

F E U I L L E D' I N F O R M A T I O N

---

sur la vie de la presse en Pologne

Publication mensuelle de l'Association Polonaise des Editeurs  
de Journaux et de Périodiques

Directeur: Stanisław Krulik      Secrétaire de rédaction: Jan Pożaryski

Adresse: Związek Wydawców, Zgoda 8 n.4, Warszawa.

S O M M A I R E:

1. Avis aux lecteurs.
2. Accord concernant les polémiques de presse.
3. Propagande de la publicité par la presse.
4. Le second journal polonais, par ordre d'ancienneté.
5. Développement de la publicité de presse en Pologne.
6. La presse et la poste.



## 1. AVIS AUX LECTEURS.

---

M.M. les Directeurs des bulletins et services publiés par les organisations, les bureaux et les agences de presse, et M.M. les Directeurs des publications spéciales, consacrées aux questions de la presse, des journaux quotidiens et périodiques généraux sont priés de bien vouloir insérer gracieusement, s'ils le jugent opportun, les nouvelles ci-dessous, dans les bulletins, services de presse et journaux qu'ils dirigent. Ces nouvelles peuvent être utilisées librement même sans indication de la source et sans réserves, concernant les transformations.

Prière de nous faire parvenir pour information les numéros des publications dans lesquelles ces nouvelles auront été publiées, à l'adresse: "Feuille d'Information", Związek Wydawców, Zgoda 8, Warszawa 1.

---

## 2. ACCORD CONCERNANT LES POLEMIQUES DE PRESSE.

---

Nous avons signalé dans le numéro précédent la conclusion le 25 octobre 1937, par les éditeurs et les journalistes de Varsovie, d'un accord précisant les usages devant régir les polémiques de presse. Cet accord - comme l'a souligné le rédacteur Scieżyński qui a présidé la réunion du 25 octobre - est une tentative pour résoudre d'une manière concrète les problèmes discutés au sein de la FIJ.

L'accord institue une Commission permanente composée de 14 membres/dont la moitié est déléguée par l'Association Polonaise des Editeurs de Journaux et de Périodiques et l'autre moitié par l'Union de Journalistes de la République de Pologne/ et appelée à se prononcer sur les cas concrets d'infraction aux usages établis par la réunion du 25 octobre.

Ces usages tendent à éliminer de la vie de la presse les éléments, abaissant le niveau moral de la discussion et des informations de presse, nuisant à l'autorité et aux intérêts de presse, comme conducteur et informateur de l'opinion publique, et constatent que surtout le souci des bonnes moeurs de presse doit être respecté dans les relations entre éditeurs et journalistes, et ceci pour éviter les polémiques et les procès publics fort nuisibles à l'autorité de la presse.

Il a été donc décidé que:

1/ Les éditeurs et les journalistes sont tenus de veiller, dans leurs relations, à la précision de l'information, à la loyauté réciproque et à la décence de la forme.

2/ Les informations concernant les journalistes associés et enregistrés, les éditeurs et les maisons associées et leurs collaborateurs permanents et temporaires, doivent être vérifiées à la source-même, éventuellement auprès de l'organisation des éditeurs ou des journalistes.



3/Sont incompatibles avec les principes énoncés au point 1/:

a/la diffusion d'informations concernant la vie privée des éditeurs et des collaborateurs de journaux, si ces informations n'ont pas trait à leur activité publique,

b/la diffusion d'informations non-vérifiées concernant le personnel, l'état légal et la situation matérielle des journaux,

c/l'acheminement des polémiques de presse dans la voie des insinuations et des accusations de nature personnelle.

Dans le cas de l'infraction à ces engagements, les journaux, les éditeurs et les collaborateurs de l'administration des journaux intéressés - d'un côté, et les collaborateurs des rédactions - de l'autre, ont le droit de déposer une plainte par l'intermédiaire de leurs organisations générales qui dans un délai de 5 jours, décident si la Commission paritaire doit être saisie de la plainte. La Commission se prononce sur les cas, siégeant par 3 personnes, dont 2 juges représentent l'organisation plaignante, dans un délai maximum de 3 semaines, et transmet le jugement aux deux organisations générales. Elle peut décider la publication du jugement dans la presse. A défaut d'unanimité, la plainte peut être renvoyée à une autre audience; dans ce cas 3 autres juges auront à se prononcer sur cette plainte.

Les jugements émis à l'unanimité peuvent être renvoyés à une autre audience uniquement par l'organisation générale.

Cet accord a été signé par 20 quotidiens de Varsovie et par 3 agences d'information. Toute la presse sur le territoire de la Pologne et de la ville libre de Danzig, est libre d'y adhérer.

### 3.PROPAGANDE DE LA PUBLICITE PAR LA PRESSE.

---

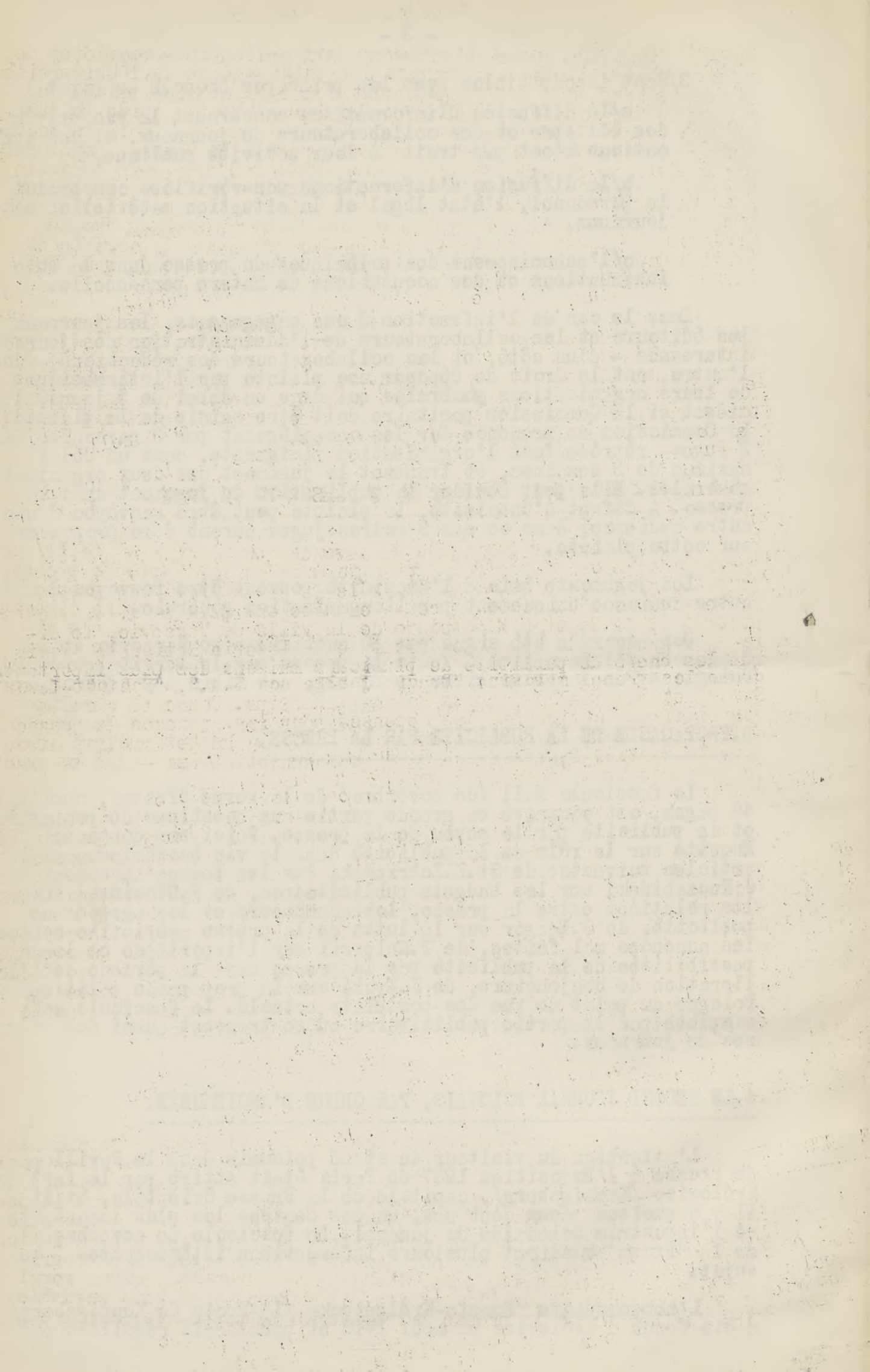
Le fascicule N.11 /de novembre/ de la revue "Prasa", comptant 48 pages, est consacré en grande partie aux questions de propagande et de publicité par le moyen de la presse. Voici son contenu: Enquête sur le rôle de la publicité dans la vie économique, et les articles suivants: de St.Z.Zakrzewski sur les bonnes annonces, de J.Kuczabiński sur les budgets publicitaires, de F.Głowiński sur les relations entre la presse, les annonceurs et les agences de publicité, de O.Langer sur la lutte de la presse américaine contre les annonces mal faites, de T.Malewski sur l'importance et les possibilités de la publicité par la presse dans la période de l'amélioration de conjoncture, de J.Zycki sur la propagande politique en Pologne du point de vue des postulats actuels. Le fascicule est complété par la partie publicitaire où se trouvent aussi des annonces de journaux.

### 4.LE SECOND JOURNAL POLONAIS, PAR ORDRE D'ANCIENNETE.

---

L'attention du visiteur du stand polonais dans le Pavillon de Presse à l'Exposition 1937 de Paris était attiré par le fait que Królewiec /Koenigsberg/, capitale de la Prusse Orientale, était il y a quelque deux cent ans, un des centres les plus importants de l'industrie polonaise du journal. Le fascicule de novembre de la "Prasa" contient plusieurs informations intéressantes à ce sujet.

L'hébdomadaire "Poczta-Królewiecka /La Poste de Koenigsberg/ à été fondé à Królewiec en août 1718 et paraissait régulièrement



jusqu'à fin 1720, comme le prouvent deux collections complètes des numéros obligatoires appartenant à la Bibliothèque de l'Université de Königsberg dont une appartenait à la bibliothèque privée du roi de Prusse Frédéric-Guillaume. Ce journal était, après le "Merkurjusz Polski" /Mercure Polonais, Kraków-Warszawa, 1661/ le second journal polonais selon l'ordre d'ancienneté. "La Poste", paraissait sur 8 pages in octavo, et avait pour éditeur l'imprimeur polonais Jan Dawid Cenquier. Ces collaborateurs étaient des Polonais locaux /des Mazoures de Prusse/, dont la colonie à Królewiec était si nombreuse qu'elle avait son église et une école polonaise. "Pocztą Królewiecką" était rédigée en une langue polonaise impeccable et était imprimée en caractères gothiques, comme d'ailleurs tous les livres polonais paraissant alors en Prusse Orientale.

Le motif de la fondation du journal polonais à Königsberg était la facilité avec laquelle on pouvait obtenir, dans cette grande ville maritime des nouvelles de tous pays, grâce aux relations dont disposaient les marchands du lieu. Pour cette raison, la rubrique des informations étrangères était très bien desservie. Le journal était diffusé en grande partie en Pologne, ce qui lui était facilité par un décret spécial du roi polonais.

## 5. DEVELOPPEMENT DE LA PUBLICITE DE PRESSE EN POLOGNE.

---

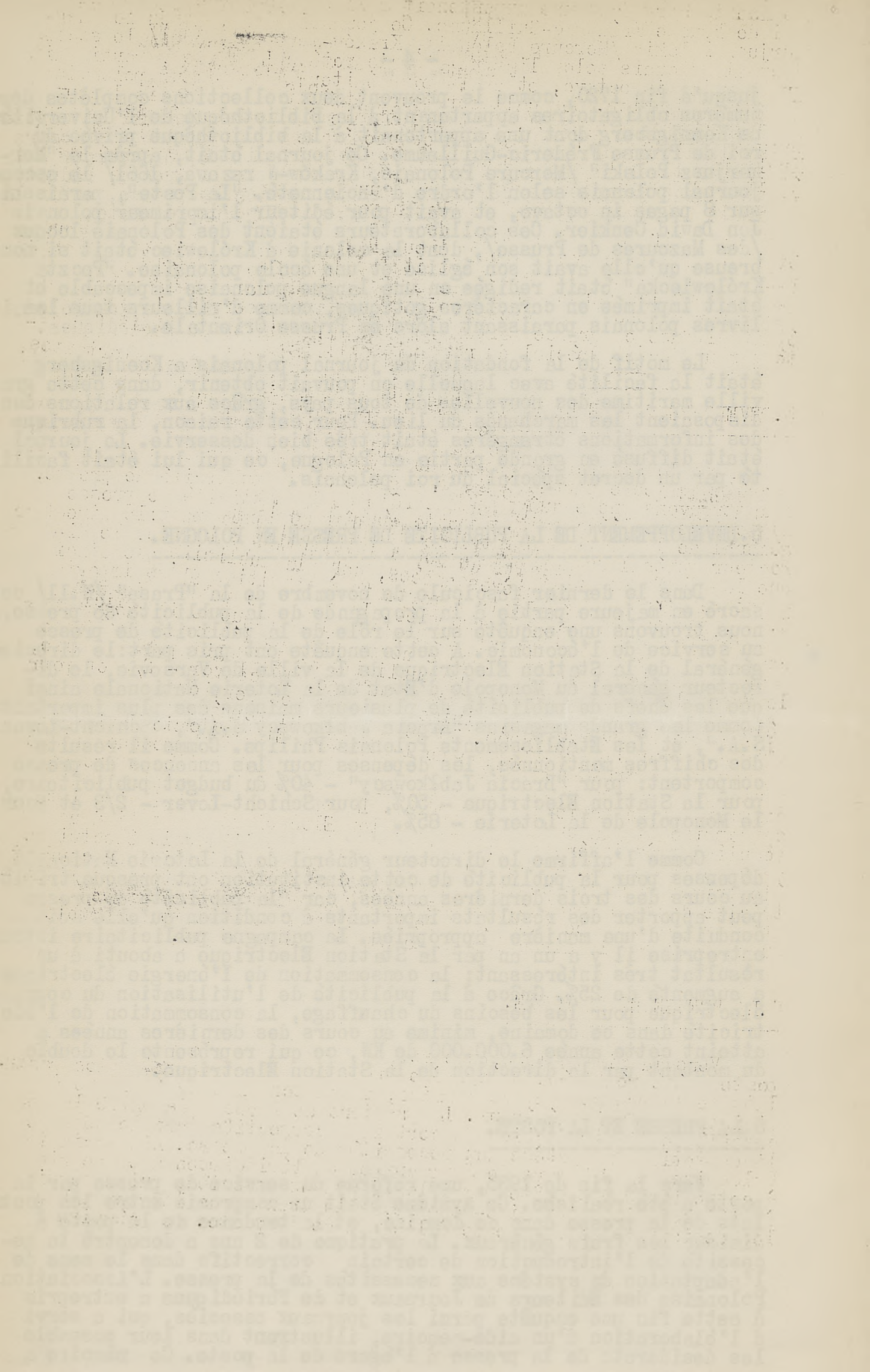
Dans le dernier fascicule de novembre de la "Prasa" /N.11/ consacré en majeure partie à la propagande de la publicité de presse, nous trouvons une enquête sur le rôle de la publicité de presse au service de l'économie. A cette enquête ont pris part: le directeur général de la Station Electrique de la ville de Varsovie, le directeur général du Monopole d'Etat de la Loterie Nationale ainsi que les chefs de publicité de plusieurs maisons des plus importantes, comme les grands magasins "Bracia Jabłkowsky S.A.", "Schicht-Lever S.A.", et les Etablissements Polonais Philips. Comme il résulte des chiffres mentionnés, les dépenses pour les annonces de presse comportent: pour "Bracia Jabłkowsky" - 40% du budget publicitaire, pour la Station Electrique - 50%, pour Schicht-Lever - 2/3 et pour le Monopole de la Loterie - 85%.

Comme l'affirme le directeur général de la Loterie Nationale, dépenses pour la publicité de cette institution ont presque triplé au cours des trois dernières années, car "la publicité de presse peut apporter des résultats importants à condition qu'elle soit conduite d'une manière appropriée. La campagne publicitaire intense entreprise il y a un an par la Station Electrique a abouti à un résultat très intéressant: la consommation de l'énergie électrique a augmenté de 25%. Grâce à la publicité de l'utilisation du courant électrique pour les besoins du chauffage, la consommation de l'électricité dans ce domaine, minime au cours des dernières années a atteint cette année 6.000.000 de KW, ce qui représente le double du montant par la direction de la Station Electrique.

## 6. LA PRESSE ET LA POSTE.

---

Vers la fin de 1935, une réforme du service de presse par la poste a été réalisée. Ce système était un compromis entre les postulates de la presse dans ce domaine, et la tendance de la poste à diminuer les frais généraux. La pratique de 2 ans a démontré la nécessité de l'introduction de certains correctifs dans le sens de l'adaptation du système aux nécessités de la presse. L'Association Polonaise des Editeurs de Journaux et de Périodiques a entrepris à cette fin une enquête parmi les journaux associés, qui a servi à l'élaboration d'un aide-memoire, illustrant dans leur ensemble les desiderata de la presse à l'égard de la poste. Ce mémoire a





été soumis à la direction des P.T.T. en novembre dernier et contient les postulats suivants: simplification des manipulations au cours de la livraison des journaux à la poste; facilité, à accorder à la presse touchant les campagnes de propagande de la presse, réduction des taxes perçues par la Poste pour le service de presse, enfin la vente des journaux par l'intermédiaire des bureaux de poste.

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

Wydawca i redaktor Stanisław Kauzik

Powielone w biurze Polskiego Związku Wydawców  
Dzienników i Czasopism, Zgoda 8 w Warszawie,  
dnia 23 grudnia 1937 r.

MR.

