



Grey Scale #13



DANES-PICTA.COM

A 1 2 3 4 5 6 M 8 9 10 11 12 13 14 15 B 17 18 19



ROMAN STARZYŃSKI

b. dyrektor Polskiej Agencji Telegraficznej

AGENCJE INFORMACYJNE

DZIEJE, STAN OBECNY I ZNACZENIE
PRASOWYCH AGENCJI TELEGRAFICZNYCH

1835 — 1935

W A R S Z A W A

WYDAWNICTWA POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW
DZIENNIKÓW I CZASOPISM TOM III

1935



ROMAN STARZYŃSKI

b. dyrektor Polskiej Agencji Telegraficznej

AGENCJE INFORMACYJNE

**DZIEJE, STAN OBECNY I ZNACZENIE
PRASOWYCH AGENCJI TELEGRAFICZNYCH**

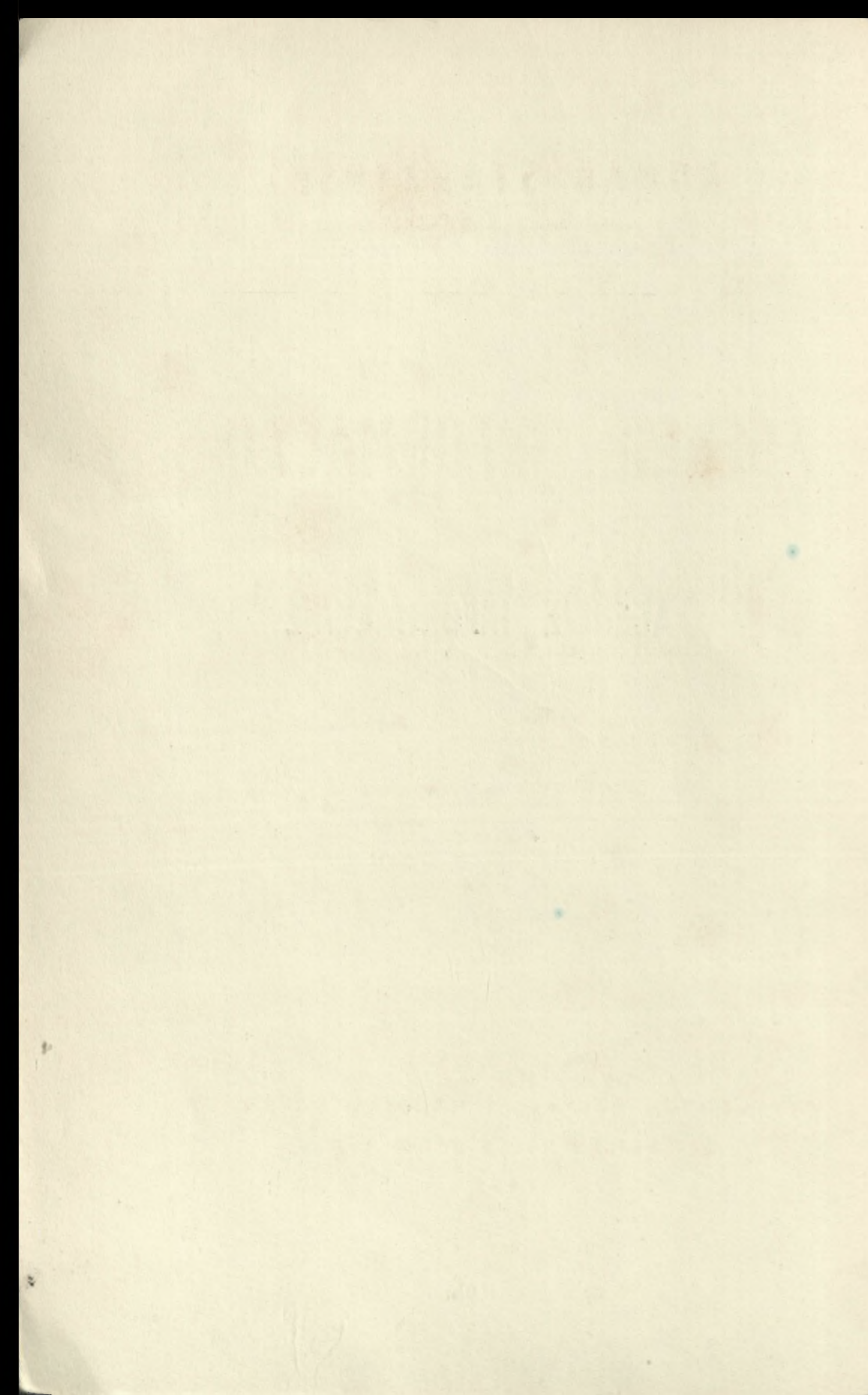
1835 — 1935

W A R S Z A W A

**WYDAWNICTWA POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW
DZIENNIKÓW I CZASOPISM TOM III**

1935

AGENCJE INFORMACYJNE



ROMAN STARZYŃSKI

b. dyrektor Polskiej Agencji Telegraficznej

AGENCJE INFORMACYJNE

**DZIEJE, STAN OBECNY I ZNACZENIE
PRASOWYCH AGENCJI TELEGRAFICZNYCH**

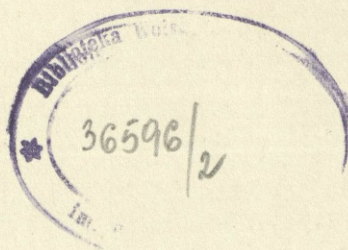
1835 — 1935

W A R S Z A W A

**WYDAWNICTWA POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW
DZIENNIKÓW I CZASOPISM TOM III**

1935

Oddito w Zakładach Graficznych
Tow. Wyd. »B L U S Z C Z«
Warszawa, Sołec 87. Tel. 244-18



PRZEDMOWA.

Literatura nasza, poświęcona sprawom prasowym, jest bardzo uboga. Nie mamy dotychczas żadnych prac, dotyczących agencji prasowych, nie mamy również nawet takiego informatora, jak np. „Handbuch der Welpresse“, wydany przez Deutsches Institut für Zeitunskunde. Lukę tę wypełniają katalogi prasowe biur reklamowych oraz dział prasowy „Rocznika Politycznego i Gospodarczego“, wydawanego od trzech lat przez Polską Agencję Telegraficzną.

Jeżeli chodzi jednak o światową literaturę agencji prasowych, to poza szeregiem studjów w języku angielskim, francuskim i niemieckim, poza monografjami poszczególnych agencji, z monografjami agencji Havasa, Reutersa i Wolffa na czele, oraz poza przyczynkami w prasie fachowej niemieckiej, literatura naukowa nie posiada wiele gruntownych prac w tej dziedzinie.

Mając okazję poznania tych spraw zbliża w ciągu czteroletniego okresu kierowania Polską Agencją Telegraficzną, zwiedziliśmy 17 agencji europejskich i poznamy ich organizację i metody pracy, czuję się w obowiązku choć w krótkim szkicu zanotować to, co widziałem i słyszałem.

Agencje prasowe bądź odgrywają tylko lokalną rolę, bądź też, jako agencje t. zw. telegraficzne, wymieniające między sobą informacje, mają szersze światowe znaczenie. W pracy swojej zajmę się tylko tym drugim rodzajem agencji, które najrozszerzniej możnaby nazwać agencjami informacyjnymi, dlatego, że obsługują one nie tylko prasę, ale równocześnie rządy, urzędy, ambasady, poselstwa i konsulaty, tudzież banki oraz wielkie przedsiębiorstwa handlowe i przemysłowe. Nie są to więc agencje wyłącznie prasowe, nie są również wyłącznie te-

legraficzne, gdyż, wraz z postępem techniki łączności, posługują się nie tylko telegrafem, ale przede wszystkim telefonem, a następnie radjotelegrafem, radjofonją, dalekopisami i t. p.

W pracy swojej podaję kolejno dzieje i stan obecny światowych agencji informacyjnych, organizację i metody pracy, kończąc analizą znaczenia i roli agencji w życiu politycznym świata.

Zdaję sobie sprawę, że tematu mycerpać nie zdolam. pragnę jednak w tym krótkim szkicu podać to wszystko, co zdobyłem w ciągu kilkuletniego doświadczenia, nie wątpiąc, że przyjdą inni, którzy temat ten rozwiną, uzupełnią i zapoczątkują literaturę agencji informacyjnych, dotąd tak bardzo zaniedbaną.

Roman Starzyński

I.

Dzieje agencji informacyjnych.

Historja agencji informacyjnych zapoczątkowana została niespełna przed stuleciem. Myśl stworzenia agencji zawdzięczamy kupcowi paryskiemu Karolowi Havasowi, który w r. 1835 założył pierwszą, do dziś istniejącą, a zarazem przodującą wszystkim agencjom światowym — agencję Havasa¹⁾. Początkowo było to biuro tłumaczeń, ulokowane w skromnem pomieszczeniu przy ul. Jean Jacques Rousseau, w niczem nie przypominajacem dzisiejszego gmachu agencji przy Place de la Bourse. Otóż to biuro tłumaczeń wpadło na myśl proponowania ministerstwowi i ambasadom państw obcych w Paryżu abonamentu wyciągów z prasy, głównie angielskiej, które byłyby dostarczane periodycznie. Zainteresował się tym „servisem“ dziennik „Constitutionnel“ i stał się **pierwszym abonentem prasowym** tej agencji informacyjnej. W ślad za nim poszły i inne dzienniki paryskie, którym jednak nie wystarczały tłumaczenia i wyciągi z prasy, zapragnęły one również informacji z pierwszej ręki. W tym celu Havas organizuje w r. 1846 codzienną służbę kurjerską pomiędzy Londynem i Bruksellą a Paryżem, rozwijając równocześnie sieć korespondentów, którzy dostarczali wiadomości kurjerom. Stopniowo cała Europa pokryła się siecią korespondentów; rozmieszczeni oni zostali również w innych stolicach państw europejskich.

Taki był początek służby informacyjnej, która od pierwszej chwili obsługiwała poza prasą władze i przedstawiciel-

¹⁾ Agence Havas. Services d'informations. Paris, 1925.

stwa dyplomatyczne, a szybko również objęła obsługę banków i organizacyj finansowych i gospodarczych.

Od początku również stwierdzonem zostało, że utrzymywanie gęstej sieci korespondentów kosztuje drogo i wyłącznie dla celów informacyjno - politycznych opłacić się nie może, to też Havas wpadł na myśl wyzyskania jej równocześnie dla celów handlowych, a w pierwszej linii — reklamowych.

Myśl tę zrealizował w r. 1850 August Havas, syn Karola, który połączył swą agencję informacyjną z biurami ogłoszeń Bulliera i Lafitte'a (stryja późniejszego długoletniego prezesa Rady Administracyjnej Agencji Havasa), przekształcając je na „Société Générale des Annonces“.

Organizacja ta zapoczątkowała służbę reklamową Agencji Havasa, do dziś największą we Francji, a stanowiącą jedno z największych biur propagandowo - reklamowych w świecie.

W r. 1879 Agencja Havasa przekształca się w spółkę akcyjną, zawiera umowy z analogicznymi agencjami zagranicą, przenosi się do nowego pomieszczenia przy ulicy Notre Dame des Victoires i rozwija swój servis prasowy do tego stopnia, że poza kilku większymi dziennikami paryskimi, cała prasa francuska, zwłaszcza prowincjonalna, w servisie Havasa znajduje całokształt materiału informacyjnego o zdarzeniach zagranicznych, politycznych, wewnętrznych, materiału uzupełnianego conajwyżej informacjami czysto lokalnymi.

Od pierwszych chwil zasadniczym zadaniem agencji informacyjnej jest dostarczanie jak największej ilości ścisłych informacji możliwie najszybszymi środkami łączności. To spowodowało, że agencja informacyjna staje się pionierem w dziedzinie wynalazków wszelkiego rodzaju środków łączności. Ona pierwsza stosuje każdą nowość w tej dziedzinie, ona wypróbowuje je w swej służbie, a każdy wynalazek z kolei dokonywuje przewrotu w jej organizacji.

Najważniejszym etapem w rozwoju agencji informacyjnych staje się wynalazek telegrafu. Stąd pochodzi nazwa agencji telegraficznych. W 8 tygodni bowiem po przeprowadzeniu pierwszej linii telegraficznej w Niem-

czech, powstaje w Berlinie w dniu 27 listopada 1849 r. druga po Havasie światowa agencja informacyjna (Wolff's Telegraphisches Büro)¹⁾, założona przez wydawcę „Nazionalzeitung“ Dr. Bernharda Wolffa. Nazajutrz po powstaniu agencji B. Wolff otrzymał pierwsze depesze z Londynu z notowaniami giełdowymi, które ogłosił w „Nazionalzeitung“.

W r. 1865 Biuro Wolffa przekształcone zostało na spółkę komandytową, a w r. 1874 — w towarzystwo akcyjne (Continental - Telegraphen - Compagnie A. G.) z kapitałem 1.000.000 mk. niem.

W trzy lata po powstaniu Biura Wolffa, w r. 1852, powstaje trzecia wielka światowa agencja informacyjna, założona przez Reutera w Londynie. Jest to dziś również spółka akcyjna (Reuters Ltd), której głównymi właścicielami są: sir Roderick Jones, obecny prezes Rady Administracyjnej, oraz spółka Press Associated Ltd, druga agencja brytyjska, przeznaczona dla obsługi prasy angielskiej, gdy agencja Reutera zakrojona jest na skalę agencji światowej, przeznaczonej dla obsługi prasy przeważnie pozaeuropejskiej.

Wślad za temi trzema agencjami „doyennes“, jak się zwykle mianują, powstała w r. 1853 agencja włoska, założona przez Wilhelma Stefaniego, przekształcona po jego śmierci na towarzystwo akcyjne (Agenzia Stefani), którego większość akcyj, podobnie jak większość akcyj Biura Wolffa²⁾, należy do rządu. Na czele tej agencji stoi, jako prezes Rady Administracyjnej, osobisty przyjaciel i jeden z najbliższych współpracowników Mussoliniego, Manlio Morgagni.

Piątą z kolei, a zarazem bodaj ostatnią agencją telegraficzną, powstałą z inicjatywy prywatnej, jest agencja duńska (Ritzau's Bureau Dansk Telegrambyra), założona dnia 1 lutego 1866 roku przez Ritzaua, dziadka obecnego wyłącznego właściciela tej agencji, a zarazem dyrektora naczelnego Lauritza Ritzaua. Jest to jedyna agencja, która nie prze-

¹⁾ Vom 75 Geburtstag W. T. B., Berlin 1924.

²⁾ Obecnie „Deutsches Nachrichten Bureau“.

ksztalała się na spółkę akcyjną, i dotychczas jest własnością prywatną, pozostając w rękach rodziny jej założyciela.

Rok 1867 zaznaczył się powstaniem nowych agencji, które jednak powstały już nie z inicjatywy prywatnej, lecz założone zostały, jako filje agencji Havasa lub Wolffa.

Z inicjatywy Havasa powstała agencja hiszpańska „Fabra“, dziś towarzystwo akcyjne z kapitałem 1.000.000 pesetów, której głównym współwłaścicielem, prezesem Rady Administracyjnej, a zarazem faktycznym kierownikiem jest Louis Don Amato de Ibarrolla. Nieco później Havas założył również agencję portugalską, która uzyskawszy charakter agencji urzędowej, pozostała dotychczas filją Havasa, kierowaną przez Francuza, dyrektora naczelnego Lionela Raoula Duvala.

Z inicjatywy Wolffa natomiast powstała w r. 1867 agencja szwedzko - norweska, która jednak już w r. 1868 przekształcona została na towarzystwo spółdzielcze właścicieli dzienników. Z tej agencji utworzone zostały po oddzieleniu się Norwegii od Szwecji dwie agencje skandynawskie: „Tidningarnas Telegrambyrå Aktienbolag“ w Stockholmie oraz „Norsk Telegrambyrå“ w Oslo.

Rozwój agencji informacyjnych musiał doprowadzić do rywalizacji, jeżeli nie do walki pomiędzy poszczególnymi agencjami, zwłaszcza pomiędzy Havasem, Reuterem i Wolffem. Havas najmniejszy wziął udział w tej walce, gdyż ekspansję swoją skierował na kraje romańskie: Belgię, Szwajcarię zachodnią, Włochy, Hiszpanję i Portugalję. Reuter i Wolff rywalizowali na północy o kraje germańskie, to też walka konkurencyjna przybrała tu ostrzejsze formy. Wolff w r. 1867 opanował Szwecję i Norwegję przez założenie tam swojej filji oraz wszedł w ścisły kontakt z Biurem Ritzau w Kopenhadze. Reuter założył swą filję, istniejącą dotychczas w Amsterdamie pod nazwą: „Nederlandsch Telegraaf Agentschap“, którą obecnie kieruje dyr. Karol Schlick ¹⁾, wprowadzie Holender, będący jednak

¹⁾ W r. 1934 Holandia stworzyła własną oficjalną agencję.

jedynie funkcjonariuszem Reutera. Reuter nie poprzestał na tem i usiłuje opanować północne Niemcy, zakładając swą filję p. n. „Telegraphenbureau für Norddeutschland“. Walka ta ustaje jednak nagle w roku 1870, w tym bowiem roku zawarta została pierwsza umowa pomiędzy Havasem, Wolffem i Reuterem, w której określono tereny ekspansji tych trzech wielkich agencji. Havas utrzymał swe dotychczasowe tereny i uzyskał Amerykę południową, Reuter, prócz Wielkiej Brytanji i Holandji, otrzymał wszystkie pozostałe pozaeuropejskie części świata, Wolff zaś — północną i wschodnią Europę.

Ten pierwotny podział świata pomiędzy trzy wielkie „światowe“ agencje obowiązywał do końca XIX stulecia, nic więc dziwnego, że w tym okresie nie widzimy prawie nowych agencji na kontynencie europejskim, poza agencjami ówczesnych wielkich mocarstw: Austro - Węgier i Rosji. Zarówno jednak powstałe w r. 1881 Wiedeńskie Biuro Korespondencyjne, jak i Petersburska Agencja Telegraficzna pozornie tylko były samodzielnymi agencjami; w gruncie rzeczy były one filjami Biura Wolffa, gdyż leżąc na terenie wpływów Wolffa, pod względem informacyjnym całkowicie były odeń uzależnione.

Dopiero w r. 1900 powstanie pierwszej wielkiej agencji amerykańskiej „Associated Press“¹⁾, utworzonej dzięki zjednoczonym wysiłkom najpoczytniejszych dzienników Stanów Zjednoczonych, spowodowało zmianę sytuacji. Walka z „Associated Press“, powstałą na terenie wpływów Reutera, nie byłaby łatwa, to też trzy wielkie agencje europejskie szybko się zorjentowały w sytuacji i zaproponowały nowy podział terenów, już nie pomiędzy trzy, lecz pomiędzy cztery wielkie agencje. Reuter utrzymał Wielką Brytanię z kolonjami, Holandję, Azję, Afrykę i Australję, Havas — Francję z kolonjami, Belgję, Włochy, Hiszpanję, Portugalję, Szwajcarję romańską, Bałkany i Amerykę południową, Associated Press — Stany Zjednoczone, Kanadę, Meksyk, Kubę, Filipiny, a Wolff — Niem-

¹⁾ M. Wajnryb. „Biuro Wolffa a sieć agencji telegraficznych“ (Prasa Nr. 1/3 z r. 1932).

cy z kolonjami, Austro - Węgry, Rosję i kraje skandynawskie. Prócz tego zagwarantowano Reuterowi możliwość działania na Bałkanach, a Associated Press — w południowej Ameryce.

Ten stan rzeczy w zasadzie przetrwał do wybuchu wojny światowej t. j. do r. 1914, jednakże dzieje agencji obfitowały w wypadki, które niezawsze były na rękę wielkim agencjom. Zwłaszcza powstanie Szwajcarskiej Agencji Telegraficznej (A. T. S.) nie obeszło się bez pewnych incydentów. Do r. 1894 prasa szwajcarska, wychodząca w języku francuskim, posługiwała się servisem Havasa, prasa szwajcarsko - niemiecka — servisem Wolffa. W lecie 1894 r. z inicjatywy K. Morel'a, sekretarza redakcji „Journal de Genève“, kilku dziennikarzy szwajcarskich założyło „Syndykat dzienników szwajcarskich“ z kapitałem 100.000 fr. szw., który zdecydował się przejąć na siebie obsługę informacyjną prasy szwajcarskiej. Ponieważ wszelkie źródła informacyjne były już w rękę Havasa i Wolffa, zdecydowano przede wszystkim wysłać delegację do Paryża, celem przeprowadzenia pertraktacji z Havasem co do uzyskania dla mającej powstać Szwajcarskiej Agencji Telegraficznej servisu światowego. Szwajcarzy gotowi byli za servis ten płacić 35.000 fr. szw. rocznie, lecz Havas żądał 55.000 fr. i od żądania tego odstąpić nie chciał. Pertraktacje się rozbiły, a Szwajcarzy przy pomocy kilku dziennikarzy — paryskich korespondentów pism szwajcarskich — zorganizowali sobie filję w Paryżu, która telefonicznie obsługiwała prasę szwajcarską. Po 3 miesięcznej walce Havas skapitulował i 1 stycznia 1895 r. Szwajcarska Agencja Telegraficzna, jako spółka wydawców dzienników szwajcarskich, rozpoczęła swoją normalną pracę.¹⁾

Pod koniec XIX stulecia zainteresowanie Europy wyraźnie zwraca się ku wypadkom na Bałkanach, to też Havas przystępuje tam do tworzenia swoich filij: w Belgradzie (Serbska Agencja Telegraficzna) i w Atenach (1906). Z tych filij wywodzą się dzisiejsze agencje: jugosłowiańska „Avala“ (1919), kierowana jeszcze po wojnie światowej

¹⁾ Agence Télégraphique Suisse. 25-e anniversaire 1895-1920 Bern.

przez Francuza, p. Alberta Mousseta¹⁾, obecnie już całkowicie samodzielna, oraz będąca dotychczas pod wyraźnym wpływem Havasa, grecka „Agence d'Athènes“, znajdująca się ostatnio pod kierownictwem p. Vassiliosa Vekiarellisa. Również pod koniec XIX stulecia rząd Bułgarski przystępuje do kreowania własnej agencji informacyjnej (1898) Bułgarskiej Agencji Telegraficznej (BTA), która do dziś nie jest przedsiębiorstwem, lecz Wydziałem Ministerstwa Spraw Zagranicznych.

Powstanie „Associated Press“ w Stanach Zjednoczonych nie pozostało bez echa po drugiej stronie Pacyfiku i oto na wzór amerykański powstaje w Japonii agencja, zorganizowana przez wydawców dzienników p. n. „Nippon Dempo Tsushin Sha“ („Dentsu“) z kapitałem 1.000.000 yen. Agencja ta powstaje w r. 1901 na terenie, przydzielonym Reuterowi. Tym razem trzy wielkie agencje nie ustępują wobec nowej agencji i nie przyjmują jej do grona agencji „sprzymierzonych“. Nie przewidywano prawdopodobnie, że jest to początek powstawania całego szeregu agencji „niezrzeszonych“, które stworzą poważną konkurencję koncernowi Havas - Wolff - Reuter.

Z początkiem XX stulecia zaobserwowano na terenie prasowym nowe zjawisko — tworzenie się trustów prasowych²⁾, które, zjawiając się naprzód na terenie Wielkiej Brytanii, nie stanowią z początku dla agencji żadnego niebezpieczeństwa, gdyż nie mają ambicji w kierunku tworzenia nowych agencji. Tymczasem jednak trusty, powstające w Stanach Zjednoczonych i Niemczech, rozpoczynają swą działalność od tworzenia własnych agencji, uniezależnionych od bezkonkurencyjnego dotąd związku Havas-Wolff-Reuter.

W ten sposób powstaje w r. 1907 znana agencja amerykańska „United Press“, założona przez „The Scripps-Haward Newspaper Alliance“, która wkrótce stanie się naj-

¹⁾ L'Agence Avala. Services politiques et d'informations du Royaume S. C. S. Belgrad, 1926.

²⁾ Jerzy Szapiro. „Trusty prasowe“ („Prasa“ zeszyt 1/1930, 2/1930 i 1/1931).

poważniejszym konkurentem nietylko amerykańskiej „Associated Press“, ale nawet wielkich agencji europejskich na ich własnym terenie — na kontynencie Europy. Wślad za „United Press“ amerykański trust prasowy Hearsta powołuje do życia trzecią wielką agencję amerykańską „International News Service“, powstałą podobnie, jak „United Press“ z walki z „Associated Press“.

To samo dzieje się w Niemczech, gdzie na tle walki z Biurem Wolffa powstaje w r. 1913 „Telegraphen Union“ (Telunion)¹⁾, agencja nacjonalistyczna trustu prasowego Hugenberg, a w ślad za nią — demokratyczna agencja Ullsteina. Trzeci wielki koncern prasowy Mossego współpracuje z Wolffem i zamiast agencji informacyjnej powołuje do życia wielką międzynarodową agencję reklamową.

W tym stanie rzeczy zastała agencje informacyjne wojna światowa. Długoletnia współpraca porozumienia Havas-Wolff-Reuter została przerwana na lat kilka, a linje bojowe uniemożliwiły współpracę agencji, znajdujących się po obu stronach frontu.

Zarówno rządy państw, jak i dowództwa naczelne przywiązywały dużą wagę do roli agencji informacyjnych, które też powstawały dla pewnych specjalnych zadań, a po ich spełnieniu znikwały. Dwie jednak takie agencje przetrwały wojnę i pozostały na stałe: Belgijska Agencja Telegraficzna (Belga), która powstanie swe zawdzięcza odcięciu Belgji w czasie wojny od Havasa, oraz stworzona w r. 1927 agencja turecka „Agence de Constantinople“. Po wojnie przemianowana została przez młodo Turków na „Agencję Ottomańską“, przekształconą następnie na przedsiębiorstwo państwowe p. n. „Agence Milli“; z niej powstała istniejąca dziś „Agence d'Anatolie“ S. A., której 60% akcji jest w ręku rządu.

Po wojnie światowej wszystkie rządy zrozumiały już znaczenie posiadania własnej agencji informacyjnej. To też od r. 1918 zjawiają się coraz to nowe agencje tak, iż dziś

¹⁾ Obecnie połączona w r. 1933 z Biurem Wolffa w jedną oficjalną agencję niemiecką: „Deutsches Nachrichten - Bureau“.

niema już w Europie państwa, któreby nie posiadało agencji informacyjnej.

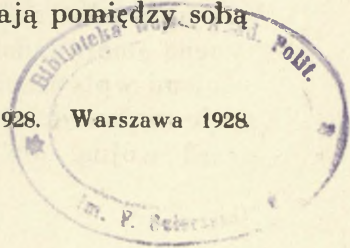
W ten sposób w roku 1918 powstały: „Polska Agencja Telegraficzna” w Warszawie¹⁾, Ceskoslovenska Tiskova Kancelar w Pradze i Suomen Tietotoimisto (Finska Notisbyran) w Helsingforsie. W r. 1919 wskrzeszona została jugosłowiańska agencja p. n. „Avala” na miejsce przedwojennej Serbskiej Agencji Telegraficznej w Belgradzie oraz tworzy się Łotewska Agencja Telegraficzna „Leta” w Rydze. W r. 1920 na wzór „Lety” organizuje się Litewska Agencja Telegraficzna „Elta” w Kownie i Estońska Agencja Telegraficzna „Eta” w Tallinie. Wreszcie w r. 1921 powstaje rumuńska agencja (Agence Orient-Radio „Rador”) w Bukareszcie.

Na gruzach Wiedeńskiego Biura Korespondencyjnego powstaje „Amtliche Nachrichtenstelle” w Wiedniu i „Magyar Taviroti Iroda” w Budapeszcie. Zamiast Petersburskiej Agencji Telegraficznej rząd sowiecki tworzy agencję „Rosta” (Rossijskoje telegrafnoje agenstwo), przekształconą w roku 1925 na „Telegrafnoje Agenstwo Sojuza Sowietow” (Tass). Wreszcie z walki Reutera z agencją „Nippon Dempo” w Japonii powstaje „Nippon Shimbun Rengo Sha” (Rengo), która wchodzi w stosunki z Reuterem i Associated Press (1926).

W ten sposób wszystkie państwa europejskie mają już dziś własne agencje informacyjne, nie wyłączając nawet Albanji (Bureau de Presse „Albagence”), ani Islandji (Frjetastofa Bladamannafjelagsis), a nawet i poza Europą pojawiają się agencje narodowe, jak „Free Press of India”, „The Inter-Continental Press and News Agency of Capetown”, „Transocean Kuo Min Agency” w Szanghaju itd.

Ale po wojnie światowej wszystkie te agencje idą w pojedynkę. Trwa wprawdzie nadal współpraca wielkich agencji Havasa i Reutera, ale na terenach teoretycznie im przydzielonych powstało w nowoutworzonych państwach całe mnóstwo agencji lokalnych, które szukają pomiędzy sobą kontaktu.

¹⁾ „Polska Agencja Telegraficzna” 1918—1928. Warszawa 1928.



A więc powstała w końcu roku 1918 Polska Agencja Telegraficzna już w r. 1919 wchodzi w kontakt z Wiedeńskim Biurem Korespondencyjnym (Amtliche Nachrichtensielle), a wkrótce potem z Havasem. W r. 1923 zawiera kontrakty z Finska Notisbyran, w r. 1924 ze Stefanim, Letą i Ceskoslovenska Tiskowa Kancelar (C. T. K.), w r. 1925 z Agence d'Anatolie, w r. 1926 — z Biurem Wolffa, oraz wznawia kontakt z Havasem i Reuterem, w r. 1928 z „Tassem“, a w r. 1931 z „Rengo“.

Równocześnie jednak porozumienie Havas-Reuter szuka kontaktu z nowopowstałymi agencjami i stopniowo wiąże je kontraktami ze sobą, a pośrednio ze wszystkimi agencjami, posiadającymi umowy z Havasem i Reuterem. Wszystkie te umowy oparte są na zasadzie wzajemności, t. j. dostarczania bezpłatnie, jedynie za zwrotem kosztów transmisji, wszelkich informacji z terenu działania danych agencji. Jednakże umowy agencji z Havasem i Reuterem zawierają klauzulę, że agencje te, poza informacjami z Wielkiej Brytanji wraz z jej kolonjami, dostarczają wiadomości z całego świata i z tego powodu otrzymują one, poza zwrotem kosztów, zastrzeżonych dla obu kontrahentów przy wymianie informacji ze swego terenu, pewne specjalne odszkodowanie t. zw. „commission“ na pokrycie kosztów ogólnych serwisu światowego. Koszty te są dość poważne, zwłaszcza dla mniejszych agencji, i obciążają je na rzecz Havasa i Reutera. Wobec tego, że mniejsze agencje we własnym zakresie zdobyć tych wiadomości, zwłaszcza pozaeuropejskich nie mogą, więc płacić muszą, co sprowadza je do roli klientów Havasa i Reutera.

Tymczasem w r. 1920 dochodzi do nawiązania ponownych stosunków pomiędzy Havasem-Reuterem z jednej, a Wolffem z drugiej strony. Zawarty między nimi układ przewiduje znowu nowy podział terenów. Reuter zatrzymuje Wielką Brytanię z dominjami i kolonjami, Holandję i Daleki Wschód, Havas—kraje romańskie, Bałkany i Amerykę łacińską, a Associated Press otrzymuje już cały kontynent amerykański, choć na południu musi się dzielić swojemi wpływami z Havasem. Wolff tym razem nie otrzymuje wprawdzie terenów eksploatacyjnych, jakie miał przed wojną, ale otrzymuje prawa zawarcia specjalnych

przed wojną, ale otrzymuje prawo zawarcia specjalnych kontraktów z Polską, Czechosłowacją, Austrią, Bułgarią, Rumunią, Turcją, Grecją, Związkiem Sowieckim i krajami Skandynawskimi. Ponieważ Wolff nadaje servis światowy drogą radjofoniczną, więc domaga się zań od agencji tych krajów pewnego odszkodowania, które nie stoi wprawdzie w żadnym stosunku do odszkodowania, płaconego przez te agencje Havasowi i Reuterowi, stanowi jednak pewien ekwiwalent dla Biura Wolffa za stracone korzyści wskutek wojny. Gdy w roku 1926 Wolff wykupuje agencję konkurencyjną „Europradio“, dostarczającą całej środkowej i wschodniej Europy notowań giełdowych, uzyskuje nowe źródło poważnych dochodów, których był pozbawiony po wojnie.

Ten stan rzeczy powoduje, że poszczególne agencje dążą do zrzeszenia się celem omawiania wspólnych zagadnień, a zwłaszcza celem uzyskania wspólnymi siłami redukcji zasadniczych opłat na rzecz trzech wielkich agencji: Havasa, Reutersa i Wolffa.

Z inicjatywy Szwajcarskiej Agencji Telegraficznej przy udziale agencji: włoskiej, austriackiej, czeskiej i węgierskiej dochodzi wreszcie, za zgodą i z udziałem Havasa i Reutersa, dnia 12 grudnia 1923 r. do wstępnej konferencji, która uchwaliła zwołać na dzień 6 czerwca 1924 r. — I Ogólną Konferencję Międzynarodową agencji telegraficznych.

II.

Międzynarodowy Związek Agencji Informacyjnych.

W myśl uchwał konferencji siedmiu agencji z dnia 12. XII. 1923 r. agencje Havasa i Reutersa wystosowały ogólne zaproszenia na konferencję międzynarodową do wszystkich agencji, z którymi posiadały stosunki umowne. Inicjatorką konferencji, Szwajcarska Agencja Telegraficzna, jako urządzająca konferencję na swoim terenie, wysłała zaproszenia do 22 agencji europejskich, co stanowiło łącznie z zapraszającymi 25 uczestnikami konferencji.

Dyrektor Szwajcarskiej Agencji Telegraficznej, pułkownik dr. Rudolf Lüdi, otwierając konferencję w Bernie powiedział między innemi, co następuje:

„Le premier rendez-vous des Agences alliées constitue un coup d'oeil touchant et c'est une heure importante et mémorable, que celle qui voit se réunir, pour la première fois depuis la fondation des principales agences télégraphiques des tous les pays, leurs distingués directeurs, afin de discuter en commun leurs tâches et devoirs idéaux et afin de sauvegarder leurs intérêts professionnels“¹⁾.

Istotnie był to punkt zwrotny w życiu agencji informacyjnych. Nietylko bowiem zmieniał się dotychczasowy stosunek wielkich agencji do ich dotychczasowych klien-

¹⁾ Rapports et procès-verbaux de la I Conférence générale des Agences Télégraphiques Internationales, 6 — 11 Juin 1924 à Berne.

tów, którzy po raz pierwszy zasiedli przy wspólnym stole obrad, jako równi z równymi, ale równocześnie powstała „Liga agencji“, na wzór obradującej także w Szwajcarii „Ligi Narodów“. Związek ten, mający za zadanie rozwiązywanie wspólnymi siłami szeregu problemów zawodowych, wymagających porozumień międzynarodowych, może odegrać, jako zrzeszenie wszystkich najpoważniejszych agencji informacyjnych, kierujących opinią publiczną, wyjątkowo poważną rolę w życiu politycznym państw, może nawet nieraz zaważyć na losach państw i narodów. Dyr. Lüdi, podkreśliwszy znaczenie Związku, zwrócił się ze specjalnem podziękowaniem pod adresem dyrektorów agencji Havasa i Reutera za to, że w grudniu 1923 r. zdecydowały się na zwołanie tej konferencji, uznając tem samem wzrost znaczenia agencji mniejszych, które, zwłaszcza w okresie wojny światowej, w krajach neutralnych, jak Szwajcaria, odegrały rolę pośredników i łączników pomiędzy rozdzielonemi przez wojnę agencjami obu stron walczących.

Ta pierwsza konferencja agencji „sprzymierzonych“, jak się odtąd nazywają, stała się podstawą trwałego związku międzynarodowego agencji informacyjnych, już nie poszczególnych agencji z Havasem i Reuterem, a przez nich między sobą, ale bezpośredniego związku wszystkich urzędowych i półurzędowych agencji państw europejskich; wyłącznie europejskich, gdyż Associated w konferencji tej udziału nie brała.

Przewodnictwo konferencji spoczywało w ręku gospodarzy t. j. Szwajcarskiej Agencji Telegraficznej, z której ramienia przewodniczył prezes Rady Administracyjnej Zeerleder. Jako wiceprzewodniczących powołano dyrektora Havasa (Andrégo Meynota) i dyrektora Reutera (Carreya Clementsa), co odtąd stało się już niejako tradycją wszystkich konferencji agencji sprzymierzonych.

Na konferencji tej poruszono sprawy palące dla wszystkich agencji, jak sprawę ochrony własności informacji prasowych, która do dziś nierozwiązana nie schodzi z porządku dziennego wszystkich zgromadzeń międzyagencyjnych. Następnie poruszono sprawę funkcjonowania biorących udział w konferencji agencji urzędowych, które, aby

móc wytrzymać konkurencję agencji prywatnych i zapobiegać szerzeniu wiadomości fałszywych lub tendencyjnych, muszą o tyle usprawnić swoją działalność, aby konkurencja agencji prywatnych nie była groźna ani dla poszczególnych agencji urzędowych, ani dla całości związku. Wreszcie przedyskutowano cały szereg kwestji technicznych, dotyczących zastosowania w służbie informacyjnej radjografji i radjofonji, stosunku do towarzystw radjowych i t. p. Na konferencji tej przyjęto też zasadę poufności obrad, która odąd stale obowiązuje, utrudniając publiczne omawianie szczegółów dyskusji i wniosków, przyjętych przez konferencje międzyagencyjne.

Nie omawiano natomiast na tej konferencji sprawy zasadniczej — opłat agencji mniejszych na rzecz wielkich agencji, która to sprawa uznana została za ściśle tajną przez Havasa i Reutersa, wskutek czego nie może wogóle znaleźć się na porządku dziennym konferencyj międzynarodowych, o ile to tyczy się t. zw. „commission“. Za to ustalono listę agencji niezrzeszonych, działających w r. 1924 w Europie, którą tu warto przytoczyć:

1) Agencje niemieckie:

- a) „Telegraphen - Union“, działająca również w Austrii, na Węgrzech, w Czechosłowacji, w Polsce i innych krajach sąsiednich;
- b) „Eildienst“ agencja giełdowa niemiecka, działająca pod nazwą „Europradio“ w Austrii, na Węgrzech, w Czechosłowacji, Polsce, Litwie, Łotwie, Estonji, Szwecji, Holandji, Szwajcarji, we Włoszech i t. d.;
- c) „Transatlanticradio“ druga agencja giełdowa niejakiego Simona, konkurująca z „Europradio“ i działająca w Austrii, na Węgrzech, w Czechosłowacji, Polsce, państwach bałtyckich, Holandji, Szwajcarji, i we Włoszech;
- d) „Ullstein Verlag“ działająca w Szwecji, Austrii, na Węgrzech, w Polsce, Czechosłowacji;
- e) „Transocean“ działająca również w Szwajcarji;
- f) „Europapress“ działająca w Niemczech i innych krajach pod różnemi nazwami;

- g) „Express - korrespondenz“;
- h) „Büro Dammert“.

2) Agencje francuskie:

- a) „Paris - Radio“, działająca poza Francją w Belgji i Hiszpanji;
- b) „Agence Fournier“;
- c) „Information“ agencja giełdowa.

3) Agencje angielskie:

- a) „Central - News“, działająca również w Belgji;
- b) „Exchange - Telegraph“.

4) Agencja austriacka:

„Telegraphen - Compagnie“, działająca poza Austrią również w innych krajach, jak np. na Węgrzech p. n. „Budapesti Tudosito“.

5) Agencje holenderskie:

- a) „Vaz Diaz“ agencja, działająca poza Holandją również w Belgji;
- b) „Hollandsch Niews Bureau“ agencja niemiecka, działająca w Holandji.

6) Agencja polska.

„Agencja Wschodnia“, działająca w związku z „Paris-Radio“ i „Europradio“.

7) Agencja czeskosłowacka.

„Central - Radio“ działająca również w Polsce, Rumunji i na Węgrzech.

Prócz tych agencji działało szereg mniejszych, jak niemiecka agencja „Iberja“ w Hiszpanji, angielska „Jones“ w Belgji, węgierska „Dunaposta“ w Rumunji, „Volta“ we Włoszech, Heignes - Bureau w Szwecji, „Damian“ w Rumunji, „Nouvelle Correspondance“ i „Presse moyenne suisse“ w Szwajcarji, wreszcie amerykańska „United Press“, dająca o sobie znać przede wszystkim w Belgji.

Jak widać z tej listy już w r. 1924 było w Europie około 30 większych agencji niezrzeszonych, których konkurencja dawała się odczuwać agencjom urzędowym poszczególnych

państw. Aktywność tych agencji wzrasta z każdym rokiem i powoli zaczynają one wchodzić z sobą w stosunki, choć nie tworzą jeszcze związku tak z sobą zgranego, jak omawiany wyżej związek agencji urzędowych.

W I-szej Konferencji agencji sprzymierzonych wzięły udział wszystkie zaproszone agencje za wyjątkiem agencji finlandzkiej i tureckiej, które usprawiedliwiły swoją nieobecność, oraz agencji rosyjskiej, która z powodu zabójstwa Worowskiego, nie chciała brać udziału w konferencji, odbywającej się w Szwajcarji.

To też w tej historycznej konferencji uczestniczyli reprezentanci następujących agencji: 1) „Amtliche Nachrichtenstelle“ (ANA) — dyr. Józef Wirth, 2) „Agence d'Athènes“ (Athènes)—dyr. Parren. 3) „Belgijska Agencja Telegraficzna (Belga)—dyr. Ernest Henrion, 4) Bułgarska Agencja Telegraficzna (BTA)—dyr. Teodor Pawłow i szef Biura Prasowego M. S. Z. Mikołaj Stojłow, 5) Ceskoslovenska Tiskova Kancelar (CTK)—red. nac. Emil Cermak i sekr. gen. Milos Novotny, 6) „Litewska Agencja Telegraficzna“ („Elta“) — dyr. Magdalena Avietenaite i radca Gustainis, 7) „Estońska Agencja Telegraficzna“ („Eta“)—dyr. Jan Lintrop, 8) Agencja hiszpańska „Fabra“ — dyr. Louis Don Amato de Ibarrolla, 9) „Havas“—dyrektor André Meynot i Charles Houssaye, którzy reprezentowali wówczas, jak i stale na wszystkich konferencjach następnych Agencję Havasa w Portugalji, 10) Łotewska Agencja Telegraficzna „Leta“—dyr. Richard Berzins, 11) Węgierska Agencja Telegraficzna (M. T. I.) — dyr. Fryderyk Wünscher i red. nac. Zimmer, 12) Neederlandsch Telegraaf Agentschap (Neederlandsch) — dyr. Karl Schlick, 13) Norsk Telegrambyra (Norsk) — dyr. Per Wendelbo, 14) Polska Agencja Telegraficzna (PAT) — dyr. Piotr Górecki i red. Paweł Kleczkowski, 15) Orient - Radio („Radior“) — dyr. Serbesco. 16) Ritzaus Bureau (Ritzau) — dyr. Laurenz Ritzau, 17) Reuter — dyr. S. Carrey Clements i szef służby handlowej Fleetwood May, 18) Agenzia Stefani („Stefani“) — dyr. Giovanni Capeletto, 19) Szwajcarska Agencja Telegraficzna (ATS) — prezes Rady Zeerlader oraz dyrektorzy dr. Rudolf Lüdi i Frank Filliol, 20) Szwedzka „Tidnigarnas Telegrambyra“ (T. T.) — dyr. Gustaw Reuterswaerd.

21) Wolff — dyr. Henryk Mantler, 22) Biuro Prasowe Jugosłowiańskie, zastępujące „Avalę” — dyr. Milos Ivković.

Po konferencji Berneńskiej węzły pomiędzy agencjami sprzymierzonymi znacznie się zacieśniły i wzajemne poznanie się dyrektorów agencji ułatwiło stosunki, co odbiło się również na współpracy pomiędzy agencjami. Aby tej współpracy nadać formy prawne, 11-ga Konferencja agencji sprzymierzonych, odbyta w dniach 26 — 31 października 1925 r. w Rzymie, podjęła myśl przyjęcia „Regulaminu wewnętrznego”, który przewidywał następujące władze związku:

1) Konferencje ogólne (Assemblées plénières), zbierające się zasadniczo co dwa lata w jednej ze stolic europejskich, ustalonej zgóry na skutek zaproszenia odnośnego państwa wzgl. agencji.

2) Komitet stały (Comité Permanent), tworzący coś w rodzaju Rady Ligi Narodów, złożony z 7 członków, a mianowicie 5 stałych, wybieranych przez Zgromadzenie Plenarne na 2 lata kadencji, oraz 2 niestałych członków. Członków niestałych w liczbie 4-ch wybiera Zgromadzenie Plenarne, wyznaczając po dwóch do kolejnego urzędowania.

3) Biuro Centralne (Bureau Central), jako stały organ wykonawczy konferencji plenarnych i komitetu stałego.

Pozatem konferencja rzymska pod przewodnictwem dyr. Capeletto'a („Stefani”) rozpatrzyła następujące zagadnienia: broadcasting i konkurencji, jaką czyni prasie, służby radjowej okólnej (radiocirculaire), unifikacji fali radjowej, używanej przez agencje, jednolitości szyfrów i kodów, używania połączeń telefonicznych w stosunkach międzyagencyjnych i t. p. Celem pogłębienia wzajemnych stosunków zastanawiano się również nad kwestją interpretacji umów międzyagencyjnych oraz nad kwestją współpracy agencji na polu reklamowo - ogłoszeniowym.

W konferencji tej wzięły udział wszystkie agencje, uczestniczące w 1-szej Konferencji, prócz „Belgi”, która oddała swój głos, podobnie zresztą jak i „Fińska”, powtórnie nieobecna — przedstawicielowi agencji Havasa. Wszystkie agencje były reprezentowane przez tych samych dyrektorów z drobnymi zmianami: BTA była reprezentowana tylko przez Stojłowa, ATS tylko przez dyr. Lüdi'ego, „Elta” przez

dyr. Avietenaité'a „Havas“ przez dyr. Meynota. Natomiast po raz pierwszy przybyli z CTK. dyr. Kalman obok red. Cermaka, z M. T. I. dyr. nacz. Nicolas Kozma de Leveld obok dyr. Wünschera oraz z „Wolffa“—dyr. Heller obok dyr. Matlera. Wreszcie „Rador“ reprezentowana była przez sekr. gen. Stefanescu oraz oficjalnie reprezentowana była „Avala“ przez Ivkovića.

Po raz pierwszy na konferencji był reprezentant Tassa — red. Antonow oraz gość z Oceanu przedstawiciel Associated Press — red. Cortesi. Agencja turecka powtórnie nie była reprezentowana.

II-ga Konferencja rzymska, obok spraw technicznych interesowała się sprawami handlowymi. T. zw. służba handlowa, t. j. servis giełdowy jest tym działem pracy agencji, który się opłaca i niejednokrotnie pokrywa stałe deficyty serwisu polityczno - prasowego, to też na polu współpracy giełdowej agencje sprzymierzone miały możliwość osiągnięcia poważnych rezultatów. Dlatego też jeszcze przed Konferencją Ogólną zebrały się w Wiedniu dnia 7 maja 1925 r. najbardziej zainteresowane w serwisie giełdowym agencje: brytyjska, szwajcarska, czeskosłowacka, węgierska, niemiecka, francuska, włoska i austriacka. Na konferencji tej przyjęto do wiadomości, że Biuro Wolffa doszło do porozumienia z towarzystwem „Eildienst“ i zawarło z nim układ, na mocy którego uzyskało wyłączność serwisu tej agencji, działającej zagranicą pod firmą „Europradio“, dla wszystkich agencji sprzymierzonych. Obecny na tej konferencji dyrektor „Europradio“ Artur Rawitzki oświadczył, że towarzystwo to wymówi swój servis dotychczasowym klientom i w terminie 3-ch miesięcy gotowe jest oddać go na wyłączność agencjom sprzymierzonym. Najtrudniej sprawa przedstawia się w Polsce, gdzie „Europadio“ miała kontrakt, którego w terminie 3 miesięcy wymówić nie może. Na skutek tego oświadczenia wybrano komisję dla opracowania kwestji przejęcia przez agencje sprzymierzone serwisu „Europradio“, a do Warszawy wydelegowano dyr. Kalmana (C. T. K.) celem rozpatrzenia możliwości załatwienia tej sprawy dla Polski.

Między dn. 26 — 28 czerwca 1925 r. odbyła się w Warszawie konferencja dyr. Rawitzkiego („Europradio“) z dyr.

Góreckim (PAT) przy udziale przedstawiciela agencji sprzymierzonych w osobie dyr. Kalmana (CTK), która doprowadziła do porozumienia pomiędzy „PAT” i „Europradio” oraz jego dotychczasowymi abonentami. W myśl uchwały tej Konferencji dnia 5-go października 1925 r. „Europradio” zawarła ostatnią umowę z PAT, na mocy której przestała być konkurencją dla agencji sprzymierzonych, weszła w ich skład, a w kilka lat później dyrektor „Europradio” Rawitzki został dyrektorem handlowym Biura Wolffa.

Sprawa servisu giełdowego, jako jednego z głównych źródeł dochodu agencji, była tematem dalszych konferencji, odbywanych przeważnie w Berlinie (dn. 21 — 23 czerwca 1926 r. oraz dn. 7 — 12 kwietnia 1930 r.), które ostatecznie ustaliły i opracowały zasady, na których opiera się dziś ten dział pracy agencji sprzymierzonych.

Niezależnie jednak od tych spraw giełdowych, które pochłaniały uwagę agencji w ciągu blisko 5 lat (1925 — 1930) zebrało się sporo innych spraw, które musiałoby się zająć III Zgromadzenie Plenarne Agencji Sprzymierzonych, zwołane do Warszawy na dn. 23 — 27 maja 1927 r.

W Konferencji tej, która pod wielu względami miała szczególne znaczenie, wzięli udział po raz pierwszy cieszący się dużą powagą wśród agencji: prezes Rady Administracyjnej „Reutera” — sir Roderick Jones oraz prezes Rady Administracyjnej „Stefani’ego” Manlio Morgagni. Na tę konferencję przybył po raz pierwszy z Ameryki naczelny dyrektor „Associated Press” Kent Cooper oraz po raz pierwszy oficjalnie wzięły udział: agencja finlandzka w osobie dyr. Eryka Berga, agencja turecka w osobie Falihrifki-beya, tudzież „Europradio” w osobie dyr. Rawitzkiego.

Przedstawicielami agencji, którzy po raz pierwszy brali udział w obradach konferencji agencji sprzymierzonych byli: Hermann Pfaundler (ANA), Trajko Popoff (BTA) w asyście nowego szefa Biura Prasowego M. S. Z. Iwana Popoffa, Jerzy Perić (Avala) i Pierre Olivier (Belga). Tassa reprezentował tym razem sekr. gen. Saunier.

W Konferencji Warszawskiej wzięły udział wszystkie należące do związku agencje: „Elta” nie wysłała swego

przedstawiciela ze względów politycznych, reprezentowana była przez „Letę”.

Konferencja odbyła się pod przewodnictwem prezesa Rady Nadzorczej PAT Wacława Grzybowskiego i zajęła się specjalnie postulatami w zakresie służby informacyjnej politycznej agencji sprzymierzonych. Podkreślono konieczność posługiwania się przez agencje własnym reportażem, a nie ograniczania się do podawania wyłącznie komunikatów urzędowych; ustalono formę wysyłania depesz prywatnych (privat), których źródło nie będzie jawne, co umożliwi komunikowanie się wzajemne agencji wówczas, gdy przyczyny natury zewnętrznej nie pozwalają na przesłanie w terminie komunikatu urzędowego. Przyjęto do wiadomości raporty komisji wybranej dla ustalenia zasad organizacji służby giełdowej, podkreślono konieczność rozwoju serwisu treści gospodarczej, ustalono podział kosztów serwisu giełdowego. Po raz pierwszy podniesiono konieczność zorganizowania we wszystkich agencjach serwisu sportowego oraz wymiany wiadomości tej kategorii. Omówiono również szereg spraw technicznych i przyjęto ostatecznie „Regulamin wewnętrzny” zaprojektowany na Konferencji Rzymskiej.

Wybrano wreszcie pierwszy Komitet Stały, do którego weszli: Meynot (Havas), Clements (Reuter), Mantler (Wolff), Lüdi (ATS) i Kalman (C. T. K.) jako członkowie stali, oraz Capeletto (Stefani), Reuterswaerd (T. T.), Berzins (Leta) i Kozma (M. T. I.) jako członkowie niestali.

Konferencja Warszawska, dzięki zorganizowanym wycieczkom do Krakowa, Szczawnicy i Zakopanego, przyczyniła się bardzo do zacieśnienia stosunków osobistych między kierownikami agencji sprzymierzonych.

Po ostatecznem załatwieniu sprawy „Europardio”, najbardziej palącą kwestją dla agencji sprzymierzonych stała się sprawa zlikwidowania konkurencyjnej agencji niemiecko - szwajcarskiej „Transradio” Simona. Próby zlikwidowania tej agencji, dającej się we znaki wielu agencjom sprzymierzonym, nie doprowadziły jednak do pożądanego rezultatu przed IV Zgromadzeniem Plenarnem Agencji Sprzymierzonych w Stambule - Terapij.

W Konferencji tej, która obradowała w dniach 25 — 29 maja 1929 roku pod przewodnictwem honorowem Tewfik-Kiamil-Beya, a faktycznem dyr. Meynota, wzięły udział wszystkie agencje prócz „Elty“. Nie przybył również przedstawiciel „Associated Press“, której stosunek do europejskich agencji sprzymierzonych do dziś nie jest wyświełtłony. Associated Press uważa się za związaną kontraktami z Havasem, Reuterem i Wolffem, ale w stosunku do innych agencji sprzymierzonych pragnęłaby oprzeć wzajemne relacje na zasadach przedwojennych.

Z nowych osobistości zwracała na tej Konferencji uwagę obecność dyr. nac. Tassa Jakóba Doleckiego oraz nowego dyrektora Wolffa — Dr. Hermanna Dieza.

Konferencja ta zajmowała się głównie kwestjami technicznymi, zwłaszcza zastosowaniem dalekopisów (teleskryptorów) w służbie agencyjnej, przytem demonstrowano teleskryptory systemu Creeda.

Pozatem ustalono zasadę akredytowania korespondentów przy agencjach sprzymierzonych, określono obowiązki korespondentów wobec agencji oraz załatwiono sprawę depesz propagandowych („tractatus“).

Wybory do Komitetu Stałego dały następujące wyniki: wybrani zostali Meynot, Clements, Diez, Lüdi i Kozma jako członkowie stali, a jako członkowie niestali—Berzings, Berg, Popoff i Falih - Rifki - Bey.

Po tej konferencji przystąpiono do energicznej likwidacji agencji „Transradio“, którą wykupiono na terenie całego szeregu agencji; jedynie we Włoszech likwidacja napotkała na większe trudności. Ale najważniejszą kwestją do załatwienia po tej konferencji stała się sprawa wprowadzenia dalekopisów (teleskryptorów).

Zagadnienie połączenia zapomocą dalekopisów wszystkich abonentów z agencją stanowi nowy etap w rozwoju agencji informacyjnych i może mieć takie znaczenie, jak ongiś wyłazek telegrafu. To też po wymianie korespondencji w tej sprawie zjechali się jesienią 1930 r. w Amsterdamie przedstawiciele Havasa, Reutera, Wolffa i A. T. S., z przedstawicielem firmy Fernschreiber A. G. i postanowili założyć N. V. Europeesche Varrausschrijver Maatschappij (Compagnie Euro-

pénne des Tickers S. A.) zwaną w skróceniu „CET“ z kapitałem 220.000 fl. hol., które to towarzystwo miało na celu przeprowadzenie pertraktacyj z firmami produkującymi dalekopisy (z anglo-amerykańską firmą Creeda i z niemiecką firmą Siemens) oraz zawarcie z niemi umów na hurtowy zakup dalekopisów na potrzeby agencji sprzymierzonych. Cały kapitał został pokryty przez założycieli, z tem, że Fernschreiber A. G. zobowiązało się odstąpić część swych akcji agencjom sprzymierzonym, które wśród założycieli nie były reprezentowane. W ten sposób do CET. przystąpiły M. T. I., C. T. K., P. A. T., Stefani, Nederlandsch, Belga, ANA, Leta i Ritzau.

W grudniu 1930 r. odbyło się pierwsze Walne Zgromadzenie nowego towarzystwa, które wybrało Radę Administracyjną w składzie następującym: po 2 delegatów agencji Havasa i Reutersa oraz po 1 delegacie agencji Wolffa, Fernschreiber A. G., A. T. S., C. T. K., P. A. T. (R. Starzyński), M. T. I., Stefaniego, Belgi, Nederlandsch i Ritzau'a.

Ustalono, że posiedzenia Rady Administracyjnej nowego towarzystwa odbywać się będą równocześnie z posiedzeniami Comité Permanent. Powstanie tego towarzystwa odczuła natychmiast prasa różnych krajów, gdyż poszczególne agencje wprowadzać zaczęły rychło dalekopisy jako nowe ważne udoskonalenie w szybkości obsługi informacyjnej.

W dniach 8—13 czerwca 1931 r. odbyła się V Konferencja Ogólna Agencji Sprzymierzonych w Budapeszcie. W Konferencji tej po raz pierwszy wziął udział delegat Albanji (Albagence) dyr. Sherko. Nie przybyli natomiast delegaci Tassa i Ass. Press. Po raz pierwszy brali udział w obradach Konferencji Agencji Sprzymierzonych: Murafrak-Bey („Anatolie“), Vekiarellis („Athénes“), Tvarouzek (C. T. K.). Turauskas („Elta“), Kornel („Eta“) i R. Starzyński (P. A. T.).

I znowu omówiono szereg kwestyj technicznych, sprawę konkurencji radja, ochrony informacji, dalekopisów; nowymi zagadnieniami były sprawy następujące: sprawa rozszerzenia współpracy międzyagencyjnej w dziedzinie wymiany serwisu fotograficznego, serwisu artykułowego oraz sprawa ogłoszeń. W końcu omówiono „regulamin wewnętrzny“; zdecydowano znieść Komitet Stały i ustanowić nowe władze Związku. Odtąd

obok Assemblées plenières, które jak dotąd w sposób uroczysty odbywać się będą co dwa lata, zamiast „Comité Permanent“ postanowiono odbywać co pół roku „Assemblées ordinaires“, na które mogą przyjeżdżać wszyscy dyrektorzy agencji sprzymierzonych. Ponieważ te konferencje mają charakter niejako konsultatywny, gdyż nie mogą pobierać uchwał obowiązujących ogół agencji, więc na tych konferencjach poszczególni delegaci mogą reprezentować kilka agencji.

Współpraca agencji sprzymierzonych wkroczyła już na normalne tory, to też na pierwszych zgromadzeniach zwyczajnych nie było już wielkich dyskusyj. Odbywały się one w małych miejscowościach środkowej Europy i były dość licznie obsyłane.

I-sze Zgromadzenie Zwyczajne w grudniu 1931 r. w Berlinie zgromadziło 13 agencji.

II-gie w czerwcu 1932 r. w Igls pod Innsbukiem — także 13,

III-cie w styczniu 1933 r. w Andermatt pod Göschenen — 9.

Najciekawsze było to ostatnie, które między innymi przyjęło wniosek P. A. T. w sprawie zastosowania ogłaszania serwisu agencyjnego przez radio w pociągach w biegu — wzorem PAT. Na tej konferencji dyrektor PAT. prócz Polski był delegatem 3 innych agencji: C. T. K., Avali i Radora. Konferencja ta uchwaliła odłożyć VI Konferencję Plenarną, która miała odbyć się na wiosnę 1933 r., do jesieni 1933 r. I istotnie w końcu września 1933 r. odbyła się ta konferencja w Atenach, na której P. A. T. reprezentowany był przez swego nowego dyrektora Konrada Libickiego.

III.

Obecny stan agencji informacyjnych.

Poza 29 agencjami urzędowymi, czy półurzędowymi, które dziś należą do t. zw. agencji sprzymierzonych (łącznie z amerykańską A. P.¹⁾ i japońską Rengo), niema dziś w Europie państwa, którego oficjalna agencja nie należałaby do Związku, za wyjątkiem Islandji.

Natomiast poza Europą istnieją agencje przeważnie o narodowym zabarwieniu (w Indjach, Chinach, południowej Afryce), które do Związku nie należą, gdyż tereny te dotąd były przydzielone Reuterowi. Ostatnio, wobec wygaśnięcia umowy pomiędzy Havasem a Reuterem, Havas począł obsadzać własnymi korespondentami tereny dalekiego Wschodu, lecz konkurencja między temi agencjami dotąd nie dała się odczuć nazewnątrz.

Na terenach pozaeuropejskich istnieją jednak agencje, które, nie wchodząc bezpośrednio do koncernu agencji sprzymierzonych, związane są pośrednio z koncernem, drogą współpracy z Reuterem. Są to następujące agencje zwane „afiljowanemi“.

W Indjach:

- 1) Eastern News Agency (Delhi) wraz z subagencjami:
 - a) The Associated Press of India;
 - b) The News Agency.

W Indo - Chinach:

- 2) „Aneta“ (Batavia).

¹⁾ W roku 1934 wskutek nieporozumień pomiędzy A. P. i Havasem kontakt agencji sprzymierzonych z A. P. został przerwany.

W Kanadzie:

- 3) „The Canadian Press“ (Toronto).

W Palestynie:

- 4) „The Palestine Telegraphic Agency“ (Jerozolima).

W Australji:

- 5) „The Australian Press Association“ (Melbourne);
- 6) „The Australian Newspaper Cable Service“ (Sydney).

W Nowej Zelandji:

- 7) „New Zealand Newspaper Association“ (Wellington).

Pozatem i na terenach metropolij istnieją pewne agencje, które są afiliowane do agencji sprzymierzonych, a mianowicie:

We Francji:

- 1) „Agence Radiotélégraphique de l'Indo-Chine et du Pacific“ (Arip) w Paryżu jest afiliacją Havasa.

W Anglii:

- 2) „Press Association Ltd“ (Londyn) i
- 3) „The Jewish Telegraphic Agency (Londyn) są afiliacjami Reutersa.

W Szwajcarji:

- 4) „Agence Cosmographique“ (Bazylea);
- 5) „Agence Sportinformation“ (Zurych);
- 6) „Agence Photopress“ (Zurych) są afiliacjami A. T. S. T. S.

Na Węgrzech:

- 7) „Madyar Országos Tudosito“ (MOT) jest afiliacją M. T. I.

Pozatem przed ostatnią reorganizacją służby prasowej w Niemczech przed połączeniem Biura Wolffa z Telegraphen - Union w jedną oficjalną agencję niemiecką „Deutsches Nachrichten - Bureau“, Biuro Wolffa miało cały szereg afiliacji, które częściowo wsiąknęły obecnie w D. N. B. Należały do nich następujące agencje:

- 1) Deutscher Kursfunk G. m. b. H. (Berlin);

- 2) Europradio G. m. b. H. (Berlin);
- 3) Nachrichtenbüro des Vereins Deutscher Zeitungsverläger G. m. b. H. (Berlin);
- 4) Wagner's Telegraphisches Correspondenzbüro (Frankfurt a/M);
- 5) Süddeutsches Correspondenzbüro (Norymberga);
- 6) Süddeutsches Correspondenzbüro (Monachjum);
- 7) Boesmann's Telegraphisches Büro (Brema).

Wszystkie pozostałe agencje, niebędące afiliacjami, czy ekspozyturami (jak np. Biuro Conti w stosunku do Biura Wolffa) agencji sprzymierzonych, uważane są przez tę grupę za agencje konkurencyjne. To też wytworzyła się paradoksalna sytuacja dla niektórych państw, np. jak dla Polski, która wprawdzie oficjalnie ma tylko jedną agencję urzędową t. j. P. A. T.'a, ale jest tajemnicą poliszynela, że rozporządza również pół-urzędową „Iskrą“, a posługuje się także i innymi agencjami, jak A. T. E., Press itp. P. A. T. na skutek umów międzyagencyjnych, obowiązana jest zwalczać „Iskrę“, „A.T.E.“, „Press“, „Wschód“, „Wilbi“ i t. p., jako agencje konkurencyjne. Wynika z tego, że np. oficjalne oświadczenie rządu, komunikowane niejednokrotnie prasie za pośrednictwem „Iskry“ nie mogłoby być podane zagranicę, gdyż niepowołanie się na źródło, może być przez „Iskrę“ ścigane na zasadzie ustaw krajowych, powołanie się natomiast na nią powoduje ze strony innych agencji „sprzymierzonych“ nie tylko odmowę zamieszczenia tego rodzaju enuncjacji w serwisie ale nawet „wytknięcie“ PAT., że nie stosuje się do umów międzyagencyjnych i uchwał grupy agencji sprzymierzonych. Związek bowiem ściśle przestrzega, aby nie cytować agencji „konkurencyjnych“ za wyjątkiem wypadków prostowania fałszywych informacji tych agencji.

W tej sytuacji jedynie tworzenie fikcyjnych agencji w rodzaju „Biura Conti“ ma rację bytu i umożliwia państwu podawanie pewnych informacji nieoficjalnych pod firmą nieurzędową agencji urzędowej.

Wszystkie agencje „prywatne“ uważane są przez wspomniany związek agencji za konkurencyjne. Bardziej znane agencje prywatne są następujące:

W Austrii:

- 1) „Telegraphen Compagnie“ — Wiedeń.

W Holandji:

- 2) „Vaz Diaz“ — Amsterdam ;
- 3) „Hollandsch Nieuwsbureau“ — Amsterdam

W Hiszpanji:

- 4) „Agencia Mancheta“ — Madryt;
- 5) „Prensa Asociata“ — Madryt;
- 6) „Agencia Febus“ — Madryt;
- 7) „Agencia Fulmen“ — Madryt;
- 8) „Agencia Fideo“ — Madryt;
- 9) „Agencia Logos“ — Madryt;
- 10) „Agencia Prensa Latina“ — Madryt.

We Francji:

- 11) Agence Radio — Paryż;
- 12) Agence Fournier — Paryż;
- 13) Agence Information — Paryż;
- 14) Paris - Télégrammes — Paryż;
- 15) Agence Télégraphique Universelle — Paryż;
- 16) Paris - Sport — Paryż.

W Wielkiej Brytanji:

- 17) British United Press — Londyn;
- 18) Exchange Telegraph Co — Londyn;
- 19) Central - News — Londyn.

Na Węgrzech:

- 20) Information (Telegraphen - Compagnie) — Budapeszt.

W Polsce:

- 21) Agencja Telegraficzna „Express“ (ATE) Warszawa;
- 22) „Iskra“ — Warszawa;
- 23) Polska Agencja Publicystyczna (PAP) — Warszawa;
- 24) Katolicka Agencja Prasowa (KAP) — Warszawa.

W Szwajcarji:

- 25) Press - Telegraph (Europapress) — Zurych.

W Rumunji:

- 26) Danubian - Press (Europapress) — Bukareszt;
- 27) Dunaposta.

W Stanach Zjednoczonych:

- 28) United Press of America — N. York;
- 29) International News Service — N. York;
- 30) Consolidated Press — N. York.

W Chinach:

- 31) Transocean Kuo - Min Agency — Szanghaj.

W Indjach:

- 32) Free Press of India. —

W Pol. Afryce:

- 33) The Inter - Continental Press and News Agency of Capetown (Africapa).

W Japonji:

- 34) Nippon - Dempo — Tokio;

oraz szereg agencji niemieckich dziś prawdopodobnie już zlikwidowanych: „Tel - Union“ (Telegraphen - Union Internationale Nachrichtendienst G. m. b. H. Berlin), połączona dziś z Biurem Wolffa w jedną oficjalną agencję niemiecką „Deutsches Nachrichten Büro“, dalej: Ullstein Nachrichtendienst, Presse Verlag Dr. Dammiert, Sozialdemokratischer Pressedienst w Berlinie, oraz „Europapress“ we Frankfurcie n/M.

Ogółem więc, jak widzimy, istnieje dziś około 40 agencji „sprzymierzonych“ łącznie z afiliowanymi i tyleż ważniejszych agencji „konkurencyjnych“, t. j. niezrzeszonych, które jeśli nie mają charakteru światowego, to w każdym razie stanowią poważniejszą konkurencję dla agencji sprzymierzonych na ich gruncie krajowym.

Oczywiście, że lista wyżej przytoczona nie jest pełna, wynika to jednak z dość dużej płynności w dziedzinie powstawania i likwidowania agencji w poszczególnych krajach, co jest z kolei wynikiem „inflacji“ agencji, które się

pojawiły w dość dużej ilości zwłaszcza w Europie po wojnie światowej.

W zasadzie poza agencjami o charakterze czysto lokalnym (jak np. w Polsce: „Wschód“ we Lwowie, „Wilbi“ w Wilnie), poza organizacjami o charakterze specjalnym (różne agencje kryminalne, sportowe, techniczne, rolnicze, akademickie), poza agencjami o charakterze partyjnym, czy wyznaniowym (jak w Polsce KAP czy ŻAT), w każdym kraju istnieje jedna agencja urzędowa, dająca całokształt bezstronnych informacji o tem, co się dzieje w kraju i zagranicą. Ta zasada w pełni zrealizowana jest nie tylko w państwach, które mają silne rządy autorytatywne, jak Z. S. S. R. („Tass“), Włochy („Stefani“), Niemcy (D. N. B.), ale nawet w krajach o parlamentarnym systemie rządów, jak Francja (Havas), Anglja (Reuter) jest tylko jedna agencja urzędowa i żaden komunikat rządowy nie może inną drogą dostać się do prasy. W ten sposób rząd ma tylko jeden organ, zapomocą którego przemawia do społeczeństwa, prasa natomiast wie z jakiego źródła otrzyma autorytatywne komunikaty. Jest to tańsze i dla państwa i dla prasy.

Jeżeli jednak rząd potrzebuje do lansowania pewnych informacji innego organu, to albo robi to zapomocą tej samej agencji pod inną firmą, (jak w Niemczech „Biuro Conti“), albo używa do tego celu mniejsze prywatne agencje, które nikt nie posądzi, że mogą być organem rządu.

Co do formy organizacyjnej agencji urzędowej, to praktyka wykazała, że najmniej sprawne, najpowolniejsze, najmniej ściśle i wiarogodne są te agencje, które są biurokratycznym aparatem jednego z ministerstw. Prasa wymaga od agencji szybkości, pewności i ścisłości. Takie informacje może dać tylko agencja, która ma dobrych, należycie uposażonych dziennikarzy, a nie źle naogół płatnych urzędników. Dlatego najsłabszemi są agencje, stanowiące wydział Ministerstwa Spraw Zagranicznych (jak: Litewska Agencja Telegraficzna lub Bułgarska Agencja Telegraficzna). O wiele sprawniej działają agencje o charakterze przedsiębiorstw państwowych, wydzielonych z ogólnej administracji jak: Łotewska Agencja Telegraficzna, Czechosłowackie Biuro Prasowe). Ale najlepszą formą

organizacyjną jest forma towarzystwa akcyjnego, którą posiada olbrzymia część agencji urzędowych (Havas, Reuter, Stefani, D. N. B., Fabra, M. T. I., Szwajcarska Agencja Telegraficzna i t. d.). Te towarzystwa akcyjne są bądź własnością rządu (w Niemczech), bądź rząd ma w nich większość akcji (Turcja, Rumunja), bądź akcje są w ręku banków państwowych, bądź wreszcie państwo zapewnia sobie w inny sposób wpływ na działalność informacyjną agencji (drogą subwencji lub in.).

Z chwilą gdy agencja jest towarzystwem akcyjnym, bez względu na to, czy właścicielem jest rząd, czy związek wydawców (Szwajcaria, Norwegja, Szwecja, Finlandja, Estonia), czy prywatni akcjonariusze (Havas, Reuter), towarzystwo to musi pracować na zasadach handlowych, musi dawać zyski, a nie deficyty.

Obsługa prasy jest jednak wszędzie deficytowa. Dlatego też agencje, których głównym celem jest obsługa prasy, szukają innych źródeł dochodu, które pozwoliłyby im pokryć straty, wynikające z serwisu prasowego. Dlatego też widzimy od początku, że Havas organizował obsługę ogłoszeniową, Wolff natomiast — obsługę banków. Havas stał się dzięki temu największem biurem ogłoszeniowo-reklamowem we Francji, a Biuro Wolffa żyło z obsługi klientów giełdowych.

Za przykładem tych wielkich agencji poszły i inne agencje. Biura ogłoszeń i reklam prócz Havasa posiada P. A. T., C. T. K., M. T. I., Avala, Anatolie, Leta, Eta i t. d.; serwis giełdowy eksploatują dziś wszystkie agencje sprzymierzone.

Ponadto rozwinęły się inne działy w poszczególnych agencjach. A więc agencje fotograficzne prowadzą: Wolff, C. T. K., P. A. T., M. T. I., A. T. S., Associated Press, Rengo, agencje filmowe: M. T. I. i P. A. T.; radjofonję eksploatuje: M. T. I. i T. T.; dział wydawczy — Wolff, M. T. I. i P. A. T.; drukarnie posiadają wszystkie większe agencje.

Stan obecny agencji informacyjnych w Europie da się więc ująć w następujący sposób: wśród mnóstwa drobnych agencji o charakterze specjalnym lub efemerycznym w każdym prawie kraju istnieje jedna agencja urzędowa,

która zapewnia serwis ogólny prasie krajowej. Agencja ta w większości wypadków jest towarzystwem akcyjnem, w którym rząd ma zdecydowaną przewagę. Ponieważ serwis prasowy daje deficyt, więc agencje prowadzą różne przedsiębiorstwa w mniejszym lub większym stopniu, związane ze służbą prasową (biura ogłoszeń, serwis giełdowy, fotograficzny, filmowy, radjofonja, wydawnictwa, drukarnie), używając zyski z tych przedsiębiorstw na pokrycie deficytu lub na ulepszenie obsługi prasy.

Agencje rządowe są ze sobą związane w koncern agencji europejskich, do którego należą agencje amerykańska i japońska.

Kraje pozaeuropejskie nie zdobyły dotąd należnego im miejsca w rodzinie agencyjnej. Jeśli posiadają nawet agencje własne (jak Chiny, Indje, pld. Afryka), to agencje te są zwalczane, jako „konkurencyjne“, albo niedopuszczane do udziału w konferencjach międzyagencyjnych, jako agencje afiljowane (Palestyna, Kanada, Australja, Nowa Zelandja, Indo-Chiny). Cały szereg krajów w Azji (Persja, Afganistan, Sjam), w Afryce (Abisynja, Egipt, Liberja), a zwłaszcza w Ameryce środkowej i południowej (od Meksyku aż do Argentyny) nie posiada dotąd własnych agencji rządowych i stanowi, tak jak przed wojną Europa, dziewiczy teren, eksploatowany przez agencje Reutera i Havasa, które z tego tytułu posiadają nad innymi agencjami taką przewagę, że mogą eksploatować pozostałe agencje europejskie, ściągając z nich wysokie opłaty w postaci t. zw. „commission“ za wyłączne prawo dostarczania wiadomości z terenów europejskich.

Stosunki międzyagencyjne znajdują się więc dotąd daleko w tyle poza innymi dziedzinami życia międzynarodowego, gdzie zasada równości wszystkich państw została od dawna przyjęta.

Pozostaje jeszcze do zastanowienia się, czy tak być musi i czy niema środka, któryby zmusił wielkie agencje do zrezygnowania z ich przywilejów.

Wydaje mi się, że środkiem tym może być rozbudowa sieci korespondentów pozaeuropejskich wspólnymi siłami pozostałych agencji i porozumienie się między nimi co

do wspólnego pokrywania faktycznych kosztów utrzymania tych korespondentów i kosztów transmisji.

Na tę drogę wkroczył P. A. T. rozbudowując własną sieć korespondentów zagranicznych i stwarzając własny serwis (Polpat) „radiocirculaire“, który początkowo podawał tylko wiadomości z Polski, ale mógłby być przekształcony na wzór „Polyhavasa“. O ile powyższe wysiłki będą kontynuowane, P. A. T. może się stać głównym źródłem wiadomości wschodnio - europejskich, a z czasem agencją światową, która pośrednio przyczyni się do zrównania między sobą agencji europejskich, a z czasem również i poza-europejskich.

IV.

Wewnętrzna organizacja agencji informacyjnych.

Zasadniczym zadaniem agencji informacyjnej jest informowanie zagranicy o ważniejszych wypadkach swego kraju i naodwrot informowanie kraju o tem, co się dzieje na świecie. Zadanie to rozmaicie jest rozumiane w poszczególnych krajach i rozmaicie wykonywane.

Są agencje, które nie mają żadnego serwisu krajowego dla prasy (np. Rador), podają wyłącznie wiadomości zagraniczne, pozostawiając prasie zdobywanie wiadomości krajowych własnym przemysłem. Nie jest to pożądane, zarówno z punktu widzenia interesów państwa, które winno informować społeczeństwo o ważniejszych swych posunięciach, jak i z punktu widzenia prasy, która ma prawo wymagać, aby agencja rządowa dostarczała jej informacji o ważniejszych posunięciach rządowych. To też większość agencji obok wiadomości zagranicznych podaje również wiadomości krajowe.

Naodwrot, jeśli chodzi o wiadomości z kraju dla zagranicy, to wszystkie agencje, w myśl umów obowiązujących agencje sprzymierzone, wymieniają pomiędzy sobą najważniejsze informacje. Nie wszystkie jednak agencje w jednakowym stopniu informują o tem, co się w ich kraju dzieje. Zależy to od dwóch czynników. Po pierwsze od tego, czy kraj wysyłający ma większy, czy mniejszy interes w tem, aby kraj odbierający wiedział o danem zdarzeniu. Oczywiście, że więcej wypadkami w Polsce interesują się kraje sąsiednie (np. Łotwa), niż kraje oddalone (np. Hiszpanja). Ale poza interesem kraju wysyłającego, istnieje

jeszcze interes kraju odbierającego. Często kraje sąsiednie (np. Szwecja) ze względów finansowych nie pragną otrzymywać dużo wiadomości i proszą o ograniczenie servisu. Niektóre kraje nie mogą płacić za servis telegraficzny specjalny, poprzestają jedynie na servisie okólnym radjotelegraficznym, nadawanym przez Havasa („Polyhavas“) lub Reutersa („Reuterian“), lub też na servisie radjofonicznym niemieckim, który jest stosunkowo najtańszy.

Każdemu państwu, a szczególnie mocarstwu musi zależeć na tem, aby wiadomości z jego kraju docierały do prasy wszystkich krajów; osiągnąć to można tylko zapomocą bardzo taniej służby okólnej radjotelegraficznej lub radjofonicznej. Z tych względów Polska Agencja Telegraficzna wprowadziła wspomniany wyżej servis okólny radjotelegraficzny „Polpat“, abonowany przez większość agencji Europy Wschodniej. Ale servis ten, ze względu na konieczność posługiwania się radjotelegrafem, nie będącym w ręku P. A. T., jest stosunkowo drogi i może być abonowany przez niektóre tylko agencje. To też o wiele bardziej wskazany byłby servis radjofoniczny, nadawany w języku zrozumiałym dla obcych agencji (a więc w języku francuskim), któryby te agencje nie kosztował, albo bardzo mało. Na to jednak P. A. T. musiałby rozporządzać własną stacją radjofoniczną (choćby krótkofalową) o zasięgu stacji, która sięgałaby conajmniej do Stanów Zjednoczonych i Japonji. Aby stacja taka się opłacała, musiałaby ona być równocześnie stacją nadawczą dla oddziałów prowincjonalnych P. A. T., ale wówczas, w razie nadawania servisu otwartego, nieszyfrowanego, istniałaby możliwość przejmowania tego servisu przez dzienniki, które biuletynów P. A. T. nie abonują. Zapobiec temu możnaby tylko przez wprowadzenie obowiązkowego abonamentu servisu agencji urzędowej przez wszystkie dzienniki krajowe. Te trudności spowodowały, że w swoim czasie P. A. T., zamiast przystąpienia do budowy własnej stacji nadawczej radjofonicznej, wybrał servis radjotelegraficzny zapomocą radjotelegrafu państwowego.

Jakkolwiek z punktu widzenia interesu państwowego najważniejszym zadaniem agencji urzędowej jest omówione

wyżej zagadnienie informowania zagranicy o kraju, to jednak zagadnienie to jest o wiele prostsze od zadania informowania kraju. Poza zasadniczym pytaniem, czy informować tylko o zagranicy, czy też o kraju, które już było poruszone, nasuwają się tutaj jeszcze wątpliwości, kogo informować i w jakim zakresie.

Agencje informacyjne, przeznaczone są w pierwszej linii dla prasy, ale poza prasą są inne czynniki w kraju, które potrzebują szybkich informacji telegraficznych. Skoro agencja posiada źródła informacji, to powinna je tak eksploatować, aby wszystkie potrzeby zaspokoić. W pierwszej linii, obok prasy, musi informować władze państwowe. Są informacje, które z tych czy innych względów nie mają dla prasy większego znaczenia, natomiast dla władz są niezmiernie ważne. Serwis agencji jest tak obszerny, że żaden dziennik nie może go wyzyskać, a wśród tych wiadomości, które we wszystkich redakcjach mogą się znaleźć w koszu, bywają takie, które dla państwa lub dla któregoś organu państwowego mogą mieć specjalne znaczenie. Dlatego też pełny serwis agencyjny, poza prasą, musi być dostarczany władzom państwowym, a wiadomości, interesujące tylko władze, winny być zamieszczane w specjalnym, dla władz przeznaczonym biuletynie.

Poza władzami istnieją jeszcze pewne sfery bankowe, handlowe, przemysłowe, które interesują się odrębną kategorią wiadomości. Agencja urzędowa powinna je dostarczać bądź w specjalnem wydawnictwie (np. „Biuletyn Giełdowy Polskiej Agencji Telegraficznej”), bądź w specjalnym komunikacie.

Obok jednak informowania władz i sfer gospodarczych, jako poważnych klientów agencji urzędowej, najważniejszym zadaniem agencji jest informowanie prasy. W jakim zakresie, zależy od samej prasy. Interesy prasy są pod tym względem rozbieżne. Wielkie dzienniki, posiadające duży zespół redakcyjny, własnych korespondentów krajowych i zagranicznych, oczekują od agencji jedynie krótkich informacji telegraficznych o najważniejszych wypadkach. Małe dzienniki prowincjonalne, redagowane czę-

sto przez jednego tylko redaktora, zmuszone do operowania „nożycami“, pragną otrzymać od agencji wszystko, co do wydania numeru jest potrzebne. A więc — artykuły wstępne, krytyki artystyczne, recenzje, feljetony, słowem wszystko, co dziennikowi jest niezbędne. Ponieważ większość abonentów agencji, to właśnie małe dzienniki prowincjonalne, poszczególne agencje musiały się do tych potrzeb dostosować. Agencja Wolffa doszła do tego, że wszystko, co dziennikom było potrzebne, dostarczała w gotowych już matrycach. Redaktor prowincjonalny dodawał kronikę lokalną i numer był gotów.

Przed połączeniem z agencją „Tel - Union“, agencja Wolffa poza kartkami, odbijanymi na maszynach „Gestetnera“, czy „Roneo“, a które kilka razy na dzień otrzymywały redakcje berlińskie, wydawała w swej drukarni:

a) drukowany serwis Wolffa depesz zagranicznych (6 razy dziennie), tak samo, jak Havas i Reuter, który służył dla sprawdzenia serwisu, podanego uprzednio na kartkach;

b) „Deutsche diplomatisch - politische Korrespondenz“ (codziennie), zawierającą oficjalne komunikaty rządowe;

c) „Aussenpolitische Korrespondenz“ (codziennie);

d) „Berliner Berichte für die Presse des Reiches“ (2 razy dziennie);

e) „Tagesnachrichten von Berlin“ (komunikaty rządowe codzienne);

f) Leit - artikel (serwis artykułów wstępnych);

g) Parlamentdienst (drukowany serwis parlamentarny);

h) Sportdienst (drukowany serwis sportowy);

i) Reichsgerichtdienst (serwis sądowy);

k) Berliner Lokalnachrichten (serwis lokalny dla prasy berlińskiej);

m) Originalartikel Sonderdienst (reportaż dla rozpowszechnionych w prasie niemieckiej dodatków naukowo-artystycznych);

n) Die Kleine Post (servis feljetonowy).

Jeżeli do tych wydawnictw dodamy jeszcze 17 biuletynów lokalnych, wydawanych przez Oddziały prowincjonalne Wolffa, oraz specjalny servis wiadomości nieoficjalnych (inspirowanych przez rząd) pod nazwą: „Conti - Dienst“, a wydawanych nie przez Agencję Wolffa, lecz przez fikcyjną agencję Conti, będziemy mieli obraz tego, co Agencja Wolffa dostarczała prasie.

Widzimy zatem, jak rozległą może być skala informacji, dostarczanych prasie przez agencje urzędowe. Od zagranicznych wiadomości telegraficznych, dostarczanych przez Radora — do pełnego składu dziennika (już w matrycach), dostarczanego przez Wolffa.

Jeżeli się zastanowić nad tem, jaka skala jest właściwa — to, oczywiście, stwierdzić musimy, że w interesie państwa, jak również w interesie olbrzymiej większości mniejszych dzienników, leży, aby agencja urzędowa dostarczała maximum dostępnego jej materiału.

Polska Agencja Telegraficzna zajmuje w tej dziedzinie stanowisko pośrednie. Nie ogranicza się do wiadomości zagranicznych, jak Rador, nie daje jednak tak pełnego materiału redakcyjnego, jak Wolff. Natomiast stara się dostarczyć prasie polskiej pełny servis informacyjny wiadomości ze wszystkich dziedzin życia, z kraju i z zagranicy. Z tego powodu wydaje biuletyny:

a) ogólnie - polityczny (krajowy i zagraniczny), dostarczany większym dziennikom warszawskim i łódzkim zapomocą dalekopisów;

b) gospodarczy;

c) sportowy,

d) artystyczno - kulturalny,

e) parlamentarny,

f) prowincjonalny (wiadomości z Warszawy dla prowincji, podane telefonicznie),

g) giełdowy (drukowany dla sfer bankowych),

h) francuski (dla agencji zagranicznych, wiadomości wysyłane pocztą),

- i) biuletyn depesz, wysłanych zagranicę,
- j) dla władz.
- k) ilustracyjny.

Ponadto P. A. T. wydaje biuletyny lokalne we wszystkich swych oddziałach na prowincji. Nie posiadając do niedawna własnej drukarni, P. A. T. nie mogła wydawać, wzorem wielkich agencji, drukowanego swego biuletynu. P. A. T. niema również serwisu artykułowego, ani też nie daje przeglądów prasy krajowej i zagranicznej.

Z tego krótkiego opisu widzimy, jak rozmaicie to samo zadanie wykonywane bywa przez poszczególne agencje. Dlatego też organizacja wewnętrzna agencji musi się różnić. Jedynie praca ogólnopolityczna wykonywana jest we wszystkich agencjach prawie jednakowo. W większych — praca trwa bez przerwy przez 24 godziny na dobę. W mniejszych agencjach przerywa się pracę na 4 do 6 godzin w ciągu nocy (od 12 — 2-ej w nocy do 6 — 7 rano). Redakcja polityczna kierowana jest z reguły przez naczelnego redaktora agencji przy pomocy 3 do 10 redaktorów, którzy dyżurują kolejno na 3 — 4 zmiany po 6 do 8 godzin dziennie.

Redaktorzy otrzymują wszystkie informacje, odebrane drogą telegraficzną, telefoniczną, radjotelegraficzną, radjofoniczną lub pocztową. Tłumacz je, o ile z zagranicy nadeszły w obcym języku (francuskim, częściowo angielskim lub niemieckim), segregują, redagują i przekazują do hali maszyn dla zamieszczenia w biuletynie. Naodwrot, wiadomości od reporterów lub otrzymane w postaci komunikatów władz, przeredagowują, tłumaczą na język francuski i wysyłają zagranicę do agencji sprzymierzonych. W P. A. T. redaktorzy polityczni dzielą się na krajowych, (którzy odbierają wiadomości z kraju i zagranicy) i zagranicznych, (którzy wysyłają wiadomości zagranicę). W agencji Havasa niema takiego podziału. Poszczególni redaktorzy mają terytorjalnie przydzielone kraje. W ten sposób redaktor, który zamieszcza w biuletynie wiadomości o Polsce, wysyła wiadomości o Francji do Polski. System polski wydaje się praktyczniejszy, bo jest oszczędniejszy.

Każda redakcja agencji urzędowej rozporządza pewnymi środkami technicznymi, ułatwiającymi pracę, a więc spe-

cialnymi linjami telefonicznymi, które łączą ją bezpośrednio (bez central miejskich) z władzami, izbami parlamentarnymi, stacjami telegraficznymi, radjowemi, korespondentami zagranicznymi i t. p. Dysponuje również halą telefoniczną i telegraficzną, dalekopisami, halą maszyn do pisania, wreszcie ekspedycją biuletynów, gońcami, cyklistami i t. d.

Redakcji politycznej podporządkowany jest reportaż, złożony z kilku reporterów, którzy utrzymują stały kontakt z władzami, parlamentem i dostarczają wiadomości z miasta, obejmujące wypadki i katastrofy, sprawozdania sądowe, informacje o uroczystościach, obchodach, wiecach, manifestacjach, ruchu społecznym i zawodowym. Czasem do reportażu należy również redakcja sportowa (Havas), przeważnie jednak istnieje ona oddzielnie (PAT), obok redakcji gospodarczej, kulturalno - artystycznej i t. p.

Z reportażem jest w stałym kontakcie redakcja ilustracyjna, która musi chwycić na kliszę wszystkie wypadki równocześnie z reportażem.

Źródłami informacyjnymi dla agencji urzędowych są:

a) jeśli chodzi o zagranicę, przede wszystkim agencje sprzymierzone, następnie — własni korespondenci;

b) jeśli chodzi o kraj, to przede wszystkim — wszelkie władze krajowe, a następnie własny reportaż na miejscu oraz oddziały i korespondenci na prowincji.

To też dobrze zorganizowana agencja nie może porzucić na redakcji Centrali, któraby czerpała wiadomości wyłącznie od Agencji sprzymierzonych z zagranicy i od władz w kraju. Dobrze zorganizowana agencja musi rozporządzać własną siecią organizacyjną.

Agencja Havasa posiada przeszło 20 oddziałów na prowincji. Agencja Wolffa miała zgórą 40. P. A. T. miał ich 20 w kraju. Wielkie agencje muszą mieć swe oddziały zagranicą. Havas posiada oddziały w Berlinie, Londynie, N. Yorku, Buenos Aires, Rio de Janeiro, Warszawie, Szanghaju, nie licząc oddziałów w Marokko, Tunisie, Indochinach, które, jako pracujące we własnych kolonjach, obsługują także miejscową prasę. Agencja Wolffa miała swe oddziały w Paryżu, Londynie, Rzymie i w Pradze.

Niezależnie od tych biur (oddziałów), które pełnią podwójną służbę, gdyż nie tylko dostarczają swej Centrali wiadomości z kraju, w którym zostały zainstalowane, ale ponadto otrzymują różne polecenia, agencje starają się za pośrednictwem sprzymierzonej agencji zamieszczać w prasie pewne informacje, na których im specjalnie zależy. Wszystkie wielkie agencje rozporządzają liczną siecią korespondentów.

Korespondenci bywają dwojakiego rodzaju. W stolicach wielkich mocarstw (Francja, Anglja, Niemcy, Włochy, Stany Zjedn., Japonja, i t. d.) agencje posiadają korespondentów stałych, t. j. zawodowych dziennikarzy, delegowanych specjalnie z Centrali. W państwach mniejszych wystarczają korespondenci nadzwyczajni, którzy nie są stałymi współpracownikami agencji, lecz otrzymują honorarja, zależnie od ilości informacji, dostarczonych Centrali. Korespondenci nadzwyczajni rekrutują się bądź z urzędników placówek dyplomatycznych, zwłaszcza referentów prasowych, bądź też z osiadłych zagranicą rodaków, którzy nawet często z dziennikarstwem nie mieli nic wspólnego, ale znając kraj własny i kraj, w którym osiedli, mogą z łatwością ocenić, jakie informacje są dla ich ojczyzny interesujące. Tam, gdzie nie można znaleźć rodaków, poszczególne agencje posługują się niekiedy cudzoziemcami. Nie jest to pożądane, gdyż korespondent własny ma za zadanie uzupełniać servis agencji sprzymierzonej takimi wiadomościami, które są specjalnie interesujące dla kraju macierzystego. Obca agencja wyczuć tego nie potrafi. Cudzoziemiec, nie znający kraju, dla którego ma pracować, nie może lepiej spełniać swej roli, niż zawodowa agencja sprzymierzona.

Na prowincji, tam, gdzie agencja nie posiada własnych oddziałów, z reguły posługuje się korespondentami nadzwyczajnymi, którymi bywają bądź dziennikarze miejscowi, bądź urzędnicy, mający dostęp do miejscowych źródeł informacyjnych. W ten sposób zorganizowaną sieć posiada Agencja Havas'a, która rozporządza 1.000 korespondentów we Francji, a 100 zagranicą. Agencja Wolffa również miała około 1.000 korespondentów w kraju i zgórą 50 zagranicą. Agencja węgierska liczy zgórą 400 korespondentów w kraju i kilkunastu zagranicą. PAT. miał do 150 w kraju i zgórą 100 zagranicą.

Sieć tych korespondentów dostarcza centrali do 40 tysięcy słów dziennie. Redakcja musi ten materiał przerobić i wysłać, gdzie należy. Musi tedy rozporządzać personelem pomocniczym: stenografami, telefonistami, maszynistkami, ekspedytorami i t. p. Personel taki w redakcjach większych agencji dochodzi do 120 osób.

We wszystkich prawie agencjach całkiem oddzielnie zorganizowana jest redakcja finansowo - giełdowa, zaopatrzona we własny personel pomocniczy. Organizacja tej redakcji niewiele różni się od redakcji politycznej. Treść informacji jest inna, ale technika ta sama.

V.

Technika pracy agencji informacyjnej.

Podstawą każdej agencji jest dobrze zorganizowana sieć korespondentów krajowych i zagranicznych.

Korespondenci krajowi powinni być rozmieszczeni przynajmniej po jednym na powiat. Ponadto potrzebni są w ważniejszych punktach węzłowych, ośrodkach przemysłowych, miejscowościach uzdrowiskowych, o ile nie są one siedzibami powiatu. W tych warunkach nie mogą to być zazwyczaj dziennikarze zawodowi, którzy z pióra żyją; muszą jednak mieć zmysł dziennikarski, muszą interesować się wszystkim, co się w ich rejonie dzieje, muszą zdobyć umiejętność jak najszybszego przekazywania osiągniętych informacji. Aby spełniać swe obowiązki, muszą posiadać stosunki przede wszystkim z władzami administracyjnymi, policyjnymi, sądowymi, oświatowymi, skarbowymi, kolejowymi i t. d., aby natychmiast otrzymywać wiadomość o każdym wypadku, który na ich terenie się wydarzył. Prócz władz, które mogą być źródłem informacji, dotyczących wypadków ogólnych i politycznych, muszą oni utrzymywać stosunki ze sferami bankowymi, handlowymi, przemysłowymi i rolniczymi, aby zorientować się w zjawiskach życia gospodarczego, które dziś są nie mniej ważne, muszą mieć kontakt ze sferami naukowymi i artystycznymi, aby informować o wszelkich przejawach życia kulturalnego, muszą utrzymywać stosunki ze sferami sportowymi, aby mieć wiadomości o wszelkich przejawach w tej dziedzinie, która coraz większego nabiera znaczenia. Korespondent prowincjonalny musi pilnie śledzić życie współczesne, powinien być na każdym zebraniu, powinien śledzić każdy przejaw, mogący być interesującym dla prasy.

Korespondent prowincjonalny winien wiedzieć o wszystkim, co się na jego terenie dzieje i musi umieć wybrać z tego ogromu informacji to właśnie, co może zainteresować kraj, albo przynajmniej rejon oddziału agencji, do której jest przydzielony. Ponieważ jest on również przedstawicielem agencji na dany okręg, musi więc dbać o to, aby pod każdym względem dla agencji pracować. Ważniejsze informacje powinien ilustrować fotografjami. Powinien dbać o ogłoszenia dla agencji, o zamówienia handlowe ze wszystkich dziedzin, które agencja prowadzi.

Rola korespondenta nie jest łatwa, to też mało jest korespondentów, którzy wszystkim zadaniom umieją podołać. Znajdowałem przecież pod tym względem znakomite talenty, które doprowadziły nawet do powstania oddziałów P. A. T. w miejscowościach, w których najmniej się tego można było spodziewać.

Nieco odmienną rolę mają korespondenci zagraniczni. Poza kilku stolicami mocarstw, gdzie stali korespondenci muszą być zawodowymi dziennikarzami, którzy fachowo i z talentem pracę swą spełniają, w większości państw niepodobna utrzymać takich korespondentów. Jednak dobrze zorganizowana agencja musi mieć własne, stałe i pewne informacje. We wszystkich stolicach państw europejskich i w ważniejszych ośrodkach, np. na terenach zamieszkałych przez mniejszość polską zagranicą, w ośrodkach emigracji polskiej (np. północna Francja), lub w skupieniach sezonowych (np. Riviera) agencja powinna mieć swoich korespondentów. Nie będzie to już zawodowy dziennikarz, któremu agencja nie byłaby w stanie zapewnić utrzymania, ale Polak, stale tam zamieszkały, znający język miejscowy i środowisko, posiadający zmysł dziennikarski.

Zadanie korespondenta zagranicznego jest o tyle ułatwione, że o ważniejszych wypadkach informuje agencja sprzymierzona, a więc korespondent jedynie kontroluje, co agencja sprzymierzona wysłała i uzupełnia servis agencji informacjami, które uważa za ważne z punktu widzenia interesów swego kraju. Tego bowiem agencja sprzymierzona wyczuć nie może. Zatem — informacje o życiu kolonii

polskiej i o wszystkich sprawach, które z tych czy innych względów mają szczególne znaczenie. Musi utrzymywać ścisły kontakt, poza agencją sprzymierzoną, z placówkami zagranicznymi polskimi, z władzami emigracji polskiej i orjentować się we wszystkich zagadnieniach politycznych, gospodarczych, kulturalnych i sportowych. W Anglii musi obserwować rynek węglowy, w Rumunji — naftowy, w Egipcie bawełniany i t. p. Zadanie nadzwyczajnego korespondenta zagranicznego nie jest łatwe. Musi to być człowiek, który nie z zawodu, ale z zamiłowania jest dziennikarzem i to dobrym dziennikarzem.

Trudniejsze zadanie ma korespondent pozaeuropejski, pracujący w miejscowości, gdzie niema placówki dyplomatycznej, ani konsularnej polskiej i gdzie — z natury rzeczy — musi reprezentować Polskę. Winien on śledzić prasę miejscową, winien dbać o to, aby w niej pisano o Polsce, winien prostować mylne o nas wiadomości, organizować życie społeczne emigracji polskiej. Najtrudniejsze zadanie mają korespondenci na najodleglejszych krańcach kuli ziemskiej, a mimo to wielu z nich wywiązuje się znakomicie ze swych obowiązków.

Poza siecią korespondentów, która jest podstawą każdej agencji, niezmiernie ważnym czynnikiem jest łączność pomiędzy nimi a Centralą. W kraju, gdzie każda najodleglejsza nawet miejscowość połączona jest ze stolicą siecią przewodów telegraficznych, łączność ta nie napotyka na większe trudności. Chodzi tylko o właściwy wybór środka. Wiadomość o katastrofie musi być natychmiast przekazana telefonicznie wprost Centrali. Wiadomość o częściowym wyniku wyborów może być przekazana za pośrednictwem Oddziału. Wiadomość o stanie bezrobocia może być przesłana pocztą. Przy wyborze środka łączności korespondent musi liczyć się z wagą danej wiadomości i z kosztami.

Trudniejsze zadanie ma korespondent zagraniczny. Zastosowanie szybkich środków łączności pociąga za sobą znacznie większe wydatki, to też poza kilkoma korespondentami w ważniejszych stolicach europejskich, którzy posługują się codziennie abonamentową rozmową telefoniczną, większość z nich skazana jest na korzystanie z tańszych środków

łączności. Oczywiście, że wiadomość o katastrofie okretu polskiego, czy o zgonie znakomitego pisarza polskiego zagranicą, musi być natychmiast, bez względu na koszty, przekazana telefonicznie lub telegraficznie. Ale wiadomość o rozszerzeniu się stanu posiadania emigracji polskiej w Brazylii, lub o otwarciu gimnazjum polskiego w Mandżurji może być przekazana pocztą.

Wiadomości zagraniczne zreguły docierają bezpośrednio do Centrali; wiadomości krajowe przeważnie dochodzą przez Oddział, ten zaś segreguje je na te, które są ważne dla prasy miejscowej, i te, które mają znaczenie ogólnokrajowe.

Większość wiadomości nadchodzi w godzinach „słabego” ruchu telefonicznego i tańszej taryfy, a więc w godzinach wieczornych między 19 — 24-ą, lub rano przed 8-ą. Ważniejsze wiadomości napływają w ciągu całej doby.

Wiadomości pocztowe docierają wprost do redakcji (sekretarjatu), która je sortuje i przekazuje właściwym redaktorom. Wiadomości telegraficzne odbierają telegrafisci i radjotelegrafisci zapomocą teletypów, dalekopisów oraz aparatów odbiorczych radjowych i przekazują redaktorom. Wiadomości telefoniczne odbierają stenografisci w hali telefonów, dyktują je na maszynę, lub odczytują ze steno-gramu redaktorom.

Redaktorzy segregują wiadomości, tłumaczą je, o ile nadeszły w obcych językach, przeredagowują do poszczególnych biuletynów i przekazują hali maszyn do pisania.

I znowu następuje wybór środka łączności. Ważniejsze wiadomości polityczne przekazywane są zapomocą dalekopisów bezpośrednio redakcjom dzienników. Wiadomości mniej ważne pisane są na woskówkach, odbijane na Gestetnerze i rozsyłane redakcjom przez gońców.

Obok obsługi prasy stołecznej, agencja musi obsłużyć prasę prowincjonalną. I znowu z odbitych kartek stenografisci dyktują wiadomości telefonicznie Oddziałom, które dostarczają je dziennikom prowincjonalnym. W przyszłości, gdy dalekopisy stanieją i staną się dostępne dla całej prasy prowincjonalnej, sprawa się uprości. Każdy dzien-

nik prowincjonalny otrzyma równocześnie z dziennikiem stołecznym wszelkie informacje zapomocą dalekopisu.

Dziś większość dzienników stołecznych otrzymuje biuletyny agencyjne przez gońców i to niezawsze własnych. W interesie prasy leży natomiast, aby wysyłała po biuletyny agencyjne własnych gońców, bo w ten sposób otrzymuje je wcześniej. Goniec agencji musi obejść kilka lub kilkanaście dzienników, wskutek czego dostarcza wiadomości później, niż własny goniec dziennika.

Nowoczesne dziennikarstwo nie może obejść się bez fotografii, ilustrujących ważniejsze informacje. Niestety, pod tym względem technika agencyjna nie stoi jeszcze na takim poziomie, aby mogła dostarczyć odbitki fotograficzne, równocześnie z wiadomościami. Wynalazek aparatu telewizyjnego i aparatu do przekazywania rysunków i fotografii spowoduje z czasem, że obok dalekopisów agencja dostarczać będzie ilustracyj, które równocześnie z podaniem informacji będą mogły być przez dzienniki zużytkowane.

Tak w krótkim skrócie przedstawia się obecna technika pracy agencyjnej w zakresie zbierania informacji, redagowania ich i przekazywania redakcyom dzienników. Pomiąłem własny reportaż agencji, gdyż reporterami są w zasadzie wszyscy korespondenci prowincjonalni i zagraniczni. Pomiąłem również pracę Oddziałów, gdyż pracują one w mniejszej skali w ten sam sposób, jak redakcja Centrali.

Natomiast trzeba omówić drugą stronę działalności agencji, t. j. sprawę informowania zagranicy o Polsce. Zdawałoby się, że jest to zadanie o wiele łatwiejsze, gdyż wszelkie wiadomości o kraju przekazuje się agencjom sprzymierzonym. Tak jednak nie jest. Niektóre z tych agencyj posiadają własnych korespondentów, którzy zmuszają agencje do wielkiej czujności, gdyż przekazanie wiadomości agencji sprzymierzonej po otrzymaniu przez nią wiadomości od własnego korespondenta, naraża agencje nie tylko na straty moralne, ale i materialne (odmowa zwrotu kosztów telegramu). To też własny reportaż musi tutaj rozwiązać jak największą czujność. Reporterzy agencyj muszą stale czuwać w urzędach, zwłaszcza w Prezydjum Rady Ministrów, w Ministerstwie Spraw Zagranicznych i Wewnętrz-

nych, w izbach parlamentarnych, w sądach (w wypadkach ważniejszych procesów), oraz na mieście w czasie ważniejszych wydarzeń politycznych, obchodów, uroczystości, aby jak najszybciej przekazywać redakcji zagranicznej ściśle, dokładne, treściwe, sprawdzone i uzgodnione wiadomości.

Wiadomości te redakcja zagraniczna tłumaczy na języki obce, głównie na język francuski i niezwłocznie przekazuje zagranicę. Tu znowu potrzebna jest decyzja, do których krajów należy daną wiadomość przekazać, i czy wysłać ją, jako wiadomość zwykłą, która interesuje agencję sprzymierzoną, czy też jako wiadomość propagandową, na której zależy nam, ale za którą agencja zagraniczna nie zechce nam zapłacić (t. zw. „tractatus”). Trzeba również rozstrzygnąć, jaki środek łączności jest wskazany. Przeważnie wysyła się depesze telegraficzne. Droga radjotelegraficzna, jako szybsza, bo bezpośrednia, byłaby właściwsza. Wymaga ona jednak dokładnej znajomości godzin, w których nasza stacja radjotelegraficzna łączy się z daną stacją. Albowiem, jeśli np. Warszawa z Tokio pracuje raz na dzień i depesza do urzędu radjotelegraficznego nadejdzie po tej godzinie, to będzie czekała do następnego dnia, gdy drogą kablową może odejść tego samego. Gdy się decydujemy na użycie drogi kablowej, trzeba znać linję, jaką pójdzie, t. j. przez ile stacji pośrednich musi przejść. Od tego zależy szybkość biegu depeszy.

Naogół droga telegraficzna, zwłaszcza kablowa, jest długa i nie dość szybka. O wiele bardziej wskazane jest użycie drogi telefonicznej. Tutaj jednak wysuwają się inne trudności. Do Francji czy Belgji łatwo jest przekazać wiadomości drogą telefoniczną, bo agencje tamtejsze mają stenografów francuskich. Inne agencje, między niemi i PAT., stenografów francuskich nie posiadają. Przyjęcie telefonicznie wiadomości napotyka wskutek tego na trudności techniczne i jest drogie. Do większości krajów (Anglja, Niemcy), trzeba zatem przekazywać wiadomości telefonicznie zapomocą własnych korespondentów. Oddział PAT w Berlinie przez szereg lat rozporządzał z tego powodu stenografem, a korespondent PAT w Londynie stale zamieszczał

w serwisie Reutera wiadomości, otrzymane drogą telefoniczną z Warszawy.

Jeżeli wiadomość nie jest specjalnie pilna, wówczas najkorzystniej zamieścić ją w serwisie „radiocirculaire”, wydawanym 3 razy dziennie p. n. „Polpat”. Servis ten narazie abonowany jest tylko przez agencje Europy Wschodniej. Nie wątpię jednak, że PAT zdoła pozyskać dla tego servisu i inne państwa. Wówczas całość informacji o Polsce, prócz szczególnie ważnych, mogłaby być przekazywana drogą radjotelegraficzną przez „Polpat’a”.

Są wszakże wiadomości gospodarcze i kulturalne, które absolutnie nie nadają się do przekazywania drogą telegraficzną lub telefoniczną. Te wiadomości zamieszczane są w specjalnym biuletynie, redagowanym w języku francuskim, i rozsyłane bezpłatnie wszystkim agencjom sprzymierzonym.

Tak przedstawia się technika tego działu agencji, który obsługuje zagranicę informacjami o Polsce.

VI.

Rola i znaczenie agencji w życiu politycznem świata.

Znaczenie prasy jest naogół znane i uznane przez wszystkie czynniki państwowe i społeczne. Niedarmo prasę nazwano „szóstym mocarstwem“, natomiast znaczenia agencji informacyjnych nie docenia się. Prasy potrzebują prawie wszyscy. Ponieważ jednak trudno jest trafić do wszystkich redakcji, więc wybiera się zwykle parę dzienników, przeważnie stołecznych i w nich lansuje się pewną myśl, czy projekt. Tymczasem pośrednictwo agencji daje możliwość lansowania tej myśli czy projektu w całej prasie, we wszystkich dziennikach, zarówno stołecznych jak prowincjonalnych. Oczywiście, wiadomości agencyjne nie pojawiają się we wszystkich dziennikach. Jeśli jednak pewna koncepcja powtarza się w krótkich, ale często następujących po sobie informacjach, to prędzej, czy później przenika ona do całej prasy, staje się powszechnie znaną. Ten rezultat można osiągnąć wyłącznie zapomocą agencji. Pierwsze informacje o każdym fakcie prasa przeważnie czerpie z serwisu agencyjnego. Później sama go przerabia, omawia w artykułach, feljetonach, lecz pierwszą wiadomość podaje najczęściej jeśli nie dosłownie, to w każdym razie w tym sensie, jaki jej nadała agencja. Wynika to z samej techniki pracy dziennikarskiej. Redakcja dziennika otrzymuje codziennie, zwłaszcza wieczorem, obfity materiał agencyjny. Nie ma czasu, ani możliwości zasadniczo go przerabiać, to też coraz częściej, coraz obszerniej czer-

pie z serwisu agencyjnego. Jeden z redaktorów naczelnych dzienników warszawskich mówił mi, gdy byłem jeszcze dyrektorem PAT, że w ciągu kilku lat swej pracy widział, jak stopniowo redakcja jego dziennika coraz częściej posługiwała się materiałem agencyjnym. Gdy początkowo brała tylko 10% informacji, to z czasem doszło do 90%, bo przekonała się, że informacje agencji są ściślejsze, dokładniejsze, mniej subiektywne od wiadomości, otrzymywanych od własnych reporterów czy korespondentów, którzy w pogoni za sensacją mniej dbają o ścisłość i dokładność.

To też zaryzykuję twierdzenie, że agencje mają nie mniejsze znaczenie, niż dzienniki, bo one służą jako kamerton, podając pierwsze informacje o zjawiskach, które później dopiero są przez prasę rozwijane, oświetlane i komentowane. Agencje poddają ton, który prasa rozwija w całą gamę. Z tego powodu rola agencji w życiu politycznym państwa jest trudniejsza i bardziej odpowiedzialna, niż rola prasy.

Nie też dziwnego, że agencje tak żywo zainteresowały się zagadnieniem „fałszywych wiadomości”, poruszonem po raz pierwszy w r. 1927 na konferencji ekspertów prasowych w Genewie, a rozwijanem następnie na konferencjach państwowych biur prasowych i organizacji prasowych w Kopenhadze i Madrycie w latach 1932/33.

Wszystkie kongresy agencji sprzymierzonych, tak zwyczajne, jak i plenarne, w ostatnich latach zajmowały się tem zagadnieniem. Szczególne jednak znaczenie miało ono dla Polski, która pierwsza wysunęła ideę „rozbrojenia moralnego”, które w pierwszej linii wymaga usunięcia ze stosunków wzajemnych pomiędzy państwami — fałszywych wiadomości i kampanji tendencyjnych. Polska od początku wzięła czynny udział w tych pracach międzynarodowych. Dyr. Górecki uczestniczył w Komisji Ekspertów Prasowych, ja zaprojektowałem poruszenie tej sprawy na VI Zjeździe Plenarnym agencji sprzymierzonych w Atenach. Zmiana na stanowisku dyrektora P. A. T. nie pozwoliła ziścić tego zamiaru, ale podjął tę sprawę Związek Wydawców Dzienników i Czasopism, i przedstawił odpowiedni memoriał na międzynarodowej konferencji rządowych biur praso-

wych i organizacji prasowych, która odbyła się w Madrycie w listopadzie 1953 r.¹⁾.

Sprawa ta jest ważna dla wszystkich agencji. Szczególnie ważna jest dla agencji polskiej, to też nie wątpię, że w dalszym rozwoju wypadków P. A. T. podniesie ją w należytej formie. Agencje spełniły swoją rolę w tej sprawie, biorąc czynny udział w konferencjach w Kopenhadze i Madrycie. Kiedy np. w Kopenhadze szefowe biur prasowych nie mogli dojść do uzgodnienia rezolucji, właściwą drogę wskazał dyr. Meynot, występując w imieniu wszystkich agencji sprzymierzonych.

Wyjątkowe znaczenie mają agencje zrzeszone, tworzące silny, zewnętrznie zwarty i solidarny związek, który niejednokrotnie może zaważyć na szali politycznej wypadków. Tak np. kiedy podczas zadrażnienia stosunków polsko - łotewskich, poseł nasz musiał opuścić Rygę, jedynym organem, który stał się nicią, pozwalającą doprowadzić do załagodzenia konfliktu, był korespondent P. A. T., który stale porozumiewał się z dyrektorem „Lety”, aż znaleziono wyjście, które dla obu rządów było do przyjęcia. Korespondent P. A. T. w Moskwie nie mało przyczynił się do nawiązania bliższych stosunków polsko - sowieckich.

W ten sposób agencje sprzymierzone mogą być wykorzystane dla złagodzenia konfliktów i poprawienia stosunków pomiędzy państwami. Naodwrot, mogą również niejednokrotnie, jak widzieliśmy to podczas wojny światowej, przez rozpowszechnianie fałszywych i tendencyjnych wiadomości przyczynić się do zaostrenia rozdzźwięków i do pogłębienia konfliktów.

Oczywiście agencje są w jednym i drugim wypadku jedynie organem wykonawczym. Nie one kierują polityką państw i nie one ponoszą odpowiedzialność. Jednakże żaden organ państwowy nie jest w stanie kierować agencją i kontrolować ją w tym stopniu, aby każde słowo, podane

¹⁾ Association Polonaise des Editeurs de Journaux et de Périodiques. Rapport présenté à la Conférence des bureaux de presse gouvernementaux et des représentants des organisations de presse, convoqué pour le 7 novembre 1953 à Madrid, concernant la question de la rectification des fausses nouvelles, paraissant dans la presse, Varsovie, novembre 1953.

przez agencję podlegało sprawdzeniu. Tymczasem nieraz jeden wyraz może mieć olbrzymie znaczenie. Już w samym fakcie, że agencja zawsze własnymi słowami podaje pierwszą informację o danym zagadnieniu, czy zjawisku, leży siła i znaczenie agencji. Informacje te komunikowane są natychmiast władzom, od nich niejednokrotnie zależy taka lub inna decyzja, takie lub inne posunięcie polityczne. Raporty dyplomatyczne idą swoją drogą, ale zanim dotrą do Centrali, czynniki decydujące już mają zazwyczaj urobiony pogląd ogólny na sprawę na podstawie informacji agencyjnych.

Zachodzi tu analogja do działań wojennych. Decyduje dowódca, na podstawie propozycji Oddziału Operacyjnego; często jednak decyzja ta oparta jest na wiadomościach Oddziału Informacyjnego. Agencja spełnia niejako rolę Oddziału II Sztabu, gdy raport placówki dyplomatycznej jest propozycją Oddziału III.

Agencja nie ma prawa decyzji, pracuje bezimiennie jak Oddział II Sztabu, lecz jej informacje mogą mieć nie-raz taki wpływ, jak wiadomości Oddziału II, na decyzję dowódcy.

To też znaczenie agencji w życiu politycznem państwa jest olbrzymie, choć często niedostatecznie doceniane. Dlatego też dobór ludzi, zwłaszcza na korespondentów zagranicznych, ma olbrzymie znaczenie. Za każdego z nich kierownictwo agencji musi ponosić pełną odpowiedzialność.

Zresztą agencja odgrywa niemniej poważną rolę w polityce wewnętrznej. Informacje agencji bardzo często docierają do władz wcześniej, niż oficjalne raporty władz II instancji, które idą drogą służbową. Agencja, niezainteresowana bezpośrednio w toku wydarzeń, podaje je obiektywniej, niż władze miejscowe. To też niejednokrotnie się zdarzało, że władze centralne ustalały swe decyzje na podstawie informacji agencyjnych, a nie władz miejscowych. Zdarzyło się nawet raz, że komunikat, zredagowany przez władze centralne i przekazany za pośrednictwem agencji, został skonfiskowany przez władze miejscowe, ponieważ tonem swym znacznie odbiegał od nastawienia władz prowincjonalnych.

To też i w polityce wewnętrznej rola agencji jest wielkiej wagi, odpowiedni więc dobór korespondentów może mieć dla agencji, a nawet nietylko dla agencji, ogromne znaczenie.

Agencja jest również głównym ośrodkiem prac, mających na celu oddziaływanie na opinie obcych społeczeństw. Będąc związana z innymi agencjami, odpowiednio zredagowanymi informacjami może oddziaływać na opinię obcą. Nie wyczerpuje to jeszcze całokształtu wpływów na opinię obcą. Zespół agencji jest potęgą, z którą liczyć się musi opinia międzynarodowa. To też każda ważniejsza agencja, przez swój udział w międzynarodowym związku ma możliwość przeprowadzenia takiej czy innej uchwały, takiego czy innego postanowienia, tworzenia organizacji międzynarodowych itp. Nic więc dziwnego, że poszczególne państwa starają się, aby zjazdy agencji odbywały się na ich terenie, aby przez sam fakt przebywania delegatów agencji w środowisku danego kraju oddziaływać na opinię międzynarodową.

Aby wyzyskać w całej pełni agencję w tym kierunku, trzeba mieć odpowiedni aparat kierowniczy. Nie mówiąc już o Włoszech, Niemczech czy Z. S. R. R., gdzie aparat propagandowy jest świetnie zorganizowany, w każdym państwie istnieje jeden organ kierowniczy w zakresie prasowym, bądź w Prezydjum Rady Ministrów, bądź w Ministerstwie Spraw Zagranicznych. On to ponosi odpowiedzialność za całokształt polityki prasowej.

U nas istnieją dwa takie aparaty, wskutek czego nie może być mowy o jednolitości polityki prasowej. Poruszony przed rokiem na łamach prasy projekt utworzenia podsekretarjatu stanu dla prasy i propagandy, budzi nadzieję, że sprawa ta nareszcie będzie uregulowana. W sprawach prasowych trzeba większego autorytetu, niż w każdej innej dziedzinie, bo gdy się zejdzie dwóch dziennikarzy, to napewno wyłonią się trzy opinie. Istniejące dziś dwa aparaty prasowe nie mogą podjąć zadania kierownictwa polityką prasową państwa, zwłaszcza gdy te dwa organy nie są z sobą w żadnej organizacyjnej współzależności. Z natury rzeczy muszą wyłaniać się różnice zdań, wywołujące niezmiernie przykre skutki dla kierownictwa agencji, które

nie wie kogo słuchać, bo statutowo jest od obu władz uzależnione.

Należyte wyzyskanie agencji wymaga jednolitego kierownictwa, które zwłaszcza przy częstych zmianach kierownictwa samej agencji, jest wprost konieczne. Sprawa powołania do życia organu naczelnego, któryby objął kierownictwo polityki prasowej, wykracza poza zakres niniejszej pracy. Należy tylko mieć nadzieję, że to zagadnienie doczeka się właściwego rozwiązania.

Wówczas agencja, jako jeden z najważniejszych warstwatów, przy pomocy których naczelnny organ polityki prasowej będzie pracował, nabierze szczególnego znaczenia.

Przebiegliśmy pokrótce dzieje agencji, ich stan obecny, organizację wewnętrzną i technikę pracy, oraz znaczenie ogólne. Krótki ten przegląd daje pojęcie, czym jest agencja i jakie są jej możliwości. Jaki materiał może ona dostarczyć prasie — wyjaśniła jednodniówka p. t. „Dzień Polskiej Agencji Telegraficznej“, wydana 17 stycznia 1951 r.

W chwili, gdy obchodzić będziemy setną rocznicę powstania pierwszej agencji prasowej, można i należy sprecyzować, czym winna być agencja dla prasy i państwa, jakim warunkom ma odpowiadać, w jakim kierunku ma pójść dalszy jej rozwój. Jeżeli ten krótki szkic przyczyni się do zainteresowania tą sprawą — zadanie moje zostanie spełnione.

SPIS ROZDZIAŁÓW.

	Str.
I Dzieje agencji informacyjnych	7
II Międzynarodowy Związek Agencji Informacyjn.	18
III Obecny stan agencji informacyjnych	30
IV Wewnętrzna organizacja agencji informacyjnych	39
V Technika pracy agencji informacyjnej	48
VI Rola i znaczenie agencji w życiu polityczn. świata	55



36596/

12