

Elżbieta Nowosielska

Instytut Historii im. Tadeusza Manteuffla
Polskiej Akademii Nauk
<https://orcid.org/0000-0001-5427-4320>

Funkcjonowanie redakcji

Artykuły i wzmianki zamieszczane na łamach polskich pism emigracyjnych są z pewnością cennym źródłem do badań nad warunkami i metodami pracy panującymi w ich redakcjach. Znajdują się wśród nich zarówno teksty zawierające informacje świadomie podawane przez wydawców (np. sprawozdania z sytuacji finansowej periodyku lub uchwały organizacji go wydających), rozważania dotyczące kondycji polskiego ruchu wydawniczego, obarczone różnego rodzaju stereotypami i oczekiwaniami, jak też oskarżenia czy sugestie, na podstawie których badacz może próbować wyciągać własne wnioski. Źródło to nie jest oczywiście pozbawione wad. W gazetach starano się publikować wyłącznie te informacje, którymi redakcja chciała się podzielić z czytelnikami, w związku z czym tematy niewygodne lub problematyczne (np. trudności organizacyjne, konflikty wśród pracowników) mogły być pomijane, żeby nie nadszarpnąć jej wizerunku.

Podobnie było w przypadku podawania nazwisk pracowników i współpracowników pisma. Pozyskanie znanych autorów i korespondentów, np. z ziem polskich, specjalnie reklamowano odbiorcom. Przykładowo w 1911 r. „Gazeta Polska w Brazylii” chwaliła się nawiązaniem współpracy ze znanym katolickim publicystą hrabią Krzysztofem Emilem Mieroszewskim z Krakowa¹. Z kolei w 1918 r. „Dziennik Związkowy Zgoda” miał posiadać m.in. dwóch stałych płatnych korespondentów w Europie: prof. W. Lutoszańskiego² w Paryżu i Jana J. Kowalczyka w Kopenhadze³. Bywały także

¹ „Gazeta Polska w Brazylii” 8 XII 1911, nr 48, s. 6; zob. też J. Zdrada, *Mieroszewski (Mieroszowski) Krzysztof Emil (1857–1915)*, w: *Polski słownik biograficzny*, t. 20, Wrocław 1975, s. 823.

² Prawdopodobnie chodzi o prof. Wincentego Lutosławskiego (1863–1954), przebywającego w czasie wojny we Francji, którego artykuły publikowano w tym okresie w „Dzienniku Związkowym Zgoda”.

³ S. Orpiszewski, *Historia „Dziennika Związkowego”*, „Dziennik Związkowy Zgoda” 15 I 1918, s. 4.

przypadki, kiedy szczegóły dotyczące pracowników pomijano w spisach i artykułach rocznicowych z uwagi na krążące o nich niekorzystne pogłoski lub opinie⁴. Niekiedy nie publikowano też informacji uznawanych za mniej istotne lub mało interesujące dla czytelnika. W związku z tym wiadomości o działaniu redakcji uzyskane w ten sposób należałoby skonfrontować z innymi typami źródeł podczas dalszych badań. Uzupełnień warto szukać np. w dokumentacji redakcji przechowywanej w archiwach lub w osobistych zapiskach typu listy lub pamiętniki. Z uwagi na ogólnie zły stan zachowania źródeł do historii polskiej emigracyjnej, zwłaszcza z terenów Stanów Zjednoczonych, dla wielu tytułów prasowych takie wzmianki są jedynym śladem ich istnienia. Dodatkowo warto podkreślić, że monografie i artykuły naukowe poruszające praktyczne strony funkcjonowania pism emigracyjnych wciąż są dość nieliczne. Do wyjątków należą prace Daniela Kipera⁵.

Skład redakcji

Pracownikiem redakcji najczęściej znanym z imienia i nazwiska był redaktor naczelny. W przeciwieństwie do polskich gazet wydawanych na terenach państw zaborczych nie zawsze jednak dbano o zamieszczenie jego danych w stopce redakcyjnej. Zazwyczaj nowi pracownicy, obejmując to stanowisko, przedstawiali się czytelnikom w stosownym artykule i podawali przy okazji swój program oraz cele. Pod koniec badanego okresu pisma amerykańskie musiały też raz do roku zamieszczać poświadczony notarialnie oświadczenie o własności (*statement of ownership*), w którym wymieniano najważniejsze osoby związane z periodykiem. Anonimowi pozostawali często ludzie zatrudnieni na niższych stanowiskach w redakcyjnych biurach. Ich nazwiska pojawiały się niekiedy w numerach rocznicowych albo w kronikach życia Polonii wśród wzmianek o ślubach i zgonach. Krótkie życiorysy swoich pracowników zamieścił np. „Dziennik Chicagoski” w numerze jubileuszowym z 1900 r.⁶ Dziennik ten postanowił też pośmiertnie upamiętnić swojego buchaltera Stanisława Czajkę, publikując jego życiorys w 1901 r.⁷ Z kolei o tym, że w 1899 r. zarządca finansowym

⁴ Zob. mój artykuł pt. *Plotki, oszczerstwa i pomówienia jako metoda walki z konkurencją na łamach polskiej prasy emigracyjnej* w tym tomie.

⁵ Zob. np. D. Kiper, *„Zgoda” i spór. Z dziejów polskiego pisma w Ameryce (1881–1907)*, Lublin 2019.

⁶ *Krótkie życiorysy współpracowników „Dziennika Chicagoskiego”, „Dziennik Chicagoski”* 15 XII 1900, s. 2–3, 10.

⁷ *Ś. P. Stanisław Czajka*, „Dziennik Chicagoski” 4 X 1901, s. 8.

„Kuryera Polskiego” w Milwaukee (Wisconsin) był Leon Drwęski można było się dowiedzieć nie z informacji w stopce lub winiecie, ale z doniesienia o jego ślubie⁸.

Choć w powszechnym przekonaniu redaktor odpowiadał za zawartość i poziom danego tygodnika czy dziennika, to jednak musiał się on dostosować do wytycznych właścicieli i wydawców. Jeśli współpraca przebiegała bez zarzutów, to ani właściciele, ani akcjonariusze nie ingerowali przesadnie w treść pisma. W „Kuryerze Polskim” w 1893 r. zwrócono się nawet z prośbą do czytelników, żeby nie zawracali głowy wydawcy Michałowi Kruszcze drobiazgami, tylko zwracali się do redaktora Kazimierza Neumana⁹. Czasem jednak w artykułach i wzmiankach w gazecie przebijają się ślady konfliktów w redakcji. Przykładowo w tymże „Kuryerze Polskim” w 1899 r. w korespondencji nadesłanej przez jednego z agentów opisano współpracującego niegdyś z pismem Ignacego Machnikowskiego, który obecnie redagował konkurencyjny „Dziennik Milwaucki”:

Wydawca Kuryera nie wymaga nigdy od redaktorów aby pisali coś wbrew swemu przekonaniu, ani też im wiele przepisów nie robi. To też Machnikowski pisał koszałki opałki, nudne jak flaki z olejem, tak, że abonenci narzekali, a agenci domagali się usunięcia niedołęgi redaktora bo tracą w interesie. W ten sposób Machnikowski stracił owo zatrudnienie. Teraz gdy go inni najęli, odwdzięcza się swemu poprzedniemu pracodawcy najpodlejszymi oszczerstwami; a gdy go obecni pracodawcy odprawią, będzie tak samo na nich psy wieszal. Nawet gdy jeszcze przy Kuryerze pracował, pisywał do „Wiarusa” tajne korespondencye na wydawcę Kuryera!¹⁰

Dość poważne musiało być nieporozumienie pomiędzy zarządcą działu finansowego tygodnika „Polonia w Ameryce” w Cleveland Michałem Kniolą a redaktorem tego pisma Łucjanem S. Dewoyną, skoro o rezygnacji tego pierwszego ze stanowiska informowały także inne pisma polonijne. Kolejnego zarządcę wybrali na swoim posiedzeniu akcjonariusze spółki wydającej ten tygodnik¹¹.

Zmiana pracy przez redaktora niekoniecznie musiała się wiązać z konfliktem. Wydawany w Brooklynie tygodnik „Czas” reklamował publikacje swojego byłego redaktora Józefa Sawickiego¹². Kiedy redaktor „Gazety Polskiej” z Nowego Jorku Adolf Lewiński zgłosił chęć powrotu na stałe

⁸ „Kuryer Polski” 19 IV 1899, s. 1.

⁹ *Redakcja Kuryera*, „Kuryer Polski” 11 II 1893, s. 4.

¹⁰ Agent Kuryera, *O nowych obrońcach katolicyzmu. Korespondencya Kuryera Polskiego*, „Kuryer Polski” 15 VII 1895, s. 8.

¹¹ „Słowo” 13 I 1894, nr 2, s. 1.

¹² Zob. np. „Czas” (Brooklyn) 5 VIII 1910, nr 31, s. 4; 9 XII 1910, nr 49, s. 4.

do Europy akcjonariusze tego pisma mieli czas na szukanie jego następcy. Stanowisko zaproponowano hr. Krasickiemu i Romanowskiemu, ale żadnego z nich nie udało się zwerbować¹³.

W idealnej dla wydawania dziennika czy tygodnika sytuacji w jego redakcji obok kilku redaktorów powinni być także zatrudnieni inni specjaliści, tacy jak korektorzy, zecerzy, drukarze, roznosiciele, agenci zbierający prenumeratę itd. Na tak duży zespół mogły sobie jednak pozwolić jedynie nieliczne polskie pisma na emigracji. Częściej zdarzało się, że gazeta, zwłaszcza na początku omawianego okresu, była przedsięwzięciem jednoosobowym bądź rodzinnym, co nierzadko prowadziło do wypalenia zawodowego założyciela i zamknięcia wydawnictwa. Tak okazało się np. w przypadku publikowanego w latach 1908–1909 w Kurytybie tygodnika „Naród”. Ludwik Szczerbowski wyjaśnił okoliczności jego upadku w wiadomieniu nadesłanym do redakcji „Gazety Polskiej w Brazylii”: „Nie będąc człowiekiem bogatym rzuciłem się na wydawanie pisma, a nie mając kapitału do płacenia pracowników sam musiałem być redaktorem, zecerem, drukarzem i ekspedytorem. Ta ciągła naprężona praca 16–18 godzin na dobę, nadwyrężyła silnie moje zdrowie, dla którego ratowania zmuszony byłem pismo zwinąć. Wiadomą jest rzeczą, że pisma w Brazylii nie dają dochodu, a tembardziej nowozałożone”¹⁴.

Paweł Klimowicz w rozważaniach na temat stanu prasy polskiej w Stanach Zjednoczonych opublikowanych w tygodniku „Rolnik” w 1911 r. postulował, że pierwszym krokiem do naprawy sytuacji powinno być wymuszenie na wydawcach zatrudnianie takiej liczby personelu, aby cała treść gazety składała się z treści oryginalnych, a nie przedruków¹⁵. W podobnym tonie pisano w „Wiadomościach Codziennych” w 1917 r. Omawiając sprawozdanie administracji „Dziennika Ludowego”, w którym obliczono, że pismo przyniesie 10 tys. dolarów strat, które będą musieli pokryć członkowie Związku Socjalistów Polskich, w przejasniony sposób przypominano czytelnikom, że byt i funkcjonowanie „Wiadomości Codziennych” opierają się „na pracy i mozole” jednego człowieka, ich redaktora Stanisława A. Dangla¹⁶. Bardziej realistyczne wydają się wyliczenia „Reformy” odnośnie do liczby ludzi zatrudnionych w „Polaku w Ameryce”, nawet jeśli były przy okazji okraszone złośliwymi komentarzami na temat ich kompetencji. W 1892 r. ks. Jan Pitass miał bowiem zatrudniać trzynaście osób, wśród których było trzech redaktorów (nowo zatrudniony forman Józef Kudlicki, Stanisław

¹³ „Polonia” (Baltimore) 30 XI 1893, nr 48, s. 8.

¹⁴ „Gazeta Polska w Brazylii” 28 I 1910, nr 4, s. 3.

¹⁵ P. Klimowicz, *Gazety czytane z litości*, „Rolnik” 20, 3 II 1911, nr 5, s. 9.

¹⁶ „Wiadomości Codzienne” 8 V 1917, s. 2.



Pierwsza kwatery „Kuryera Polskiego”



Obecny ofis Kuryera Polskiego.

Il. 1. Siedziba redakcji „Kuryera Polskiego”, za: W. Kruszką, *Historia polska w Ameryce. Początek, wzrost i rozwój dziejowy osad polskich w Północnej Ameryce (w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie)*, t. 5, Milwaukee 1905, s. 28, 29, domena publiczna.

Ślisz i niedawno przybyły do Stanów Zjednoczonych Paweł S. Kołucki), ośmiu chłopców, jednego zecera i jednego „szewca”¹⁷.

Na drugim biegunie znajdowały się wydawnictwa pism takich jak „Ameryka-Echo” czy „Kuryer Polski”, które po pewnym czasie odniosły sukces finansowy, a zatem mogły sobie pozwolić na zatrudnienie kilkudziesięciu pracowników. Według Wacława Kruszki w początkach istnienia „Kuryera Polskiego” w 1888 r. w jego redakcji pracowało sześć osób, ale już w 1905 r. liczba ta wzrosła do 121 (27 dorosłych, 7 „niedorośtków” i 87 roznosicieli)¹⁸. W rocznicowym numerze tego dziennika z 1913 r. wymieniono: „W skład redakcji wchodzi: redaktor naczelny (managing editor), dwóch redaktorów wiadomości miejscowych, jeden dla spraw krajowych, jeden dla spraw zagranicznych, jeden dla wiadomości polskich z Europy i Ameryki, jeden dla poprawiania korespondencji. Każdy z tych redaktorów ma w dodatku jakiś dział, jak: Dział Kobiet, Dział Dzieci, Dział Robotniczy itp.”¹⁹ Rozbudowana była też kierowana przez generalną kasjerkę Spółki Wydawniczej administracja, którą podzielono na mniejsze wydziały. W wydziale abonentów pracowali: agent miejscowy i dozorca roznosicieli, kontroler książek i rachunków roznosicieli, dwie „klerki” (urzędniczki) prowadzące

¹⁷ „Reforma” (Chicago) 12 III 1892, nr 32, s. 2.

¹⁸ W. Kruszką, *Historia polska w Ameryce. Początek, wzrost i rozwój dziejowy osad polskich w Północnej Ameryce (w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie)*, t. 5, Milwaukee 1905, s. 32.

¹⁹ *Jak się „robi” gazetę*, „Kuryer Polski” 23 VI 1913, sekcja 2, s. 6.

rachunki abonentów, dwaj ekspedienci zajmujący się dostarczaniem gazety na pocztę oraz agenci zamiejscowi. W „wydziale różnej pracy biurowej” były stanowiska głównego buchaltera, stenografki, podkasjerki, telefonistki i dwóch dodatkowych „panien biurowych”. Wreszcie w wydziale ogłoszeń pracowali: generalny agent ogłoszeń, redaktorka ogłoszeń, dwaj subagenci oraz chłopiec na posyłki. Zwraca uwagę duża liczba feminy wśród wymienionych stanowisk. Wskazuje to bowiem, że choć wśród redaktorek nie było wielu kobiet, to jednak znacznie częściej pojawiały się one w mniej eksponowanych rolach w redakcjach.

Na tzw. wieczornicy jubileuszowej „Dziennika Związkowego Zgoda”, zorganizowanej w 1918 r. w lokalu Polskiego Klubu Prasowego w Chicago, świętowało około 60 osób, wśród których znaleźli się wszyscy pracownicy pisma, zarówno redaktorzy, jak i pracownicy administracji, drukarni, zecerni i obsługi maszyn. Na liście nazwisk pojawili się także goście z zewnątrz, jak np. zwiedzający Chicago Tadeusz Wroński. Taka liczba zatrudnionych z trudem wystarczała do prowadzenia pisma, o czym świadczy fakt, że kierownik działu administracji Józef Olbiński dziękował swoim podwładnym za harówkę po 10, 12, a czasem nawet i 14 godzin dziennie²⁰.

Zarobki redaktorów wynosiły w omawianym okresie od kilku do kilkunastu dolarów na tydzień. Feliks Cienciara, opisując okoliczności założenia i wydawania tygodnika „Siła” w Buffalo w 1896 r., wspominał o ciężkiej sytuacji finansowej tego pisma. Redaktor Andrzej Franciszek Kowalski zarabiał tygodniowo 5 dolarów i miał zapewnione darmowe mieszkanie, zecer Feliks Cienciara dostawał 6 dolarów, a chłopiec zatrudniony do pomocy – 3 dolary. Wynajem lokalu na potrzeby pisma kosztował tygodniowo 5 dolarów²¹. W artykule wspominkowym o dawnych pracownikach pism socjalistycznych w Stanach Zjednoczonych Leon Osęk podał, że Jan Kochanowicz, redaktor „Dziennika Ludowego”, w 1908 r. zarabiał tygodniowo 8 dolarów, a po pewnym czasie zwiększono mu pensję do 12 dolarów. Zarobki te pozwalały mu wspierać innych socjalistów, pozostających wówczas bez pracy z powodu kryzysu. Autor artykułu wspomina, że kupował on kocującym w redakcji pisma towarzyszom partyjnym bułki, wędlinę i herbatę²².

Najniżej w redakcyjnej hierarchii stali wspomniani wyżej chłopcy. Były to zazwyczaj osoby niepełnoletnie, które w zamian za drobne wynagrodzenie sprzedawały gazety lokalnym odbiorcom, a także załatwiały inne sprawunki. W zawodzie tym panowała duża rotacja, stąd ogłoszenia o ich poszukiwaniu

²⁰ *Wieczornica jubileuszowa w klubie prasowym*, „Dziennik Związkowy Zgoda” 29 I 1918, s. 5.

²¹ F. Cienciara, *Wspomnienia z przed 35 laty*, „Robotnik Polski” 35, 3 V 1931, nr 18, s. 24.

²² L. Osęk, *Kilka sylwetek i trochę wspomnień*, „Robotnik Polski” 35, 3 V 1931, nr 18, s. 3.

pojawiały się regularnie w większości pism. W związku z tym w „Kuryerze Polskim” w 1892 r. podkreślono, że do pomocy w redakcji przyjęty zostanie: „Tylko taki, który ma zamiar pozostać przy tej pracy i który ma chęć do tej pracy”²³. Ludzi podejmujących to zajęcie rzadko wymieniano z imienia i nazwiska. Nie mogli oni też liczyć na zbyt wysokie zarobki. Tylko w nielicznych przypadkach wydawcy decydowali się zapewnić tej grupie jakieś dodatkowe korzyści. W 1903 r. „Kuryer Polski” zorganizował piknik dla swoich „roznosicieli”. Według relacji zamieszczonej w piśmie parkowej zabawie nadzorowanej przez zarządcę ekspedycji miejskiej Ludwika Koteckiego wzięło udział 85 chłopców, którzy zjedli 40 funtów kiełbasek i 35 bochenków chleba, a mogli je popić wodą sodową. Przewidziano także rozmaite konkursy z nagrodami ufundowanymi przez polskich handlowców. Przykładowo Waśniewski przekazał na ten cel kolebacza (fotel bujany), J.C. Banaszyński piłkę, a firma Peterson & Jackowska gotówkę²⁴. W tym samym roku Michał Kruszcza urządził także gwiazdkę dla tej samej grupy pracowników²⁵. Z kolei w 1917 r. „Wiadomości Codzienne” oferowały mapę Polski dla tych chłopców-roznosicieli, którzy zgłoszą się w sobotę²⁶.

Pozyskiwanie informacji

Redaktorów pism polskich na emigracji często pogardliwie określano mianem „nożyczkowych”, z uwagi na to, że zawartość przygotowywanych przez nich pism w większości składała się z doniesień powycinanych z innych lokalnych i zagranicznych pism. Przykładowo na łamach „Dziennika Chicagoskiego” w 1912 r. ubolewano nad tym, że polskie gazety nie interesują się losem prowadzonych przez rodaków zakładów naukowych, diagnozując przy tym, że beczelne przepisywanie od innych, uzupełnione od czasu do czasu pustymi frazesami o złym stanie polskiej oświaty, jest łatwiejsze niż rzetelne dziennikarstwo²⁷. Inną teorię na temat niskiego poziomu polskiej prasy zamieszczono w „Kuryerze Polskim” w 1897 r. Narzekano wówczas, że nawet „Zgoda” nie ma pieniędzy na zatrudnianie specjalnych korespondentów i współpracowników, na barki jednego człowieka spada więc obowiązek napisania, zredagowania, sprawdzenia tekstów do całego numeru, a potem jeszcze prowadzenia korespondencji i załatwiania

²³ „Kuryer Polski” 7 XII 1892, s. 4.

²⁴ „Kuryer Polski” 28 VII 1903, s. 4.

²⁵ Tamże.

²⁶ „Wiadomości Codzienne” 20 XII 1917, s. 4.

²⁷ *Polskie Seminaryum w Orchard Lake, Mich[igan]*, „Dziennik Chicagoski” 20 VII 1912, s. 4.

dodatkowych spraw²⁸. Powyższe skargi stoją w sprzeczności z ustaleniami Daniela Kipera, zdaniem którego sieć korespondentów i współpracowników tygodnika Związku Narodowego Polskiego (ZNP) była w tym okresie całkiem rozbudowana²⁹. W tym kontekście należy pamiętać, że wyolbrzymianie fatalnego stanu piśmiennictwa polskiego mogło mieć na celu wzbudzenie zainteresowania czytelników za pomocą skandalu i sensacji, a nie informowanie o stanie faktycznym.

Nie ulega jednak wątpliwości, że część pism wydawanych w Stanach Zjednoczonych niemal w całości składała się z przedruków. W paryskim „Kurierze Polskim” z 1884 r. bezlitośnie skrytykowano zawartość założonego przez Władysława Dyniewicza „Tygodnika Naukowo-Powieściowego”. Zarzucono mu m.in. przedrukowywanie powieści bez zgody, a nawet informowania ich autorów³⁰. Podobne oskarżenia znalazły się także w rezolucji uchwalonej przeciwko Dyniewiczowi przez drukarzy w 1896 r.³¹ Na przechodzone, kalendarzowe anegdoty znajdujące się w numerze pierwszym nowego humorystycznego pisma „Śmiech” narzekano w „Nowym Życiu”³². Podobna opinia znalazła się w „Dzienniku Chicagoskim”, gdzie zawartość określono jako „second hand”, a ilustracje uznano w większości za zapożyczone z gazet amerykańskich³³. Pismem składającym się z samych przedruków było też wydawane w Milwaukee w latach 1898–1901 „Źródło”³⁴.

Stosunkowo bezpiecznym źródłem materiału do cytowania były gazety wydawane na terenie państw zaborczych, których redaktorzy w minimalnym tylko stopniu śledzili, czy ich utwory nie są czasem przedrukowywane na emigracji. Przykładowo zamieszczony w piśmie „Macierz Polska” z Chicago z 1904 r. wiersz *Niedźwiedź i gejsza*, nawiązujący do wojny japońsko-rosyjskiej, opublikowano wcześniej w lwowskim tygodniku humorystycznym „Śmigus”³⁵. Paweł Klimowicz w tygodniku „Rolnik” w 1911 r. wskazywał, że to właśnie nadmiar przedruków może doprowadzić do upadku pisma: „Przedewszystkiem zaś nie zamieszczaj w swej gazecie nudnych przedruków z gazet starokrajskich. Te przedruki – to istna zaraza morowa

²⁸ „Kuryer Polski” 13 II 1897, s. 2.

²⁹ D. Kiper, dz. cyt., s. 343 n.

³⁰ „Kurier Polski w Paryżu” 1 XII 1884, nr 23, s. 8; „Zgoda” 24 XII 1884, nr 42, s. 2.

³¹ *Rezolucye uchwalone przeciwko p. Wł. Dyniewiczowi, przez wszystkich drukarzy w Chicago, Ill.*, „Wiara i Ojczyzna” 10, 6 II 1896, nr 6, s. 7.

³² „Nowe Życie” 1 IV 1893, nr 13, s. 3.

³³ „Dziennik Chicagoski” 28 III 1893, s. 2.

³⁴ W. Kruszką, dz. cyt., s. 78; S. Zieliński, *Bibliografia czasopism polskich zagranicą 1830–1934*, Warszawa 1935, s. 155.

³⁵ k.z. [Z. Kamiński], *Niedźwiedź i gejsza*, „Macierz Polska” 1 VI 1904, nr 10, s. 8; toż, „Śmigus” (Lwów) 15 II 1904, nr 4, s. 2.

na wymianę nie była oczywiście amerykańskim wynalazkiem. Współpraca tego rodzaju z pismami wydawanymi w Europie z różnych względów nie zawsze była możliwa. Redaktor „Pielgrzyma” Jan Barzyński w liście do Józefa Ignacego Kraszewskiego z 16 lutego 1874 r. ubolewał, że krakowski dziennik „Czas” nie chce nadsyłać egzemplarzy swojego pisma na wymianę i żąda zawrotnych kwot w wysokości 100, 200 franków³⁹. Z kolei w „Zgodzie” w 1894 r. narzekano, że przez szkodliwą działalność ks. Konstantego Domagalskiego, dawniejszego redaktora pism emigracyjnych, który jednak zdecydował się powrócić do Europy, „Kuryer Poznański” przestał nadsyłać swoje numery na wymianę⁴⁰. Niekiedy pisma, zwłaszcza te, które nie stanowiły dla siebie konkurencji, nawiązywały bliższą współpracę. Przykładem takiej kooperacji była wymiana pomiędzy „Ameryką-Echo” z Toledo i „Gazetą Polską w Brazylii”. Północnoamerykański dziennik zbierał na zasadach redakcyjnych prenumeratę dla tygodnika z Kurytyby⁴¹, a w zamian miał zapewnione ciekawe korespondencje z Brazylii.

Choć przedrukowywanie informacji z innych pism było na porządku dziennym, to jednak wyróżniano i powszechnie krytykowano zjawisko plagiatu. Określano tak zamieszczanie tekstów z innych pism bez podania ich źródła. O powszechności tego zjawiska świadczą liczne skargi i narzekania publikowane przez cały badany okres. Problem dotyczył zwłaszcza tekstów, które redakcje uznawały za swój szczególny wkład w wydawnictwo, np. zamówione specjalnie dla danego pisma rozprawy i felietony. W 1902 r. „Wiarus” podał, że „Polak w Ameryce” przedrukował jego artykuł bez podania źródła, co „nie godzi się katolickiej gazecie”⁴². Naświetlając plagiat artykułu pt. *Sieją* z 15 lutego 1908 r. zmarłego nieco wcześniej Franciszka Hieronima Jabłońskiego przez „Nowiny Polskie” i „Dziennik Narodowy”, wydawcy „Dziennika Związkowego Zgoda” apelowali: „Koledzy (?) powinni pamiętać, że po zmarłym pozostały przecież sieroty, którym w żadnym razie, jak nie co innego, to przynajmniej „moralne poparcie słusznie się należy”⁴³.

W 1912 r. Kleofas Franciszek Pettkoske z „Telegrafu” odkrył, że konkurencyjne pisma „Dziennik Związkowy” i „Dziennik Narodowy” zapożyczyły z pamiętkowego numeru jego pisma opisy chicagowskiego Wojciechowa. Problem był tym dotkliwszy, że jubileuszowe wydanie miało zostać udostępnione czytelnikom dopiero w niedzielę, a plagiatorzy zamieścili ukradzione

³⁹ H. Florkowska-Frančić, M. Frančić, *Amerykańscy korespondenci Józefa Ignacego Kraszewskiego. Portret zbiorowy Polonii. Część II*, „Przegląd Polonijny” 1986, nr 2, s. 17.

⁴⁰ „Zgoda” 13, 20 VI 1894, nr 25, s. 1.

⁴¹ Zob. np. „Gazeta Polska w Brazylii” 7 I 1910, nr 1, s. 1.

⁴² „Wiarus” 13 XI 1902, nr 46, s. 1.

⁴³ „Dziennik Związkowy Zgoda” 3 X 1908, s. 4.

fragmenty w sobotnich numerach⁴⁴. W tym samym roku redakcja „Rolnika” ze Stevens Point narzekała, że „Dziennik dla Wszystkich” z Buffalo przedrukowuje na swoich łamach dział „Fakty i Falciki” pod zmienionym tytułem „Odpowiedzi redakcji”⁴⁵. W 1901 r. wydawcy milwauckiego „Kuryera Polskiego” oburzali się na postawę redaktora „Przyjaciela Ludu”: „Na czoło tygodników, które bezczelnie kradną wiadomości i artykuły pismom poważniejszym, wysunął się teraz «Przyjaciel Ludu» z Filadelfii. Pismo to pomieszcza obecnie stale artykuły (nie mówiąc już nic o wiadomościach) «Kuryera» i ani mu się nie śni o podawaniu źródła. Najlepszym zaś jest to, że inne tygodniówki je pomieszczają – przyznając rabusiowi literackiemu autorstwo”⁴⁶.

Zdaniem Stanisława Orpiszewskiego nadużyć podczas redagowania „Dziennika Związkowego Zgody” dopuszczał się Stanisław Dangel, który został zarządcą tego pisma w latach 1908–1910. Podczas kierowania tytułami związkowymi miał on np. szukać oszczędności poprzez obcinanie pensji redaktorom, zwalnianie pracowników drukarni, zmniejszanie objętości pism związkowych, a także „zanieczyszczał pismo swoimi chorobliwymi utworami, po karczemnemu napadając na wszystko i wszystkich, rzekomo dla podniesienia pisma, a tymczasem zamieniał je na brukowe, jak obecnie swojego «Narodowca»”⁴⁷.

Finansowanie pisma

Zapewnienie pismu stałego dochodu stanowiło element kluczowy dla jego istnienia. Spośród opisanych w bibliografii tytułów tylko nieliczne przetrwały dłużej i zapewniły swoim pracownikom stabilne źródło dochodów⁴⁸. Osoby zakładające nowe pismo w USA najczęściej nie dysponowały zbyt wielkimi rezerwami finansowymi, czasem więc o powodzeniu bądź niepowodzeniu danego przedsięwzięcia decydował przypadek. Przykładowo w 1911 r. miało powstać pismo „Goniec z South Brooklyna”, ale podczas prac remontowych w siedzibie przyszłej redakcji na skutek błędu robotników woda zalała lokale redakcyjne i drukarnię. Straty finansowe były zbyt duże, żeby opłacało się podejmować działalność⁴⁹. Z kolei „Kuryer Polski”, pisząc o „Ziarnie”, podkreślał, że wydawnictwo to przetrwało jedynie dzięki

⁴⁴ „Dziennik Chicagoski” 1 VII 1912, s. 7.

⁴⁵ „Rolnik” 29 III 1912, nr 13, s. 4.

⁴⁶ „Kuryer Polski” 28 V 1901, s. 2.

⁴⁷ S. Orpiszewski, dz. cyt., s. 4.

⁴⁸ Zob. też artykuł Katarzyny Sulej w tym tomie pt. *Prasa polonijna i emigracyjna z lat 1865–1918 w liczbach*.

⁴⁹ *Co słyhać w South Brooklynie?*, „Czas” (Brooklyn) 7 IV 1911, nr 14, s. 4.

dodatkowym kosztem ponoszonym przez jego wydawcę: „Były czasy, kiedy p. [Antoni] Małek nakład tego pisma z własnej kieszeni pokrywać musiał i chętnie pokrywał, aby tylko nie upadło, gdyż ono krzewiło i krzewi zamiłowanie do śpiewu polskiego w Ameryce”⁵⁰.

Wiele nowo powstających pism było inicjatywami zbiorowymi. Przykładowo w celu wydawania „Wędrowca” w Meriden (Connecticut) 19 stycznia 1895 r. została zorganizowana Spółka Wydawnicza z kapitałem początkowym 1200 dolarów, na czele której stanął powszechnie szanowany w mieście Jan Bóbr⁵¹. W 1911 r. „Rolnik” informował o nieudanej próbie założenia dziennika polskiego w Filadelfii. Aby zdobyć wymagane środki, na zebraniu obywatelskim zdecydowano się zorganizować spółkę z kapitałem początkowym 25 tys. dolarów. W celu zebrania tej kwoty wypuszczono dziesięciodolarowe akcje, ale według informacji „Rolnika” do grudnia udało się zgromadzić zaledwie 4 tys. dolarów⁵². Z kolei w 1913 r. „Echo Polskie” z Toledo donosiło o powstaniu konsorcjum polskich obywateli zamierzających wydawać dziennik w Detroit i inkorporowaniu do tego celu spółki akcyjnej na sumę 30 tys. dolarów. W przedsięwzięcie zaangażowało się Towarzystwo Polskich Kupców, a na zarządcę zatrudniono Edmunda Wolczyńskiego⁵³.

Pewne źródło dochodu mogło zapewnić pismu zostanie organem jakiejś dużej i wpływowej organizacji polonijnej bądź uzyskanie wsparcia finansowego jednej z amerykańskich partii. Jak dowodzi Daniel Kiper, ścisłe powiązanie „Zgody” z ZNP zapewniło temu tygodnikowi stabilność finansową, o której inne polskie periodyki emigracyjne mogły jedynie pomarzyć⁵⁴. W momencie kiedy otwierała się możliwość nawiązania takiej współpracy chętnych było wielu. Przykładowo na sejmie Związku Polek w 1904 r. delegatki mogły wybierać spośród czterech ofert: „Dziennika Narodowego”, „Młodzieży Polskiej”, „Kuryera Polskiego” oraz niezwiązanego z konkretnym pismem Adama Midowicza. Sprawę skierowano do przedyskutowania w komisji, która uznała, że najlepsze warunki zaoferował Midowicz. Jak tłumaczono, korzystanie z usług zamiejscowego „Kuryera Polskiego” mogło się okazać problematyczne, „Dziennik Narodowy” wykazał się brakiem szacunku, nadsyłając ofertę z błędami, a „Młodzieży [Polskiej] niechęć, bo co to młodzież chce nas pouczać, kiedy im się u nas uczyć trzeba”. Ostatecznie w głosowaniu zwyciężyła jednak oferta „Dziennika Narodowego”⁵⁵.

⁵⁰ „Kuryer Polski” 31 I 1902, s. 2.

⁵¹ „Kuryer Polski” 26 I 1895, s. 1.

⁵² „Rolnik” 22 XII 1911, nr 51, s. 6.

⁵³ *Nowy dziennik w Detroit*, „Echo Polskie” (Toledo) 22 III 1913, s. 2.

⁵⁴ D. Kiper, dz. cyt., s. 50 n.

⁵⁵ *V Sejm Związku Polek*, „Kuryer Polski” 30 VI 1904, s. 1.

Posiadanie własnego organu było też oczywiście korzystne dla samej organizacji. „Polak w Ameryce” pisząc o (niezrealizowanych) planach zawieszenia „Narodu Polskiego” i ponownym uczynieniu organem Zjednoczenia Polskiego Rzymsko-Katolickiego „Gazety Katolickiej”, ostrzegwał, że w 1887 r. takie rozwiązanie się nie sprawdziło. Z liczącej kilka tysięcy członków organizacji zostało tylko 400 osób i dopiero założenie własnego pisma „Wiara i Ojczyzna”, które naprawdę dbało o interesy tej organizacji, pozwoliło odwrócić ten niekorzystny trend⁵⁶.

Czasem organizacje chcące wydawać własne organy prasowe napotykały niespodziewane trudności. Przykładowo zdaniem Stanisława Orpiszewskiego w trakcie głosowania nad stworzeniem dziennika firmowanego przez ZNP na XVII Sejmie w Baltimore (Maryland) w 1907 r. część członków tej organizacji będących wydawcami lub współwłaścicielami innych pism głosowała przeciwko temu projektowi z obawy przed konkurencją⁵⁷.

Koszt wydawania pisma zwiększał się w czasach kryzysu. W przeciwieństwie do wewnętrznych sporów redakcje chętnie dzieliły się z czytelnikami opowieściami o tego rodzaju trudnościach. Informacji o zwiększających się kosztach druku lub cenach papieru było dużo zwłaszcza w latach Wielkiej Wojny. W 1917 r. „Kuryer Polski” i „Straż” odnotowały, jak wzrosły ceny materiałów wydawniczych w porównaniu z 1914 r.: „Papier do obwijania o 112,5%, papier do stereotypów o 25%, szpagat o 23%, kłajster o 12,5%, papier kalkowy o 345%, wstążki do maszynek do pisania o 367%, mąka używana do robienia kłajstru o 300%, oliwa o 27%, farba drukarska o 25%, węgiel do pieca do topienia metalu o 60%, metal do stereotypów o 78%, metal do linotypów o 87%, metal do monotypów o 73%, płyty do czyszczenia pras drukarskich o 72%, drzewo pod klisze 75%, gwoździe o 60%”⁵⁸.

6 sierpnia 1918 r. „Wiadomości Codzienne” poinformowały o ograniczeniach narzuconych prasie przez komisję przemysłową w Waszyngtonie z powodu ogólnokrajowych niedoborów papieru. Dzienniki miały zmniejszyć teksty informacyjne i redakcyjne o 15%, a pozostałe pisma o 20%. Objętość reklam mogła pozostać bez zmian. Zakazano także podejmowania wydawania nowych pism⁵⁹. Z kolei 28 stycznia 1918 r. wspomniane pismo nie mogło się ukazać z powodu braku węgla w mieście⁶⁰. W „Gazecie Polskiej w Brazylii” informacje o gwałtownie rosnących cenach papieru pojawiały się regularnie w latach 1916–1918. Ostatecznie 19 kwietnia 1918 r. redakcja

⁵⁶ „Polak w Ameryce” 13 VI 1898, nr 56, s. 1.

⁵⁷ S. Orpiszewski, dz. cyt., s. 4.

⁵⁸ „Straż” 12 VII 1917, nr 29, s. 7.

⁵⁹ „Wiadomości Codzienne” 6 VIII 1918, s. 1.

⁶⁰ „Wiadomości Codzienne” 26 I 1918, s. 4.



Il. 3. Reklama papierosów Hassan przez Edwarda Pauliego, za: „Gwiazda” 1914, nr 50, s. 7.

ogłosiła, że zmuszona jest z tego powodu zmniejszyć częstotliwość wydawania pisma z dwóch numerów tygodniowo do jednego⁶¹.

Najważniejszymi źródłami dochodów były prenumerata i reklama. Początkowo ważniejsze było to pierwsze, ale wraz z rozwojem technik drukarskich i reklamowych znaczenie anonsów dla finansów pisma poważnie wzrosło. Według sprawozdania „Wiary i Ojczyzny” za okres od 1 września 1893 do 1 sierpnia 1894 r. zysk z abonamentu wyniósł 5073,58 dolarów, a za ogłoszenia 711,85 dolarów⁶². Z kolei w 1915 r. w sprawozdaniu „Lutni” wykazano, że z abonamentu wpłynęło 179,25 dolarów, a z reklam aż 393⁶³. Podobne tendencje dotyczyły prasy na ziemiach polskich. Według Zbigniewa Bajki zwiększenie znaczenia reklam jest zauważalne od lat 70. XIX w., kiedy to zaczęli pojawiać się akwizytorzy reklamowi, a w prasie zaczęły powstawać działy ogłoszeń. Już w 1896 r. „Słowo Polskie” miało czerpać 60% swoich dochodów z ogłoszeń, a 40% z prenumeraty. Wpływy

⁶¹ „Gazeta Polska w Brazylii” 19 IV 1918, nr 27, s. 2

⁶² Sprawozdanie roczne ze stanu kasy Zjednoczenia Pol[skiego] Rzym[sko-]K[atolickiego] P[od] O[pieką] B[oskiego] S[erca] J[ezusa] w Ameryce, „Wiara i Ojczyzna” 23 VIII 1894, nr 34, s. 1.

⁶³ Sprawozdanie z XI. walnego zebrania Stow[arzyszenia] Polskich Organistów w Ameryce, p[od] o[pieką] świętej Cecylii, „Lutnia” 3, 1915, nr 8, s. 2.



Il. 4. Portret agenta Franciszka Sikory, za: „Nowe Życie” 1895, nr 4, s. 4.



Il. 5. Portret agenta Antoniego Cichockiego, za: „Ameryka w Toledo i Kurjer Clevelandski” 1892, nr 16, s. 1.

z reklam miały też stanowić prawie połowę w przychodach „Ilustrowanego Kuriera Codziennego” przed I wojną światową⁶⁴.

Komentarz na temat zmiany znaczenia reklam w finansach pisma nadesłał do redakcji „Kuryera Polskiego” korespondent z Detroit:

Dziesięć lat temu było co innego. Wtenczas polska, gazeta była małą, o 4 stronicach codziennie. Redaktor był jeden, zecerzy nie tak dobrze płatni. Więc kosztą były prawie o połowę mniejsze. Wten czas gazeta codzienna mogła się prawie z samych abonentów utrzymać. Dzisiaj papieru trzeba dać dużo, – dwa razy lub trzy razy tyle co dawniej. Redaktorów 3 lub 4. Zecerzy lepiej płatni. Papier droższy. Druk droższy. Materiał drukarski droższy. Dzisiaj, 6 centów na tydzień nie zapłacą samego papieru, druku i roznoszenia. A gdzie inne ogromne wydatki? Te muszą być pokryte z anonsów. Ale kupcy nie chcą ogłaszać w dwóch polskich gazetach, ani też nie ogłaszają w polskich gazetach wiele⁶⁵.

Całkowicie niedochodowe było wydawanie angielskojęzycznego „Free Poland”. Pismo to, założone przez Polską Radę Narodową, miało promować wśród Amerykanów ideę odbudowy państwa polskiego po wojnie. W związku z tym organizowano rozmaite zbiórki, żeby podtrzymać jego istnienie.

⁶⁴ Z. Bajka, *Krótką historia reklamy na świecie i w Polsce*, „Zeszyty Prasoznawcze” 26, 1993, nr 3/4, s. 44 n.

⁶⁵ K.M.H., *Dzienniki polskie w Ameryce*, „Kuryer Polski” 24 I 1903, s. 4.

W sierpniu 1916 r. w „Narodzie Polskim” opisano apel o jałmużnę rozesłany do polskiego duchowieństwa⁶⁶. W sprawozdaniu drukarni tego pisma za sierpień 1916 r. wyszczególniono, że jego dochód wyniósł 3122,55 dolara, z czego 2340 pochodziło ze sprzedaży samego pisma, 342,09 z ogłoszeń, 437,67 z różnych druków i 2,79 z procentu bankowego⁶⁷.

Prenumerata

Zapewnienie sobie dużego grona prenumeratorów było kluczowe dla każdego nowo zakładanego pisma. Można było skorzystać z pomocy już istniejących gazet, np. wykupić reklamy lub nadesłać do ich redakcji numery okazowe z nadzieją, że zostaną pozytywnie ocenione. Próbowano także bezpośrednio kontaktować się z potencjalnymi czytelnikami poprzez zdobywanie adresów Polaków mieszkających w danej okolicy i wysłanie im początkowych numerów z nadzieją, że zapłacą za kolejne. Szczególnie cenne dla wydawców były zatem większe spisy adresów, np. przejmowane po upadku innych pism. W wychodzącym w Kurytybie tygodniku „Naród” dowodząco, że antyklerykalne pismo „Życie” jest powiązane z redakcją „Polaka w Brazylii”, która udostępniła mu m.in. swój zbiór adresów prenumeratorów⁶⁸. W 1894 r. w wydawanym w Chicago tygodniku „Sztandar” redakcja ogłaszała, że wyśle pierwsze trzy numery pisma na każdy polski adres, jaki jej się uda zdobyć⁶⁹. Praktyka ta była kontynuowana w kolejnych latach istnienia pisma, np. w 1898 r. także obiecywano trzy darmowe numery każdemu, kto tylko prześle odpowiednie namiary⁷⁰. Lojalni odbiorcy mogli także dodatkowo wesprzeć pismo finansowo w kryzysowej sytuacji. Pieniądze na proces „Bicza Bożego” o obrazę kleru katolickiego (ok. 800 dolarów) zebrali głównie czytelnicy pisma⁷¹.

Wady takiego systemu pozyskiwania abonentów opisał redaktor nowojorskiego „Ogniska” Antoni Lewandowski w liście do warszawskiego „Przeгляdu Tygodniowego” z grudnia 1887 r. Jego zdaniem powyższe rozwiązanie niemal zawsze generuje dla wydawców niepotrzebne koszty:

⁶⁶ *Polska Rada Narodowa w Ameryce*, „Naród Polski” 23 VIII 1916, nr 34, s. 2.

⁶⁷ *Sprawozdanie Finansowe Drukarni za Sierpień, 1916*, „Naród Polski” 11 X 1916, nr 41, s. 2.

⁶⁸ „Naród” (Kurytyba) 17 III 1909, nr 11, s. 10.

⁶⁹ „Sztandar” (Chicago) 5 I 1894, nr 2, s. 1.

⁷⁰ „Sztandar” (Chicago) 10 III 1898, nr 10, s. 4.

⁷¹ „Czas” (Brooklyn) 30 XII 1910, nr 52, s. 4.

W prawdzie, na podstawie prawa miejscowego, orzekającego że: „osoba, odbierająca i zatrzymująca gazetę, zarówno czy ją zamówiła, czy nie, jest podług prawa uważaną za abonenta”, możnaby należną za ubiegły czas kwotę wyegzekwować, lecz obawa oburzenia na siebie szerszego ogółu, powstrzymuje wydawców od tej ostateczności, wskutek czego można prawie za zasadę przyjąć, że wydawnictwo, rozsyłające np. 3,000 egzemplarzy, kilkaset numerów ma natychmiast zwróconych; w pierwszych kilku tygodniach znajdzie się kilkudziesięciu, którzy naprzód zapłacić zechcą, a po półrocznym wydawaniu, będzie kilkuset takich, którzy zapłacić obiecują, reszta odbierających egzystuje chyba tylko po to, aby pozostać dla redaktora-wydawcy nigdy nierozwiązaną zagadką, na temat wiecznie zadawanego sobie pytania: „zapłacą, czy nie?”⁷².

W 1897 r. „Zgoda” dowodziła, że praktyki tego rodzaju doprowadziły do upadku „Polonię” z Baltimore. Pismo to drukowano w nakładzie 10 tys. egzemplarzy, ale większość odbiorców zalegała z opłatami. W związku z tym apelowano, aby przedstawiciele zwaśnionych obozów polskiej prasy, postępowego i konserwatywnego, porozumieli się ponad podziałami przynajmniej w tej sprawie i stworzyli dla polskich wydawców np. wspólne biuro informacyjne o czytelnikach⁷³.

Wątek adresów czytelników pojawił się także w 1892 r. podczas konfliktu Jana Karchuta, wydawcy pisma „Gość”, z ks. Zdzisławem Łuczycykiem, który początkowo drukował to pismo. W liście ogłoszonym na łamach „Kuryera Polskiego” ten pierwszy wzywał swoich abonentów do ponownego nadesłania mu informacji o miejscu zamieszkania, „gdyż adresa dawne zabrano mi w podstępny sposób, nie byłbym więc w stanie pisma nadal wysyłać”⁷⁴. W 1916 r. w „Dzienniku Związkowym Zgoda” opisano z kolei sensacyjną historię wykradzenia listy adresów odbiorców „Dziennika Ludowego” i przekazania jej „Telegramowi Codziennemu”, który zaczął im rozsyłać za darmo numery swojego pisma⁷⁵.

Przykładem czasopisma, któremu udało się zapewnić sobie oddane grono czytelników, była „Gazeta Polska” Władysława Dyniewicza. W krytycznym przeglądzie piśmiennictwa polskiego zamieszczonym w 1892 r. na łamach „Dziennika Chicagoskiego” podkreślano, że pismo to zyskało sobie najwięcej odbiorców wśród „prostego ludu i mieszkańców farm, w gronie których abonament przechodził często z ojca na syna”⁷⁶. Redak-

⁷² „Przegląd Tygodniowy Życia Społecznego, Literatury i Sztuki” (Warszawa) 15 I 1888, nr 3, s. 44.


⁷³ *Przegląd prasy polskiej w Ameryce*, „Zgoda” 25 XI 1897, nr 47, s. 1.

⁷⁴ „Kuryer Polski” 11 VII 1892, s. 4.

⁷⁵ „Dziennik Związkowy Zgoda” 14 VI 1916, s. 4.

⁷⁶ *Przegląd piśmiennictwa polskiego w Ameryce*, „Dziennik Chicagoski” 10 III 1892, s. 2.

**NIEBORACY
DARMOCZYTAŁSCY.**



You cut! those fellers, You bat!

Następujący dotychczasowi
abonenci nasi pozostali nam
winni za gazetę:

New York, Nev. Stezelecki	3.50
Newark Rev. L. Kwiatkowski	3.15
Baltimore F. J. Brzoźowski	3.65
Duluth Paweł Preiss	2.65
" Ten sam winien nam już od 4 lat za książkę	2.00
Putaski Piotr Gumieny	2.65
Stephen Wojciech Kuźnia	2.75
" Stef Butaszewski	2.65
St. Paul George Krawczyk	2.65
St. Paul Antoni Kubiak	2.45
Saginaw Michał Westolowski	2.65
Toledo Wojciech Herwart	2.65
Waukegan F. Gogolecki	2.15
Kansas C. J. Mjowski	2.30
Thomson, Jos. Gruba	2.15

(Ciąg dalszy nastąpi.)

12 Nie dziwić się biednemu
robotnikowi jeżeli nie może zapła-
cić za gazetę, ale jeżeli taki pan
Jan B. Kowalkowski z St. Cl o u d
pozwolił sobie wpakować pomię-
dzy Darmoczytańskich, to już
przechodzi wszelkie pojęcia. Posiada
dobrą farmę, a mieszka sobie
pięknie w mieście, gdzie objędną
powozem po salonach i trytuje. Syn
jego zaś aldermanem jest. A mimo
tego wszystkiego państwa nie
wzdrzygnął się ten asan J. B. Ko-
walkowski skrzywdzić wydawcę
naszej gazety o 4 dolary. — Władę,
że wstydu w oczach nie ma ten
urłówek.

Il. 6. *Nieboracy Darmoczytańscy*, „Wiarus” 11, 4 VI 1896,
nr 23, s. 3.

cja posiadająca oddane grono czytelników mogła także korzystać z nadsyłanych przez nich listów i tekstów. Pismo o mocniejszej pozycji mogło sobie pozwolić na większą selekcję. Przykładowo w 1907 r. „Gazeta Polska w Brazylii” odpisała niejakemu H. Skawińskiemu, że choć jego artykuł na temat powstania styczniowego jest dobrze napisany i porusza słuszne kwestie, to jednak odnosi się jedynie do sytuacji Polaków w zaboru rosyjskiego, a zatem nie nadaje się dla pisma polskiego w Brazylii. W zamian zasugerowano, żeby przesłać tekst do którejś z warszawskich redakcji⁷⁷.

Czasem przeszkodą w dotarciu do czytelników były kwestie techniczne. „Wiarus” omawiając wydawane w USA polskie dzienniki, wspomniał, że choć poziom redagowania „Polaka w Ameryce” bardzo się ostatnio poprawił i pismo ma wielu abonentów na Wschodzie, to dziennik ten nie jest czytany w zachodnich stanach, bo z uwagi na olbrzymie odległości w momencie, kiedy dociera do tamtejszych czytelników, to już traci na aktualności⁷⁸.

W 1908 r. „Gazeta Polska w Brazylii” oskarżyła konkurencyjny „Naród” o nieuczciwe praktyki związane z wykorzystywaniem danych swoich czytel-
ników. Oburzenie budziło zwłaszcza to, że jako

prenumeratorów traktowano nie tych, którzy zadeklarowali chęć dalszego płacenia za pismo po otrzymaniu okazowego numeru, ale wszystkich, którzy nie zadeklarowali, że sobie tego nie życzą⁷⁹. Tego rodzaju rozwiązanie generowało dodatkowe koszty, w związku z tym Polacy mieszkający w Prudentopolis (Parana) wspólnie opłacili ogłoszenie w „Gazecie Polskiej w Brazylii”, w którym wzywali Ludwika Szczerbowskiego do zaprzestania wysyłania im pisma⁸⁰.

⁷⁷ „Gazeta Polska w Brazylii” 31 I 1907, nr 5, s. 3.

⁷⁸ *Nasze polskie dziennie gazety*, „Wiarus” 12 III 1896, nr 11, s. 1.

⁷⁹ „Gazeta Polska w Brazylii” 16 I 1908, nr 3, s. 3.

⁸⁰ „Gazeta Polska w Brazylii” 6 II 1908, nr 6, s. 3.

Prenumeratę za pismo zbierali specjalnie do tego celu wyznaczeni ludzie nazywani agentami lub kolektorami. Większość osób zatrudnionych przez polskie wydawnictwa stanowili mężczyźni, ale niekiedy zadanie to powierzano kobietom. W 1913 r. opłaty za gazety Antoniego Alfreda Paryskiego w okolicy Shamokin (Pensylwania) zbierała agentka B. Słodyczka⁸¹. Liczne wzmianki o nieuczciwych pracownikach lub oszustach świadczą, że kontakt z dużymi sumami pieniędzy stwarzał sporą pokusę do nadużyć. W „Dzienniku Chicagoskim” w 1892 r. pisano o nakazie aresztowania byłego redaktora tego pisma, Zdzisława Łopatynera, za przywłaszczenie sobie pieniędzy z kolekty⁸². W wydawanym w Toledo dzienniku „Echo Polskie” w październiku 1912 r. opublikowano ostrzeżenie ze zdjęciem o Stanisławie Gawliku, który nielegalnie zbiera pieniądze za gazety Paryskiego. Oszust miał nawet wystawiać fałszywe pokwitowania⁸³. Z kolei żona byłego kolektora „Kurjera” pani Budzyńska musiała potem spłacać za niego część sumy, którą ukradł redakcji⁸⁴.

Oszustwa na większą skalę próbował dokonać dawny agent „Polonii” z Baltimore Alfons Małowiejski, który nie tylko ukradł swoim pracodawcom 34 dolary należności za prenumeratę i listę adresów prenumeratorów, ale nawet planował wydawać własne pismo pt. „Polonia Wisconsinia”. Przedsięwzięcie okazało się jednak mało dochodowe, a przedstawiciele „Polonii” zaczęli się domagać sprawiedliwości, w związku z czym niedoszły wydawca postanowił zamknąć pismo i uciec⁸⁵. Gazety starały się zabezpieczać przed utratą pieniędzy, publikując listy agentów lub podając dokładne informacje, kto, gdzie i w jakim okresie będzie zbierał należności za prenumeratę.

Pozytywną metodą przyciągania czytelników i zachęcania ich do opłacania pisma na dłużej były z kolei różnego rodzaju premie i prezenty. Najczęściej oferowano jako podarki kalendarze lub powieści. Większe wydawnictwa wydawały własne kalendarze, większość jednak sprowadzała z Europy popularne i kolorowe wydawnictwa Karola Miarki lub Jana Steinbrenera. Przykładowo „Polonia w Ameryce” w latach 1892–1894 oferowała za opłacenie abonamentu kalendarz mariański⁸⁶. Niekiedy trafiały się jednak bardziej

⁸¹ *Od wydawnictwa*, „Echo Polskie” 19 IV 1913, s. 4.

⁸² „Dziennik Chicagoski” 13 XII 1892, s. 2.

⁸³ „Echo Polskie” 1 X 1912 (M), s. 2.

⁸⁴ „Kurjer Nowojorski” 3 VII 1897, nr 25, s. 4.

⁸⁵ „Sztandar” 25 I 1895, nr 4, s. 3; „Polonia” (Baltimore) 6 VI 1895, nr 23, s. 5; „Katolik” (Winona) 20 VI 1895, nr 25, s. 4.

⁸⁶ Zob. np. „Polonia w Ameryce” 24 XI 1892, nr 4[?], s. 4; 15 XII 1892, nr 48, s. 1 (redakcja otrzymała 800 sztuk); 5 I 1893, nr 51, s. 4 (wkrótce zabraknie kalendarzy, bo w ostatnich dniach 487 osób opłaciło prenumeratę); 7 XII 1893, nr 47, s. 1; 13 XII 1894, nr 48, s. 1, 4.

oryginalne dodatki. W 1893 r. „Kuryer Polski” z Milwaukee oferował swoim najwierniejszym czytelnikom skrzynki na listy ozdobione tytułem pisma⁸⁷. „Śmiech” z Trenton miał próbować zdobyć prenumeratorów, oferując dla każdego ubezpieczenie w wysokości 25 dolarów⁸⁸. W 1911 r. „Robotnik Polski” z Nowego Jorku wydał pocztówki z ilustracją przedstawiającą ks. Damazego Macocha w kajdanach, w chwili, kiedy żandarmi austriaccy oddawali go w ręce policji rosyjskiej⁸⁹. W 1915 r. czytelnikom „Dziennika Ludowego” z Chicago za zdobycie dwóch nowych rocznych abonentów dawano butelkę wraz z pudełkiem do noszenia obiadu do pracy⁹⁰. Zachęty tego typu były tym bardziej istotne, że prasa polonijna w Stanach Zjednoczonych rywalizowała o czytelnika nie tylko pomiędzy sobą, ale także z pismami litewskimi czy ukraińskimi. Świadczy o tym chociażby to, że w ankiecie przeprowadzonej w 1894 r. przez Towarzystwo Litewsko-Europejsko-Amerykańskie Wawrzyńca Iwńskiego (Laurynasa Ivinskisa) pojawiło się pytanie o czytanie i prenumerowanie polskich gazet⁹¹.

Narzekanie na czytelników nieuiszczających należności za pismo było stałym elementem na łamach polskich pism emigracyjnych. Redaktorzy starali się stosować różne zabiegi i sztuczki mające na celu skłonienie opornych do opłacenia prenumeraty. Popularną metodą było publikowanie list tych, którzy za pismo zapłacili lub – w przypadku braku odzewu – zalegających z opłatami. W 1895 r. „Polonia w Ameryce” zdecydowała się postraszyć „darmoczytalskich”, że jeśli nie uregulują zaległości, to od przyszłego numeru zaczną być publikowane ich nazwiska⁹². Powyższym pejoratywnym przymiotnikiem na określanie ludzi unikających opłat za pismo chętnie posługiwały się także inne redakcje. W 1903 r. „Ameryka-Echo” wyjaśniała czytelnikom, że nie wysyła swoich numerów za darmo do Towarzystw Czytelni, co do istnienia których nie ma pewności. Zdarsza się bowiem, że „darmoczytalscy” zakładają fikcyjne organizacje, żeby wyłudzać darmowe lektury⁹³.

Na porządku dziennym były też odezwy do czytelników odwołujące się do ich moralności lub uczuć patriotycznych. W marcu 1910 r. „Gazeta Polska w Brazylii” apelowała: „Jest w samej Paranie przeszło 86 tysięcy Polaków, a wszystkich czytelników polskich gazet niema w całej Brazylii dwóch

⁸⁷ „Kuryer Polski” 4 V 1893, s. 4.

⁸⁸ „Gazeta Polska” (Nowy Jork) 6 VII 1893, nr 10, s. 2.

⁸⁹ „Czas” (Brooklyn) 13 I 1911, nr 2, s. 5.

⁹⁰ „Dziennik Ludowy” 12 XI 1915, s. 6.

⁹¹ B. Raguotis, *Amerikos lietuvių periodikos skaitytojų nuomonės tyrimai (1879–1919)*, „Žurnalistikos Tyrimai” 2014, nr 7, s. 221.

⁹² „Polonia w Ameryce” 4, 13 VI 1895, nr 22, s. 4.

⁹³ *Odpowiedzi redakcyi*, „Ameryka-Echo” 19 VIII 1903, nr 38, s. 8.

LEON F. WAZETER
*Leon F. Wazeter wydawca i jeden z
 przedstawników pomiędzy polakim iuleni
 w Ameryce pali HASSAN i chce abyby
 każdy z jego rodaków otrzymał tych dob-
 rych papierosów, Oto co on mówi.*

"HASSAN
 to wszystko czem powinien
 papieros być — z najlepszego i
 najczystszeo tytoniu, duży w
 formie, wonny i zadawalnają-
 cy. Choć cena ich jest niska,
 to jednak gatunek równa się
 którymkolwiek papierosom
 na rynku. Ja uważam HIAS-
 SAN "Za przodujący w Ameryce" i życzę każdemu palaczowi
 do spróbowania tych dobrych a prawdziwych papierosów."

Leon F. Wazeter

HASSAN
 CORK TIP
 THE STANDARD OF AMERICA
 CORK TIP

5¢

**"The
 Standard of
 America"**

Il. 7. Reklama papierosów Hassan przez Leona F. Wazetera, „Echo Polskie” (Toledo) 22 VIII 1913, nr 198, s. 2.

tysięcy! wyraźnie dwóch tysięcy! Jakież to dla nas ujemny fakt. Gdyby nam to obliczył ktoś z innej narodowości, i robił zarzuty że jesteśmy po większej części nieukami – to by nas to bardzo gniewało, ale my sami nie prowadzimy nigdy kontroli swych czynności i zdolności⁹⁴. W podobnym tonie pisano w 1915 r. w wydawanym w Scranton tygodniku „Straż”. Według przytaczanych przez redakcję tego pisma danych średni nakład dziesięciu polskich dzienników wynosił 250 tys. egzemplarzy, co oznaczało, że spośród 4 mln Polaków mieszkających w Stanach Zjednoczonych zaledwie co szesnasty prenumerował gazetę codzienną w swoim języku, co wypadło niekorzystnie na tle Amerykanów⁹⁵. Niepokój o stan polskiego czytelnictwa prasy był zauważalny także w innych typach źródeł. Henryk Kałusowski w liście do Józefa Ignacego Kraszewskiego z 27 lipca 1872 r. ubolewał, że nowojorska „Swoboda” była w stanie zdobyć zaledwie 400 abonentów. Podobny komentarz znalazł się w liście Stanisława Artwińskiego z 28 kwietnia 1880 r. na temat gazety „Ogniwo”⁹⁶.

⁹⁴ *Od redakcyi!*, „Gazeta Polska w Brazylii” 11 III 1910, nr 10, s. 3.

⁹⁵ *Polskie czytelnictwo*, „Straż” 10 VI 1915, nr 23, s. 3.

⁹⁶ H. Florkowska-Frančić, M. Frančić, dz. cyt., s. 17.

Reklamy

Niezwykle ważnym źródłem dochodu dla redakcji były reklamy. W Stanach Zjednoczonych panowała dość duża swoboda, jeśli chodzi o zamieszczanie tego rodzaju treści, bo regulacje prawne pojawiły się stosunkowo późno. W 1890 r. zaczął obowiązywać tzw. Sherman Act, czyli prawo mające na celu wyeliminowanie niedozwolonej konkurencji. Istotny był także Printer Ink Statute z 1911 r., zakazujący mylących i wprowadzających w błąd ogłoszeń⁹⁷. Nie oznacza to jednak, że po jego obwieszczeniu zaczęto poddawać tego rodzaju treści ścisłej kontroli. Zwłaszcza w nieangielskojęzycznych pismach wydawcy zachowali w tym zakresie dużą swobodę.

Ważnym czynnikiem wpływającym na ilość i rodzaj zamieszczanych reklam był fakt, że przez długi czas były one uznawane za zawartość gorszej kategorii. W pismach wydawanych na ziemiach polskich poważne literackie lub naukowe periodyki nie zamieszczały reklam bądź umieszczały je na osobnej, nieliczbowanej okładce, którą biblioteki często usuwały przy oprawianiu poszczególnych roczników. Przykładowo do głównego numeru warszawskiego tygodnika dla kobiet „Bluszcz” reklamy trafiły w większej ilości dopiero w 1902 r., choć pismo posiadało także dodatek „Wzory Ubiorów i Robót”, w którym odpowiednie do tematyki ogłoszenia pojawiały się już znacznie wcześniej⁹⁸. W przeglądzie piśmiennictwa polskiego zamieszczonym w „Dzienniku Chicagoskim” w 1892 r. chwalono „Polaka w Ameryce” za to, że coraz mniej w nim anonsów i przedruków, a coraz więcej oryginalnych tekstów⁹⁹. Skrajnym przykładem takiego podejścia w prasie emigracyjnej była postawa Jana Karchuta, właściciela księgarni w Manitowoc (Wisconsin) i wydawcy tygodnika „Gość” w 1892 r. W winiecie swojego pisma ogłaszał on, że obcych ogłoszeń nie przyjmuje, a w numerze czwartym w odpowiedzi na listy od polskich właścicieli firm wyjaśniał: „Przyjąwszy za hasło i cel tylko słuzenie dobrej sprawie, nie widzimy w anonsach środków do tego celu prowadzących. Postawiwszy się w położeniu naszych czytelników, radziej byśmy utrzymywali i czytali pisma z mniejszą liczbą anonsów, a więcej wiadomościami, niż pisma, po prostu mówiąc, naszpikowane anonsami”¹⁰⁰. Z reklam próbował także zrezygnować wydawany w Filadelfii litewski tygodnik robotniczy „Kova”,

⁹⁷ E. Nowińska, *Kilka słów o reklamie na przestrzeni wieków tytułem wstępu do rozważań prawnych*, w: *Reklama: aspekty prawne, nowe wyzwania*, red. M. Namysłowska, Warszawa 2022, s. 30.

⁹⁸ I. Warpas, *Początki reklamy na łamach „Bluszczu” – próba charakterystyki*, w: *Integralia IV. Wymiary studenckiej humanistyki*, red. A. Lica, M. Kardasz, Elbląg 2016, s. 83 n.

⁹⁹ *Przegląd piśmiennictwa polskiego w Ameryce*, „Dziennik Chicagoski” 24 II 1892, s. 2.

¹⁰⁰ *Od redakcji*, „Gość” (Manitowoc) 1, 5 V 1892, nr 4, s. 1.

ale redakcja szybko musiała się wycofać z tego pomysłu¹⁰¹. W 1915 r. „Dziennik Narodowy” zamieścił ogłoszenie o mającym się odbyć 29 listopada posiedzeniu Spółki Wydawniczej „Kumoszki”, na którym dyskutowana będzie m.in. kwestia, czy wciąż w piśmie drukowane być mają jedynie ogłoszenia polskich kupców¹⁰².

Większość emigracyjnych gazet nie mogła sobie jednak pozwolić na wybredność w doborze reklamodawców. W winietach wielu polsko-amerykańskich pism pojawiały się teksty w języku angielskim zachęcające do zamieszczania ogłoszeń przedsiębiorców niebędących Polakami. Przykładowo w 1892 r. nad winietą nr. 34 „Kurjera” z Toledo podano: „Poles only patronize businessman who advertise in «The Kurjer»”¹⁰³. Z kolei w winiecie „Przeglądu” ze Scranton w 1898 r. można było przeczytać, że pismo: „Has the largest circulation in the State of Pennsylvania or any Eastern State”¹⁰⁴. Redakcja „Wiarusa” z Winony, chcąc zareklamować swoim czytelnikom nowe pismo z Milwaukee pt. „Dziennik Milwaucki”, w 1899 r. zamieściła jako dowód na stabilność i wpływy nowego wydawnictwa wśród Polaków w tym mieście listę kupców, restauracji i lekarzy, którzy zdecydowali się na zamieszczenie w nim ogłoszeń¹⁰⁵. Z kolei Stanisław Orpiszewski w artykule rocznicowym dotyczącym historii „Dziennika Związkowego Zgoda” podkreślał, że dzięki sprytowi i energii w pozyskiwaniu reklamodawców przez generalnego agenta ogłoszeń Filipa M. Ksyckiego pismo zyskało stabilność finansową¹⁰⁶.

Zdaniem scrantońskiej „Straży” największy dochód polskim redakcjom przynosiły reklamy zagranicznych kupców. Wynikało to z niezrozumienia wśród Polaków, jak należy korzystać z reklamy: „Niejeden z kupców lub przemysłowców polskich, zapłaciwszy za ogłoszenie dolara, dwa lub pięć, chciałby od razu tysiące zysku. Gdy nadzieja po jedno lub kilkorazowym ogłoszeniu zawiedzie, zniechęca się i uważa wydanie kilku dolarów za ciężką niepotrzebną stratę. Obconarodowiec zaś płaci za ogłoszenia setki i tysiące, osiąga skutek i bogaci się”¹⁰⁷. W 1911 r. „Rolnik” wytknął „Zgodzie” nieumiejętne pozyskiwanie reklamodawców. Zauważył bowiem, że choć jako przyczynę zmiany częstotliwości z miesięcznika na tygodnik wbrew uchwale sejmu ZNP podano fakt, że do tego pierwszego trudno było znaleźć chętnych do zamieszczania ogłoszeń, to jednak w nowych,

¹⁰¹ B. Raguotis, dz. cyt., s. 235.

¹⁰² „Dziennik Narodowy” 27 XI 1915, s. 9.

¹⁰³ „Kurjer” (Toledo) 29 VIII 1892, nr 34, s. 1.

¹⁰⁴ „Przegląd” 19 I 1898, nr 42, s. 1.

¹⁰⁵ *Nowy dziennik polski w Milwaukee*, „Wiarus” 14, 9 III 1899, nr 10, s. 4.

¹⁰⁶ S. Orpiszewski, dz. cyt., s. 4.

¹⁰⁷ *Polskie czytelnictwo*, s. 3.

wychodzących częściej numerach nie widać zwiększonej liczby anonsów¹⁰⁸. Czasem kupcy innego pochodzenia niż polskie w reklamach w polskojęzycznych czasopismach dodawali informacje sugerujące szczególną sympatię dla Polaków. W reklamach firm niepolskich zamieszczanych w „Jedności” pojawiały się adnotacje typu: „Pamiętajcie, że E. Lemberg jest przyjacielem Polaków” lub „Zawiadawcą i tłumaczem jest u mnie Polak, Józef Sroczyński”¹⁰⁹. W 1900 r. na łamach „Gazety Polskiej w Brazylii” opublikowano ogłoszenie niemieckojęzycznego pisma „Der Beobachter” skierowane do polskich kupców, w którym zachwalano, że z powodu wielkiej liczby prenumeratorów najlepiej nadaje się ono do umieszczania anonsów i reklam¹¹⁰.

Wydawca „Słowa” w Milwaukee Kazimierz Neuman oskarżał w 1894 r. właściciela konkurencyjnego pisma „Kuryer Polski” Michała Kruszkę o nieuczciwe praktyki polegające na podbieraniu reklamodawców. Agenci „Kuryera Polskiego” mieli być wysyłani do firm ogłaszających się w „Słowie” i oferować lepsze warunki finansowe, nawet jeśli odbywało się to poniżej kosztów wykonania: „Dość powiedzieć, że za 4 tysiące cyrkularzy, wielkości 9 i 12 cali, tłumaczonych z angielskiego na polskie, płacą tacy «uprzywilejowani» kupcy trzy dolary. Natomiast od swych przyjaciół, którzy progów drukami «Słowa» me śmia przestąpić, bierze Kruszka swoje zwykłe ceny, dwa razy wyższe od Cen naszych. Pewien początkujący polski adwokat za kilka tysięcy 60 centowych kopert z najprostszymi nagłówkami, zapłacić musiał po \$1.80, podczas gdy takie same koperty odstawiamy z dobrym zyskiem po \$1.15”¹¹¹. Niekiedy zdarzało się także nieuczciwe traktowanie reklamodawców przez redakcje pism. W 1912 r. w „Echu Polskim” oskarżono „Kuryer Katolicki”, że choć przyjął pieniądze za ogłoszenie od partii niezależnej, to go nie zamieścił w egzemplarzach rozesłanych prenumeratom, lecz wydrukował tylko kilka numerów do pokazania zarządowi partii¹¹².

Z kwestią odpowiedzialności za zawartość zamieszczonych reklam w przewrotny sposób poradzono sobie w 1912 r. w „Echu Polskim” z Toledo. Tłumaczono tam, że co prawda wydawcy nie przyjmują ogłoszeń sprzecznych z obowiązującą moralnością, ale jednocześnie nie mogą brać na siebie wszystkich skutków związanych z kupowaniem wspomnianych w nim produktów. Czytelnik sam powinien dbać o własny rozwój umysłowy poprzez wnikliwe czytanie książek czy gazet i dzięki temu być w stanie samodzielnie odróżniać prawdę od fałszu. Rozważania te podsumowano: „Człowiek

¹⁰⁸ „Rolnik” 16 VI 1911, nr 24, s. 4.

¹⁰⁹ „Jedność” 31 I 1896, nr 2, s. 6.

¹¹⁰ „Gazeta Polska w Brazylii” 22 X 1900, nr 42, s. 2.

¹¹¹ „Słowo” 8 IX 1894, nr 36, s. 4.

¹¹² „Echo Polskie” 5 XI 1912 (M), nr 162, s. 4.

oświecony, który przeczyta ogłoszenie o czarnej magii, roześmieje się z niego, wiedząc, że czarna magia to zręczne kuglarstwo dla zabawy ludzkiej, a nie siła nadprzyrodzona. Ciemnemu człowiekowi zdaje się co innego i pada ofiarą własnej ciemnoty”¹¹³. „Wiadomości Codzienne” w kwietniu 1918 r. pochwały się na pierwszej stronie tym, że odmówiły zamieszczenia płatnego ogłoszenia Badaczy Pisma Świętego. Odmowę uzasadniono następująco: „Ludzie nasi i tak mają za zbyt dużo w sobie fanatyzmu, nie chcemy przeto przykładać ręki do większego ich bałamucenia”¹¹⁴.

Choć normą było zastrzeżenie, że za zawartość reklam redakcja nie odpowiada, to na łamach pism niekiedy poruszano także i tę kwestię. Rozważania na temat dopuszczalnych form reklam pojawiły się np. w 1909 r. w „Dzienniku Chicagoskim” przy okazji uwag na temat konfliktu pomiędzy Zjednoczeniem Polskim Rzymsko-Katolickim a Związkiem Narodowym Polskim. Redakcja zadeklarowała, że nie potępia nawet „najhałaśliwszej reklamy biznesowej”, o ile takowa nie zawiera fałszu, bezczelności lub przesady. Wyrażono także ubolewanie, że z powodów etycznych Stowarzyszenie Lekarzy Polskich w Chicago zabrania swoim członkom ogłaszania się w gazetach, przez co tracą oni możliwość dotarcia do potencjalnych klientów, a korzystają z tego niemający takich oporów przedstawiciele innych nacji¹¹⁵. Do rozważań powrócono w następnym roku. Omówiono wtedy fakt, że Stowarzyszenie Lekarzy Polskich zaleciło polskim pismom, aby nie zamieszczały żadnych reklam środków czy praktyk medycznych, z uwagi na to, że w Stanach Zjednoczonych działa zbyt wiele organizacji i firm o wątpliwej reputacji. Redakcja uznała ten zapis za szkodliwy i niemożliwy do wykonania z kilku powodów. Uznanie wszystkich instytucji chcących reklamować usługi medyczne lub leki za oszustów jest nieuczciwe, a redakcja nie ma kompetencji, żeby oceniać zawartość każdego takiego ogłoszenia. W tym przypadku pomocne w przyszłości mogłyby być zaświadczenia o uczciwości danej instytucji wydawane przez odpowiednie towarzystwa naukowe. Zauważono także, że tego rodzaju wybiórczość w przyjmowaniu ogłoszeń zapewne doprowadziłaby do bankructwa pisma¹¹⁶.

Niekiedy wytykano zamieszczanie anonsów szarlatanów czy tzw. cudownych lekarstw. „Dziennik Chicagoski” w listopadzie 1913 r. zamieścił rysunek przedstawiający czwartą stronę „Dziennika Związkowego Zgody”, na której jednocześnie znajduje się wezwanie do walki z szarlatanerią i mnóstwo reklam wątpliwej jakości leków i usług medycznych. Karykatura ta miała

¹¹³ „Echo Polskie” 28 XII 1912, s. 2.

¹¹⁴ „Wiadomości Codzienne” 27 IV 1918, s. 1.

¹¹⁵ *Uwagi*, „Dziennik Chicagoski” 28 IX 1909, s. 4.

¹¹⁶ *Notatki*, „Dziennik Chicagoski” 19 V 1910, s. 4.



APTEKA
na rogu Noble i Blackhawk ul.
polecają jako specjalność:

KROPLE MARIACELSKIE, które powinny stać się w każdym domu. Jestto znane i najskuteczniejsze lekarstwo przeciw wszelkim bólom żołądka, ścisaniu, chorobom macicy niestrawności. Przeczyszcza krew.

BALSAM CZĘSTOCHOWSKI na kaszel. Nie ma lepszego lekarstwa we wszystkich chorobach płuc i gardła i w modrym kaszlu u dzieci.

ADAMANT usuwa najrozmaity ból przy cierpieniach reumatycznych, neuralgii i kłuciu w kł. ku minutach.

Oprócz tych środków można dostać u nas wszystkie lekarstwa tak intolozje jak i starokrajkie.

REKPTY PRZYJADĄ SIĘ ZE SZCZEGÓLNA TROŚLIWOŚCIĄ.
Doktor polski mieszka nad apteką.
i innych doktorów powołuje się na sądanie telefonem

TELEFON West 495
ADAM SZWAJKART i Spółka
dyplomowany aptekarz ze starego kraju.

WEBER & JANKOWSKI
Jedyna Polska Fabryka
sprzętów i różnych przyrządów do aptek, składów grocerskich, salonów i ośców jak:
PÓBELI, SZAFKI WYSTAWOWE, ŁADY, ŁĄDOWNIE i t. p.
Skład: No. 63 & 65 W. Washington Str
Fabryka: 75 North Ave. 124-011-00

Il. 9. Reklama balsamu częstochowskiego sprzedawanego w aptece na rogu Noble i Blackhawk, „Dziennik Chicagoski” 4, 11 II 1893, nr 36, s. 3.

być przypomnieniem, że pismo to nie stosuje się do uchwały wydającego je ZNP¹¹⁷. W 1914 r. „Rolnik” skomentował: „Z przyjemnością zaznaczamy, że ogłoszenia humbugierskie wyrzucono ze szpalt «Dziennika Związkowego» zgodnie z uchwałą sejmu. Lepiej późno niż nigdy!”¹¹⁸. „Wiadomości Codzienne” krytykowały wciąż ignorującą wydany przez ZNP zakaz zamieszczania reklam lekarzy-oszustów „Zgodę”. Na łamach tego pisma nadal pojawiały się bowiem środki na uznawaną za nieuleczalną wodną puchlinę, magnetyczne pierścionki na reumatyzm czy oferty leczenia korespondencyjnego¹¹⁹.

W 1895 r. w „Polonii w Ameryce” i „Kuryerze Polskim” oburzano się na reklamy środka o nazwie balsam częstochowski, ozdobione wizerunkiem ks. Augustyna Kordeckiego broniącego Jasnej Góry przed Szwedami, które zamieszczał w polskich pismach w Buffalo Stefan M. Spryszyński. „Kuryer Polski” określił nawet ten sposób przyciągania klienta mianem

¹¹⁷ „Dziennik Związkowy” a humbugierskie ogłoszenia, „Dziennik Chicagoski” 7 XI 1913, s. 1.

¹¹⁸ „Rolnik” 9 I 1914, nr 2, s. 4.

¹¹⁹ „Wiadomości Codzienne” 25 V 1917, s. 2.

„żydowskiego” i skomentował: „Używanie nazwy cudownego miejsca, oraz portretu i imienia dla każdego Polaka świętego księdza dla tak poziomego celu, jak reklamowanie kropli żołądkowych, dowodzi nie tylko wielkiej głupoty owego aptekarza, ale jest wprost świętokradztwem i obelgą narodowości polskiej”¹²⁰. Skrytykowany dystrybutor lekarstwa nadesłał list do redakcji, w którym wyjaśniał, że jedynie przyjął nazwę funkcjonującą w Kongresówce. Zauważył także, że wytykająca go z imienia i nazwiska redakcja sama nie ma oporów przed zamieszczaniem ogłoszeń np. cygar Sobieskiego. W odpowiedzi już w łagodniejszym tonie wyjaśniono, że tak jak w przypadku większości dzienników redakcja i biuro anonsowe „Kuryera Polskiego” działają odrębnie, a zatem wydawca i redaktor nie mają wpływu na treść zamieszczanych w piśmie reklam¹²¹. Co ciekawsze, przed zamieszczaniem ogłoszeń apteki dr. Adama Sz wajkarta, również sprzedającej ten specyfik, nie miał oporu wydawany przez zmartwychwstańców „Dziennik Chicagoski”¹²².

Oburzenie jednego z czytelników „Echa Polskiego” wzbudziła reklama niepolskiego przedsiębiorstwa zamieszczona w jednym z polskich pism w Filadelfii z okazji obchodów rocznicy powstania styczniowego. Redakcja skomentowała: „Jest to wysoce niesmaczna reklama i powstaje pytanie, na jakiej zasadzie obchód wielkiej i smutnej rocznicy naszej połączony został ze spekulacyjnym przedsiębiorstwem obconarodowem i czy w ogóle wolno obconarodowcom przyczepiać swój interes do polskich obchodów narodowych i czy to jest godnem polskiego pisma, które łączy obie te kwestye razem?”¹²³. W nr. 45 „Narodu Polskiego” z 1916 r. pojawiło się też sprostowanie wyjaśniające, że kontrowersyjne ogłoszenie zamieszczone w poprzednim numerze, które zawierało m.in. zarzuty wobec prezydenta Thomasa Woodrowa Wilsona o popieranie prześladowań katolików w Meksyku, zostało zamieszczone pod nieobecność prezesa Zjednoczenia Polskiego Rzymsko-Katolickiego i bez wiedzy zarządu tej organizacji¹²⁴.

Powyższe problemy nie były typowe jedynie dla prasy polonijnej. Podobne dylematy w związku z zamieszczaniem reklam pojawiały się także na łamach wydawanych w Stanach Zjednoczonych pism litewskich. W odpowiedzi na ankietę o zawartości pisma ogłoszoną w 1911 r. przez redakcję

¹²⁰ „Polonia w Ameryce” 27 VI 1895, nr 24, s. 2; *Nowy humbug*, „Kuryer Polski” 10 VII 1895, s. 2.

¹²¹ *Balsam częstochowski*, „Kuryer Polski” 16 VII 1895, s. 2.

¹²² Zob. np. „Dziennik Chicagoski” 6 XII 1892, s. 4; 3 X 1902, s. 8.

¹²³ „Echo Polskie” 22 II 1913, s. 2.

¹²⁴ *Protest. Do Braci i Sióstr w Zjednoczeniu*, „Naród Polski” 8 XI 1916, nr 45, s. 1; zob. też *Prześladowanie Kościoła Katolickiego w Meksyku*, „Naród Polski” 1 XI 1916, nr 44, s. 3.

„Lietuvos” pojawiły się opinie, że należy ograniczyć ilość reklam, zwłaszcza alkoholu lub podejrzanych instytucji medycznych¹²⁵. Uwagę redakcji warszawskiego „Bluszczu” w 1905 r. wzbudziło ogłoszenie nadesłane przez studenta o „sympatycznej powierzchowności”, który zobowiązywał się odpłatnie świadczyć czytelnikom jakieś bliżej niesprecyzowane usługi. W kolejnym numerze redakcja zdecydowała się wyjaśnić, że nie miała wpływu na treść anonsu, bo został on nadesłany z biura ogłoszeń, ale i tak przekażą honorarium na cele charytatywne¹²⁶. Sporadyczne skandale związane z ogłoszeniami o szczególnie kontrowersyjnej treści nie miały jednak wpływu na fakt, że reklama jako źródło dochodu była niezbędną dla przetrwania gazety.

Zakończenie

Emigracyjne dzienniki i tygodniki są doskonałym źródłem anegdot na temat warunków pracy panujących w redakcjach. Relacje oraz krótkie wzmianki na temat stanu finansowego gazety czy życia jej redaktorów pozwalają uchwycić, jak ciężkim i mało stabilnym zajęciem był zawód dziennikarza na emigracji. Widoczne są zwłaszcza problemy z zapewnieniem wydawnictwu stałych źródeł dochodu, a także pogodzenie kwestii finansowych z deklarowanymi w artykułach programowych celami i zasadami moralnymi. Informacje tego typu pokazują też, jakiego rodzaju praktyczne umiejętności przydatne były w zawodzie dziennikarza. Należy jednak pamiętać, że historie tego rodzaju, niezależnie od tego, czy dotyczyły sytuacji we własnym wydawnictwie, czy w konkurencyjnych przedsiębiorstwach, nie były tylko bezstronnym zapisem dawnych wydarzeń. Apele o dramatycznym stanie finansowym pisma nie zawsze odzwierciedlały jego rzeczywistą kondycję finansową i czasem służyły jedynie zmobilizowaniu czytelników do uregulowania zaległych prenumerat. Zabiegi tego typu były tym istotniejsze, że redakcje nie dysponowały żadnymi prawnymi narzędziami do radzenia sobie z dłużnikami. Podobną ostrożność należy zachować przy cytowaniu ówczesnych opinii na temat stanu polskiej prasy. Choć zjawisko plagiatu było na porządku dziennym, to jednak duża konkurencja pomiędzy polskimi gazetami wymuszała na ich redakcjach przyciąganie czytelników nie tylko za pomocą atrakcyjnych premii, ale także umieszczania oryginalnych treści.

¹²⁵ B. Raguotis, dz. cyt., s. 225.

¹²⁶ I. Warpas, dz. cyt., s. 88.

Bibliografia

Prasa

- „Ameryka” („Ameryka w Toledo”, „Ameryka-Echo”) (Toledo–Chicago) 1903
„Czas” (Brooklyn) 1910–1911
„Dziennik Chicagoski” (Chicago) 1892–1893, 1900–1901, 1909–1910, 1912–1913
„Dziennik Ludowy” (Chicago) 1915
„Dziennik Narodowy” (Chicago) 1915
„Dziennik Związkowy Zgoda” (Chicago) 1908, 1916, 1918
„Echo Polskie” (Toledo) 1912–1913
„Gazeta Polska” (Nowy Jork) 1893
„Gazeta Polska w Brazylii” (Kurytyba–São Paulo) 1900, 1907–1908, 1910–1911, 1918
„Gość” (Manitowoc) 1892
„Jedność” (Filadelfia) 1896
„Katolik” (Winona) 1895
„Kurjer” (Toledo) 1892
„Kurjer Nowojorski i Brooklyński” („Kurjer Nowojorski”) (Nowy Jork) 1897
„Kurjer Paryzki” („Kurjer Polski w Paryżu”) (Paryż) 1884
„Kuryer Polski” (Milwaukee) 1892–1893, 1895, 1897, 1899, 1901–1904, 1913
„Lutnia” (Chicago) 1915
„Macierz Polska” (Chicago) 1904
„Naród” (Kurytyba) 1909
„Naród Polski” (Chicago) 1916
„Nowe Życie” 1893
„Polak w Ameryce” (Buffalo) 1898
„Polonia” (Baltimore–Nowy Jork) 1893, 1895
„Polonia w Ameryce” (Cleveland) 1892–1895
„Przegląd” (Shamokin–Scranton–Pittsburgh–Mt. Carmel–Nanticoke) 1898
„Przegląd Tygodniowy Życia Społecznego, Literatury i Sztuki” (Warszawa) 1888
„Reforma” (Chicago) 1892
„Robotnik” („Robotnik Polski”) (Chicago–Brooklyn–Nowy Jork–Detroit) 1911, 1931
„Rolnik” (Stevens Point) 1911–1912, 1914
„Słowo (Milwaukee) 1894
„Straż” (Scranton) 1915, 1917
„Sztandar” (Chicago) 1894–1895, 1897–1898
„Śmigus” (Lwów) 1904
„Wiadomości Codzienne” (Cleveland) 1917–1918
„Wiara i Ojczyzna” (Chicago) 1893–1894, 1896
„Wiarus” (Winona) 1896, 1899, 1902
„Zgoda” (Nowy Jork–Milwaukee–Chicago) 1884, 1894, 1897

Opracowania

- Bajka Zbigniew, *Krótką historia reklamy na świecie i w Polsce*, „Zeszyty Prasoznawcze” 26, 1993, nr 3/4
Florkowska-Frančić Halina, Frančić Mirosław, *Amerykańscy korespondenci Józefa Ignacego Kraszewskiego. Portret zbiorowy Polonii. Część II*, „Przegląd Polonijny” 12, 1986, nr 2
Kiper Daniel, *„Zgoda” i spór. Z dziejów polskiego pisma w Ameryce (1881–1907)*, Lublin 2019

- Kruszka Waclaw, *Historia polska w Ameryce. Początek, wzrost i rozwój dziejowy osad polskich w Północnej Ameryce (w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie)*, t. 5, Milwaukee 1905
- Nowińska Ewa, *Kilka słów o reklamie na przestrzeni wieków tytułem wstępu do rozważań prawnych*, w: *Reklama: aspekty prawne, nowe wyzwania*, red. Monika Namysłowska, Warszawa 2022
- Raguotis Bronius, *Amerikos lietuvių periodikos skaitytojų nuomonės tyrimai (1879–1919)*, „*Žurnalistikos Tyrimai*” 2014, nr 7
- Warpas Ilona, *Początki reklamy na łamach „Bluszczu” – próba charakterystyki*, w: *Integracja IV. Wymiary studenckiej humanistyki*, red. Aneta Lica, Marlena Kardasz, Elbląg 2016
- Zieliński Stanisław, *Bibliografia czasopism polskich zagranicą 1830–1934*, Warszawa 1935

Streszczenie

Artykuł pokazuje możliwości wykorzystania prasy jako źródła do badań nad organizacją pracy i warunkami panującymi w redakcjach polskich czasopism emigracyjnych w latach 1865–1918. Przedstawiono członków redakcji opisywanych w artykułach i wzmiankach prasowych, a także wskazano, które grupy pracowników mogły być w takich tekstach pomijane. W dalszej części wspomniano o metodach pozyskiwania informacji, w tym również zapożyczeniach i plagiatach. Ostatnią z poruszanych kwestii były starania o zapewnienie stałych źródeł finansowania redakcji. Omówiono znaczenie dochodów z prenumeraty i reklamy, a także komplikacje wiążące się z ich regularnym pozyskiwaniem.

Słowa kluczowe: prasa emigracyjna, Polonia amerykańska, redakcje, plagiat, reklama prasowa, prenumeraty

The Functioning of an Editorial Office

Abstract

The article shows possibilities of using press as a source for research on work organization and conditions prevailing in Polish émigré press editorial offices in the years 1865–1918. It presents the members of editorial offices described in articles and mentioned in press, as well as indicates which groups of employees could have been omitted in such texts. In the following part, it mentions methods of obtaining information, including borrowings and plagiarism. The last of the addressed issues were the efforts to provide stable sources of financing of editorial offices. The article discusses the importance of income from subscriptions and advertisements as well as complications related to its regular extraction.

Keywords: émigré press, Polish Americans, editorial office, plagiarism, press advertisement, subscriptions