteczniejsze. To też wyniki są bardzo poważne. Opinia społeczna została zdobyta dla turystyki.

Różne poczynania Ministerstwa Komunikacji, dotyczące turystyki, budziły różne zastrzeżenia, które wiele razy znajdowały wyraz na łamach prasy, czasami wyraz jaskrawy. Publiczną krytykę wszelkich akcji w dziedzinie turystyki uważam za bardzo pożyteczną dla samej sprawy. Nic bardziej nie animuje opinii publicznej niż dyskusje, ataki i polemiki. To najlepsza forma propagandy. Pozytyw-

nej pracy to nie szkodzi — najwyżej spłoszyć może współpracowników o słabych nerwach, — oddaje natomiast nieporównane usługi propagandowe, staje się podstawą powodzenia najbardziej zwalczanych poczynań.

Wielkie usługi propagandowe, jakie prasa oddaje sprawie turystyki, są tym bardziej godne podkreślenia, że są one niemal że całkowicie bezinteresowne. Liga Pop. Tur. nie jest w stanie prowadzić szerszej płatnej propagandy, każdy grosz zużywany być musi na inwestycje. Sądzę jednak, że rozwój turystyki przyczyni się do zwiększenia dochodów prasy. Wszak już dzisiaj uzdrowiska i przedsiębiorstwa, związane z turystyką, poważne sumy wydają na propagandę. Wraz ze wzmacnianiem się ruchu turystycznego wzrastać będzie reklama turystyczna na łamach prasy.

Zyczliwość i troskliwa opieka jaką prasa otacza turystykę — kończąc, podkreślił min. Bobkowski — jest jednym z najważniejszych czynników jej rozwoju.

Przy pomocy prasy zrobione zostało już bardzo wiele w kierunku demokratyzowania turystyki. Wierzę, że prasa polska nadal będzie potężnym motorem rozwoju turystyki, działając w zrozumieniu jej społecznej i państwowej doniosłości, w zrozumieniu wielkich wartości jakie wnosi w życie polskie.

Zdrowojnictwo polskie jest dziedziną gospodarstwa narodowego, która w latach ostatnich wykazała dużą dynamikę rozwojową. Świadczy o tym uderzające podniesienie się poziomu większości uzdrowisk zarówno w dziedzinie urządzeń jak organizacji pobytu itp. Ważnym czynnikiem tego pomyślnego rozwoju zdrowojnictwa jest Związek Uzdrowisk Polskich, prowadzący od szeregu lat energiczną i skuteczną działalność. P. HALINA MINKIEWICZOWA, dyrektor Związku Uzdrowisk, jest w sprawach zdrowojnictwa autorytetem powszechnie znanym. Jej długoletnia owocna działalność na obecnym stanowisku jest najlepszym dowodem wysokiej kompetencji i umiejętności.

Maksymalna frekwencja roczna w uzdrowiskach polskich — rozpoczęła swe uwagi dyr. Minkiewiczowa — wynosiła 250 tys. osób, co stanowi około 0,7% ogółu ludności. Analogiczna cyfra w Niemczech wynosi zgórz 4%, we Włoszech 3%. Te dane wskazują z jednej strony jak wiele jest do zrobienia w dziedzinie uzdrowiskowej w Polsce, z drugiej — jak wielkie są możliwości rozwoju naszych zdrojowisk, stacyj klimatycznych i kąpielisk morskich.

Uzdrowiska krajowe czynią wielkie wysiłki, aby stworzyć warunki jak najbardziej temu rozwojowi sprzyjające. Wysiłki te idą przede wszystkim w kierunku inwestycji, na które uzdrowiska polskie od chwili odzyskania niepodległości wydatkowały ponad 46 milj. zł. Wiele robi się również w dziedzinie ulepszenia organizacji pobytu, lepszego wykorzystania czynników leczniczych i w wielu, wielu innych dziedzinach.

Najbardziej energiczna nawet akcja nad ulepszeniem uzdrowisk pod wszelkimi względami nie może jednak wystarczyć. O powodzeniu uzdrowisk decyduje stopień zainteresowania nimi w społeczeństwie, opinia i zaufanie publiczności. Pod tym względem, trzeba to niestety stwierdzić, panują w Polsce stosunki niezbyt zadawalające. Niedocenianie, często niezajomość wielkich walorów leczniczych naszych uzdrowisk, — oto czynnik, w fatalny sposób ciężący nad rozwojem zdrojownictwa. Ostatnie lata przyniosły wprowadzić pewne zmiany na lepsze, głównie wskutek coraz większego zainteresowania się świata lekarskiego i życzliwego stanowiska prasy w stosunku do uzdrowisk. Daleko jednak jest do tego, aby społeczeństwo zdało sobie sprawę z rzeczywistej wartości polskich uzdrowisk.

W tych warunkach jako nieodparta konieczność nasuwa się postulat prowadzenia szerokiej, wszechstronnej, stałej i konsekwentnej akcji propagandowej na rzecz krajowych uzdrowisk. Akcję taką prowadzą one indywidualnie w imię własnych interesów, Związek Uzdrowisk — na rzecz całości zdrojownictwa polskiego. Zdaje sobie w pełni sprawę, że rozmach i zakres zarówno akcji poszczególnych uzdrowisk jak i Związku są niedostateczne. Ze sytuacja zdrojownictwa w Polsce wymaga propagandy szerszej i bardziej intensywnej. Niestety, w tym względzie możliwości finansowe zakreślają dość szczupłe ramy naszej propagandzie. Stwierdzić jednak trzeba, że z roku na rok wzrasta jej intensywność. Obecne wydatki propagandowe uzdrowisk oceniam na około 200 tys. zł. Pewna jestem, że lata następne przyniosą poważny wzrost tej sumy.

Rzecz oczywista, głównym narzędziem propagandy uzdrowiskowej, jak każdej w ogóle propagandy, jest prasa. Dodać muszę, że świadczenia propagandowe prasy na rzecz zdrojownictwa daleko wybiegają poza zakres współpracy ogłoszeniowej. Prasa i jej w znacznym stopniu bezinteresowna pomoc propagandowa, odegrała i odgrywa w dalszym ciągu wielką rolę w

rozwoju zdrojownictwa. Pięknie ujął zasługi prasy wiceprezes Związku Uzdrowisk dyr. St. Wiśniewski, który w referacie wygłoszonym na walnym zebraniu Związku w 1937 r. powiedział:

„Wielką rolę w propagandzie uzdrowisk naszych odegrała prasa polska, która z całą wyrozumiałością dla naszych usterek i niedomagań poruszyła opinię społeczeństwa, stale i zawsze przemawiając za uzdrowiskami krajowymi, która z całą życzliwością ujmowała inicjatywę propagandową w swe ręce, kierując się tylko przesłankami patriotycznymi, która stawiała w obronie interesów uzdrowiskowych i która uwierzyła w naszą siłę rozwojową i możliwość dźwignięcia zdrojownictwa polskiego“.

Związek Uzdrowisk z jednej strony dopomaga poszczególnym uzdrowiskom w ich akcji propagandowej, w pewnych wypadkach centralizuje ich propagandę z wielkim dla tych uzdrowisk pożytkiem. Z drugiej — prowadzi szeroko zakrojoną samodzielną akcję propagandową o charakterze ogólnym.

Przed wszystkim wymienić należy współpracę z prasą ogólną przy pomocy specjalnego biuletynu, licznych artykułów oraz wzmianek przy specjalnych okazjach czynionych. Utrzymywany jest żywy kontakt z prasą lekarską. Duże znaczenie propagandowe posiada szereg wydawnictw specjalnych Związku, udział w wystawach, akcja odczytowa, organizowanie wycieczek prasowych i lekarskich, wreszcie prowadzenie stałego biura informacyjnego.

Obraz wysiłków propagandowych na rzecz rozwoju zdrojownictwa — konkluduje dyr. Minkiewiczowa — nie byłby kompletny gdyby nie wspomnieć o wielkiej pomocy, jaką otrzymujemy ze strony Ministerstwa Komunikacji i Ligi Popierania Turystyki. Szczupłość miejsca nie pozwala wyliczyć tego szczegółowo, — stwierdzić jednak należy, że zainicjowana i kierowana przez min. Bobkowskiego doniosła planowa akcja państwowa w dziedzinie turystyki, przynosi zdrojowiskom realne i wielkie korzyści.

Odwołane obrady F. I. J.

W dniach 23 — 28 maja b. r. miały się odbyć w Polsce (Kraków — Warszawa) obrady Komitetu Wykonawczego Międzynarodowej Federacji Dziennikarskiej (FIJ). Wyłoniony przez wydział wykonawczy Związku Dziennikarzy R. P. specjalny komitet organizacyjny zakończył całkowicie prace przygotowawcze dla należytego przyjęcia gości z zagranicy. W ostatniej chwili, na posiedzeniu odbytym w dniu 5 maja b. r., Wydział Wykonawczy Związku Dziennikarzy R. P. widział się zmuszony powziąć uchwałę odwołującą obrady FIJ-u w Polsce, wyjaśniając motywy swej decyzji w piśmie, skierowanym do sekretarza generalnego FIJ p. Stefana Vallota w Paryżu.

Przyczyną tego obrotu rzeczy jest głęboki kryzys wewnętrzny, jaki od kilku lat przechodzi Międzynarodowa Federacja Dziennikarzy na tle problemu: jak się ustosunkować do dziennikarstwa państw totalistycznych. W ciągu ostatniego roku kryzys ten silnie się zaostrzył.

Ze strony mianowicie kilku należących do FIJ organizacji dziennikarskich (szwajcarskiej, węgierskiej i polskiej) podjęto przed dwoma laty zagadnienie współpracy FIJ z nienależącymi do niego organizacjami dzien-

nikarskimi. Przeprowadzona w wyniku tej inicjatywy międzynarodowa ankietą wykazała skrajną rozbieżność zdań. O ile część sfederowanych organizacji (w tej liczbie także Związek polski, który odpowiedź swą uchwalił na zeszłorocznym walnym zjeździe) wypowiedziało się za współpracą w sprawach zawodowych z organizacjami dziennikarskimi państw totalnych (Italia, Niemcy, Związek Sowiecki), o tyle z innych stron zgłoszono kategoryczne sprzeciwy. Wprawdzie na sesji paryskiej FIJ w roku 1937 przeważała pierwsza z przytoczonych wyżej opinii, gdyż powzięto rezolucję przewidującą możliwość współpracy na polu zawodowym z nieczłonkami FIJ, jednakże rezolucja ta spotkała się od razu z ostrym votum separatum organizacji francuskiej i w praktyce nie weszła w życie. Wytworzył się więc impas, wzmacniający fermenty wewnętrzne w międzynarodowej organizacji dziennikarskiej i grożący doprowadzeniem do jej rozbitcia.

Wobec tego stanu rzeczy w marcu b. r. prezes FIJ-u dr. Eskelunda (Dania) i wiceprezes Kenyon (W. Brytania) wystosowali do prezydium FIJ oraz do wszystkich sfederowanych organizacji list otwarty, w którym wskazując na niebezpieczeństwo rozbitcia Fe-

MASZYNY DRUKARSKIE

na

argach Poznańskich

Wśród szeregu stoisk, interesujących wydawcę i drukarza, lub właściciela zakładu introligatorskiego, ciekawie bardzo przedstawiało się stoisko firmy Interprint — Bronisław S. Szczepski. Na obszernym stoisku wystawiony został szereg nowoczesnych maszyn, będących w ruchu. Na pierwszym planie umieszczona została maszyna do szycia niemi — f-my Martini, model Acme, nadająca się specjalnie do szycia książek w formatach od 5 do 37 cm. Maszyna ta nadaje się do broszurowania i szyje przez gazę lub taśmę. Sąsiednia maszyna do szycia drutem f-my C. E. Gaitzsch model Perfection szyje broszury oraz blok do 22 mm. bez zmiany jakichkolwiek części.

Zwiedzających wydawców, drukarzy i introligatorów zainteresował wielce cylindrowy automat drukarski Rex I fabryki Koenig & Bauer, który istotnie obecnie jest najszybszy w tej klasie maszyn drukarskich. Wśród licznych zalet tej maszyny zwraca uwagę wózek, poruszany na rolkach, frontowe wykładanie na dosyć wysoki stos i to za pomocą łapek, które nie dotykają świeżego druku. Doskonałe roztarcie farby zapewnia b. silnie rozwinięty kałamarz z walcami o dużych średnicach, to też maszyna nadaje się świetnie do druku ilustracyjnego. Wszystkie walce mają jedną dźwignię do odstawiania i wyjmowania ich z maszyny, co bardzo ułatwia obsługę. Maszyna wyposażona jest w wyłącznik cylindra, czego nie ma w małych maszynach. Wypada również wspomnieć o doskonałym wyposażeniu elektrotechnicznym, gdyż cała obsługa odbywa się za pomocą guzików elektrycznych, a prócz tego jest lampa kontrolna do sprawdzania, czy maszyna gotowa jest do pracy i czy nie ma zaburzeń w jej działaniu.

Następną maszyną była automatyczna prasa dociskowa (tyglówka) Automonopol I f-my Johne-Werk, która przedstawia szczęśliwe połączenie tyglówki ilustracyjnej z automatem, gdyż samonakładacz jednym ruchem ręki może być odstawiony, a maszyna zastosowana do nakładania ręcznego. W razie jakichkolwiek niedokładności w papierze automat wyłącza całą maszynę samoczynnie. Dwa walce, nadające farbę pokrywają formę przy ruchu wózka w dół, a jeden przy ruchu w górę, osiągając w ten sposób równomierne pokrycie farbą. Samonakładacz przerabia wszelkie papiery od peluru do kartonu.

Przejrzystą i łatwą obsługą odznacza się szybkobieżna maszyna do krajania Perfecta ASP fabryki Johne-Werk. Jest to ostatni model tej, dobrze znanej na rynku maszyny, posiadającej mechaniczny dosuw papieru i oświetloną skalę milimetrową, która wskazuje odległość siodełka od noża. Maszyna ta posiada wszelkie zabezpieczenia, chroniące przed nieszczęśliwymi wypadkami, a które obecnie wymagane są przez władze, uprawnione do kontroli bezpieczeństwa pracy. Zwraca uwagę zabezpieczenie sprzęgła, oraz zabezpieczenie przed złamaniami w maszynie, czego nie ma w innych typach.

Prawdziwy podziw fachowców wywołała wysokosprawna maszyna do falcowania fabryki Georg Spiess, która w Polsce została zademonstrowana po raz pierwszy na Targach Poznańskich. Jest to maszyna pozbawiona noży, natomiast czynność falcowania wykonują odpowiednio skonstruowane wałki, oraz specjalne kieszenie (falztasche). Cały ruch maszyny odbywa się rotacyjnie, co przy korzystaniu z samonakładacza podnosi jej wydajność do 24.000 arkuszy na godzinę. Dopuszczalne są na niej wszelkie kombinacje falcowania. Interesującym szczegółem jest możliwość rozbudowywania tej maszyny, gdyż początkowo można kupić maszynę na jeden łam, a dopowując z czasem kieszenie falcujące, uzyskać można maszynę na 2 — 3 — 4 itd. łamy. Poza tym maszyna może składać arkusze ciąż, perforować, oraz żłobkować (rylować).

Niewątpliwą zasługą firmy Interprint — Bronisław S. Szczepski, której biura i składy mieszczą się w Warszawie, przy ul. Królewskiej 23, było wystawienie najnowszych zdobyczy techniki w dziale maszyn drukarskich i introligatorskich. Fachowy personel udzielał na stoisku szczegółowych wyjaśnień i pokazów pracy maszyn, zastosowanie których w każdym przedsiębiorstwie drukarskim lub introligatorskim unowocześni i podniesie zdolność produkcyjną.

Właściciel f-my Interprint p. Bronisław S. Szczepski, jako wybitny znawca potrzeb rynku wydawniczego, pilnie śledzi za wszystkimi udoskonaleniami, zaopatrując swój skład we wszystkie nowości w tej dziedzinie.

deracji w razie przeciągania się niejasnej sytuacji obecnej stawiają przed nią alternatywę: albo przeistoczenia się w techniczną organizację współpracy zawodowej między dziennikarstwem wszystkich bez wyjątku krajów, albo utraty poważnej liczby członków i przerodzenia się w organizację polityczną, tracącą zarówno charakter czysto-zawodowy jak i powszechno - międzynarodowy.

W odpowiedzi na ten list prezes Związku Dziennikarzy R. P. zwrócił uwagę na geograficzną sytuację Polski jako położonej między dwoma krajami, w obecnym stanie rzeczy nie mogącymi należeć do FIJ, i wskazał, że w przyszłości Związek polski może być zmuszony do nawiązania z organizacjami dziennikarskimi tych krajów (podobnie zresztą jak i z organizacją włoską) kontaktów organizacyjno - zawodowych.

„Nie trzeba podkreślać — brzmiał najistotniejszy ustęp listu — że Związek Dziennikarzy R. P. jest szczególnie przywiązany do zasady wolności prasy, która stanowi podstawę organizacji FIJ w jej obecnej formie. Fakt ten — naszym zdaniem — nie stoi bynajmniej na przeszkodzie osiągnięcia celu, do którego dążyła rezolucja przyjęta w Paryżu w czerwcu roku 1937. Muszę zaznaczyć przy sposobności, że Związek nasz nie chciałby w żadnym wypadku wytworzenia się takiej sytuacji, w której Federacja mogła by być uważana za wyrazicielkę jednej doktryny, służącą ideologii pewnej grupy państw“.

Jak dalece pogłębiły się rozbieżności zdań, dowodzą odpowiedzi, jakich na list otwały pp. Eskelunda i Kenyona udzieliły organizacje dziennikarskie Belgii i Szwajcarii. Pierwsza z nich mianowicie grozi wystąpieniem z Federacji, w razie gdyby dokonano zmiany jej obecnego statutu i charakteru, druga zaś zapowiada, że opuści FIJ już w czerwcu r. b., o ile organizacja ta będzie miała nadal charakter dotychczasowy, nie obejmując dziennikarzy państw totalnych (stanowisko zrozumiałe, gdy się rzuci okiem na mapę i stwierdzi sąsiedztwo Szwajcarii z Włochami i rozszerzonymi obecnie Niemcami).

Wobec takiego stanu nastrojów prezydium FIJ postanowiło postawić to zagadnienie na porządku dziennym obrad krakowsko - warszawskich. Ale rezultat tej decyzji był zgoła niespodziewany — dający się wytłumaczyć jedynie chyba tym, że sytuacja jest z jednej strony niepospolicie trudna, a z drugiej jednak nie dojrzała jeszcze do definitywnego rozstrzygnięcia. Oto bowiem w terminie wyznaczonym do

zgłoszeń uczestnictwa polski komitet organizacyjny zjazdu FIJ otrzymał zapowiedzi przyjazdu tylko od 5 osób. Po przedłużeniu terminu do 1-go a następnie 5-go maja liczba zgłoszeń wzrosła zaledwie do 19, przy czym na 21 wchodzących w skład FIJ terytorialnych organizacyj krajowych tylko 3 zapowiedziały udział, na 7 organizacyj afiliowanych (związki eksterytorialne, grupujące korespondentów zagranicznych w poszczególnych państwach) tylko 2. Nie zgłosił swego przybycia sam nawet prezes FIJ dr. Eskelund...

W tym stanie rzeczy konieczne było odwołanie zjazdu. W liście skierowanym do sekretarza generalnego FIJ, Wydział Wykonawczy Związku Dziennikarzy R. P. przedstawił ten stan rzeczy, wyrażając poważne zaniepokojenie

nie faktem niezgłoszenia się na zjazd nawet tych organizacji, z których inicjatywy właśnie postawiono na porządku obrad zagadnienia, dotyczące podstaw istnienia FIJ. Wobec tego Wydział Wykonawczy zwrócił się do sekretarza generalnego FIJ o zwołanie jak najszybsze prezydium Federacji w miejscu jej stałej siedziby (w Paryżu), celem zbadania nowo wytworzonej sytuacji.

W liście zaznaczono również, że obok organizacji, które na zaproszenie do Polski odpowiedziały odmownie, były także pewne osobistości a nawet organizacje, które uznały za najlepsze wyjście... nie odpowiadać wcale.

Odpis tego listu przesłano wszystkim organizacjom wchodzącym w skład FIJ.

Więcej uspołecznienia

Zachowanie obowiązującej każdego obywatela lojalności wobec przepisów i nakazów natrafia na indferentyzm szerokich sfer społeczeństwa w dziedzinie używania nieostemplowanych zapalniczek.

Znaczenie społeczne tej obojętności jest nad wyraz szkodliwe dla naszej rzeczywistości. Jest jak gdyby pierwszym wyłomem, uczynionym w porządkach i zasadach ustalonych w społeczności, tym bardziej, że używanie nieostemplowanych zapalniczek przynosi szkodę Skarbowi Państwa.

Trudna akcja zmierzająca do wpłynięcia na wyrzeczenie się nieostemplowanych zapalniczek przez ich posiadaczy prowadzona jest przez Skarb Państwa i policję, do której obowiązków należy ujawnianie posiadaczy nielegalnych zapalniczek, oraz osób trudniących się nielegalną produkcją i sprzedażą zapalniczek, przy czym znalezione przedmioty wraz z protokółami przesyłane są do Urzędów Skarbowych.

W roku ubiegłym wprowadzony został trzechmiesięczny ulgo-

wy termin stemplowania zapalniczek w cenie 1 zł od sztuki. W tym okresie zgłoszono zaledwie 375.000 do ostemplowania. Jak wykazują obliczenia, ilość powyższa stanowi jedynie niewielką część zapalniczek, będących w użyciu.

To też sprawa walki z używaniem i sprzedażą nieostemplowanych zapalniczek nie przestaje tracić na aktualności.

Walka ta prowadzona jest przy pomocy tak potężnego środka propagandowego, jak prasa, uświadamiająca szerokie sfery społeczeństwa o szkodliwości posiadania nieostemplowanej zapalniczki dla interesów Skarbu Państwa.

Należyte uwypuklenie i uwzględnienie obciążających okoliczności w wypadku wykrycia tego przestępstwa jest wdzięcznym zadaniem dla prasy. Przyczyni się to do uspołecznienia szerokich sfer, które należycie poinformowane, zdadzą sobie sprawę ze swych obowiązków wobec Państwa w tej dziedzinie.

Życzliwe współdziałanie prasy zapewni akcji tej powodzenie.

Pr.

FABRYCZNE SKŁADY PAPIERU PNIOWIEC

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

CENTRALA:

WARSZAWA, UL. DŁUGA Nr. 48

Telefony: 11-74-76, 11-82-53, 11-82-54, 11-82-45.

Skrót telegraficzny „PNIOWIEC”

ODDZIAŁ:

POZNAŃ, Wszystkich Świętych 4a

tel. 33-89, 38-89.

Ekspozytury i składy:

BYDGOSZCZ, Dworcowa 9, tel. 37-33

GDYNIA, ul. Mściwoja 9, tel. 17-86

KATOWICE, ul. Mickiewicza 16,
tel. 332-87

ŁÓDŹ, Śródmiejska 28, tel. 223-30

SOSNOWIEC, Czysta 9, tel. 6-20-64

Komisowa sprzedaż papieru fabryki

LIGNOZA S.A.,

KATOWICE

Papiernia w Pniowcu G. Śl.

POLSKA ŻEGLUGA RZECZNA „VISTULA”

WARSZAWA, Mazowiecka 12

podaje do wiadomości, że zostały
otwarte regularne linie pasa-
żersko-towarowe na rzece Wiśle:

z Warszawy via Tczew do Gdańska i Gdyni
z Warszawy do Puław, Kazimierza i Sandomierza

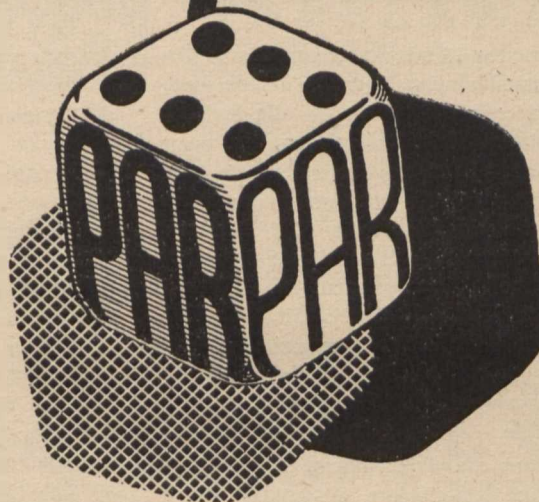
Uskuteczniamy przewozy ładunków masowych i drobnicy, oraz przejazdy pasażerów na całej Wiśle.

Posiadamy magazyny własne w Warszawie, Bydgoszczy, Gdańsku i Gdyni.

Informacji udzielają:
w Warszawie — Centrala Spółki
tel.: 216-31 i 216-32, a na linii
nasze Agentury w Sandomierzu,
Puławach, Dęblinie, Wyszogrodzie,
Płocku, Dobrzyniu n. Wisłą,
Włocławku, Toruniu, Bydgoszczy,
Grudziądzu, Tczewie, Gdańsku i Gdyni.

KORZYSTAJCIE Z TANICH PRZEWOZÓW I PRZEJAZDÓW

romyślny
wynik



OSIĘGA TEN,
KTO POWIERZA
PROPAGANDĘ

● PRASOWĄ

● PLAKATOWĄ

● TRAMWAJOWĄ

● PILONOWĄ

● KINOWĄ

● TEATRALNĄ

firmie

PAR

POLSKA AGENCJA REKLAMY

FRANCISZEK KRAJNA

POZNAŃ, AL. MARCINKOWSKIEGO 11

WARSZAWA, BRACKA 17

BYDGOSZCZ, MOSTOWA 12

KATOWICE, DYREKCYJNA 10

KRAKÓW, RYNEK GŁÓWNY 46

TORUŃ, SZEROKA 28

Po tegorocznych Targach Poznańskich

Doroczne Międzynarodowe Targi Poznańskie to niezastąpiony teren ważnych i cennych obserwacji dla każdego człowieka prasy. Dość wspomnieć o cyfrowym plonie tegorocznych Targów: 2200 wystawców, w tym paruset importerów zagranicznych, 315.000 osób zwiedzających, 120 milionów złotych doraźnych transakcji oraz mnóstwo nawiązanych kontaktów handlowych, które dadzą rezultaty w przyszłości — oto najlepszy wyraz tej wielkiej roli gospodarczej, jaką spełniają Targi Poznańskie.

To też dla dziennikarza i publicysty Targi są zjawiskiem niezwykle interesującym. Niemniej ciekawymi są one dla każdego kto interesuje się sprawami ogłoszeniowymi. Targi dają możliwość bezpośredniego zetknięcia się z tymi wyrobami i towarami, które są lub będą, a przynajmniej mogą być i być powinny obiektami akcji ogłoszeniowych. Taki zaś bezpośredni, bliski rzut oka na te obiekty jest w pracy ogłoszeniowej niezastąpiony i jeśli chodzi o przegląd wielkiej ilości wyrobów i towarów, nigdzie indziej poza targami osiągnięty być nie może.

Z punktu widzenia zagadnień ogłoszeniowych tegoroczne Targi Poznańskie nasuwały szereg ważnych refleksji i spostrzeżeń. Tak samo, jak Targi 1937, były one dobitnym wyrazem utrwalenia się w Polsce wyraźnej i coraz szersze kręgi zakreślającej poprawy gospodarczej. I stwierdzić należy, że demonstrowanemu na Targach tempu tej poprawy nie dotrzymuje kroku rozwój reklamy prasowej. Pojawia się na rynku wiele nowych firm, mnóstwo przedsiębiorstw wybitnie rozszerza ramy i zakres swej działalności, produkuje nowe wyroby, tworzy nowe działy swej pracy. A kto zna stosunki ogłoszeniowe stwierdzić musi, iż zaledwie niewielka, bardzo drobna część tych przemian rozwojowych krajowego przemysłu i handlu oraz zagranicznego importu znajduje swój wyraz w reklamie prasowej. Przemysł i handel w Polsce w dalszym ciągu, ku szkodzie własnej i prasy, w zupełnie niedostatecznym stopniu korzysta z reklamy prasowej. Przegląd tegorocznych Targów Poznańskich wyraźnie wskazywał, iż bardzo wielkie i rozległe są możliwości rozwoju reklamy prasowej w Polsce i że zarazem bardzo dalecy jesteśmy od pełnego wykorzystania tych możliwości.

Obok ogólnego przeglądu uczestni-

czących w Targach firm wysoce interesującymi dla ludzi prasy były stoiska bezpośrednio lub pośrednio wiążące się ze sprawami prasowymi.

Z pośród wydawnictw z własnymi, odrębnymi stoiskami wystąpiły w roku bież. tylko „A.B.C.” i „Mały Dziennik”.

Stoisko wydawnictwa „A. B. C.” wyróżniało się prostym, ale dobrym i pomysłowym rozwiązaniem dekoracyjnym. Przy pomocy skromnych środków osiągnięto dobre efekty. Tło głównej ściany stoiska zajmowała wielka, zręcznie graficznie ujęta, mapa świata, po przez którą przeciągnięto pas tytułowych stronic „A. B. C.”. Na tle mapy rozmieszczono wycięte z „A. B. C.” nagłówki wiadomości i artykułów oraz ilustracje fotograficzne, rysunkowe i wycinankowe. Na stoisku pomieszczono też strony tytułowe wydawnictwa „Nowy Ład” i „Alma Mater” oraz hasła ideowe, którym hołduje wydawnictwo „ABC”. Obficie rozdawano zwiedzającym Targi numery „ABC” i materiały propagandowe, propagujące ten dziennik.

Z dużym stoiskiem, jak corocznie na Targach Poznańskich, wystąpili OO. Franciszkanie, wydający „Mały Dziennik”. Obok efektów dekoracyjnych i kolorystycznych uderzały rozmieszczone na ścianach stoiska hasła ideowe oraz argumenty natury handlowej przemawiające za abonowaniem „Małego Dziennika” i pomieszczeniem w nim ogłoszeń; na czoło tych ostatnich argumentów wysunięto fakt taniości „Małego Dziennika” oraz fakt docierania pomieszczanych na jego łamach ogłoszeń do wszystkich warstw społeczeństwa. Zwiedzającym Targi rozdawano wydawnictwa Niepokalanowa, a osoby interesujące się sprawami ogłoszeniowymi otrzymywały specjalny prospekt działu ogłoszeń „Małego Dziennika”. W pawilonie wynalazków żywe zainteresowanie publiczności wzbudzały demonstrowane przez Braci Franciszkanów w ruchu adresarki, używane przez ekspedycję wydawnictw Niepokalanowa.

W pawilonie rzemiosł mieściło się duże zbiorowe stoisko prasy fachowej i rzemieśniczej. Na czoło wydawnictw reprezentowanych na tym stoisku wysunęły się czasopisma największego w Polsce wydawnictwa periodyków fachowych, t. j. należącej do pp. Gustowskich „Prasy Kupiecko - Przemysłowej” („Drogerzysta”, „Kupiec — Świat Kupiecki”, „Kupiec Kolonialny,

Spożywczy i Delikatesowy”, „Malarz”, „Papier i Galanteria”, „Przegląd Cukrowniczy”, „Przegląd Restauratorski i Hotelarski”, „Rynek Metalowy i Maszynowy”, „Złotnik i Zegarmistrz”). Na tymże stoisku wystawione były wydawnictwa: miesięcznik „Rzemiosło”, „Gazeta Przemysłowo - Rzemieśnicza”, „Głos Rzemieślnika”, „Gazeta Przemysłu Rzemieśniczego” i „Przegląd Garbarsko - techniczny”. Na ścianie pawilonu mieszczącego przemysł chemiczny, farmaceutyczny i kosmetyczny widniała gablotka propagandowa „Wiadomości Drogistowskich”.

Dwa wydawnictwa poznańskie, będące wzorami dobrze prowadzonych wielkich dzienników regionalnych, t. j. „Kurier Poznański” i „Dziennik Poznański”, poświęciły Targom bardzo ciekawe, doskonale zredagowane numery specjalne.

„Kurier Poznański” już na parę dni przed Targami dołączył do jednego ze swych numerów okazały dodatek samochodowy. W dniu otwarcia Targów ukazał się wielki, 32-ustronicowy numer „Kuriera” w znacznej części poświęcony Targom pod hasłem: „XVIII Targi Poznańskie w służbie przemysłu”; na czele numeru widniał szereg ciekawych, źródłowo opracowanych artykułów, poświęconych zagadnieniom przemysłowym; wyrazem zewnętrznej ekspansji „Kuriera Poznańskiego” był drugi wielki, specjalny numer wydany w okresie Targów, a poświęcony w głównej mierze życiu gospodarczemu i kulturalnemu Łodzi i regionu łódzkiego.

„Dziennik Poznański” wystąpił w dniu otwarcia Targów z okazałym numerem, liczącym 32 wielkie strony druku. Otwierało numer facsimile oświadczenia ministra przemysłu i handlu Romana w sprawie gospodarczej roli Polski Zachodniej i Targów Poznańskich; znaczna część numeru zawierała artykuły pierwszorzędných piór omawiające zagadnienia aktualnej koniunktury gospodarczej oraz sprawy przemysłowo - handlowe. W dziale ogłoszeniowym tego numeru „Dziennika” zwracały uwagę wielkie ogłoszenia szeregu firm samochodowych.

Miarą uznania jakim prasa poznańska cieszy się w sferach gospodarczych był fakt, iż zarówno „Kurier Poznański” jak i „Dziennik Poznański” zgromadziły w swych numerach wydanych w dniu otwarcia Targów po kilkanaście stronic ogłoszeń. Oba dzienniki w toku Targów dużo miejsca poświęciły opisom poszczególnych działów Targów i charakterystyce ruchu targowego.

Wyrazem wzrastających tendencji inwestycyjnych i renowacyjnych prze-

T OWARZYSTWO R EKLAMY M IĘDZYNARODOWEJ

WARSZAWA
SIENKIEWICZA 14
TEL. CENTRALI 570-50

KRAKÓW
FLORIAŃSKA 25. TEL. 136-81

KATOWICE
PLAC MARSZAŁKA
PIŁSUDSKIEGO 11. TEL. 324-80

WSZYSTKIE
DZIAŁY
REKLAMY

mysłu graficznego był na Targach poważny rozrost, w stosunku do roku ubiegłego, stoisk firm obsługujących ten przemysł. W tym dziale zwracało przede wszystkim uwagę okazałe stoisko zasłużonej firmy „Interprint“ Bronisław S. Szczepiński; szczegółowy opis tego stoiska znajdują czytelnicy na innym miejscu niniejszego zeszytu „Prasy“. W tymże dziale bardzo poważnie wystąpiła ruchliwa firma Tadeusz Drozdowski i S-ka, budząc wśród fachowców żywe zainteresowanie najnowszymi modelami amerykańskich i niemieckich maszyn do składania: A. P. L., Mixer 29 i Multi Ideal 4a II; firma Drozdowski wystawiła także czołki afiszowe.

Na wielkim stoisku bydgoskiej fabryki płyt, błon, papierów i chemikaliów fotograficznych „Alfa“ wystawiono błony graficzne (rotograwiurowe, process i diapozytowe) oraz płyty (reprodukcyjne ortochromatyczne i panchromatyczne, jak również fotomechaniczne). Szereg pomieszczonych na stoisku klisz i reprodukcji wykazywał do wdrożenie, jak doskonałe rezultaty osiągnąć można przy pomocy błon i płyt „Alfa“.

Stoiska zorganizowane całkowicie lub częściowo w myśl zasad propagandy zbiorowej widniały w pawilonach państw obcych (Niemcy, Francja, Belgia, Czechosłowacja); z polskich stoisk charakter taki posiadały stoiska: Związku Polskich Fabryk Portland Cementu, Centrali Sprzedaży Wyrobów Kamionkowych i Biura Sprzedaży Rur Zjednoczonych Odlewni Polskich „Ruropol“.

Narady wydawców na terenie międzynarodowym

W dniach 25 i 26 kwietnia r. b. odbyło się w Paryżu posiedzenie Zarządu Międzynarodowej Federacji Związków Wydawców FIADEJ, w którym wzięli udział członkowie Prezydium Federacji pp. E. Rietmann, prezes Związku Szwajcarskiego, J. W. Henny, prezes Związku Holenderskiego, A. M. Chauchat, wiceprezes Office Technique de la Presse w Paryżu i dyr. St. Kauzik, nadto członkowie Zarządu G. Soustelle, prezes Federacji Dzienników Francuskich, N. Castellino, prezes Faszystowskiej Federacji Wydawców Dzienników i G. Blais, dyrektor tej Federacji oraz dr. Winter z ramienia Związku Czechosłowackiego. Usprawiedliwił swą nieobecność delegat Niemieckiego Związku Wydawców.

Posiedzenie paryskie poświęcone było głównie sprawom, związanym z tegorocznym Kongresem FIADEJ, który odbędzie się w połowie czerwca w Rzymie. Najobszerniej dyskutowana była sprawa walki z fałszywymi informacjami, znajdująca się na porządku obrad Kongresu rzymskiego.

Podstawą dyskusji był układ, zawarty w tej sprawie przed kilku laty przez związki wydawców Holandii, Polski i Szwajcarii. Na Kongresie rzymskim rozważona będzie sprawa rozszerzenia tego układu na inne związki. Wymaga to odpowiednich zmian i przystosowania treści układu. Odpowiedni wnioski, w tej sprawie złożyli prezes E. Rietmann i dyr. St. Kauzik. Ustalono iż

sprostowania dotyczyć mogą jedynie faktów, nie zaś opinii. Winny być zredagowane w formie, możliwej do przyjęcia przez dziennik. Prawo domagania się sprostowania mają wyłącznie związki wydawców zainteresowanych krajów. Obowiązek starań o publikację sprostowania spoczywa na związku wydawców odpowiedniego kraju. Sprostowania winny ukazać się w dzienniku, który podał nieścisłą wiadomość, bądź w innych dziennikach tego kraju.

Obszernie omawiano również projekt porozumienia — gentlemen's agreement, — dotyczącego zwalczania niewłaściwych form ataków, skierowanych przeciw szefom państw i rządów.

Ostateczne sformułowanie wniosków, mających się znaleźć na wokandzie Kongresu Rzymskiego, powierzono Komisji, do której weszli pp. Castellino, Kauzik i Soustelle.

Definitywny porządek dzienny obrad rzymskich został w Paryżu ustalony. Obejmuje on: sprawę sprostowania fałszywych wiadomości oraz walki z niewłaściwymi formami ataków, skierowanych przeciwko naczelnikom państw i szefom rządów, sprawy papierowe, sprawy telekomunikacyjne, sprawy kolportażu zagranicznego oraz sprawy finansowe F. I. A. D. E. J. Delegatowi Polskiego Związku Wydawców dyr. St. Kauzikowi powierzono dwa referaty: w sprawie sprostowania fałszywych informacji (współ z prezesem Rietmannem) i w sprawie telekomunikacji.

W Y Ł Ą C Z N E Z A S T Ę P S T W O

MASZYN DO SKŁADANIA, MATRYC I CZĘŚCI

» L I N O T Y P E «

f. MERGENTHALER SETZMASCHINEN-FABRIK

G. m. b. H. Berlin

MERGENTHALER LINOTYPE COMPANY

Brooklyn N. Y. U. S. A.

Tadeusz Drozdowski i S-ka

Warszawa-Mokotów

REJTANA 16 - TELEFON 4-16-40

Mirkowska Fabryka Papieru S. A.

w Jeziornie pod Warszawą

ZARZĄD: Warszawa, Marszałkowska 94

Produkcja roczna 12.000 ton

wysokowartościowych papierów bezdrzewnych: listowych, papeteryjnych, kancelaryjnych, dokumentowych, kartonów, mapowych, czerpanych.

Bibułek papierosowych.

Pierwsza w Polsce fabryka pergaminu roślinnego „Perga-mir”.



SAMOCHODOWE
MOTOCYKLOWE
L O T N I C Z E
R O W E R O W E

N AJWYŻSZEJ JAKOŚCI!

Prenumerata w okresie letnim

Jesteśmy obecnie w okresie rozpoczynania się pełnego sezonu urlopowego: administracje pism stoją u progu, względnie już są w trakcie otrzymywania setek telefonów, kart pocztowych i listów, których treść jest prawie jednakowa: „Wobec wyjazdu na letnisko, do uzdrowiska, na urlop, na wieś lub t.p. proszę o wstrzymanie prenumeraty od dnia...”

Czasem zdarza się dopisek o wznowieniu. W wyniku daje to sezonowy spadek ilości abonentów, którego to spadku nie udaje się często wyrównać w okresie jesennym, bowiem nie każdy „wykruszony” na lato prenumerator wraca do swego wydawnictwa.

Czy zjawisko kurczenia się prenumeraty w okresie lata jest nieuniknione? Bezwarunkowo nie, jest to zjawisko nienormalne i daje się w znacznym stopniu usunąć kosztem niewielkiego stosunkowo wysiłku ze strony wydawnictwa. Zadaniem szefa propagandy, względnie osoby, kierującej działem prenumeraty, i to zadaniem wyjątkowo wdzięcznym, będzie przeprowadzenie w okresie przedurlopowym kampanii propagandowej, mającej na celu utrzymanie stanu kartoteki prenumeratorów w okresie lata, względnie nawet jego powiększenie. Zadanie to jest wyjątkowo wdzięczne, gdyż propaganda w tym wypadku ma prawie zapewnione powodzenie; nadto zadanie to mało kosztowne, gdyż akcja propagandowa może ograniczyć się do odpowiedniej serii tekstów ogłoszeniowych we własnym piśmie. Punkt ciężkości tej propagandy leży w sposobie jej przeprowadzenia,

przede wszystkim — w treści ogłoszeń. Należy wniknąć w psychikę prenumeratora w okresie poprzedzającym wyjazd na urlop czy też w ogóle na letnie wywczasy. Przygotowania do podróży zabierają mu dużo czasu, absorbuje go nadto wykańczanie bieżących prac biurowych, czy też innych, przeróżne kłopoty gotówkowe. Człowiek w tym stanie psychicznym nie jest skłonny samorzutnie zastanawiać się nad tym, czy w miejscu swego wypoczynku będzie miał możliwość nabycia gazety, lub też czy w ogóle będzie mu ona niezbędna. Rozumowanie wyjeżdżającego bywa zazwyczaj proste: „wszak dla służącej gazety nie opłaci się prenumerować” względnie jeśli służącej niema „dom będzie pusty” — a tam się będzie gazetę kupować — i wobec tego najprostszym wyjściem z sytuacji jest telefon do administracji z prośbą o wstrzymanie wysyłki pisma lub też karta o identycznej treści. Inaczej rzecz wygląda gdy wydawnictwo zajmie się wytłumaczeniem czytelnikowi i przekonaniem go o celowości abonowania pisma w czasie urlopu — oczywiście z warunkiem dostarczania gazety do miejsca jego pobytu. Musi również wydawnictwo pomyśleć o tym, aby zmianę adresu możliwie ułatwić przez odpowiednio ułożone w czasie przypomnienia, przez dostarczenie druków pocztowych, które ułatwią abonentowi zawiadomienie administracji, lub też przez podanie dogodnych, to znaczy czynnych cały dzień telefonów, pod którymi taką zmianę można zgłosić. Ułożenie tekstów propagujących prenumeratę pisma na wy-

wczasach nie nastęrcza większych trudności. Temat bowiem jest wdzięczny, daje tyle możliwości, tyle rozwiązań zarówno graficznych jak i tekstowych, że opracowania go może dokonać każdy inteligentny pracownik — znający zasady układania tekstów reklamowych.

Jeszcze o jednym należy nadmienić: Wydawnictwo, zdaniem naszym, nie powinno pobierać żadnych opłat za zmianę adresu. Jeśli się zważy jakie koszty ponoszą często wydawnictwa przy zdobywaniu nowych prenumeratorów czy to drogą akwizycji czy też inną, to ten drobny wysiłek, polegający na manipulacji biurowej niewątpliwie opłaca się w zestawieniu z alternatywą utraty prenumeratora w ogóle. Zresztą pobieranie opłat za zmianę adresu w znacznej ilości wydawnictw zostało obecnie zarzucone, i wydawnictwa te mogą przykładowo stwierdzić słuszność powyższej zasady.

Po przeprowadzeniu odpowiednio skonstruowanej kampanii można liczyć na niewątpliwie dobry wynik. Czytelnik bowiem niechętnie rozstaje się z ulubionym pismem. Jeśli się tylko zwróci jego uwagę na możliwość — bez specjalnych wysiłków i kosztów — zapewnienie sobie ciągłości odbioru swego pisma na prowincji — w olbrzymiej ilości wypadków z takiej możliwości skorzysta. A dodać należy, że ciągły abonament daje wydawnictwu obok bezpośrednich korzyści finansowych bardzo znaczne korzyści uboczne; abonent bowiem, czytając swój dziennik, czy to w pensjonacie, czy na letnisku, jest często jego najlepszym propagatorem, i to w dodatku propagatorem, którego honorarium ogranicza się do niewielkiej stosunkowo pracy dokonania dwukrotnej zmiany w kartotece prenumeraty.

Fabryka Papieru i Młyny w Częstochowie A. KOHN i J. MARKUSFELD; SPÓŁKA KOMANDYTOWA

Zarząd w Częstochowie, ul. Narutowicza 25/27

TELEFONY: 20-79 i 11-79
ADRES TELEGRAFICZNY:
PAPIERNIA CZĘSTOCHOWA
ROK ZAŁOŻENIA - 1867

Produkcja roczna — 13.000 ton papieru w gatunkach: gazetowy rotacyjny, drukowy matowy i satynowany, piśmienny, obiciowy, okładkowy, albumowy i afiszowy

Prasa — propaganda — reklama

Propaganda na rzecz prasy przy pomocy wystaw.

Prasa zagraniczna wielką wagę przywiązuje do użytkowania dla swych celów propagandowych zarówno ogólnych wystaw i targów, jako też specjalnie organizowanych wystaw prasowych.

Wyrazem tego był bardzo liczny poczet stoisk prasowych na zeszłorocznej Międzynarodowej Wystawie Paryskiej, pokaz prasy periodycznej w ramach tegorocznych wiosennych Targów Lipskich, stoiska prasowe na tegorocznych wiosennych Targach Wiedeńskich. Prasa szwajcarska przygotowuje się do zbiorowego wystąpienia na tegorocznej Szwajcarskiej Wystawie Krajowej; stoisko prasowe oraz czytelną dzienników i czasopism organizuje Szwajcarski Związek Wydawców. Z mniejszych wystaw specjalnie prasowych na uwagę zasługiwała austriacka wystawa „Prasa i jej świat” (Die Zeitung und Ihre Welt. Osterreichische Presse Ausstellung) zorganizowana w Wiedniu w okresie 4—20 marca r. b. oraz wystawa niemieckiej prasy periodycznej zorganizowana w Mediolanie w marcu rb.; ta ostatnia wystawa dzieliła się na 16-cie następujących działów: 1) praca, 2) gospodarka, 3) technika, 4) polityka, 5) historia, 6) wiedza wojskowa, 7) wychowanie, 8) filozofia i psychologia, 9) medycyna, biologia i chemia, 10) matematyka i geografia, 11) prawo, 12) sztuka i architektura, 13) literatura piękna, 14) muzyka, teatr, film, radio, prasa, 15) człowiek w jego zewnętrznych życiowych objawach, 16) sport i ruch podróżniczy.

Największą jednak i na poważną skalę zakrojoną tegoroczną prasową imprezą wystawową była wystawa „Prasa i ogłoszenie” w Monachjum.

Wystawę monachijską zorganizował Bawarski Krajowy Związek Wydawców Gazet wchodzących w skład niemieckiego Związku ogólnopaństwowego.

Wystawa, mieszcząca się w gmachu Muzeum Niemieckiego dzieliła się na cztery wielkie działy. Dwa pierwsze działy przy pomocy olbrzymich fotomontaży szczegółowo zapoznawały widza z techniką redakcyjnej, administracyjnej i technicznej pracy nowo-

czesnej gazety oraz obrazowały te wszystkie nici wzajemnych stosunków jakie łączą prasę z otaczającym ją światem i wszystkimi dziedzinami życia; w tych działach pomieszczone zostały wykazy wydawnictw gazetowych ukazujących się na terenie Bawarii oraz niektóre maszyny i urządzenia techniczne, jakimi posługuje się prasa.

Trzeci, główny dział wystawy poświęcony był ogłoszeniu prasowemu (Die Anzeige in ihren Werden und Wirken.) Dział ten zorganizowany przez wydawnictwo Scherla (Scherl-Verlag) wszechstronnie zobrazował rozwój ogłoszenia prasowego, technikę ogłoszeniową oraz przedstawił doniosłą rolę, jaką ogłoszenie odgrywa w życiu gospodarczym; między innymi dział ten zawierał wzory kampanii ogłoszeniowych największych niemieckich inserentów. Dział ogłoszenia prasowego był tak skonstruowany, aby mógł być zamieniony w wystawę objazdową, celem zademonstrowania jej w szeregu miast niemieckich.

Dział ostatni wystawy stanowiła wielka czytelnia wszystkich gazet ukazujących się w Bawarii. Uzupełniały wystawę pokazy specjalnego filmu prasowego, produkcji wytwórni Tobis-Film, p. t. „Zwierciadło z papieru”.

Koniunktura, a ogłoszenia prasowe w Stanach Zjednoczonych.

Wychodzący w New Yorku „Printers Ink” informuje, że jeśli przeciętne wpływy z ogłoszeń prasy amerykańskiej w okresie 1928 — 1932 r. przyjąć za sto — to procentowo wzrost i spadek i ogłoszeń w okresach dobrej i złej koniunktury przedstawia się następująco:

Dzienniki: r. 1928 — 113, r. 1929 — 119, r. 1930 — 104, r. 1931 — 92, r. 1932 — 73, r. 1933 — 67, r. 1934 — 74, r. 1935 — 78, r. 1936 — 86, r. 1937 — 88.

Czasopisma: r. 1928 — 114, r. 1929 — 125, r. 1930 — 109, r. 1931 — 88, r. 1932 — 64, r. 1933 — 59, r. 1934 — 76, r. 1935 — 79, r. 1936 — 90, r. 1937 — 100.

Wzrost ilości ogłoszeń w prasie niemieckiej.

Według obliczeń czasopisma „Wirtschaftswerbung” na przestrzeni ostatnich trzech lat ilość ogłoszeń w prasie niemieckiej — jeśli rok 1934 przyjąć za 100 — wzrastała w sposób następujący: rok 1935 — 104,8, rok 1936 — 113,1, rok 1937 — 124,5. Tak kształtował się przeciętnie obliczony wzrost ilości ogłoszeń jeśli chodzi o zestawienie dotyczące wszystkich dzienników niemieckich. Natomiast obliczenia przeprowadzone dla 26 dzienników o nakładzie przekraczającym 60000 egz. cyfry wzrostu ilości ogłoszeń przedstawiają się, w tychże latach i przy przyjęciu za 100 danych z roku 1934, jak następuje: rok 1935 — 103,9, r. 1936 — 117,7, r. 1937 — 128,8.

Antikorodal
nieczerniejący
metal srebrzysty

stop aluminiowy, odporny na
wpływy atmosferyczne, łatwe
szlifowanie, polerowanie, lutowa-
nie, spawanie, wysoka wytrzymałość

Blachy, Taśmy, Druty, Pręty, Profile, Rury
bloczki do odlewów w piasku i kokilach
dla architektury i konstrukcji pojazdów



Walcownie Metali S.A. Dziezice

Płyty graficzne
dla Cynkografii
Miedziorytu
Ofsetowego druku

miedziane i cynkowe ze
specjalnego stopu
wysoka wytrzymałość
równie trawienie

Ceny ogłoszeń i rabaty w prasie
Rzeszy Niemieckiej.

Fachowe czasopisma niemieckie przyniosły ostatnio ciekawe zestawienia dotyczące przeciętnych cen brutto i netto ogłoszeń w prasie niemieckiej. Obliczenia oparte zostały na zbadaniu cenników 547 gazet, stosujących szpalę ogłoszeniową szerokości 46 mm., i 290 gazet, stosujących szpalę szerokości 22 mm.; wszystkie obliczenia odnoszą się do wiersza wysokości 1 mm.

Według obliczeń tych przeciętna cena brutto za milimetr miejsca w dziennikach mających szpalę szerokości 46 mm. wynosi przy nakładzie: do 500 egz. — 3,50 fen., 501 — 1000 egz. — 3,90 fen., 1001 — 1500 egz. — 4,80 fen., 1501 — 2000 egz. — 5,30 fen., 2001 — 2500 egz. — 5,70 fen., 2501—3000 egz. — 6,00 fen., 3001 — 3500 egz. — 6,60 fen., 3501 — 4000 egz. — 6,40 fen., 4001 — 4500 egz. — 6,80 fen., 4501—5000 egz. — 7,20 fen., 5001 — 6000 egz. — 7,40 fen., 6001 — 7500 egz. — 8,14 fen., 7501 — 10000 egz. — 8,92 fen., 10001 — 12500 egz. — 10,82 fen., 12501 — 15000 egz. — 12,80 fen., 15001 — 20000 egz. — 12,87 fen., 20001 — 30000 egz. — 14,87 fen., 30000 — 50000 egz. — 16,50 fen. 50001—90000 egz. — 38,00 fen., ponad 90000 egz. — 44,50 fen.

W dziennikach stosujących szpalę szerokości 22 mm. przeciętna cena brutto za milimetr miejsca wynosi przy nakładzie: 501—1000 egz. — 3,00 fen., 1001 — 1500 egz. — 2,50 fen., 1501—2000 egz. 3,00 fen., 2001 — 2500 egz. — 3,75 fen., 2501 — 3000 egz. — 3,60 fen., 3001 — 3500 egz. — 3,30 fen., 3501—4000 egz. — 4,10 fen., 4001 — 4500 egz. — 4,80 fen., 4501 — 5000 egz. — 4,70 fen., 5001 — 6000 egz. — 4,17 fen., 6001 — 7500 egz. — 5,15 fen., 7501 — 10000 egz. — 5,65 fen., 10001 — 12.500 egz. — 6,14 fen., 12501 — 15000 egz. — 7,20 fen., 15001 — 20000 egz. — 7,53 fen., 20001 — 30000 egz. — 8,42 fen., 30000 — 50000 egz. 11,96 fen., 50001 — 90000 egz. — 14,79 fen., ponad 90000 egz. — 33,07 fen.

Od tych cen brutto odchodzą rabaty dla klientów i dodatkowe rabaty dla agencji ogłoszeniowych oraz sconta. Wskutek tego powstają między ceną brutto ogłoszeń, a ceną netto otrzymywaną przez wydawnictwa, różnice in minus wynoszące przeciętnie dla wydawnictw stosujących szpalę szerokości 46 mm. — 33,17% i dla wydawnictw stosujących szpalę szerokości 22 mm. — 37,20%.

Nadmienić należy, iż większość najbardziej cenionych na niemieckim rynku ogłoszeniowym wydawnictw stosuje szpalę o szerokości 22 mm. Tym tłumaczy się fakt, iż ceny ogłoszeń tej ka-

ZAŁOŻ. w r. 1925

DZIAŁ POWIEŚCI

PAP

**POLSKIEJ AGENCJI
PUBLICYSTYCZNEJ**

posiada
stałe gotowe do druku specjalnie na-
dające się dla dzienników i czasopism

POWIEŚCI

OBYCZAJOWE
SENSACYJNE
DETEKTYWNE
EGZOTYCZNE
HUMORYSTYCZNE
i t. d.

**P O L S K I E
I
Z A G R A N I C Z N E**

POWIEŚCI P. A. P.

są wybierane wśród setek powieści najbardziej nadających się do odcinków, a dostarczane redakcjom w formie odpowiedzialnych, poprawionych i wyraźnych maszynopisów.

Od roku 1925-go dział powieści P. A. P. dostarczył prasie polskiej blisko 1000 utworów beletrystycznych odcinkowych.

**W A R S Z A W A
M A R S Z A Ł K O W S K A 95
T E L E F O N 9.89-99**

tegorii wydawnictw są znacznie wyższe niż ceny ogłoszeń wydawnictw o szerszej szpalce ogłoszeniowej.

Wydatki niemieckiego handlu
detalicznego na reklamę.

L. Hülf w artykule p. t. „Die Kostenstruktur des deutschen Einzelhandels“, pomieszczonym w jednym z niemieckich czasopism fachowych, stwierdza, iż, według obliczeń Forschungsstelle für den Handel, procentowe wydatki detalicznego handlu niemieckiego na reklamę, w stosunku do ogólnych kosztów handlowych, przedstawiają się dla poszczególnych branż następująco: 9%—artykuły sportowe i odzież sportowa; 7% — ubiory męskie i dzieciinne, dywany i obicia meblowe, zegarki, bielizna pościelowa, poduszki, koldry, materace, 5% — materiały ubraniowe i bielizniane, ubiory damskie i dziewczęce, meble, radiotechnika, samochody; 4% — artykuły fotograficzne, obuwie, konfekcja męska, bielizna, płótna, materiały wełniane, trykotaż; 3% — kapelusze męskie, materiały bawełniane, szkło, porcelana, artykuły gospodarstwa domowego, tapety, artykuły drogeryjne, wyroby złote i srebrne, wyroby jubilerskie, maszyny i urządzenia biurowe; 2% — urządzenia kuchni, porcelana, towary żelazne, roboty ręczne, wyroby papierowe, przybory do pisania; 1% maszyny rolnicze i wyroby tytoniowe.

Niemieckie rzemioło a ogłoszenie
prasowe.

Państwowe kierownictwo niemieckiego rzemiosła zarządziło ostatnio, aby we wszystkich cechach i zrzeszeniach szemieślniczych zorganizowane zostały specjalne działy akcji propagandowo-reklamowej, których zadaniem będzie udzielanie rzemieślnikom porad w sprawach reklamowych i szkolenie ich w dziedzinie reklamy. M. in. ostatnio próba takiego szkolenia podjęta została na zgromadzeniach rzemieślniczych w Bernau. Na zgromadzeniach tych rzeczoznawca reklamowy Schumann zapoznał rzemieślników z zasadami i techniką: dobrego ogłoszenia prasowego, szyldów i znaków zewnętrznych, wystawy i t.p. W prelekcjach swych Schumann kładł nacisk na to, iż właściwie stosowana reklama powiększa obroty i zyski rzemieślnika.

Zbiorowa reklama szwedzkich
spółdzielców.

Prasa fachowa przyniosła ostatnio szereg ciekawych informacji o zbiorowej reklamie, stosowanej przez wielką szwedzką organizację spółdzielczą Zjednoczenie Spożywców. Zjednoczenie, skupiające mnóstwo pomniejszych or-

ganizacji spółdzielczych, stworzyło specjalną centralę propagandy, zajmującą się między innymi akcją reklamy zbiorowej. Akcja ta stosowana jest systematycznie i stale, od szeregu lat. Obecnie centrala propagandowa Zjednoczenia w akcji reklamy zbiorowej posługuje się, między innymi, 220-tu gazetami oraz mnóstwem czasopism ogólnych, pism dla młodzieży i periodyków fachowych. Zjednoczenie jest obecnie jednym z największych w Szwecji klientów ogłoszeniowych prasy, stale zwiększa swe wydatki na reklamę zbiorową i osiąga przy jej pomocy doskonałe wyniki handlowe.

Zbiorowa reklama wydawców książek.

Angielskie zrzeszenie wydawców książek „National Book Council” posta-

nowiło przeprowadzić w najbliższych miesiącach, przy pomocy prasy prowincjonalnej, zbiorową akcję propagandową na rzecz sprzedaży nowych książek, wydawanych przez należące do zrzeszenia firmy. Ogłoszenia ukazywać się mają pod nagłówkiem „Książki bieżącego tygodnia”.

Zbiorowa reklama Kanady.

Rząd kanadyjski zorganizował specjalną instytucję, której przekazał wykonywaną dotychczas z jego ramienia przez pewną firmę angielską, akcję zbiorową prowadzoną w Europie na rzecz wyrobów przemysłu kanadyjskiego i wyjazdów turystycznych do Kanady. Przeznaczony na ten cel tegoroczny budżet reklamowy wynosi 71.000 funtów szterlingów.

Mgr. Stanisław Grzelecki

Badania nad socjologią i psychologią czytelnictwa pism

Badania nad zagadnieniami, dotyczącymi istoty i właściwości prasy, jej znaczenia dla stosunków społecznych i wpływu na jednostkę, posiadają na Zachodzie charakter naukowy, a wyniki tych badań stanowią poważną dziedzinę wiedzy.

Prasa jest zjawiskiem niezwykle skomplikowanym. Różne czynniki w różny sposób wiążą ją z wielką liczbą dziedzin życia społecznego, a także jednostkowego. To też badania naukowe, dotyczące prasy, idą w rozmaitych kierunkach i wiążą się z rozmaitymi działami wiedzy. Od prawa i ekonomii,

poprzez socjologię, psychologię, aż do nauk ściśle technicznych — wszędzie spotykamy oderwane zagadnienia, a nawet całe dziedziny zagadnień, pośrednio, lub bezpośrednio dotyczących prasy. Z pośród tych zagadnień, problemy z zakresu socjologii i psychologii są szczególnie ciekawe, a jak się zdaje, mało dotychczas opracowane.

Aby powziąć o nich wyobrażenie, nie wadzi zapoznać się z pracami dwóch badaczy niemieckich na tych polach, mianowicie dr. Fritza Giovanoli i prof. W. Moedego. Prace te nie należą do

najnowszych, dają one jednak możliwość zorientowania się w charakterze badań i możliwościach wyników. Pierwsza z nich — studium dr. F. Giovanoli — nosi tytuł: „Zur Soziologie des modernen Zeitungswesens“ i została zamieszczona w „Zeitschrift für Völkerpsychologie und Soziologie“ (1930. Heft 2 u. 3.), druga — studium prof. W. Moedego — p. t. „Zur praktische Psychologie des Zeitungslasers“ ukazała się w „Zeitungs Verlag“ (24 V 1930).

Według dr. F. Giovanoli są dwa najczęściej używane twierdzenia, określające stosunek wzajemny prasy i czytelników. Jedno z nich głosi, że masa czytelnicza tworzy oblicze dzienników i wpływa na ich kierunek oraz postawę wobec zagadnień bieżącego życia. Według drugiego natomiast, — dzienniki tworzą t. zw. opinię publiczną, kształtując postawę psychiczną swych czytelników i budząc u nich określone reakcje wobec przejawów życia. Każde z tych twierdzeń zawiera ziarno prawdy.

Nie da się zaprzeczyć, że czytelnicy dzienników są pewną „masą psychologiczną“*), która poddaje się wpływom z zewnątrz, o ile te wpływy wywierane są w sposób odpowiadający charakterowi i właściwościom masy czytelniczej. Sugestywność czytelników gazet jest prawie nieograniczona. Toteż narzucanie pewnych reakcji i pewnej postawy przez dziennik zdarza się często. Dziennik jest narzędziem, jeżeli tak można się wyrazić, o dużej wydajności. W rękach ludzi świadomych swych zadań i posiadających znajomość psychologii czytelników staje się instrumentem pewnym, nawet precyzyjnym.

„Jede Zeitung hat ihr Publikum“ — każdy dziennik ma swoich czytelników, reprezentujących jako „masa psychologiczna“ różne stopnie sugestywności. Toteż rezultaty, osiągnięte przez rozmaite dzienniki, różnią się między sobą. Inne wyniki daje propaganda hasła popularnego lub osoby, prowadzona przez dziennik typu informacyjno - sensacyjnego o znacznym zasięgu, a inne — propaganda programu politycznego, wiedzona przez organ prasowy partyjny. Zresztą nawet to samo zagadnienie inaczej bywa omawiane, a więc z innym skutkiem, w dwóch tego rodzaju dziennikach.

Argumenty uzasadniające prawdziwość twierdzenia, że czynnikiem decydującym o obliczu pisma są czytelnicy, są natury zarówno gospodarczej, jak i psychologicznej.

Znany jest fakt uzależnienia potęż-

*) Paul Harms „Die Zeitung von heute“. Leipzig 1927.

BIURO OGŁOSZEŃ
TEOFIL PIETRASZEK

WARSZAWA, MARSZAŁKOWSKA 115. TELEF 509-72, 509-73, 609-73



OGŁOSZENIA
DO WSZYSTKICH
PISM ŚWIATA

KOSZTORYSY
PROJEKTY
RYSUNKI
KAMPANIE
REKLAMOWE

FACHOWO — SZYBKO — SŁODNIE

ISTNIEJE OD 1915 R.

nego odłam prasy Zach. Europy od interesów kapitału. Jest to zjawisko zrozumiałe i oczywiście posiadające doniosły wpływ na oblicze i kierunek dzienników, które muszą przystosowywać się do wymagań zarówno interesów czytelników, jak i — własnych wydawców.

Dziennik staje się towarem, jeśli traktowany jest jako przedsiębiorstwo, oparte na zasadach handlowych. W tym wypadku musi się dostosowywać do wymogów swej klienteli. Pewien wydawca francuski określił to dobitnie:

— „Que voulez-vous? Un journal est une manufacture, il faut servir les abonnés suivant leur goût“.

Każdy redaktor, każdy dziennikarz musi posiadać jako podstawę swego zawodu, tę właściwość, którą Francuzi nazywają „le sens du public“. Musi on śledzić wydarzenia i czytelnikom swego pisma podsuwać to, czego chwila wymaga. Jego obowiązkiem jest uczynić dziennik miłym i wartościowym dla czytelnika.

Musi także orientować się w psychologii swych czytelników, znać ich potrzeby duchowe i do nich przystosowywać duchową treść dziennika. Publicysta powinien mieć wspólną poniekąd płaszczyznę zasad i światopoglądów z masą czytelników, dla których pisze. „Artykuł wstępny, który nie chybił, jest z góry ujętym sądem zbiorowym“ *).

Powracając do pierwszego z wymienionych na wstępie twierdzeń, trzeba powiedzieć, że prasa może łatwo wpływać na opinię publiczną, ale nie może o niej decydować. Może oddziaływać, lecz nie jest w stanie przeciwdziałać. Oczywiście należy pamiętać, że dzienniki są głównym źródłem informacji, a więc także — głównym źródłem opinii.

Bunan Varilla, jeden z wydawców paryskiego „Matine'a“ miał się podobno kiedyś wyrazić, wskazując na swój fotel w redakcji.

— „Ce fauteil vaut trois trônes“. Dumne te słowa nie są pozbawione pewnej słuszności. Znane jest powiedzenie Disraelego, iż Anglia w każdym państwie posiada dwóch przedstawicieli — posła królewskiego i... korespondenta „Times'a“. A oto jeszcze aforyzm tego rodzaju: „Wenn in England die Bibel etwas behauptete und die „Times“ sagte Gegenteil, so würden von 510 Personen 500 der „Times“ Glauben schenken“ **).

*) Paul Harms „Die Zeitung von heute“. Leipzig 1927.

) *) Ob. F. Giavanoli l. c.



**WARSZAWSKA
AGENCJA REKLAMY**

JAN ZIÓLKOWSKI

W A R S Z A W A
SIENKIEWICZA 2
TEL. 615-64 i 346-15

REKLAMA

PRASOWA
TRAMWAJOWA
AUTOBUSOWA
PLAKATOWA
FILMOWA

KATALOGI

I PRZEWODNIKI
PO WYSTAWACH

OGŁOSZENIA

DOWSZYSTKICH
DZIENNIKÓW
I CZASOPISM

**FACHOWO
SZYBKO
SOLIDNIE**

Nie ulega wątpliwości, że w naszych czasach dziennik stał się jedną z sił rządzących ludźmi ***). Oddziaływanie dziennika na wytwarzanie się opinii, na jej postawę i kierunek, nie ulega wątpliwości. Warunkiem powstania opinii zbiorowej o danym fakcie czy zjawisku, jest — rzecz prosta — rozpowszechnienie odpowiedniej informacji. O postawie opinii i o jej kierunku decyduje instynkt społeczny mas, etyka społeczna, Lecz również w stopniu niemałym sposób podania informacji do wiadomości ogółu, oświetlenie jej, komentarz, celowe podkreślenie lub pominięcie pewnych szczegółów i t. d. Prasa ma możliwość selekcji, nawet wstrzymywania wiadomości. Toteż nierzadko opinia publiczna może być wprowadzona w błąd przez dziennik, bądź zasugerowana w pewnym kierunku w taki sposób, że czytelnicy tego nie zauważą.

Jeśli idzie o dobór podawanych przez pisma wiadomości, to pod tym względem możliwości dzienników wpływania na opinię są bardzo poważne. Wielokrotne podawanie jednych wiadomości, a przemilczanie innych, są najczęściej stosowanym systemem. A jak wiadomo, często mniej ważne bywa to, co dziennik podaje od tego, czego w nim nie można wyczytać.

Techniczne opracowanie zamieszczanych wiadomości, szata graficzna, w jakiej są podawane czytelnikom, wywiera również wpływ niemały. Zdolny dziennikarz potrafi z mało na pozór interesującego zdarzenia uczynić sensacją, jeżeli użyje odpowiednich czcionek, zwracających uwagę czytającego, — i specjalnie opracowanego tytułu, który może — jak to się nierzadko zdarza — mówić więcej, niż treść samej informacji.

Jakie są najczęstsze motywy czytania dzienników, innymi słowy jaka jest psychologia czytelników prasy?

Cytowany wyżej dr. Fritz Giovanoli odpowiada:

1) chęć zdobycia najnowszych wiadomości i orientacji w aktualnych zagadnieniach chwili bieżącej;

2) motywy natury politycznej (przy czym wyróżnić należy: a) czytelników jednego tylko — partyjnego — dziennika, oraz b) czytelników kilku innych dzienników, prócz „własnego“);

3) poszukiwanie interesujących aktualnie ogłoszeń;

4) odruchowe sięganie po dziennik u czytelników „okolicznościowych“, niezwiązanych stale z dziennikiem, a zwabionych sensacją polityczną, meczem sportowym, czy przedstawieniem teatralnym, a choćby zwykłą nudą;

5) zainteresowanie dodatkami do dzienników, ukazującymi się w określone dni, felietonami, artykułami znanych pisarzy, a także zainteresowanie (głównie wśród kobiet) kroniką zbrodni;

6) nacisk powszechny, wymagający orientacji w zagadnieniach bieżącego życia i naśladowanie innych.

Badania nad psychologią czytelników, oparte na zasadach naukowych, przeprowadził przed paru laty w Niemczech prof. dr. W. Moede. Opracował on ankietę zawierającą szereg pytań, dotyczących czasu, poświęcanego na czytanie dzienników, motywów wyboru danego pisma, stosunku czytelników do pisma, ich opinii o nim, dezyderatów i postulatów itd.

Na pytanie, jakie względy zdecydowały o wyborze danego dziennika 42% osób badanych nie umiało w ogóle podać względu decydującego. 20% wybrało dany dziennik ze względów politycznych, 10% zaabonowało za przykładem sąsiadów, krewnych, przyjaciół itd. 10% — kierowało się względami na druk (takt), cenę, format i inne tego typu cechy pisma, 8% skłonili do prenumeraty (bądź stałego czytania) względy kulturalne, wreszcie 8% — informacyjność dziennika.

67% osób zbadanych przez Moedego czytało dziennik w domu, a 18% w podróży. Przeciętny czas poświęcany na lekturę dziennika wahał się od pół do jednej godziny.

W dalszym ciągu z wyników ankiety okazało się, że tylko 10% osób badanych współpracowało z dziennikami, pisując do redakcji listy, bądź przysyłając informacje, 90% nie utrzymywało takiej współpracy, jakkolwiek w świetle własnych odpowiedzi, kategoria ta nie składała się z czytelników całkowicie biernych, odnosili się oni bowiem do pisma z pewnym krytycyzmem.

Na pytanie, czy lektura dziennika wpływa na orientację życiową czytelników — 76% odpowiedzi było przeczących, 22% wskazywało na istnienie takiego wpływu, a tylko 2% osób badanych przyznało się do ulegania wpływom dziennika w dziedzinie politycznej.

Najbardziej interesowały czytelników w świetle ankiety: 1) sensacyjne wiadomości, 2) polityka, 3) sprawy gospodarcze, 4) zagadnienia naukowe, 5) technika, 6) wychowanie, 7) sztuka, 8) sport.

76% osób badanych życzyło sobie, by redakcje ich dzienników miały pełną swobodę w wypowiedzianiu się. 7% żądało trzymania określonego kierunku pisma.

Odpowiedzi na pytania, co czytelniki

nie podoba się w ich dzienniku, oraz jakie zmiany pragnęliby w nich widzieć, były mocno zróżniczkowane. Jedni z czytelników życzyli sobie mniej, inni więcej sensacji, kładli nacisk na utrzymanie poziomu pisma, żądali szerszego uwzględniania zagadnień, to znów prostowali przeciwko supremacji jednych działów pisma nad innymi itd. Na ogół większość odpowiedzi dotyczyła kierunku politycznego dziennika.

Leon Zieleniewski

Związek gospodarczy polskich wydawców w Krakowie w 1918 roku

W Austrii w czasie wielkiej wojny nad przemysłem celulozowym i papierniczym została rozciągnięta szczególna kontrola. Pierwszy raz — rozporządzeniem Ministra Handlu z 23 maja 1916 r. (Dz. u. p. Nr 154), następnie — znówelizowanym rozporządzeniem z 10 lutego 1917 r. (Dz. u. p. Nr 59). Minister Przemysłu i Handlu mógł ze względów na interes publiczny zobowiązywać fabryki do wyprodukowania i dostarczenia ustalonych ilości pewnych wytworów.

W następnym roku został unormowany obrót papierem rotacyjnym. Rozporządzenie z 12 marca 1917 r. (Dz. u. p. Nr 105) ustanawiało specjalne Biuro rozdziału przy Ministerstwie Handlu. Otrzymywanie rotacyjnego papieru do druku było dozwolone jedynie za zezwoleniem tego biura. Producenci oraz osoby i imprezy, które taki papier sprowadzały z zagranicy, były obowiązane dostarczać go przedsiębiorstwom wydawniczym, wskazanym przez Biuro Rozdziału.

Przesyłki papieru wolno było przyjmować do przewozu kolejom i żegludze tylko wtedy, jeżeli do dokumentów przewozowych było dodane poświadczenie Biura Rozdziału.

Rozporządzenie z 12 marca 1917 r. upoważniało nadto Ministra Handlu do oznaczania kontyngentu papieru na drukowanie gazet. Minister Handlu ustalał co miesiąc objętość gazet.

Rozporządzenie Ministra Handlu z 29 października 1918 r. wprowadziło dalsze zmniejszenie rozmiaru gazet.

Rozporządzenie to jednak nie weszło w życie na obszarze Małopolski, albowiem zbrojne oddziały polskie, w dniu 31 października 1918 r. usunęły w Krakowie wojska i władze zaborcze, a w

Wyniki badań prof. Moedego są interesujące, nie posiadają one jednak wyższej wartości naukowej, ponieważ badania te objęły niemiernie małą liczbę osób. Prof. Moede zbadał mianowicie przy pomocy swej ankiety zaledwie 61 osób w wieku od 18 do 56 lat, w tym 44 mężczyzn i 17 kobiet. Niemniej jednak ankieta dowiodła, że naukowe opracowanie psychologii czytelników gazet posiada dla prasy znaczenie doniosłe.

imieniu odradzającego się Państwa Polskiego objął władzę rząd dzielnicowy p. n. „Polska Komisja Likwidacyjna“.

Z powodu nawału prac donioślejszych Komisja ta nie mogła od razu zająć się sprawą zaopatrzenia w papier dzienników i czasopism w Galicji.

Wobec tego wydawcy krakowscy utworzyli w dniu 5 listopada 1918 r. „Związek gospodarczy wydawców pism periodycznych“, który zajął się tą sprawą. W końcu grudnia 1918 r. Polska Komisja Likwidacyjna uregulowała obrót papierem rotacyjnym.

Rozporządzenie Komisji z 5 grudnia 1918 r., ogłoszone w Dzienniku Rozporządzeń P. K. L. Nr 2 poz. 7, zaczęło obowiązywać z dniem 29 grudnia 1918

Nowoczesne urządzenia
i aparaty elektro - grzejne
dla zakładów drukarskich

ELEKTRO-
FUNDITOR

Bader & Cie., Waldshut

Reprezentacja w Polsce

STATOR

ELEKTROTECHNICZNA SPÓŁKA Z O. O.

WARSZAWA 1, LWOWSKA 5,

TELEFON Nr. 9.51-43



KSIĘGARNIE KOLEJOWE
KOLPORTAŻ MIEJSKI
DOSTAWA DZIENNIKÓW I CZASOPISM

Ubezpieczenia

od odpowiedzialności cywilnej
od następstw nieszczęśliwych wypadków
od kradzieży z włamaniem
auto-casco
od ognia i gradobicia

przyjmuje
na naj-
korzystniejszych
warunkach

P O W S Z E C H N Y

Z A K Ł A D

U B E Z P I E C Z E Ń

W Z A J E M N Y C H

Inspektoraty
(Oddziały)
we wszystkich
większych
miastach

roku. Powołało ono do życia „Związek gospodarczy polskich wydawców w Krakowie“, do którego wciągnięte zostały wszystkie przedsiębiorstwa, trudniące się wydawnictwem pism periodycznych. Dla przedsiębiorstw nowo powstających rozpoczynała się przynależność do Związku od dnia rozpoczęcia wydawnictwa. W wypadkach wątpliwych o przynależności do Związku rozstrzygał, po wysłuchaniu Związku, wedle swobodnego uznania, Wydział przemysłu, rękodzieł i handlu P. K. L.

Celem Związku gospodarczego było: a) uregulowanie z punktu widzenia interesów publicznych rozmiarów wydawnictw i konsumpcji papieru rotacyjnego, b) współdziałanie przy zarządzaniach, dotyczących zaopatrzenia przedsiębiorstw w papier rotacyjny i środki pomocnicze, c) prowadzenie „Biura rozdziału papieru rotacyjnego“ i d) współudział przy regulowaniu wszystkich spraw administracyjno - gospodarczych, dotyczących przedsiębiorstw wydawniczych. Do zarządzeń Związku w tym zakresie obowiązani byli stosować się wszyscy wydawcy pism periodycznych, fabrykanci i handlarze papieru.

Organami Związku były: 1) walne zebranie i 2) kierownictwo. Walne zebranie składało się z delegatów wszystkich

poszczególnych przedsiębiorstw wydawniczych. Skład kierownictwa i zakres jego uprawnień określał regulamin Związku zatwierdzony przez Wydział przemysłu, rękodzieł i handlu.

Przeciw zarządzeniom Związku poszczególni członkowie oraz osoby i przedsiębiorstwa zainteresowane mogły wnosić zażalenia do Wydziału przemysłu, rękodzieł i handlu, z tym jednak, że zażalenie nie wstrzymywało mocy obowiązującej wydanego zarządzenia.

Związek pozostawał pod nadzorem komisarza rządowego, mianowanego przez Wydział przemysłu, rękodzieł i handlu. Komisarz winien był być zapraszany na wszystkie posiedzenia i obrady organów Związku, mógł zawsze głos zabierać i stawiać wnioski. Komisarz miał prawo zawieszenia uchwał i zarządzeń Związku do decyzji Wydziału przemysłu, rękodzieł i handlu. Ponadto miał prawo wglądu do ksiąg Związku i żądania wyjaśnień.

Rozporządzenie z 5 grudnia 1918 r. ustaliło, że wszystkie znajdujące się w Małopolsce zapasy papieru rotacyjnego oraz wszystkie nadchodzące do Małopolski przesyłki tego papieru miały być bezzwłocznie zgłoszone w „Biurze rozdziału papieru rotacyjnego“. Sprzedaż albo zużycie zapasów rotacyjnego

papieru mogła nastąpić jedynie za zezwoleniem Biura. Jeśli nie było zgody na cenę, określał ją Wydział przemysłu, rękodzieł i handlu. Poświadczenia przewozowe na przewóz papieru koleją w obrębie Małopolski wystawiał Krajowy Urząd Odbudowy na wniosek Związku gospodarczego wydawców.

Bardziej szczegółowe dane o organizacji i działalności istniejącego na przełomie lat 1918 i 1919 krakowskiego Związku wydawców pism periodycznych, mogłyby dostarczyć akta tego Związku, przechowywane na pewno w jednym z archiwów państwowych razem z aktami Polskiej Komisji Likwidacyjnej.

OD WYDAWNICTWA

Uprzejmie prosimy
S z a n o w n y c h
P r e n u m e r a t o r ó w
o wpłacenie prenumeraty
za II półrocze 1938 r.

PRACE ZWIĄZKU WYDAWCÓW

POSIEDZENIA PREZYDIUM ZARZĄDU GŁÓWNEGO.

Prezydium Zarządu Głównego Związku odbyło posiedzenia w dniach 5 i 12 maja. Przedmiotem obrad były sprawy związane z działalnością Komisji Orzekającej, sprawa audiencji władz Związku u wicepremiera Kwiatkowskiego, sprawy, dotyczące akcji organizowania zbiorowej propagandy gospodarczej, sprawy drukarskie oraz sprawy organizacyjnej Towarzystwa Wiedzy Prasowej. Nadto omawiano kwestie praktyk dla studentów Wyższej Szkoły Dziennikarskiej, szereg spraw organizacyjnych, związanych z ogólnym zebraniem członków Związku oraz sprawy, dotyczące akcji zagranicznej Związku, w szczególności — najbliższego Kongresu F. I. A. D. E. J. w Rzymie.

TOWARZYSTWO WIEDZY PRASOWEJ.

W dniu 13 maja odbyło się pod przewodnictwem p. ministra Konrada Libickiego, dyrektora naczelnego P. A. T., posiedzenie komisji statutowej wydelegowanej przez zebranie założycieli Towarzystwa Wiedzy Prasowej.

Obecni byli, prócz p. ministra Libickiego, pp. Kauzik, Krzywoszewski i Strzetelski. Prezes Krzywoszewski przedstawił projekt statutu z uwzględnieniem poprawek, które zostały zgłoszone przez członków Komitetu Organizacyjnego, przede wszystkim przez pp. min. Libickiego i red. Strzetelskiego. W wyniku dłuższej dyskusji statut Towarzystwa Wiedzy Prasowej został ostatecznie opracowany i w najbliższych dniach przedstawiony zostanie do akceptacji zebrania członków założycieli.

PRACE NAD ORGANIZACJĄ ZBIOROWEJ PROPAGANDY GOSPODARCZEJ.

W związku z pracami biura i władz Związku, zmlerzającymi do zainicjowania w Polsce zbiorowej propagandy gospodarczej, dyrektor Związku p. Stanisław Kauzik odbył w dniu 13 maja rb. konferencję z p. dyr. Januszem Rakowskim z Ministerstwa Skarbu.

Na konferencji powyższej omawiana była nadto sprawa zorganizowania przez Komitet Prasy Periodycznej wycieczki do Centralnego Okręgu Przemysłowego.

KONFERENCJA Z DYR. A. LORETEM

W związku z przygotowaniem do konferencji międzynarodowej, dotyczącej m. innymi sprawy cen surowców papierniczych, dyrektor Związku, p. Stanisław Kauzik odbył w dniu 10 maja r. b. konferencję z dyrektorem naczelnym Lasów Państwowych p. Adamem Loretem. Przedmiotem konferencji były sprawy, związane z kształtowaniem się światowego rynku drzewa celulozowego (papierówki).

SPRAWA OPŁAT STEMPLOWYCH OD ZEZWOLEŃ NA SPRZEDAŻ PISM.

W początkach r. b. władze Związku poinformowane zostały przez członków Związku, iż na terenie woj. kieleckiego poszczególne starostwa żądają od sprzedawców pism, składających podania o przedłużeniu zezwoleń na kolportaż, złożenia opłaty stemplovej w wysokości 40 zł., niezależnie od normalnej opłaty zł. 5. Ponieważ ta praktyka władz administracyjnych, zdaniem władz Związku, niema uzasadnienia prawnego, władze Związku wystąpiły z odpowiednim przedstawieniem do władz wojewód-

zkich w Kielcach, następnie zaś, wobec braku odpowiedzi ze strony województwa kieleckiego, złożyły w tej sprawie w początku maja r. b. memoriał w Ministerstwie Spraw Wewnętrznych. W memoriale tym władze Związku podkreśliły, iż w myśl ustawy o opłatach stemplovej opłacie w wysokości 40 zł. podlegają zezwolenia na stałe prowadzenie przedsiębiorstwa zarobkowego, wymagającego koncesji. Zważywszy, że ani dekret prasowy z 1919 r., ani żadna inna ustawa nie zawierają postanowień o koncesjonowaniu sprzedaży pism, zważywszy następnie, że „zezwolenia na sprzedaż pism“, wprowadzone rozporządzeniami porządkowymi wojewodów, nie mają charakteru koncesji, lecz — rejestracji porządkowej, podyktowanej względami bezpieczeństwa Państwa, — stwierdzić należy, iż sprzedaż pism nie podlega koncesjonowaniu. Opierając się na powyższym, władze Związku zwróciły się do Ministerstwa Spraw Wewnętrznych z prośbą o zalecenie władzom administracyjnym w wojew. kieleckim zrewidowania stanowiska w przedmiocie opłat stemplovej od zezwoleń na sprzedaż pism.

W ostatnich dniach władze Związku poinformowane zostały, że również niektóre starostwa w wojew. lubelskim żądają od sprzedawców pism nadmiernych opłat stemplovej. Sprawa ta jest przedmiotem dalszej akcji władz Związku w stosunku do Ministerstwa Spraw Wewnętrznych.

PRACE KOMITETU PRASY PERIODYCZNEJ.

W dniu 13 maja r. b. w sali konferencyjnej Związku Wydawców odbyło się VI plenarne posiedzenie Komitetu Prasy Periodycznej. W obradach, którym przewodniczył prezes Stefan Krzywoszewski, wzięli udział pp.: Marian Artemski, Zygmunt Domański, M. Prądzynska, Mieczysław Gładkowski, Szczepan Jeleński, H. Olszewski, Stanisław Potoczny, Stanisław Serwin, wicedyrektor Związku p. Franciszek Głowiński oraz sekretarz Komitetu p. Jan Mokrzycki. Usprawiedliwili swą nieobecność pp.: Ludwika Bormannowa, dr Józef Grott, Stefan Heinrich, ks. Edward Kosibowicz, Bohdan Miłaszewski, brat Wawrzyniec Podwapiński i dr Franciszek Rodziewicz.

Przebieg prac organizacyjnych referował p. Mokrzycki, podkreślając energiczną akcję, podjętą przez Komitet organizacyjny sekcji prasy technicznej. Należy się spodziewać, że zebranie konstituujące tej sekcji będzie mogło

O WYNIKU REKLAMY DECYDUJE

dobre ogłoszenie

opracować je potrafi tylko
doświadczony reklamowiec,
który wie co, dla kogo i gdzie
reklamować należy

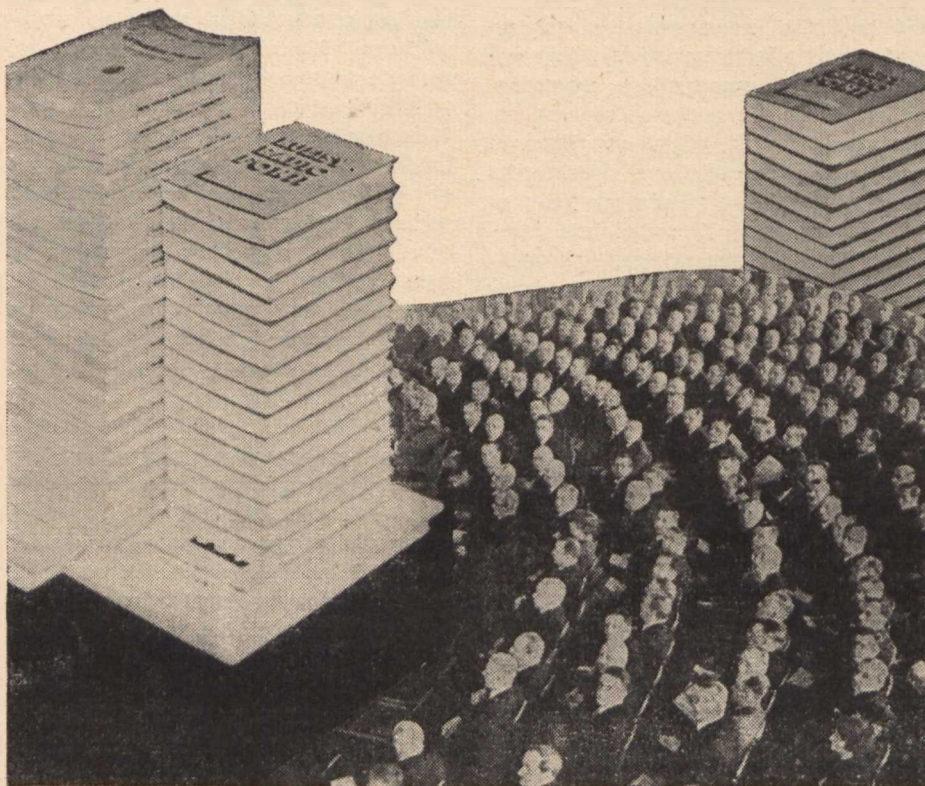


slogany, pomysły, teksty,
rysunki i układy graf. • kampanie prasowe • doradztwo reklamowe • zlecenia do wszystkich pism

**BIURO
REKLAMY
I OGŁOSZEŃ**

AJENCJI TELEGR. „EXPRESS“
WARSZAWA
PIERACKIEGO 16. Tel. 304-93

Organizując zjazdy — korzystajcie z naszych usług



SPRAWOZDANIA · PROGRAMY · DRUKI MANIPULACYJNE

proj. Z. Suliński

starannie i terminowo wykona

SP. AKC. ZAKŁ. GRAF. „DRUKARNIA POLSKA”

W DZIERŻAWIE SPÓŁKI WYDAWNICZEJ CZASOPISM SP. Z O. O. · WARSZAWA. SZPITALNA 12

być zwołane jeszcze przed wakacjami. Sprawa utworzenia sekcji organizacyjnej pracowników umysłowych jest obecnie z inicjatywy Komitetu rozważana przez władze Unii Związków Zawodowych Pracowników Umysłowych; decyzja w tej sprawie zapaść ma w ciągu maja. Zamiarem Komitetu jest zaprosić do udziału w pracach tej sekcji również prasę, wydawaną przez organizacje pracowników umysłowych państwowych i samorządowych. Podjęte mają być odpowiednie rozmowy z tymi organizacjami. W kwietniu, z inicjatywy kilku członków Komitetu, podjęto prace nad zorganizowaniem sekcji prasy ogólnej. Na wstępnym posiedzeniu postanowiono zwołać zebra-

nie wszystkich czasopism ogólnych, należących do Związku.

Sprawę zorganizowania kursów fachowych dla pracowników wydawniczych omawiał prezes Krzywoszewski. Nad projektem planu tych kursów, przedstawionych przez p. Mokrzyckiego, rozwinęła się ożywiona dyskusja, w której wzięli udział pp. S. Jeleński, Z. Domański i inni. Postanowiono wyłonić komisję celem opracowania konkretnych wniosków. Do komisji tej powołano jako przewodniczącego prezesa Stefana Krzywoszewskiego, jako członków p.p. Artemskiego, Gładkowskiego, Potoczego i Serwina.

Następnie p. Mokrzycki przedstawił zebranym przebieg i wyniki dotych-

czasowej akcji Komitetu w sprawach papierniczych i zakomunikował o umowie, zawartej między Związkiem Wydawców a Sp. Pniowiec, dotyczącej warunków handlowej współpracy członków Związku z tą spółką.

Ostatnim punktem obrad była sprawa wycieczki do papierni w Myszkanie oraz do COP. Pierwszą z tych spraw omawiamy oddzielnie. Projekt wycieczki do COP. referował p. Mokrzycki, komunikując zebrany o rozmowie, prowadzonej w tej sprawie przez dyrektora St. Kauzika z dyrektorem J. Rakowskim z Ministerstwa Skarbu. Dyr. Rakowski odniósł się życzliwie do tego projektu i przyobiecał pomoc przy organizowaniu wycieczki na jesieni r.b., łącznie z wycieczką prasową pism codziennych.

*

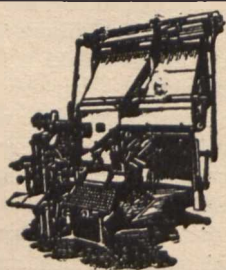
W dniu 11 maja r.b. odbyła się konferencja między przedstawicielami Związku Wydawców w osobach dyr. Stefana Heinricha, w.-dyr. Związku Franciszka Głowińskiego i sekretarza Komitetu P. P. Jana Mokrzyckiego a przedstawicielem Sp. Pniowiec, dyr. Władysławem Cieślakiem. Przedmiotem konferencji była sprawa warunków handlowej współpracy członków Związku ze Sp. Pniowiec. W wyniku konferencji podpisane zostało porozumienie, regulujące warunki współpracy. O wytycznych porozumienia członkowie Związku powiadomieni zostaną okólnikiem.

*

W dniu 12 maja r.b. p. Jan Mokrzycki odbył konferencję z p. Kempieńskim, dyrektorem S. A. Dawidowicz i Kempieński. Na konferencji tej omawiano sprawę stosunków handlowych między prasą, zrzeszoną w Związku a Sp. Dawidowicz i Kempieński.

WYCIECZKA DO PAPIERNI W MYSZKOWIE.

W toku prac Komitetu Prasy Periodycznej nad sprawami papierniczymi powstał projekt zorganizowania wycieczki do papierni, produkującej papieru prasowe. Papiernia myszkowska, z uwagi na rozmiary i wszechstronność jej produkcji, była obiektem najbardziej interesującym. Władze S. A. Steinhagen i Saenger ustosunkowały się do inicjatywy Komitetu Prasy Periodycz-



Niema lepszej maszyny zecerskiej pod względem budowy, mechanizmu, szybkości w pracy, łatwości w obsłudze jak

Przedstawicielstwo na Polskę:
Dom Agenturowo-Komisowy
Adolf Neuding
Warszawa, Marszałkowska 81
Telefon: 8-51-25, 8-08-92

„INTERTYPE”

Matryce Intertypowe nadają się najzupełniej do maszyn zecerskich innych firm.

Wszelkie artykuły dla przemysłu graficznego Introligatorskiego i pudelkarskiego.

nej jak najzyczliwiej. Wycieczka wyznaczona została na dzień 25 maja r.b., tj. nazajutrz po ogólnym zebraniu. Program wycieczki przewiduje wyjazd z Warszawy pociągiem pośpiesznym o g. 7.35 z rana, czterogodzinne zwiedzanie papierni pod kierunkiem inżynierów, specjalnie delegowanych przez S. A. Steinhagen i Saenger, śniadanie, wydane dla uczestników wycieczki przez

władze S. A. Steinhagen i Saenger. Około godz. 16 nastąpi przyjazd do Częstochowy, zwiedzenie klasztoru na Jasnej Górze, wspólna kolacja w Częstochowie, i o godz. 20 odjazd do Warszawy. Podkreślić należy, iż na skutek decyzji ministra Bobkowskiego, który z wyjątkową życzliwością potraktował wystąpienie Związku Wydawców, Ministerstwo Komunikacji udzieliło wyciecz-

ce poważnych ulg i ułatwień.

To przychylne stanowisko Ministerstwa Komunikacji oraz obfity napływ zgłoszeń na wycieczkę, zarówno ze strony wydawców członków Związku jak i ze strony wydawnictw, które delegują w celach instruktywnych swych pracowników, pozwalają przypuszczać, że będzie to wycieczka ze wszech miar udana.

ORGANIZACJE I SPRAWY DZIENNIKARSKIE

Walny Zjazd Zw. Dziennikarzy R. P.

Przemówienie premiera Składkowskiego

W dniu 15 maja b. r. obradował w gmachu Sejmu (w sali sejmowej komisji budżetowej) walny zjazd Związku Dziennikarzy R.P., który oprócz omówienia działalności Związku w roku ubiegłym miał za zadanie również dokonanie wyborów do władz organizacji na 2-letnią kadencję 1938—1940.

Zjazd, który zgromadził 61 delegatów z całej Polski, reprezentujących 70 głosów (po jednym głosie na każdym 20 zrzeszonych dziennikarzy), zaszczylił obecnością w czasie otwarcia obrad p. prezes rady ministrów gen. Sławoj-Składkowski. Przybyło nadto liczne grono wyższych urzędników, m. in. dyrektor biura Sejmu i Senatu A. Rutkowski, dyrektor dep. w Min. Spraw Wewn. Żyboriski, nac. Skalski, dyrektor biura prasowego przy Prezydium Rady Ministrów K. Okulicz, naczelnik wyd. prasowego w M. S. Z. Skiwski, nac. wyd. M. Op. Sp. dr Wengierow, nac. Płotrowicz z M. S. Wewn.

Otwierając obrady o godz. 11 przed południem, prezes Związku red. M. Ścieżyński poświęcił na wstępie żałobne wspomnienie zmarłym w roku ubiegłym członkom Stefanowi Barszczewskiemu, Antoniemu Beaupré, Karolowi Hofmanowi, Bolesławowi Koskowskemu i Władysławowi Zielińskiemu z Warszawy oraz Zygmuntovi Kamieńskiemu z Białegostoku, Edmundowi Bigońskiemu z Syndykatu Pomorskiego i b. p.

Edmundowi Birkenhammerowi z Krakowa. Następnie zaś powitał szefa rządu podkreślając, że wśród zebranych dziennikarzy, choć reprezentujących najodmienniejsze poglądy polityczne, nie ma jednak takich, którzy by nie odnosili się do p. Premiera z najwyższą sympatią osobistą, nie mówiąc już o wdzięczności organizacyjnej.

„Za czasów bowiem — mówił prez. Ścieżyński — pańskiego, Panie Generale, gabinetu, a po dużej części i za osobistą Pańską sprawą, wiele zagadnień i wiele zgrzytów, leżących naszej organizacji na sercu, znalazło swe rozwiązanie. Nie będę ich wszystkich wymieniał, prócz jednej: prócz zawartej pod egidą Pańskiego rządu umowy zbiorowej ze Związkiem Wydawców“.

Wreszcie wyraził prez. Ścieżyński żal z powodu nieobecności ministra opieki społecznej Kościalkowskiego, którego opieka resortowa nad prasą tak jest w kołach dziennikarskich ceniona i poważana.

W przemówieniu, jakie wygłosił w odpowiedzi na to powitanie, p. Premier oświadczył m. in.:

„Przybyłem tu, aby powitać Panów zjazd i życzyć mu owocnych obrad.“

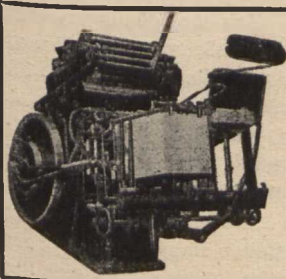
Jest to zjazd niezwykle w Polsce. Nie dlatego, żeby w fachu Panów było trudno się zjechać, tylko dlatego, że jest to zjazd ludzi o różnych przekonaniach społecznych, o różnych przekonaniach

politycznych, zjazd który gromadzi na małej sali tych wszystkich właśnie ludzi w zgodnej naradzie nad ich pracą. Jest to niewątpliwie cnota, którą Panowie posiadacie i którą oby inne zawody w Polsce zdołały osiągnąć w tym samym stopniu.

Nie jest to cnota jedyna i nie jest to cnota odświętna Zjazdu. Stwierdzam z dużym naciskiem, że prasa polska odznacza się tą wielką zaletą, że jest nie przekupna i że gardzi wszelkiego rodzaju wystugiowaniem się agenturom obcym. Jest to wielki dodatni czynnik, który sprawia, że w Polsce my posiadamy do swjej prasy większe zaufanie, niż posiadają do swjej prasy obywatele innych krajów.

Dlatego pozwolą Panowie, że wchodzę do tej sali pod wrażeniem, że — poza oczywiście drobnymi troskami życiowymi, które wszyscy mają — zebraliście się Panowie bez różnicy przekonań dlatego, aby naradzić się nad tym, jak najlepiej Polsce służyć.

W Polsce prasa rozwija się szybciej w tej chwili, niż w innych krajach. W czasie moich inspekcji stwierdziłem, że prasa codzienna dociera już na wieś, że chłop nie zadawała się już tygodnikiem, ale pragnie prasy codziennej. Jest to czynnik bardzo ważny, jeśli przyjmemy, że przecież prasa nie stwarza sytuacji. Ale od prasy zależy, czy na jakieś zjawisko życia państwowego pa-



Automat drukarski
HEIDELBERGA
to atut
każdej
drukarni

Przedstawicielstwo na Polskę:
Dom Agenturowo - Komisowy
Adolf Neuding
Warszawa, Marszałkowska 81, tel.: 8.51-25, 8.08-92

trzeć jako na zjawisko radosne czy też smutne, czy uderzać w surmy triumfu czy dzwonić na alarm.

Widząc Panów tu zebranych, o różnych przekonaniach społecznych i politycznych, przypuszczam, że zadowolę Panów wszystkich, jeżeli złożę Wam ogólne życzenie — poza owocnością dzisiejszych obrad — życzenie, abyście zawsze mogli pisać o Polsce jako mocnej, zwartej, bogatej, a jeśli tego zajdzie potrzeba — to i zwycięskiej". (Huczne oklaski).

Po zarządzeniu przerwy na weryfikację mandatów p. Premier opuścił zebranie. Wznowione po przerwie obrady rozpoczęło wyborem przewodniczącego, którym został red. Adam Romer, po czym przystąpiono do sprawozdań za rok ubiegły.

Jak wynika ze sprawozdania organizacyjnego, Związek liczy (wedle stanu na 1 kwietnia b. r.) 980 członków, zgrupowanych w 11 syndykatach (z czego warszawski wraz z sekcją żydowską obejmuje 484 członków), oraz 237 zarejestrowanych aplikantów. Rzeczą godną podkreślenia jest, że istniejące w latach poprzednich tendencje separatystyczne i rozłamowe znikły zupełnie w roku ostatnim. Przeprowadzana na podstawie zeszlórocznej uchwały walnego zjazdu weryfikacja list członków została zakończona we wszystkich syndykatach z wyjątkiem warszawskiego. Sprawa wydawania biuletynu związkowego została częściowo rozwiązana przez przyłączenie się Związku do miesięcznego biuletynu syndykatu warszawskiego. Do grona syndykatów, wydających własne biuletyny, przyłączyły się ostatnio pomorski i wileński. O ważniejszych wydarzeniach organizacyjnych informują poza tym komunikaty w prasie oraz w specjalnej rubryce miesięcznika „Prasa“.

Omawiając najważniejsze sprawy z ubiegłego roku, sprawozdanie dłużej zatrzymuje się nad kwestiami: konfliktu na terenie Sejmu, sprawy wileńskiej, interwencji u władz centralnych, działalności zagranicznej, prac nad zmianą statutu, układu w sprawie złagodzenia polemik, wreszcie umowy zbiorowej.

Uzupełniając szczegóły, zawarte w drukowanym sprawozdaniu, prezes Ścieżyński podkreśla, że rok ubiegły jest rokiem wielkich osiągnięć i że uzyskane one zostały dzięki zgodnej i jednolitej pracy członków Związku, biorących czynny udział w życiu organizacyjnym oraz dzięki ścisłemu przestrzeganiu absolutnej apolityczności Związku. Żadne z istniejących w Polsce ugrupowań politycznych nie może i nie powinno brać na swoje barki odpowiedzialności (ani nawet cichej inspiracji) za inne postawienie sprawy, byłby to

bowiem początek rozkładu Związku, destrukcyjny — dla całokształtu interesów zawodu dziennikarskiego.

Drugim momentem, który pozwolił na zgodne i jednolite postępowanie, mimo najbardziej nawet zaciętej wymiany myśli i poglądów, była panująca w gronie Związku koleżeńskość. W działaniach władz organizacyjnych, wobec braku wielkiego biura, jak w innych organizacjach zawodowych, i konieczności opierania się na bezinteresownej pracy kolegów, trzeba było ściśle przestrzegać zasady hierarchii i kolejności celów. Po zatwierdzeniu spraw prawno-zawodowych, w roku przyszłym na czoło wysunęła się konieczność zmiany statutu w celu utworzenia ze Związku organizacji bardziej odpowiadającej duchowi czasu oraz pojęciom ruchu zawodowego.

W końcu wspomniął prez. Ścieżyński o ściślejszej łączności, jaka istnieje między dziennikarstwem w Polsce, a sprawami publicznymi, co znalazło wyraz zwłaszcza w sprawie litewskiej.

Z kolei skarbnik Związku red. Dunin-Wąsowicz omówił sprawy finansowe organizacji, której majątek wyraża się okrągło cyfrą 22 tysięcy zł. Preliminarz budżetu na rok 1938 — sumą 20 tysięcy zł.

W ożywionej kilkugodzinnej dyskusji, jaka się rozwinęła nad sprawozdaniem za rok 1937, omawiano głównie sprawę umowy zbiorowej oraz kwestię odstąpienia od pierwotnej koncepcji rozwiązania tego zagadnienia przy pomocy ustawy dziennikarskiej. Wyjaśnień na poruszone pytania udzielał przewodniczący komisji zawodowej wiceprezes Giełżyński. Dyskusję zakończono udzieleniem absolutorium ustępującym członkom organizacji.

Wniosek zarządu w sprawie 5-krotnego podwyższenia (z 2 zł od członka rocznie do 10 zł) składki płaconej przez poszczególne syndykaty został po dłuższej dyskusji przyjęty w zmodyfikowanej formie (składka 6-złotowa). Następnie bez dyskusji przyjęto wniosek Zarządu następującej treści:

„Deklarując gotowość zrzeszonego dziennikarstwa polskiego do udziału w podjętym przez całe społeczeństwo dziele wzmoczenia obronności Rzeczypospolitej, zjazd walny Związku Dziennikarzy R.P. postanawia przystąpić do zbiórki na rzecz Funduszu Obrony Narodowej wśród dziennikarstwa i w tym celu uchwała:

1) Opodatkowanie wszystkich zrzeszonych dziennikarzy w wysokości pół proc. od uposażenia w ciągu 6 miesięcy, poczynając od dnia 1 lipca 1938 r.

2) Ze wszystkich imprez dochodowych, urządzanych przez Syndykaty w latach 1938 i 1939 przelewa się do kasy Związku na rzecz F.O.N. pięć proc. dochodu netto.

3) Wydział Wykonawczy Związku Dziennikarzy R.P. upoważniony zostaje do przekazania z rezerw kasowych Związku tysiąca złotych na zapoczątkowanie zbiórki.

4) Wzywa się Wydział Wykonawczy Związku Dziennikarzy R.P. do ustalenia w porozumieniu z władzami wojskowymi sposobu użycia sum, uzyskanych ze zbiórki na F.O.N.“

W dalszym ciągu przyjęto w zasadzie, polecając Wydziałowi Wykonawczemu przedłożenie Zarządowi sprecyzowanie szczegółów, wnioski w sprawie upoważnienia zarządów poszczególnych syndykatów do zawieszenia dalszego przyjmowania aplikantów oraz do podwyższenia opłat przy wpisywaniu i uchwalono polecić Zarządowi wszczęcie starań celem uzyskania dla dziennikarzy stałych 80-procentowych zniżek kolejowych. Wreszcie przyjęto zaproponowane przez Zarząd zmiany statutu, mocą których:

1) W art. 23 przepis, iż Syndykaty reprezentowane są w Zarządzie przez jednego członka a przez dwóch, o ile liczą ponad 75 członków, zmienia się w tym kierunku, iż dwa miejsca w Zarządzie przysługują Syndykatom liczącym ponad 50 członków, a liczącym ponad 200 członków — 3 miejsca.

2) W art. 24 liczbę członków Wydziału Wykonawczego podnosi się z 7 do 9.

3) W art. 28 dodaje się nowy ustęp, upoważniający Wydział Wykonawczy do zmiany statutów poszczególnych Syndykatów w zakresie powiększania lub zmniejszania w razie potrzeby składu władz Syndykatów, przy czym przeprowadzenie tej zmiany pociąga za sobą automatyczną zmianę w odnośnych przepisach statutów tych Syndykatów.

Wreszcie dokonano wyboru nowych władz organizacyjnych na okres 2-letni, do wiosny 1940.

Prezesem Związku został wybrany ponownie przez aklamację p. Mieczysław Ścieżyński. Podobnie przedłożono mandaty na dalsze dwulecie obu wiceprezom, pp. Witoldowi Giełżyńskiemu i Hieronimowi Wierzyńskiemu oraz członkom Wydziału Wykonawczego Władysławowi Bestermanowi, Władysławowi Dunin - Wąsowiczowi i Medardowi Kozłowskiemu; nadto jako nowo wybrani weszli do Wydziału Zygmunt Piotrowski, Stanisław Zalewski i Bernard Zyngier.

Do Zarządu głównego weszli: z Warszawy Władysław Bazylewski i Jerzy Nowakowski (obaj ponownie) oraz Ste-

fan Grostern, z Łodzi Czesław Gumkowski (ponownie) i Halberstadt, z Poznania Czesław Kędziński i Józef Kisieliwski (obaj ponownie), z Krakowa dr Jan Lankau i dr Józef Warchałowski (obaj ponownie), ze Śląska Henryk Sławik (ponownie) i Burczak, z Pomorza Konrad Fiedler i Józef Dobrostański (obaj ponownie), z Gdańska Edward Hauptman (ponownie), z Wilna Walerian Charkiewicz (ponownie), z Białegostoku Jakub Szapiro (ponownie), z Kielec Kazimierz Jędrzejczyk (ponownie), ze Lwowa Leon Weinstock (ponownie) z tym, że drugi przedstawiciel wejdzie w drogę kooptacji, po wypowiedzeniu się w tej sprawie przez Syndykat lwowski.

Do głównej Komisji rewizyjnej weszli Szymon Perle (ponownie) oraz Jan Moszyński i Bohdan Witwicki, wszyscy z Warszawy, przy czym Komisja została upoważniona do dokooptowania 2 zastępców. Do Sądu Dziennikarskiego wybrano z Warszawy Waclawa Filochowskiego, dr Heszela Gotlieba, Stanisława Majewskiego i Mieczysława Obarckiego (wszystkich ponownie) oraz Zygmunta Berezowskiego i Mieczysława Niedziałkowskiego, z prowincji zaś dr Jana Chełmirskiego z Krakowa, Adama Nechaya ze Lwowa i Franciszka Probstę z Łodzi (wszystkich trzech ponownie), a na zastępcę Ancelewicza z Białegostoku.

ZMIANA STATUTU

ZWIĄZKU DZIENNIKARZY R. P.

Zgodnie ze stanowiskiem, wyrażonym na walnym zjeździe Związku Dziennikarzy R. P., że wysuwane przez różne syndykaty propozycje zmiany statutu Związku mogą się stać aktualne dopiero po przeprowadzeniu prawnego unormowania warunków pracy w zawodzie dziennikarskim, zarząd Związku — wobec nowej sytuacji, wytworzonej wskutek zawarcia układu zbiorowego — doszedł obecnie do przeświadczenia, że sprawa zmiany statutu dojrzała już do rozstrzygnięcia. Wobec tego na posiedzeniu w dniu 24 kwietnia b. r., uznając za konieczne przeprowadzenie zmiany statutu zgodnie z wymogami stworzenia organizacji dziennikarskiej silnej i zdolnej do bardziej efektywnej pracy, Zarząd Związku postanowił wystąpić z inicjatywą zmiany statutu i w tym celu polecił powołać specjalnie dla tego zagadnienia powołanej komisji tymczasowej zebranie całokształtu materiału, jaki dotąd w tej sprawie do Związku napłynął, oraz opracowanie projektu nowego statutu.

Do komisji, której referat generalny powierzono red. Władysławowi Bazyłowskiemu z Warszawy, weszli pod przewodnictwem prezesa Związku:

T Y L K O SKUTECZNA REKLAMA SPRZEDAJE TOWARY...

REKLAMA SKUTECZNA

to nie improwizacja, lecz akcja przemyślana we wszystkich szczegółach, starannie opracowana przez fachowców

OGŁOSZENIA PRASOWE

wykonane i przeprowadzone fachowo, zgodnie z wymaganiami i potrzebami klienta — to **najskuteczniejszy środek reklamy, przemawiający do tysięcy osób**

TAKĄ REKLAMĘ

doradza i projektuje, mając 22-letnie doświadczenie w tej dziedzinie.

STANISŁAW PIETRASZEK

STOŁECZNE
BIURO OGŁOSZEŃ



WARSZAWA
UL. ZGODA 9
Tel. 5-42-73 i 5-42-52 m.

Konrad Fiedler (Pomorze), Czesław Kędziński (Poznań), Adam Nechay (Lwów), Henryk Sławik (Śląsk) i Józef Warchałowski (Kraków) oraz 3 członków z Warszawy, delegowanych przez Wydział Wykonawczy. Tymczasowy charakter nadano komisji z tego względu, że Zarząd nie chciał pod koniec swej kadencji przesądzać ostatecznie o jej składzie osobowym.

Posiedzenie Komisji Kwalifikacyjnej

W dniu 16 maja odbyło się posiedzenie konstituujące Komisji Kwalifikacyjnej, działającej na podstawie układu zbiorowego pracy w zawodzie dziennikarskim.

W posiedzeniu tym poza przewodniczącym wzięli udział: ze strony dziennikarzy — pp. Józef Burczak, dr Walerian Charkiewicz, Jerzy Nowakowski i Józef Winiewicz, ze strony wydawców pp. Antoni Lewandowski, Bolesław Blega i Jan Sotomski.

Na posiedzeniu tym rozpatrzono i uchwalono regulamin wewnętrzny komisji oraz wzór wniosku o wpisanie do rejestru.

Ustalono następnie, iż rejestr dziennikarzy, ogłaszany dotychczas w „Prasie”, przyjęty będzie przez Komisję za podstawę prac nad ustaleniem nowego rejestru, który prowadzić będzie Komisja Kwalifikacyjna, na podstawie układu zbiorowego, z tym jednak, że wszyscy dziennikarze, figurujący w dotychczasowym rejestrze, obowiązani są złożyć Komisji formalne wnioski w/g ustalonego wzoru, a to celem umożliwienia odpowiedniej weryfikacji.

W dniu 18 maja odbyło się drugie z kolei posiedzenie Komisji, na którym uchwalono regulamin postępowania przed Komisją Kwalifikacyjną. Regulamin ten ogłoszony zostanie w „Informatorze Prasowym” oraz rozesłany wszystkim członkom Związku Wydawców i Syndykatom Dziennikarzy.

Jednocześnie Komisja rozesłała do prasy za pośrednictwem PAT komunikat, który podajemy poniżej.

Rejestr Dziennikarzy.

Komisja Kwalifikacyjna, działająca na podstawie układu zbiorowego pracy w zawodzie dziennikarskim, podaje do wiadomości wszystkich zainteresowanych co następuje:

Dziennikarze oraz aplikanci dziennikarscy, którzy pragną być wpisani do rejestru dziennikarzy lub rejestru aplikantów dziennikarskich, winni złożyć komisji kwalifikacyjnej w myśl art. 9 układu zbiorowego, wniosek na

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

APARATY ELEKTRO-GRZEJNE.

Elektro-Funditor, Bader & Cie, Waldshut, Reprezentacja w Polsce: Stator, Elektrotechniczna Spółka z o. o. Warszawa 1, Lwowska 5, tel. 951-43.

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 Marcinkowskiego 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.

HURTOWE SKŁADY PAPIERU

Fabryczne Składy Papieru „Pniowiec“ sp. z o. o., Warszawa, Długa 48, tel. 11-82-53. Oddział w Poznaniu, ul. Wszystkich Świętych 4, tel. 33-89 i 38-89.

KLEJE

B. Śniegocki, kleje roślinne przemysłowe i biurowe, Poznań, Ratajczaka 2, tel. 35-35.

MASA DO WALCÓW DRUKARSKICH

Fabryka Chemiczna M. Leszczyński i S-ka, Sp. Akc. — wysokojakościowe masy do walców drukarskich: Drakon-Extra i Drakon-Prima (rotacyjne, normalne i dodatkowe), przyjmu-

je do odlewu walce drukarskie na nowoczesnej aparaturze, Warszawa, Ogrodowa 32, tel. 5.18-28.

MASZYNY DRUKARSKIE

Braća Thümecke, Warszawa, Leszno 2, Generalni przedstawiciele M. A. N.

Inż. Antoni Jeżyński, Maszyny drukarskie, litograficzne, offsetowe i tef-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. Węglek i S-ka, przechowanie, przewóz mebli i towarów, Warszawa, Trębacka 1; Tel. 240-45 i 240-46.

STEREOTYPOWNIE

„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 zakresie 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)

piśmie w/g ustalonego przez Komisję wzoru.

Formularze wniosku otrzymać można w sekretariacie Związku Wydawców (W-wa, Zgoda 8 m. 4) oraz w sekretariatach wszystkich Syndykatów Dziennikarskich.

Dziennikarze i aplikanci dziennikarscy, zatrudnieni w wydawnictwach, zrzeszonych w Polskim Związku Wydawców Dzienników i Czasopism otrzymają formularze wniosku od wydawnictwa.

Wszyscy dziennikarze i aplikanci dziennikarscy pragnący znaleźć się na pierwszej liście rejestru, który zostanie ustalony na podstawie przepisów układu zbiorowego pracy w zawodzie dziennikarskim z dn. 11.II.1938 r. winni złożyć Komisji Kwalifikacyjnej na-

leżycie wypełnione wnioski w terminie do dnia 31 maja r. b.

Dziennikarze i aplikanci dziennikarscy, zrzeszeni w Syndykatach Dziennikarzy, proszeni są o złożenie wypełnionych formularzy za pośrednictwem właściwych Syndykatów, które prześlą wnioski do Komisji.

Dziennikarze i aplikanci niezrzeszeni proszeni są o złożenie wniosków Zarządowi Wydawnictw, w których są zatrudnieni.

Komisja zwraca się z prośbą do Zarządów wszystkich wydawnictw piśm codziennych, związanych układem zbiorowym z dn. 11.II.38 r. o łaskawe przesłanie Komisji (przesyłką poleconą) w terminie wyżej wymienionym (31 maja r. b.) formularzy wniosków, wypełnionych przez współpracowników

wydawnictw. Tymczasowy adres Komisji Kwalifikacyjnej brzmi: Polski Związek Wydawców i Czasopism, dla Komisji Kwalifikacyjnej. Warszawa 1, Zgoda 8 m. 4.

Prezydium
Komisji Kwalifikacyjnej
Lewandowski Antoni
Wierzyński Hieronim

Warszawa, dnia 17 maja 1938 r.

MASZYNA DO PISANIA PORTABLE „URANIA“

Pełnowartościowa: 44 klawiszy Z1 295.— (z walizką Z1 320) gotówką lub Bonami S. T. Kupc. P. Przedstawicielstwo na Polskę

ERNEST NEUMAN Warszawa, Mazowiecka 8, tel. 262-88, f. chłodn. Egzystuje od 1902 r. Opisy na żądanie. Poszukiwani odsprzedawcy.

KRONIKA KRAJOWA

Sprawy ogólne

O ZNACZENIU PRASY KATOLICKIEJ

J. E. ks. Arcybiskup A. Sapieha wydał orędzie do wiernych o potrzebie popierania prasy katolickiej. W orędziu czytamy m. in.: „Prenumerata pism katolickich jest jednym z najłatwiejszych i najskuteczniejszych środków wykonywania apostołstwa. Wiemy, że wydawanie pisma kosztuje i to tym więcej, im pismo jest lepiej redagowane; katolicy przeto winni poczuwać się do obowiązku, by przez zakupywanie katolickich pism wzmocnić ich wydawnictwa, a przez to samo rozszerzać wielkie idee katolickie w swoim otoczeniu“.

ODZNACZENIA.

Za zasługi na polu pracy zawodowej w dziennikarstwie odznaczeni zostali: red. Hieronim Wierzyński, wiceprezes Związku Dziennikarzy R. P., red. Medard Kozłowski, sekretarz generalny Związku Dziennikarzy i red. Stefan Grostern, b. prezes Syndykatu Warszawskiego — złotym Krzyżem Zasługi, red. Wacław Górnicki z Gdyni — srebrnym Krzyżem Zasługi.

P. Jerzy Grzegorz Wengierow, radca w Ministerstwie Opieki Społecznej, odznaczony został złotym Krzyżem Zasługi za zasługi w służbie państwowej. P. radca Wengierow reprezentował Ministerstwo Opieki Społecznej w toku końcowych pertraktacji między Związkiem Wydawców a Związkiem Dziennikarzy w przedmiocie zbiorowej umowy o pracy dziennikarza i podpisał w imieniu Ministerstwa Opieki Społecznej zawarty układ.

Z życia prasy

NOWE PISMA.

Ukazał się pierwszy zeszyt „Przeglądu Statystycznego“, kwartalnika poświęconego teorii i praktyce statystycznej, organu Polskiego Towarzystwa Statystycznego. Przewodniczącym Komitetu redakcyjnego jest p. Zygmunt Limanowski.

Nakładem Izb Notarialnych R. P. wyszedł z druku zeszyt I czasopisma „Kwartalnik Prawa Prywatnego“. Na czele pisma stoją: dr Witold Prądzyński i dr Jan Sławski, członkowie Komii

sji Kodyfikacyjnej. Ścisłe kolegium redakcyjne stanowią członkowie Komisji Kodyfikacyjnej pp. Wacław Miszewski, dr Zygmunt Nagórski, prof. dr Jan Wasilkowski.

RYCERZ NIEPOKALANEJ

PO ŁACINIE. ,

Milicja Niepokalanej, organizacja wydawnicza „Małego Dziennika“ i „Rycerza Niepokalanej“ podjęła wydawnictwo w języku łacińskim pt. Miles Immaculatae.

ALBATROS.

Podczas ostatniego rejsu motorowca „Batory“ z New Yorku do Gdyni na pokładzie statku wydany został pierwszy numer pisma „Albatros“, poświęconego sprawom pracy zawodowej marynarzy i życia na statku. „Albatros“ ukazuje się staraniem Koła kulturalno-światowego członków załogi „Batorego“.

Papier

KARTEL PAPIERU SZRENCOWEGO.

Z dniem 1 maja r.b. uruchomione zostało wspólne biuro sprzedaży papieru szrencowego, reprezentujące 9 fabryk.

150 milionów zł

to wyraz zaufania Mieszkańców Stolicy do Szej

KKO

TRAUGUTTA 5

MIASTA STOŁ. WARSZAWY

BIELAŃSKA 8 • TARGOWA 65 • BAGATELA 14

Największa Komunalna Kasa Oszczędności w Polsce

Wzrost wkładów w kwietniu r. b. o . . . zł **4.851.890**
Ogólny stan wkładów na dzień 30.IV 1938 r. zł **148.370.035**

Wkłady są **korzystnie** oprocentowane za **każdy** dzień lokaty.
Odsetki są doliczane do kapitału **dwukrotnie** w ciągu roku.

Książeczki oszczędnościowe Kasy są honorowane przez KKO w większych miastach i uzdrowiskach.

Swoim stałym wkładcom Kasa zapewnia
pierwszeństwo w otrzymaniu

pożyczek



„J. FRANASZEK” S. A.

Warszawa, ul. Wolska 41

DZIAŁ FOTO:

papiery fotograficzne
MIRAX, NIGRONA, TONAR

DZIAŁ PAPIERÓW BARWIONYCH:

papiery kredowe
„ do opakowań
„ introligatorskie
„ podgumowane
„ specjalne dla celów techniczn.
taśma podgumowana

DZIAŁ OBIĆ PAPIEROWYCH:

stale na składzie bogata kolekcja
wzorów

DZIAŁ BIBUŁEK:

bibułki marszczone
serwetki bibułkowe
bibułki kolorowe

BILANS PAPIERNI.

Opublikowany ostatnio bilans Mirkowskiej Fabryki Papieru S. A. na dzień 31 grudnia 1937 r., wykazuje majątek Spółki w kwocie 29.209 tys. zł., z czego 5.920 tys. przypada na majątek płynny. Rachunek strat i zysków zamyka się po obu stronach sumą 17.023 tys. Na amortyzację odpisano w r. 1937—792 tys., zysk wyniósł zł. 417 tys., z czego zysk za r. 1937—257 tys. zł., pozostałość z lat ubiegłych 160 tys. zł. Bilans powyższy podpisali jako Zarząd p.p. Janusz Regulski, Jan Nowacki, Wiktor Opęchowski i Aleksander Wysokiński, jako Rada Nadzorcza pp. dr Andrzej Wołoszyński, Rudolf Jędrzejowski, Edward Natanson, Stanisław Natanson i Artur Wohl.

W dniu 26 kwietnia r.b. odbyło się walne zgromadzenie akcjonariuszy S. A. Kluczevska Fabryka Papieru i Celulozy. Bilans przedstawiony na tym zebraniu zamyka się po stronie czynnej i biernej sumą 24.989 tys. zł. Na amortyzację spisano 1.144 tys. zł. Zysk wyniósł 19 tys. zł. Zarząd Spółki ukonstytuował się jak następuje: pp. Michał Płotnikoff, Maurycy Szwarcztajn, Carl Dus, Michał Fuksiewicz, Jerzy Płotnikoff, Antoni Radwan, Radę Nadzorczą stanowią pp. Elżbieta Płotnikoff, Natalia Płotnikoff, Marius Plinius, Jules Ramseyer, Ignacy Szwarcztajn.

AKCJA BEZPIECZEŃSTWA PRACY W PRZEMYSLE PAPIERNICZYM

Przemysł papierniczy podjął intensywną walkę z wypadkami przy pracy. Kieruje tą akcją specjalny referat bezpieczeństwa pracy przy Związku Papierni; we wszystkich papierniach działają fabryczne komisje bezpieczeństwa pracy.

Ważnym momentem w tej akcji był I zjazd kierowników akcji bezpieczeństwa pracy, który się niedawno odbył w Warszawie. Referat sprawozdawczy wygłosił dyr. B. Stypiński.

Przegląd piśmiennictwa

PUBLICYSTYKA GOSPODARCZA.

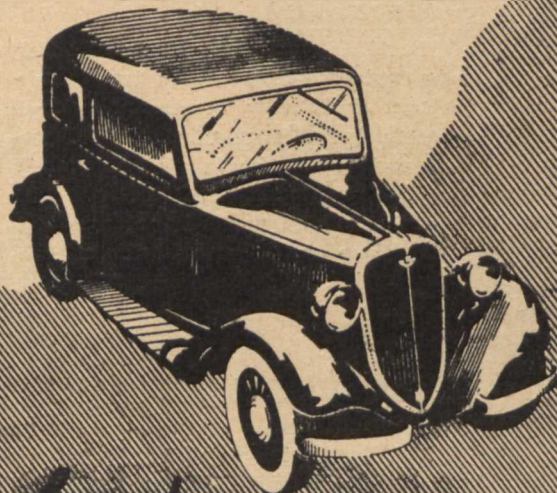
W zeszycie drugim Ruchu Prawniczego, Ekonomicznego i Socjologicznego prof. dr Tadeusz Brzeski zamieścił artykuł pt. „Publicystyka gospodarcza”. poświęcony analizie charakteru metodycznego publicystyki gospodarczej z punktu widzenia nauki ekonomii.

XI ROCZNIK

KATALOGU PRASOWEGO PARA.

Wydany niedawno Katalog Prasowy Para 1938-39 stanowi XI rocznik tego pożytecznego wydawnictwa. Pod względem ilości informacji jest znacznie bo-

DOBRE SAMOCHODY



budujemy
w **POLSCE**

Z DOSKONAŁYCH KRAJOWYCH SUROWCÓW

POLSKI FIAT

508

cena zł. 4.950 loco Warszawa
z dwoma ogumionymi kołami
zapasowymi i wyposażeniem

JEDYNY POPULARNY SAMOCHÓD POLSKI

- ◆ PEWNY I WYPRÓBOWANY W NASZYCH ODREBNYCH WARUNKACH DROGOWYCH
- ◆ NAJTAŃSZY W SWOJEJ KATEGORII
- ◆ SPRZEDAWANY WEDŁUG DOGODNEGO SYSTEMU SPŁAT MIESIĘCZNYCH
- ◆ OSZCZĘDNY W UŻYCIU DZIĘKI ROZWINIĘTEJ SIĘCI OBSŁUGI W CAŁYM KRAJU

D O S T A W A N A T Y C H M I A S T O W A

Znaczne zniżki osobowe na X Targi Katowickie

Ministerstwo Komunikacji w związku z X TARGAMI KATOWICKIMI, które odbędą się w czasie od 22-go maja do 6-go czerwca 1938 r. przyznało ulgi osobowe w wysokości 75% w drodze powrotnej z Katowic na zasadzie indywidualnych kart uczestnictwa Ligi Popierania Turystyki. Karty te nabywać można przed wyjazdem do Katowic we wszystkich pla-

cówkach Biur Podróży i kioskach Towarzystwa „Ruch“ na dworcach kolejowych.

Wobec tak poważnej ulgi należy się spodziewać licznych zjazdów i przyjazdów osób, pragnących zwiedzić Targi Katowickie — tym bardziej, że Śląskie Towarzystwo Wystaw i Propagandy Gospodarczej dokłada starań, by na czas trwania imprezy zwiedza-

jący Targi z całej Polski mogli korzystać z wszelkich ulg w hotelach, restauracjach, kawiarniach, lokalach rozrywkowych, kinach, tramwajach, autobusach etc.

Wszelkich bliższych informacji na życzenie udziela: Zarząd Targów Katowickich, Katowice, ul. Stawowa L. 14, tel. 300-71.

(Pr.)

gatszy od roczników poprzednich; obejmuje 2592 pism, podczas gdy rocznik X zarejestrował pism 1685. Układ wydawnictwa nie uległ zmianie: jest przejrzysty i ułatwia orientowanie się w treści.

Wygląd zewnętrzny wydawnictwa zyskał dzięki estetycznej okładce i starannemu opracowaniu graficznemu.

PODSTAWY ZARZĄDZANIA PRZEDSIĘBIORSTWEM

Ukazała się praca inż. J. Witkowskiego pt. „Podstawy zarządzania przedsiębiorstwem”. Jest to zwięzły podręcznik, obejmujący najważniejsze wiadomości z dziedziny organizacji pracy i kierownictwa handlowo-przemysłowego.

Różne

KONFERENCJA PRASOWA

W INSTYTUCIE FILMOWYM P. A. T.

Kierownictwo Instytutu Filmowego P.A.T. urządziło w dniu 18 maja r.b. konferencję prasową, poświęconą filmowi wąskotaśmowemu. Ten nowy technicznie rodzaj filmu odznacza się szeregiem zalet (niepalna taśma, niski koszt aparatów i eksploatacji), które rokuje mu wspaniałą przyszłość przede wszystkim w dziedzinie dydaktycznej, wychowawczej i propagandowej. Doskonale roz-

wijająca się działalność Instytutu Filmowego P.A.T., kierowanego przez p. Tadeusza Katelbacha, oddać może społeczeństwu rzetelne usługi.

K. K. O. POW. WARSZAWSKIEGO A PROPAGANDA

K. K. O. pow. warszawskiego należy do rzędu niezbyt licznych jeszcze, niestety, instytutów oszczędnościowych, rozumiejących znaczenie i pożytek propagandy i szeroko z niej korzystających. Propaganda K. K. O. pow. warszawskiego jest prowadzona żywo i interesująco, w ścisłym związku z bieżą-

cą działalnością tej pożytecznej instytucji.

Ostatnie sprawozdanie tej kasy (za okres 1937 r.) podaje, że w 1937 r. K. K. O. pow. warszawskiego wydała na propagandę 29.838 zł; w roku poprzednim analogiczna suma wyniosła 26.148 złotych.

Właściwy stosunek kierownictwa K. K. O. pow. warszawskiego do spraw propagandowych niewątpliwie przyczynił się poważnie do wyników działalności kasy: suma wkładów i lokat wyniosła w r. 1924 — 2.111 tys., w r. 1937 — 31.290 tys.

„Kołyaska polityki światowej”

W Warszawie pojawiło się czasopismo, noszące tytuł „Debaty Wszepolskie”. Cele i zamierzenia redakcji w szczególności podtytuł:

„Wydawnictwo gospodarcze, ekonomiczne i handlowe, krytyka, polityki stronnictw i obozów, kołyaska polityki światowej, kronika — ostatnia podróż prasowa po gazetach krajowych i zagranicznych. Komentarze, Literatura, Wojsko, Medycyna, Sport i Sztuka. Dział informacyjny z każdej dziedziny życia Polski”.

„Debaty Wszepolskie” wzywają do współpracy: „cały Naród Polski, który pod sztandarem (jedności) wszechpolskim zjednoczy, wyteży swe żywotne siły ku zupełnemu niezależnieniu się od obcych, zgubnych wpływów i w ten sposób stworzy nienaruszoną tamę przeciw wszelkim fałom, mogącym nieść klęski polityczne, ekonomiczne i przysparzać upadek moralny”.

Taki i temu podobny stek pustych,

choć szumnych słów, zestawionych bezradnie i bez sensu, wypełnia około czterech kolumn numeru, który liczy ich ogółem dwadzieścia cztery. Pozostałe kolumny zajmują ogłoszenia.

„Debaty Wszepolskie” cenią swe reklamy wysoko: kolumna przed tekstem ma kosztować 3.000 zł. poza tekstem 1500 zł.

Niewiadomo co więcej podziwiać: analfabetyzm i spryt „redaktora i wydawcy” (którym jest p. Szymon Soszyński), lekkomyślność tych poważniejszych przedsiębiorstw, które zgodziły się na ogłoszenia ich firm w tego rodzaju wydawnictwie, czy wreszcie bezceremonialność i ignorancję jednej z warszawskich agencji informacyjnych, która zapewnia w swym komunikacie, że „Debaty” zbliżone są do Stronnictwa Narodowego i mają być nieoficjalnym organem sfer przemysłu polskiego.

Jak to Figaro Beaumarschals’go mawiał? Trzeba się śmiać, żeby nie płakać...

Wisłą z Sandomierza do Gdyni

Największy polski szlak żeglugi śródlądowej przechodzi przez cały środkowy obszar kraju z Sandomierza — stolicy Centralnego Okręgu Przemysłowego do Warszawy na przestrzeni 245 km i z Warszawy, poprzez Mazowsze i Pomorze, aż do polskiego „okna na świat” tj. Gdańska i Gdyni na przestrzeni 467 km.

Na szlaku tym łącznej długości 712 km utrzymywana jest stała żegluga parostatkami pasażerskimi i towarowymi. Zarazem jest to niewątpliwie jeden z najważniejszych i najciekawszych szlaków turystycznych w Polsce, zasługujący na jak najszersze wykorzystanie dla wszelkich wycieczek, szczególnie tych, których celem jest bliższe po-

znanie polskiego morza i ziemi pomorskiej.

Dodać należy, że podróż statkiem umożliwia nie tylko dokładne obejrzenie okolic, lecz i beztrudki wypoczynek na pokładzie wśród słońca i idealnie czystego powietrza. Koszt podróży statkiem Wisłą jest niewielki np. ceny dla wycieczek młodzieży szkolnej zaczynają się już od zł 9.40 od osoby za podróż z Sandomierza do Gdyni i z powrotem czyli na przestrzeni 1424 km.

Na całej przestrzeni od Sandomierza do Gdyni komunikacja odbywa się statkami Towarzystwa Polskiej Żeglugi Rzecznej „Vistula”. Komunikacja pasażerska utrzymywana jest codziennie kilkoma regularnymi liniami.

(Pr.).

TOWARZYSTWO
HANDLU PAPIEREM

BRACIA

SPÓŁKA AKCYJNA

WARSZAWA.

ul. Przejazd 3

TURKIELTAUB

Poleca
wszelkie
gatunki
papieru
ze składów

oraz

bezpośrednio z fabryk
po cenach najtańszych.

EMES

KUCHENKA
SPIRYTUSOWA
NIEZASTAPIONA
W GOSPODARSTWIE
DOMOWYM



WSPÓLPRACA OFICERÓW W PRASIE

Rozporządzenie Ministra Spraw Wojskowych z 27 stycznia 1938 r. w sprawie wykonania dekretu Prezydenta Rzplitej o służbie wojskowej oficerów (Dz. U. Nr. 13, poz. 95) postanawia, iż oficerom służby stałej oraz wszystkim innym, pełniącym służbę czynną, nie wolno roztrząsać w prasie zagadnień politycznych (§ 45). Oficerowie mogą bez zezwolenia władz zajmować się pracami z dziedziny nauki, sztuki lub literatury, jeżeli prace te nie przeszkadzają obowiązkom służbowym. Prace te mogą oficerowie podpisywać również pseudonimami lub inicjałami, przy czym w tym przypadku ani stopień, ani charakter wojskowy autora nie może być zaznaczony. Czynny udział w prasie i w wydawnictwach normuje regulamin służby wewnętrznej (§ 56).

ZWOLNIENIE OD CŁA.

Minister Skarbu rozporządzeniem z dnia 26 kwietnia 1938 r. (Dz. U. R. P. poz. 271) zarządził zwolnienie od cła od 1 maja do 31 października 1938 r. starych gazet i czasopism w języku niemieckim, niepodziurawionych i niepokrojonych, w myśl uwagi do poz. 792 taryfy celnej — dla celów kulturalnych ludności obszaru W. M. Gdańska.

PODATEK OD KIOSKÓW.

Ministerstwo Skarbu wydało okólnik z 26 marca 1938 r. L. D. V. 7779/3/38 w sprawie podatku od nieruchomości i podatku od lokali z kiosków ulicznych. (Dz. Urz. Nr. 10 poz. 275), wyjaśniając,

że kioski uliczne, w których dokonywana jest sprzedaż pism, wyrobów monopolowych, znaczków pocztowych i stemplowych itp. oraz kioski reklamowe (kolumny reklamowe), o ile jedne i drugie nie są trwale złączone z gruntem, nie podlegają podatkowi od nieruchomości z mocy art. 1 dekretu Prezydenta Rzeczypospolitej z dnia 14 stycznia 1936 r. o podatku od nieruchomości (Dz. U. R. P. Nr. 3 poz. 14). Tego rodzaju kioski nie podlegają w ogóle podatkowi od lokali, gdyż nie są one lokalami w rozumieniu przepisów art. 1 dekretu Prezydenta Rzeczypospolitej z dnia 14 listopada 1935 r. o podatku od lokali (Dz. U. R. P. Nr. 82 poz. 505) oraz §§ 2 i 16 rozporządzenia Ministra Skarbu z dnia 20 kwietnia 1936 r. o wykonaniu powyższego dekretu (Dz. U. R. P. Nr. 33 poz. 258).

OGŁOSZENIA STOWARZYSZEŃ W „MONITORZE POLSKIM“

Ministerstwo Spraw Wewnętrznych wyjaśniło pismem okólnym z 18 marca 1938 (Dz. Urz. Nr. 10, poz. 48), że żadne zniżki od opłat za druk ogłoszeń o wciągnięciu stowarzyszeń do rejestru poza przyznanymi już niektórym kategoriom stowarzyszeń w drodze zmian rozporządzenia z 10 grudnia 1932 r. o rejestracji stowarzyszeń (Dz. U. Nr. 116, poz. 963) nie mogą być przez PAT przyznawane, ponieważ jest to niemożliwe, tak ze względu na obowiązującą wydawnictwo taryfę opłat ogłoszeniowych, zatwierdzoną przez Prezydium Rady Ministrów, jak i ze względów budżetowych.

Dyrekcja Okręgu Pocht i Telegrafów w Warszawie komunikuje, iż urzędy pocztowe, przy nadawaniu za pomocą książki nadawczej korespondencji, przeznaczonej do Warszawy, kontrolować będą sposób adresowania listów. Nadawcy listów, zaadresowanych nieprawidłowo, tj. bez podania dzielnicy pocztowej Warszawy, proszeni będą o uzupełnienie adresów.

OGŁOSZENIE WYROKU W CZASOPISMACH.

Z treści art. 255 § 3 k. k. wynika, że w przypadku zniesławienia, ogłoszenie wyroku skazującego w czasopismach, w razie zgłoszenia o to wniosku przez oskarżyciela, jest obowiązkowe, a nie tylko zależne od uznania sądu. (Teza na podstawie orzeczenia Sądu Najwyższego z 23 września 1937 r. Zb. urzędowy 1938, poz. 58).

Komunikat.

Wobec ukazania się w niektórych pismach wzmianek, które powodują zapytania i nieporozumienia, wyjaśniam, że p. Stanisław Pietraszek w biurze moim nie pracuje.

Przedsiębiorstwo moje od chwili założenia t. j. od r. 1915 nigdy żadnych wspólników nie posiadało i nie posiada oraz było zawsze i jest prowadzone przeze mnie osobiście.

Biuro moje mieści się pod niezmiennym adresem: **Marszałkowska 115** (róg Złotej), tel. 509-72, 509-73 i 609-73.

Teofil Pietraszek
Biuro Ogłoszeń

W końcu maja r. b. ukaze się tom V biblioteki wydawnictw Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism zawierający szkic historyczny

LEONA ZIELENIEWSKIEGO

»DEKADA«

**Pismo Legionów Polskich
w 1799 r.**

Wydawnictwo to zawierać będzie pełny tekst dwóch zachowanych numerów „Dekady” oraz fotograficzną odbitkę pierwszej strony jednego z tych numerów.

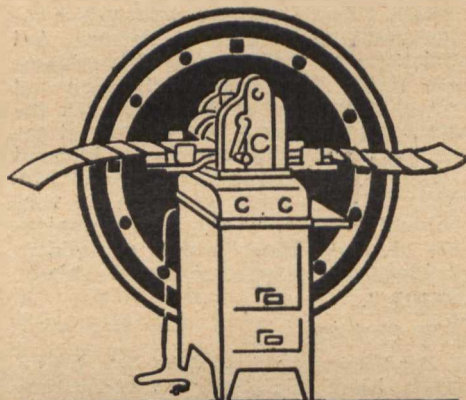
Walne Zgromadzenie Akcjonariuszów T-wa „Ruch” Sp. Akc.

W dniu 18 b.m., pod przewodnictwem p. prezesa Stefana Krzywoszewskiego odbyło się Walne Zgromadzenie akcjonariuszów Spółki Akcyjnej „Ruch”.

Pp. prezes Leon Puławski i dyrektor Edmund Seyfried przedłożyli sprawozdanie z działalności przedsiębiorstwa za rok 1937, który zaznaczył się we wszystkich działach wzrostem obrotów, sięgających zł. 24.000.000, a to dzięki dalszemu stałemu pogłębianiu się i krzepnięciu organizacji przedsiębiorstwa w terenie przez powstawanie nowych punktów sprzedaży. W szczególności poważny wzrost obrotów notowany jest w kolportażu dzienników i czasopism, a sumy osiągnięte z ich sprzedaży przekraczają 50 proc. ogólnych obrotów.

Wybory, które odbyły się pod koniec zebrania, dały następujące wyniki: Radę Nadzorczą stanowią: p.p. Stefan Krzywoszewski, Wojciech Baranowski, Antoni Lewandowski, Stanisław Arct, Karol Czerny, Józef Chodak, Janina Hołówkowa, Feliks Mrozowski, Zygmunt Pieracki, Tadeusz Tchórzewski, Mieczysław Ziernowicz. Zarząd: p.p. Leon Puławski, Edmund Seyfried, Stanisław Godycki Ćwirko, dr Jan Gebethner, Mieczysław Dobija; Komisję Rewizyjną: pp. Władysław Buchner, Bolesław Jankowski, Stefan Olszewski, Stefan Nowicki, Władysław Rawiński.

Walne Zgromadzenie uchwaliło wypłatę dywidendy w wysokości 5 proc.



**DOSKONAŁE I TANIE
MASZYNY DOWIELARSKIE
I PRZYBORY**

Gestetner

**POLSKIE TOWARZYSTWO
GESTETNER · SPÓŁKA Z O-O
WARSZAWA · KRÓLEWSKA 41**

**KATOWICE · KOPERNIKA · 12
POZNAŃ · OGRODOWA · 18
LWÓW · BIEŁOWSKIEGO · 6
~ KRAKÓW · WIŚLNA 2 ~**

PRASA NA SZEROKIM ŚWIECIE

OGÓLNA.

Kongresy reklamowe

W roku bieżącym na kontynencie europejskim odbędą się dwa kongresy, poświęcone zagadnieniom propagandy gospodarczej, mianowicie: w dniach od 6 do 11 czerwca w Wiedniu Kongres Kontynentalnego Związku Reklamowego, zaś od dnia 25 do 29 czerwca w Glasgow (Szkocja) Kongres Związku Brytyjskiego. W obu Kongresach bierze udział Polski Związek Reklamowy, organizujący uczestnictwo fachowców z Polski. Na Kongresach z ramienia PZR wygłoszą referaty: Prof. S. Z. Zakrzewski — o współpracy międzynarodowej organizacji propagandowych, dyr. Zygmunt Michałowski — światowe archiwum reklamy, dyr. Mieczysław Ciepłiński — propaganda własna wydawnictw prasowych, radca Włodzimierz Referski — nauczanie reklamy.

Informacji o Kongresach udziela Sekretariat Polskiego Związku Reklamowego, Królewska 5, Warszawa.

CZECHOSŁOWACJA.

Prestrogi dla dziennikarzy zagranicznych.

Minister spraw zagranicznych Krofta oświadczył akredytowanym dziennikarzom zagranicznym, że rząd czeski w kilku wypadkach już uczuł się dotknięty ich metodami informowania. Z tej przyczyny widzi się zniewolonym żądać, aby korespondenci zagraniczni, akredytowani w Pradze, przestrzegali obiektywizmu i nie szerzyli niepokoju przez informacje niedokładne, lub fałszywe.

To wystąpienie p. Krofta jest w związku z faktem, że pewna liczba korespondentów, którzy dotychczas mieli stałą siedzibę w Wiedniu, została zniewolona do opuszczenia granic włączonych do Rzeszy Austrii i przeniosła się do Czech. Czechosłowacki minister spraw zagranicznych nie chce, aby Praga stała się centrum złośliwych ataków na Rzeszę i w ten sposób zadrażniała wzajemne stosunki dwóch sąsiadujących państw.

FRANCJA.

Fuzja „Echo de Paris“ z „Jour“.

„Echo de Paris“ złączyło się z „Jour“. Po 54 latach istnienia utraciło swą samodzielność. Prasa paryska przyjęła ten fakt z uczuciem żalu. W „Echo de Paris“ współpracowali najwybitniejsi pisarze francuscy z Maurycem Barres'em i Pawłem Bourget'em na czele. Publicystą politycznym aż do ostatnich czasów był Pertinax.

Finanse.

„Le Journal“, który niedawno podwyższył swój kapitał zakładowy z 5 do 9 milionów, obecnie wypuszcza nową emisję akcji na 5 milionów franków.

„Le Temps“ wykazuje w bilansie za r. 1937 stratę w kwocie 231577 franków.

W r. 1936 strata wynosiła 108315 franków.

RUMUNIA.

Prawo prasowe.

Według wydanej przez rząd ustawy prasowej, właścicielami wydawnictw codziennych i periodyków mogą być tylko obywatele rumuńscy. Wydawnictwa winny być wpisane do rejestru handlowego. Nie wolno im pobierać jakichkolwiek zasiłków z zagranicy. Wydawnictwa, któreby nie odpowiadały tym warunkom, będą traktowane jako zagraniczne. Wydawnictwa winny prowadzić księgi handlowe, wykazujące jasno źródła ich środków pieniężnych. Ani redakcje, ani poszczególni dziennikarze nie mogą otrzymywać subwencji ani od państwa, ani od jakichkolwiek instytucji publicznych. Korespondenci gazet zagranicznych są z tej klauzuli zwolnieni. Wszystkie wydawnictwa, które w ciągu roku pojawiają się więcej niż 30 razy, winny mieć organizację akcyjną. Winny one z początkiem każdego roku meldować swoje nakłady.

WĘGRY.

Izba prasowa.

Rząd opracował projekt Izb prasowych, które miałyby być zorganizowa-

ne na całej przestrzeni państwa. Wykonywanie zawodu dziennikarskiego będzie ściśle związane z przynależnością do izby prasowej. Projekt zawiera ograniczenia procentowe dla żydów (liczba ich w tych izbach określona została na 20%). Ten sam stosunek ma być utrzymany przy określaniu udziału żydów w przedsiębiorstwach prasowych.

W. BRYTANIA.

Dochody pism.

„Daily Mirror“ za r. 1937 wykazuje czysty zysk w kwocie 444.250 funt. szt. (w roku 1936 — 453.615) „Sunday Pictorial“ w r. 1937 przyznaje się do 218.763 f. szt. (w r. 1936 — 247.421).

Pierwszy angielski dziennik.

Zarząd Miejski Londynu, na wniosek Legii brytyjskich Komendantów oddziału Fleet Street (dzielnica prasowa Londynu) umieścił na moście kolejowym przerzuconym przez plac Ludgate Circus w centrum City, tablicę pamiątkową ku uczczeniu pierwszego dziennika angielskiego, który był wydawany w nieistniejącym już dziś małym sklepie, położonym przy tym placu.

Pismo to nosiło nazwę „Daily Courant“ i było drukowane na jednej stronie małego formatu; pierwszy numer ukazał się 11 marca 1702 r.

Propaganda Lorda Beaverbrook'a

Daily Express, stanowiący własność magnata prasowego lorda Beaverbrook'a osiągnął najwyższy nakład wśród dzienników angielskich — 2½ miliona egzemplarzy. Nawet jak na angielskie stosunki cyfra ta wydaje się olbrzymia, niemal — maksymalna. Lord Beaverbrook jest innego zdania. Jego najbliższy cel — to nakład 3-milionowy przed upływem 1938 r. W latach następnych spodziewa się osiągnąć — 6 milionów. Z planów tych nie robi tajemnicy, przeciwnie omawia je szeroko w olbrzymiej akcji propagandowej, prowadzonej przez Daily Express.

Oryginalnością angielskiej propagandy wydawniczej jest posługiwanie się łamami pism konkurencyjnych. Daily Express szeroko korzysta ze szpalt swych konkurentów. M. in. w Daily Telegraph ukazują się często wielkie półstronicowe ogłoszenia wydawnictwa lorda Beaverbrook'a. Jedno z nich, niezwykle charakterystyczne dla metod propagandy wydawniczej w Anglii, nosiło charakter odezw lorda Beaverbrook'a do czytelników i zatytułowane było „Dlaczego chcę zyskać 600 tys. nowych czytelników dla Daily Express“.

„Zwracamy się do 2.507.780 naszych czytelników -- pisze lord Beaverbrook z prośbą aby nam pomogli osiągnąć w r. 1938 nakład 3 miliony. Chcemy obsłużyć całe społeczeństwo angielskie. Daily Express pragnie stać się przodującym dziennikiem Anglii.

„To jest cel wspianiały. Ale dlaczego mają nam w jego realizacji pomagać nasi czytelnicy?

Oto dlaczego.

Głównym celem wydawania Daily Express nie jest osiągnięcie zysku. Dziennik jest instytucją społeczną, wyżej stawiającą wynikiem stąd obowiązki niż zysk pieniężny“.

Następuje potem długa deklaracja ideowo-polityczna a wreszcie: „Oto są cele w imię których apeluję o pomoc społeczeństwa. Wierzę, że zasługujemy na tę pomoc. Jeśli ją okażecie, przyrzekam, że zostaną wierny podanyim wyżej zasadom politycznym i usilnie będę się starał o ich realizację“.

Ogłoszenie - proklamacja kończy re-produkcja oryginalnego podpisu: Beaverbrook.

S P R A W O Z D A N I E

Z DZIAŁALNOŚCI POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM

w okresie między VIII-mym a IX-tym
Ogólnym Zebraniem członków Związku

(14 maja 1937 r. — 24 maja 1938 r.)

Prace władz Związku

W okresie sprawozdawczym Rada Naczelna odbyła 4 posiedzenia, Zarząd Główny — 6 posiedzeń; połączone Prezydium Rady i Zarządu Głównego — 11 posiedzeń, zaś Prezydium Zarządu Głównego — 6 posiedzeń. Ponadto członkowie władz naczelných Związku brali udział w licznych konferencjach w związku z pracami komisji papierniczej i ogłoszeniowej, w posiedzeniach Komitetu Prasy Periodycznej, w licznych posiedzeniach Komisji Porozumiewawczej Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy oraz ciał, utworzonych na podstawie zbiorowego układu o pracy dziennikarzy, w posiedzeniach Komisji Orzekającej Wydawców i Dziennikarzy, w posiedzeniach związanych z organizowaniem Towarzystwa Wiedzy Prasowej. Nadto brali udział w delegacjach do władz państwowych oraz w konferencjach, na które byli powoływani przez czynniki urzędowe, a także w licznych konferencjach zewnętrznych z przedstawicielami S. A. Steinhagen i Saenger i innych paplerni, przedstawicielami Towarzystwa „Ruch“, PAT i in.

Z ważniejszych zewnętrznych wystąpień władz Związku wymienić należy audiencje władz Związku u p. min. Kościalskiego i wiceministra Chełmońskiego. Konferencje z p. Kazimierzem Okuliczem, naczelnikiem wydziału prasowego w Prezydium Rady Ministrów, p. Wiktorem Skiwskim, naczelnikiem wydziału prasowego w M. S. Z., p. Mieczysławem Skalskim naczelnikiem wydziału społeczno-politycznego w M. S. Wewnętrznych, p. Lucjanem Zadrowskim, dyr. depart. Ministerstwa Przemysłu i Handlu, p. Antonim Owsionko, dyrektorem departamentu pocztowego w M. P. i T. i p. Bohdanem Zakrzewskim, naczelnikiem wydziału gazetowego, a także konferencje z p. min. Konradem Libickim, dyrektorem naczelnym P. A. T. i Romanem Starzyńskim, naczelnym dyr. S. A. Polskie Radio, p. Piotrem Góreckim, dyrektorem propagandowym tejże S. A., p. prezydentem Starzyńskim, p. wojewodą Władysławem Jaroszewiczem i p. wicewojewodą Kazimierzem Jurgielewiczem.

Sprawy organizacyjne

Sprawy organizacyjne w okresie sprawozdawczym, podobnie jak w latach ubiegłych, stanowiły przedmiot bacznej uwagi władz Związku i były szczegółowo omawiane niemal na wszystkich posiedzeniach Rady Naczelnej, Zarządu Głównego i Prezydium Związku.

W przeddzień VIII Ogólnego Zebrania członków Związku, t. j. w maju 1937 r. Związek Wydawców liczył 140 członków — przedsiębiorstw wydawniczych, wydających łącznie 77 dzienników i 202 czasopism.

Spis członków sporządzany na dzień 24 maja 1938 r. wykazuje 147 członków — przedsiębiorstw wydawniczych, wydających łącznie 90 dzienników i 216 czasopism. Stanowi to przyrost o 7 przedsiębiorstw wydawniczych; liczba dzienników zrzeszonych w Związku wzrosła o 13, liczba czasopism o 14.

Pod względem papieru, używanego przez wydawnictwa członkowie Związku Wydawców reprezentują około 90% produkcji wydawniczej w Polsce.

Z ważniejszych prac w dziedzinie organizacyjnej wspomnieć należy o pomyślnym rozwoju Komitetu Prasy Periodycznej, którego działalność wznowiona została z inicjatywy władz Związku w maju 1937 r. Pracom Komitetu poświęcamy specjalny dział sprawozdania.

Stosunek do zagadnień państwowych i społecznych

Władze Związku uważają za swój obowiązek manifestować w chwilach szczególnie doniosłych pozytywny i czynny stosunek prasy polskiej do zagadnień życia państwowego i narodowego.

W dniu 18 marca r. b., po pamiętnym ultimatum polskim do rządu litewskiego, władze Związku wysłały do marszałka Smigłego Rydza depezę treści następującej:

„W chwili historycznej, kiedy Polska staje w obronie swego honoru i należnych praw, prezydium Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism zgłasza w imieniu Zrzeszonych wydawnictw niezachwianą jedność i łączność uczuć wobec armii i jej naczelnego wodza“.

Odpis tej depezy przesłany został do Międzynarodowej Federacji Związków Wydawców na ręce prezesa E. Rietmanna w Zurychu, wiceprezesa Henny'ego w Leiden w Holandii, i sekretarza generalnego Chaucha'a w Paryżu; nadto do prezesa Międzynarodowej Unii Stowarzyszeń Prasowych Penman'a oraz prezesa włoskiego Związku Wydawców Castellino.

Wielką wagę przywiązują również władze Związku do czynnego udziału Związku i prasy w akcjach o charakterze ogólnopaństwowym i społecznym. Stosunek zrzeszonej prasy do tych akcji uregulowany jest zasadniczą uchwałą Rady Związku, zalecającą członkom Związku popieranie akcji społecznych o doniosłości ogólnopaństwowej, wskazanych przez Prezydium Związku.

W okresie sprawozdawczym przedstawiciel Związku Wydawców brał udział w pracach Obywatelskiego Komitetu Pomocy Zimowej Bezrobotnym w charakterze członka Wydziału Wykonawczego oraz zastępcy przewodniczącego sekcji propagandowej Komitetu. Doceniając zasadnicze pań-

stwowe znaczenie akcji Pomocy Zimowej władze Związku nie ograniczyły się do udziału w pracach Komitetu, lecz podjęły usilne starania aby cała prasa polska, przede wszystkim zaś prasa zrzeszona w Związku Wydawców, otwarła jak najszersze swe łamy dla materiałów propagandowych Komitetu Pomocy Zimowej. To dążenie władz Związku znalazło przede wszystkim swój wyraz w odezwie Prezydium Związku do wydawców dzienników i czasopism, którą in extenso zamieściła duża liczba pism. Biuro Związku nawiązało kontakt ze wszystkimi większymi wydawnictwami w Polsce, przesyłając im instrukcje i okólniki, dotyczące technicznej strony propagandy, numerów kont P.K.O. Komitetów lokalnych itp. Nadto rozesłany został do kilkuset wydawnictw komplet kilkunastu haseł propagandowych w formie matryc, przystosowanych do szerokości szpalt. W początku grudnia r. ub. biuro Związku zaleciło wydawnictwom nasilenie akcji propagandowej w okresie zbiórki publicznej. Większe wydawnictwa prowincjonalne wezwane zostały w drodze telegraficznej przez władze Związku do odpowiedniej propagandy. Podobne wezwania biuro Związku wystosowało w początkach kwietnia w związku z przygotowaną zbiórką pod hasłem „Wielkanocny dar dla dzieci bezrobotnych“. Z okazji koncertów itp. imprez na cele Pomocy Zimowej biuro Związku zwracało się wielokrotnie do wydawnictw stołecznych o bezpłatne świadczenia ogłoszeniowe.

Stwierdzić należy, iż prasa polska w zrozumieniu państwowej i społecznej doniosłości Pomocy Zimowej dla bezrobotnych żywo zareagowała na apel władz Związku. Zarówno hasła, rozesłane przez biuro Związku, jak i materiały, dostarczone przez Komitet Ogólnopolski lub Komitety lokalne, ukazywały się w znacznej ilości na łamach pism. W odpowiedzi na rozesłane okólniki biuro Związku otrzymało liczne odpowiedzi wydawnictw, deklarujących pomoc propagandową. Wszelkie imprezy, związane z Pomocą Zimową, popierane były przez prasę wydatną i skuteczną propagandą. W porównaniu z r. ub. rozmiar świadczeń prasy na rzecz Pomocy Zimowej wykazał niewątpliwie wzrost.

Wszelkie wydatki związane z akcją na rzecz Pomocy Zimowej (przygotowanie matryc, porto w związku z rozesłaniem tych matryc i licznych okólników itp) pokrywane były z własnych funduszy Związku.

Pomoc propagandowa prasy i Związku Wydawców dla akcji Pomocy Zimowej została bardzo przychylnie oceniona przez kierownictwo tej akcji. W oficjalnym sprawozdaniu z akcji Pomocy Zimowej w r. 1936/1937 współdziałania prasy i organów prasowych scharakteryzowano następująco:

„W swej działalności propagandowej Sekcja otrzymywała bardzo daleko idącą pomoc i ułatwienia ze strony szeregu instytucyj“.

„Należy tu wymienić Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism, który wydatnie przyczynił się do upowszechnienia akcji w prasie, między innymi przez wydanie odezwy do czasopism, rozesłanie licznych instrukcji i okólników, dotyczących technicznej strony propagandy, dostarczenie wszystkim wydawnictwom zmatrycowanych haseł propagandowych, dostosowanych do właściwości technicznych poszczególnych dzienników itp“.

„W pracach Sekcji wydatnie pomagał Związek Dziennikarzy R. P., który wydał specjalny apel do wszystkich zrzeszonych dziennikarzy, nawołując do współpracy z akcją pomocy zimowej“.

Z innych akcji społecznych, którym naskutek wezwań władz Związku, prasa udzieliła swego poparcia wymienić należy Dar Narodowy 3-go Maja, organizowany przez Polską Macierz Szkolną, zbiórka na Fundusz Szkolnictwa Polskiego Zagranicą i Dzień Polaka z Zagranicy, organizowane przez Towarzystwo Pomocy Polonii Zagranicznej oraz akcję

przedsięwziętej sprzedaży dzieł sztuki i Reprezentacyjna Wystawa dzieł sztuki, organizowane przez Komitet Przyjaciół Sztuki w Warszawie.

W ubiegłych latach Światowy Związek Polaków z Zagranicy kilkakrotnie zwracał się do władz Związku o uzyskanie od wydawnictw stałej wysyłki egzemplarzy bezpłatnych pism polskim na obczyźnie. Wobec trudności zorganizowania wysyłki masowej Światowy Związek Polaków z Zagranicy z inicjatywy władz Związku przeprowadził w końcu r. ub. wśród polskiej prasy emigracyjnej odpowiednią ankietę, w wyniku której ustalony został szczegółowy rozdziałnik pism, niezbędnych poszczególnym wydawnictwom Polonii zagranicznej; dodać należy, że polskie pisma emigracyjne zadeklarowały gotowość wzajemnego przesyłania bezpłatnych egzemplarzy. Naskutek starań biura Związek niemal wszystkie z pośród 29 wydawnictw polskich, do których zwróciło się w tej sprawie biuro Związku, przychylnie potraktowały prośbę prasy polskiej na emigracji, dając wyraz zrozumienia roli polskiej prasy emigracyjnej, która jest jednym z najważniejszych czynników, przeciwdziałających wynarodowieniu środowisk wychodźczych.

Władze Związku kilkakrotnie zwracały się do poszczególnych wydawnictw z prośbą o rozmaite indywidualne świadczenia na cele społeczne.

POROZUMIENIE W SPRAWIE POLEMIK PRASOWYCH

W poprzednim okresie sprawozdawczym Zarząd Główny Związku wysunął był projekt porozumienia, któreby położyło kres toczącym się na łamach pism — niejednokrotnie ostrym atakom prasowym, obniżającym powagę prasy w oczach społeczeństwa i przynoszącym prasie dotkliwe straty moralne i materialne.

W myśl projektu wydawnictwa zrzeszone zobowiązać się miały do wyeliminowania ze swych łamów: a) ataków personalnych na członków zarządu, dyrekcje i członków redakcji wydawnictw należących do Związku, b) niesprawdzonych informacji o zmianach personalnych w wydawnictwach należących do Związku, c) informacji o stanie interesów materialnych wydawnictw należących do Związku, w szczególności zaś o sprawach podatkowych, egzekucyjnych, o procesach dotyczących spraw pracowników, spraw materialnych wydawnictw i t. p., d) niesprawdzonych informacji o stosunkach wewnętrznych wydawnictw należących do Związku.

W jesieni 1937 r. w łonie Związku Dziennikarzy R. P. podjęta została analogiczna akcja, mająca na celu położenie tamy niewłaściwym formom polemik pomiędzy dziennikarzami. Wobec istnienia wspólnego podłoża obu tych akcji i jednakowych założeń podjętych wysiłków, władze obu organizacji postanowiły wejść na drogę współdziałania obu czynników prasy: wydawców i dziennikarzy, w dążeniu do podniesienia poziomu polemik prasowych.

W wyniku porozumienia pomiędzy władzami Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy w dniu 22 września 1937 r. odbyła się w sali Resursy Kupieckiej w Warszawie konferencja przedstawicieli obu organizacji z udziałem wydawców i naczelników redaktorów dzienników warszawskich.

Na zebraniu tym postanowiono powołać specjalną Komisję Tymczasową, której powierzono opracowanie zasad, według których przeprowadzone mają być dezyderaty wyeliminowania z życia prasy elementów obniżających poziom moralny dyskusji i informacji prasowych, szkodzących powadze i interesom prasy, jako przewodnika i informatora opinii publicznej, oraz opracowanie propozycji w sprawie powołania ogólnopolskiej komisji stałej, mającej na celu orzecznictwo w sprawach powyższych.

Komisja Tymczasowa, której postawiono nader krótki, bo zaledwie 4-tygodniowy termin do wykonania jej zadań, na dwóch posiedzeniach, w dn. 7 i 13 października 1937 r. ustaliła podstawowe wytyczne projektu „Zasad obowiązujących w polemikach prasowych pomiędzy wydawcami i dziennikarzami“ oraz projektu Regulaminu Komisji Orzekającej Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy“, której zadaniem byłoby orzekanie w sprawach o naruszenie zasad sformułowanych w pierwszym projekcie. Wyłoniona następnie podkomisja opracowała szczegółowo oba projekty, i przedłożyła je w dn. 25 paźdz. 1937 r. Ogólnemu Zebraniu przedstawicieli Związku Wydawców i przedstawicieli Związku Dziennikarzy oraz wydawców i redaktorów naczelnych dzienników warszawskich. Na zebraniu tym zapadła uchwała, na mocy której obecni na zebraniu wydawcy i redaktorzy naczelnicy dzienników warszawskich zobowiązali się do przestrzegania sformułowanych w tejsze uchwale zasad, które winny być przestrzegane w polemikach prasowych.

W myśl tych zasad obowiązkiem wydawców i dziennikarzy we wzajemnych polemikach prasowych jest przestrzeganie ścisłości informacji, wzajemnej lojalności oraz przyzwoitości form, przyczym informacje, dotyczące dziennikarzy, wydawców i wydawnictw oraz ich współpracowników winny być sprawdzane u źródła, ewentualnie w odpowiedniej organizacji wydawców lub dziennikarzy.

Za sprzeczne z tymi zasadami uznano podawanie informacji, dotyczących życia prywatnego wydawców i współpracowników pism, o ile te informacje nie mają związku z ich działalnością publiczną, podawanie informacji niesprawdzonych, dotyczących stosunków personalnych, prawnych i materialnych poszczególnych wydawnictw a także przenoszenie polemik prasowych na grunt insynuacji i oskarżeń natury osobistej.

Jednocześnie powołana została do życia Komisja Orzekająca Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy, której zadaniem jest orzekanie o niezgodności poszczególnych wystąpień prasowych z powyższymi zasadami.

Skład tej Komisji jest następujący:

Z ramienia Związku Wydawców pp.: Bolesław Biega, Henryk Butkiewicz, Stefan Krzywoszewski, Stanisław Majewski, Mieczysław Niklewicz, Konrad Olchowicz. Jedno miejsce chwilowo nieobsadzone, z ramienia Związku Dziennikarzy: Zygmunt Berezowski (Warsz. Dzień. Nar.), Witold Giełżyński (I. K. C.), dr. Tadeusz Gluźniński (A. B. C.), Ryszard Piestrzyński (Kur. Poranny), Zygmunt Piotrowski (Robotnik), Mieczysław Starzyński (Gazeta Polska), Antoni Wieczorkiewicz (d. Dziennik Poranny).

Komisja ukonstytuowała się w dniu 21 stycznia 1937 r. Przewodniczącym Komisji na rok 1938 obrany został prezes Stefan Krzywoszewski, wiceprzewodniczącym — prezes Witold Giełżyński.

Niezwłocznie po zorganizowaniu się Komisja rozesała do wszystkich wydawnictw dzienników polskich tekst uchwały z 25.X.37 r. zapraszając te wydawnictwa, aby przystąpiły do porozumienia. W chwili obecnej porozumienie podpisały następujące wydawnictwa i agencje:

Warszawa: A. B. C., A. T. E. (Ajencja Telegraficzna Express), Czas, Dobry Wieczór — Kurier Czerwony, Dzień Dobry, Dziennik Poranny 10 gr., Express Poranny, Gazeta Polska, Goniec Warszawski, Ilustrowany Kurier Codzienny, Iskra — Agencja, K. A. P. (Polska Katolicka Agencja Prasowa), Kurier Codzienny 5 gr., Kurier Polski, Kurier Poranny, Kurier Warszawski, Mały Dziennik, Nasz Przegląd, Pagis — (Prasowa Agencja Gospodarcza i Społeczna), Polska Ajencja Agrarna, Polska Agencja Publicystyczna—P. A. P., Polska Zbrojna, Robotnik, Warszawski Dziennik Narodowy, Wieczór Warszawski.

Prowincja: Chwila — Lwów, Dziennik Piotrkowski — Piotrków, Dziennik Pomorski i Lud Pomorski — Chojnice, Dziennik Poznański — Poznań, Echo Kaliskie Ilustrowane — Kalisz, Gazeta Nadnotecka — Chodzież, Gazeta Polska — Kościan, Głos Częstochowski — Częstochowa, Głos Mazowiecki — Płock, Ilustrowany Głos Trybunalski — Piotrków, Ilustrowany Kurier Zachodni — Leszno, Kurier Łódzki, Echo — Łódź, Kurier Poznański — Poznań, Nasza Chodzież — Chodzież, Nowy Kurier — Poznań, Orędownik Ostrowski — Ostrów Wlkp., Orędownik Rawicki — Rawicz, Pielgrzym — Pelplin, Polska Zachodnia — Katowice.

Jak widać z powyższego spisu, do porozumienia przystąpiła większość najpoważniejszych wydawnictw polskich. Fakt ten przyczynił się niewątpliwie do utrwalenia w kołach prasowych autorytetu Komisji Orzekającej.

Stwierdzić należy, iż zawarcie porozumienia z 25 października i utworzenie Komisji Orzekającej przyczyniło się nader poważnie do podniesienia poziomu polemik prasowych, których ton i forma uległy w ostatnich miesiącach znacznemu złagodzeniu. Dodać trzeba, iż do chwili oddania do druku niniejszego sprawozdania, Komisja nie była zmuszona rozpatrywać żadnego zatargu, wszystkie bowiem skargi do Komisji jakie wpłynęły do Związku Wydawców wzgl. Związku Dziennikarzy, załatwione zostały polubownie.

TOWARZYSTWO WIEDZY PRASOWEJ

W r. 1936 władze Związku Wydawców wystąpiły z inicjatywą utworzenia w Polsce instytucji, która by stała się ośrodkiem systematycznych studiów nad najważniejszymi nowoczesnymi zagadnieniami prasowymi. Źródłem tej inicjatywy było przekonanie, że rzetelna i pogłębiona wiedza o prasie, stanie się jednym z ważkich czynników rozwoju nowoczesnej prasy polskiej. Inicjatorzy zdawali sobie sprawę, iż naukowe badanie problemów prasy mieć będzie jeszcze inne znaczenie: gruntując i rozwijając tę dziedzinę wiedzy, popularyzując świadomość znaczenia społecznego i państwowego prasy, podniesie rolę i autorytet prasy w społeczeństwie.

W pierwszym roku prac nad tym zagadnieniem władze Związku przeprowadziły gruntowne studia nad organizacją, systemem pracy i zakresem działania instytucji prasoznawczych zagranicą oraz opracowały projekt organizacji i ustaliły wytyczne działalności przyszłego Towarzystwa Wiedzy Prasowej w Polsce. Następnym okresem prac nad tym zagadnieniem poświęcony był akcji przygotowawczej, zmierzającej do utworzenia Towarzystwa.

Pod koniec okresu sprawozdawczego akcja ta uwieńczona została pomyślnym rezultatem.

W dniu 30 marca 38 r. z inicjatywy władz Związku odbyło się pod przewodnictwem rektora Uniwersytetu im. J. Piłsudskiego prof. Włodzimierza Antoniewicza pierwsze organizacyjne zebranie przedstawicieli sfer naukowych i świata prasy, którym przedstawione zostały w obszernych referatach, wygłoszonych przez prezesa Stefana Krzywoszewskiego i dyr. Stanisława Kauzika, projekty władz Związku, dotyczące utworzenia Towarzystwa Wiedzy Prasowej. Obaj referenci uzasadnili szczegółowo celowość powołania do życia takiej instytucji, przy czym wskazali na ogromny rozwój prasoznawstwa, jaki zaznacza się ostatnio w krajach Zachodu oraz na zaniechanie, w jakim pozostaje ta dziedzina wiedzy w Polsce. Jednocześnie referenci zapoznali zebranych z projektem organizacji Towarzystwa oraz planem pierwszych jego prac, przygotowanych przez władze Związku. Obecni na zebraniu wybitni profesorowie, wydawcy, przedstawiciele agencji prasowych oraz instytucji, współpracujących z prasą, redaktorzy naczelnicy, publicyści i dziennikarze

wypowiedzieli się jednogłośnie za utworzeniem Towarzystwa. Powołana została do życia Komisja Organizacyjna, której powierzono opracowanie szczegółów organizacji Towarzystwa oraz bliższego programu prac.

Do Komisji, na czele której stanął dziekan St. Wędkiewicz, zostali powołani pp.: red. H. Butkiewicz, prez. Al. hr. Dzieuduszki, ks. prałat Z. Kaczyński, dyr. St. Kauzik, prez. St. Krzywoszewski, min. K. Libicki, prez. Miecz. Niklewicz, rektor J. Reyman, red. St. Strzetelski oraz dyr. W. Trzebiński. Nadto władze Związku Dziennikarzy wydelegowały do Komisji swego przedstawiciela w osobie wiceprezesa Hieronima Wierzyńskiego.

W chwili obecnej prace Komisji są już ukończone. Wyłoniony przez Komisję ściślejszy Komitet redakcyjny, do którego weszli: p. min. K. Libicki, red. St. Strzetelski, prezes St. Krzywoszewski i dyr. St. Kauzik — opracował tekst Statutu Towarzystwa oraz szczegółowy plan pierwszych prac tej instytucji. W dniach najbliższych odbędzie się zebranie konstytucyjne członków-założycieli Towarzystwa, poświęcone uchwaleniu Statutu, dokonaniu wyborów pierwszych władz Towarzystwa oraz ustaleniu pierwszego składu Rady Naukowej.

Zaznaczyć należy, iż w planie prac, ustalonym przez Komisję Organizacyjną, na pierwszym miejscu znajdują się zadania o charakterze praktycznym, których realizacja zmierzać będzie do udoskonalenia prasy polskiej, a przede wszystkim zorganizowanie kursów dla współpracowników redakcyjnych i administracyjnych.

Początkowa działalność Towarzystwa Wiedzy Prasowej obejmuje m. in. gromadzenie wszechstronnych danych o obecnej rzeczywistości prasy polskiej, o jej bolączkach i potrzebach. Dane takie w znacznym stopniu posiada już Związek Wydawców dzięki tym pracom. 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-letnia jego istnienia. Są to niemal wszystkie zasadnicze zagadnienia prasowe i wydawnicze, jak zagadnienie nowelizacji ustawodawstwa prasowego, zagadnienie uregulowania stosunków prawnych zawodu dziennikarskiego, zagadnienie obsługi informacyjnej dzienników, stosunku prasy do radia, gospodarczych warunków rozwoju dzienników i czasopism (sprawy drukarskie, papiernicze i inne), 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 zostały opracowane i uzupełnione według planowanych akcji tego Towarzystwa. Winny one objąć m. in.: 1) archiwa materiałów informacyjnych dotyczących: a) spraw wydawniczo-prasowych w Polsce i za granicą, b) spraw organizacji prasowych krajowych i międzynarodowych, 2) archiwa wycinków z gazet w sprawach prasowych, 3) kartoteki dotyczące: a) przedsiębiorstw wydawniczych, b) dzienników i czasopism, c) kartoteki wydawców, d) dziennikarzy, e) kartoteki organizacji prasowych oraz f) organizacji i instytucji współpracujących, bądź związanych z prasą, 4) zbiór dzienników i czasopism polskich, 5) bibliotekę fachową (książek i czasopism).

Stanowiąc to będzie wstępną fazę prac przygotowawczych,

mających na celu utworzenie ośrodka studiów prasoznawczych — Instytutu Wiedzy Prasowej.

Jest rzeczą jasną, że realizowanie w pełni powyższego planu prac wymagać będzie dłuższego okresu czasu. Wprowadzenie w życie tych zamierzeń zależeć będzie przede wszystkim od dobrej woli i zapału ludzi, którzy pracę tę wezmą na swe barki. Zależać będzie również od możliwości finansowych Towarzystwa. Według projektu organizacji Towarzystwa, 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.

SPRAWA PROJEKTU USTAWY PRASOWEJ

Sprawa wprowadzenia w Polsce jednolitej dla całego Państwa ustawy prasowej, która zastąpiłaby obowiązujący obecnie dekret tymczasowy z 1919 r. i ustawy pozostawione nam w spadku przez państwa zaborcze — jest od szeregu lat przedmiotem uwagi czynników państwowych i politycznych. Konkretnie prace nad projektem nowej ustawy prasowej prowadzone są przez Rząd od początku roku 1936, przy czym opracowano już szereg projektów wstępnych. W okresie sprawozdawczym sprawa ustawy prasowej stanowiła ciągle aktualne zagadnienie, któremu władze Związku poświęciły pilną uwagę.

W sierpniu 1937 r. Zarząd Związku postanowił reaktywować działającą poprzednio specjalną komisję do spraw ustawodawstwa prasowego. Decyzja ta pozostawała w związku z krążącymi w sferach politycznych i prasowych informacjami o mającym wkrótce nastąpić definitywnym ustaleniu rządowego projektu ustawy.

W dniu 19 października 1937 r. po wstępnej konferencji przeprowadzonej poprzednio (9 paźdz.) z dyrektorem Związku, p. Wiceminister Sprawiedliwości, prof. Adam Chełmoński przyjął na audiencji Prezydium Związku. Delegacja Związku przedłożyła p. min. Chełmońskiemu memoriał, zawierający postulat, aby Ministerstwo udostępniło władzom Związku Wydawców projekt opracowywanej ustawy prasowej oraz wzięło pod uwagę wnioski i opinie Związku w sprawie tego projektu. Przedstawione zostały również p. min. Chełmońskiemu najbardziej zasadnicze dezyderaty, dotyczące warunków i procedury konfiskat, odpowiedzialności za treść pisma, sprostowań i obwieszczeń oraz spraw ogłoszeniowych.

Następnym wystąpieniem zewnętrznym Związku w sprawie ustawy prasowej była konferencja dyrektora Związku z p. min. Chełmońskim w dniu 21 lutego 1938 r., której przedmiotem było zagadnienie odpowiedzialności za przesłęstwa, popelnione drukiem na łamach pism.

Sprawa ustawy prasowej była wielokrotnie przedmiotem obrad władz Związku. Na wszystkich niemal posiedzeniach Rady i Zarządu Związku, które miały miejsce w okresie sprawozdawczym, dyrektor Związku referował stan prac w tej dziedzinie.

W chwili obecnej władze Związku utrzymują w dalszym ciągu kontakt z Ministerstwem Sprawiedliwości, które prowadzi prace nad projektem ustawy prasowej.

UKŁAD ZBIOROWY PRACY W ZAWODZIE DZIENNIKARSKIM

Problem uregulowania stosunków w zawodzie dziennikarskim od lat kilkunastu wysuwany był przez sfery dziennikarskie, dążące wytrwale do zapewnienia swemu zawodowi prawnych norm organizacyjnych, które był uwzględniały szczególnie warunki pracy dziennikarskiej.

Dążenia te spotykały się ze zrozumieniem ze strony zarówno sfer politycznych jak i czynników oficjalnych, czego dowodem był szereg projektów ustawy o zawodzie dziennikarskim, opracowanych przez Rząd oraz szereg projektów przedkładanych bezpośrednio Sejmowi przez poszczególne grupy poselskie, poczynając od roku 1920.

Żaden z tych projektów nie został ostatecznie przyjęty. Przyczyną tego stanu rzeczy był niewątpliwie skomplikowany charakter zagadnienia i wynikające stąd trudności rozwiązania go na drodze ustawy — mało elastycznej, i noszącej z konieczności charakter ramowy.

Sprawa uregulowania warunków pracy w dziennikarstwie była od dawna przedmiotem prac specjalnie do tego powołanej Komisji Zawodowej Związku Dziennikarzy R. P. Ostatecznym rezultatem pracy Komisji był projekt ustawy dziennikarskiej ustalony w jesieni 37 r. W listopadzie projekt ten został przyjęty przez władze Związku Dziennikarzy, jako oficjalny wyraz poglądów organizacji dziennikarskiej i jako taki przedstawiony był władzom państwowym. Władze te podejmując inicjatywę Związku Dziennikarzy, ze swej strony przystąpiły do przygotowania projektu ustawy, który jak wiadomo z oświadczenia, wygłoszonego w Sejmie przez p. ministra Kościałkowskiego, miał być wniesiony do Sejmu podczas sesji jesiennej.

Powiadomione o zamierzeniach ustawodawczych rządu, władze Związku Wydawców zwróciły się do Związku Dziennikarzy z propozycją podjęcia bezpośrednich rozmów, mających na celu uzgodnienie stanowisk obu organizacji w sprawach normalizacji stosunków w zawodzie dziennikarskim. Podczas rozmów, przeprowadzonych na skutek powyższego zaproszenia, na konferencji w dniu 24 listopada, przedstawiciele Związku Wydawców zwrócili uwagę na trudności, następujące się przy regulowaniu w drodze ustawowej stosunków w dziennikarstwie. Jednocześnie przedstawiciele Związku Wydawców podkreślili możliwość rozwiązania sprawy na drodze wzajemnego porozumienia stron zainteresowanych, co pozwoliłoby na zachowanie zasady samostanowienia, dającej gwarancję elastyczności przepisów i możliwości dostosowywania ich do potrzeb, wytworzonych przez życie. Stanowisko Związku Wydawców zyskało w zasadzie uznanie władz Związku Dziennikarzy, które, nie wyrzekając się w zasadzie koncepcji ustawy, postanowiły podjąć pertraktacje w sprawie układu.

W związku z powyższym, podczas audiencji, która miała miejsce w dn. 24 listopada r. ub., przedstawiciele Związku Wydawców zwrócili się do p. Ministra Opieki Społecznej z prośbą o odroczenie wniesienia projektu ustawy na Radę Ministrów do chwili uzgodnienia poglądów obu zainteresowanych Związków. P. Minister przyrzekł, iż oczekiwać będzie z wniesieniem projektu ustawy do połowy stycznia.

Wobec tego wyłoniona przez oba Związki specjalna Komisja Porozumiewawcza przystąpiła do pracy nad zredagowaniem projektu układu, przy czym za podstawę prac przyjęto projekt ustawy Związku Dziennikarzy. Z ramienia Związku Wydawców do Komisji Porozumiewawczej weszła specjalna delegacja, powołana przez Radę Związku w składzie następującym: pp. prezes Rady Feliks Mrozowski, wiceprezesi Rady Bolesław Biega, Edmund Gromski, Roman Leitgeber i Leon Puławski, prezes Zarządu Głównego Stefan Krzywoszewski, wiceprezesi Zarządu Mieczysław Doblja, Antoni Lewandowski i Mieczysław Niklewicz, członkowie Rady pp. dyr. Hilary Gottowt i dyr. Alfred Ksycki oraz dyrektor Związku p. Stanisław Kauzik i wicedyrektor Związku p. Franciszek Głowiński.

Z ramienia Związku Dziennikarzy do Komisji weszli pp.: Prezes Zarządu Głównego płk. Mieczysław Ścieżyński, wiceprezesi Zarządu red. Witold Giełżyński i red. Hieronim Wie-

rzyński, oraz prezes Syndykatu Dziennikarzy Warszawskich red. Stefan Grostern.

Komisja Porozumiewawcza odbyła w ciągu grudnia 1937 i stycznia 1938 r. 11 posiedzeń (2, 3, 7 i 17 grudnia, 5, 11, 19, 21, 27, 29 i 31 stycznia). Rezultatem prac Komisji był projekt układu, który został parafowany przez strony w dn. 31 stycznia. W dniu 1 lutego 38 r. delegacja Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy złożyła p. Ministrowi Opieki Społecznej Kościałkowskiemu parafowany przez strony egzemplarz układu, prosząc jednocześnie o nadanie układowi w odpowiednim czasie mocy powszechnie obowiązującej. P. Minister Kościałkowski oświadczył, iż wobec zawarcia przez strony zainteresowane układu zbiorowego, regulującego warunki pracy w zawodzie dziennikarskim, sprawę projektowanej ostatnio przez Rząd ustawy dziennikarskiej uważa za nieaktualną.

W związku z wdrożeniem postępowania w sprawie nadania układowi mocy powszechnie obowiązującej, Ministerstwo zaproponowało stronom szereg zmian i poprawek do tekstu układu. Zmiany te omówione były i uzgodnione podczas 2 konferencji, odbytych przez przedstawicieli stron z radcą Ministerstwa mec. Jerzym Wengierowem. Podpisanie układu w jego ostatecznym brzmieniu nastąpiło w dniu 11 lutego. W toku postępowania generalizacyjnego przedstawiciele Związku Wydawców odbywali kilkakrotnie konferencje w Ministerstwie Opieki Społecznej, poświęcone omówieniu i wyjaśnieniu zgłaszanych protestów przeciw generalizacji.

Sprawy związane z układem zbiorowym były wielokrotnie przedmiotem obrad władz Związku. M. in. sprawy te omawiane były obszernie na 32-im i 33-im (paźdz. 1937 i stycznia 38) posiedzeniu Rady, na 58-ym, 59-ym i 60-ym (grudzień 1937, marzec i kwiecień 38) posiedzeniu Zarządu oraz na kilkunastu posiedzeniach połączonych Prezydium, przy czym 3 z tych posiedzeń były wyłącznie poświęcone sprawom układu.

Na posiedzeniu Zarządu w dniu 8 kwietnia ustalony został skład komisji, przewidzianych w układzie, a mianowicie Komisji Rozjemczej, Komisji Kwalifikacyjnej, Komisji Odwoławczej i wreszcie Komisji dla spraw ubezpieczeń, której zadaniem będzie przeprowadzenie prac, mających na celu rozwiązanie zagadnienia ubezpieczenia dla dziennikarzy.

Skład tych Komisji przedstawia się następująco:

K o m i s j a K w a l i f i k a c y j n a: 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.

K o m i s j a o d w o ł a w c z a: 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 Krzypkowski i Adam Nechay (Lwów) jako zastępcy.

K o m i s j a R o z j e m c z a: 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 Gieżyński 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.

K o m i s j a U b e z p i e c z e n i o w a: z ramienia Związku Wydawców: 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 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.

Z pośród Komisji tych do chwili oddania do druku niniejszego sprawozdania ukonstytuowały się Komisja Rozjemcza, i Komisja Kwalifikacyjna. Komisje te uchwały szczegółowe regulaminy postępowania i rozpoczęły normalną działalność.

Na skutek uchwał władz Związku Wydawców i władz Związku Dziennikarzy postanowiono również utrzymać dotychczasową Komisję Porozumiewawczą. Zadaniem tej Komisji będzie załatwianie wszelkich spraw pomiędzy obu Związkami, z wyjątkiem spraw należących do kompetencji Komisji, wyłonionych na skutek układu zbiorowego, a w szczególności ustalanie wykładni układu zbiorowego, co przyczyni się do jednolitego unormowania postępowania w praktyce i unikania sporów. Do Komisji tej jako delegatów Związku Wydawców powołano pp. Bolesława Biegę, Stanisława Kauzika, Stefana Krzywoszewskiego, Antoniego Lewandowskiego i Mieczysława Niklewicza.

KOMISJA POROZUMIEWAWCZA WYDAWCÓW I DZIENNIKARZY

W pierwszych miesiącach okresu sprawozdawczego, prace Komisji poświęcone były głównie sprawom rejestru dziennikarzy ustalonego od r. 1936 na mocy porozumienia Zw. Wyd. ze Zw. Dziennikarzy. Do końca r. 1937 Komisja ustaliła i ogłosiła drukiem w miesięczniku „Prasa“: 4-ry listy dziennikarzy, zatrudnionych w pismach warszawskich, dwie listy dziennikarzy wielkopolskich, listę dziennikarzy pomorskich, krakowskich i lwowskich tudzież dwie listy dziennikarzy pracujących w pismach, wychodzących w Warszawie w języku żydowskim.

Z ramienia władz Związku oprócz stałych członków Komisji, pp. prezesa Stefana Krzywoszewskiego, wiceprezesów Mieczysława Dobiji, Antoniego Lewandowskiego i Mieczysława Niklewicza oraz dyr. Stanisława Kauzika, w pracach nad Rejestrem brali udział członkowie władz Związku, reprezentujący poszczególne ośrodki wydawnicze, a mianowicie: pp. wiceprezes Roman Leitgeber, dyr. Hilary Gottowt i dyr. Alfred Ksycki — ośrodek poznański, dyr. S. Cieślak — ośrodek pomorski, wiceprezes Edmund Gromski — ośrodek lwowski.

Poza sprawami rejestru dziennikarzy Komisja Porozumiewawcza zajmowała się również zagadnieniem nowelizacji ustawodawstwa prasowego. W związku z tym zagadnieniem Komisja postanowiła powołać specjalną podkomisję, złożoną z przedstawicieli obu Związków, której zadaniem byłoby

zredagowanie w sprawie nowelizacji ustawodawstwa prasowego odpowiednich wniosków, wyrażających pogląd całego świata prasy, a więc zarówno wydawców, jak dziennikarzy.

Począwszy od listopada 1937 r. Komisja Porozumiewawcza w powiększonym składzie zajmowała się niemal wyłącznie zagadnieniem ustawy dziennikarskiej, a następnie — układu zbiorowego pracy w zawodzie dziennikarskim, o czym piszemy na innym miejscu.

Po zawarciu układu zbiorowego Komisja Porozumiewawcza została nadal utrzymana na mocy specjalnych uchwał, powziętych przez władze Związku Wydawców i przez władze Związku Dziennikarzy. Zadaniem Komisji Porozumiewawczej będzie obecnie załatwianie wszelkich spraw pomiędzy Związkiem Wydawców a Związkiem Dziennikarzy, z wyjątkiem spraw, przekazanych kompetencji Komisji, działających na podstawie układu zbiorowego oraz Komisji Orzekającej Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy. W szczególności zadaniem Komisji Porozumiewawczej będzie ustalanie wykładni przepisów układu zbiorowego, co pozwoli na wytworzenie jednolitej praktyki i przyczyni się do uniknięcia sporów przed Komisją Rozjemczą.

PRASA A RADIO

Okres sprawozdawczy na odcinku spraw radiowych upłynął pod znakiem umowy z dnia 19 marca 1937 r., podpisanej między Związkiem Wydawców a Polskim Radio. Umowa ta obowiązująca od dnia 1 kwietnia 1937 r., a zawarta na przeciąg lat 5-ciu, ma na celu uzgadnianie usiłowań i ułatwianie realizacji wspólnych zadań prasy i Polskiego Radia.

W myśl treści tej umowy prasa popiera rozwój polskiej radiofonii jako jednego z najważniejszych nowoczesnych czynników kultury. Związek Wydawców przeprowadził wśród zrzeszonych w nim wydawnictw akcję, zmierzającą ku temu, ażeby w dziennikach i periodykach nie publikowano o Polskim Radio wiadomości niesprawdzonych, mogących szkodzić pomyślnemu rozwojowi radiofonii polskiej i podważać znaczenie Polskiego Radia. W okresie sprawozdawczym władze Związku stale oddziaływały w kierunku ścisłego przestrzegania przez prasę tej części umowy oraz dokładały starań aby sporadycznie wynikające w tej dziedzinie nieporozumienia były szybko i należycie likwidowane.

Z drugiej strony Polskie Radio w umowie z marca 1937 r. zobowiązało się, iż dzienniki radiowe nadawać mają przede wszystkim te wiadomości, których rozpowszechnienie leży w interesie Państwa; wszelkie inne wiadomości, zwłaszcza o charakterze sensacyjnym nadawane być mają jako awizy, odsyłające słuchaczy po szczegóły do prasy codziennej.

Jeśli chodzi o dziedzinę działalności informacyjnej Polskiego Radia, stwierdzić należy, iż stan rzeczy zarysowuje się w sposób dla prasy niepokojący, gdyż Polskie Radio systematycznie rozszerza ramy swej działalności informacyjnej i publicystycznej. To też coraz powszechniejszy staje się zarówno w sferach wydawniczych jak i dziennikarskich pogląd, iż obecne formy i zakres działalności informacyjnej Polskiego Radia zagrażają najżywotniejszym interesom prasy jako całości. M. in. z protestami w tej sprawie zwrócili się do władz Związku Wydawców prowincjonalne organizacje dziennikarskie; protesty motywowane są tym, iż szczególnie prasa prowincjonalna coraz mocniej odczuwa konkurencję informacyjnej działalności Polskiego Radia.

Z uwagi na powyższe władze Związku postanowiły podjąć w najbliższym czasie rozmowy z Polskim Radiem w sprawie takiego uregulowania działalności informacyjnej i publicystycznej Radia, aby należycie salwowane były interesy obu stron i aby prasa nie była narażona na cofanie się pod względem rozwoju czytelnictwa z terenów zdobytych pod naciskiem zbyt szerokiej działalności informacyjnej Polskie-

go Radia, co stanowiłoby ujemny objaw nie tylko dla prasy, ale również dla rozwoju stosunków kulturalnych i politycznych Państwa.

Na odcinku reklamowym Polskie Radio nie stosowało, w myśl brzmienia umowy, reklam na rzecz przedsiębiorstw prywatnych; drobne nieporozumienia, jakie miały miejsce na tym odcinku spraw radiowych, były szybko likwidowane w drodze porozumienia między władzami Związku Wydawców a dyrekcją Polskiego Radia.

Po rocznej próbie umowy, zawartej między Związkiem Wydawców, a Polskim Radem, stwierdzić należy, iż aczkolwiek umowa ta nie zrealizowała wszystkich postulatów prasy na odcinku radiowym, to jednak okazała się dla obu stron pożyteczna.

Sprawa propagandy czytelnictwa

W latach ubiegłych władze Związku podejmowały kilkakrotnie różne wysiłki w dziedzinie propagandy czytelnictwa, organizując bezpłatne czytelnice pism na wystawach, akcje połączone z bezpłatną masową rozsyłką przez członków Związku egzemplarzy okazowych i t. p. Doświadczenie wykazało, iż tego typu akcje o charakterze fragmentarycznym a zasięgu działania z natury rzeczy ograniczonym zarówno co do czasu jak i co do miejsca, nie przynoszą rezultatów proporcjonalnych do poniesionych kosztów i wysiłków. Opierając się na wynikach tych doświadczeń oraz badań biura Związku nad zagadnieniem propagandy czytelnictwa, władze Związku stanęły na stanowisku, iż istotny wpływ na kształtowanie się czytelnictwa pism w Polsce wyrzucić może jedynie wielka akcja propagandowa, ogarniająca całą Polskę, konsekwentnie prowadzona przez szereg lat przy użyciu bardzo licznych środków propagandowych i poważniejszych środków pieniężnych. Z tego względu w minionym okresie władze Związku nie podejmowały żadnych fragmentarycznych akcji w dziedzinie propagandy czytelnictwa zaleciły natomiast biuru Związku dalsze prowadzenie zapoczątkowanych w roku ubiegłym badań nad tym zagadnieniem. Wyniki prac referatu propagandy czytelnictwa biura Związku opublikowane były na łamach „Prasy”. Ostatnio biuro Związku przygotowało ankietę w sprawie metod propagandy czytelnictwa, dotyczącą w szczególności sprawy posługiwania się przez nauczycieli dziennikami i czasopismami w pracy szkolnej; ankietę tą zostanie rozesłana do odpowiednich organizacji krajów europejskich. Założone zostało archiwum materiałów, dotyczących propagandy czytelnictwa, obejmujące m. innymi liczne niemieckie wydawnictwa w tym przedmiocie.

Z inicjatywy Rady Książki w drugiej połowie ubiegłego roku utworzona została komisja do spraw propagandy spożycia papieru, do której weszli przedstawiciele kilku organizacji, grupujących konsumentów i przetwórców papieru. Intencją tej komisji było zorganizowanie akcji propagandy na rzecz zwiększenia konsumpcji papieru we wszystkich jej formach. Na zaproszenie organizatorów przedstawiciele Związku brali kilkakrotnie udział w posiedzeniach tej komisji w charakterze obserwatorów. Prace powyższej komisji nie zostały jeszcze zakończone, nie zostały bowiem dotąd ustalone drogi tej propagandy, wobec czego władze Związku, które kilkakrotnie rozpatrywały różne projekty, wysuwane przez Komisję Propagandową Rady Książki, nie zajęły dotąd stanowiska w przedmiocie propagandy czytelnictwa na wielką skalę, tak ważnej zarówno dla wydawnictw książek, jak i dla wydawnictw dzienników i czasopism.

PAPIER I DRUK

Sprawa cen papieru

Sytuacja na rynku papierniczym w okresie sprawozdawczym kształtowała się w warunkach zupełnie odmiennych, niż w latach poprzednich. Przyczyną tego była zasadnicza zmiana struktury organizacyjnej przemysłu papierniczego, wywołana rozwiązaniem w marcu 1937 r. po pięcioletnim istnieniu (od 22 marca 1932 do 20 marca 1937 r.) umowy kartelowej i Sp. Centropapier.

Przypomnieć należy, iż druga połowa 1936 r. przyniosła znaczny wzrost cen surowca papierniczego — papierówki. W okresie od lipca 1936 r. do stycznia 1937 r. cena papierówki wzrosła niemal o 100%; tendencja zwyżkowa utrzymywała się nadal i w początku 1937 r. W związku z tym przemysł papierniczy wystąpił w końcu 1936 r. z postulatem podwyższenia cen papieru. Czynniki państwowe, z uwagi na wytyczne polityki gospodarczej rządu, ustosunkowały się do tego postulatu przemysłu papierniczego zdecydowanie negatywnie.

Po rozwiązaniu kartelu ceny papieru początkowo utrzymane zostały na poziomie cen I kwartału 1937 r. Już jednak w maju 1937 r. niektórzy producenci papieru powiadomili odbiorców, iż w czerwcu wejdzie w życie nowy podwyższony cennik. Wobec groźby podwyżki cen papieru podjęły interwencję czynniki państwowe. W dniu 13 czerwca pojawił się w prasie oficjalny komunikat o wezwaniu, wyśtosowanym przez rząd do producentów papieru, a dotyczącym utrzymania cen papieru na poziomie z przed dnia 1 czerwca 1937 r. Komunikat zawierał nadto oświadczenie, iż w razie nieotrzymania zgody na to żądanie rząd umożliwi wwóz papieru zagranicznego, w celu doprowadzenia cen wewnętrznych do poziomu dotychczasowego oraz zastosuje wszelkie środki, będące w dyspozycji rządu, celem uregulowania sprawy cen papieru. W dwa dni później (15.VI) ukazał się następny komunikat w tej sprawie, informujący, iż przemysł papierniczy zadeklarował wycofanie podwyżek. W związku z powyższym rząd zapowiedział, iż nie dopuści do dalszej podwyżki cen podstawowych surowców produkcji papierniczej, a w szczególności papierówki. Nadto zapowiedziane zostało niezwłoczne wydanie rozporządzenia o niższej cenie na celulozę, przywożoną do produkcji papieru.

Jak widać z powyższego dzięki stanowisku zajętemu przez rząd ceny papieru utrzymane zostały w Polsce w r. 1937 i na początku 1938 na poziomie cen z końca 1936 r., co sfery wydawnicze przyjęły do wiadomości z żywym i głębokim zadowoleniem. Z treści drugiego komunikatu wynika, iż utrzymanie cen papieru na dotychczasowym poziomie osiągnięte zostało m. in. w łączności z uwzględnieniem przez rząd dwu postulatów przemysłu papierniczego, postulatu dotyczącego ceny papierówki i postulatu obniżenia cła od importowanej celulozy.

Zagadnienie cen papieru w Polsce po ostrym kryzysie, który miał miejsce w czerwcu 1937 r., weszło następnie w fazę uspokojenia. Przyczyniło się do tego z jednej strony uwzględnienie wyżej wspomnianych postulatów przemysłu papierniczego, z drugiej — zmiany na światowych rynkach papierniczych i zmiany na rynku cen papierówki. Po okresie gwałtownego wzmoczenia konsumpcji celulozy i papieru w latach 1936 — 1937, który wywołał silny wzrost cen tych artykułów oraz cen głównego surowca — papierówki, światowy rynek papierniczy począwszy od końcowych miesięcy 1937 r. wykazuje tendencję w kierunku stabilizacji a nawet obniżki cen. W znacznym stopniu wywołane jest to dostosowaniem rozmiarów produkcji, w drodze znacznych inwestycji, do wzmoczonego zapotrzebowania.

Stosunki z przemysłem papierniczym

Stosunki między prasą a przemysłem papierniczym począwszy od r. 1931 regulowane były w drodze dobrowolnego porozumienia, którego wyrazem był szereg kolejnych umów, stanowiących z jednej strony podstawę stosunku między Związkiem Wydawców a przemysłem papierniczym, z drugiej zaś strony — regulujących w pewnym zakresie warunki handlowej współpracy członków Związku, jako wielkich konsumentów papieru, — z jego producentami.

Wobec wygaśnięcia, na skutek rozwiązania kartelu, umowy Związku Wydawców ze Sp. „Centropapier“ władze Związku, dążąc do utrzymania umownych stosunków między prasą a przemysłem papierniczym, podjęły akcję mającą na celu zawarcie analogicznych porozumień z poszczególnymi większymi papierniami, produkującymi papiery wydawnicze. Umowa ze S. A. Steinhagen i Saenger podpisana została w drugiej połowie kwietnia 1937 r., uzupełniona w marcu 1938 r.; zasadniczymi postanowieniami tej umowy są: 1) obustronne zobowiązanie uzgadniania wystąpień w sprawach celnych, dotyczących przemysłu papierniczego, 2) zobowiązanie S. A. Steinhagen i Saenger uzgadniania ze Związkiem Wydawców cennika papierów wydawniczych oraz warunków handlowej współpracy z członkami Związku; w tym celu na żądanie każdej ze stron podejmowane będą rokowania w tym przedmiocie. Rozwinięciem p. 2) jest zawarte w umowie zobowiązanie S. A. Steinhagen i Saenger do regulowania cen papierów wydawniczych na podstawie zmian w kosztach produkcji z uwzględnieniem obniżki kosztów ogólnych, wynikających ze wzmożonego spożycia papierów wydawniczych.

Analogiczne umowy z S. A. Mirkowska Fabryka Papieru, S. A. Kluczevska Fabryka Papieru i Celulozy i S. A. Lignozą zawarte zostały w czerwcu r. ub. Następnie porozumienie rozciągnięte zostało również na firmę Papiernia i Młyny w Częstochowie.

Sprawa warunków nabywania papieru przez wydawnictwa czasopism

Umowy, istniejące między Związkiem Wydawców, a poszczególnymi większymi papierniami, produkującymi papiery prasowe, zarówno rotacyjne jak płaskie, regulują warunki handlowej współpracy członków Związku z producentami papieru, zapewniając członkom Związku ulgi przy nabywaniu papieru wprost z papierni. Umowy powyższe nie regulują natomiast warunków nabywania przez członków Związku papieru za pośrednictwem hurtowników. Naskutek tego liczne grono członków Związku, przeważnie czasopism, zaopatrujących się w papier w składach hurtowych, pozbawione było tych ulg, z których korzystają wydawnictwa, pozostające w bezpośrednich stosunkach z producentami.

Sprawą powyższą zajął się żywo Komitet Prasy Periodycznej szczególnie zaś Komisja papiernicza tego Komitetu. Podjęto akcję jednocześnie w dwóch kierunkach: a) w kierunku umożliwienia wydawcom czasopism zakupów bezpośrednich w papierniach w drodze zorganizowania zakupów zbiorowych bądź jednoczesnych oraz w drodze uzyskania ze strony poszczególnych papierni obniżenia minimum wagi sprzedawanych partii, b) w kierunku uzyskania w poszczególnych wielkich hurtowniach dla członków Związku ulg analogicznych do tych, z jakich korzystają wydawnictwa zrzeszone przy zakupywaniu papieru bezpośrednio u producenta.

Pertraktacje w powyższych sprawach znajdują się w toku. Na paru odcinkach dały już konkretne rezultaty.

Sprawa normalizacji formatów i gatunków papieru

W okresie sprawozdawczym z inicjatywy Komitetu Prasy Periodycznej biuro Związku przeprowadziło szczegółowe badania nad zagadnieniem normalizacji formatów i gatunków papieru, używanych do druku czasopism. Jest to zagadnienie z punktu widzenia interesów czasopiśmiennictwa bardzo żywotne. Nieuzasadniona rzeczowymi względami nadmierna ilość formatów i gatunków papieru, używanych przez czasopisma polskie, powoduje dla wydawnictw wiele ujemnych skutków. Odbija się na cenie papieru, który produkowany jest w małych partiach aby mogły być zaspokojone różnorodne zapotrzebowania. Redukcja gatunków umożliwi papierniom zastosowanie systemu produkcji, obliczonej na większą ilość. Wpłynie to na zmniejszenie kosztów produkcji i obniżkę ceny. Drugim momentem korzystnym jest możliwość lepszego wykorzystania arkusza przy zastosowaniu wymiarów znormalizowanych zarówno pisma jak papieru. Odpowiednie określenie tych wymiarów pozwoli na zredukowanie do minimum straty na scinkach. Wielkiemu uproszczeniu ulegnie proces zaopatrywania się w papier. Po przeprowadzeniu normalizacji gatunków papieru zmieni się również system układania cenników przez hurtowników. Obecnie każdy skład ma swoją odrębną nomenklaturę i symbole. Gdy produkcja głównych papierni będzie ujednolicona odcyfrowanie cenników składów hurtowych nasunie się jako logiczna konieczność.

Korzystne dla prasy konsekwencje normalizacji dotyczą nie tylko ceny papieru i procedury jego zakupu. Normalizacja formatu winna spowodować normalizację układu graficznego, w szczególności normalizację wymiarów kolumny druku i szpalt. Uporządkowanie tej dziedziny byłoby wielkim ułatwieniem w pracy drukarni, umożliwiłoby normalizację klisz i matryc ilustracyjnych i ogłoszeniowych, postępowanie się materiałem agencyjnym zmatrycowanym, normalizację rękopisu itd.

Niewątpliwie korzyści jakie przynieść może pismom przeprowadzenie normalizacji formatów i gatunków papieru skłoniły Komitet Prasy Periodycznej do utworzenia specjalnej Komisji, której zadaniem są dalsze studia nad tym zagadnieniem oraz opracowanie planu jego rozwiązania. Komisja ta podjęła już swe prace, przeprowadzając analizę formatów wszystkich większych czasopism, wychodzących w Polsce, i analizę norm wymiarów arkusza, ustalonych przez Polski Komitet Normalizacyjny. Nadto Komisja nawiązała kontakt z komisją normalizacyjną, istniejącą przy Związku Papierni Polskich, oraz przygotowała projekt ankiety do czasopism zrzeszonych, mający na celu ustalenie postulatów wydawnictw odnośnie norm zarówno formatów jak i gatunków papieru.

Sprawy drukarskie

W okresie sprawozdawczym zawarte zostały trzy dzielnicowe układy zbiorowe pracy w przemyśle graficznym, a mianowicie:

W dniu 12 listopada 1937 r. podpisany został „Układ zbiorowy pracy dla przemysłu graficznego na województwo poznańskie“, zawierający tabelę płac minimalnych oraz szereg przepisów, dotyczących warunków pracy. Zaznaczyć należy, iż układ nie przewiduje żadnych specjalnych stawek dla pracowników gazetowych. Ze strony pracodawców układ podpisała Korporacja Zakładów Graficznych i Wydawniczych na wojew. Poznańskie. Układ zawarty został na czas nieokreślony.

W dniu 30 listopada 1937 r. zawarty został układ zbiorowy pracy pomiędzy Zrzeszeniem Przemysłowców Graficznych w Polsce, Oddział w Lublinie, a Centralnym Związkiem Zawodowych Pracowników Drukarskich i Introligatorskich w R. P., Oddział w Lublinie. Układ, poza tabelą płac minimalnych, ustala jedynie pewne zasady ogólne, dotyczące zatrudnienia pracowników oraz sposobu obliczenia i terminów zapłaty. Dodatków dla pracowników gazetowych układ nie przewiduje. Układ obowiązuje do 31 grudnia 1938 r. z prawem automatycznego przedłużenia.

Ostatnim z zawartych układów jest układ zbiorowy pracy dla przemysłu graficznego, zawarty w dniu 5 stycznia 1938 r. pomiędzy Korporacją Przemysłowców Graficznych we Lwowie a Związkiem Zawodowym Drukarzy i Pokrewnych Zawodów we Lwowie oraz Związkiem Pracowników Graficznych i Zawodów Pokrewnych we Lwowie. Układ ten wprowadza jedynie zmiany do przepisów, obowiązujących poprzednio cenników i umów, a mianowicie nową tabelę płac w drukarniach poszczególnych klas, przy czym drukarnie gazetowe zaliczono do dwóch najwyższych kategorii. Układ obowiązuje do 31.11. 1938 r. z prawem automatycznego przedłużenia.

W kwietniu 1938 r. Związek Zawodowy Drukarzy i Pokrewnych Zawodów, Oddział Warszawa, wystąpił z inicjatywą podjęcia pertraktacji ze Związkiem Wydawców w sprawie zawarcia układu zbiorowego pracy dla drukarni gazetowych w Warszawie, któryby mógł uzyskać moc powszechnie obowiązującą na tym terenie.

W dniu 6 kwietnia odbyła się w tej sprawie konferencja pomiędzy dyrektorem Związku Wydawców a p. Al. Skrzyńskim, przedstawicielem Związku Zawodowego Drukarzy.

W dniu 2 maja Zarząd Związku Drukarzy skierował pismo do Związku Wydawców zawierające potwierdzenie wysuniętych poprzednio propozycji podjęcia rozmów. W chwili gdy sprawozdanie niniejsze oddajemy do druku, sprawa ta jest przedmiotem rozważań władz Związku.

SPRAWY POCZTOWE

Obecnie obowiązujący system obsługi prasy przez pocztę wszedł w życie w końcu 1935 r. i z początkiem 1936 r. Był on wyrazem kompromisu między postulatami prasy, przedkładanymi naczelnym władzom pocztowym przez Związek Wydawców w ciągu kilku lat, poprzedzających reformę służby gazetowej a dążeniem władz pocztowych do znacznego zmniejszenia wewnętrznych kosztów przedsiębiorstwa pocztowego, związanych z manipulacjami przy obsłudze prasy. System w tej drodze stworzony poddany został przez pocztę i prasę próbie życia, która trwa aż do chwili obecnej. W ciągu tego okresu władze i biuro Związku pilnie śledziły wyniki praktycznego zastosowania nowych zasad służby gazetowej. Obserwacje te wskazały na konieczność znaczniejszych zmian i uzupełnień w obecnie stosowanym systemie, zmian idących w kierunku pełniejszego dostosowania go do potrzeb prasy.

Biuro Związku, przygotowując z polecenia swych władz wystąpienie w tej sprawie do Ministerstwa Poczt i Telegrafów, rozpisało w końcu lata 1937 r. ankietę do wydawnictw zrzeszonych, celem zebrania jak najbardziej kompletnego materiału, dotyczącego postulatów prasy zarówno co do zmiany systemu służby gazetowej jak i w innych sprawach pocztowych. Na podstawie wyników ankiety opracowany został zasadniczy memoriał, obrazujący całokształt postulatów pocztowych prasy; treść tych postulatów omawiany w dalszym ciągu nin. działu sprawozdania. Memoriał, przedłożony Ministrowi Poczt i Telegrafów, w końcu listopada 1937 r. był przedmiotem szeregu konferencji władz Związ-

ku z przedstawicielami Ministerstwa Poczt i Telegrafów zarówno w 1937 r. jak w początku 1938.

Ministerstwo Poczt i Telegrafów stosuje od kilku lat system przeprowadzania wszelkich poważniejszych zmian zarówno w taryfie jak i w przepisach pocztowych jedynie raz do roku — na początku okresu rocznego. Na konferencjach, odbytych po złożeniu memoriału, przedstawiciele władz pocztowych uznali za niemożliwe wprowadzenie jakichkolwiek znaczniejszych zmian w dziedzinie służby gazetowej od stycznia 1938 r., uzasadniając to stanowisko względami budżetowymi. Z tego względu wszelkie merytoryczne rozmowy na temat postulatów prasy odłożone zostały do miesięcy wiosennych i jesiennych r. 1938.

W końcu maja r. b. wszystkie postulaty prasy, omawiane w wyżej wspomnianym memoriale, przedstawione zostaną przez delegację władz Związku ministrowi Kalińskiemu.

Wyżej wspomniany memoriał władz Związku zawierał z jednej strony powtórzenie szeregu postulatów władz Związku, przedkładanych Ministerstwu Poczt i Telegrafów w latach poprzednich, z drugiej liczne postulaty nowe, sformułowane na podstawie wyników ankiety. Postulaty, dotyczące obniżenia opłat za przesyłanie pism i opłat, związanych ze zleceniami prenumeracyjnymi, wprowadzenia pocztowych paczek gazetowych, zorganizowanie roznoszenia pism przez listonoszów w niedziele i święta, roznoszenia pism na terenach gmin wiejskich oraz rozszerzenia zakresu ulg w opłatach telefonicznych omawiane były obszernie w sprawozdaniu zeszłorocznym. Z tego względu sprawy te pomijamy, ograniczając się do przedstawienia pozostałych postulatów.

Księga rozsyłkowa

Art. 385 Ordynacji Pocztowej nakłada na wydawców obowiązek prowadzenia księgi rozsyłkowej i okresowego oznaczenia w niej liczby egzemplarzy wysyłanych do poszczególnych urzędów. Prowadzenie tej księgi jest dla wydawnictw czynnością wysoce uciążliwą i kosztowną; w większych wydawnictwach wymaga utrzymywania specjalnego urzędnika.

Z punktu widzenia potrzeb wydawnictw księga rozsyłkowa jest najzupełniej zbędna. Z punktu widzenia interesów Poczty księga rozsyłkowa jest potrzebna jedynie jako instrument kontroli. Rozumiejac całkowicie, iż Poczta w żadnym wypadku nie może zrezygnować z kontroli, władze Związku przedstawiły projekt innej organizacji kontroli pocztowej, zabezpieczający pocztę przed możliwymi nadużyciami, a chroniący jednocześnie administrację wydawnictw przed nieprodukcyjnymi wydatkami, związanymi z prowadzeniem księgi rozsyłkowej. Koncepcja władz Związku idzie w kierunku wprowadzenia bezpośredniej kontroli nakładów przy nadawaniu pism; kontrola ta byłaby dokonywana w drodze ustalania ogólnej wagi nakładu i dzielenia przez średnią wagę jednego egzemplarza opakowanego. Technicznie system ten nie nastęrcza poważniejszych trudności, szczególnie jeśli chodzi o czasopisma; zważenie kilkutyśięczonego nakładu na wadze o nośności do 200 kg. trwać może kilka minut, co przy nadawaniu czasopism nie odgrywa żadnej roli.

Przeciętna waga

Zasadniczą reformą, wprowadzoną przez obecne przepisy, było oparcie opłaty na podstawie średniej wagi zeszytów pisma w ciągu kwartału. Doświadczenia wykazały, iż wyniki otrzymane w tej drodze mają często charakter przypadkowy, szczególnie w odniesieniu do czasopism. Z tego względu władze Związku wystąpiły z postulatem wprowa-

dzenia rocznej, nie zaś kwartalnej, przeciętnej wagi. Władze Związku podkreślały, iż przyjęcie zasady przeciętnej rocznej w niczym nie naruszy interesów poczty, prasie zaś zagwarantuje iż przeciętna, będąca podstawą opłaty, będzie zbliżona do rzeczywistości w stopniu ściślejszym niż to ma miejsce obecnie. Ustalanie średniej wagi raz do roku ułatwi nadto prasie dokładne kalkulowanie ceny prenumeraty.

Przyjęcie zasady średniej rocznej zbliżyłoby znacznie przeciętne wagi ustalone przez urzędy do rzeczywistości, jednak nie usunęłoby jeszcze całkowicie możliwości obciążania wydawnictw nadmiernymi opłatami. W dwóch wypadkach wydawnictwa w dalszym ciągu byłyby narażone na możliwości podwyżki opłat, nieuzasadnionej odpowiednim zwiększeniem wagi zeszytów. Pierwszy z tych wypadków dotyczy tych czasopism, które wydają zamiast zeszytów zwykłych zeszyty podwójne w objętości zwiększonej; szereg czasopism czyni to stale, przeważnie podczas miesięcy letnich. Poczta przy obliczaniu przeciętnej wagi zeszyty te traktuje jako pojedyncze dzięki czemu średnia waga a w konsekwencji opłata ulega sztucznemu zwiększeniu na okres następnego kwartału. Drugi wypadek dotyczy wydawnictw, których przeciętna waga jest bliska którejś z granic stawek taryfy pocztowej. W tych warunkach kilka cięższych zeszytów może spowodować przekroczenie tej granicy i w konsekwencji dotkliwie podwyższenie opłat na dalszy dłuższy okres. Wyżej wymienione niebezpieczne dla wydawnictw wypadki nie mogłyby mieć miejsca, gdyby wydawnictwa w razach nadawania numerów cięższych (np. numerów podwójnych, specjalnych, z kalendarzem jako bezpłatnym dodatkiem i t. p.) mogły sporadycznie oddzielnie dopłacać za te numery, tak, aby przeciętna waga nie ulegała zwiększeniu. Interesy Poczty w razie realizacji tego postulatu władz Związku nie będą w niczym zagrożone, gdyż opłata, czy to oparta na średniej czy też na wadze poszczególnego zeszytu, nigdy nie będzie niższa od stawki, przepisanej taryfą.

Dodatki do pism

Sprawa dodatków dołączanych do egzemplarzy pism jest w całości służby gazetowej zagadnieniem drobnym, tym niemniej z uwagi na konstrukcję przepisów sprawia zarówno poczcie jak i wydawnictwom wyjątkowo wiele kłopotów i trudności. Ordynacja rozróżnia dodatki stanowiące „część składową czasopisma“, oraz dodatki nie objęte tym pojęciem. Określenie „składowej części czasopisma“ nie obejmuje żadnej logicznie skończonej całości nadto wskutek swej ogólnikowości nasuwa szereg wątpliwości. Z tych powodów między wydawnictwami a urzędami pocztowymi zdarzają się ciągle nieporozumienia na temat kwalifikowania dodatków. Postulat władz Związku idzie w kierunku uznania za część składową czasopisma wszelkich dodatków pochodzących od wydawcy; oddzielnym opłatom natomiast podlegać winny dodatki pochodzące od osób trzecich, a przesyłane w czasopismach za opłatą. Gdyby realizacja tego postulatu była niemożliwa władze Związku wniosą o uzupełnienie § 374 ust. 1 Ordynacji przez dodanie nowego punktu, dotyczącego spisów rzeczy oraz wszelkiego rodzaju odezów, dotyczących spraw redakcyjnych i wydawniczych, pochodzących od wydawnictwa a przeznaczonych dla czytelników.

W wyżej wspomnianym memoriale władze Związku wystąpiły nadto o sprecyzowanie postanowienia p. 2 art. 391 Ordynacji określającego t. zw. warunki dla druków bezadresowych, którym odpowiadać winny dodatki, aby korzystać z niższej taryfy; w szczególności odnosi się do pojęcia „treści druku“, interpretowanego przez urzędy w sposób bardzo różny.

Spisy prenumeratorów

Wydawnictwa ekspediujące pisma systemem bezadresowym mają często kłopoty, spowodowane ginięciem spisów prenumeratorów lub uzupełnień tych spisów, wysyłanych do urzędów pocztowych. Przyczyną ginięcia spisów jest obowiązek przesyłania ich w wiązankach razem z egzemplarzami pism — przy odpakowywaniu paczki w urzędzie spis może zostać niezauważony i zagubiony; czasami wiązanki z pismem, zawierające spisy prenumeratorów, ulegają konfiskacie. Całkowitym rozwiązaniem tych trudności — podkreśliły władze Związku w swym memoriale — byłoby ustalenie zasady, iż spisy prenumeratorów i uzupełnienia mogą być przesyłane bezpłatnie do urzędów nie w wiązance a oddzielnie w koperce.

Ekspedycja egzemplarzy zleceń i nieaktualnych

Na podstawie przepisów pocztowych egzemplarze, zamówione przez urzędy pocztowe, winny być nadawane łącznie z innymi egzemplarzami aktualnymi (przekazanymi przez wydawcę) jednakże w osobnej opasce z napisem „egzemplarze zleceń“. Ten rodzaj przepisów przy wielkich ekspedycjach dzienników, wymagających ogromnej szybkości, stwarza duże utrudnienie techniczne, powodujące zwłokę w pracy. Z tego względu władze Związku przedłożyły postulat, dotyczący zezwolenia na wysyłanie egzemplarzy zleceń i przekazanych przez wydawców w jednej przesyłce bez tworzenia oddzielnych wiązańek z egzemplarzami zleceń.

Drugim postanowieniem Ordynacji, wzbudzającym zastrzeżenia ze strony prasy, jest przepis, nakazujący ekspedowanie egzemplarzy zamówionych przez urzędy łącznie z egzemplarzami aktualnymi, przekazanymi przez wydawcę zaś egzemplarzy zleceń z ubiegłych dni rozpoczętego okresu prenumeraty oraz egzemplarzy dostarczanych na skutek reklamacji urzędów — łącznie z aktualnymi egzemplarzami zleceń. Ten przepis dotkliwy dla czasopism, powoduje, iż prenumeratorki przebywający w okresach, dzielących ukazanie się jednego numeru czasopisma od numeru następnego, muszą oczekiwać na nadesłanie najbliższego numeru, jeśli chodzi o tygodniki do kilku dni, a jeśli chodzi o miesięczniki nawet do dwudziestu kilku dni. Z tych względów władze Związku wystąpiły o zezwolenie na wysyłanie spóźnionych prenumerat, egzemplarzy zleceń z ubiegłych dni rozpoczętego okresu prenumeraty, jak również egzemplarzy na skutek reklamacji — nie łącznie z najbliższymi aktualnymi numerami, lecz osobno, niezwłocznie po otrzymaniu spóźnionego zamówienia czy reklamacji, a na warunkach normalnego rycałtu pocztowego.

Paczki z egzemplarzami nieaktualnymi podlegają dwójakiego rodzaju ograniczeniom: co do wagi (maksimum 2 kg) i co do zawartości — niewolno mianowicie w jednej przesyłce wysyłać identycznych egzemplarzy pisma. Oba te ograniczenia są uciążliwe dla wielkich wydawnictw, szczególnie tych, które posiadają rozwinięty system prenumeraty zbiorowej i które skutkiem tego pod adresem życzliwych dla wydawnictwa osób wysyłają większe paczki nieaktualnych egzemplarzy, zawierające identyczne egzemplarze. Władze Związku wystąpiły o podwyższenie granicy wagi dla paczek z egzemplarzami nieaktualnymi do 10 kg. przy zachowaniu obecnej skali opłat, oraz o zezwolenie na przesyłanie w jednej paczce większej ilości identycznych egzemplarzy nieaktualnych.

Egzemplarze nieaktualne na zasadzie obowiązujących przepisów muszą być wysyłane w oddzielnych przesyłkach;

niedopuszczalne jest nadawanie ich w jednej paczce z egzemplarzami bieżącymi. Ten system powoduje wiele niedogodności dla wydawnictw, które muszą przygotować dodatkowe przesyłki pod tymi samymi adresami. Postulaty prasy idą w kierunku zezwolenia na łączenie w jedną przesyłkę egzemplarzy aktualnych z nieaktualnymi.

Władze Związku wystąpiły również o rozważenie możliwości wprowadzenia zasady, iż przesyłki z egzemplarzami nieaktualnymi mogą być nadawane bezpośrednio w rozdzielniach gazetowych tak, jak nakłady aktualne; pozwoliłoby to uniknąć zdarzających się obecnie opóźnień w ekspedowaniu egzemplarzy nieaktualnych.

Ułatwienia propagandowe

Zasadniczym postulatem w tej dziedzinie jest wprowadzenie na stałe dwóch dorocznych trzydziestodniowych okresów ulgi taryfowej dla egzemplarzy okazowych i wszelkiego rodzaju druków propagandowych wydawnictw oraz określenie tej ulgi na poziomie 70 — 80% opłat taryfowych. Ułatwiłoby to w wysokim stopniu planowanie i organizowanie akcji propagandowych wydawnictw na wielką skalę, zwiększając przez to ich skuteczność, co leży we wspólnym interesie poczty i prasy.

Do egzemplarzy okazowych wolno dołączać t. zw. odezwę wydawcy. Interpretacja tego pojęcia w różnych urzędach pocztowych jest bardzo niejednolita; pożądanym byłoby, aby władze pocztowe wydały odpowiednie wyjaśnienie, idące w kierunku uznania za „odezwę wydawców“ wszelkich druków, mających na celu propagandę własną pisma.

Wielkim utrudnieniem technicznym dla dzienników jest obowiązek adresowania egzemplarzy wysyłanych jako okazowe. Ten przepis uniemożliwia zastosowanie na szerszą skalę najwłaściwszej w pewnych wypadkach formy propagandy dziennika jaką jest posyłanie egzemplarza okazowego codziennie przez pewien okres czasu. Zastosowanie systemu list z adresami, przesyłanych do urzędów pocztowych, analogicznie jak to ma miejsce przy wysyłce egzemplarzy bezadresowych, usunęłoby to niedomaganie, ułatwiając prasie codziennej przeprowadzanie akcji propagandowej na szerszą skalę, przy pomocy wielotysięcznych nakładów.

Przesyłki z egzemplarzami okazowymi podlegają dwójakiemu rodzajowi ograniczeń: co do wagi (maksimum 1 kg) i co do zawartości — nie wolno mianowicie w jednej przesyłce wysyłać identycznych egzemplarzy pisma. Oba te ograniczenia są przeszkodą w akcji propagandowej większych czasopism, szczególnie tych, które posiadają rozwinięty system prenumerat zbiorowych.

W pewnych warunkach pracy wydawnictw najkorzystniejszą formą propagandy jest rozesłanie egzemplarzy okazowych do określonych kategorii odbiorców—jako druków bezadresowych. Obecne przepisy pocztowe nie przewidują możliwości rozesłania egzemplarzy pisma jako druków bezadresowych i w konsekwencji prasa pozbawiona jest możliwości wykorzystania tej formy propagandy z jakiej korzystają wszystkie przedsiębiorstwa w Polsce. To dotkliwe ograniczenie nie jest zgodne ze stosowaną przez pocztę zasadą ułatwiania prasie jej akcji propagandowych jako społecznie pożytecznych oraz korzystnych dla interesów poczty.

Doświadczenia wydawnictw wykazały, iż wysiłek włożony w akcję propagandy przy pomocy egzemplarzy okazowych w wielu wypadkach nie dawał należytych rezultatów z powodu nieregularności i znacznego opóźnienia z jakim egzemplarze te docierały do rąk adresatów. Jak wykazały badania przyczyną tych niedociągnięć jest system nadawania egzemplarzy okazowych, odmienny od systemu nadawania egzemplarzy aktualnych, nadto zaś sposób traktowania

egzemplarzy okazowych przez organy pocztowe. O ile nakłady aktualne pism urzędy traktują jako przesyłkę pilną i ekspedują natychmiast a w każdym razie z równym pośpiechem jak inne rodzaje przesyłek, o tyle egzemplarze okazowe traktowane są jako przesyłki najmniej pilne i w konsekwencji w licznych wypadkach ekspediowane są i roznoszone po wszystkich innych przesyłkach — w miarę wolnego czasu. Pierwszym postulatem w tej dziedzinie jest nadawanie egzemplarzy okazowych wprost do rozdzielni gazetowych — drugim — wprowadzenie w urzędach pocztowych zasady jednakowo spieszego ekspediowania i roznoszenia egzemplarzy aktualnych i okazowych.

* * *

W okresie sprawozdawczym podobnie jak w latach poprzednich władze Związku wystąpiły do Ministerstwa Poczty i Telegrafów o przyznanie w miesiącach wrześniu i marcu okresowych ulg taryfowych dla celów propagandy własnej wydawnictw. Na skutek tych starań Pan Minister Poczty i Telegrafów udzielił prasie dwukrotnie 50% ulgi w opłatach za egzemplarze okazowe i prospekty a mianowicie w okresie od 15 września do 15 października 1937 r. i od 5 marca do 5 kwietnia 1938 r.

Pewna grupa czasopism członków Związku Wydawców zwróciło uwagę władz Związku, iż okresy ulg w opłatach pocztowych dla celów propagandy własnej prasy, uzyskiwane dorocznie przez władze Związku, nie odpowiadają potrzebom niektórych grup prasy periodycznej, które wymagają, aby okres propagandy przypadał na drugą połowę grudnia i pierwszą połowę stycznia. Dotyczy to w szczególności pism ukazujących się rządziej, które prenumerowane są przeważnie na pełne okresy roczne lub półroczne. Pragnąc umożliwić tej kategorii wydawnictw przeprowadzenie propagandy własnej w okresie najbardziej odpowiednim władze Związku wystąpiły w grudniu r. ub. do Ministerstwa Poczty i Telegrafów z postulatem udzielania na indywidualne podania wydawnictw ulg w czasie od 15 grudnia do 15 stycznia. Sprawa powyższa została załatwiona przez władze pocztowe przychylnie. Na skutek spóźnionego terminu jednak tylko niewiele wydawnictw mogło wyzyskać tę ulgę.

Zwroty i reklamacje

Przepisy pocztowe przewidują, iż egzemplarze zleceniowe niedoreczone lub niepodjęte przez prenumeratorów w przeciągu 14 dni uważa się za niedoreczone i nie zwraca się ich wydawcy. Jest to dla wydawnictw wysoce szkodliwe, a to z dwóch następujących powodów: 1) wszystkie wydawnictwa zarówno dzienniki jak i czasopisma pozbawia ten przepis informacji o tym, iż z jakich nieznanych wydawcom przyczyn egzemplarz pisma jest niedoreczalny i naraża wydawnictwo na dalsze zbędne przesyłanie pisma pod tym adresem, 2) specjalne zaś, jeśli chodzi o periodyki, których wartość jest trwała, niezwracanie ich wydawcom przez pocztę naraża wydawnictwo na dalsze dodatkowe straty. Z tych względów władze Związku wystąpiły o wydanie zarządzenia, aby urzędy pocztowe mogły po pewnym wyznaczonym przez Ministerstwo terminie, możliwie krótkim, odsyłać egzemplarze zleceniowe niedoreczone lub niepodjęte przez prenumeratorów z powrotem do wydawców, analogicznie jak to ma miejsce z egzemplarzami, przekazywanymi przez wydawców.

Przepisy o służbie gazetowej, wprowadzone w r. 1936, zniosły poprzednio stosowaną zasadę, iż reklamacje gazetywane załatwiane są przez pocztę bezpłatnie; obecnie reklamacja jest bezpłatna jedynie wówczas, gdy dochodzenie wy-

każe winę organów pocztowych. W praktyce wypadki uznawania swej winy przez organa pocztowe zdarzają się rzadko, zaś dowiedzenie winy poczty jeśli chodzi o egzemplarze pism, które doręczone są bez pokwitowania, jest w praktyce niemożliwe; w rezultacie w ogromnej większości wypadków wydawnictwo obciążane jest kosztem reklamacji. Utrudnia to prasie doszukiwanie się przyczyn niedociągnięć w pracy organów pocztowych, poczcie zaś — usprawnienie swej działalności na odcinku obrotu gazetowego. Z tego względu władze Związku wnoszą o generalne zwolnienie reklamacji od opłat pocztowych.

Korespondencja z prenumeratorem

Doświadczenia wydawnictw wykazały, iż niższe organy pocztowe nie zawsze orientują się należycie w przepisach o korespondencji dotyczącej spraw prenumeraty. Przyczyną tego jest fakt, iż zasadnicze rozporządzenie w tej sprawie w roku 1932 uzupełnione było następnie kilkoma wyjaśnieniami, bardzo ważnymi z punktu widzenia prasy; na skutek tego postanowienia o korespondencji z prenumeratorem rozsięte są w kilku zeszytach Dziennika Urzędowego M. P. i T., co urzędnikowi utrudnia orientację. Pożądane byłoby zebranie wszystkich postanowień w formie tekstu jednolitego.

Jednym ze sposobów, używanych przez wydawnictwa dla propagandy własnej jest urządzenie ankiet wśród czytelników. Odpowiedzi napływające na te ankiety noszą przeważnie charakter odpowiedzi na jedno lub kilka postawionych pytań. W szeregu wypadków urzędy pocztowe stoją na stanowisku, iż odpowiedzi te winny być opłacane jako korespondencja normalna. To stanowisko urzędów znajduje w pewnych razach oparcie w przepisach Ordynacji Pocztowej, dotyczących druków. Ze względu na charakter odpowiedzi na ankietę prasowe, które nie mają cech korespondencji bieżącej, jak również ze względu na charakter akcji ankietowych, stanowiących powszechnie stosowany i niezwykle skuteczny środek propagandy, władze Związku zgłosiły postulat, dotyczący traktowania odpowiedzi na ankietę prasową jako druków.

Kolportaż pocztowy

Kolportaż pocztowy spełnia naogół swe zadania ku pożytkowi poczty i prasy. Postulaty prasy dotyczą drobnych technicznych usprawnień: urzędy pocztowe winny pamiętać po 1-szym każdego miesiąca o wyjmowanie kart sprzedaży z przesyłek, wykazy sprzedaży winny być nadsyłane do wydawnictw nie w wiązankach z pismami, a w oddzielnych kopertach, pożądane byłoby przyspieszenie procedury udzielania zezwoleń na kolportaż przez dyrekcje okręgowe.

Z treści zarządzenia z 17 września 1935 r. (art. 17) wynika, iż korespondencja z urzędami w sprawie kolportażu ma charakter bezpłatny; znalazło to zresztą swój wyraz w konstrukcji taryfy, która początkowo (Dziennik Taryf Nr. 13/35) opłaty na rzecz poczty traktowała jako opłaty za przewóz, sprzedaż, zwrot niesprzedanych egzemplarzy i korespondencję w sprawie sprzedaży. Zwrot o korespondencji niespodziewanie dla prasy został usunięty w taryfie obowiązującej od 1936 r.; do tego czasu poczta żąda opłat za korespondencję z urzędami, dotyczącą kolportażu pocztowego. Władze Związku wystąpiły z postulatem aby z uwagi na treść przepisów jak również na charakter tej korespondencji, związanej jak najściślej z usługami poczty, opłacanymi w inny sposób, korespondencja w sprawie kolportażu była traktowana przez pocztę jako bezpłatna.

Przekazy rozrachunkowe

Pierwszy postulat władz Związku w tej dziedzinie, formułowany na podstawie wyników ankiety, dotyczy sprawy przekazywania sum, wpłacanych z tytułu zleceń prenumeracyjnych. W myśl obecnie obowiązujących przepisów urząd kwoty te przekazuje wydawcom przy pomocy przekazu rozrachunkowego przy czym, o ile suma dziennych wpłat przekroczy 50 zł., urząd winien użyć dwóch lub więcej przekazów rozrachunkowych. W większych urzędach pocztowych przy dużej ilości zleceń zachodzi konieczność użycia kilku przekazów rozrachunkowych — w konsekwencji wydawnictwo obciążone zostaje dość poważnymi kosztami. Dodać należy, że przed 1 stycznia 1936 r. przekazywanie wszelkich sum z tytułu prenumeraty zleconej dokonywane było przez pocztę bezpłatnie. Władze Związku wystąpiły o wprowadzenie specjalnego typu przekazu rozrachunkowego dla sum, pochodzących ze zleceń prenumeracyjnych z tym, aby przy pomocy takiego przekazu urzędy pocztowe mogły wysyłać dowolne sumy. Nadto postulat władz Związku dotyczy wprowadzenia specjalnie zniżonych opłat od sum przesyłanych przy pomocy tego typu przekazów rozrachunkowych.

Drugi postulat prasy dotyczy rozszerzenia stosowania przekazów również i na inne wpłaty, poza prenumeratą i należnościami za ogłoszenia, np. ofiary, opłaty za kalendarze itp. Tego rodzaju zliberalizowanie przepisów w niczym nie zagraża interesom poczty, gdyż wpłaty te w obecnych warunkach dokonywane są z reguły za pośrednictwem P. K. O. Władze Związku podkreśliły również w memoriale konieczność ogólnego usprawnienia i przyspieszenia manipulacji w urzędach pocztowych, które w sporadycznych wypadkach wywołują skargi wydawnictw.

Cennik pocztowy

Przepisy pocztowe obowiązujące od r. 1936 nałożyły na wydawnictwa obowiązek wydawania wspólnego Cennika Dzienników i Czasopism zgłoszonych do prenumeraty pocztowej, drukowanego przedtem nakładem Ministerstwa Poczty i Telegrafów.

W porozumieniu z władzami pocztowymi obowiązkowi tego podjął się Związek Wydawców w zastępstwie swych członków. Pierwszy cennik, wydany przez Związek Wydawców ukazał się w marcu 1936; w r. 1936 i 1937 cennik ten był co miesiąc aktualizowany i korygowany w drodze specjalnych uzupełnień, wydawanych przez biuro Związku. W końcu 1937 r. władze pocztowe stwierdziły konieczność sporządzenia nowego wydania Cennika. W ciągu dwóch lat wprowadzono dużą liczbę zmian to zaś wpłynęło ujemnie na przejrzystość Cennika. Przy tym egzemplarze, którymi stale posługują się urzędy pocztowe i listonosze, uległy znacznemu zniszczeniu.

Biuro Związku podjęło prace nad Cennikiem na 1938 r. w połowie października r. ub. W początku grudnia wydawnictwo w nakładzie 8.000 egz. przekazane zostało władzom pocztowym celem rozesłania do urzędów pocztowych całego kraju.

Nowy Cennik liczy 96 stron, zawiera 313 tytułów dzienników i czasopism.

W okresie od stycznia do maja 1938 r. biuro Związku wydało 5 uzupełnień do Cennika, każde w nakładzie 8 tys. egz.

SPRAWY OGŁOSZENIOWE

Sytuacja na rynku ogłoszeniowym

W okresie sprawozdawczym sytuacja na polskim rynku ogłoszeniowym kształtowała się w sposób bardzo niejednorodny. Okres ten przyniósł wyraźne zwiększenie ilości ogłoszeń w szeregu wydawnictw specjalnie w tej dziedzinie aktyw-

nych i sprawnie pracujących, natomiast jeśli chodzi o ogromną większość wydawnictw rok ostatni nie przyniósł poprawy ogłoszeniowej, jakiej spodziewać się należało w związku z pomyślnym naogół rozwojem ogólnej sytuacji gospodarczej w kraju. Polski przemysł i handel w dalszym ciągu nie korzysta w dostatecznej mierze z reklamy prasowej. Z drugiej strony nieuporządkowane stosunki ogłoszeniowe i mała w tej dziedzinie odporność słabej finansowo prasy polskiej narażają częstokroć prasę na odcinku ogłoszeniowym, na bardzo poważne kłopoty.

Sprawa biur ogłoszeniowych

Kilka wielkich, poważnych biur ogłoszeń, skupiających większość dużych kampanii ogłoszeniowych, współpracowała z prasą w sposób dla prasy pożyteczny, natomiast poważne trudności wyłoniły się na terenie części nowych biur ogłoszeń oraz w sprawie agencji ogłoszeniowej działającej pod firmą Powszechnie Biuro Ogłoszeń (Leon Zenftman).

Latem 1937 roku Powszechnie Biuro Ogłoszeń znalazło się w trudnościach płatniczych, które w rezultacie doprowadziły do upadłości, przy czym okazało się, iż agencja ta nie posiadała niemal żadnych aktywów i narażiła prasę na poważne straty materialne. Sprawa upadłości P. B. O. stała się poważnym ostrzeżeniem w dziedzinie polityki kredytowej prasy i spowodowała zwrócenie szczególnej uwagi wydawnictw na ten odcinek stosunków ogłoszeniowych. Władze Związku Wydawców, działając w myśl uchwały Zarządu Głównego, spowodowały ogłoszenie Powszechnemu Biuro Ogłoszeń upadłości. Przeciwko właścicielowi tego biura, który wyjechał zagranicę i przebywa tam dotychczas, wytoczona została sprawa karna.

Do ważnych w okresie sprawozdawczym zagadnień ogłoszeniowych należała też sprawa stosunku prasy do małych i nowych biur ogłoszeń. Poprawa koniunktury gospodarczej w kraju nie przyniosła należytego wzrostu ilości firm ogłaszających się w prasie oraz poważniejszego wzrostu wydatków na reklamę prasową dotychczasowych inserentów. Natomiast prasa stanęła w obliczu niebezpiecznej inflacji liczby pośredników ogłoszeniowych. Miesiące jesienne i zimowe r. ub. oraz pierwsze miesiące r. bież. przyniosły liczne próby tworzenia nowych agencji ogłoszeniowych przez ludzi niedysponujących — z paroma wyjątkami — odpowiednimi po temu kwalifikacjami, rozpoczynających pracę bez kapitału obrotowego i nie dających żadnych osobistych gwarancji solidnego traktowania swej współpracy z prasą. Zarówno te nowe agencje ogłoszeniowe, jako też małe, dawniej działające, agencje z reguły domagały się od prasy kredytu i próbowały sięgać po dawnych inserentów, obsługiwanych przez wielkie, od wielu lat współpracujące z prasą biura ogłoszeń. Pogłębiało to atmosferę niezdrowej konkurencji i zamętu ogłoszeniowego. To też władze Związku niejednokrotnie w okresie sprawozdawczym zajmowały się na swych posiedzeniach sprawą małych i nowych biur ogłoszeń. Władze Związku stanęły na stanowisku, iż sprawy tych biur nie mogą być załatwiane schematycznie, gdyż niektórzy drobni pośrednicy ogłoszeniowi niejednokrotnie współpracują z prasą solidnie, powiększają stopniowo zakres swej pracy i stają się z czasem poważnymi współpracownikami działów ogłoszeniowych prasy. Również wśród nowych biur ogłoszeń pojawiają się firmy zasługujące na zaufanie prasy. Z tych względów Rada i Zarząd Główny Związku Wydawców przekazały Prezydium Związku kompetencje określania stosunku prasy do poszczególnych nowych i małych biur ogłoszeń. Sprawy takich biur były przedmiotem rozważań szeregu posiedzeń Prezydium Związku; Prezydium ustaliło dyrektywy w sprawie poszczególnych biur, przyczym w szczególności

ści zwracało uwagę na uchronienie prasy przed możliwością ponoszenia strat materialnych z powodu zbyt łatwo udzielanych kredytów.

Najważniejszą ze spraw dotyczących nowych biur ogłoszeń była w okresie sprawozdawczym sprawa zagranicznego biura ogłoszeń J. Walter Thompson, która zaprzętnęła uwagę sfer prasowych i energię władz Związku w ciągu szeregu miesięcy letnich i jesiennych.

Pod wpływem szkodliwych dla prasy skutków pojawiania się na rynku wciąż nowych biur ogłoszeń, obliczonych z reguły na odbieranie dotychczasowym biurom stałych klientów ogłoszeniowych przy pomocy obniżania cen ogłoszeń — władze Związku latem r. ub. ustaliły, iż prasa będzie odtąd współpracowała jedynie z takimi nowymi biurami, które odpowiadać będą wymaganiom, ustalonym przez władze Związku.

Pierwszym biurem, które znalazło się w kolidacji z tymi decyzjami władz Związku Wydawców była sp. z ogr. odp. J. Walter Thompson, która pod koniec lata ub. r. podjęła próbę rozpoczęcia na rynku polskim swej działalności, jako miejscowa spółka z ograniczoną odpowiedzialnością o bardzo niewielkim kapitale zakładowym. Prasa stanęła wobec zagadnienia następującego: na rynku pojawić się miało nowe biuro ogłoszeń, sięgające po przez swe stosunki międzynarodowe po szereg największych w Polsce budżetów ogłoszeniowych, a słabe pod względem finansowej odpowiedzialności. Znosiło się na to, iż powstanie w najbliższych miesiącach nowy ośrodek wysokich sald, zabezpieczonych jedynie przez niewielki kapitał zakładowy nowej spółki.

To też nic dziwnego, iż władze Związku Wydawców wielką wagę przywiązywały do należytego rozwiązania sprawy tego nowego biura zwłaszcza, że już pierwsze posunięcia wysłanników nowego biura na terenie polskim miały charakter wskazujący na to, iż nowe biuro zamierza traktować prasę w sposób bardzo niewłaściwy i bezwzględny. Sprawa stosunku do biura Thompsona była przedmiotem rozważań szeregu posiedzeń Zarządu Głównego, Prezydium Związku i specjalnych zebrań wielkich wydawnictw. Wysiłki podjęte przez władze Związku, w myśl uchwał powziętych na tych posiedzeniach, doprowadziły, po szeregu miesięcy, do zlikwidowania tej sprawy w sposób zgodny z interesami prasy.

Umowy ogłoszeniowe

W okresie sprawozdawczym przeprowadzono szereg prac zmierzających do uporządkowania i unormowania na drodze specjalnych umów poszczególnych odcinków pracy ogłoszeniowej prasy polskiej. Zainicjowało te prace zawarcie i podpisanie przez dwadzieścia kilka wielkich wydawnictw umowy w sprawie warunków płatności rachunków ogłoszeniowych i wysokości skont. W tej dziedzinie, naskutek zamętu, jaki wprowadził okres kryzysu do polskich stosunków ogłoszeniowych dawały się od szeregu lat odczuwać 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 odtąd prasa zarówno z biurami ogłoszeń, jak i z inserentami bezpośrednimi. Umowa określiła dokładnie w jakich terminach rachunek za ogłoszenia winien być regulowany, 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 1938 r. Podpisały ją wszystkie niemal wielkie wydawnictwa.

Również od 1 kwietnia 1938 r. weszła w życie umowa, zawarta pod egidą władz Związku, przez trzy wielkie popo-

ludniowe 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 kliszowych 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 zyskała całkowitą ich aprobatę. Tekst umowy został rozesłany przez władze Związku do kilkudziesięciu wydawnictw z propozycją jej podpisania.

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 do kilkudziesięciu najpoważniejszych wydawnictw z propozycją przystąpienia do umowy. Głównym zadaniem umowy, jest całkowite przerwanie pomieszczania wszelkich materiałów informacyjnych lub publicystycznych, o charakterze reklamowym, pochodzących od firm przemysłowo-handlowych i instytucji zarobkowych, które nie pomieszczają reklam płatnych. Umowa przewiduje, iż wyjątek od tej reguły stanowią mogą tylko materiały o charakterze propagandowym, których pomieszczanie łączy się z ważnymi zagadnieniami natury kulturalnej i ogólnopństwowej. Umowa przewiduje kilka dróg prowadzących do całkowitego wyłączenia w prasie wszelkich form bezpłatnej i ukrytej reklamy handlowej. Specjalna stała komisja paruosobowa, wyznaczona przez Prezydium Związku Wydawców, ma rozstrzygać zgłaszane przez wydawnictwa zapytania w sprawie wątpliwości, jakie nasuwać się mogą w poszczególnych konkretnych wypadkach.

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 zmuszona jest ofiarowywać sporo miejsca na wzmianki i notatki gratisowe, co zarazem zmniejsza 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 Zarządu Głównego i Rady Związku oraz na specjalnych zebraniach przedstawicieli większych wydawnictw ustalono definitywnie tekst umowy w tej sprawie. W myśl tego układu pisma, które dotychczas 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 inserentami płatnymi a bezpłatnymi wzmiankami. Ponadto umowa zawiera szereg przepisów, dotyczących pomieszczania tych wzmianek w okresie przejściowym, a normujących sprawę w sposób zmniejszający dotychczasowe przerosty i dokuczliwości. 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.

Inne sprawy ogłoszeniowe

W okresie sprawozdawczym władze Związku Wydawców w dalszym ciągu żywo interesowały się zagadnieniem bezimienej propagandy i reklamy zbiorowej. Sprawa ta była przedmiotem obrad szeregu posiedzeń, odbytych w tej sprawie na terenie Związku oraz przez przedstawicieli Związku ze sferami rządowymi i gospodarczymi. Zrozumienie wagi uruchomienia w Polsce zbiorowej propagandy i reklamy staje się coraz żywsze we wszystkich sferach decydujących, to też zagadnienie to, którego inicjatywę wzięły w swoje ręce, w ubiegłym okresie sprawozdawczym, władze Związku — zbliża się ku definitywnej realizacji, która bez wątpienia przyniesie wiele pożytku zarówno ogólnej gospodarce krajowej jako też prasie.

Wzorem lat ubiegłych stały, bliski kontakt utrzymywały władze Związku Wydawców z Polskim Związkiem Reklamowym skupiającym wszystkich wybitniejszych przedstawicieli zawodu reklamowego w Polsce. Z uwagi na charakter i zakres działania tej organizacji stała, wzajemnie lojalna, współpraca dwu związków posiada dla obu stron poważne fachowe znaczenie.

Powołany do życia w poprzednim okresie sprawozdawczym, a działający przy biurze Związku Wydział dla spornych spraw ogłoszeniowych załatwił m. in. ciekawą sprawę o charakterze zasadniczym. 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 stwierdziło, iż szereg ogłoszeń pomieszczonych w nim niema 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 konkretnego sporu, zawiera sprecyzowanie pojęcia ogłoszenia tekstowego.

W dziedzinie zagranicznej propagandy na rzecz ogłoszenia prasowego w Polsce na uwagę zasługuje udział Związku Wydawców w Wystawie Paryskiej oraz zorganizowany przez Związek dział prasowy w Pawilonie Polskim na tegorocznych Targach Królewskich. Oba te wystąpienia zagraniczne Związku omówione są bliżej w odpowiednim dziale sprawozdania.

Sprawy reklamy zbiorowej oraz wszelkie aktualne zagadnienia ogłoszeniowe szczegółowo, stale omawiane były na łamach organu Związku miesięcznika „Prasa”, który w każdym numerze pomieszczał artykuły i informacje poświęcone tym sprawom, a ułatwiające członkom Związku dokładne śledzenie rozwoju i stanu tych spraw i zagadnień.

Na ostatnich w okresie sprawozdawczym posiedzeniach Zarządu Głównego Związku rozpatrywane były parokrotnie szczegółowo dwa następujące ważne zagadnienia z dziedziny spraw ogłoszeniowych: akcja w sprawie unieszkodliwiania efemeryd ogłoszeniowych, dewastujących rynek ogłoszeniowy ku wielkim szkodom z jednej strony życia gospodarczego, a z drugiej strony prasy, oraz sprawa rejestru akwizytorów. Zarząd Główny Związku powziął w obu tych sprawach, mających doniosłe i zasadnicze znaczenie dla powagi

prasy i rozwoju jej działów ogłoszeniowych, konkretne uchwały, które realizowane będą w najbliższym czasie.

Również na ostatnich w okresie sprawozdawczym posiedzeniach władz Związku Wydawców wysunięte zostały projekty bliższego zajęcia się przez władze Związku sprawą niewłaściwych i szkodliwych form reklamy kinowej oraz sprawą zorganizowania akcji propagandy na rzecz ogłoszenia prasowego.

Wreszcie zanotować należy, iż duże znaczenie dla sprawy reklamy prasowej posiadać będzie wydanie przez władze Związku Wydawców „Informatora Prasowego“, który spopularyzuje i utwali na rynku wykaz najważniejszych pod względem ogłoszeniowym organów prasy polskiej, zasługujących na uwagę sfer gospodarczych i na stałe uwzględnianie tych organów w kampaniach ogłoszeniowych. Sprawa wydania przez władze Związku „Informatora Prasowego“ bliżej omówiona będzie na innym miejscu.

SPRAWY KOLPORTAŻOWE

W okresie sprawozdawczym czynnikiem w dalszym ciągu całkowicie decydującym o stanie, sposobie funkcjonowania i rozwoju kolportażu było Towarzystwo Księgarni Kolejowych „Ruch“, ogniskujące niemal w całości, w ramach swojej organizacji handlowej, kolportaż wszystkich większych pism, zarówno w stolicy jak i na prowincji.

Władze Związku Wydawców utrzymywały stały, bliski kontakt z Zarządem Towarzystwa „Ruch“, uzgadniając z nim szereg bieżących spraw, które wyłoniły się w okresie sprawozdawczym. We władzach naczelnych Towarzystwa „Ruch“ zasiada szereg członków władz Związku Wydawców.

Stale wiele uwagi sprawom kolportażowym w ogóle, a w szczególności działalności Towarzystwu „Ruch“ poświęcał organ Związku Wydawców miesięcznik „Prasa“, pomieszczając artykuły i zestawienia cyfrowe, dotyczące pracy „Ruchu“, stanu rynku kolportażowego w Polsce oraz przemian zachodzących na tym rynku.

Biuro Związku Wydawców prowadziło w okresie sprawozdawczym wydatną pracę w kierunku badania rozwoju czytelnictwa, propagandy czytelnictwa i zagadnień kolportażowych na terenie zagranicy. Biuro Związku zgromadziło poważną ilość materiałów informacyjnych, dotyczących tych spraw i częściowo użytkowało je na łamach „Prasy“.

Władze Związku czuwały w dalszym ciągu w okresie sprawozdawczym nad wykonywaniem dwu umów w dziedzinie spraw kolportażowych, zawartych przez zainteresowane wydawnictwa w poprzednim okresie sprawozdawczym: w sprawie bezpłatnych dodatków do dzienników i w sprawie godziny ukazywania się warszawskich dzienników popołudniowych. Ponadto w okresie sprawozdawczym zawarte zostało okresowe porozumienie trzech dzienników warszawskich dotyczące objętości ich numerów w okresie letnim. Sprawy porozumień kolportażowych omówione są w sprawozdaniu osobno.

Przed Bożym Narodzeniem 1937 r. z inicjatywy władz Związku główne dzienniki kolportażowe zawarły porozumienia w sprawie terminu wydania ostatnich numerów przedświątecznych i pierwszych numerów poświątecznych. W okresie Wielkiejnocy 1938 r. kwestię numerów poświątecznych automatycznie załatwiła obowiązująca od dnia 1 kwietnia b. r. umowa zbiorowa w sprawie pracy dziennikarzy, a jeśli chodzi o numery przedświąteczne wydawnictwa utrzymały zwyczaj, wprowadzony na Wielkanoc i Boże Narodzenie 1937 r.

Władze Związku żywo interesowały się sprawą rozwoju kolportażu pocztowego, zastosowanego przez pocztę państwo-

wą z inicjatywy władz Związku Wydawców. Doświadczenie okresu sprawozdawczego wskazuje, iż ta forma kolportażu jest dla wydawnictw użyteczna, zwłaszcza jeśli chodzi o docieranie na tereny odległe od linii kolejowych oraz o propagandę na pewnych terenach prowincjonalnych. Na jesieni 1937 r. władze Związku wystąpiły do Ministerstwa Poczty i Telegrafów z szeregiem postulatów, wiążących się z usprawnieniem kolportażu pocztowego.

Porozumienia w sprawach kolportażowych

W ciągu całego okresu sprawozdawczego działały w dalszym ciągu w sposób najzupełniej zadawalniający dwa poważne porozumienia kolportażowe, zawarte pod egidą władz Związku Wydawców w poprzednim okresie sprawozdawczym.

Pierwsze z tym porozumień, dotyczące godziny ukazywania się trzech wielkich warszawskich dzienników popołudniowych, w dalszym ciągu powodowało ukazywanie się tych dzienników o identycznej porze, ułatwiając im spokojną pracę redakcyjną i techniczną oraz pozwalając unikać walki konkurencyjnej w dziedzinie wcześniejszego ukazywania się oraz trudności przy rozwożeniu gazet, jakie nastęrczał okres przed zawarciem umowy.

Również doskonale w okresie sprawozdawczym wytrzymała próbę czasu druga wielka umowa kolportażowa, wykluczająca dołączanie do wielkich kolportażowych dzienników 10-cio groszowych różnego rodzaju dodatków. Umowa ta, która zapewniła objętym nią dziennikom poważne oszczędności w postaci kosztów dawnych dodatków, wykonywana była w okresie sprawozdawczym bardzo ściśle, a drobne sporadycznie wynikające nieporozumienia były szybko i całkowicie likwidowane przez dyrekcję Związku.

W czerwcu 1937 r. zawarte zostało, pod egidą władz Związku Wydawców, nowe, okresowe, ale mimo to bardzo ważne porozumienie trzech wielkich warszawskich dzienników popołudniowych: „Dobrego Wieczoru“, „Gońca Warszawskiego“ i „Wieczoru Warszawskiego“. Umowa dotyczyła rozmiarów numerów tych wydawnictw w okresie lata 1937 r. W myśl umowy zawierające ją trzy wydawnictwa zgodnie ustaliły i unormowały rozmiary swych numerów na poszczególne dni lipca i sierpnia 1937 r. Umowa wykonana została bardzo dokładnie, ułatwiając redakcyjną i techniczną pracę tych wydawnictw w okresie dwu miesięcy letnich oraz zapewniając im na tej drodze dość poważne oszczędności pieniężne.

Opodatkowanie hurtowych sprzedawców pism

Na początku okresu sprawozdawczego żywo zaprzętnęła uwagę władz Związku Wydawców sprawa opodatkowania hurtowych sprzedawców gazet. Przed rokiem 1936 hurtowi sprzedawcy pism korzystali z poważnych ulg w dziedzinie podatku przemysłowego od obrotu, umotywowanych specjalnym charakterem handlu gazetowego, który przy wielkich obrotach zapewnia stosunkowo niewielki odsetek wpływów brutto. W r. 1936 władze skarbowe ulgi te cofnęły. Praktyka roku 1936 wykazała, iż cofnięcie tych ulg spowodowało tak dotkliwie obciążenie podatkowe hurtowego handlu gazetami, iż handel gazetowy nie mógł obciążeniom tym podołać. Sprawa ta zainteresowała władze Związku Wydawców w dwóch względów. Wydawcy są bezpośrednio zainteresowani w tym, aby sprzedawcy gazet mogli sprawnie pracować i należycie wywiązywać się ze swych zobowiązań, z drugiej zaś strony podwyżka opłat podatkowych obciążała bezpośrednio szereg kolportażowych oddziałów wielkich wydawnictw, pracujących pod ścisłym zwierzchnictwem tych wydawnictw, ale na własny rachunek i wskutek tego opłacających podatek przemysłowy od obrotu.

Wychodząc z tych założeń władze Związku Wydawców wystąpiły do Ministerstwa Skarbu z postulatem przywrócenia poprzednio stosowanych w tej dziedzinie ulg podatkowych. Po długich zabiegach, zastosowanych w tej sprawie przez władze Związku, Ministerstwo Skarbu zastosowało do hurtowych sprzedawców gazet ulgi, w myśl których mogą oni opłacać podatek przemysłowy od osiągniętych obrotów według 0,75% stawki podatkowej, podczas gdy stawka podatkowa w okresie bezulgowym wynosiła 1,7% dla przedsiębiorstw nieprowadzących ksiąg oraz 1,2% dla przedsiębiorstw prowadzących prawidłowe księgi handlowe. Ulga ta zdecydowana w końcu r. 1937 zastosowana została od dnia 1 stycznia 1937 r. wstecz.

W lutym 1938 r., wobec złożenia przez Ministerstwo Skarbu Sejmowi projektów nowych ustaw w sprawie kart rejestracyjnych i w sprawie podatku przemysłowego od obrotu — władze Związku wystąpiły do Ministerstwa Skarbu oraz do Sejmu i Senatu z przedłożeniami w sprawie zastosowania do detalicznych sprzedawców gazet tanich kart rejestracyjnych oraz utrzymania ulg podatkowych dla hurtowych sprzedawców gazet.

Sprawa cen i importu makulatury

Na początku roku 1938 sprawa ceny makulatury na rynku polskim zaczęła się coraz bardziej zarysowywać w sposób z jednej strony czkodliwy dla interesów prasy, a z drugiej — niebezpieczny dla pewnych odcinków finansowej gospodarki państwa.

Coraz bardziej pogłębia się obserwowane już od szeregu lat zjawisko nadmiernego spadku ceny makulatury. Ponadto w ostatnim czasie coraz trudniejszy staje się jej zbyt, tak, że magazyny makulatury i w administracjach wydawnictw i u kupców tej branży są stale przeładowane, co powoduje dalszy spadek cen.

Na ten stan rzeczy złożył się szereg przyczyn. W ostatnich latach nastąpiła poważna zmiana w dziedzinie użytkowania makulatury, zarówno gazetowej jak i wszelkiej innej. O ile dawniej makulatura, zwłaszcza gazetowa, używana była jako papier do owijania towarów, obecnie, w związku z dążeniem do owijania towarów wyłącznie w czyste papiery pakowe, makulatura w coraz większym stopniu użytkowana jest jako surowiec dla przemysłu papierniczego. W tej zaś dziedzinie coraz poważniejszym konkurentem makulatury krajowej staje się makulatura zagraniczna, której wózw w roku 1936 przekroczył 19 tys. tonn, a w roku 1937 wzrósł jeszcze bardziej. Przed paroma jeszcze laty cena tej importowanej makulatury wynosiła około 13,5 gr., obecnie zaś waha się od 5,5 do 7 gr. za kg., przy czym dostarczana ona jest na roczny kredyt. Szereg fabryk papierniczych, zwłaszcza fabryk tektury, jest stałym odbiorcą tej zagranicznej makulatury, co ogromnie zmniejsza możliwości lokowania w fabrykach makulatury krajowej.

Dla prasy zagadnienie zbytu i cen makulatury jest bardzo ważne nie tylko ze względów finansowych ale i ze względów polityki kolportażowej. Działając nietylko w interesie własnym, ale również w interesie docierania z gazetą i czasopiśmie polskim na jak najdalsze tereny prowincjonalne państwa, — prasa zmuszona jest do przyjmowania od sprzedawców dzienników i czasopism dużych ilości zwrotów, idących na makulaturę. Z drugiej strony ważną, z punktu widzenia ogólnych interesów kraju, jest rzeczą, aby przemysł papierniczy polski swoje zapotrzebowanie makulatury, jako surowca, pokrywał przede wszystkim w kraju, nie zużywając niepotrzebnie dewiz na przywóz makulatury zagranicznej.

Badania przeprowadzone w tej sprawie przez władze Związku Wydawców stwierdziły, iż jednym z głównych powodów tak niekorzystnego dla gospodarki krajowej i dla

prasy stanu rzeczy w tej dziedzinie jest fakt całkowitego zwolnienia od cła wwożonej z zagranicy makulatury drobno pokrajanej lub gęsto podziurawionej. Do importu makulatury przyczynia się także całkowite zwolnienie od cła wwozu starych gazet i czasopism w języku niemieckich, niepodziurawionych i niepokrajanych „dla celów kulturalnych ludności Gdańska“. Wreszcie import makulatury zagranicznej ułatwiają niskie stawki przewozowe, stosowane przez koleje państwowe dla przewozu makulatury od szeregu punktów granicznych w głąb kraju.

Z uwagi na szkody jakie zbędny import makulatury zagranicznej powoduje dla całokształtu gospodarki narodowej w ogóle, a dla prasy w szczególności, władze Związku Wydawców wystąpiły w kwietniu 1938 r. do Ministerstwa Skarbu, Ministerstwa Handlu i Przemysłu i Ministerstwa Komunikacji o rozważenie i uwzględnienie następujących postulatów zrzeszonej w Związku prasy:

- 1) wydanie zarządzenia, dotyczącego całkowitego zakazu wwozu na przeciąg kilku najbliższych miesięcy makulatury zagranicznej do kraju, a to celem umożliwienia zużycia wielkich ilości nagromadzonych obecnie zapasów krajowej makulatury,
- 2) takie unormowanie bezcłowego wwozu starych gazet i czasopism niemieckich „dla celów kulturalnych ludności w Gdańsku“, któreby uniemożliwiło przedostawanie się tą drogą do Polski wielkich ilości makulatury zagranicznej,
- 3) uchylenie przepisów taryfy celnej, zezwalających na bezcłowy wwóz makulatury z zagranicy do Polski,
- 4) ustalenie stawek celnych dla wwożonej z zagranicy makulatury na takim poziomie, któryby uniemożliwiał deprecjonowanie ceny i utrudnianie zbytu makulatury krajowej przez łatwy wwóz taniej makulatury zagranicznej,
- 5) takie ustalenie stawek na przewóz makulatury od szeregu stacji granicznych w głąb kraju, któreby nie ułatwiało wwozu taniej makulatury zagranicznej do Polski.

PRZEWÓZ PISM

Zasadnicze postulaty prasy w sprawach regulowanych przez Ministerstwo Komunikacji sformułowane zostały w memoriale przedłożonym p. Ministrowi Komunikacji w 1936 r. Postulaty te dotyczyły: a) obniżenia opłat za przewóz pism koleją, b) przewozu pism wagonami motorowymi, c) sprawy rozkładu jazdy i przeładunku paczek gazetowych, d) sprawy przewozu pism samolotami.

Odnośnie pierwszej z tych spraw władze Związku podkreśliły, iż obecna wysokość i konstrukcja opłat kolejowych za przewóz pism jest jedną z najważniejszych przeszkód, utrudniających szerszy rozwój kolportażu prowincjonalnego; na dalsze dystanse opłaty wzrastają tak znacznie, iż kalkulacja sprzedaży pism, wysyłanych do miejscowości bardziej odległych, staje się wysoce utrudniona. Przyczyną tej progresji jest obecna konstrukcja taryfy za przewóz pism; opłaty według tej taryfy w miarę wzrostu odległości wzrastają silnie, w stopniu daleko znaczniejszym, niż stawki innych taryf kolejowych. Na zasadzie powyższego władze Związku we wspomnianym memoriale wystąpiły:

- 1) o obniżenie zasadnicze opłat za przewóz dzienników i czasopism kolejami na odległości ponad 100 klm. o 20—40%,
- 2) o zatrzymanie progresji tych opłat na 300 klm. i liczenie przy przewozach na odległości dalsze niż 300 klm. stawki przypadającej za 300 klm.

Postulaty powyższe były w latach ubiegłych przedmiotem konferencji przedstawicieli władz Związku z przedstawicielami Ministerstwa Komunikacji. Ze strony Ministerstwa Ko-

munikacji wysunięta została koncepcja całkowitej zmiany konstrukcji opłat za paczki gazetowe, idące w kierunku znacznych uproszczeń manipulacyjnych w drodze wprowadzenia opłat ryczałtowych niezależnych od odległości a związanych jedynie z wagą paczki. Władze Związku po przeprowadzeniu odpowiednich badań oraz ankiety wśród członków Związku, doszły do przekonania, że proponowana konstrukcja opłat nie uwzględnia interesów znacznej części wydawnictw, a w szczególności wydawnictw o mniejszym zasięgu terytorialnym, które zmuszone byłyby opłacać stawkę ryczałtową, obliczoną według średniego kilometrażu przewozu paczek gazetowych na P. K. P., znacznie przewyższającego odległości na jaką wydawnictwa regionalne ekspediuja pisma do kolportażu. Wobec powyższego władze Związku ustosunkowały się negatywnie do projektu Ministerstwa Komunikacji, podtrzymując swe postulaty wyżej omówione. Postulaty te nie zostały dotychczas przez Ministerstwo Komunikacji załatwione,

Drugi postulat władz Związku, sformułowany w wyżej wspomnianym memoriale, dotyczył zezwolenia na przewóz paczek z pismami wagonami motorowymi przy zastosowaniu taryfy normalnej. Sprawa ta została przez Ministerstwo Komunikacji rozstrzygnięta w sensie negatywnym; decyzja ta była uzasadniana w latach ubiegłych względami technicznymi (brak odpowiedniego miejsca w wagonach motorowych) jak i względem na próbny dotychczas charakter trakcji motorowej na P. K. P. Wobec normalizacji ruchu wagonów motorowych władze Związku zamierzają w r. b. ponownie wystąpić do Ministerstwa Komunikacji z wyżej omówionym postulatem.

Bardzo poważne znaczenie dla prasy posiadają godziny odejścia pociągów z centrów wydawniczych oraz system połączeń kolejowych, z którym ściśle wiąże się sprawa przeładunku paczek gazetowych w punktach węzłowych. Związek Wydawców szereg razy przedkładał Ministerstwu Komunikacji liczne postulaty, związane z tym zagadnieniem, a dotyczące dostosowania o ile możliwe rozkładu jazdy do najważniejszych potrzeb prasy. Postulaty te, parokrotnie ponawiane, nie znalazły pozytywnego rozwiązania wobec ich niezgodności z wymogami ruchu osobowego jak również wobec powolnej technicznej rozbudowy stacji i węzłów kolejowych.

Ostatnim nie rozwiązany dotychczas zagadnieniem, które było przedmiotem wystąpienia władz Związku do Ministerstwa Komunikacji, jest sprawa przewozu pism samolotami. Władze Związku specjalną wagę przywiązują do umożliwienia prasie posługiwania się w jak najszybszej mierze tym najszybszym środkiem przewozowym. W obecnej sytuacji prasy, która z jednej strony dostosować się musi do wzrastającego tempa współczesnego życia i biegu wypadków, z drugiej — zagrożona jest w coraz silniejszym stopniu działalnością informacyjną radia — zagadnienie szybkiego dotarcia do czytelnika nabiera z każdym rokiem coraz większego znaczenia. Samoloty oddać mogą w tej dziedzinie prasie ogromne usługi. Pierwszym warunkiem jest jednak dostosowanie kosztu przewozu lotniczego gazet do możliwości prasy. Obecny poziom i konstrukcja opłat za przewóz lotniczy pism uniemożliwiają wydawnictwom korzystanie w szerokiej mierze z tego środka ekspedycji pism.

Badania, podjęte przez władze Związku nad tym zagadnieniem, doprowadziły do sformułowania najbardziej zasadniczych postulatów prasy, których realizacja umożliwi szerokie rozwinięcie lotniczego przewozu gazet. Postulaty te, przedłożone w wyżej wymienionym memoriale Ministerstwa Komunikacji, idą w kierunku: a) wprowadzenia specjalnego typu paczek gazetowych samolotowych na wzór paczek gazetowych kolejowych, b) ustalenia opłaty za prze-

wóz dzienników i czasopism samolotami w wysokości około 10 gr. za 1 kg. niezależnie od odległości, c) rozważenie sprawy nocnych lotów towarowych.

Z zagadnieniem przewozu pism łączy się ściśle sprawa opłat stemplowych od ceduł kolejowych na paczki z dziennikami i czasopismami. Opłaty te, mimo pozornie nieznacznej wysokości, zwiększają poważnie koszt przewozu paczek z pismami; szczególnie ma to znaczenie w odniesieniu do małych paczek wysyłanych na odległości 100—150 klm. Sprawa całkowitego zniesienia tych opłat była już kilkakrotnie przedkładana przez władze Związku Ministerstwu Skarbu m. innymi w 1936 r. Postulat powyższy spotykał się z systematycznym sprzeciwem właściwych władz skarbowych.

Omawiane powyżej postulaty stanowią wytyczne w prowadzonych od kilku lat zabiegach władz Związku, dotyczących stworzenia takich warunków przewozu pism, któreby ułatwiały prowadzenie wydawnictwom rozległej akcji kolportażowej. Droga do realizacji tych postulatów wobec trudnej i skomplikowanej sytuacji gospodarczej i finansowej państwa jest długa i mozolna. Okres sprawozdawczy nie przyniósł w dziedzinie przewozu pism żadnych poważniejszych zmian. Z tych względów władze Związku zamierzają w niedługim czasie ponownie swe wystąpienia w sprawie postulatów przewozowych prasy.

Przewóz pism autobusami

Na skutek starań władz Związku Wydawców Ministerstwo Poczty i Telegrafów w r. 1935 zezwoliło na przewożenie paczek z pismami przy pomocy autobusów pod warunkiem uiszczenia ustalonej opłaty na rzecz Poczty. Prasa i instytucje kolportażowe w szerokiej mierze wykorzystywały ten nowy a dogodny sposób przewożenia pism. Niespodziewanie w lipcu 1936 r. władze pocztowe bez porozumienia z prasą zmieniły przepisy o przewozie pism autobusami, wprowadzając postanowienia, poważnie ograniczające możliwość korzystania z autobusów przez prasę; mianowicie punkt 5 przepisów wykonawczych do zarządzenia Ministra Poczty i Telegrafów z dnia 10 lipca 1936 r. stanowi, iż zezwolenie na przewóz czasopism autobusami Dyrekcje Okręgowe Poczty udzielają tylko w tych warunkach, gdy w godzinach, w których mają być wysyłane czasopisma, nie jest przewożony autobusem w tym samym kierunku ładunek pocztowy.

W związku z omówioną powyżej zmianą warunków korzystania przez prasę z przewozów autobusowych władze Związku wystąpiły do Ministerstwa Poczty i Telegrafów z postulatem uchylecia postanowień cytowanego punktu 5 przepisów wykonawczych i zezwolenia na przewóz pism autobusami niezależnie od okoliczności czy dany autobus przewozi ładunek pocztowy. Uzasadniając ten postulat władze Związku stwierdziły, iż wprowadzone ograniczenie prowadzi w praktyce do całkowitego uniemożliwienia wykorzystywania dla przewozu pism autobusów, przewożących pocztę; przepisy pocztowe zabraniają korzystania w tych wypadkach bezpośrednio z usług przedsiębiorstwa przewozowego, a wysokość stawek taryfy pocztowej uniemożliwia przesyłanie gazet tym autobusem jako paczki pocztowej.

Powyżej omówiony postulat władz Związku nie został dotychczas zrealizowany, wobec czego władze Związku przedłożyły go ponownie Ministerstwu Poczty i Telegrafów.

SPRAWY SKARBOWE

Specjalnie intensywna była w okresie sprawozdawczym akcja władz Związku Wydawców w dziedzinie skarbowo-podatkowej. Dotyczyła ona m. innymi spraw następujących: a) ustawy o kartach rejestracyjnych, b) ustawy o podatku

obrotowym, c) ulg w świadectwach przemysłowych dla wydawnictw, d) ulg w podatku obrotowym dla hurtowych sprzedawców pism.

Ustawa o kartach rejestracyjnych i ustawa o podatku obrotowym

W lutym r. b. rząd wniósł do izb ustawodawczych projekty dwóch ustaw, wprowadzających zasadnicze reformy do konstrukcji podatku przemysłowego. Były to ustawy 1) o opłatach rejestracyjnych od przedsiębiorstw i zajęć i 2) o podatku obrotowym.

Ponieważ oba te projekty zawierały szereg postanowień, pogarszających obecny stan rzeczy w dziedzinie opodatkowania prasy, natomiast pomijały szereg kwestii, które w latach ostatnich zostały rozstrzygnięte w drodze specjalnych zarządzeń Ministra Skarbu w sensie dla prasy korzystnym, — władze Związku w końcu lutego r. b. wystąpiły do P. Ministra Skarbu z dwoma obszernymi, umotywowanymi memoriałami, zawierającymi postulaty prasy w sprawie projektowanej reformy podatkowej.

W pierwszym z tych memoriałów, dotyczącym kart rejestracyjnych, władze Związku, powołując się na oświadczenie rządowe, iż intencją projektu jest utrzymanie obecnego poziomu obciążeń podatkowych z tytułu świadectw przemysłowych, wskazały, iż projektowane ceny kart rejestracyjnych stanowiłyby dla olbrzymiej większości wydawnictw bardzo znaczną podwyżkę w porównaniu z obecnymi cenami świadectw przemysłowych. Obciążenie dzienników ukazujących się w Białymstoku, Częstochowie, Wilnie, Bydgoszczy, Chorzowie, Lublinie, Sosnowcu, Lwowie wzrosłoby sześciokrotnie (zamiast 120 zł. — 750 zł.). Również bardzo znaczny, gdyż 70—100 procentowy byłby wzrost obciążenia czasopism ukazujących się w Warszawie i miastach I klasy (zamiast 120, względnie 140 zł. — 250 zł.).

Projekt ustawy o kartach rejestracyjnych wprowadzał nadto bardzo dotkliwą dla prasy podwyżkę opodatkowania jeszcze w jednej dziedzinie, mianowicie w odniesieniu do kantorów i oddziałów wydawnictw, które dotychczas są prowadzone bez odrębnego świadectwa przemysłowego, a jedynie na podstawie karty rejestracyjnej (w rozumieniu ustawy o podatku przemysłowym). Z treści projektu wynikało, że zmiany mają na celu nałożenie na wydawnictwa obowiązku wykupywania odrębnej b. drogiej karty rejestracyjnej (w rozumieniu ustawy o kartach rejestracyjnych) dla każdego oddziału i kantoru.

Zastrzeżenia władz Związku budził również sposób rozwiązania przez projekt ustawy zagadnienia opodatkowania kolporterów pism. Projekt nie wyodrębnił tego rodzaju handlu, traktując go łącznie z innymi. Budziło to obawy nadmiernego opodatkowania drobnych punktów kolportażowych. Sprzedawcy detaliczni pism w praktyce dotychczas byli przeważnie przez władze skarbowe zwolnieni z obowiązku nabywania świadectw przemysłowych z uwagi na osiągnięte niskie obroty.

Wobec wątpliwości jakie obudził projekt ustawy o kartach rejestracyjnych władze Związku przedłożyły Ministrowi Skarbu postulaty dotyczące: a) utrzymania obciążeń przedsiębiorstw wydawniczych z tytułu świadectw przemysłowych na obecnym poziomie, b) zwolnienie wydawnictw pism od obowiązku nabywania odrębnych kart rejestracyjnych dla oddziałów i kantorów, prowadzonych we własnym zarządzie i na własny rachunek wyłącznie dla celów związanych z własnym wydawnictwem, c) zezwolenia detalicznym sprzedawcom pism na nabywanie kart rejestracyjnych w cenie nieprzekraczającej 7 zł. we wszystkich miejscowościach R. P. Podkreślić należy, iż postulaty te nie dotyczyły

żadnych zniżek dla prasy, szły natomiast w kierunku utrzymania obecnego poziomu obciążenia prasy podatkiem przemysłowym.

Odpisy powyższego memoriału przesłane zostały przewodniczącemu Komisji Skarbowej Sejmu i referentowi ustawy o kartach rejestracyjnych.

Teksty ustaw, uchwalone przez Komisję Skarbową Sejmu oraz przez Plenum Sejmu w połowie marca nie uwzględniały mimo to postulatów prasy. Wobec powyższego władze Związku podjęły ożywione starania zarówno na terenie Ministerstwa Skarbu jak i na terenie Senatu, celem uzyskania zmiany postanowień Sejmu, podwyższających obciążenia podatkowe prasy. Dzięki życzliwemu stanowisku wicepremiera E. Kwiatkowskiego i min. K. Morawskiego oraz na skutek wystąpienia sen. Malskiego z obszernie uzasadnionym wnioskiem Senat na posiedzeniu w dniu 24 marca r. b., przy trzecim czytaniu ustawy o kartach rejestracyjnych, wprowadził do niej szereg zmian, stanowiących realizację znacznie części postulatów prasy. Ceny kart rejestracyjnych dla wydawnictw dzienników i czasopism utrzymane zostały na poziomie dotychczasowym (dla wydawnictw w niektórych miastach wynikną nieznaczne różnice, spowodowane wprowadzonym przez ustawę, odmiennym od dotychczasowego, podziałem miast na klasy, będą to jednak różnice nie przekraczające kilkunastu złotych). Czasopisma w miastach małych opłacać będą mniej niż dotychczas. Kantory i oddziały wydawnictw obciążone zostały kartami rejestracyjnymi w cenie 20 zł., a więc i ta pozycja nieznacznie jedynie odbiega od obecnego stanu rzeczy. Uchwalony przez Senat tekst ustawy o kartach rejestracyjnych nie uwzględnia jedynie postulatu Związku, dotyczącego specjalnie obniżonych kart dla detalicznych sprzedawców pism.

Zgodnie z procedurą ustawodawczą zmieniony przez Senat projekt ustawy o kartach rejestracyjnych powrócił do Sejmu, który uchwalił ostatecznie ustawę o kartach rejestracyjnych w punktach, dotyczących prasy, w brzmieniu ustalonym przez Senat.

Jednocześnie z ustawą o kartach rejestracyjnych rząd wniósł do Sejmu w lutym r. b. projekt ustawy o podatku obrotowym. Ustawa ta bardzo znacznie różni się od dotychczasowej ustawy o podatku przemysłowym. W niektórych punktach różnica ta polega na ogólnikowym sformułowaniu zasad, które wyraźnie były sprecyzowane w ustawie o podatku przemysłowym oraz znalazły potwierdzenie w rozporządzeniu wykonawczym do tej ustawy, okólnikach i t. p. Z chwilą wejścia w życie nowej ustawy tracą moc zarządzenia, wydane na podstawie ustawy poprzedniej, między innymi zarządzenia, wydane na skutek zabiegów Związku Wydawców, a dotyczące ulg dla wydawnictw i przedsiębiorstw kolportażowych. Z tych wszystkich względów władze Związku uznały za konieczne wystąpić do Ministerstwa Skarbu z szeregiem postulatów, mających na celu utrzymanie po wejściu w życie nowej ustawy o podatku obrotowym dotychczasowego stanu w dziedzinie opodatkowania prasy. Postulaty te dotyczyły: a) wyraźniejszego i dokładniejszego sformułowania postanowień ustawy o zwolnieniu wydawnictw pism od podatku obrotowego, bądź wyraźnego stwierdzenia w przepisach wykonawczych, że od podatku obrotowego zwolnione są wszelkie obroty przedsiębiorstw wydawniczych, powstałe w związku z wydawaniem i prowadzeniem pisma, b) wyraźnego stwierdzenia w przepisach wykonawczych, iż obroty drukarni osiągnięte z druku pism codziennych i pism periodycznych, należących do właściciela drukarni nie podlegają podatkowi od obrotu, zaś w drukarniach, wykonujących oprócz druku własnych pism periodycznych i inne druki, — opodatkowaniu podlegają jedynie obroty, osiągnięte z wykonania dru-

ków dla zamawiających, c) utrzymania ulgowej stawki podatkowej 0,75, przyznanej w r. b. przez Ministerstwo Skarbu hurtowym sprzedawcom pism periodycznych na skutek starań władz Związku, d) utrzymanie zwolnienia od podatku obrotowego obrotów, osiągniętych z ubocznej sprzedaży pism przez przedsiębiorstwa handlu towarowego, restauracje i księgarnie. Zwolnienie powyższe uzyskane zostało przez władze Związku przed kilku laty i od tego czasu co roku było prolongowane.

Memoriał władz Związku, przedłożony Ministrowi Skarbu, zawierał nadto jeszcze jeden postulat, który, w odróżnieniu od postulatów wyżej omawianych, nie dotyczył utrzymania obecnego stanu opodatkowania prasy, lecz miał na celu uzyskanie ulgi dla prasy. Obrót drukarni, osiągnięty z druku pism, nie należących do właściciela drukarni, podlega obecnie opodatkowaniu, tak jak wszystkie inne obroty drukarni. To obciążenie podatkowe z reguły przerzucane jest przez drukarnie na wydawnictwa, które opłacają go w rachunkach za druk. Stanowi to upośledzenie wydawnictw mniejszych, nie posiadających własnych drukarni. Władze Związku w latach ubiegłych kilkakrotnie już występowały do Ministerstwa Skarbu o zwolnienie tej kategorii obrotów od podatku obrotowego. Ponieważ Ministerstwo wówczas negatywnie ustosunkowało się do wystąpień Związku, władze Związku w wyżej wspomnianym memoriale sformułowały postulat obniżenia do poziomu 1,3% stawki podatkowej, pobieranej od obrotu powstałego z druku pism. Postulat ten nie został i tym razem uwzględniony przez Ministerstwo Skarbu.

Wobec uchylenia przez Sejm ustawy o podatku obrotowym aktualna stała się sprawa rozporządzenia wykonawczego do tej ustawy. Władze Związku podejmą w najbliższym czasie starania, aby postulaty wyżej omawiane pod a) i b) zostały uwzględnione w tym rozporządzeniu. Nadto władze Związku podejmą starania o uzyskanie zarządzeń, któreby utrzymały obecny poziom opodatkowania hurtowych sprzedawców pism oraz zwolnienie od podatku ubocznego kolportażu.

Ulgę w świadectwach przemysłowych dla wydawnictw

Na zasadzie postanowień taryfy świadectw przemysłowych wszystkie wydawnictwa pism codziennych, ukazujących się w miejscowościach I klasy (Bydgoszcz, Chorzów, Katowice, Kraków, Lublin, Lwów, Łódź, Poznań, Sosnowiec i Warszawa) obowiązujące są do nabywania świadectw przemysłowych II kategorii. To zrównanie pod względem kategorii świadectw przemysłowych nie znajduje żadnego uzasadnienia w sytuacji gospodarczej i możliwościach rozwojowych większości pism prowincjonalnych i jest dotkliwie odczuwane przez prasę prowincjonalną.

Już w latach 1935 i 1936 władze Związku występowały do Ministra Skarbu o ulgi w opłatach z tytułu świadectw przemysłowych dla prasy prowincjonalnej. Wystąpienia te nie przyniosły wówczas pozytywnych rezultatów. W listopadzie r. ub. władze Związku wznowiły tę akcję, występując o ulgi dla wydawnictw ukazujących się w wyżej wymienionych miastach prowincjonalnych I klasy.

Postulat władz Związku został przez Ministerstwo Skarbu załatwiony pozytywnie w całej rozciągłości tylko w odniesieniu do wydawnictw ukazujących się w Bydgoszczy, Chorzowie, Lublinie i Sosnowcu. Ministerstwo zezwoliło tym wydawnictwom na nabywanie świadectw przemysłowych kategorii III, zamiast dotychczas obowiązującej kategorii II. Ulga powyższa przysługuje z urzędu, t. j. bez obowiązku składania podań. Z analogicznej ulgi korzystać mogą

i dzienniki lwowskie, jednak uzależnione jest to od decyzji miejscowej Izby Skarbowej.

Ponieważ decyzja Ministerstwa Skarbu w powyższej sprawie zapadła w dniu 31 grudnia r. ub. biuro powiadomiło o niej zainteresowane wydawnictwa w drodze telefonicznej.

Drugi postulat władz Związku w dziedzinie świadectw przemysłowych przedłożony, w końcu ub. r. Ministerstwu Skarbu, dotyczył rozszerzenia zakresu ulg w świadectwach przemysłowych dla wydawnictw, udzielanych dorocznie przez władze skarbowe w ramach ogólnych ulg w tej dziedzinie. Okólnik wydany w tej sprawie w 1936 r. zezwalał wydawnictwom czasopism na nabywanie świadectw przemysłowych kategorii IV, o ile obrót w 1935 r. nie przekraczał 15 tys. zł., oraz półrocznych świadectw kategorii IV — o ile obrót w 1935 r. nie przekraczał 5 tys. zł. Władze Związku wystąpiły o podwyższenie tych norm do 10 i 25 tys. zł. Postulat ten nie został uwzględniony przez Ministerstwo Skarbu.

Sprawa opodatkowania hurtowych sprzedawców pism

Począwszy od 1927 r. hurtowi sprzedawcy pism na zasadzie specjalnej ulgi opłacali podatek obrotowy w wysokości 2%, wzgl. 1% od $\frac{1}{4}$ obrotu. W grudniu 1936 r. Ministerstwo Skarbu uznało, iż ulga powyższa straciła moc obowiązującą z dniem 1 stycznia 1936 r. a to w związku z wprowadzonym w międzyczasie jednolitym opodatkowaniem przedsiębiorstw handlu towarowego. Ta decyzja Ministerstwa spowodowała bardzo znaczne, gdyż kilkakrotne podwyższenie obciążenia podatkowego hurtowni gazetowych (zamiast 1%, wzgl. 2% od $\frac{1}{4}$ obrotu, co stanowi 0,25 — 0,5% od całości obrotu wprowadzono — 1,7%, wzgl. 1,2% od całego obrotu). Na skutek wystąpień członków Związku oraz próśb kilku hurtowni władze Związku, uznając doniosłość tej sprawy dla prawidłowego funkcjonowania aparatu kolportażowego, podjęły odpowiednią akcję w stosunku do Ministerstwa Skarbu.

Postulat Związku, zgłoszony w początku 1937 r., szedł w kierunku utrzymania ulgi podatkowej dotychczas stosowanej w odniesieniu do hurtowników gazetowych.

Sprawa powyższa była w r. 1937 oraz na początku 1938 r. przedmiotem szeregu konferencji przedstawicieli Związku w Ministerstwie Skarbu oraz w Ministerstwie Przemysłu i Handlu. Ostateczna decyzja Ministerstwa Skarbu poszła w kierunku zezwolenia hurtowym sprzedawcom pism na opłacanie podatku obrotowego według stawki 0,75% od całego obrotu. Stanowi to tylko częściową realizację postulatów władz Związku, w porównaniu jednak do norm, wprowadzonych po uchyleniu ulg z r. 1927 (1,7%, wzgl. 1,2%) jest bardzo poważnym zmniejszeniem obciążenia podatkowego hurtowych kolporterów pism.

Inne sprawy skarbowe

Na skutek wystąpienia Izby Przemysłowo - Handlowej władze Związku zajmowały się sprawą norm średniej dochodowości w przedsiębiorstwach wydawniczych oraz przedsiębiorstwach kolportażowych, które to normy stanowią miałyby, następnie w pewnych wypadkach orientacyjną podstawę przy ustalaniu wymiaru podatku dochodowego.

Zróżniczkowanie w przemyśle wydawniczym pod względem gospodarczym w ogóle, a w szczególności pod względem dochodów, jest ogromne. Dochodowość względnie deficytowość poszczególnych wydawnictw uzależniona jest od szeregu przyczyn, nie dających się ująć w żadnym szablonie. Z tych względów władze Związku stanęły na stanowiu-

sku, iż nie jest możliwe przeprowadzenie takiej klasyfikacji przedsiębiorstw wydawniczych, która zapewniłaby wszystkim wydawnictwom słusze zastosowanie norm dochodowości. Zdaniem władz Związku w stosunku do wydawnictw pism periodycznych winna być zastosowana jak najdalej posunięta indywidualizacja w dziedzinie wymiaru podatku dochodowego.

Odnośnie klasyfikacji przedsiębiorstw kolportażowych władze Związku stanęły na stanowisku, iż handel pismami ujęty być winien w trzech pozycjach: handel hurtowy, półhurtowy i detaliczny.

W połowie 1938 r. Ministerstwo Skarbu przystąpiło do opracowania rozporządzenia wykonawczego do znowelizowanej ustawy o podatku dochodowym. W związku z powyższym władze Związku w najbliższym czasie wystąpią do Ministerstwa Skarbu z postulatem, dotyczącym niezaliczania do dochodu, podlegającego opodatkowaniu, kwot wydatkowanych przez wydawnictwa dzienników i czasopism na cele reprezentacyjne i dyskrecjonalne, jako ściśle związanych z charakterem działalności wydawniczej. Postulat ten był w latach ubiegłych kilkakrotnie już przedkładany władzom skarbowym, nie został jednak dotychczas pozytywnie załatwiony.

DZIAŁALNOŚĆ KOMITETU PRASY PERIODYCZNEJ

W początku ub. r. władze Związku, widząc konieczność opracowania szeregu zagadnień, dotyczących prasy periodycznej, wystąpiły z inicjatywą wznowienia prac Komitetu Prasy Periodycznej, który zorganizowany w pierwszych latach istnienia Związku, od dłuższego czasu nie przejawiał żywszej działalności. Inicjatywa władz Związku spotkała się z przychylnym przyjęciem ze strony czasopism, zrzeszonych w Związku. Pierwsze inauguracyjne zebranie Komitetu odbyło się w maju 1937 r. Przebieg dyskusji na tym zebraniu wykazał, że wśród kierowników czasopism istnieje zrozumienie pożytku wspólnej zorganizowanej akcji na rzecz interesów prasy periodycznej. W krótkim czasie akces do prac Komitetu zgłosiły niemal wszystkie czasopisma reprezentowane w Związku. Liczna i stale wzrastająca frekwencja na zebraniach dowodzi zainteresowania tą nową placówką działalności Związku Wydawców.

Władze Związku, inicjując wznowienie prac Komitetu Prasy Periodycznej, świadome były wielkich trudności, jakie pokonać musi Komitet, aby spełnić należycie swe zadanie. Trudności te wynikają przede wszystkim z ogromnego zróżniczkowania prasy periodycznej zarówno pod względem redakcyjnym jak i gospodarczo-wydawniczym. Dzienniki reprezentują pod względem redakcyjnym jeden typ pisma, pod względem gospodarczym — przedsiębiorstwa bardzo do siebie podobne. Różnice między dziennikami mają więc charakter raczej ilościowy, nie jakościowy. Zupełnie inaczej jest wśród czasopism, które, w zależności od dziedziny którą reprezentuje, mają swoje najzupełniej odrębne zagadnienia do rozwiązania. Istnieje oczywiście sfera spraw wspólnych dla wszystkich czasopism — kwestia druku, papieru, sprawy pocztowe i t. p. jest ich jednak znacznie mniej od tych zagadnień, które są odrębne, specyficzne dla poszczególnych grup czasopism.

Konsekwencją tej właściwości prasy periodycznej jest wyjątkowo skomplikowany charakter większości jej zagadnień wydawniczych. Akcja organizacyjna wśród czasopism wymaga ustalenia płaszczyzny wspólnych interesów to zaś jest możliwe jedynie w oparciu o bardzo gruntowną znajomość stosunków, dążeń i potrzeb wszystkich głównych grup prasy periodycznej.

Prasa periodyczna liczebnością bardzo znaczna, dziesięciokrotnie, przewyższa dzienniki. Z tego prostego faktu wypływają odpowiednie konsekwencje dla wszelkich prac organizacyjnych w dziedzinie prasy periodycznej. Skuteczne prowadzenie tych prac wymaga skupienia dużej liczby wydawnictw, daleko znaczniejszej niż wymaga tego działalność organizacyjna, dotycząca dzienników.

Powyżej omówione względy zdecydowały o kierunku działalności Komitetu Prasy Periodycznej w pierwszym okresie jego istnienia. Działalność ta rozwijała się głównie w trzech dziedzinach: a) opracowanie planu działalności Komitetu i Sekcji, b) działalność organizacyjna, c) akcja mająca na celu realizację postulatów, dotyczących całej prasy periodycznej.

Prace nad planem działalności

Sprawa planu prac Komitetu i jego sekcji rozważona była na wszystkich posiedzeniach Komitetu i wyłonionych przez Komitet Komisji, nadto była przedmiotem prac referatu prasy periodycznej, utworzonego w biurze Związku. Planu działalności Komitetu, sformułowanego w wyniku tych prac, nie omawiamy obszerniej, gdyż został on opublikowany w „Prasie“ (Nr. Nr. 12/37 i 2/38). Podkreślić należy, że plan ten będący pierwszą próbą systematycznego ujęcia zagadnień prasy periodycznej, jest przedmiotem dalszych prac, mających na celu jego rozszerzenie i uzupełnienie.

Prace organizacyjne

Wspomniane we wstępie ogromne zróżniczkowanie prasy periodycznej, zarówno pod względem redakcyjnym jak i gospodarczo-wydawniczym, musiało znaleźć swoje odbicie w strukturze organizacyjnej Komitetu. W ramach Komitetu podjęto tworzenie sekcji, obejmujących czasopisma, poszczególnych grup wydawniczych jak czasopisma techniczne, lekarskie, gospodarcze i inne. Zadaniem tych sekcji, obdarzonych szeroką autonomią, jest praca nad wszystkimi zagadnieniami, dotyczącymi wyłącznie danej grupy pism. Komitet, ciało szersze, ma za zadanie, oprócz koordynacji działalności sekcji, pracę nad rozwiązaniem zagadnień, dotyczących czy to całej prasy periodycznej, czy jej znacznej części. Oczywiście, wyżej nakreślony podział kompetencji nie zawsze da się ściśle przeprowadzić, szczególnie w pierwszym okresie prac Komitetu, gdy wiele sekcji nie podjęło jeszcze działalności.

Komitet Prasy Periodycznej w okresie sprawozdawczym odbył 5 zebrań plenarnych, na których omawiano, prócz spraw organizacyjnych, sprawy papiernicze (normalizacja gatunków i formatów papieru, sprawę stosunków handlowych z papierniami oraz hurtowniami papierniczymi), sprawy podatkowe (ustawa o kartach rejestracyjnych i o podatku obrotowym), sprawę utworzenia centralnego punktu sprzedaży czasopism w Warszawie, sprawę zorganizowania fachowych kursów dla pracowników wydawniczych, szereg spraw ogłoszeniowych i pocztowych, dotyczących prasy periodycznej, sprawę zorganizowania przy Związku Wydawców poradni w sprawach wydawniczych oraz sprawę zorganizowania wycieczek do papierni w Myszkowie oraz do Centralnego Okręgu Przemysłowego.

Akcja organizowania sekcji czasopiśmienniczych objęła w okresie sprawozdawczym następujące grupy czasopism: prasę techniczną, prasę ogólną, prasę lekarską i prasę organizacyjną pracowników umysłowych.

Najdalej posunięte zostały prace, zmierzające do stworzenia sekcji prasy technicznej. Utworzony został Komitet organizacyjny tej sekcji, do którego weszli przedstawiciele czasopism technicznych, zrzeszonych w Związku. Komitet

ten opracował szczegółowy plan działalności sekcji, który rozesłano, wraz z zaproszeniem do wzięcia udziału w pracach sekcji, do 21 najpoważniejszych polskich czasopism technicznych, dotychczas stojących poza Związkiem. Odpowiedni list podpisało dziewięć pism technicznych — członków Związku. W wyniku tego wystąpienia szereg poważnych pism technicznych zgłosiło już swój akces do Związku Wydawców. Konstytuujące zebranie sekcji prasy technicznej zwołane zostanie w czerwcu r. b.

Najpoważniejsze polskie pisma ogólnolekarskie utworzyły w końcu ubiegłego roku Komitet Porozumiewawczy Czasopism Ogólnolekarskich, którego charakter w znacznym stopniu pokrywa się z charakterem projektowanej sekcji prasy lekarskiej. Komitet Prasy Periodycznej nawiązał kontakt z porozumieniem pism ogólnolekarskich oraz wydawnictwami, wchodzącymi w jego skład. Dotychczas dwa z pośród tych wydawnictw zgłosiły swój akces do Związku Wydawców.

Sekcja prasy ogólnej zaprojektowana została przez kilka wydawnictw — członków Związku jako sekcja grupująca pisma o szerokim zakresie treści redakcyjnej, obejmującej zagadnienia kulturalne, społeczne i polityczne. Z pośród najpoważniejszych wydawnictw tego typu znaczna część jest zrzeszona w Związku Wydawców. Na zebraniu inicjatorów prasy ogólnej postanowiono utworzyć komitet organizacyjny sekcji przy udziale wszystkich zrzeszonych w Związku czasopism ogólnych. Pierwsze zebranie tego Komitetu odbędzie się przed wakacjami. Będzie ono poświęcone ustaleniu planu prac sekcji, którego projekt przygotować ma w międzyczasie biuro Związku, ustalenia listy wydawnictw z poza Związku, które zaproszone zostaną do udziału w pracach sekcji, oraz formy zaproszenia.

Prasa organizacyjna pracowników umysłowych stanowi bardzo poważną grupę czasopiśmienniczą, liczącą ponad 30 pism o łącznym nakładzie około 200 tys. egzemplarzy. Pisma te pod względem charakteru redakcyjnego oraz struktury gospodarczej stanowią grupę jednolitą, wyraźnie różniącą się od reszty prasy periodycznej. Te względy skłoniły Komitet Prasy Periodycznej do podjęcia inicjatywy utworzenia odrębnej sekcji wydawnictw organizacyjnych pracowników umysłowych. Podjęte zostały w tej sprawie rozmowy z centralą organizacji pracowników umysłowych prywatnych — Unią Związków Zawodowych Pracowników Umysłowych. Aczkolwiek władze Unii nie powzięły w tej sprawie jeszcze ostatecznej decyzji, która zapaść ma w końcu maja, przebieg dotychczasowych rozmów wskazuje na przychylnie ustosunkowanie się do projektu Komitetu Prasy Periodycznej. W niedługim czasie Komitet Prasy Periodycznej podejmie analogiczne rozmowy z organizacjami, grupującymi pracowników umysłowych państwowych i samorządowych.

Wspomnieć również należy o przeprowadzonych przez biuro Związku studiach nad sprawą utworzenia sekcji prasy gospodarczej oraz o projekcie utworzenia sekcji prasy rolniczej. Realizacja tego ostatniego projektu nie wydaje się narazie aktualna a to w związku z utworzeniem niedawno Związku Prasy Rolniczej, jako samodzielnej organizacji. Ze Związkiem tym Komitet utrzymuje kontakt — tym łatwiejszy, że kilka najpoważniejszych czasopism rolniczych, zrzeszonych w Związku Wydawców jest również członkami tej organizacji.

Sprawy papiernicze

Specjalnie wiele wysiłku poświęcił Komitet Prasy Periodycznej, w szczególności zaś jego Komisja papiernicza, zagadnieniu warunków nabywania papieru przez czasopisma w papierniach i u hurtowników papierniczych oraz sprawie

normalizacji formatów i gatunków papieru. Szczegółowe sprawozdanie z tych prac zawarte jest w dziale, obrazującym ogólną działalność Związku w dziedzinie spraw papierniczych (str. 39—40).

Centralne punkty sprzedaży

Jednym z punktów planu prac Komitetu Prasy Periodycznej w dziedzinie kolportażowej jest sprawa organizacji centralnych punktów sprzedaży czasopism. Prasa periodyczna, z wyjątkiem stosunkowo nielicznych czasopism o typie kolportażowym, nie znajduje się naogół w sprzedaży ulicznej. Księgarnie w Polsce kolportują czasopisma w niewielkim stosunkowo zakresie. Skutkiem tego nabycie egzemplarza czasopisma o charakterze zawodowym, naukowym, organizacyjnym itp. połączone jest z wielkimi trudnościami. Przeciętny czytelnik nie potrafi przeważnie odnaleźć miejsca sprzedaży pisma i pozostaje wówczas jedyną drogą — bezpośrednio zwrócić się do administracji. Te utrudnienia wpływają niewątpliwie ujemnie na rozpowszechnienie prasy periodycznej. Środkiem zaradczym byłoby stworzenie w każdym większym ośrodku miejskim jednego punktu sprzedaży i przyjmowania prenumeraty czasopism, które nie korzystają z kolportażu ulicznego. Punkt taki mógłby obsługiwać bądź wszystkie grupy czasopiśmiennicze, bądź też tylko niektóre z nich naprzykład prasę techniczną, lekarską lub inne.

Sprawa powyższa była szereg razy dyskutowana na posiedzeniach Komitetu Prasy Periodycznej przy czym jako najpilniejsze zadanie wysuwano zorganizowanie centralnego punktu sprzedaży i prenumeraty czasopism w Warszawie. Inicjatywa Komitetu Prasy Periodycznej podjęta została przez powstałe w r. b. w Warszawie Towarzystwo Powiernicze dla Prasy i Propagandy — Pro-pressa. T-wo to podjęło zorganizowanie takiej placówki w Warszawie we własnym zakresie i na własny rachunek.

Kursy fachowe dla pracowników administracyjnych

Komitet Prasy Periodycznej podjął inicjatywę zorganizowania cyklu wykładów z dziedziny fachowych zagadnień wydawniczych, przeznaczonych dla pracowników administracyjnych pism periodycznych. Biuro Związku przygotowało ogólny plan takich kursów, który, po przedyskutowaniu go na jednym z posiedzeń Komitetu, przekazany został specjalnej Komisji, jako podstawa do opracowania konkretnych wniosków w tej sprawie. Wnioski te przekazane zostaną T-wu Wiedzy Prasowej, które podjąć ma na jesieni r. b. m. innymi organizację cyklu wykładów z dziedziny wydawniczej.

Wycieczki

W toku prac Komitetu Prasy Periodycznej nad sprawami papierniczymi powstał projekt zorganizowania wycieczki wydawców do papierni, produkującej papiery prasowe. Papiernia myszkowska, z uwagi na wszechstronność jej produkcji, była objektem najbardziej interesującym. Wobec przychylnego stanowiska władz S. A. Steinhagen i Saenger, które do wystąpienia Komitetu Prasy Periodycznej ustosunkowały się jak najbardziej życzliwie, wycieczka wyznaczona na dzień 25 maja, t. j. następnego dnia po ogólnym zebraniu.

Drugą wycieczką projektowaną przez Komitet Prasy Periodycznej jest wycieczka prasy periodycznej do Centralnego Okręgu Przemysłowego. Wycieczki prasowe do C. O. P., organizowane dotychczas, obejmowały jedynie przedstawicieli prasy codziennej. Prasa periodyczna nie miała dotychczas możliwości zapoznania się z tym niezmiernie doniosłym

przedsięwzięciem mimo, iż sprawa C. O. P. interesuje w wysokim stopniu szereg grup czasopiśmienniczych m. in. w pierwszym rzędzie prasę techniczną i gospodarczą.

Projekt takiej wycieczki omówiony został przez dyrekcję Związku z gabinetem Ministra Skarbu, który przychylnie ustosunkował się do inicjatywy Komitetu Prasy Periodycznej.

Akcja wydawnicza Związku

Przed kilku laty władze Związku podjęły wydawanie dzieł, poświęconych zagadnieniom prasowym i wydawniczym p. n. Biblioteki Związku Wydawców. W ramach tej biblioteki w latach poprzednich ukazały się prace następujące:

Tom I: Ustawodawstwo Prasowe — zbiór ustaw, rozporządzeń i okólników oraz orzecznictwo sądów, dotyczące prasy — opracowane przez mgr. Leona Zieleniewskiego.

Tom II: Suplement I do Ustawodawstwa Prasowego opracowany przez mgr. Leona Zieleniewskiego,

Tom III: Agencje Informacyjne, studium p. Romana Starzyńskiego, b. dyr. naczelnego P. A. T., poświęcone zobrażeniu organizacji i działalności agencji informacyjnych w Polsce i zagranicą.

Tom IV: „Ogłoszenie Prasowe“, studium prof. Stanisława Zenona Zakrzewskiego, poświęcone zagadnieniom ogłoszeniowym.

W okresie sprawozdawczym przygotowane zostały dwie prace z dziedziny historii prasy polskiej. Obie są pióra mgr. Leona Zieleniewskiego. Pierwsza z nich poświęcona jest „Dekadzie“, czasopismu wydawanemu przez Legiony Dąbrowskiego we Włoszech. Druga stanowi chronologiczne zestawienie najważniejszych dat z historii prasy polskiej. Obie te prace znajdują się obecnie w druku i ukażą się jeszcze w ciągu maja roku bież.

W związku z zawarciem zbiorowego układu o pracy dziennikarzy nakładem Związku Wydawców ukazała się broszura radcy Jerzego G. Wengierowa p. t. „Ogólnopanstwowy układ zbiorowy pracy dla dziennikarstwa“, poświęcona analizie i komentarzom do tego układu. Broszura ta rozesłana została członkom Związku jako załącznik do zeszytu marcowego „Prasy“.

W okresie sprawozdawczym nakładem Związku Wydawców ukazało się nowe wydanie „Cennika dzienników i czasopism zgłoszonych do prenumeraty pocztowej“. Nadto co miesiąc biuro Związku opracowywało i wydawało uzupełnienia do Cennika. Zarówno Cennik, jak i wszystkie uzupełnienia dostarczane były władzom pocztowym w ilości 8 tys. egzemplarzy celem rozesłania do urzędów pocztowych całego kraju.

W okresie sprawozdawczym biuro Związku kontynuowało wydawnictwo biuletynu w języku francuskim p. n. „Feuille d'Information sur la vie de la presse en Pologne“. Biuletyn ten ukazujący się miesięcznie w formie roneografowanej, zawiera informacje o ważniejszych zdarzeniach z życia prasy polskiej. Feuille rosyłane jest w ilości kilkuset egzemplarzy do zagranicznych instytutów i organizacji prasowych, dyrekcji i redakcji wielkich dzienników oraz do wszystkich poważniejszych czasopism, poświęconych zagadnieniom prasowym.

Czasopismo „Prasa“, organ Związku

Rozwój „Prasy“ od chwili przekształcenia jej w r. 1935 na miesięcznik stale postępuje naprzód. Okres sprawozdawczy był dalszym etapem tego pomyślnego rozwoju pisma, zarówno w dziedzinie rozbudowywania i ulepszenia strony redak-

cyjnej „Prasy“ jak również strony administracyjno-wydawniczej.

„Prasa“ przynosi w każdym zeszyście zarówno artykuły, poświęcone aktualnym zagadnieniom prasowo - wydawniczym, jak i artykuły o charakterze instruktoryjnym. Zadania „Prasy“ bowiem, tak jak je rozumieją władze Związku, idą przede wszystkim w dwóch kierunkach i po pierwsze informować sfery prasowo - wydawnicze o bieżącym życiu prasy polskiej i wszystkim, co ma z nim związek, po drugie — dostarczać materiałów, które posłużyć mogą do wzbogacenia wiedzy i umiejętności zawodowych wśród kierowników i pracowników wydawnictw. Obficie uwzględnia nadto „Prasa“ doświadczenia prasy zagranicznej w dziedzinie zagadnień wydawniczych, omawiając je bądź w formie artykułów i notatek w dziale artykułowym, bądź w ramach kroniki.

Jako oficjalny organ Związku Wydawców „Prasa“ pełni dwojaką rolę: w stosunku do wydawców jest łącznikiem z organizacją, dla kierowniczych sfer politycznych, gospodarczych i społecznych — jest wyrazicielką poglądów i dążeń prasowców. Działalność Związku na łamach „Prasy“ oświetlana była jak najdokładniej — stale w rubryce „Prace władz Związku“ nadto, w ramach gdy chodziło o sprawy specjalnie ważne, w artykułach.

W okresie sprawozdawczym „Prasa“ zamieściła kilka artykułów z dziedziny prasoznawstwa. Dział ten niewątpliwie rozwinię się począwszy od jesieni r. b. a to w związku z utworzeniem Towarzystwa Wiedzy Prasowej. Dodać należy, że władze Związku zamierzają podjąć starania aby „Prasa“ stała się oficjalnym organem tej instytucji.

O rozwoju „Prasy“ świadczy wzrost jej poczytności i znaczenia. Liczne cytaty i przedruki informacji i artykułów, zamieszczanych w „Prasie“, na łamach pism codziennych oraz czasopism z różnych dziedzin świadczą o zainteresowaniu jakie budzi to pismo.

Na specjalną wzmiankę zasługują zeszyty „Prasy“ z listopada r. ub. i marca r. b. Pierwszy z nich poświęcony był propagandzie reklamy prasowej: 48 stronicowy zeszyt zawierał szereg artykułów, podkreślających znaczenie reklamy prasowej, nadto specjalną ankietę na temat „Propaganda i reklama prasowa na usługach życia gospodarczego“, w której udział wzięli czołowi przedstawiciele różnych dziedzin życia gospodarczego. Dział reklamowy tego zeszytu objął ogłoszenia niemal wszystkich główniejszych wydawnictw polskich. Zeszyt ten (listopadowy) „Prasy“ rozesłany został do wszystkich większych interesentów w Polsce. Zeszyt marcowy poświęcony był zagadnieniu organizacji przedsiębiorstwa wydawniczego i zawierał kilka interesujących artykułów na ten temat. Zamiarem redakcji „Prasy“ jest poświęcenie co pewien czas obszerniejszego miejsca temu zagadnieniu, niezwykle doniosłemu dla prasy polskiej.

Obszerniejszy zeszyt „Prasy“ ukaże się w maju r. b. w związku z ogólnym zebraniem członków Związku Wydawców.

W r. 1937 ukazało się 10 zeszytów „Prasy“ zawierających łącznie 264 str. tekstu. W porównaniu z r. 1936 stanowi to wzrost objętości rocznika o 20 stron, w porównaniu z r. 1935 — o 116 stron. Mimo zwiększenia objętości rocznika „Prasy“ wydatek Związku na „Prasę“ w r. 1937 zmniejszył się w porównaniu z r. 1935. Ten pomyślny wynik finansowy osiągnięty został dzięki znacznemu rozbudowaniu działu ogłoszeń, w który w 1937 r. przyniósł o 3000 zł. więcej niż w 1936 r., zaś o 9.000 zł. więcej niż w 1935.

Sprawom „Prasy“ w okresie sprawozdawczym bardzo wiele wysiłków i starań poświęcił p. prezes Stefan Krzywoszewski, żywo interesując się stroną redakcyjną pisma; prezes St. Krzywoszewski zasilał łamy „Prasy“ swymi pracami w szerokim zakresie.

Informator Prasowy

Jedną z dotkliwych luk istniejących w polskiej literaturze, dotyczącej zagadnień prasowych, jest brak wydawnictwa, obejmującego całokształt zasadniczych wiadomości o prasie polskiej. Potrzebę takiego wydawnictwa, o charakterze podręcznego informatora, odczuwały nie tylko sfery wydawnicze i dziennikarskie lecz również ci wszyscy, którzy interesują się prasą polską jako doniosłym czynnikiem społecznym, politycznym, kulturalnym i gospodarczym. Potrzeba takiego wydawnictwa była odczuwana tym żywiej, że na skutek ubóstwa polskiej literatury poświęconej prasie i słabego rozwoju badań w tej dziedzinie, wyjątkowe trudności nastęrcza zdobycie źródłowych informacji o prasie i wszelkich przejawach jej działalności.

Powyzsze wzgledy sklonily wladze Związku w okresie sprawozdawczym do zapoczątkowania wydawania *Informatora Prasowego*. Wydawnictwo to pomyslane jest jako Rocznik informacyjny, zawierający najważniejsze wiadomości o prasie i dziedzinach z nią związanych.

Konstrukcja Informatora na r. 1938, który ukaże się w maju r. b. jest następująca. Dział pierwszy poświęcony jest ogólnym wiadomościom o prasie polskiej; między innymi zawiera najważniejsze daty z historii prasy polskiej, kilkanaście tablic statystycznych, ilustrujących liczebność prasy polskiej, charakter pism (w/g treści, języka, częstości wychodzenia), produkcję papieru rotacyjnego, rozwój prenumeraty pocztowej oraz sprzedaży za pośrednictwem Towarzystwa „Ruch“, sieć kolportażową w Polsce i in. wreszcie w dziale tym podana jest bibliografia dzieł o prasie polskiej.

Następny dział Informatora poświęcony jest szczegółowym informacjom o wszystkich pismach zrzeszonych w Związku Wydawców z uwzględnieniem cenników ogłoszeń. W dziale tym zawarte są również dane o agencjach prasowych oraz o pismach polskich, ukazujących się za granicą.

Trzeci dział Informatora dotyczy organizacji prasowych a więc Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism (powstanie, zadanie, dokonane prace, władze Związku), organizacji dziennikarskich oraz wspólnych instytucji wydawców i dziennikarzy.

Dalsze działy poświęcone są informacjom o instytucjach współpracujących z prasą (Towarzystwo „Ruch“, biura ogłoszeń) oraz informacjom technicznym, wreszcie informacjom o międzynarodowych organizacjach prasowych. Zamykać będzie Informator dział ogłoszeniowy.

Wyżej przedstawiona konstrukcja redakcyjna Informatora zrealizowana została w jego wydaniu tegorocznym. W planach władz Związku leży rozszerzenie jego treści w latach następnych tak, aby Informator, dając możliwie pełny obraz prasy polskiej i jej życia, jak również dziedzin z prasą związanych, stał się niezbędnym dla każdego interesującego się zjawiskami prasowymi.

Dodać należy, iż opracowanie tegorocznego wydawnictwa Informatora jako pierwszego tego rodzaju wydawnictwa w Polsce było pracą niezwykle żmudną i skomplikowaną; stąd wynikły nieoczekiwane trudności w pracach przygotowawczych w wyniku których, wydawnictwo zamiast, jak to było zamierzone, wyjść z druku na początku roku, ukazuje się dopiero w maju. W latach następnych Informator wydawany będzie na początku roku.

Ulgi indywidualne

Członkowie Związku w okresie sprawozdawczym korzystali na podstawie zaświadczeń Związku Uzdrowisk Polskich z ulg w opłatach za kąpiele i zabiegi lecznicze oraz z ulg w taksie uzdrowskiej w uzdrowskach krajowych.

Szereg teatrów i kin warszawskich udziela ulgowych biletów członkom Związku za okazaniem legitymacji.

DZIAŁ PRAWNY

Dział prawny biura Związku Wydawców załatwiał w ubiegłym roku sprawozdawczym sprawy następujące: 1) udzielanie członkom Związku porad prawnych w sprawach prasowych, 2) udzielanie opinii prawnych w sprawach cywilnych, karnych, administracyjnych i podatkowych, dotyczących prasy, 3) opracowywanie referatów w kwestiach prawnych, dotyczących prasy w Polsce i za granicą, 4) zastępstwo Związku przed władzami sądowymi i administracyjnymi, 5) gromadzenie orzecznictwa w sprawach prasowych, wydanego w Polsce i za granicą, 6) kompletowanie prawniczych wydawnictw książkowych i czasopism w językach polskim i obcych, dotyczących prasy.

AKCJA ZAGRANICZNA

Wzorem lat ubiegłych, akcja zagraniczna Związku Wydawców rozwijała się w trzech zasadniczych kierunkach: 1) utrzymywanie stosunków z międzynarodowymi i zagranicznymi organizacjami prasowymi celem realizacji postulatów pracy polskiej na terenie zagranicznym, 2) badanie przejawów życia prasy zagranicą celem wykorzystania doświadczeń obcych placówek wydawniczych na naszym terenie, wreszcie 3) propaganda zagraniczna Polski na międzynarodowym terenie prasowym, prowadzona w porozumieniu z Wydziałem prasowym M. S. Z.

I.

UDZIAŁ ZWIĄZKU WYDAWCÓW W PRACACH FIADEJ

W okresie sprawozdawczym terenem najbardziej intensywnej akcji władz Związku w dziedzinie zagranicznej była Międzynarodowa Federacja Związków Wydawców, organizacja, która odgrywa coraz większą i poważniejszą rolę w międzynarodowym życiu prasowym.

Na czele Federacji stoi Zarząd, w skład którego wchodzi: dyr. Ernest Rietmann, prezes Szwajcarskiego Związku Wydawców — jako przewodniczący, dyr. J. W. Henny, prezes Holenderskiego Związku Wydawców — jako wiceprzewodniczący; dyr. A. M. Chauchat (Francja) i dyr. Stanisław Kaulzik — jako sekretarze; dyr. E. Pauker (Rumunia) — jako skarbnik.

V Kongres Międzynarodowej Federacji Związków Wydawców w Wiedniu

W maju 1937 r. odbył się w Wiedniu V Kongres Międzynarodowej Federacji Związków Wydawców Dzienników. W Kongresie wzięli udział przedstawiciele związków wydawców Austrii (2 związków), Czechosłowacji (2 związków), Danii, Finlandii, Holandii (2 związków), Italii, Jugosławii, Niemiec, Norwegii, Polski, Szwajcarii, Szwecji i Węgier. Usprawiedliwili zaś swą nieobecność przedstawiciele 2 związków wydawców Belgii, 3 związków Francji, 2 związków Hiszpanii oraz związku Rumunii.

W obecnym więc stadium organizacji Federacja obejmuje 24 związki wydawców z 17 krajów Europy.

Na pierwszy plan obrad wysunęło się na tym Kongresie zagadnienie walki z fałszywymi informacjami prasowymi. W wyniku dłuższej debaty Kongres, zgodnie z tezą Związku Polskiego, stanął na stanowisku, iż walka z fałszywymi informacjami prasowymi winna iść przede wszystkim drogą wzajemnej pomocy organizacji wydawców przy prostowaniu tych informacji. Podkreślono, iż drogę tę wskazał układ w sprawie rektyfikacji fałszywych wiadomości, zawarty w Ma-

drycie między związkami wydawców Holandii, Polski i Szwajcarii.

Wytyczne, przedstawone przez delegata Polskiego Związku, w przedmiocie procedury przy wykonywaniu wspomnianego układu o wzajemnej pomocy związków wydawców zostały przez Kongres zaakceptowane.

Sprawa walki z fałszywymi informacjami, w szczególności zaś wyżej wspomniany układ oraz wnioski polskie, rozbudziły duże zainteresowanie kierowniczych czynników prasowych kilku krajów, m. innymi Związku Wydawców Italii. Przedstawiciele tego Związku, zapraszając następnego VI Kongres Federacji do Rzymu, wyrazili życzenie, aby głównym punktem obrad VI Kongresu była sprawa rektyfikacji fałszywych wiadomości, rozpatrywana pod kątem rozszerzenia istniejącego układu trzech związków na związki innych krajów.

Oprócz sprawy walki z fałszywymi informacjami przedstawiciel Polskiego Związku Wydawców referował na Kongresie następujące zagadnienia:

1. sprawę ułatwień dla prasy w dziedzinie obsługi telegraficznej i telefonicznej,
2. sprawę zorganizowania tanich i możliwie najszybszych przewozów dzienników i czasopism w komunikacji międzynarodowej przy pomocy samolotów oraz przy pomocy wagonów sypialnych,
3. sprawę ustanowienia międzynarodowej legitymacji prasowej dla wydawców, dyrektorów wydawnictw oraz redaktorów i publicystów, nie należących do związków dziennikarskich,
4. sprawę stosunków prasy z przemysłem papierniczym i koniecznością podjęcia akcji przeciwko wyjątkowej wyższości cen surowców papierniczych.

W każdej z tych spraw złożony został przez delegata Polskiego Związku Wydawców obszerny memoriał oraz szczegółowe wnioski, określające na podstawie ankiet, przeprowadzonych wśród związków wydawców Europy, zasadnicze postulaty prasy.

W wyniku dwudniowej dyskusji nad tymi wnioskami, zostały one bez zmian i uzupełnień uchwalone. Stanowiło to poważny dowód uznania dla prac Polskiego Związku, prowadzonych systematycznie od 4 lat nad zagadnieniami zagranicznymi prasy.

W związku z wnioskami polskimi powołano w Wiedniu dwie specjalne komisje: pierwszą z nich pod przewodnictwem delegata Polskiego Związku Wydawców dla przygotowania, z punktu widzenia interesów prasy, wniosków na Konferencję Telekomunikacyjną w Kairze, drugą, mającą na celu zebranie szczegółowych materiałów informacyjnych, dotyczących sytuacji na rynku papierniczym w poszczególnych państwach Europy pod przewodnictwem delegata Związku Holenderskiego Wydawców.

Zebranie Zarządu FIADEJ w Paryżu

W dniach 25 i 26 kwietnia 1938 r. odbyło się pod przewodnictwem prez. E. Rietmanna posiedzenie Zarządu Federacji wspólnie z głównymi sprawozdawcami spraw, umieszczonych na porządku obrad Kongresu. Obecni byli delegaci Związków Wydawców Francji, Italii, Holandii, Polski, Szwajcarii i Czechosłowacji. Zadaniem Zjazdu było przygotowanie wniosków na Kongres Rzymski FIADEJ i uzgodnienie poglądów na kwestje sporne.

Najważniejszą sprawą, jaką załatwił Zjazd, było opracowanie projektu umowy poszczególnych Związków Wydawców w sprawie prostowania nieścisłych i fałszywych wiadomości, do której mogliby przystąpić wszyscy członkowie FIADEJ, a także opracowanie projektu regulaminu wykonaw-

czego do tej umowy. Zjazd rozpatrzył dwa projekty regulaminu: projekt prezesa Rietmanna i projekt przedstawiony przez dyr. St. Kauzika w imieniu Polskiego Związku Wydawców i po dłuższej dyskusji przyjął tekst ostateczny projektu umowy i regulaminu, które są oparte w znacznej mierze na tekście, zaprojektowanym przez Polski Związek Wydawców.

Następnie Zjazd rozpatrywał projekt uchwały w sprawie unikania przez prasę napaści na naczelników państw i na szefów rządów. Po dłuższej dyskusji nad projektami przedstawionymi przez prezesa Rietmanna i dyr. Kauzika ustalono jednogłośnie projekt rezolucji w tej sprawie jaki będzie wyłoniony podczas konferencji w Rzymie.

Wnioski w obu wyżej wymienionych sprawach będą referowane na rzymskim Kongresie Wydawców przez prezesa Rietmanna i dyr. St. Kauzika.

Pozatem Zjazd paryski przyjął do wiadomości sprawozdanie ze stanu prac nad referatem dotyczącym papieru gazetowego, przygotowywanym przez wiceprezesa FIADEJ p. J. Henny'ego (Holandia), na Kongres Rzymski. Referat obejmuje wyniki ankiet, prowadzonych przez p. Henny'ego w płaszczynie międzynarodowej w okresie ubiegłego roku.

Dyr. Stanisław Kauzik złożył następnie sprawozdanie ze stanu wysiłków Polskiego Związku Wydawców, dotyczących przeprowadzenia na kongresie w Kairze postulatów prasy w sprawie ulg w dziedzinie telekomunikacyjnej. Uchwalono zlecić dyr. St. Kauzikowi, aby po uzyskaniu dodatkowych informacji o uchwałach powziętych przez Konferencję kairską w sprawach, dotyczących prasy (uchwały nie uwzględniły postulatów prasy), złożył Kongresowi Wydawców w Rzymie sprawozdanie z akcji FIADEJ w sprawach telekomunikacyjnych i przedstawił wnioski co do dalszej akcji w tej dziedzinie.

Prace wykonane dla FIADEJ

Na prośbę Prezesa FIADEJ dyr. Ernesta Rietmanna, Związek Wydawców prowadzi akcję propagandową na rzecz Federacji, a w szczególności jej Kongresu w Rzymie, mającą na celu pozyskanie dla Federacji tych Związków Wydawców Europy Środkowej, Wschodniej, Północnej i Południowej, które dotychczas nie zgłosiły swego akcesu w charakterze członków zwyczajnych.

W związku ze zwołaną do Kairu na luty 1938 r. Konferencją Międzynarodowej Unii Telekomunikacyjnej, Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism przygotował do użytku członków tej konferencji szereg materiałów, uzasadniających potrzebę wprowadzenia do regulaminów międzynarodowego obrotu telekomunikacyjnego szeregu ulg i ułatwień dla prasy, przy tym podjęta została akcja zmierzająca do przyznania takich ulg i ułatwień przez konferencję. W tym celu Związek Wydawców uzyskał poparcie polskiego Ministerstwa Poczty i Telegrafów i jego delegacji do Kairu dla postulatów FIADEJ, które są identyczne z postulatami prasy polskiej.

Jednocześnie dyr. St. Kauzik, jako referent tej sprawy na Kongresach FIADEJ, zwrócił się do wszystkich członków FIADEJ z prośbą o interwencję u swych dyrekcji poczt i telegrafów, celem przychylenia się ich delegacji dla postulatów FIADEJ w dziedzinie telekomunikacji.

Między innymi, na skutek tego okólnika, dyr. Karplus z Austriackiego Związku Wydawców wystosował do austriackiej dyrekcji poczt obszerny memoriał, oparty na danych dostarczonych mu przez Polski Związek Wydawców, i uzyskał zapewnienie kompetentnych czynników, iż delegacja austriacka na konferencję Kairską poprze postulat zrzeszonej prasy.

Pozatem Związek przygotował i przesłał do Kairu do użytku uczestników konferencji w Kairze: a) materiał ro-neografowany, zawierający postulaty prasy w sprawach telekomunikacyjnych, uchwalone przez Kongres FIADEJ, b) wykaz wniosków, zgłoszonych przez poszczególnych członków Międzynarodowej Unii Telekomunikacyjnej na Kongres w Kairze, przyjęcie których jest korzystne dla prasy, oraz c) wykaz tych wniosków, które pogarszają stan obecny obsługi prasy przez telekomunikację.

Przygotowania do VI-go Kongresu FIADEJ

VI-ty Kongres FIADEJ został zwołany na 14—17 czerwca do Rzymu.

W wykonaniu uchwał V Kongresu Fiadej w Wiedniu i ostatniego zebrania Zarządu Federacji w Paryżu, Polski Związek Wydawców przygotowuje materiały do referatów, zleconych przedstawicielowi Związku w Zarządzie FIADEJ, dyr. St. Kauzikowi, a mianowicie: 1) referatu w sprawie zawarcia umowy, dotyczącej prostowania fałszywych wiadomości, 2) referatu w sprawie projektu uchwały Kongresu, zalecającej prasie zrzeszonej w FIADEJ powstrzymanie się od napaści osobistych na naczelników państw i szefów rządów, 3) referatu w sprawie usprawnienia i potanienia obsługi prasy przez telefon, telegraf i radio.

W ostatniej sprawie Polski Związek Wydawców Dzienników i czasopism pracuje w ścisłym kontakcie z Ministerstwem Poczty i Telegrafów w Warszawie oraz z Biurem Międzynarodowej Unii Telekomunikacyjnej w Bernie.

Pozatem biuro Związku opracowuje materiały polskie do innych referatów, umieszczonych na porządku obrad Kongresu Rzymskiego, m. in. w sprawie sytuacji na międzynarodowym rynku paplerniczym i w sprawie zagranicznej sprzedaży dzienników i czasopism.

II.

UDZIAŁ W PRACACH UNIAP

W dniach 25 — 28 września r. b. obradował w Paryżu XXII-gi Kongres Międzynarodowej Unii Stowarzyszeń Prasowych (Union Internationale des Associations des Presse) — organizacji, zrzeszającej zarówno stowarzyszenia wydawców, jak i dziennikarzy, przeważnie stowarzyszenia nie należące do Federacji Dziennikarzy, a także stowarzyszenia prasowe mieszane.

W skład Unii wchodzi obecnie 6 organizacji wydawców i 27 organizacji dziennikarzy, 15 krajów Europy oraz szereg organizacji pozaeuropejskich.

Kongres paryski Unii oraz posiedzenie Zarządu Głównego Unii, które poprzedziło ten Kongres, poświęcone było rozpatrzeniu spraw, wysuniętych podczas Kongresu praskiego w 1935 r., a mianowicie: sprawy działalności konkurencyjnej radia w dziedzinie informacyjnej i ogłoszeniowej, sprawy współpracy między wydawcami dzienników i redaktorami naczelnymi, sprawy bibliografii artykułów, wydrukowanych w dziennikach i czasopismach, oraz sprawy ułatwień przy przejazdach dziennikarzy za granicą kolejami, samolotami i statkami morskimi. Nadto na posiedzeniu Zarządu Unii dokonano wyboru prezesa i skarbnika Unii, oraz przedyskutowano szereg zagadnień organizacyjnych.

Na prezesa Unii wybrano p. Penmana, przedstawiciela angielskiego Institut of Journalists (Angielskiego Instytutu Dziennikarskiego), co przyczyni się niewątpliwie do wzmocnienia tej organizacji na terenie międzynarodowym i do rozszerzenia ram jej działalności.

Na podstawie materiałów zebranych, Zarząd Unii zastanawiał się, w jaki sposób winno być uregulowane zagadnienie radiowych emisji informacyjnych. Stwierdziwszy, iż niewątpliwie szkodliwe jest dla prasy: 1) nadawanie informacji

zbyt częste, 2) podawanie informacji szczegółowych i wyczerpujących, 3) bezpłatne wyzyskiwanie przez radio informacji telegraficznych, zdobywanych przez dzienniki wielkim nakładem kosztów, oraz wyzyskiwanie bezpłatne oryginalnych materiałów publicystycznych, drukowanych w dziennikach i czasopismach, 4) nadawanie przeglądów prasowych zbyt obszernych, 5) wprowadzenie szczegółowych reportaży, oddających dokładnie przebieg wielkich uroczystości, jak również imprez sportowych, — władze Unii uznały, iż we wspólnym interesie prasy i radia niezbędne jest, aby: 1) liczba radiowych emisji informacyjnych była ograniczona do liczby najwyżej trzech dziennie, 2) nadawanie informacji radiowych odbywało się nie wcześniej, niż w czasie ukazywania się dzienników w sprzedaży ulicznej, 3) aby informacje nadawane były w formie bardzo skróconej, jako zapowiedź obszerniejszych informacji w prasie, a w związku z tym, by audycje informacyjne ograniczone były do 10 minut maximum, 4) aby radio, ze względu na monopolowe stanowisko w wielu krajach i pobieranie znacznych opłat oraz przelewanie do skarbu Państwa odpowiednich sum, część tych sum wpłacało na rzecz prasy (kas emerytalnych dziennikarzy) z uwagi na wyzyskiwanie bezpłatne informacji i materiałów informacyjnych, zawartych w dziennikach i czasopismach i szkody, wyrządzane prasie wskutek działalności konkurencyjnej.

III.

STOSUNKI POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW Z INNYMI ORGANIZACJAMI MIĘDZYNARODOWYMI

Poza udziałem w pracach FIADEJ i UNIAP, do których władze Związku przywiązywały specjalne znaczenie, Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism utrzymywał stały kontakt z innymi organizacjami międzynarodowymi, zajmującymi się zagadnieniami prasowymi.

Kongres FIPT

W pierwszym rzędzie władze Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism poczyniły starania celem zapewnienia obecności obserwatora polskiego na XI Kongres Międzynarodowej Federacji Prasy Technicznej i Periodycznej, który odbył się w Paryżu od 6 do 11 września 1937 r. Wobec rozwiązania się Związku Prasy Technicznej w Warszawie, który był sekcją polską Federacji i nieukonstytuowania się władz Sekcji Prasy Technicznej Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism, nie było możliwe ze względów formalnych obesłanie Kongresu Paryskiego przez oficjalną delegację polską. Jednak wobec znaczenia, jakie Federacja posiada na terenie międzynarodowym, oraz wobec faktu, że poprzedni kongres odbył się we wrześniu 1935 w Warszawie, władze Związku uznały za niezbędny udział reprezentacji polskiej, choćby nieoficjalnej, w pracach kongresu.

Dlatego też władze Związku zwróciły się do wydawców wydawnictw technicznych o wydelegowanie przedstawicieli tych wydawnictw na kongres paryski w charakterze obserwatorów. Czasopismo „Inżynier kolejowy“ w wykonaniu tego zalecenia wydelegowało na kongres inż. Nikołajewa, dyrektora wydawnictwa, który wziął czynny udział w pracach kongresu.

Udział w pracach Międzynarodowego Związku Reklamowego

Wobec znaczenia jakie posiadają dla prasy polskiej prace Światowego Związku Reklamowego i Kontynentalnego Zwią-

zku Reklamowego (U.C.P.) nad zagadnieniami, dotyczącymi ogłoszenia prasowego, władze Związku interesowały się żywo działalnością tych międzynarodowych organizacyj, których jednym z założycieli i stałym członkiem Rady Administracyjnej jest prof. St. Z. Zakrzewski, prezes Polskiego Związku Reklamowego i członek Związku Wydawców.

W lipcu roku ubiegłego odbył się w Paryżu Trzeci Światowy Kongres Reklamy, przy udziale delegacji z 31 krajów europejskich i zamorskich, liczących łącznie około 1500 osób.

Prace Kongresu były podzielone między Komisje specjalne, które przygotowały uchwały, powzięte w następstwie przez plenum Kongresu. Wygłoszono m. in. referaty w sprawach następujących: nauczania reklamy, kontroli nakładów prasowych, ustawodawstwa reklamowego, reklamy radiowej, reklamy kolejowej, reklamy domów towarowych oraz warunków pracy agentów reklamowych i biur ogłoszeń. Rozważano również wniosek polski, zgłoszony przez prof. St. Z. Zakrzewskiego, w sprawie powołania do życia Międzynarodowej Izby Reklamowej.

Komisja prawnicza Kongresu rozważała sprawę międzynarodowego ustawodawstwa reklamowego i sprawę ustosunkowania się U.C.P. do kodeksu zasad etycznych, obowiązujących w reklamie, uchwalonego przez Międzynarodową Izbę Handlową. Celem opracowania projektu kodeksu reklamowego, wybrano stały Komitet, w skład którego wszedł m. in. radca prawny Polskiego Związku Reklamowego adw. Jan Pożaryski, który dał inicjatywę powstania tego Komitetu.

IV.

UDZIAŁ PRASY POLSKIEJ W WYSTAWACH MIĘDZYNARODOWYCH

Wystawa Paryska

Wobec oficjalnego wzięcia udziału przez Polskę w Międzynarodowej Wystawie Sztuki i Techniki w Paryżu, prasa polska nie mogła być nieobecna na tej wystawie. Na tym też stanowisku stanęło zeszlóroczne Ogólne Zebranie członków Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism, przyjmując do wiadomości projekt zorganizowania stoiska Związku Wydawców na wystawie paryskiej.

Władze Związku, mając do wyboru bądź udział prasy polskiej w Pawilonie Polskim, bądź w dziale międzynarodowym Pawilonu Prasowego, zdecydowały urządzenie ogólnej wystawy prasowej polskiej w ramach pokazu międzynarodowego. W pawilonie zaś polskim zorganizowano czytelną najważniejszych dzienników i czasopism polskich.

Przy opracowywaniu planu stoiska w Pawilonie Prasowym, biuro Związku Wydawców wzięło za podstawę następujące wytyczne: 1) podkreślenie momentów, świadczących o trzechsetletniej tradycji historycznej prasy polskiej, co stawia Polskę w tej mierze na równi z przodującymi kulturalnie narodami Europy, 2) zobrazowanie obecnego stanu prasy polskiej zarówno pod względem wydawniczym i graficznym, jak i pod względem struktury życia organizacyjnego, 3) podkreślenie doniosłości roli prasy polskiej, jako środka propagandy gospodarczej, na tak poważnym rynku zbytu, jakim jest Polska.

Stoisko to zostało wykończzone pod osobistym kierownictwem dyr. St. Kauzika, jako jedno z pierwszych w dziale międzynarodowym w Pawilonie Prasowym. Dekoracyjna strona stoiska opracowana była przez p. Lilpop-Kranc. Uroczysta inauguracja została dokonana w dniu 30 czerwca 1937 r. przez Ambasadora Łukasiewicza (p. numer sierpniowy „Prasy“).

Wystawa prasowa polska obejmowała pięć następujących działów: 1) dział poświęcony historii prasy polskiej, 2) dział

obrazujący stan prasy współczesnej, 3) dział poświęcony pięknej ilustracji w dziennikach i czasopismach, 4) organizacjom prasowym polskim oraz 5) charakterystyce gospodarczej Polski, jako wielkiego, 34 milionowego, pod względem ludności, rynku zbytu, do którego dotrzeć można tylko przez ogłoszenia w prasie polskiej.

Dział historyczny stoiska polskiego zawierał dane, dotyczące początków prasy polskiej oraz jej rozwoju. Na specjalnej tablicy zostały podane: data wydania najstarszego, znanego nam, pisma ulotnego w języku polskim „Nowin“ — rok 1557, oraz data ukazania się pierwszego polskiego pisma periodycznego „Merkurjusza Polskiego Ordynaryjnego“ — rok 1661.

Rozwojowi terytorialnemu prasy polskiej poświęcona została w dziale historycznym specjalna mapa Rzeczypospolitej Polskiej, obrazująca daty ukazania się pierwszych pism periodycznych w języku polskim w poszczególnych miejscowościach Polski i poza granicami Rzplitej.

Aby dać pojęcie o charakterze i zewnętrznej formie pierwszych wydawnictw periodycznych polskich, przygotowana została dla wystawy prasy polskiej w Paryżu seria powiększonych fotografii pierwszych stron (stron tytułowych), najważniejszych pism periodycznych XVII i XVIII wieku, obejmująca wydawnictwa poszczególnych ośrodków wydawniczych Polski.

Dział historyczny zamykała tablica statystyczna, obrazująca cyfrowy rozwój ruchu wydawniczego polskiego na przestrzeni lat 1661—1935.

Obecny stan prasy polskiej obrazowały a) mapa prasowa Polski, przedstawiająca liczebny stan prasy w poszczególnych województwach, b) tablica podziału dzienników i czasopism na grupy według treści, c) zbiór 16 teczek z najważniejszymi dziennikami i czasopismami Polski, podzielonymi według treści. Zamykały dział informacji o prasie współczesnej dane o wielkim rozwoju w ostatnich latach konsumpcji papieru rotacyjnego oraz dane o wielkim rozwoju sprzedaży i prenumeraty.

Dział wystawy, poświęcony pięknej ilustracji w dziennikach i czasopismach, zawierał, w gablotach egzemplarze ilustrowanych czasopism, poświęconych sztukom pięknym, ilustrowanych czasopism ogólnoinformacyjnych oraz dodatki ilustrowane do dzienników. Dobrane zostały najpiękniejsze ilustracje, wykonane wszelkimi metodami technicznymi, zarówno jednobarwne, jak i wielobarwne — ilustracje, przedstawiające życie Polski we wszystkich przejawach.

Specjalna część wystawy została poświęcona polskimi organizacjom prasowym, w szczególności działalności Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism i Związku Dziennikarzy R.P.

Wielka tablica objaśniała, że Związek Wydawców prowadzi w Polsce, poza obroną interesów prasy, rozległą akcję społeczną, informacyjną, naukową i wydawniczą.

Zamykała wystawę prasową mapa gospodarcza Polski, poświęcona scharakteryzowaniu struktury zawodowej ludności i określeniu miejsca Polski w Europie. Zwraca ona uwagę na Polskę jako wielki, 34-milionowy pod względem ludności, rynek zbytu, do którego dotrzeć można przede wszystkim przez ogłoszenia prasowe. Należy podkreślić, iż władze Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism przywiązywały specjalne znaczenie do uwypuklenia danych o Polsce jako o rynku zbytu ze względu na znaczenie, jakie miała wystawa Paryska dla propagandy polskiego ogłoszenia prasowego.

O wynikach propagandowych polskiej wystawy prasowej świadczy fakt przyznania Polskiemu Związkowi Wydawców przez Jury Międzynarodowe nagrody „Grand Prix“ za stoisko w Pawilonie Prasy Międzynarodowej.

Podkreślić również należy, iż stoisku polskiemu poświęcony został najobszerniejszy ustęp w sprawozdaniu z Pawilonu Prasowego w numerze październikowym najpoważniejszego niemieckiego czasopisma prasoznawczego „Zeitungswissenschaft“.

• • •

Niezależnie od wystawy w Pawilonie Prasowym władze Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism zorganizowały w porozumieniu z Polskim Komisarjatem Generalnym bezpłatną czytelną polskich dzienników i czasopism w głównej sali Pawilonu Polskiego. Pisma te były nadsyłane przez członków Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism w ilości ponad 150 egz. i rozwieszane codziennie na kijach lub rozkładane na stołach.

Czytelnia była licznie odwiedzana przez Polaków, bawiących w Paryżu, oraz przez cudzoziemców, którzy w sposób poglądowy mieli możliwość przekonania się o wysokim poziomie graficznym ilustracji prasy polskiej, o objętości numerów i o znaczeniu działów ogłoszeniowych prasy.

Prasa polska na Targach Królewieckich

Na prośbę Państwowego Instytutu Eksportowego biuro Związku zorganizowało dział prasowy w pawilonie polskim na tegorocznych Targach Królewieckich. Dział ten obejmował, obok map i wykresów, obrazujących historię i obecny stan prasy w Polsce, czytelną prasę polską, zaopatrywaną codziennie w aktualne egzemplarze najważniejszych dzienników i czasopism ilustrowanych ogólnoinformacyjnych.

V.

STOSUNKI Z INSTYTUTAMI PRASOWYMI ZA GRANICĄ

W związku z utworzeniem Polskiego Towarzystwa Wiedzy Prasowej, władze Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism zacieśniły kontakt z pokrewnymi organizacjami w Niemczech i Austrii oraz z nowoutworzonym Instytutem Wiedzy Prasowej w Paryżu. Z jednej strony instytucje te dostarczyły szereg materiałów, które posłużyły do opracowania organizacji Polskiego Towarzystwa Wiedzy Prasowej, z drugiej zaś strony biuro Związku dostarczyło tym instytucjom szereg danych, dotyczących życia prasy w Polsce.

Wspomnieć tutaj należy przede wszystkim materiały o prasie polskiej, dostarczone w roku ubiegłym Instytutowi w Berlinie, które posłużyły za podstawę do opracowania działu polskiego III wydania „Handbuch der Weltpresse“ wydawnictwa Instytutu Wiedzy Prasowej w Berlinie (jesień 1937 roku). Podkreślić należy dobrą wolę i obiektywizm redakcji oraz niewątpliwą chęć jak najtrafniejszego wywiązania się z trudnego zadania, które nie uchroniło jednak wydawnictwa od pewnych usterek.

Z utworzonym w roku bieżącym Instytutem Wiedzy Prasowej przy Uniwersytecie Paryskim nawiązane zostały ożywione stosunki. Starannie wydawany miesięcznik Instytutu „Cahiers de la Presse“ żywo interesuje się sprawami polskimi.

Celem omówienia zasad bliższej współpracy Związku Polskiego z Instytutem Berlińskim i Instytutem Paryskim, dyrektor Związku odbył dwukrotnie konferencje z kierownikami obu Instytutów podczas swego pobytu w Berlinie i Paryżu.

VI.

BADANIE ZAGRANICZNYCH STOSUNKÓW PRASOWYCH

Badanie stosunków prawnych zawodu dziennikarskiego za granicą

Kontynuując prace z ubiegłego roku, biuro Związku zbierało materiały, dotyczące stanu prawnego i warunków pracy dziennikarzy za granicą.

Materiały, uzyskane za pośrednictwem zrzeszonych w F.I.A.D.E.J. Związków Wydawców oraz innych instytucji posłużyły jako materiał informacyjny przy opracowywaniu umowy zbiorowej w dziennikarstwie, zawartej w roku sprawozdawczym.

Badanie stosunków gospodarczych prasy za granicą

Biuro Związku kontynuowało prace, podjęte w tej dziedzinie w latach ubiegłych i kompletowało dane, uzyskane drogą ankiet wśród zrzeszonych w FIADEJ wydawców, m. in. w sprawach następujących:

- 1) sprawy pocztowe i telekomunikacyjne,
- 2) sprawa propagandy czytelnictwa,
- 3) stosunek wzajemny prasy i radia.

Ułatwienia dla osób, pragnących studiować stosunki prasowe za granicą

W ubiegłym okresie biuro Związku Wydawców ułatwiło kontakty z organizacjami prasowymi za granicą osobom, pragnącym studiować stosunki prasowe za granicą, w tym 2 wydawcom, 2 urzędnikom administracji pism zrzeszonych, 1 przedstawicielowi organizacji społecznej oraz 1 studentowi, udającemu się za granicę celem studiów nad prawem prasowym.

Biblioteka książek i czasopism zagranicznych

Biuro Związku rozszerzyło znacznie swą bibliotekę, poświęconą zagadnieniom prasowym, nabywając liczne zasadnicze dzieła w językach obcych, dotyczące spraw prasowych, oraz wszystkie główne fachowe prasowe i ogłoszeniowe czasopisma całej Europy. Część tych wydawnictw uzyskiwana jest w drodze zamiany na „Prasę“ i „Feuille d'Information“.

VII.

ZAGRANICZNA AKCJA INFORMACYJNO- PROPAGANDOWA

Wydawnictwo „Feuille d'Information de l'Association Polonaise des Editeurs de Journaux et de Périodiques“.

Biuro Związku kontynuowało w roku ubiegłym wydawnictwo miesięcznego biuletynu propagandowego p.n. „Feuille d'Information sur la vie de la presse en Pologne“, które weszło w IV rok istnienia. Nakład biuletynu wzrósł do 500 egzemplarzy, z których około 450 rozsyłanych jest za granicę.

Wzmianki w „Feuille“ są przedrukowywane in extenso lub w streszczeniu przez szereg zagranicznych pism zawodowych, a nawet ogólnych.

Jak i w roku ubiegłym, na pierwszym miejscu należy postawić „Biuletin Suisse“, organ Szwajcarskiego Związku Wydawców, który przedrukowywał całość Biuletynu, na-

stępnie należy wymienić „Presse-Publicité“ (Paryż), „Le Moniteur“, „Zeitungswissenschaft“ i „Zeitungsverlag“ (Berlin), „Mededeelingen van de Nederlandsche Dagbladpers“, wreszcie jako przykład docierania wiadomości o prasie polskiej nawet poza ocean — „Diario de Noticias“ i „Journal de Commercio“ w Rio de Janeiro (Brazylia).

Rozsyłka „Prasy“ za granicę

Jak w latach poprzednich, „Prasa“ (w języku polskim) jest rozsyłana za granicę w ilości około 100 egzemplarzy, głównie do Związków Wydawców, zrzeszonych w FIADEJ oraz do czasopism zawodowych na zasadach wymiany. Spis rzeczy każdego numeru jest podawany w języku francuskim i zawiera wzmiankę, iż biuro służy zainteresowanym bezpłatnymi streszczeniami, lub tłumaczeniami artykułów na język francuski. Biuro Związku otrzymało szereg takich zgłoszeń od odbiorców zagranicznych i uczyniło zadość ich zainteresowaniom.

Udzielanie informacji o polskich stosunkach prasowych.

W roku ubiegłym Biuro Związku udzieliło szeregu informacji indywidualnych na zapytania, skierowane z zagranicy, a dotyczące stosunków prasowych w Polsce.

VIII.

INTERWENCJA W SPRAWIE TRUDNOŚCI CZYNIONYCH PRASIE POLSKIEJ W NIEMCZECH

Wobec trudności, czynionych przez władze niemieckie w sprzedaży i prenumeracie na terytorium Rzeszy pism, wyda-

wanych w Polsce, w szczególności w formie zakazu przekazywania należności za prenumeratę, oraz specjalnych utrudnień dewizowych, władze Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism, na skutek stałych skarg swych członków, interweniowały kilkakrotnie u kompetentnych polskich władz państwowych. Sprawa ta nie jest dotychczas pozytywnie załatwiona, jednakże jej przebieg pozwala przypuszczać, iż wydawnictwa polskie uzyskają potrzebne ułatwienia dla utrzymywania stosunków z zagranicznymi prenumeratorami. Zaznaczyć należy, iż pisma wydawane w Rzeszy rozchodzą się bez żadnych ograniczeń w Polsce w znacznej ilości egzemplarzy, oraz że prenumeratorom pism niemieckich nie czyni się żadnych utrudnień przy przekazywaniu abonamentu z Polski do Niemiec.

IX.

STOSUNKI Z PRASĄ POLSKĄ ZA GRANICĄ

Stosunki Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism z prasą polską za granicą zacieśniają się coraz bardziej. Wydawnictwa emigracyjne są stale informowane o życiu prasy w Macierzy przez „Prasę“, która jest wysyłana bezpłatnie do wszystkich niemal pism polskich za granicą.

Życiu zaś prasy polskiej za granicą jest poświęcona stała rubryka w „Prasie“, organie Związku Wydawców, p. n. „Prasa polska za granicą“, która w ubiegłym roku zawierała wiadomości o pismach polskich, ukazujących się w Argentynie, Belgii, Brazylii, Czechosłowacji, Francji, Holandji, Litwie, Luksemburgu, Łotwie, Niemczech, Rumunii oraz Stanach Zjednoczonych.

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.; 1/3 str. — 75 zł.; 1/4 str. — 60 zł. W tekście o 50% drożej. **Artykuły reklamowe, komunikaty i t. p.** o 100% drożej; oznaczone są literami Pr. **Wkładka** jednokartkowa 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 1. Nr. 751.

RED.: STANISŁAW KAUZIK • 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. Wvd. Czasopism Sp. z o. o