

Rudziński, Eugeniusz

Relacja Wydziału Prasowego przy Konsulacie Generalnym RP w USA z 1919 r.

Rocznik Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego 5/1, 209-233

1966

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

RELACJA WYDZIAŁU PRASOWEGO PRZY KONSULACIE GENERALNYM RP W USA Z 1919 R.

Opracował Eugeniusz Rudziński

Publikowany dokument z archiwum I. Paderewskiego (AAN,teczka 794, s. 40—70, maszynopis, odpis) zawiera informacje o Polakach i prasie polskiej w St. Zjednoczonych AP i stanowisku amerykańskiej opinii publicznej wobec sprawy odbudowy państwa polskiego. Dokument informuje również o stanowisku przebywających w USA Żydów, Ukraińców, Litwinów, Niemców, Słowaków, ze zrozumiałych względów żywo interesujących się sytuacją nowo powstałego państwa. Autora reportażu, Szefa Wydziału Prasowego Konsulatu Polskiego w USA, interesowały także możliwości i metody usprawnienia propagandy spraw polskich w Stanach Zjednoczonych przy pomocy dostępnych wówczas środków kształtowania opinii publicznej.

Dokument sporządzony został na podstawie obserwacji, dokonywanych od momentu utworzenia konsulatu, po uznaniu państwa polskiego przez Stany Zjednoczone 30 I 1919 r., do końca sierpnia 1919 r. Autor trzyma się w zasadzie granic chronologicznych obejmujących jego urzędowanie, cofa się jednak do okresu wojny, aby wyjaśnić genezę bardziej skomplikowanych spraw. Stara się reprezentować punkt widzenia odzwierciedlający państwowe interesy polskie polityki zagranicznej nie poddając się sprzecznym sugestiom politycznym ugrupowań emigracyjnych.

Kilka słów wyjaśnienia wymagają informacje autora raportu o postawie emigrantów europejskich wobec odbudowy państwa polskiego. O ile jasne są motywy nacjonalistycznego stanowiska wobec Polski Niemców, Ukraińców czy Litwinów, o tyle bardziej skomplikowane są przyczyny antypolskiego stanowiska Żydów. Należy pamiętać, że miało ono wiele wspólnego z poglądami w tej dziedzinie Niemców, którzy świadomie podsycali wśród ludności żydowskiej nastawienie antypolskie. Złożyło się na to szereg przyczyn. Około $\frac{1}{3}$ ludności pochodzenia żydowskiego, znajdującej się w Europie, zamieszkiwało ziemię polską, a zatem ludność żydowska była żywo zainteresowana losami ziem polskich. Zarówno podczas I wojny światowej, jak i wkrótce po jej zakończeniu dochodziło na ziemiach polskich do wystąpień antysemitycznych rozdmuchiwanymi przez żywo niechętnie sprawie niepodległości Polski.

Poza tym interesy państwa polskiego na terenie państw zachodnich reprezentował Komitet Narodowy Polski na czele z Romanem Dmowskim, patronującym od szeregu lat akcji bojkotowej wobec Żydów. On też, reprezentując Polskę na konferencji pokojowej w Wersalu, powodował w dużej mierze niechętnie lub wręcz wrogo wobec niepodległości Polski stanowisko środowisk żydowskich. Wydaje się również, że bliższe związki pomiędzy kapitałem niemieckim i żydowskim, szczególnie na

terenach zachodniej Polski, były przyczyną antypolskiego stanowiska finansistów pochodzenia żydowskiego.

Dokument publikowany jest bez zmian i skrótów. Uwspółcześiono jedynie pisownię.

Eugeniusz Rudziński

New York, 1 września 1919.

REFERAT WYDZIAŁU PRASOWEGO
PRZY KONSULACIE GENERALNYM W NOWYM JORKU
DO MINISTERIUM SPRAW ZAGRANICZNYCH

CONSULATE GENERAL
OF THE
REPUBLIC OF POLAND
IN THE UNITED STATES

Natychmiast po rozpoczęciu działalności Konsulatu Generalnego w Nowym Jorku został zorganizowany Wydział Prasowy, mający niezmiernie znaczenie szczególnie tu, na gruncie amerykańskim. Zadaniem Wydziału Prasowego przy Konsulacie Generalnym było:

- 1) publikowanie komunikatów oficjalnych,
- 2) śledzenie za prasą amerykańską i obcojęzyczną w Ameryce,
- 3) umieszczanie artykułów własnych lub inspirowanych,
- 4) nawiązywanie stosunków z prasą,
- 5) informowanie Amerykanów o Polsce,
- 6) prowadzenie propagandy polskiej.

Oczywiste jest, iż w normalnych warunkach kierowanie Biurem Prasowym i Informacyjnym nie leży w kompetencji służby konsularnej, a zależy wyłącznie od Ministerium Spraw Zewnętrznych albo bezpośrednio, albo też przez przedstawicielstwo dyplomatyczne. Jednakże ze względu na specjalne instrukcje otrzymane w Warszawie i z powodu zamknięcia Biura Informacyjnego, prowadzonego przez p. Górskiego, Konsulat Generalny uważał za swój obowiązek zorganizowanie natychmiastowe tej ważnej placówki, dla zdania jej następnie przedstawicielowi dyplomatycznemu Polski w Stanach Zjednoczonych.

Rola Wydziału Prasowego od początku jego działalności była nadzwyczaj trudna. Powstał on w chwili największego rozognienia kampanii antypolskiej zorganizowanej w Stanach Zjednoczonych przez Żydów i nie bacząc na trudność doboru odpowiednich pracowników musiał natychmiast, chociażby w skromnych rozmiarach, rozpocząć kontrakcję przeciwko działalności naszych wrogów.

Obecnie, po trzech miesiącach działalności, Wydział Prasowy zakończył swoją organizację wewnętrzną na tyle, iż prowadzi już normalnie

całą swoją działalność informacyjną i propagandystyczną, o tyle jednakże, o ile na to pozwalają bardzo ograniczone środki, którymi obecnie rozporządza.

Kwestie, które interesowały Wydział Prasowy w szczególności i które przezeń zostały mniej lub więcej poruszane, są następujące:

- 1) prasa polska w Ameryce,
- 2) prasa amerykańska i opinia amerykańska o Polsce,
- 3) propaganda żydowska przeciw Polsce,
- 4) propaganda rusińska i litewska,
- 5) Słowacy amerykańscy i Polska,
- 6) polityka „amerykanizacyjna” rządu Stanów Zjednoczonych,
- 7) organizacja propagandy polskiej w Stanach Zjednoczonych.

W referacie niniejszym Wydział Prasowy postara się w krótkich słowach dać dane co do wyżej wspomnianych kwestii.

Prasa polska w Ameryce

W załączeniu przesyłamy listę wydawnictw periodycznych polskich w Stanach Zjednoczonych. Z wydawnictw tych 15 wychodzi codziennie, 4 miesięcznie, a reszta jako tygodniki lub dwutygodniki.

Co do kierunku politycznego, prasa polska w Ameryce rozbija się na dwa obozy, jeden grupujący się około Wydziału Narodowego¹, a drugi mniej jednolity w swojej tendencji politycznej, zależący bądź od Komitetu Obrony Narodowej², bądź od organizacji socjalistycznych.

Prasa, zależąca od Wydziału Narodowego, jest przeważnie nastroju umiarkowanego, przy czym duża część organów jest pod wpływem elementów klerykalnych.

Obóz Komitetu Obrony Narodowej przedstawia element radykalny.

Pisma socjalistyczne PPS do ostatniej chwili szły ręką w rękę z organami Komitetu Obrony Narodowej. Jednakże przed kilku tygodniami nastąpił między nimi silny rozłam i PPS idzie obecnie na własną rękę.

Z pism codziennych do kierunku wydziałowego należą:

¹ Wydział Narodowy Polski w Chicago, działający pod kierownictwem I. Paderewskiego w latach I wojny światowej, zajmował się werbowaniem Polaków do armii polskiej we Francji. We wrześniu 1917 r. uznał zwierzchnictwo polityczne Komitetu Narodowego Polskiego w Paryżu.

² Komitet Obrony Narodowej powstał w grudniu 1912 r. na zjeździe w Pittsburgu z inicjatywy Aleksandra Dębskiego. Skupiał emigrantów polskich w USA popierających działalność Tymczasowej Komisji Skonfederowanych Stronnictw Niepodległościowych, a następnie Naczelnego Komitetu Narodowego — działających na terenie Galicji. KON organizował pomoc finansową dla Legionów J. Piłsudskiego i propagował na terenie USA sprawę niepodległości państwa polskiego.

„Dziennik Narodowy”	w Chicago
„Dziennik Chicagoski”	”
„Dziennik Związkowy”	”
„Rekord Codzienny”	”
„Polak w Ameryce”	w Buffalo
„Ameryka-Echo”	w Toledo
„Nowiny”	w Milwaukee
„Kurier Polski”	w Milwaukee.

Do kierunku KON należą następujące pisma codzienne:

„Telegram Codzienny”	New York
„Nowy Świat”	”
„Dziennik dla Wszystkich”	Buffalo
„Dziennik Polski”	Detroit
„Kurier Codzienny”	Boston
„Dziennik Ludowy”	Chicago
„Wiadomości Codzienne”	Cleveland.

Co do tygodników i miesięczników, dwie trzecie przedstawiają elementy skłaniające się ku Wydziałowi Narodowemu, a reszta elementy radykalne.

Przechodząc do ogólnej charakterystyki prasy polskiej w Ameryce, musimy ze smutkiem zaznaczyć, że stoi ona w ogóle na bardzo niskim poziomie i moralnie, i literacko. Redagowane są gazety polskie bardzo źle, w większości wypadków przez ludzi mało inteligentnych, a często przez ludzi złej woli. Cierpi prasa polska w Ameryce na ogólne niedomagania wychodźstwa polskiego w Ameryce, na brak uczciwych kierowników z inteligencji. Gazety polsko-amerykańskie prowadzą między sobą zażartą walkę i partyjną, i osobistą, nie licząc się z żadnymi środkami. W większości jednak wypadków nie chodzi o żadne idee polityczne, a po prostu o przeprowadzenie osobistych interesów pod płaszczykiem spraw publicznych. Dużo jest zwykłego brudnego łapichłóstwa.

Pod względem czysto literackim pisma radykalne stoją wyżej od pism wydziałowych. Wytłumaczyć się to da tym, iż procent inteligencji biorącej udział w pismach wydziałowych jest niższy niż w pismach obozu radykalnego, podczas gdy w tych ostatnich pracuje trochę ludzi z inteligencji „starokrajowej”, to jest tych, którzy otrzymali wykształcenie w Europie. Z tym większą przykrością należy zaznaczyć, iż ludzi „czystych” i tam bardzo jest mało.

Jaki winien być stosunek rządu polskiego do prasy obu kierunków? Ze strony Wydziału Narodowego jest jawne dążenie do postawienia obozu przeciwnego poza granicami narodu. Oskarżani oni są o germanofilstwo, denuncjarstwo itp. Z drugiej strony „radykalni”, zupełnie jednak

niesłusznie, starają się zmonopolizować dla siebie sympatie dla Naczelnika Państwa, twierdząc, iż przeciwnicy ich są przeciwnikami Naczelnika Państwa, co zupełnie nie jest [sic]. Przedstawicielstwo polskie w Ameryce postawione jest z tego powodu w dość trudne zadanie [sic], gdyż wydziałowcy pragnęliby uzyskać zupełną banicję dla swych przeciwników.

Wydział Prasowy uważa, że wiele zarzutów tak z jednej i drugiej strony jest niesłusznych i że neutralność w stosunku do obu odłamów prasy jest wskazana. Rząd polski nie może wchodzić w walkę partyjną, gdyż podkopałoby to jego prestiż. Z drugiej strony zależność zupełna od Wydziału Narodowego i jego organów krępowałaby tylko naszą swobodę ruchów, nie dając nic w zamian, gdyż zależelibyśmy wtedy od dobrej lub złej woli kierowników Wydziału, którzy by nie omieszkali natychmiast tego wykorzystać dla swoich nie tylko politycznych, ale w wielu wypadkach i osobistych celów.

Sprawa organu oficjalnego Rządu Polskiego w Stanach Zjednoczonych

Ze względów wyżej wyłuszczonych nasuwa się pytanie, czy nie byłoby celowym z punktu widzenia interesów Państwa Polskiego założenie na gruncie amerykańskim dziennika bezpartyjnego, mającego na celu informowanie ludności polskiej z punktu widzenia rządu polskiego.

Założenie takiego pisma na koszt rządu byłoby dosyć drogie, gdyż licząc nakład na 10 do 12 tysięcy numerów dziennie, kosztowałoby wydawnictwo około \$ 5000 miesięcznie. Z drugiej jednak strony nie ulega najmniejszej wątpliwości, iż pismo to bardzo szybko zaczęłoby się opłacać. Wydział Prasowy uważa, że po paru miesiącach egzystencji mielibyśmy więcej prenumeratorów jak jakie inne pismo w Stanach. Największym atutem takiego pisma byłoby, iż otrzymywałoby ono wyłącznie komunikaty przedstawicielstwa polskiego w Ameryce. Ten jeden fakt już przyczyniłby się do ogromnego rozpowszechnienia pisma. Z drugiej strony umieszczałoby się tam cały szereg półurzędowych artykułów, które zazwyczaj interesują cały ogół. Wiadomość, iż dane pismo jest oficjalnym organem rządu polskiego, rozniósłaby się szybko po całej Polonii amerykańskiej i przyczyniłaby się do rozszerzenia listy prenumeratorów.

Wydział Prasowy zbiera dokładne dane co do ewaluacji kosztów zakładowych przy wydawaniu takiego dziennika i wkrótce je przedstawi.

Prasa amerykańska i opinia amerykańska o Polsce

W załączeniu przesyłamy spis najważniejszych dzienników angielskich w Stanach Zjednoczonych, które są ważne dla rozprzestrzenienia wiadomości o Polsce.

Zbytecznym jest zaznaczać w tym referacie potęgę, jaką przedstawia prasa amerykańska, i wpływ jej na życie polityczne kraju. Tym więcej ważnym jest fakt, że prasa amerykańska, a szczególnie prasa codzienna jest daleko od wszelkiej ideowości lub nawet partyjnego ideologizmu. Są to wszystko mniejsze lub większe interesy, ściśle handlowo prowadzone, spekulujące na rozszerzenie zbytu bez żadnych skrupułów co do przedstawianego materiału. Nigdzie na świecie dział ogłoszeniowy nie ma takiego wpływu na kierunek pism jak tutaj i można śmiało powiedzieć, że w Ameryce dział „edytorialny” jest w ścisłej zależności od działu ogłoszeniowego.

Z handlowego sposobu prowadzenia prasy wynika, iż z wyjątkiem części prasy bardzo potężnej finansowo lub stale zależnej finansowo od jakiejś określonej grupy, poglądy wyrażane w jednym i tym samym piśmie mogą się zmieniać z błyskawiczną szybkością. Z drugiej zaś strony wynika z tego, iż w pogoni za popularnością i rozszerzeniem wydawnictwa gazety spekulują na wyścigi w demagogicznych hasłach, przyciągających czytelnika, nawet w razach, kiedy te są *à priori* niewiarogodne.

Z drugiej strony należy podnieść ogromną wagę wpływów osobistych na prasę. Wybitny osobnik czasem więcej znaczy dla Ameryki niż najwięcej prawa sprawa. Amerykanie, orientujący się trudno w zawiłych sprawach politycznych, przywiązują dużo wagi do autorytetów osobistych.

Wszystkie te punkty widzenia mają ogromną wagę przy ocenianiu stanowiska zajętego przez prasę amerykańską w stosunku do Polski.

Amerykanie wiedzą o Polsce tyle, co i o innych „egzotycznych” krajach Europy Wschodniej, to jest nic. Na pytanie, co to jest Polska, jakiś poważny pan odpowiedział: „It is the country where the Polish Jews come from”.

Wiadomości przeto podstawowych żadnych o Polsce nie ma. Z tego wynika, że wszystkie choćby najwięcej nieprawdopodobne wiadomości, aby tylko zostały podane w odpowiednim amerykańskim sosie, znajdują ogólny posłuch. Zaś przy nadzwyczaj[nej] łatwowierności i prostoduszności Amerykanów nasi wrogowie zawsze umieli tę łatwowierność w swoich celach wykorzystać.

Z drugiej strony sam charakter handlowy dzienników prowadzi do tego, że wszystkie głośne, krzyczące wypadki są jeszcze przesadzane, aby wzbudzić zaciekawienie i powiększyć sprzedaż. To tłumaczy, jakim sposobem zasadniczo frankofilski i polonofilski „Herald” mógł umieścić wstrętą paszkwilową korespondencję Hermana Bernstejna o pogromach i reklamować ją w obrzydliwy sposób. W Nowym Jorku mieszka półtora miliona Żydów i każdy musi się z nimi liczyć. Wszystko jest robione tylko dla zwiększenia liczby prenumeratorów.

Pomimo wszelkich wysiłków wrogów naszych, o których później będę

mówił, opinia publiczna jest w ogóle przychylnie usposobiona do Polski, pomimo iż w ostatnich czasach jest pewne ostudzenie spowodowane propagandą żydowską. Czemu to należy przypisać?

Przeważnie, jak tu już wyżej zazaczyłem, chodzi o sympatie do osób.

Każdy Amerykanin wie, kto jest Pułaski, każdy zna imię Thaddeus of Warsaw i te dwa wielkie imiona zrobiły dla Polski w Ameryce więcej, jak kiedykolwiek propaganda mogłaby zdziałać. Są oni bohaterami narodowymi Amerykanów i jak Lafayette dla Francji stworzyły dług wdzięczności Amerykanów dla Polski, dług wdzięczności, o którym Amerykanie zawsze pamiętają.

Drugim ważnym czynnikiem sympatii dla Polski jest niesłychana popularność w Ameryce Premiera Paderewskiego. Jak jeden z Amerykanów bardzo poważnych mi to powiedział, popularność Paderewskiego w Ameryce może być porównana tylko z popularnością Roosevelta. Premier Paderewski jest tu znany przez wszystkich i ma nieskończoną ilość przyjaciół. W jednym z następnych działów, gdy będę mówił o organizacji propagandy polskiej w Ameryce, zwrócę uwagę na sposób, w jaki możemy wykorzystać dla sprawy polskiej popularność Premiera Paderewskiego.

Zasadniczo wrogo usposobionymi wśród gazet amerykańskich jest grupa Hearsta. Hearst, wielki milioner, człowiek bez żadnych skrupułów i bez żadnych politycznych zapatrywań, posiada kilkanaście bardzo poważnych dzienników we wszystkich większych miastach Stanów Zjednoczonych. Jest on zaciekłym wrogiem Wilsona. Przed wypowiedzeniem wojny przez Stany Zjednoczone był on narzędziem głównym w ręku propagandy niemieckiej i kierownikiem opinii progermańskiej w Stanach Zjednoczonych. Po wypowiedzeniu wojny przez Stany Zjednoczone był on zmuszony zaprzestać swej propagandy progermańskiej, ale za to kontynuował on im służyć [sic], napadając na wszystko, co było wrogiem Niemcom. Napadał więc on naprzód na Anglię, potem na Francję i na koniec na Polskę. Pisma jego tchną nienawiścią do wszystkiego, co polskie. Jest to wrogość systematyczna, *par principe*, której żadnymi środkami złagodzić się nie da.

Propaganda żydowska przeciw Polsce

Od wybuchu wojny europejskiej znaczna większość opinii prasowej żydowskiej stanęła stanowczo po stronie niemieckiej. Szczególniej na Wschodzie w wielkich miastach ze znacznym procentem ludności żydowskiej wpływy proniemieckie były od razu bardzo silne.

Niechęć ku związkowcom³ ograniczała się jednakże z początku tylko jedną Rosją. Tak trwało przez pierwsze kilka miesięcy wojny.

³ Związkowcy — inna nazwa państw ententy, które pozostawały ze sobą w przymerzu podczas I wojny światowej.

Na początku roku 1915 zjawił się tutaj sekretny emisariusz rządu niemieckiego, dr Strauss, dla obrabiania opinii żydowskiej i wykorzystania ruchu sjonistycznego dla celów niemieckich.

Jako współpracownika wziął on sobie bardzo zdolnego Żyda, dra Melameda, z którym zaczęli wydawać proniemiecką „American Jewish Chronicle”. Założyli oni pod płaszczykiem sjonistycznym niemieckie biuro wywiadowcze na Nassaustr. 132 w Nowym Jorku. Dr Melamed stał się redaktorem najpoważniejszego pisma żydowskiego w Nowym Jorku, „Die Wahrheit”. Propaganda proniemiecka wytworzyła silną nagonkę na wszystkie państwa związkowe i cała prawie prasa żydowska przeszła do obozu sprzyjającego Niemcom.

Ale Stany Zjednoczone weszły tymczasem do wojny i dr Strauss został internowany. Prasa żydowska zmieniła od razu front i stała się lojalnie amerykańska. Nie przeszkadzało to jednak, iż nawet wtedy, gdzie [sic] było możebne, występowała w interesach niemieckich.

Po zawarciu zawieszenia broni i zniesieniu ograniczeń prasowych ton prasy żydowskiej lub należącej do Żydów od razu się zmienił. Nie mogąc od razu zacząć na nowo kampanii proniemieckiej, zaczęła prasa atakować aliantów, a potem wszystkich tych, którzy siłą rzeczy znaleźli się związani z aliantami. Tak rozpoczęła się ponowna walka przeciw Polsce, jak tylko stało się widocznym, iż restauracja państwa polskiego stała się jedną z podstaw nowego ustroju wprowadzonego przez Konferencję Pokojową. Zaczęła się ta walka daleko wcześniej, nim przyszły jakiegokolwiek wiadomości o ekscesach przeciwydowskich. Jako pierwsi promotorowie tej walki stanęli ludzie związani z Niemcami, między innymi Warburg, Żyd polsko-niemiecko-amerykański, brat wielkiego Warburga niemieckiego. Te same osobistości, które wzięły udział w inicjatywie naganki na Polskę, były inicjatorami ponownego rozpoczęcia stosunków handlowych z Niemcami.

Była to pierwsza faza agitacji przeciwpolskiej i trwała ona do maja roku bieżącego.

Z początkiem maja, równocześnie z wiadomościami o ruchu wojsk polskich na Litwie, agitacja przeciwpolaska wzmogła się szalenie. Prasa napełniła się fantastycznymi wiadomościami o nieskończonych pogromach i okrucieństwach, których wszędzie dopuszczała się rzekomo armia polska. Wiadomości te, podawane codziennie w coraz jaskrawszych barwach z rozmaitych źródeł, obiegły całą prasę amerykańską. Co dzień nowe informacje dodawały nowe obrazy, potęgując ogólne podrażnienie i wywołując niechęć ku Polsce.

W końcu maja agitacja doszła do punktu kulminacyjnego. Na czele jej stanęli: z jednej strony kilku milionerów żydowsko-amerykańskich, z drugiej zaś strony zawodowi sjonisci. Z pierwszych najważniejszymi są Louis

Marshall, Jacob Schiff, Warburg, a z sjonistów Nathan Strauss i dr Magnes o nastroju bolszewickim.

Po całych Stanach Zjednoczonych Żydzi urządzili cały szereg mitingów protestacyjnych i zapełnili prasę ogłoszeniami kosztującymi dziesiątki tysięcy dolarów. Wynikiem była interwencja Kongresu.

Reakcja ze strony polskiej na kampanię żydowską była dość słaba ze względu na rozproszenie jej między oddzielne towarzystwa, instytucje i oddzielne osobistości, i przez brak ogólnej dyrektywy. Choć nie było zrobione wszystko, co należało zrobić, jednakże przedstawiciele Polonii amerykańskiej i Komitetu Narodowego przedstawiali rządowi amerykańskiemu polski punkt widzenia na kwestię żydowską i kiedy sprawa pogromów przyszła na posiedzenie Komitetu Spraw Zewnętrznych Kongresu, głos polski został wysłuchany. Raport Gibbsona, który jednocześnie przybył z Polski, zrobił jak najlepsze wrażenie i Komitet zdecydował ograniczyć interwencję zamianowaniem Komisji Morgenthaua.

Po mianowaniu Komisji Morgenthaua naganka żydowska na Polskę trochę przycichła. Potem przyszły wiadomości o podpisaniu traktatu aliantów z Polską w kwestii praw mniejszości i prasa żydowska zaczęła zmieniać ton. Zaczęły się nawet pojawiać artykuły nawołujące Żydów do porozumienia z Polską. Louis Marshall, powróciwszy z Paryża, urządził wiec w Nowym Jorku, gdzie wyraźnie zaznaczył, iż Żydzi, otrzymując prawa w Polsce, winni również pamiętać i o obowiązkach stąd wypływających. Nawoływał do spokoju i do oczekiwania wyników Komisji Morgenthaua.

Jednakże przed paru tygodniami sytuacja znowu się zmieniła. Przyjechał z Polski delegat „New York Herald”, Hermann Bernstejn, i zaczął drukować w „Heraldzie” szereg złośliwych, fanatycznych artykułów o pogromach w Polsce. Artykuły te, wykorzystując materiały dane B. przez rząd polski, przedstawiały je w fałszywym, demagogicznym świetle. Wywarły one znaczne wrażenie i zaszkodziły nam bardzo. Na skutek tych wiadomości został zwołany wiec żydowski, na którym przemawiali Marshall, Magnes i inni.

Zawodowi sjonści, jak Zukermann i Pine (Pines), którzy byli z ramienia żydowskiego [w] „Joint Distribution Committee”⁴ wrócili do Ameryki i zaczęli pisać w żydowskich gazetach niestworzone rzeczy o stosunkach żydowskich w Polsce. Przed paru dniami przyszły wiadomości, iż w Mińsku podczas obecności Morgenthaua miał miejsce nowy pogrom i że Morgenthau został obrzucony zgniłymi jabłkami.

Czego żądają Żydzi amerykańscy i czego zamierzają dopiąć swą kam-

⁴ „Joint” — „American Joint Distribution Committee” — organizacja założona w 1914 r. w Nowym Jorku celem niesienia pomocy finansowej ofiarom wojny. W okresie międzywojennym udzielała pomocy finansowej m.in. Żydom polskim.

panią przeciw Polsce? Trudno na to dać odpowiedź. Jednakże jest to charakterystycznym, iż zawsze, gdy jakaś ważna kwestia polska wychodzi na decyzję [sic] w Paryżu, agitacja tutaj zwiększa się. Przed samym podpisaniem projektu traktatu zaczęła się pierwsza naganka. Obecna druga rozpoczęta została w chwili, kiedy chodziło o obsadzenie przez wojska związkowców Górnego Śląska.

Środki materialne dla swej agitacji mają Żydzi nieograniczone. Kilku milionerów żydowskich daje na cele propagandy ogromne pieniądze, a i ogół Żydów dostarcza bardzo znaczne środki. W obecnej chwili zbierają fundusz 20-milionowy na głodnych w Polsce i zbiorą go przez parę tygodni. Jednakże znaczna część wszystkich takich funduszy idzie na cele propagandy.

Stosunki Wydziału Prasowego z prasą żydowską

Wydział Prasowy natychmiast, jak mógł zacząć swoją pracę, starał się zorientować w stosunkach w prasie żydowskiej. Wprowadziliśmy stałą służbę tłumaczeń wycinków z prasy żydowskiej. Potem przez naszego agenta weszliśmy w stosunki z niektórymi przyzwoitszymi dziennikarzami żydowskimi, którzy weszli w kontakt z Wydziałem Prasowym. Obecnie mamy w prasie żydowskiej paru swoich ludzi, przez których jesteśmy stale informowani i przez których od czasu do czasu umieszczamy inspirowane artykuły w poważniejszych dziennikach żydowskich. Robota ta już przyniosła pewne owoce, gdyż jeden z organów żydowskich w Nowym Jorku, bardzo poważny „Daily Jewish News”, zaczął umieszczać systematycznie przyjazne nam artykuły. Posyłamy oprócz tego do gazet żydowskich komunikaty urzędowe dotyczące się obywateli Polskich i zostają one zawsze umieszczane. Przez te i inne środki możemy dużo zrobić dla zmiany stosunku do Polski pewnego przyzwoitszego odłamu prasy żydowskiej, co dla nas ze względu na olbrzymi wpływ Żydów w Ameryce, szczególnie w świecie finansowym, jest absolutnie nieodzownym.

Na zakończenie podajemy spis poważnych organów żydowskich w Stanach Zjednoczonych:

New York	„Amerikaner”
	„The Day” („Der Tag”)
	„Die Wahrheit”
	„Jewish Daily Forward”
	„Jewish Daily News”
	„Jewish Morning Journal”
Chicago	„Chicago Jewish Times”
	„Daily Jewish Courier”
	„Jewish Daily Forward”

Milwaukee	„Jewish Daily Press”
Philadelphia	„Jewish World”
Cleveland	„Jewish World”.

Wszystkie gazety żargonowe w Stanach Zjednoczonych są w rękach sjonistów. Partyjnie rozbijają się one na trzy grupy:

1) Mizراحیści, czyli Żydzi Ortodoksyjni. Głównym ich przedstawicielem jest nowojorska „Daily Jewish News”.

2) Postępowscy, na czele których stoi „Der Tag”.

3) Socjaliści, Poalej Sjon, skłaniający się bardzo silnie ku sjonizmowi. Przedstawicielem ich jest „Forward”.

Propaganda rusińska i litewska

Mówiąc o propagandzie przeciwpolskiej w Stanach Zjednoczonych należy zwrócić uwagę na propagandę prowadzoną przez Rusinów i Litwinów. Propaganda ta, prowadzona równolegle z propagandą żydowską, przybrała w ostatnich czasach bardzo szerokie rozmiary.

Ukraincy, dochodzący do jednego miliona w Stanach Zjednoczonych, dzielą się tutaj na dwa towarzystwa. Jedno z nich, „Federacja Ukraińsko-Amerykańska”, organizacja radykalna, prowadzona przez Siczynskiego, mordercę namiestnika Potockiego. Druga jest organizacja więcej umiarkowana, nazywa się Rada Ukraińska. Na czele jej stoi ksiądz Podhorecki. Obydwie organizacje oparte są na towarzystwach ubezpieczeń, jak to się dzieje w towarzystwach polskich w Ameryce. Federacja wydaje organ „Ukraińska Gazeta”, Rada wydaje „Swobodę”. „Ukraińska Gazeta”, kierowana przez Siczynskiego, skłania się bardzo ku bolszewizmowi. Wpływ Federacji w ostatnich czasach silnie upadł, a rozwinął się wpływ Rady. Oprócz dwóch ostatnich organów partyjnych Rusini wydają w Stanach Zjednoczonych osiem gazet wychodzących raz na tydzień.

Przed miesiącem przyjechał do Ameryki delegat Petlury, dr Baczyński ze Lwowa, adwokat, i niejaki Kozakiewicz ze Lwowa. Założyli oni w Waszyngtonie Biuro Informacyjne Ukraińskie. Baczyński działa jako poseł Ukrainy w Stanach, został przyjęty przez Lansinga i przez Komitet Spraw Zagranicznych Senatu. W Nowym Jorku utworzyli Rusini drugie Biuro Informacyjne, na czele którego stanął niejaki Łotocki, były nauczyciel gimnazjalny ze Lwowa.

Rusini w Ameryce prowadzą nadzwyczaj silną propagandę przeciwpolską. Mają oni znaczne fundusze. Skąd te fundusze pochodzą, nie mogliśmy jeszcze ustalić. Część ich pochodzi ze składek wychodźstwa, ale znaczna część pochodzi z innych źródeł. Informacje nasze skłaniają się ku temu, iż duże subsydia wpływają Ukraińcom od sfer amerykańskich, mających interesy w Rosji, tych samych, które popierają Denikina. Fak-

tem jest, że opinia polityczna ukraińska, jeszcze niedawno w ogromnej większości „samostijna”, zaczyna się skłaniać ku federalizmowi z Rosją. Nawet Hałyczanie⁵, którzy byli do ostatniego czasu nieprzejednanymi, mówią o federacji.

W Ameryce Ukraińcy zapewnili sobie opiekę dwóch „polityków” amerykańskich. Jeden [sic] jest congressman James A. Hamill, a drugi [sic] US senator ze stanu Connecticut, Coplemann. Ten ostatni jest Żydem z Odessy, twierdzi jednak, że jest Ukraińcem. Obydwaj są płatni przez Ukraińców, a właściwie z sekretnych funduszków danych do dyspozycji Ukraińców przez ich przyjaciół amerykańskich.

Przed paru tygodniami, kiedy w Senacie zaczęła się dyskusja o ratyfikację traktatu pokojowego z Niemcami, Committee of Foreign Relations, złożony w większości z wrogów Wilsona, wezwał na posłuchanie przedstawicieli drobnych narodowości, aby zebrać dowody, iż nie są one zadowolone z Ligi Narodów. Między innymi występowała delegacja ukraińska, złożona z wymienionych wyżej dra Juliana Baczyńskiego i Wiktora Kozakiewicza, a także z dwóch kijowskich Żydów: M. Kadetza i Imchowskiego. Oprócz tego występował od Rusinów kanadyjskich Ivan Petruszewicz. Żadnych pozytywnych rezultatów z posłuchania tego Ukraińcy nie odnieśli.

Ciekawy jest stosunek propagandy ukraińskiej do Żydów. Żydzi amerykańscy z początku popierali wyraźnie propagandę ukraińską i ogłoszenia antypolskie, wydawane kosztem tysięcy dolarów, wychodziły od Żydów, Ukraińców i Litwinów razem. W ostatnich czasach po otrzymaniu wiadomości o monstualnych pogromach na Ukrainie, Żydzi odsunęli się trochę od Ukraińców, pomimo iż Ukraińcy specjalnie manifestują na każdym kroku swe stanowisko filosemickie.

Zasadniczą wadą propagandy ukraińskiej jest brak odpowiednich ludzi. Nie mają oni tu na gruncie amerykańskim prawie zupełnie inteligencji, posilkują się Żydami i Amerykanami. Można też zauważyć, że nie umieli Ukraińcy wyprowadzić propagandy swojej przed opinię amerykańską i pracują przeważnie między Rusinami. W ogóle za pieniądze, które dotychczas wydali na propagandę, rezultaty są zupełnie znikome. Przy tym między nimi samymi panują niesnaski. Federacja walczy na noże ze spokojniejszymi elementami z Rady. Syczyński, który otwarcie głosi terror, stracił dużo znaczenia między swymi poprzednimi zwolennikami. W biurach instytucji politycznych ukraińskich pracują przeważnie Żydzi, którzy robią to tylko dla interesu. Przed kilku dniami Wydział Prasowy

⁵ Hałyczanie — nazwa ugrupowania emigracyjnego Ukraińców, prawdopodobnie wzięta od tytułu czasopisma „Hałyczanin” ukazującego się we Lwowie w latach 1893—1914.

otrzymał przez zaufanego człowieka propozycję dostawiania z Ukraińskiego Biura Prasowego w Nowym Jorku wszelkich najpoufniejszych informacji w odbitkach fotograficznych. Dowodzi to, jakie elementy pracują w tych instytucjach.

Litwini. Jeżeli co do źródeł funduszków, używanych na propagandę ukraińską w Stanach Zjednoczonych, mogą być jakiegokolwiek wątpliwości, znikają one, gdy rzecz chodzi o Litwinów. Równoległość akcji żydowskiej i litewskiej jest zupełnie jasna i w wielu wypadkach zupełnie nie skrywana. Bardzo wiele drogich ogłoszeń protestacyjnych przeciwko zajęciu przez wojska polskie Litwy historycznej, ogłoszeń, które przed paru miesiącami w czasie najsilniejszej agitacji żydowskiej ukazywały się wszędzie we wszystkich najpoważniejszych pismach amerykańskich kosztem dziesiątków i setek tysięcy dolarów, było podpisywanych wspólnie przez organizacje żydowskie i litewskie. Pieniądze naturalnie łożyli w większości Żydzi.

Litwinów w Stanach Zjednoczonych jest jakoby około 500 000. Skoncentrowani są przeważnie na Wschodzie, szczególnie w Nowym Jorku i Pensylwanii. Dużo jest ich też w Illinois. Wydają wszystkiego około 30 pism periodycznych, z których dwa dzienniki, dwa wychodzące dwa razy na tydzień, a reszta tygodniowo.

Zorganizowani są Litwini w towarzystwa, grupujące się przy Towarzystwach Ubezpieczeniowych, jak to ma miejsce i w innych koloniach cudzoziemskich w Stanach Zjednoczonych. Najważniejszymi organami Towarzystw są: „Tevine” w Nowym Jorku, „Garzas” w Nowym Jorku i „Drougas” w Chicago. Większość Litwinów znajduje się pod kierownictwem politycznym kleru katolickiego. Wychodzi jednak jedno pismo czysto bolszewickie, „Laisve”, w Nowym Jorku. Tu też egzystuje cała partia komunistyczna litewska.

Wszystkie wydawnictwa litewskie są nadzwyczaj antypolskie. Kler litewski, nawiasem mówiąc nadzwyczaj nieciekawy i intelektualnie, i moralnie, prowadzi fanatyczną robotę przeciwko Polsce, nie przebierając w środkach.

W Waszyngtonie Litwini posiadają Biuro Informacyjne, prowadzone przez bardzo miernych ludzi. Biuro to stoi w ciągłym kontakcie z organizacjami żydowskimi. Żyd amerykański Morison przeprowadził połączenie polityczne organizacji drobnych narodowości nadbałtyckich i obecnie organizacje te występują stale razem, a jednocześnie razem z Żydami. Na posłuchaniu w Komitecie Spraw Zagranicznych Senatu, o którym mówiłem wyżej, wszystkie narodowości nadbałtyckie występowały razem. Litwini żądali ustąpienia armii polskiej z Litwy historycznej. Co do mieszkańców Polaków twierdzą, że ci w ciągu jednego pokolenia zapomną po polsku.

Słowacy w Ameryce i Polska

Ludność słowacka w Stanach Zjednoczonych przewyższa milion mieszkańców. Rozrzucana ona jest po całym Wschodzie i Centrumie dosyć skupionymi grupkami. Organizuje się przy Towarzystwach Ubezpieczeniowych robotniczych, będących zarazem centrami pracy narodowej.

Pięć słowackich dzienników wychodzi w Stanach Zjednoczonych:

„Słowak w Ameryce”	New York
„Jednota”	Middletown, Pa.
„Bractwo”	Wilkes Barry, Pa.
„Deni Hlas”	Cleveland, Ohio
„Narodne Noviny”	Pittsburgh, Pa.

Oprócz tego wychodzi tu znaczna ilość drobnych pism periodycznych słowackich, a ogólna ich ilość wynosi 44 wydawnictwa.

Słowacy w organizacjach swoich przedstawiają nadzwyczajnie podatny element dla propagandy polskiej. Są oni pod wpływem duchowieństwa, odnośzącego się bardzo przychylnie do Polski.

Po ogłoszeniu niezależności Czechosłowacji rząd czeski zaczął tu robotę między Słowakami, którzy w Ameryce przedstawiają większość obywateli Czechosłowacji. Jednakże wszystkie próby nie przyniosły Czechom żadnej realnej korzyści i nastroj między Słowakami tutejszymi jest bardzo antyczeski.

Zadnej polskiej zorganizowanej roboty między Słowakami do tej pory nie prowadziło się. Mimo to Słowacy impulsowo garną się do polskości, uczęszczają na wiece polskie i czytają po polsku.

Z małym nakładem pracy i pieniędzy na propagandę między ludem słowackim na wychodźstwie udałoby się nam przysporzyć Państwu Polskiemu milion szczerych przyjaciół, którzy mogą się stać dla nas niezmiernie cennymi. Znaczna część Słowaków amerykańskich powróci w krótkim czasie do kraju, a będąc najinteligentniejszą częścią społeczeństwa słowackiego będzie miała decydujący wpływ na ukształtowanie myśli politycznej w starym kraju.

A m e r y k a n i z a c j a

Na skutek wojny europejskiej i interwencji amerykańskiej w psychologii Amerykanów zaszły zmiany, mogące mieć olbrzymie znaczenie na dalsze ukształtowanie życia politycznego w Ameryce. Pierwszym charakterystycznym objawem tej zmiany pojęć politycznych amerykańskich jest wytworzenie, a raczej niezwykle wzmożenie nacjonalizmu amerykańskiego. Stany Zjednoczone posiadają do 40% ludności pochodzenia obcego, a 16% ludności nie umiejącej mówić po angielsku. Przy zaprowadzeniu

powszechnej służby wojskowej bardzo wielu rekrutów nie umiało zupełnie języka urzędowego i musiało przechodzić przez specjalną szkołę.

W tym czasie powstał ruch tzw. „amerykanizacyjny”, mający na celu wytworzenie patriotyzmu amerykańskiego pomiędzy ludnością obcą. Ruch ten skierowany był początkowo na rekrutów. Cały szereg instytucji, wytworzonych *ad hoc*, zaczęło uświadamiać amerykanizacyjnie młodych ludzi, należących do poboru. Cały szereg szkół we wszystkich wielkich centrach rozpoczął naukę języka angielskiego dla młodych ludzi w wieku poborowym. Rząd amerykański, idąc śladem inicjatywy prywatnej, rozpoczął amerykanizację urzędową. Żołnierze armii amerykańskiej, nie będący obywatelami, stawali się automatycznie obywatelami i otrzymywali papiery naturalizacyjne. Nawet żołnierze pochodzenia niemieckiego mogli tym sposobem otrzymać obywatelstwo. Przez kilka miesięcy w 1919 i 1918 [r.] 60 000 patentów naturalizacyjnych zostało wydane żołnierzom we Francji.

Ruch amerykanizacyjny, zaczęty w armii, rozprzestrzenił się na cywilną ludność obcą w Stanach Zjednoczonych. Myślą przewodnią całego ruchu jest stworzenie z przybyszów obcych Amerykanów.

Jedną z najważniejszych przyczyn wzmożenia się ruchu amerykanizacyjnego jest obawa Amerykanów przed masową emigracją powrotną do Europy, na skutek zmniejszenia się w Europie ludności przez wojnę i epidemię i wywołanego tymi faktami braku robotnika, co przy robotach rekonstrukcyjnych musi odegrać ogromną rolę na podwyższenie cen roboczych. W chwili obecnej ruch reemigracyjny, z powodu trudności przejazdu i trudności paszportowych, nie przyjął jeszcze tych olbrzymich rozmiarów, jakie można było przewidzieć, ale jest rzeczą pewną, że jak tylko komunikacja regularna z Europą zostanie przeprowadzona, setki tysięcy i miliony Włochów, Polaków, Rusinów, Słowaków, Węgrów, Południowych Słowian wróci do Europy.

Z drugiej strony Stany Zjednoczone cierpią już dziś bardzo silnie na brak rąk roboczych i masowa emigracja rąk roboczych mogłaby doprowadzić Stany Zjednoczone do nadzwyczajnie silnego kryzysu ekonomicznego, którego strasznie obawia się przemysł tutejszy. Ceny na robotnika już dziś są niesłychanie wygórowane. Robotnicy niespecjaliści, [jak] np. kopiący ziemię, *unskilled labour*, zarabiają na Wschodzie do 10 dolarów dziennie. Na Zachodzie w rolnictwie na farmach, gdzie nawet białych robotników dostać prawie nie można, Japończycy lub Indianie przy okopywaniu buraków dostają po 7 dolarów dziennie. Panuje więc uzasadniona obawa, iż przy wzmocnieniu się reemigracji ceny na robociznę doszłyby do norm niesłychanie wysokich.

Chcąc przeciwdziałać tej reemigracji, przemysłowcy amerykańscy zorganizowali cały szereg towarzystw, mających na celu zatrzymywanie ro-

botników obcych w Ameryce przez propagandę. Propaganda ta ma na celu związanie ich z Ameryką, przekonanie, że w Ameryce znajdują najlepsze warunki bytu, że w Europie będą nieszczęśliwymi na skutek anarchii i nędzy.

Miliony zostały wydane od dwóch lat na propagandę amerykańkizacyjną i ciągle nowe miliony zostają wyasygnowane przez przemysł amerykański. Niektórzy wielcy przemysłowcy, jak słynny fabrykant broni Dupont de Nemours, dali po kilka milionów na propagandę amerykańkizacyjną. Cały szereg towarzystw prywatnych pracuje nad uświadomieniem amerykańkizacyjnym robotników.

Jednym z najsilniejszych środków amerykańkizacji przez instytucje prywatne jest prasa obcojęzykowa. Towarzystwa amerykańkizacyjne wydają olbrzymie pieniądze na prowadzenie propagandy amerykańkizacyjnej przez pisma. Tysiące dolarów idą na ogłoszenia propagandystyczne w każdym poważniejszym piśmie obcojęzykowym. Całe numery specjalne, tak zwane numery amerykańkizacyjne, zostają wydawane na rachunek towarzystw płacących wszystkie koszty. Pisma polskie, jak i inne pisma obcojęzyczne, za pieniądze drukują wszystko, co towarzystwa amerykańkizacyjne żądają, nawet ... w artykułach redakcyjnych rady do czytelników używania w domu tylko języka angielskiego. Kinematograf i szkoła pracują w tym samym kierunku. Niedawno zostało założone towarzystwo kinematograficzne dla rozprzestrzeniania literatury amerykańkizacyjnej. Wysyła ono materiał amerykańkizacyjny do 250 000 szkół po całych Stanach Zjednoczonych i do 200 000 kinematografów. Otrzymuje ono subsydium od rządu.

Z towarzystw zajmujących się amerykańkizacją następujące zasługują na szczególne znaczenie:

1) American National Americanization Committee, Washington. Prezesem jest Miss Francis Kellor;

2) American Association Foreign Language Newspapers;

3) Interracial Council, 120, Broadway, New York. Prezes Coloman Dupont de Nemours;

4) Civil League of America, Boston, organizacja katolicka;

5) League of Foreign Born Citizen. Na czele stoi Nathaniel Philipps. Jest to organizacja żydowska.

Mówiąc o amerykańkizacji i projektach amerykańkizacyjnych mieliśmy do tej pory na myśli wyłącznie robotę propagandową, a więc amerykańkizację przez perswazję. Jednakże istnieje w Stanach Zjednoczonych drugi prąd, równie silny jak pierwszy, przymusowej amerykańkizacji żywołów obcych. Prąd ten ma wielu zwolenników w sferach kongresowych. Wiele projektów zostało opracowanych co do przymusowej amerykańkizacji żywołów obcych. Ruch ten, jak i ruch poprzedni, zaczął się podczas wojny. Prawodawstwo wyjątkowe dla żywołów obcych zostało z początku wpro-

wadzone w stosunku do Niemców. Pewna ilość Stanów, jednakże nie większość, wprowadziła zakaz uczenia po niemiecku w szkołach. W niektórych Stanach zmuszono wydawnictwa gazet niemieckich do zawieszenia ich. Obecnie istnieje tendencja wprowadzenia w języku obcym ograniczeń nauczania nie tylko dla Niemców, ale dla wszystkich obcych, przynajmniej w niektórych Stanach Unii. Z drugiej strony pewna część nacjonalistów w Kongresie żąda ograniczenia dla prasy obcojęzycznej, przed paru tygodniami (24 lipca 1919) senator Smith ze Stanu Georgia wniósł do Izby projekt prawa o ograniczeniu prasy obcojęzycznej. Żąda on ni mniej ni więcej, jak zakazu wydawnictwom obcojęzycznym posługiwania się pocztą. Projekt ten jest tak ciekawy, iż przytaczamy go w całości.

„In The Senate of the United States. July 24-th 1919. Mr. Smith of Georgia introduced the following bill, which was read twice and referred to the Committee on the Judiciary. A Bill to prohibit the use of the mails by periodicals and newspapers not printed in English and for other purposes.

Be it enacted by the Senate and House of Representatives of the United States of America in Congress Assembled. That from and after October I. 1919 it shall be unlawful to send through the mails any periodical or newspapers, or publication in the shape of a pamphlet or circular, printed in a foreign language, which does not contain a translation into English column for column and page for page of such publication.

Sec. 2. That from and after January I, 1925 it shall be unlawful to send through the mails any periodical or newspaper, or publication in the shape of a pamphlet or circular, which is printed in any language other than English.

Sec. 3. That it shall be the duty of the Post Office officials to seize any publication sought to be sent in violation of the provisions of this act, and any person convicted of delivering any such publications in violation of the provisions of the act, shall on conviction be punished with fine not to exceed \$ 1,000. or with imprisonment not to exceed one year, or both, in the discretion of the judge hearing the case.

Sec. 4. That all laws or parts of laws in conflicts with this act are hereby repealed”.

O organizacji propagandy w Ameryce

Ameryka jest krajem, gdzie idee polityczne dla wniknięcia w masy muszą się opierać na systemie handlowym reklamy dziennikarskiej, gdzie organizacja propagandy politycznej tylko wtedy może liczyć na powodzenie, gdy korzysta z całego aparatu reklamy komercyjnej.

Szczególnie od czasu wojny reklama na usługach propagandy politycznej wzmogła się niesłychanie.

Rząd niemiecki, nie rachując funduszków sekretnych, czysto szpiegow-
skich, wydał dziesiątki milionów na prasę amerykańską, gdzie drogą inspi-
rowanych artykułów lub ogłoszeń starał się skłonić opinię publiczną na
swoją stronę. Miliony poszły na prasę obcojęzykową, na odmawianie od
pracy robotników pracujących w fabrykach amunicji dla aliantów, na
urządzanie strajków. Miliony poszły na szczucie przeciwko Anglii i roz-
budowie starej niechęci do Anglii tkwiącej w każdym Amerykaninie.
Przypomnimy tutaj ogłoszenia w prasie amerykańskiej, podpisane przez
Bernsdorffa, odradzające wyjazd na statkach angielskich i zapowiadające
zatopienie Lusitanii.

Z drugiej strony, rządy aliantów szybko zorientowały się w koniecz-
ności kontragitacji przeciwko propagandzie niemieckiej i rozpoczęły swoją
kampanię agitacyjną, posiłkując się tymi samymi środkami, co i rząd nie-
miecki. Rząd brytyjski nie umiał jednakże nadać swej propagandzie cha-
rakteru dość szerokiego, aby przeniknąć do szerokich mas, i dlatego pro-
paganda brytyjska, ograniczająca się na wyższych sferach społeczeństwa
amerykańskiego, nie dała rezultatów, odpowiadających olbrzymim nakła-
dom finansowym, które kosztowała. Natomiast rząd francuski zorgani-
zował propagandę znakomicie, nie tak hałaśliwie, jak to czynili Niemcy, ale
bardzo głęboko i przenikając do najgłębszych sfer ludowych. Dla swej
propagandy rząd francuski używał przeważnie Amerykanów, starając się
nadać propagandzie charakter wewnętrznej propagandy Amerykanów dla
Amerykanów. Cała plejada polityków wszystkich możliwych partyj ame-
rykańskich aż do najskrajniejszych socjalistów została zaangażowana
przez rząd francuski. Duchowni rozmaitych wyznań, księża irlandzcy,
pastorowie wszystkich możliwych sekt protestanckich, rabini żydowscy
jeździli setkami z odczytami o Francji albo pisali w najrozmaitszych
czasopismach. W większości wypadków rząd francuski nie płacił za pro-
pagandę tego rodzaju poważniejszym osobnikom, a tylko pokrywał koszty.
Nagrodą służył Krzyż Legii Honorowej. Drobniejsze osobistości otrzy-
mywały pensje.

Propaganda francuska kosztowała rząd francuski dziesiątki milionów
i kosztuje jeszcze obecnie z górą milion dolarów rocznie. Na czele propa-
gandy stoi dziennikarz i urzędnik Ministerium Spraw Zewnętrznych
w Paryżu, p. Marcel Knecht, człowiek nadzwyczaj zdolny i znający sto-
sunki amerykańskie znakomicie. Służba informacyjna francuska (Bureau
d'Information Française aux États Unis) zależy bezpośrednio od Wyso-
kiego Komisarza Rzeczypospolitej w Stanach Zjednoczonych (Haut Com-
missaire de France aux États Unis), na stanowisku tym od czasu jego
kreacji w 1916 roku przebywali Tardieu, a obecnie Casenave.

Wszystkie inne państwa mają w New Yorku biura wywiadowczo-propa-
gandystyczne i wydają znaczne sumy na propagandę. Do przyjazdu do

Ameryki Konsulatu Generalnego istniało tu Biuro Informacyjne, prowadzone przez p. Górskiego, ale z powodu braku środków nie mogło działać wszystkiego, co należało dla propagandy naszej sprawy.

Obecnie sytuacja w Stanach Zjednoczonych jest taka, że wszyscy nasi wrogowie wyężdżają siły, aby nas skompromitować w oczach opinii amerykańskiej. Rusini, Litwini i Żydzi, korzystając z ogromnych środków, dostarczanych w większości wypadków przez sjonistów, prowadzą usilną propagandę. Istnieją w New Yorku i w Waszyngtonie żydowskie, rusińskie i litewskie biura propagandy. Niektóre ogłoszenia antypolskie dawane przez nie do wszystkich poważnych pism amerykańskich kosztują tysiące dolarów w każdym piśmie.

Wobec wszystkiego wyżej wyłuszczonego uważamy, że racjonalne przeprowadzenie organizacji propagandy naszej w Ameryce ma pierwszorzędne dla nas znaczenie. Musimy, jak nasi wrogowie, wykorzystać wszelkie środki reklamy dla oznajmienia ogółu amerykańskiego z naszą sprawą. Musimy dać się poznać.

Amerykanie są w ogóle nadzwyczajnymi ignorantami w kwestiach mających związek z geografją. Opowiadał mi przed kilku dniami jeden z agentów informacyjnych francuskich, że przeszłego roku na jednym z wieców urządzanych przez rząd francuski dla propagandy sprawy Alzacji i Lotaryngii, jeden z najwybitniejszych urzędników federalnych w Nowym Jorku, Mr. McCarthy, US Marshall, podszedł do niego i zapytał z najzimniejszą krwią, kiedy Alzacja i Lotaryngia oddzieliły się od Polski.

Inny bardzo wybitny Amerykanin zapytał przed kilku tygodniami kogoś z Polski, dlaczego Polska koniecznie chce wyjścia na Adriatyk, żądając portu gdańskiego i czy nie byłoby wygodniej dla Polski żądać jakiego portu na Morzu Bałtyckim.

My, ze swej strony, otrzymaliśmy przed paru tygodniami [list] od zarządzającego Foreign Department National City Bank z zapytaniem, czy cała „Russian Poland” jest w ręku bolszewików i czy istnieją jakie szanse, że w niedługim czasie Warszawa będzie od nich wyswobodzona.

Z przykładów tych widać wyraźnie, jak ogół amerykański mało jest w sprawie polskiej uświadomiony. Jasne jest, jak taki stan rzeczy źle wpływa na zrozumienie naszej sytuacji i jak ułatwia rozsiewanie przez wrogów najniemożliwych baśni o Polsce. Niezbędnym jest zorganizowanie natychmiastowe propagandy polskiej na wielką skalę. Jest to absolutnie nieodzowne dla wyrobienia kredytu dla Polski, dla umożliwienia nawiązania stosunków handlowych i dla obrony sprawy naszej przed agitacją naszych wrogów, którzy, nie licząc się z żadnymi środkami uczciwości, zalewają Amerykę najniemożliwszymi bajkami o nas. Tak Biuro Propagandy Litewskie w ciągłych swoich odezwach do prasy powtarza, że

w całej Litwie historycznej językiem ludności jest język litewski i że wojska polskie zabraniają obecnie ludności używania jej rodowitego języka.

Konsulat Generalny Polski, zaraz po objęciu urzędowania w Nowym Jorku, rozpoczął wszelkie możliwe kroki dla przeciwdziałania propagandzie wrogów naszych i uświadamiania Amerykanów o sprawie polskiej, uważając, iż do przyjazdu Poselstwa należało działać, gdyż każde opóźnienie w tej sprawie podkopywało nasz kredyt i moralny, i finansowy i szkodziło nam na całe szeregi lat. Została natychmiast wydana przez Konsulat broszura ekonomiczna o Polsce, którą rozprzestrzeniały w tysiącach egzemplarzy między czasopismami, bankami, izbami handlowymi, szkołami i formami. W prasie politycznej Wydział Prasowy помеща systematycznie artykuły polityczne w odpowiedzi [na] napaści naszych wrogów. Wszelkie wiadomości natury politycznej, otrzymywane z Komitetu Narodowego z Paryża, rozsyłamy do wszystkich ważniejszych pism w Ameryce. Najważniejszą trudnością w naszej robocie jest to, iż wszystko, co robimy, jest dorywcze, gdyż nie mamy żadnych kredytów na propagandę polityczną, która do działalności konsularnej w czasach normalnych nie należy. Jest więc rzeczą niezmiernie wagi udzielenie przez Rząd Polskiemu w Waszyngtonie kredytów na prowadzenie Biura Prasowego i Informacyjnego i na finansowanie propagandy polskiej.

Propaganda polska w Ameryce musi się dzielić na trzy działy: propaganda słowem, pismem i kinematografem.

Propaganda słowem. Rozumiemy przez to urządzenie odczytów o Polsce dla Amerykanów. Odczyty takie winny być urządzane periodycznie we wszystkich centrach amerykańskich przez ludzi władających doskonale językiem angielskim, możliwie obywateli amerykańskich. Należy poruszać wszystkie kwestie dotyczące Polski, jednakże oświetlając je w duchu przystępnym dla Amerykanów, to jest unikając polityki i fanatyzmu. Należy podnosić więzy łączące Polskę z Ameryką, fakt, że Polska, walcząc z bolszewikami, walczy za Amerykę i inne państwa cywilizowane w równiej mierze, jak i za siebie, że całe szeregi Amerykanów walczą w armii polskiej „fighting America's battles on Polish soil”. Zdjęcia fotograficzne lub żywe obrazy z Polski powinny ilustrować takie odczyty. Przyniosą nam one niesłychany pożytek moralnie i materialnie.

Propaganda pismem. Tu należy właściwa propaganda prasowa. Do tej ostatniej należą:

1) artykuły charakteru oficjalnego, wydawane przez Rządowe Biuro Prasowe pod kierunkiem przedstawiciela dyplomatycznego Polski w Stanach Zjednoczonych;

2) artykuły inspirowane, które można umieszczać przez stosunki przyjacielskie z kierownikami gazet;

3) artykuły pisane przez osobistości prywatne, najlepiej przez Amerykanów i przez nich podpisywane;

4) wydawanie broszurek informacyjnych treści politycznej lub ekonomicznej i rozprzestrzenianie ich pomiędzy Amerykanami;

5) wydawanie ewentualne czasopisma periodycznego, ilustrowanego, po angielsku, informującego o Polsce. Francuzi wydają taki miesięcznik pod tytułem „Victory”. Jest on nadzwyczaj pięknie wydawany i przynosi ogromny pożytek. Jednakże cena wydawnictwa tego jest tak wysoka, około stu tysięcy dolarów rocznie, iż nasze środki nie pozwolą nam prawdopodobnie na wydawanie czegoś podobnego.

Propaganda przez kinematograf. Kinematografy amerykańskie sprzedają dwadzieścia milionów biletów tygodniowo, czyli prawie miliard biletów rocznie. Widać z tego, jak nadzwyczajnym narzędziem propagandy może być kinematograf. Narzędzia tego nie możemy zaniedbać. Wszystkie inne państwa urządzają w Stanach Zjednoczonych przedstawienia kinematograficzne, a właściwie dają teatrom kinematograficznym filmy. To samo czyni rząd amerykański. Filmy polityczne włoskie, najlepsze tego rodzaju, zrobiły bardzo wiele dla ocenienia roli Włoch w wojnie europejskiej.

Filmy o Polsce winny być dwóch rodzajów:

1) film natury sentymentalnej; jakaś fabuła dająca zdjęcia w Polsce i w Ameryce i przeprowadzająca w formie prostej ideę przyjaźni Polaków dla Ameryki; długość filmu byłaby około 5000 stóp i trwałaby około godziny i kwadransa;

2) szereg filmów natury ekonomicznej i życiowej, dający zdjęcia z Polski; długość każdego filmu od 500 do 1000 stóp, a trwanie od kwadransa do pół godziny.

Niżej podamy cały schemat organizacji propagandy kinematograficznej.

Koszty propagandy. Koszty propagandy w Ameryce są w ogóle bardzo wysokie. Francuzi jeszcze dziś wydają z górą milion dolarów rocznie na propagandę. Naturalnie sumy takiej nasz skarb wydawać nie może i propaganda polska będzie się musiała ograniczyć rzeczami najtańszymi i absolutnie nieodzownymi. W każdym razie minimum kredytu na prowadzenie propagandy musi być przynajmniej \$ 5000 miesięcznie, to jest \$ 60 000 rocznie. Za tę sumę będziemy mogli urządzać szereg odczytów, zorganizować informacje pismem i propagandę przez kinematograf.

O znaczeniu stosunków osobistych w życiu amerykańskim

Może w żadnym innym kraju stosunki osobiste nie grają tej roli w życiu politycznym, co w Ameryce. Amerykanie przywiązują nieskończenie

dużo znaczenia do drobnych grzeczności towarzyskich. Nawet w stosunkach z wysokimi urzędnikami państwowymi jakaś drobna grzeczność towarzyska może czasem więcej zaważyć niż stopy raportów oficjalnych. Amerykanin dla przyjaciela robi czasem rzecz jakąś, której by nigdy nie zrobił urzędowo.

Ta cecha charakteru Amerykanów wynika z ich wielkiej sentymentalności. Uczucie czy to przyjaźni, czy to podziwu, czy uwielbienia dla jakiejś jednostki może ogromnie zdziałać dla sprawy.

Nie obrachowanym jest na przykład pożytek dla sprawy polskiej wynikający z popularności i przyjaźni, jaką cały naród amerykański ma dla Premiera Paderewskiego. Jeden z poważnych Amerykanów mówił mi, iż po Rooseveltcie Paderewski jest najpopularniejszym człowiekiem w Ameryce. Jest to bezsprzecznym, iż przeciętny Amerykanin wie tylko tyle o Polsce, iż jest ona ojczyzną Paderewskiego. Dla imienia Paderewskiego wielu Amerykanów robi dużo, czego by dla Polski nie zrobili.

Wziąłem tu przykład popularności Premiera dla dowiedzenia, jak ważną rolę w życiu amerykańskim gra wyrobienie stosunków osobistych; dla sprawy naszej winniśmy się starać podtrzymywać ciągle stosunki osobiste z Amerykanami i wyrabiać nowe.

W życiu politycznym, handlowym ogromną rolę grają konferencje, które się urządza czy to w klubach, czy w hotelach w czasie śniadaniowym, zaprasza się ludzi ze świata politycznego i handlowego; o ile zebrania są więcej formalne i przewiduje się, iż mają być mowy, z góry układa się listę mówców. Czasem zaprasza się reporterów dla podawania wiadomości do prasy.

Konsulat Generalny uważa, iż podtrzymywanie i wyrabianie stosunków osobistych między przedstawicielami świata politycznego i ekonomicznego w Ameryce może nam oddać niezmierne korzyści. Dlatego też uważa, że należałoby wyznaczyć specjalny kredyt na wydatki związane z utrzymywaniem stosunków towarzyskich wszędzie, gdzie będą założone placówki konsularne polskie.

Podróż pana Putnama do Polski i książka o Premierze Paderewskim

Przed jakimś czasem zgłosił się do nas jeden z największych wydawców amerykańskich, p. G. P. Putnam, współwłaściciel firmy G. P. Putnam z New Yorku i Londynu, ze specjalną propozycją.

Wyraził on wielką chęć wydania książki o Premierze Paderewskim. Ze względu na ogromną popularność Premiera w Ameryce książka taka znalazłaby ogromny popyt i rozeszłaby się w olbrzymiej ilości egzemplarzy. P. Putnam wyobrażał sobie tę książkę jako autobiografię Premiera, połączoną z faktami z historii Polski. Zwróciliśmy tu uwagę, że rozumie-

my wagę takiego wydawnictwa dla sprawy naszej w Ameryce i że przypuszczamy, iż wydanie takiej książki byłoby dla nas kwestią pierwszorzędnej doniosłości, zwróciliśmy jednak jego uwagę, iż Premier jest obecnie prawdopodobnie za bardzo zajęty, aby sam pisał taką książkę, że jest za skromny, aby mógł sam ocenić znaczenie swoje dla sprawy polskiej, i że nie zechce prawdopodobnie podpisać, jako swojej, książki nie przez niego napisanej. Uważaliśmy więc, iż co do formy samego wydawnictwa musielibyśmy naprzód porozumieć się z Premierem, który może zechciałby napisać sam przynajmniej jedną część książki, podczas kiedy reszta mogłaby zostać wykończona przez kogo innego pod jego kierunkiem.

Pan Putnam zgodził się na nasz punkt widzenia i zaproponował, iż go-tów jest korzystając z podróży p. Konsula Generalnego do Polski pojechać razem z nim, aby osobiście z Premierem omówić kwestię książki. Ponosi on wszystkie koszty, prosił tylko, aby rząd polski dał mu wszystkie ułatwienia w podróży. Oprócz książki o Premierze Paderewskim p. Putnam ma zamiar napisać szereg artykułów o Polsce i pomieścić je w magazynach amerykańskich.

Pan Konsul Generalny odpowiedział na propozycję pana Putnama, iż jest pewien, że rząd polski ułatwi mu wszędzie zbieranie materiałów w kwestiach interesujących go, i p. Putnam jedzie obecnie do Warszawy.

Wydział Prasowy pozwala sobie podnieść ogromne znaczenie, jakie będzie miało dla nas wydanie dobrej książki o Premierze Paderewskim. Jak to już wyżej wspominaliśmy, Premier jest jednym z najpopularniejszych ludzi w Ameryce i książka napisana przez niego lub o nim, ale z jego wstępem, a jeszcze lepiej z autobiografią, albo w formie szeregu wywiadów, które można by od razu stenograficznie notować, rozeszłaby się w takiej liczbie egzemplarzy jak *My four years in Germany* Gerarda. Byłaby to dla nas niesłychana propaganda, i co największe propaganda, która by nic nie kosztowała, a na odwrót, przyniosłaby znaczny dochód. Uważamy kwestię książki o Premierze Paderewskim jako rzecz pierwszej wagi z punktu widzenia propagandy naszej w Ameryce i podróż p. Putnama do Polski jako nadzwyczaj ułatwiającą przyjscie do skutku wydawnictwa.

Co zaś do innych artykułów o Polsce, które p. Putnam ma zamiar drukować, będzie mu trzeba pokazać rozmaite rzeczy. Ciekawi go kwestia walki z bolszewikami: trzeba go będzie zawieźć na front wschodni, potem należy mu dać materiały w kwestii żydowskiej, dalej naszą organizację wojskową szczególnie z punktu widzenia amerykańskiego, aby mógł widzieć młodych ludzi z Ameryki „fighting America's battles on Polish soil”.

Propaganda przez kinematograf

Na jednej z poprzednich stron zaznaczyliśmy, jak ogromne znaczenie w Ameryce dla rozszerzenia wiadomości o Polsce ma propaganda kinema-

tografem. Wszystkie państwa europejskie korzystają z tego środka. Prawie miliard osób uczęszcza w Ameryce rocznie do kinematografów i propaganda przez kinematograf utrwała się daleko więcej w pamięci niż przez gazetę.

Wspomnieliśmy wyżej, iż dla obecnych naszych potrzeb w Ameryce potrzeba nam dwóch rodzajów filmów: jednego większego filmu natury sentymentalnej, długości około 5 kwadransów, i szeregu handlowo-przemysłowych filmów o Polsce długości każdy około kwadransa.

Konsulat Generalny zrozumiał, jaką ogromną przysługę może nam oddać kampania kinematograficzna i opracował szczegółowo projekt organizacji, który przedstawi obecnie rządowi.

Załączone dokumenty wyjaśniają projekt organizacji. Konsulat Generalny jest w stosunkach z jedną z największych firm kinematograficznych, pracującą dla rządu amerykańskiego dla rozpowszechniania filmów rządowych amerykańskich w kinematografach i szkołach. Firma ta, Forge Valley Laboratories, połączona z Continental Distribution Company, jest prowadzona przez p. Andersona, który podczas wojny kierował propagandą kinematograficzną rządową amerykańską. Na eksperta ze strony rządu polskiego Konsulat Generalny zaprosił p. Stefana de Czesznak, Polaka, wybitnego businessmana, członka zarządu American National Manufacturers Association, odpowiadającemu naszemu Towarzystwu Przemysłów na wielką skalę. Pan Czesznak razem z p. Andersonem opracowali projekt organizacji zdjęć. Scenariusz do filmu natury sentymentalnej napisał p. Ordyński, reżyser Metropolitan Operahouse w Nowym Jorku.

Podstawy umowy miały być następujące. Valley Forge Laboratories dostarczają nam dwóch ludzi, jednego dyrektora, a drugiego zwykłego operatora. Płacimy tu jednemu \$ 150, a drugiemu 100 tygodniowo i koszty podróży. Jadą oni do Polski i według instrukcji p. Ordyńskiego robią zdjęcia do filmów. Czas ich podróży jest obliczony na trzy miesiące. Rząd polski wykląda pieniądze na operatorów i przeprowadzenie zdjęć. Po powrocie do Ameryki Firma Valley Forge wydaje film, a Firma Continental Distribution Co. rozprzestrzenia go po Ameryce. Wszystkie dochody z przedstawień teatralnych zapisują się w oddzielnej buchalterii, do której ma stały wgląd przedstawiciel rządu polskiego, p. Stefan de Czesznak. Po zakończeniu rachunków odejmuje się od dochodu brutto pieniądze wyłożone przez rząd polski, a czysty zysk dzieli się po połowie między p. Andersonem i rządem polskim. Pan Anderson ze swej połowy płaci dodatkowo wynagrodzenie dyrektorowi, który brał tylko 150 dolarów tygodniowo, podczas kiedy w Ameryce płacą takim dyrektorom do 400 dolarów tygodniowo! Rząd polski ze swej części daje 5% honorarium p. Ordyńskiemu i 5% honorarium p. Czesznakowi.

Ogólny koszt wydania filmu został obliczony przez specjalistów na

15 000 dolarów. Jednakże pp. Czesznak i Anderson przysłali do Konsulatu listy, w których gwarantują rządowi polskiemu w razie niepowodzenia przedsięwzięcia i strat trzecią część strat, do wysokości 5000 dolarów każdy.

Wydział Prasowy uważa, że kwestia urządzenia zdjęć jest nadzwyczaj ważna dla nas i że koniecznie należy zająć się tą sprawą. Z drugiej strony finansowanie przedsięwzięcia przez rząd nie przedstawia żadnych niebezpieczeństw i ogólna suma ryzyka nie przewyższa 5000 dolarów. Jest jednak rzeczą pewną, że te pieniądze się zwrócą i że pozostanie jeszcze zysk, który będzie można użyć na cele propagandy polskiej w Ameryce.

Szef Wydziału Prasowego: Dr J. Krysiński. Aprobuje K. Buszczyński, Konsul Generalny.