

---

# Wydawcy w latach kryzysu : memoriał Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism do Ministra Spraw Wewnętrznych z dnia 22 grudnia 1932 roku

---

Kwartalnik Historii Prasy Polskiej 18/1, 65-78

---

1979

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](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

## WYDAWCY W LATACH KRYZYSU

MEMORIAŁ POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM  
DO MINISTRA SPRAW WEWNĘTRZNYCH Z 22 GRUDNIA 1932 ROKU

Opracowała Daria Nałęcz

W przechowywanym w Archiwum Akt Nowych zespole Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism znajdują się dwa ciekawe dokumenty. Są to, jak można sądzić z adnotacji na jednym z nich i chronologii opracowania, projekt i odpis wersji ostatecznej pisma ilustrującego podstawowe problemy i trudności wydawnictw prasowych w okresie wielkiego kryzysu, skierowanego do Ministra Spraw Wewnętrznych. Projekt nosi datę 22 grudnia 1932 r., wersja ostateczna — 23 grudnia tego samego roku.

Bardziej zasadne wydawało się być opublikowanie projektu pisma. W obecnym stanie zachowania ta wersja zawiera bowiem znacznie obszerniejszy zasób informacji. Pierwotnie wywody tekstu ostatecznego rozwinięte były w przesłanym jednocześnie Ministrowi Spraw Wewnętrznych „pro memoria”. Załącznik ten niestety zaginął. W publikowanym tekście projektu za pomocą nawiasów kwadratowych zaznaczono te fragmenty, które *in extenso* bądź w formie nieco przestyliżowanej znalazły się w wersji ostatecznej. Dzięki temu treść wersji ostatecznej została przytoczona niemalże w całości, z pominięciem paru informacji o drugorzędnym znaczeniu.

Nadawca pisma, Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism, powstał w grudniu 1928 r. Za zasadniczy cel swego działania postawił „rozwój i udoskonalenie prasy periodycznej w Państwie Polskim, reprezentację i obronę interesów wydawnictw periodycznych” (§ 1 statutu). Niżej drukowany dokument dotyczy zasadniczych sfer zainteresowań Związku.

Warunki panującego kryzysu gospodarczego sprawiły, iż wiele spraw, zwłaszcza gdy wchodziły w grę względy konkurencyjne, zarysowanych zostało wyjątkowo ostro. Spadek dochodów uzyskiwanych z ogłoszeń, ograniczenie chłonności rynku, wysokie koszty produkcyjne, wywołane wygórowanymi w porównaniu z innymi krajami cenami papieru — to podstawowe elementy określające ówczesną sytuację materialną prasy. Trudności rodzące się w tych dziedzinach podcinały byt ekonomiczny wydawnictw, przyczyniały się do wzrostu liczby efemeryd wydawniczych. Nie pozostawały też bez wpływu na sytuację na rynku pracy dziennikarskiej. Symptomami kryzysu były: wzrastające bezrobocie i zastępowanie sił wyżej kwalifikowanych ludźmi o ostatnich zdolnościach, ale godzącymi się na gorsze warunki pracy i niższe zarobki. Niestety o problemach związanych z zawodem dziennikarskim publikowany dokument milczy.

Dopiero w grudniu 1935 r. władze Polskiego Związku Wydawców w memoriale do Prezesa Rady Ministrów ujawniły swój stosunek do postulatów świata dzienni-

karskiego. Był on zdecydowanie negatywny. Realizacja wygórowanych, zdaniem wydawców, żądań dziennikarzy miała jakoby zrujnować znakomitą większość pism.

Wiele poruszanych w publikowanym tekście spraw, poza bezpośrednim znaczeniem informacyjnym, wprowadza w kulisy życia prasowego, ujawnia środki i sposoby wywierania na nie nacisku. Dlatego też wydaje się, iż dokument ten ma istotne znaczenie nie tylko dla wnioskowania o położeniu wydawnictw prasowych w okresie kryzysu.

Zaznaczyć należy, że zawarte w piśmie zagadnienia nurtowały środowisko wydawców już od dawna. Dowodzą tego zachowane materiały i protokoły posiedzeń Rady i Zarządu Głównego Związku<sup>1</sup>. Warto też nadmienić, iż szereg postulatów zawartych w pismach z 22 i 23 grudnia nie doczekało się w ogóle realizacji, niektóre rozwiązano nie po myśli tak wydawców, jak i dziennikarzy.

Zasadnicza większość spraw ponownie przedstawiona została władzom państwowym w grudniu 1935 r., w dwu złożonych na ręce premiera, M. Zyndrama-Kościałkowskiego, memoriałach dotyczących postulatów gospodarczych prasy, unifakcji ustawodawstwa prasowego, sposobu przeprowadzania przez władze administracyjne konfiskat prasowych oraz sprawy unormowania stosunków prawnych zawodu dziennikarskiego<sup>2</sup>.

O wielu zagadnieniach poruszanych w piśmie z 23 grudnia szeroko pisali publicyści i działacze Związku Wydawców na łamach miesięcznika „Prasa”.

Publikowany dokument znajduje się w teczce 205 zespołu Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism (karty 10—30). Jest to maszynopis (oryginał), bardzo czytelny, z kilkoma poprawkami naniesionymi ołówkiem, a dotyczącymi błędów literowych. Poprawek tych nie zaznaczono w drukowanym tekście. Przy publikacji uwspółcześniono ortografię.

22 XII [193]2

2117

2/25

Do  
Pana Ministra  
Spraw Wewnętrznych  
w Warszawie

Panujący od trzech lat [kryzys gospodarczy dotknął polskie przedsiębiorstwa wydawnicze w stopniu wyjątkowo silnym, przewyższającym znacznie przesilenie odczuwane przez inne gałęzie produkcji w Polsce. Przyczyną tego zjawiska jest specyficzna sytuacja gospodarza wydawnictw, których dochody zależne są bezpośrednio i ściśle od koniunktury gospodarczej, wydatki zaś oparte są o ceny mające charakter w znacznym stopniu sztywnych.] W okresie trwania kryzysu w dziedzinie ogłoszeń prasowych zaznaczył się bardzo silny spadek, wynoszący w dziennikach przeciętnie 40—50<sup>0</sup>/o, w czasopismach 50—70<sup>0</sup>/o, wywołany znacz-

<sup>1</sup> AAN, PZWDziCz, sygn. 23—33, 36—49.

<sup>2</sup> AAN, PZWDziCz, sygn. 210, k. 56—60. W streszczeniu postulatory te przedstawione zostały w „Prasie”, nr 2 z lutego 1936, s. 1—4.

nym ograniczeniem budżetów ogłoszeniowych przedsiębiorstw handlowych i przemysłowych, które to budżety w Polsce nawet w okresie pomyślnej koniunktury były znacznie niższe od analogicznych budżetów za granicą, na skutek zapoznawania znaczenia reklamy przez polskie sfery gospodarcze<sup>3</sup>. Jednocześnie wpływy z kolportażu i z prenumeraty pism zmniejszyły się przeciętnie o 30—40%. Ta niezwykle dotkliwa zniżka dochodów ze sprzedaży pozostawała w ścisłym związku przyczynowym z każdorazowym nasileniem kryzysu, przy czym zawsze wyprzedzała objawy depresji w innych gałęziach produkcji, gdyż w indywidualnych budżetach wydatki na pisma stanowią pozycje, które, w razie ogólnej zniżki uposażeń i zysków, redukuje się pierwsze.

W wydatkach pism najpoważniejszą rolę odgrywają pozycje na papier, druk i farby oraz wydatki personalne redakcji i administracji. Ceny papierów wydawniczych nie wykazały spadku pozostającego w jakimkolwiek bądź stosunku do spadku dochodów wydawnictw oraz do spadku cen papieru na rynkach zagranicznych. Cena papieru gazetowego wykazała zniżkę w stosunku do r. 1930 zaledwo 13<sup>0</sup>%. Cena robocizny drukarskiej gazetowej w Polsce pozostaje w dalszym ciągu jedną z najwyższych w Europie. Cennik farb drukarskich w okresie kryzysu prawie zmniejszeniu nie uległ. Nieznaczne złagodzenie ze strony fabryk farb warunków płatności nie czyni zadość zmienionym przez kryzys warunkom produkcji wydawniczej. Wydatki na personel redakcyjny i administracyjny stosunkowo zwiększyły się wobec spadku nakładów i ogłoszeń. Spowodowane to jest faktem, iż wydawnictwa w okresach kryzysu zmuszone są utrzymać na niezmiennym poziomie stronę redakcyjną i graficzną swych pism oraz bardzo znacznie wzmóc pracę aparatu administracyjnego w działach ogłoszeniowym i kolportażowym. Na skutek powyższych objawów polski przemysł wydawniczy przeżywa kryzys w formie niezwykle ostrej, czego wyrazem jest fakt, iż większość przedsiębiorstw wydawniczych boryka się z finansowymi trudnościami, zadłużając się przeważnie coraz bardziej.

[W odróżnieniu od wszelkich innych gałęzi przemysłu, wydawnictwa dzienników i czasopism znajdują się w tej zupełnie specyficznej sytuacji, iż niezależnie od koniunktury nie mogą ani na chwilę przerwać swej produkcji. Każda inna gałąź przemysłu może zmniejszyć zakres lub nasilenie swego działania, w ostateczności wreszcie zamknąć w ogóle na krótszy czy dłuższy czas warsztaty swej pracy w oczekiwaniu na lepszą koniunkturę. W przemyśle wydawniczym przerwa w produkcji stanowi o śmierci pisma lub w razie najlepszym o stratach, które dadzą się odrobić dopiero po latach. Ta specyficzna cecha przemysłu wydawniczego

<sup>3</sup> O kompleksie problemów związanych z reklamą prasową, sprawami ogłoszeniowymi por. E. Rudziński, *Sprawy ogłoszeniowe w działalności Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism w latach 1929—1939*, RHCzP, t. 14, z. 1, s. 27—48.

stawia go w okresie kryzysu gospodarczego w sytuacji specjalnie trudnej, znacznie trudniejszej od sytuacji innych gałęzi wytwórczości, które mogą ograniczyć, czy zawiesić swą produkcję.]

W tych warunkach, gdy wszelkie dalsze zmniejszenie się dochodów oraz nadmierny nacisk fiskalny zagraża już samym podstawom istnienia przedsiębiorstw wydawniczych, żywe zaniepokojenie wśród wydawców wywołuje polityka stosowana przez Rząd w sprawach wydawniczych, idąca po linii ograniczenia inicjatywy prywatnej w dziedzinie wydawniczej, w szczególności zaś ogłoszeniowej, oraz po linii bezwzględnego stosowania rygorów egzekucyjnych i administracyjnych. Nadto budzi obawy odsuwanie przez Rząd na dalszą przyszłość decyzji w sprawie uregulowania prawnego całokształtu zagadnień dotyczących prasy.

## I

### Postulaty w sprawie akcji Rządu w dziedzinie wydawniczej

1. Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism pragnie zwrócić specjalną uwagę Pana Ministra na [fakt podjęcia przez przedsiębiorstwo „Polska Poczta, Telegraf i Telefon” wydawnictwa „Łącznik Pocztowy”<sup>4</sup>, poświęconego przede wszystkim akwizycji ogłoszeń prywatnych, oraz na utworzenie „biura reklamy” przy tym przedsiębiorstwie. Według informacji, posiadanych przez Związek Wydawców, przewidywane jest wprowadzenie w najbliższym czasie przy pomocy tego biura działu plakatowych ogłoszeń umieszczonych w urzędach pocztowych na całym terytorium RP. Spodziewane jest również wprowadzenie do obrotu pocztowego ogłoszeń w formie ulotek doręczanych przez listonoszów za minimalną opłatą.] Czasopismo „Łącznik Pocztowy”, którego nakład planowany jest na paręset tysięcy egzemplarzy, poświęcone jest sprawom ogłoszeniowym związanym z niedawno zainicjowanym obrotem paczek żywnościowych, nadmienić jednak należy, iż obok tego typu ogłoszeń znajdują się w nim liczne ogłoszenia nie związane w żadnym stopniu z zakresem działania Poczty. Ponadto czasopismo „Łącznik” zawiera treść redakcyjną o charakterze ogólnym, ze szczególnym uwzględnieniem spraw gospodarstwa domowego, również nie mającą żadnego związku z zakresem działania przedsiębiorstwa „Polska Poczta, Telegraf i Telefon”. Na skutek takiej konstrukcji działu redakcyjnego i ogłoszeniowego pismo to jest nie tylko poważnym konkurentem w dziedzinie ogłoszeniowej dla wszelkiego typu dzienników i czasopism, lecz również niebezpiecznym konkurentem dla czasopism poświęcających swą część redakcyjną sprawom gospodarstwa domowego.

<sup>4</sup> Pierwszy numer miesięcznika „Łącznik Pocztowy” ukazał się 15 grudnia 1932 r. Pismo przestało wychodzić w roku 1937.

Powyższa akcja Poczty w dziedzinie ogłoszeniowej, w szczególności zaś wydawanie pisma „Łącznik”, spowoduje niewątpliwie znaczne skurczenie się i tak niezwykle małych działów ogłoszeń w pismach polskich, a to ze względu na ściśle ograniczony budżet reklamowy gospodarstwa polskiego. Ponieważ dochód z ogłoszeń stanowi w Polsce dla wszystkich pism główny dochód, konkurencja Poczty może zagrozić bytowi wielu wydawnictw w Polsce, gdyż wpływy ze sprzedaży pism, nawet w wydawnictwach posiadających duże nakłady, nie pokrywają kosztów produkcji wydawniczej.

Zrealizowanie projektów Poczty pociągnie za sobą poważne skutki nie tylko dla przemysłu wydawniczego, lecz również dla całego gospodarstwa narodowego. Skutki te wyrażać się będą przede wszystkim w wyczerpywaniu budżetów reklamowych przedsiębiorstw handlowych i przemysłowych bez pożytku dla tych przedsiębiorstw. Ogłoszenia w piśmie „Łącznik” pozbawionym cech normalnego organu prasowego, a tym bardziej reklama w formie plakatów czy ulotek, pod względem skuteczności nie może równać się z ogłoszeniem w pismach ogólnych, przyciągających dzięki swej treści redakcyjnej. Według zgodnej opinii przeważającej liczby znawców reklamy dzięki tym właściwościom pism ogłoszenie prasowe jest najskuteczniejszą jej formą. Propaganda mająca na celu przyciągnięcie sfer handlowo-przemysłowych do nowych sposobów reklamy, jakie rozwijać zamierza Poczta, wprowadzi zamęt w dziedzinę ogłoszeniową, czym przyczyni się do jeszcze większego powikłania stosunków w tej dziedzinie i tak wiele pozostawiających do życzenia, a w konsekwencji zrazi sfery gospodarcze niewątpliwie do posługiwania się reklamą w ogóle. Odbiłoby się to bardzo poważnie na całym polskim organizmie gospodarczym, gdyż nieprawidłowe użytkowanie reklamy w dobie tak znacznego zastoju gospodarczego, jaki przeżywamy obecnie, prowadzi do jeszcze dalszego zmniejszenia obrotów i w konsekwencji — do dalszego pogłębienia kryzysu. Podkreślić należy z całym naciskiem, iż znaczenie reklamy dla życia gospodarczego jest w okresie kryzysu znacznie większe niż w okresie dobrej koniunktury. Nie może więc być obojętnym dla Państwa fakt, iż reklama, potężna dźwignia przemysłu i handlu, będzie używana w sposób nie dający gwarancji, iż zwróca się wydatki poniesione na nią przez gospodarstwo narodowe.

2. Drugim posunięciem Rządu niepokojącym sfery wydawnicze jest projektowane przejęcie przez zreorganizowane [biuro ogłoszeń PAT działu reklamy na kolejach] dzierżawionego dotychczas przez Towarzystwo Księgarni Kolejowych „Ruch”. Ponieważ PAT dysponuje budżetami reklamowymi wszystkich instytucji państwowych oraz licznych przedsiębiorstw prywatnych, zachodzi obawa, iż skutkiem przejęcia przezeń reklamy na kolejach nastąpi przesunięcie budżetów reklamowych na reklamę nieprasową, z uwagi na chęć wykazania dochodowości nowego działu. Poważna część ogłoszeń udzielanych dotychczas z tych budżetów

będzie pomieszczana na kolei w formie plakatów. W konsekwencji sprowadzić to może nowe uszczuplenie dochodów pism z ogłoszeń.

Nadto, podobnie jak w wypadku pocztowego biura ogłoszeniowego, w razie zrealizowania tego projektu reklama prasowa, najbardziej dla przemysłu i handlu wartościowa, zastąpiona zostanie w znacznej mierze inną formą reklamy, dającą inseratom mniejsze korzyści i nie posiadającą dla życia gospodarczego tak doniosłego znaczenia, jak reklama w pismach. W konsekwencji wywoła to dalsze pogłębienie się depresji reklamy w Polsce.

3. Poważne szkody w dziedzinie ogłoszeniowej oraz w dziedzinie kolportażowej wyrządza wydawnictwom konkurencja [„Polskiego Radia”, któremu koncesja w przeciwieństwie do szeregu innych krajów (Anglia, Szwajcaria) nie zabrania czerpania dochodów z ogłoszeń oraz nie ogranicza w nadawaniu materiałów informacyjnych.] Dzieje się tak, mimo iż zadanie radia nie polega na konkurowaniu z prasą w drodze zamieszczania płatnych ogłoszeń czy w drodze zamieszczania komunikatów informacyjnych o ostatnich wypadkach, oraz mimo licznych świadczeń prasy na rzecz radia, np. w postaci bezpłatnego dotychczas pomieszczania programów<sup>5</sup>.

4. [Również konkurują z pismami w dziedzinie ogłoszeń urzędowe Dzienniki Wojewódzkie oraz Dziennik Urzędowy Ministerstwa Sprawiedliwości, które ostatnio usilnie rozwijają swoje działy reklamowe.] Sprawa ta wiąże się ściśle z zagadnieniem licznych rozporządzeń i okólników ministerialnych w sprawach ogłoszeniowych, nie uwzględniających w dostatecznej mierze interesów wydawców. [Pomieszczenie wielu typów ogłoszeń w pismach urzędowych jest niezgodne z ich charakterem oraz zasadą i praktyką przyjętą w znakomitej większości państw europejskich. Oczywiście jest, iż wartość reklamowa ogłoszeń w dziennikach urzędowych jest niższa niż w pismach nieurzędowych, rozpowszechnionych szeroko wśród wszystkich warstw ludności i przyciągających dzięki swej treści redakcyjnej.]

5. Z podobnym nieuwzględnianiem interesów wydawnictw oraz z niezrozumieniem roli i znaczenia ogłoszenia prasowego spotykamy się w wydanych ostatnio rozporządzeniach [Prezydenta Rzplitej Polskiej w przedmiocie ordynacji egzekucyjnych (skarbowej): Dz. U. RP Nr 62/32,

<sup>5</sup> W tej sprawie między PZWDziCz a Polskim Radiem zawarto w lutym 1934 i marcu 1937 r. układy regulujące wzajemne stosunki prasy i radia. W tekstach opracowanych porozumień stwierdzano, iż Polskie Radio będzie współdziałało na rzecz propagandy czytelnictwa dzienników i czasopism, prasa zaś będzie popierała rozwój radiofonii. Dziennik radiowy miał nadawać przede wszystkim te wiadomości, których rozpowszechnianie leżało w interesie państwa. Inne informacje, zwłaszcza o treści sensacyjnej, miały być nadawane w skróconej formie z odesłaniem do szerszych relacji w prasie. Polskie Radio zobowiązywało się ponadto do rezygnacji ze swej działalności ogłoszeniowej na rzecz przedsiębiorstw prywatnych. Por. AAN, PZWDziCz, sygn. 28, „Prasa”, nr 4 z kwietnia 1937, s. 1—2.

poz. 580; sądowej: Dz. U. RP Nr 93/32, poz. 803.) Ordynacje te zawierają przepisy ograniczające obowiązkowe ogłaszanie o licytacjach w pismach — do specjalnych, określonych ściśle wypadków (ruchomości — przy ocenie ponad 500 zł; nieruchomości — ponad 5 tys. zł). Postanowienia te godzą zarówno w interes skarbu, licytujących i licytowanych, jak i wydawców. Brak ogłoszeń o licytacjach utrudnia w wysokim stopniu osiągnięcie sum, które by z jednej strony pokryły pretensje Skarbu lub licytujących, z drugiej strony były choć przybliżonym równoważnikiem wartości sprzedanych obiektów. Przeciwdziałać sprzedawaniu przedmiotów na licytacji za bezcen, co w okresie kryzysu stanowi zagadnienie pierwszorzędnej wagi, może tylko ogłoszenie prasowe, które jest najcelniejszym środkiem, aby zapewnić licytacji należyte zainteresowanie. Przy tym winno być pozostawione prawo wyboru pisma do ogłoszenia stronie zainteresowanej.

6. Nowe ograniczenie działów ogłoszeniowych w pismach wprowadza Rozporządzenie Prezydenta Rzplitej Polskiej z dnia 25 września 1932 r. (Dz. U. RP Nr 81, poz. 712) o [wykonywaniu praktyki lekarskiej]<sup>6</sup>. Rozporządzenie to, wydane bez zasięgnięcia opinii świata wydawniczego, zawiera szereg postanowień skierowanych przeciw ogłaszaniu specyfików leczniczych i w rezultacie spowoduje znaczne zmniejszenie liczby tego rodzaju inseratów. Ponadto wprowadza ono odpowiedzialność karną wydawcy za umieszczanie ogłoszeń sprzecznych z przepisami wyżej wymienionego rozporządzenia, co jest nowością w prawodawstwie polskim. Nadmienić należy, iż w znakomitej większości krajów zachodnioeuropejskich nie są stosowane podobnie rygorystyczne ograniczenia w ogłaszaniu środków leczniczych. Utrzymanie w mocy postanowień o ogłoszeniach w Rozporządzeniu Prezydenta Rzplitej Polskiej z dnia 25 IX rb. o wykonywaniu praktyki lekarskiej spowoduje również zmniejszenie się obrotów przedsiębiorstw przemysłu farmaceutycznego i pokrewnych.

7. Poważną pozycję w ogólnym budżecie reklamowym gospodarstwa polskiego stanowią wydatki na reklamę handlową przedsiębiorstw i instytucji państwowych. W interesie tych przedsiębiorstw leży, aby kwoty przeznaczone na reklamę wydatkowane były w sposób podyktowany ich potrzebami gospodarczymi. Tylko w tym razie wydatki poniesione zwrócą się ogłaszającym przedsiębiorstwom i instytucjom państwowym w postaci ożywienia ich obrotu handlowego. Racjonalne, oparte na zasadach handlowej kalkulacji wydatkowanie budżetów reklamowych przedsiębiorstw i instytucji państwowych w poważnym stopniu przyczynić się

---

<sup>6</sup> Sprawę tę uregulowało ostatecznie rozporządzenie wykonawcze Ministra Opieki Społecznej z 30 I 1934 r. Ogłaszanie i reklamowanie środków leczniczych wydawanych na recepty lekarskie dozwolone zostało wyłącznie w prasie fachowej. Na zamieszczanie wszelkich innych ogłoszeń, komunikatów dotyczących lecznictwa, środków i metod leczniczych, podjękowań trzeba było uzyskać zezwolenie wojewódzkich władz administracyjnych.



może do stabilizacji i unormowania stosunków ogłoszeniowych w przemyśle wydawniczym, gdyż respektowana będzie w ten sposób zasada, iż obrót ogłoszeniowy pisma zależy jest od jego rzeczywistej wartości ogłoszeniowej.

8. [Wynikiem tendencji etatystycznych w dziedzinie wydawniczej jest nadmierna rozbudowa sieci drukarni państwowych,] które dzięki przyjmowaniu zamówień z zewnątrz są poważną konkurencją dla drukarni prywatnych, między innymi wydawniczych. [Na skutek nieprowadzenia ścisłej kalkulacji handlowej oraz posiadania pewnej ilości robót zagwarantowanych drukarnie państwowe przyczyniają się bądź do utrzymania wysokich płac w dziedzinie drukarskiej, bądź też deprecjonują ceny za roboty drukarskie, wprowadzając normy nie wytrzymujące kalkulacji. Ponadto na skutek utworzenia przez Państwo tak licznych drukarni wszelkie zamówienia urzędów państwowych nie są kierowane do przedsiębiorstw prywatnych, które mogłyby je wykonać nie gorzej, a niewątpliwie taniej. Zastrzeżenia te nie dotyczą, oczywiście, drukarni przeznaczonych do wykonywania druku dokumentów poufnych lub posiadających specjalną doniosłość dla Państwa czy wymagających bezpośredniej kontroli.]

Z uwagi na powyższe Rada i Zarząd Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism czuje się w obowiązku zwrócić się do Pana Ministra z następującymi postulatami polskiego przemysłu wydawniczego w sprawie akcji Rządu w dziedzinie wydawniczej:

1) powstrzymania przygotowań Poczty mających na celu zorganizowanie we własnym zakresie działalności akwizycyjno-ogłoszeniowej, obejmującej sferę nie związaną z działalnością Poczty;

2) zabezpieczenia prasy przed przesunięciem przez PAT budżetów reklamowych z reklamy prasowej na inne dziedziny reklamy w razie ewentualnego przejścia przez PAT reklamy na kolejach;

3) zrewidowania koncesji Polskiego Radia w kierunku zabronienia wypowiedania płatnych ogłoszeń oraz w kierunku usunięcia konkurencji radia w dziedzinie obsługi informacyjnej;

4) ograniczenia działów ogłoszeniowych w dziennikach urzędowych wojewódzkich i Dzienniku Urzędowym Ministerstwa Sprawiedliwości do niezbędnego minimum i skoncentrowania w Monitorze Polskim ogłoszeń wyłącznie o charakterze urzędowym;

5) uporządkowania i zmiany stanu prawnego w dziedzinie ogłoszeń sądowych, rejestracyjnych, licytacyjnych, przetargowych itp. w kierunku rozszerzenia reklamy prasowej i zapewnienia tym ogłoszeniom maksymalnej skuteczności przy uwzględnieniu decyzji strony zainteresowanej co do organu ogłoszeniowego;

6) zmiany rozporządzenia ustawodawczego w sprawie wykonywania praktyki lekarskiej w kierunku rozszerzenia reklamy prasowej;

7) wydania instrukcji w sprawie handlowych ogłoszeń przedsiębiorstw

i instytucji państwowych, instrukcji zawierającej upoważnienie do działania w myśl potrzeb gospodarczych tych przedsiębiorstw;

8) ograniczenia działalności władz i instytucji państwowych na polu prac drukarskich; zlikwidowania licznych drukarni państwowych nie obsługujących specjalnych potrzeb własnych instytucji;

9) powoływania we wszystkich wypadkach zmian lub uzupełnień ustaw, rozporządzeń lub okólników ministerialnych w sprawach wydawniczych przedstawicieli Związku Wydawców Dzienników i Czasopism do przedstawienia opinii i wniosków Związku.

## II

### Postulaty w sprawach finansowych i gospodarczych decydowanych przez Państwo

Rada i Zarząd Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism czują się w obowiązku zwrócić uwagę Pana Ministra na konieczność przeprowadzenia [zmian w systemie opodatkowania przedsiębiorstw wydawniczych i im pokrewnych, zarówno w dziedzinie podatku przemysłowego od obrotu, jak i podatku dochodowego, oraz na konieczność udzielenia wydawnictwom zasadniczych ulg w spłacie zaległych zobowiązań w stosunku do państwa i instytucji ubezpieczeń społecznych.]

1. Specjalną bolączką przemysłu wydawniczego, odczuwaną przede wszystkim przez wydawnictwa periodyczne, tudzież mniejsze, słabsze wydawnictwa codzienne, jest [nierównomierne opodatkowanie obrotów przedsiębiorstw wydawniczych i graficznych powstałych z druku dziennika czy czasopisma.] O ile drukowane pismo jest własnością zakładu graficznego, będącego więc w tym wypadku wydawcą, obrót powstały z druku na zasadzie obowiązujących postanowień opodatkowaniu nie podlega. Obrót ten jest natomiast opodatkowany, o ile powstaje z druku pisma nie będącego własnością drukarni. Istnieje więc obecnie taki stan rzeczy, iż wydawnictwo posiadające własną drukarnię nie opłaca podatku od druku pism, natomiast opłacają ten podatek w rachunku wystawionym przez zakłady graficzne pisma nie mające własnej drukarni, a więc mniej zasobne, w pierwszym rzędzie niemal wszystkie pisma periodyczne, wśród których większość stanowią pisma techniczne, gospodarcze, naukowe, poświęcone sztuce itp., organy nie obliczone na zysk, a wydawane z pobudek ideowych. Ten stan rzeczy wpływa niewątpliwie ujemnie na prosperowanie i rozwój tej kategorii ruchu wydawniczego, która winna ze strony Państwa doznawać jak najzyczliwszej opieki.

2. Zagadnieniem zasadniczym dla przemysłu wydawniczego jest sprawa należytego zorganizowania rozsprzedaży pism, która w okresie kryzysu nabiera wagi zupełnie wyjątkowej. Jednym z jego najważniejszych fragmentów jest kwestia stworzenia dostatecznej ilości punktów rozsprzedaży — punktów kolportażowych. Kwestia ta wiąże się ściśle z nie-

zmiernie ważnym dla Państwa zagadnieniem podniesienia czytelnictwa w Polsce. Ponieważ z uwagi na nikły zbyt pism w Polsce, szczególnie na prowincji, punktu kolportażowego nie można skalkulować jako przedsięwzięcia samodzielnego, jedyną drogą zwiększenia ilości punktów sprzedaży i przez to podniesienia czytelnictwa jest oddawanie sprzedaży pism przedsiębiorstwom handlowym już istniejącym o charakterze pokrewnym.

Celem jednak zapewnienia choćby nieznaczonej opłacalności takiej placówce kolportażowej konieczne jest przyznanie jej zasadniczych ulg w podatku przemysłowym. Ulgi te winny iść w kierunku zwolnienia przedsiębiorstwa prowadzącego uboczną sprzedaż pism od wszelkich obciążeń podatku przemysłowego z tego tytułu, a więc zarówno od podatku w formie dodatkowych świadectw przemysłowych, jak i od podatku obrotowego.

3. Sprawa poufnych wydatków dzienników na akwizycję wiadomości stanowi dotychczas, wobec rygorystycznych przepisów ustawy o podatku dochodowym, przedmiot wyjątkowych obciążeń dla przedsiębiorstw wydawniczych. Obecny stan rzeczy w tej dziedzinie sprowadza się do tego, iż władze wymiarowe zaliczają wydatki poufne, których wydawnictwo ze względów zasadniczych ujawnić nie może, a więc nie może udowodnić kwitami, nie do wydatków przedsiębiorstw, a do dochodu podlegającego opodatkowaniu. Takie rozwiązanie tej sprawy krzywdzi w wysokim stopniu wydawnictwa, które zmuszone są opłacać progresywny podatek dochodowy od kwot wydatkowanych na aktywizację informacji, tj. cel jak najściślej związany z ich działalnością i będący najbardziej zasadniczym ich zadaniem — informowanie ogółu, i wyższą niż inne przedsiębiorstwa stawkę podatku od dochodów fikcyjnie zwiększonych. Zasada nieujawniania tych wydatków, wypływająca z roli prasy w społeczeństwie cywilizowanym, winna być respektowana przez władze skarbowe. W tym celu niezbędne jest bądź znowelizowanie przepisów rozporządzenia wykonawczego do ustawy o państwowym podatku dochodowym, bądź wydanie odpowiedniego okólnika ministerialnego, który by określał procentowo dozwolony stosunek wydatków poufnych do ogólnej sumy wydatków na redakcje.

4. Wśród wydatków przedsiębiorstw wydawniczych jedną z poważniejszych pozycji stanowią wydatki na personel redakcyjny i administracyjny, które mimo znacznego spadku strony dochodowej tych przedsiębiorstw, nie mogą ulegać proporcjonalnej redukcji, gdyż wydawnictwa zmuszone są w okresach kryzysu utrzymać na tym samym poziomie stronę redakcyjną i graficzną swych wydawnictw oraz znacznie wzmoczyć pracę aparatu administracyjnego (działu ogłoszeń i kolportażu). Wskutek tego rośnie stosunkowo udział wydatków personalnych w kosztach wydawniczych, a związku z tym rosną również należności instytutów ubezpieczeń społecznych w ogólnych kosztach produkcji wydawniczej.

Wzrost ten w obecnej specjalnie ciężkiej sytuacji przedsiębiorstw wydawniczych powoduje systematyczne zwiększanie się ich zadłużenia w stosunku do instytucji ubezpieczeń społecznych z tytułu składek ubezpieczeniowych, ponieważ nie są one w stanie regulować swych bieżących i zaległych zobowiązań w sposób należyty.

Instytucje nie uświadamiające sobie sytuacji wydawnictw prowadzą bezwzględną akcję egzekucyjną, kierując ją na wszystkie zasadnicze źródła dochodów pism, między innymi i na ich konto PKO, utrudniając w wysokim stopniu ciężką wskutek kryzysu pracę wydawnictw.

Celem zabezpieczenia przedsiębiorstw wydawniczych przed wstrząsami, a w wielu wypadkach przed likwidacją, jakie spowodować może silna akcja egzekucyjna instytucji ubezpieczeń, konieczne jest udzielenie przedsiębiorstwom wydawniczym znajdującym się w trudnej sytuacji finansowej specjalnych ulg w spłacie zaległych zobowiązań.

Zważywszy powyższe Rada i Zarząd Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism prosi Pana Ministra o uwzględnienie następujących postulatów Związku w sprawach gospodarczych i finansowych zdecydowanych przez Państwo:

- 1) zwolnienia od podatku przemysłowego obrotów przedsiębiorstw graficznych, osiągniętych z druku obcych dzienników i czasopism;
- 2) dopuszczenia drobnego handlu dziennikami i czasopismami obok handlu innymi towarami za jednym świadectwem przemysłowym;
- 3) zwolnienia od podatku przemysłowego obrotów ze sprzedaży dzienników i czasopism, dokonanych przez sprzedawców zajmujących się tym handlem ubocznie;
- 4) zezwolenia na zaliczenie do wydatków wydawnictw dzienników przy ustaleniu dochodu podatkowego wydatków o charakterze poufnym, przeznaczonych na akwizycję wiadomości, w sumie nie przewyższającej 25% ogółu wydatków na redakcję;
- 5) upoważnienia instytucji ubezpieczeń społecznych do zastosowania w odniesieniu do przedsiębiorstw wydawniczych znajdujących się w trudnej sytuacji finansowej specjalnych ulg w spłacie zaległych zobowiązań względem tych instytucji, a mianowicie: a) do umorzenia zobowiązań „pracodawców” w stosunku do Kas Chorych, b) do rozłożenia na kilkuletnie raty zaległych zobowiązań „pracodawcy” względem ZUPU, c) do umorzenia odsetek od zaległych zobowiązań „pracodawcy”, w ubezpieczeniach zaś długoterminowych — do obniżenia należności z tego tytułu i rozłożenia na kilkuletnie spłaty.

### III

Postulaty w sprawie uporządkowania stanu prawnego bytu prasy

1. [Obecny stan prawny w dziedzinie przepisów prasowych jest nie-  
 zmiernie dla prasy uciążliwy ze względu na brak jednolitej ustawy pra-

sowej oraz ze względu na brak jednolitych instrukcji dla władz wykonawczych przy stosowaniu rygorów administracyjnych w stosunku do prasy]<sup>7</sup>.

Podstawy prawne bytu prasy, jak wiadomo, nie odznaczają się przejrzystością i ścisłością ani też nie są dostosowane do warunków pracy organów informacyjnych w nowożytnym Państwie.

[Każda dzielnica posiada inne przepisy prawne, w znacznej części wprowadzone jeszcze przez zaborców, i to w zeszłym wieku — przepisy często zdradzające sprzeczne tendencje; praktyka zaś w dziedzinie ich stosowania nie jest ujęta w jednolite przepisy.]

Wymogiem wprost nieodzownym jest ujednostajnienie prawodawstwa prasowego na terenie całego Państwa oraz wydanie przepisów wykonawczych ściśle ustalających uprawnienia władz administracyjnych i sądowych.

[W zrozumieniu znaczenia wprowadzenia zunifikowanych i dostosowanych do życia przepisów prasowych Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism opracował w lutym 1930 r. projekt ustawy prasowej, który został złożony Panu Prezesowi Rady Ministrów i uzgodniony z przedstawicielami władz pod przewodnictwem Szefa Wydziału Prawnego Prezydium Rady Ministrów. Mimo to do chwili obecnej sprawa jednolitej ustawy prawnej nie weszła pod obrady Rady Ministrów.]

Z uwagi na powyżej wyłuszczone trudności prasy Rada i Zarząd Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism uważają za niezbędne rychłe podjęcie prac nad jednolitą ustawą prasową, przy czym wskazane byłoby przyjęcie pod uwagę postulatów prasy, wyrażonych w pomienionym projekcie, bądź też wezwanie przedstawicieli Związków Wydawców do współpracy nad nowym projektem.]

Ze sprawą ustawy prasowej łączy się sprawa ochrony tytułów wydawnictw oraz ochrony informacji i konstrukcji redakcyjnej dzienników i czasopism. Ze względu na znaczne straty, jakie cała prasa ponosi wskutek braku przepisów prawnych w tej dziedzinie uregulowanie zagadnienia ochrony pracy wydawniczej przed nieuczciwą konkurencją jest postulatem wyjątkowo ważnym i pilnym.

2. [Ze sprawą ustawodawstwa prasowego łączy się sprawa konfiskat. Sprawa ta żywo obchodzi w chwili obecnej wszystkie dzienniki i czaso-

<sup>7</sup> Z chwilą uchylecia rozporządzenia prezydenta z 10 maja 1927 r. odzyskały moc obowiązującą przepisy dzielnicowe. W województwach centralnych i wschodnich działalność prasy normowały przepisy dekretu z 7 II 1919 r. oraz pozostające w mocy postanowienia rosyjskiego kodeksu karnego z 1903 r. W województwach południowych obowiązywały przepisy z lat 1862, 1863, 1868. W województwach zachodnich obowiązywała niemiecka ustawa prasowa z 1874 r. Stan ten zmienił się dopiero w listopadzie 1938 r., gdy prezydent podpisał nowy dekret prasowy. Zarówno Związek Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej, jak i Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism składając szereg memoriałów domagały się jego nowelizacji. Stał on bowiem w sprzeczności z zasadniczymi dążeniami obu organizacji.

pisma zrzeszone w Polskim Związku Wydawców ze względu na straty moralne i materialne, jakie na skutek nich prasa ponosi.]

Według wyraźnego brzmienia obecnie obowiązujących przepisów prawnych konfiskata może nastąpić jedynie na skutek popełnienia ściśle określonych przestępstw. [Mimo to interpretacja obowiązujących przepisów o konfiskatach stosowana jest przez władze administracyjno-policyjne w sposób różnorodny i indywidualny i idzie niemal zawsze w kierunku rozszerzającym, co jest sprzeczne z duchem tych przepisów.] Najdobitniej przejawia się to na terenie b. zaboru pruskiego, gdzie ustawa jest najbardziej sprecyzowana; wskutek tego mnożą się orzeczenia sądów uchylające większość zarządzeń konfiskacyjnych jako pozbawionych podstaw prawnych. Rola prasy polskiej uzależnionej od indywidualnej oceny urzędników administracji jest wyjątkowo trudna.

Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism wyraża przekonanie, iż jest rzeczą niezbędną, aby wydawnictwa posiadały pewne i stałe kryteria, jakie informacje i jakie opinie nie mogą być rozpowszechnione drukiem. [Z tego względu postulat ujednostajnienia i szczegółowego sformułowania obowiązujących przepisów prasowych w drodze wydania jednolitych przepisów wykonawczych do obowiązujących ustaw dzielnicowych należy do najpilniejszych.]

Poza informacjami dotyczącymi niezgodności postępowania władz administracyjnych z przepisami o konfiskatach władze Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism stale otrzymują od wydawnictw zrzeszonych wiadomości o niesłusznych sposobach wykonywania konfiskat, które narażają wydawnictwa na znaczne szkody materialne, co przecież nie leżało w intencji ustawodawcy i nie leży w intencji władz administracyjnych działających na zasadzie ściśle określonych przepisów prawnych.

Obecna praktyka powoduje częstokroć zupełną niemożność wydania drugiego nakładu czasopisma po konfiskacie względnie niemożność wysłania dziennika w oznaczonym terminie, gdyż terminy zawiadomienia o skonfiskowanych ustępach artykułów są najzupełniej dowolne.

[Rada i Zarząd Związku Wydawców stwierdza potrzebę wydania szczegółowych przepisów wykonawczych w sprawie przeprowadzenia konfiskat w wypadkach prawem przewidzianych, które by dawały wydawnictwom gwarancję, iż w razie uchybienia powodującego konfiskatę ta ostatnia, mając charakter nie kary, ale tylko środka prewencyjnego, dotknie je tylko w rozmiarze podyktowanym samą naturą prewencji, a nie będzie powodem do zarządzeń uniemożliwiających normalne funkcjonowanie warsztatów pracy wydawniczej.]

Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism przedkładając powyższe postulaty jest zdania, iż anormalności przy stosowaniu konfiskat winny być usunięte możliwie najrychlej. W interesie prasy oraz w interesie publicznym leży, aby istniały w tej dziedzinie stosunki jasne

i ściśle uregulowane, jak najmniej pozostawiające pola do skarg na dowolność i nierówną miarę w stosowaniu prawa.

Rada i Zarząd Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism nie wątpią, iż Pan Minister raczy przychylnie rozpatrzyć wszystkie powyższe postulaty świata wydawniczego z uwagi na zupełnie wyjątkowe znaczenie, jakie prasa posiada w Polsce. Jest ona bowiem, wobec słabej jeszcze sieci szkół w Polsce, głównym ośrodkiem dokształcenia, jest wśród szerokich warstw ludności niemal jedyną dźwignią oświaty i kultury oraz poczucia społecznego. Tę doniosłą rolę mogą jednak wydawnictwa polskie pełnić mając gwarancję normalnych warunków egzystencji prawnej i gospodarczej.

Z wysokim poważaniem

Prezes Zarządu Głównego  
Polskiego Związku Wydawców  
Dzienników i Czasopism  
Dyrektor Związku

S. Kauzik

Prezes Rady  
Polskiego Związku Wydawców  
Dzienników i Czasopism

F. Mrozowski