



PRASA

ORGAN POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM
ORGANE DE L'ASSOCIATION POLONAISE DES EDITEURS DE JOURNAUX ET DE PERIODIQUES

Stefan Krzywoszewski

Rola ilustracji w prasie

Ilustracja aktualna, dokument chwili, jest dorobkiem ostatnich dziesiątków lat. Jest jednym z ogniw tego łańcucha zabiegów i wysiłków, nie znających przerwy ani wypoczynku, które dały prasie obecny jej rozwój, które decydują o roli prasy w życiu ludzkości. Dopiero w ostatnich dziesiątkach lat, zwłaszcza po wojnie, ilustracja, która dawniej była przywilejem cokolwiek ospałych tygodników, stała się integralną częścią najbardziej ruchliwych dzienników, współzawodnicząc — pod względem zajmowanego miejsca — z tekstem.

Jakże dalecy jesteśmy od początkowych rysuneków piórkowych, jak nieudolne wydają nam się dzisiaj pierwsze ilustracje paryskiego „Excelsior’a” lub londyńskiego „Daily Mirror”. Doskonalenie szło siedmiomilowymi butami. Boże, jak przestarzałym jest to wyrażenie w czasach, kiedy samoloty osiągają szybkość 600 kilometrów w ciągu godziny! Ilustracja prasowa stała się czynnikiem tak aktywnym, że już nierzadko odzywają się skargi na przerost jej zachłanności. Leon Daudet, syn wielkiego Alfonsa Daudet’a, sam literat pierwszorzędny, członek Akademii Goncourt’ów i równocześnie jeden z najgłośniejszych współczesnych dziennikarzy francuskich, w którego rękę pióro nabiera niebezpiecznej ostrości szpady — z goryczą odzywa się o przewadze, jaką w swych nakładach uzyskały dzienniki poświęcające się wyłącznie informacji tekstowej i ilustracyjnej¹⁾. Nie waha się wy-

znać, że jego sympatie pozostały wierne dziennikom dawnego typu — dziennikom opiniodawczym (journaux d’opinions). W pewnej mierze przyznaje mu słuszość. W dzienniku interesuje mię nie tylko sucha informacja i dokumentarna fotografia. Chcę wiedzieć jak dany fakt czy wydarzenie są rozumiane, jakie wysnuwane są wnioski. Dla organów prasowych, zabiegających o szeroką popularność, wynika stąd ustawiczna trudność w utrzy-

maniu równowagi między efektywną śmiałością zdania i konieczną ostrożnością w jego wypowiedzeniu. Nie każdy redaktor znajduje na zawołanie dowcip, który ratuje sytuację. Bernard Shaw, gdy na premierze jego sztuki w Londynie garstka malkontentów gwizdała, a większość publiczności hałaśliwie oklaskiwała, zbliżył się do rampy i tak odezwał się do gwizdzących.

— Moi Panowie! Nie mogę nie przyznać wam racji, bo i mnie się ta sztuka nie podoba. Ale przyznajcie sami: jesteśmy w mniejszości.

Jakież to dzienniki osiągnęły obecnie najpoważniejsze nakłady, zarówno w Europie jak i w Stanach Zjednoczonych? Właśnie te, które koncentrują swe wysiłki na pospiesznej, dokładnej i wszechstronnej informacji, na bogatym, aktualnym materiale ilustracyjnym. Ów materiał ilustracyjny coraz bardziej zaczyna ciążyć nad tekstem i coraz więcej odbiera mu miejsca. W „Paris-Solr”, dzienniku, który posiada największy nakład na kontynencie europejskim, ilustracja prawie że uzyskała już nad tekstem przewagę. Układ kolum ilustracyjnych — pomysłowość redaktorów w tej mierze wyraża się codziennie w sposób, budzący podziw.

Więc choćbyśmy żalowali dzienników dawniejszego typu, które nie budząc nadmiernego niepokoju zawikłanym ukła-

¹⁾ „Breviaire du Journalisme”, Leon Daudet.

TREŚĆ ZESZYTU

Stefan Krzywoszewski: Rola ilustracji w prasie.
Wystąpienie Związku Wydawców przeciw represjom Gdańska wobec prasy polskiej.
Jak pracuje Wydział Ilustracji Prasowej P. A. T.
— wywiad z dyr. M. Obarskim.

Roman Prystupa: O serwisie ilustracyjnym zagranicą.

Tadeusz Werner: Fotografia na usługach prasy.
Witold Zakrzewski: O technice ilustracyjnej i jej stosowaniu w druku dzienników i czasopism.

Tajemnice fotografii prasowej.

Fototelegrafia na usługach prasy.

Franciszek Kusz: Rotograwiura — technika przyszłości.

Archiwum fotograficzne.

Stefan Plater-Zyberk: Fotoreporter, jego rola i zadania.

Fotografia w reklamie.

Prasa — propaganda — reklama.

Dr. Czesław Kulikowski: Literatura o teorii propagandy.

Wyższa Szkoła Dziennikarska w III dekadzie.

PRACE ZWIĄZKU WYDAWCÓW.

ORGANIZACJE I SPRAWY DZIENNIKARSKIE.

KRONIKA KRAJOWA.

PRAWO A PRASA.

PRASA NA SZEROKIM ŚWIECIE.

dem, wraz z informacją niosły równocześnie jej oświetlenie, urabiały zdanie — nie powstrzymamy przeobrażeń, które dokonywują się w naszych oczach. Pozostało zresztą dość dzienników i czasopism, które już to z przekonania, już — nie mogąc nadażyć nurtowi życia, trzymają się dawnych tradycji i metod. Rola w prasie ilustracji aktualnej tak się rozrasta, że trzeba się do niej odnosić uważnie i poważnie.

*
*
*

Zadziwia szybkość z jaką ilustracja aktualna zdobywa swoje pozycje. Rzutkość dziennikarska idzie tu w parze z inicjatywą techniczną. Gdym stawiał pierwsze kroki, jako dziennikarz-dyletant w „Kurierze Codziennym“, którym kierował Tadeusz Czapelki, a w którym koryfeuszami sztabowymi byli Bolesław Prus, Władysław Bogusławski, major Olendzki, Włodz. Stebelski, Antoni Mieszkowski, — tyłu innych, z wielkim trudem i mozołem udawało nam się od czasu do czasu umieścić portrecik aktualny. Portreciki te, najczęściej z fotografii, niekiedy — z natury — sporządzał piórkim Stanisław Lenc. O kliszy siatkowej nie było w drukarni dziennika mowy. Tygodniki („Kłosa“, „Tygodnik Ilustrowany“, „Biesiada Literacka“), nie zamieszczały prawie wcale ilustracji, związanych z życiem bieżącym. Nie traciła na tym artystyczna wartość tych czasopism. Ozdobą ich były szlachetne drzeworyty, które wprowadził około 1842 r. w Warszawie Wincenty Smokowski. Późniejszymi ich mistrzami byli Stanisław Hankiewicz, Józef Holewiński, Józef Łoskoczyński, Karol Nicz, Jan Styfi, Andrzej Zajkowski. Oczywiście, trawionka już poczynała chyłkiem wdzierać się na kolumny, mniej powabna, ale łatwiejsza i tańsza.

Tym nie mniej wszakże, kiedy w styczniu 1905 r. zakładał „Świat“, fotografia aktualna w Polsce była in statu nascendi. Daremne były moje starania, by znaleźć w Warszawie wyrobionego operatora. Żaden zawodowiec nie chciał kalać się zdjęciem migawkowym. Zdjęcia na czas tyle czasu zabierały, że najcierpliwszy delikwent przed czasem umykał, nie doczekawszy się prośby o pogodny wyraz twarzy. O zdjęciu w miejscach publicznych trudno było w tych warunkach myśleć. Pomocnicy wywracali trójnogi, fotograf tracił głowę, mimo że jej nie miał. Zrażało go to ostatecznie do roboty, która wydawała się igraszką szatana.

Po długich trudach udało mi się wreszcie namówić starszego już artystę malarza, Ryszarda Oknińskiego, by się podjął dla „Świata“ zdjęć aktualnych. Niestety, pod względem technicznym jego fotografie pozostawiały dużo do życzenia. Sytuację rozwiązał dopiero

Marian Fuks, z którego powiodło mi się zrobić bardzo użytecznego współpracownika. Nie nauczył się nigdy dobrze fotografować, ale miał spryt i tupet reportera. Stał się w Warszawie pierwszym zdolniejszym fotoreporterem.

*
*
*

W Anglii — lord Northcliffe, w Ameryce — Hearst wyrobili typ dziennikarza - fotografa, reportera ilustracyjnego. Jakość zdjęć poprawiała się nieustannie. Ulepszały się aparaty, operatorzy zdobywali doświadczenie i rozmach. Doskonaliły swą produkcję zakłady chemiczne. Skracał się do minimum czas podkładania klisz. Papiernie szły na rękę tym zabiegom, poprawiając jakość papieru. Przede wszystkim jednak i nade wszystko — perfekcjonowały się maszyny drukarskie, potwory o nieprawdopodobnie skomplikowanych mechanizmach, drukujące z błyskawiczną szybkością w kilku naraz kolorach astronomiczne nakłady dzisiejszych wielkich dzienników i czasopism. Telegraf, lubo nie najlepiej, wysłał w ciągu kilkunastu minut zdjęcia, dokonane na drugiej półkuli. Niewiele co później docierają one do czytelników całego świata. Powstały setki, jeśli nie tysiące, agencji fotograficznych, obsługujących chciwie nowości redakcje.

Polska prasa nie pozostała w tyle. Po-

siadamy dzienniki, w których ilustracja odejmuje tekstowi coraz więcej miejsca i wagi. Są to dzienniki, osiągające bardzo wysokie nakłady. Posiadamy czasopisma ilustrowane najróżnorodniejszych typów, od najbardziej wykwintnych i artystycznych („Arkady“) do ulotnych gazetek groszowych, które zaspakajają ciekawość i żądę nowin najszerzych warstw. Trzeba jechać do bardziej oddalonych miasteczek, do zgubionych wśród lasów i błot wiosek. Jakże zainteresowanie wywołuje tam wydrukowany arkusz papieru, jakie wrażenie budzi ilustracja o charakterze aktualnym! Żaden opis, choćby był skreślony piórem genialnym, nie wywoła w prymitywnych mózgach tych olśniew, jakie nieci obrazek, posiadający cechy autentyczności. Autorytet zdjęcia fotograficznego jest nieodparty. Ileż razy ciekawe oczy wracają do obrazka, ilu długich dyskusji staje się on źródłem!

Stąd też dla prasy i odpowiedzialność. Ilustracja może w równym stopniu oddziaływać na proste umysły dodatnio jak ujemnie. Ilustracja aktualna z każdym dniem, i w każdym wydawnictwie, coraz więcej od swych kierowników domaga się kompetencji, wiedzy, talentu i poczucia odpowiedzialności. Jest to nowa fachowość dziennikarska. Jej celom, zagadnieniom i technice poświęcamy znaczną część niniejszego zeszytu.

Wystąpienie Związku Wydawców przeciw represjom Gdańska wobec prasy polskiej

W sierpniu r. b. władze gdańskie odebrały debity na obszarze Wolnego Miasta kilkunastu pismom polskim, m. innymi dziennikom: „Dziennik Bydgoski“, „Goniec Warszawski“, „I.K.C.“, „Orędownik“, „Nowa Rzeczpospolita“ i „Słowo Pomorskie“. Te masowe represje miały charakter niezwykle. Jako powody odebrania debitu pismom polskim władze gdańskie podały szereg artykułów, których treść rzekomo miała zmierzać „do zakłócenia bezpieczeństwa i porządku w Wolnym Mieście“, względnie do „zakłócenia stosunków Gdańska z sąsiednimi państwami“. Stwierdzić jednak należy, iż olbrzymia większość tych artykułów nie dotyczyła w ogóle Gdańska. Motywacja więc tych zarządzeń, oparta na kwestionowaniu wystąpień tych dzienników, nie mających nic wspólnego z Gdańskiem, nadała im charakter niczym nieuzasadnionej represji.

Nawet w tych wypadkach, gdy uzasadnieniem odebrania debitu był artykuł, dotyczący stosunków gdańskich, zarzut o zakłóceniu bezpieczeństwa i porządku w Wolnym Mieście, względnie jego sto-

sunków z Polską, pozbawiony był słuszności. Albowiem tematem tych artykułów były niemal wyłącznie stwierdzone fakty niewłaściwego traktowania ludności polskiej na terenie Wolnego Miasta. Artykuły w pismach polskich na tematy gdańskie nie zawierały akcentów, wrogich Wolnemu Miastu, które wszak jest ważnym portem Rzeczypospolitej Polskiej.

Władze Związku Wydawców uznały za konieczne zwrócić uwagę Ministerstwa Spraw Zagranicznych na te niesprawiedliwione represje i prosić o podjęcie kroków celem przywrócenia debitu pismom polskim, jak również zabezpieczenia prasy polskiej na przyszłość przed nieuzasadnionymi zarządzeniami władz gdańskich. W memoriale swym władze Związku wskazały, iż represje dotknęły nie tylko prasę, lecz przede wszystkim Polaków, zamieszkałych w Gdańsku, którzy w ten sposób pozbawieni zostali możliwości otrzymywania szeregu pism polskich, oraz liczne rzesze obywateli polskich, przejeżdżających przez teren gdański lub zatrzymujących się na dłużej w Wolnym Mieście.

Jak pracuje Wydział Ilustracji Prasowej P.A.T.

Wywiad z p. Mieczysławem Obarskim, dyrektorem naczelnym PAT.

Pragnąc w zeszycie Prasy, poświęconym fotografii prasowej, oświetlić działalność najpoważniejszej agencji fotograficznej w Polsce — Wydziału Ilustracji Prasowej PAT — zwróciliśmy się do Dyrektora i Redaktora Naczelnego PAT p. Mieczysława Obarskiego z prośbą o udzielenie wyjaśnień na temat organizacji, zakresu działania i zamierzeń tego Wydziału PAT.

P. red. M. Obarski w rozmowie z przedstawicielem redakcji „Prasy” dał następującą charakterystykę Wydziału Ilustracji Prasowej P. A. T.:

Wydział Ilustracji Prasowej P. A. T., istniejący już od 8-u lat, jest częścią składową Redakcji P. A. T. Już ten wzgląd daje zasadniczą wytyczną pracy tego Wydziału, którego celem, równoległe do Biuletynu Informacyjnego Redakcji P. A. T., jest dostarczanie wydawnictwom aktualnej fotografii prasowej. Można by to obrazowo określić w ten sposób, że Wydział Ilustracji Prasowej ilustruje Biuletyn Informacyjny P. A. T., podobnie, jak to ma miejsce z kroniką filmową P. A. T. Redakcyjny charakter Wydziału nakłada na niego obowiązek dostosowania się w swej pracy do ogólnego hasła Redakcji P. A. T. a mianowicie możliwie najwyższego tempa obsługi przy zastosowaniu wszelkich możliwych środków technicznych, dostępnych nowoczesnej agencji.

Podstawową formą obsługi ilustracyjnej prasy, jest wydawnictwo codziennego serwisu matrycowego P. A. T. Tematyka tego serwisu, obejmującego dziennie od 8 do 10 matryc, uwzględnia wszelkie najważniejsze wydarzenia tak w kraju jak i zagranicą, przy czym tematy polskie stanowią około 60% zdjęć, reprodukowanych w serwisie. Dzięki starannemu doborowi aktualnych i interesujących zdjęć, dał się ostatnio zauważyć poważny wzrost abonentów serwisu matrycowego, który dociera nie tylko do szeregu dzienników stołecznych, lecz również wielu czasopism prowincjonalnych, oraz tygodników w małych miasteczkach, dla których matryca P. A. T. jest jak dotychczas jedynym źródłem ilustracyjnym. Do powodzenia serwisu przyczyniło się również techniczne podniesienie jakości produkowanej przez P. A. T. matrycy, która obecnie, po doświadczeniach przeprowadzonych w ciągu ostatnich 2 lat, zmierzających do podniesienia jej jakości, w zupełności odpowiada przeciętnym wymaganiom polskiej drukarni.

Niezależnie od tego Wydział Ilustracji Prasowej P. A. T. podjął, będące już na ukończeniu, badania nad wprowadzeniem na rynek polski kliszy plastycznej. Celem produkcji tej kliszy zostaną sprowadzone specjalne maszyny, oraz będzie zapewniony stały dopływ

potrzebnego surowca. Klisza plastyczna ma tę wyższość nad matrycą tekturową, że eliminuje jeden z etapów w procesie wytwarzania ilustracji, a mianowicie odlew ołowiany. Klisza ta bowiem, będąca już gotowym pozytywem, naklejana na walec maszyny drukarskiej (płaskiej lub rotacyjnej), służy do bezpośredniej reprodukcji ilustracji, podobnie jak klisza chemigraficzna lub stereotypowy odlew ołowiany. Jestem przekonany, że wprowadzenie kliszy plastycznej, będzie ważnym krokiem naprzód w zakresie umożliwienia prasie, szerszego niż dotychczas, korzystania z fotografii prasowej.

Kończąc swe uwagi o serwisie matrycowym P. A. T., muszę podkreślić, że jesteśmy dotychczas jedyną instytucją w kraju produkującą prasowy serwis matrycowy, oraz, co muszę uznać za specjalnie poważne osiągnięcie, że wyparliśmy prawie zupełnie z polskiego rynku wydawniczego matrycę zagraniczną, obcą duchowi naszej prasy i tematyce polskiej.

Ciekawe informacje Pana Redaktora o serwisie matrycowym P. A. T. niewątpliwie zainteresują szerokie koła wydawców polskich. Chciałbym jeszcze prosić o parę uwag dotyczących reportażu fotograficznego.

Poza wydawnictwem matryc, oświadczył red. M. Obarski, Wydział Ilustracji Prasowej P. A. T. prowadzi codzienny bogaty reportaż fotograficzny wszelkich aktualności z kraju, wykonywany przez własnych fotoreporterów. Fotoreportaż ten obejmuje niemal wszystkie ważniejsze wydarzenia, które mogą być przedmiotem zainteresowania prasy. Klisze uzyskane z własnych reportażów fotograficznych, poza obsługą prasy bieżącymi fotografiami, są włączane do archiwum Wydziału Ilustracji Prasowej. Archiwum to obejmuje w chwili obecnej około 16 tys. własnych klisz, w tym 800 klisz, mających szczególnie znaczenie historyczne, gdyż dotyczą Osoby i życia Marszałka Józefa Piłsudskiego.

Tak zw. aktualny fotoreportaż nie wypełnia w całości pracy fotoreporterów P.A.T. Rok rocznie są organizowane wg szczegółowo opracowanych programów tzw. ekspedycje fotograficzne do coraz to innych części naszego kraju. W czasie kilkutygodniowej planowej pracy ta-

kiej ekspedycji powstaje zbiór zdjęć przedstawiających krajobraz, miasta i wsie, typy ludowe, obyczaje, i w ogóle przekrój życia danego regionu we wszystkich jego przejawach. Mimo, że akcja ta, mająca na celu zgromadzenie materiałów fotograficznych z Polski współczesnej, nie jest jeszcze zakończona, dysponujemy już szeregiem własnych albumów krajoznawczych, z których korzysta nie tylko prasa polska, lecz również i w znacznej mierze prasa zagraniczna.

Jeśli chodzi o kontakty Wydziału Ilustracji Prasowej z prasą i agencjami fotograficznymi zagranicznymi, są one bardzo żywe. P. A. T. prowadzi wymianę fotograficzną z około 40-ma agencjami na kontynencie i w Ameryce, które w zamian za reportaż fotograficzny polski, dostarczają nam bogatych serwisów z całego świata. Dzięki temu P.A.T. dysponuje codziennie dla użytku prasy obfitymi komplectami aktualności zagranicznych. Można śmiało powiedzieć że około 90% zdjęć z Polski, ukazujących się na łamach prasy zagranicznej, pochodzi z obsługi fotograficznej P. A. T. W stosunkach z zagranicą posługujemy się prawie wyłącznie pocztą lotniczą, zaś ilustracje z wydarzeń budzących szczególne zainteresowanie zagranicą są wysyłane w drodze fototelegraficznej.

Archiwa fotograficzne P. A. T., w skład których wchodzi bogate archiwum portretów krajowych i zagranicznych, są do dyspozycji prasy, która może znaleźć w nich obfity materiał ilustracyjny o bardzo rozległej tematyce.

Dążymy do tego, aby tematyka fotografii P. A. T. była atrakcyjna, daleka od szablonu i miała jak najściślejszy związek z życiem codziennym.

O zasięgu i wydajności pracy Wydziału Ilustracji Prasowej świadczyć może również statystyka jego rocznej produkcji, która zamyka się liczbą 100.000 sztuk odbitek fotograficznych i matryc przeznaczonych dla prasy.

Chciałbym dla uzupełnienia dzisiejszej rozmowy dodać, kończy swe uwagi red. Obarski, że stosunek Wydziału Ilustracji Prasowej P. A. T. do prywatnej inicjatywy fotograficznej, jest zawsze nacechowany dużą życzliwością, której dowodem jest współpraca z szeregiem fotografów prasowych, reprezentujących rynek prywatny.

O serwisie ilustracyjnym zagranicą

Czytelnicy „Prasy“ interesują się niechybnie działalnością i strukturą wielkich zagranicznych agencji fotograficznych w Berlinie, Paryżu, Londynie i Rzymie. Miałem możliwość zwiedzić je w ciągu ubiegłego miesiąca, delegowany w tym celu przez Dyрекcję P. A. T.

Przy studiowaniu organizacji tych agencji, uderza przede wszystkim rozmach, racjonalizacja metod pracy i nowoczesność techniki. Wysoki poziom wspaniałych ilustracji.

Ilustrację zagraniczną charakteryzują duże wymiary i śmiała kompozycja. Poważna to siła atrakcyjna dla czytelnika. Dążeniem ilustracji polskiej winno być dorównanie na tym polu zagranicy.

Mechanizacja pracy agencyjnej, dostosowana do szybkiego tempa życia, sprawia, iż aktualna ilustracja dociera w bardzo krótkim czasie do zagranicznego czytelnika. Doskonałe archiwa, obejmujące przeciętnie od 100.000 do 1/2 miliona klisz, stwarzają korzystne warunki dla szybkiej i starannej obsługi prasy. Przy tej sposobności muszę stwierdzić, że na międzynarodowym rynku ilustracji polska fotografia prasowa zdobyła sobie już trwałą pozycję. Przyczynił się do tego przede wszystkim zagraniczny serwis fotograficzny PAT-a, który dociera stale do kilkadziesiątu najpoważniejszych agencji na całym kontynencie i w Ameryce, a za pośrednictwem tych biur, do prasy całego świata.

W zasadniczych założeniach agencji ważną rolę odgrywa prawo wyłączności na eksploataowanie zdjęcia. Zdobyć tego prawa stanowi poważną troskę i cel zabiegów każdej agencji, pragnącej pozyskać dla siebie jaknajwięcej pism.

Personel dużej agencji fotograficznej zagranicą wynosi od 20 do 80 osób. W tym 5-ciu fotoreporterów i od 6-u do 10-u archiwistów. Każdy fotoreporter pracuje indywidualnie. Opiera się w swej pracy nie tylko na dyspozycjach, zleconych mu przez kierownika, lecz także i głównie na własnej inicjatywie i oryginalnych pomysłach. Prócz aktualności politycznych i sensacji, bardzo ważną rolę w reportażu fotograficznym zagranicą odgrywają codzienne ciekawostki i zdjęcia rodzajowe.

W Berlinie prawo obsługi prasy niemieckiej reportażem fotograficznym z terenu Rzeszy posiadają tylko rodzime

agencje niemieckie, z wykluczeniem biur fotograficznych międzynarodowych. Tak np. agencje amerykańskie w Berlinie nie posiadają prawa obsługi prasy niemieckiej fotografiami, wykonanymi przez swych reporterów w Niemczech. Mogą tylko wysyłać je za granicę. Prasę niemiecką obsługują wyłącznie materiałem zagranicznym.

Agencja Heinricha Hoffmana jest oficjalną agencją partii narodowo - socjalistycznej. Jej szef używa tytułu Reichsbildberichterstatler i posiada wyłączne prawo dokonywania zdjęć kanclerza Hitlera. Zupełnie analogiczna sytuacja istnieje w Rzymie, gdzie dyrektor techniczny półoficjalnej agencji Luce ma monopol na wszystkie zdjęcia, związane z osobą Mussoliniego.

Archiwa fotograficzne zagranicą bywają zorganizowane w ten sam sposób, co polskie. Oddzielnie i w kolejności alfabetycznej archiwowane są wszelkie portrety krajowe i zagraniczne; w osobnym archiwum selekcyjonowane są fotografie o charakterze ogólnym, ilustrujące całe bogactwo wydarzeń w kraju i na świecie. Archiwum klisz

ALBUM ZDJEĆ PRASOWYCH.

We Francji niektóre pisma, m. in. „Le Journal”, podjęły inicjatywę dorocznego wydawania albumu zdjęć, ilustrującego zdarzenia ubiegłego roku. Czytelnik przegląda dziennik pobieżnie — niektórym zdjęciom poświęca zbyt mało uwagi; wiele fotografii z braku miejsca lub dzięki późnemu dostarczeniu do redakcji nie trafia w ogóle na łamy pisma. Zbiór najciekawszych zdjęć, zarówno reprodukowanych jak i niezamieszczonych w piśmie daje ciekawą przeglądnąć najważniejszych zdarzeń ubiegłego roku.

KŁOPOTY FOTOREPORTERÓW.

Czytelnicy domagają się stale nowych zdjęć osobistości popularnych i znanych. Uzyskanie takich fotografii nie zawsze jest proste i łatwe. Nie wszystkie znakomitości pozwalają się fotografować. Do tej kategorii należał Rockefeller, a dziś należą Lindberg, Roosevelt jn. (syn prezydenta), Morgan i inni. Przyczyną niechęci do fotoreporterów bywa przeważnie zadawnlony „żal” do prasy, niezadowolone z zamieszczonego kiedyś artykułu lub też fotografii.

1914 — 1936.

W r. 1914 było we Francji 31 fotoreporterów, obsługujących 5 dzienników i 4 agencje. W r. 1936 ilość fotoreporterów wzrosła do 90 z czego 55-ciu pracowało bezpośrednio dla 15 redakcji, a 35 dla 15 agencji.

wszędzie bywa wydzielone z archiwum fotograficznego. Nie stanowi źródła podrocznego, lecz dopiero etap końcowy w poszukiwaniu pożądanego fotografii. Każda fotografia, tak w archiwum portretowym, jak i ogólnym, jest zaopatrzona, prócz legendy, w numer odpowiadający jej kliszy.

Jeśli chodzi o tematykę ogólnego archiwum fotograficznego, podział jest w każdej agencji swoisty, uzależniony od potrzeb prasy danego kraju. Więc np. agencja narodowo - socjalistyczna w Berlinie posiada bardzo bogato zróżniczkowaną tematykę faszystwu i zagadnień rasowych z selekcją na wszystkich kraje i nawet wielkie miasta. Agencje angielskie prowadzą obfity i bardzo staranny dział, dotyczący monarchów i rodzin królewskich całego świata. Każdy członek jakiegokolwiek na świecie rodziny królewskiej jest w tym archiwum uwzględniony. Jedną z agencji francuskich posiada specjalny dział sportowy z fotografiami mistrzów sportowych świata i poszczególnych krajów Europy oraz Ameryki, od najdawniejszych czasów, aż do chwili obecnej. Wspomnę jeszcze o specjalnych kolekcjach bieżących reportaży fotograficznych, z których odbitki są codziennie wklejane na kartony i grupowane w segregatorach tygodniowych.

We wszystkich 8-u agencjach zagranicznych, które zwiedziłem, znalazłem bogate komplety zdjęć polskich, a szczególnie portretów Pana Prezydenta Rzeczypospolitej, Marszałka Józefa Piłsudskiego, Marszałka Śmigłego - Rydza i innych czodowych osobistości polskich.

Ciemnie fotograficzne są połączone mechanicznie (rodzajem poczty pneumatycznej) z suszarnią odbitek i dalej — z ekspedycją. Minimalny czas, zużyty na proces wywołania kliszy i zrobienia z niej pierwszej gotowej odbitki, od chwili dostarczenia przez fotografa negatywu, wynosi w wielkiej agencji londyńskiej od 9 do 15 minut. Specjalne automatyczne zegary rejestrują czas dostarczenia każdej kliszy i wysyłki wykonanych odbitek.

Jak więc widzimy, pierwszorzędną rolę odgrywa w agencji zagranicznej pośpiech i tempo. W laboratoriach fotograficznych zagranicznych niejako uprzywilejowane miejsce zajmuje atelier do reprodukcji zdjęć, ze specjalnymi, tylko do tego celu przeznaczonymi aparatami i dużymi przesuwanymi reflektorami. Aby bowiem interesująca fotografia otrzymana z zagranicy miała trwałą wartość dla agencji, musi być jak najszybciej zreprodukowana.

Agencje niemieckie i włoskie wyposażone są w rozległe laboratoria, z naj-

bardziej nowoczesnymi instrumentami technicznymi.

Wymienię jeszcze kilka interesujących ciekawostek technicznych z dziedziny laboratoryjno - fotograficznej u nas nieznanych, lub mało znanych.

1) olbrzymi aparat z teleobiektywem, służący do zdjęć na odległość od 100 do 200 m. (koronacje królewskie, rewie, manifestacje). Średnica soczewki takiego aparatu posłada 24 cm. Aparat kosztuje około 5000 zł.

2) Duży gazowy piec do suszenia odbitek. Do pieca tego na grubej szklanej płycie są wkładane między tekturami mokre odbitki. Wsuszenie 24 odbitek z doskonałym połyskiem nie przekracza 10 minut.

3) Termostat — mały aparacik, umieszczony w ciemni dla zrównywania temperatury ciemni, co wpływa korzystnie na jakość odbitki.

4) Specjalne szklane płyty o dużej grubości, służące do prześwietlania kliszy i dokładnego rozpoznania obrazu przed wykonaniem odbitki.

Agencja zagraniczna dostarcza prasie aktualny serwis fotograficzny albo w abonamencie miesięcznym, (taki serwis wynosi przeciętnie 10 fotografii dziennie), albo też przesyła komplety i serie fotograficzne do wyboru. Specjalną pozycję w działalności agencji fotograficznych zagranicą stanowi serwis matrycowy. Nie wszystkie jednak agencje wydają matryce tekturowe. Niektóre wprowadziły już klisze plastyczne, celofanowe lub metaloidowe.

Rozbudowana zagranicą sieć stacji fototelegraficznych nie tylko w połączeniach między państwami, ale także między poszczególnymi miastami danego kraju, daje możliwość przekazania w rekordowym tempie fotografii z miasta do miasta lub z kraju do kraju. Fotografowie posługują się poza tym małymi belinograficznymi aparatami przenośnymi (walizki), pozwalającymi na nadanie na przewodzie telefonicznym każdej fotografii z miasta, w którym nie ma stałej stacji fototelegraficznej.

Ze względu na dużą rozbudowę i prężność agencji zagranicznych, wytwarza się zdrowa konkurencja, która jest bodźcem do coraz to nowych pomysłów i inicjatywy. Agencje licytują się, aby jaknajszybciej uzyskać i sprzedać sensacyjną fotografię krajową czy zagraniczną. Nie szczędzą na to trudów i kosztów. Prócz aktualnego reportażu fotograficznego z serwisem politycznym na czele, poważną rolę odgrywają tzw. zdjęcia seryjne. Są to specjalne reportaże tematowe, które oczywiście zdobywają rynek tylko wówczas, gdy są eksploatowane na prawach wyłączności.

Dzięki rozbudowie i nowoczesnemu

systemowi pracy agencji fotograficznych, pismo zagraniczne bywa obficie i żywo ilustrowane. Ilustracje zajmują częstokroć na szpaltach zagranicznego dziennika więcej miejsca, niż sam tekst. W dniach ukazywania się dodatków ilustrowanych nakłady znacznie się zwiększają.

Tadeusz Werner

Fotografia na usługach prasy

Konieczność oddziaływania na czytelnika nie tylko samym słowem, lecz i fotografią, znajduje w prasie polskiej coraz większe zrozumienie. Fotografia prasowa coraz częściej i obficie zaczyna się pojawiać na łamach pism codziennych.

Cały szereg pism już od dawna zamieszcza ilustracje, a nawet ma poza sobą wcale dobre pod tym względem tradycje i wyniki. W ostatnich czasach najbardziej nawet niechętnie nowinkom dziennikarskim wydawnictwa zaczęły stosować ilustrację prasową. Pisma, które z różnych względów nie mogą dostarczyć swym czytelnikom codziennie ilustracji z wydarzeń krajowych i zagranicznych, starają się przynajmniej raz na tydzień w formie specjalnych kolumn, względnie świątecznych dodatków ilustracyjnych, zapełnić lukę i zobrazować ważniejsze zdarzenia i ciekawostki tygodnia.

Wzrost zainteresowania się ilustracją w dziennikach jest wynikiem coraz bardziej rozpowszechniającego się przekonania, że ze względu na jej sugestywność i wartość dokumentarną, nie sposób się bez niej obyć.

Niezależnie od tego zaczyna utrwać się przekonanie, że fotografia stanowi świetne uzupełnienie wiadomości redakcyjnej, depeszy czy artykułu. Pobudza zainteresowanie, a niejednokrotnie ułatwia zrozumienie wiadomości. Dobra fotografia staje się tyleż warta, co dobra wiadomość.

Pościg za „zlagierem“ ilustracyjnym jest coraz intensywniejszy. W dziedzinie zaopatrywania gazety w ilustracje wyeliminowano moment przypadkowości. Ilustracja stała się integralną częścią dziennika. W poszczególnych wydawnictwach powstały specjalne działy ilustracyjne. Na czele tych działów, odpowiedzialnych za sprawne funkcjonowanie roboty ilustracyjnej, stanęli dziennikarze, którzy w pełnym zrozumieniu potrzeb redakcji, dostarczają właściwy

Mimo, że ilustracja polska w prasie codziennej jest jeszcze młoda, to jednak szybkością obsługi, doбором tematów zdjęć, starannością reprodukcji dorównuje pod wieloma względami zagranicznemu serwisowi fotograficznemu. Ilustracja polska jest na drodze stałego, systematycznego rozwoju.

materiał, kierując się aktualnością i wagą poszczególnych zdjęć, podobnie, jak to się dzieje z materiałem tekstowym.

Pod wpływem potrzeb życia, prymitywna jeszcze przed paru laty u nas fotografia prasowa zaczyna się doskonalić. Po okresie mody na reprodukowanie różnych zebrań, akademii itp., fotoreporter, poszukując tematów, staje się coraz wybredniejszy. Martwe, nic nie mówiące zdjęcia, upozowane obrazki bez większej wartości emocjonalnej, zczynają zwolna ustępować miejsca tematom bardziej ciekawym, żywym, zrozumiałym dla ogółu. Równocześnie i dynamika zdjęć, ich graficzno-optyczny efekt ulega ogromnej ewolucji.

Skala zainteresowań ilustracyjnych wzrasta do tego stopnia, że nie ma już obecnie dziedziny, w której obok tekstu nie figurowałaby fotografia. Od wypadku ulicznego, po przez katastrofy żywiołowe, uroczystości, manifestacje, czy nawet felietony aż do wielkich wydarzeń politycznych — wszędzie zdjęcie fotograficzne uplastycznia i podnosi wartość drukowanego słowa.

Nie będzie przesadą twierdzenie, że stan rozwoju fotografii prasowej w obecnej chwili przypomina napięcie postępu lotnictwa, automobilizmu, czy radia.

W sukcesie rozwojowi fotografii, obok dobrze zrozumianego nastawienia psychicznego, przychodzi coraz bardziej udoskonalony sprzęt fotograficzny. Nowe możliwości w dziedzinie technicznego podejścia do tematu przyniosły obiektywy o dalekim zasięgu i wielkiej sile światła, bardzo czułe klisze i błony. Zupełną rewolucję w stosunkach fotograficznych wywołały lampki magnetyczne, które całkowicie wyparły staroświecką magnezję, sprawiającą dużo kłopotu i nie zawsze nadającą się do zastosowania. Nowoczesny fotoreporter, wyposażony w najnowszy sprzęt fotograficzny, coraz mniej obawia się niekorzystnych dla siebie technicznie sy-

DOBRA ILUSTRACJA PRASOWA

możliwa tylko

firmy

precyzyjnymi aparatami reprodukcyjnymi

PAUL DREWS G. m. b. H

BERLIN, SW 68

PRZEDSTAWICIELSTWO NA POLSKĘ:

Interprint

BRONISŁAW S. SZCZEPSKI

WARSZAWA I. KRÓLEWSKA 23. Telef: 683-38 i 683-29

tuacji, w których dawniej czuł się zupełnie bezradny.

Jeżeli chodzi o wyposażenie fotografa prasowego w Polsce, daleko nam jeszcze do wzorów zagranicznych. Trzeba jednak zaznaczyć, że i u nas w ciągu ostatnich lat osiągnięto duży postęp w dziale pracy fotoreporterskiej.

O wadze, jaką wydawnictwa przywiązują do dobrej ilustracji, świadczy fakt, że obok fotoreporterów - zawodowców, rekrutujących się u nas przeważnie spośród fotografów zakładowych, coraz częściej widzi się dziennikarzy, zdobywających materiał redakcyjny nie tylko piórem, ale i obiektywem.

Działy ilustracyjne w większych wydawnictwach rozporządzają własnymi fotoreporterami. W mniejszych — fotoreporterzy współpracują dorywczo, od wypadku do wypadku. Niezależnie od własnych fotoreporterów, abonuje się serwisy agencji fotograficznych krajowych i zagranicznych, mających swe agendy w większych miastach całego świata.

Szybkość dostarczania fotografii prasowej do numeru staje się naczelnym zadaniem współczesnej polityki ilustracyjnej w piśmie. W tej dziedzinie technika fotograficzna i cynkograficzna zdobywa prawdziwe rekordy. Zdjęcie wykonane nieraz na godzinę przed wyjściem gazety, zostaje wywołane, skopiowane, przefotografowane i wytrawione na kliszy cynkowej, aby ukazać się na łamach pism.

Prawdziwy przełom, jeżeli chodzi o szybkość dostarczania fotografii, wywołała fototelegrafia, która dla zdjęć jest tym, czym dla słowa telefon i telegraf. Zastosowanie fototelegrafii zagranicą uchodzi za rzecz zupełnie zwykłą, bez której nie może obyć się życie i potrzeby redakcyjne dziennika. Niektóre wy-

dawnictwa korzystają tam z własnych belinografów, — aparatów do przesyłania fotografii na dystans.

Pionierski krok w tym kierunku zrobiły w Polsce wydawnictwa „Domu Prasy“, używając drogi fototelegraficznej dla przekazywania zdjęć z Olimpiady Berlińskiej w 1936 r. Ostatnio daje się zauważyć nieco częstsze korzystanie z tego wynalazku przez inne instytucje prasowe w Polsce.

Hamująco na rozwój ilustracji w prasie polskiej wpływa skromny format i objętość dużej części pism. Pęd jednak do odtwarzania ilustracyjnego wszystkich przejawów życia jest tak wielki, że gazety zamieszczają fotografie kosztem ograniczania powierzchni klisz. Stosuje się system: niech będzie choćby małe zdjęcie, jedno czy dwuszpaltowe, byle tylko było.

Dobitnym przejawem rozwoju ilustracji w naszej prasie jest fakt, że w pismach przoduujących w Polsce pod tym względem zdjęcia zajmują od 15 do 20 proc. powierzchni gazety. W innych pismach ilość ilustracji nie wyraża się tak dużym procentem, niemniej jednak widać, iż coraz więcej czyni się wysiłków, aby poprawić dotychczasowy stan rzeczy.

Zagranica w dziedzinie ilustracyjnej posiada wielkie tradycje. Zamieszczanie w piśmie tekstu bez zdjęcia jest niemal rzadkością. Fotografia prasowa odznacza się tam specyficznym uniwersalizmem. Depesze, artykuły, w ogóle wszelkie relacje prasowe, felietony, notatki dotyczące zagadnień popularnych — wszystko to uzupełnia zawsze fotografia.

Jeżeli chodzi o formaty zdjęć, prasa zachodnio-europejska stosuje niezwykłą, jak na nasze stosunki, rozrzutność. Klisze dochodzą do fantastycznych roz-

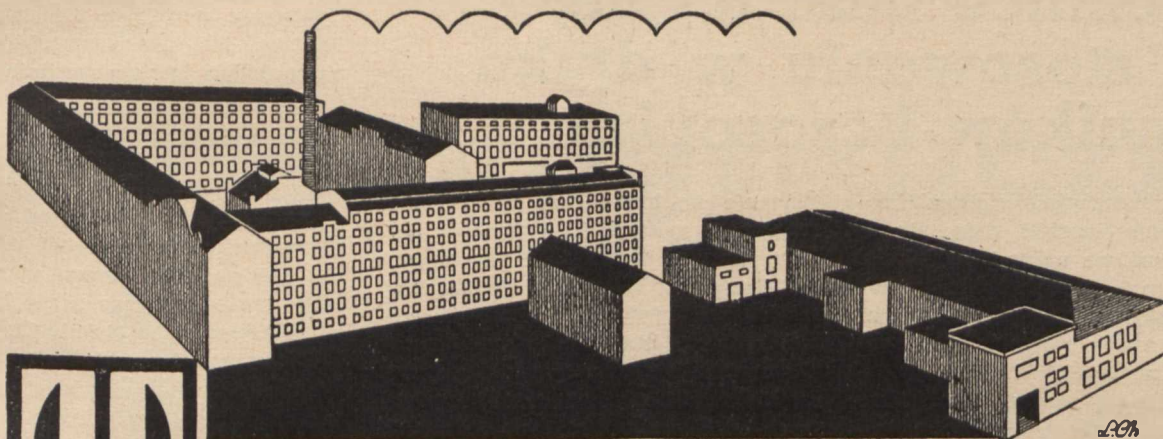
miarów, przy czym decydującą rolę przy określaniu ich wielkości odgrywa zarówno waga tematu, jak i plastyczne walory zdjęcia. W angielskich pismach widzi się olbrzymie klisze (60 × 40 cm) przedstawiające zarówno rodzinę królewską, czy rewię floty, jak i nastrojowy widoczek górski z kwitnącymi krokusami.

Obok bardzo rygorystycznego przestrzegania dynamiki zdjęć, ich mocy i wyrazu, z zupełnym niemal poniesieniem tematów niedość żywych, kładzie się duży nacisk na estetyczny wygląd klisz na kolumnie. Ilustracje otrzymują w wielu wypadkach szatę ornamentacyjną. Klisze są fantazyjnie wycinane i zdobione w ten sposób, aby ich układ pozostawał w idealnej harmonii z formą i treścią, przez co osiąga się estetyczny wygląd całej kolumny.

Duży wysiłek wkłada się zagranicą w odpowiedni dobór podpisów pod ilustracje. Tytuł i podpis odznacza się wielką barwnością, nieraz subtelnym dowcipem. Celem tego jest chęć zbliżenia czytelnika do tematu, zainteresowania go zdjęciem.

W niektórych krajach, jak np. w Anglii, fotografowie prasowi uważani są za pełnoprawnych dziennikarzy i zaliczani nieraz do sztabu redakcyjnego. Uposażenie ich dorównywa przeciętnie płacom dziennikarzy.

Po macoszemu dotychczas traktowana jest fotografia prasowa w pismach polskich w zakresie reklamy, lubo możliwości są nieograniczone. W kampaniach prasowych stosowana bywa rzadko, chociaż jej skuteczność już dawno oceniona została na zachodzie. Sugestywność fotografii predestynuje ją niewątpliwie do odegrania dużej roli i w tym dziale pisma codziennego,



J.F. Pranaszek S.A.

Warszawa 1, Wolska 41

DZIAŁ FOTOCHEMICZNY

poleca:

**WYSOKOWARTOŚCIOWE
PAPIERY FOTOGRAFICZNE**

MIRAX — DO ODBITEK STYKOWYCH

NIGRONA — DO POWIĘKSZEŃ

TONAR — DO PORTRETÓW

DUŻY WYBÓR GRADACYJ I POWIERZCHNI

O technice ilustracyjnej i jej stosowaniu w druku dzienników i czasopism

Technika ilustracyjna wielkimi krokami postępuje naprzód, dążąc do osiągnięcia możliwie najwyższej jakości obrazu. W postępie tym technika ilustracyjna dąży naprzód tyłu różnymi drogami, ile mamy procesów czyli sposobów ilustracyjnych. Technika drukarska dzieli się na trzy kardynalne grupy, a mianowicie: druk wysoki (maszyny drukarskie płaskie i rotacyjne), druk płaski (maszyny litograficzne i offsetowe), — i druk wklęsły (maszyny wklęsłodrukowe arkuszowe i rotacyjne); dla każdej z tych grup istnieje szereg sposobów ilustracyjnych.

Specjalnie interesują wydawców sposoby ilustracyjne, stosowane przy druku dzienników, w których ilustracje pojawiły się stosunkowo niedawno, a obecnie już zajęły poczesne miejsce. W dziedzinie druku dzienników, króluje dziś niepodzielnie maszyna rotacyjna gazetowa tj. maszyna rotacyjna do druku wysokiego. Stosuje się tu kilka sposobów ilustracyjnych, a mianowicie sposoby pośrednie tj. stereotypowy, galwanotypowy i z klisz wulkanizowanych, oraz sposób bezpośredni to jest taki, przy którym druk ilustracji odbywa się z klisz cynkograficznych.

W każdym z tych sposobów występuje jednak zawsze klisza drukarska, spreparowana specjalnie dla użytku na maszynie rotacyjnej, a należyta jej jakość jest podstawowym warunkiem dobrego wykonania druku ilustracji, to też produkcji tych klisz należy słów kilka poświęcić. W szczególności produkcji klisz siatkowych, gdyż druk z klisz kreskowych nie sprawia żadnych trudności. Klisza siatkowa musi być dobrze wykonana zarówno z punktu estetycznego jak i technicznego, oba te warunki uzależnione są jednak w znacznym stopniu od jakości fotografii — wzoru, z którego klisza ma być wykonana; to też przy wyborze wzoru kierować się należy nie tylko jego treścią i atrakcyjnością, ale również walorami fotograficznymi. — Fotografia musi być wyraźna, kontrastowa, wykonana na papierze czarnym glansowanym; unikać należy fotografii niewyraźnych, szarych lub sepiowych, a zwłaszcza tzw. kopii bromoolejowych. Posługiwanie się jako wzorami wycinkami z innych wydawnictw jest również wysoce niekorzystne, albowiem na kliszach wykonanych z takich wzorów o-

trzymuje się tzw. morę, nadmiernie rozbijając rysunek i przykrą dla oka. Jeśli zachodzi konieczność użycia gorszej fotografii, lub odbitki drukarskiej, to zarówno w jednym jak i drugim wypadku, wzory te winny być poddane w kliszarni retuszowi pozytywnemu; przy rozjaśnianiu lub przyciemnianiu większych powierzchni jak np. nieba, tła itp., uciec się nieraz trzeba do retuszu tzw. amerykańskiego, wykonywanego przy pomocy aerografu. — Przy fotomontażach, sklejanym z kilku fotografii, należy zwracać uwagę na dobór zdjęć fotograficznych, które muszą posiadać jednakowy charakter, trzeba bowiem pamiętać, że dalszy proces kliszowania wymaga wspólnego zdjęcia reprodukcyjnego, co przy różnorodności sklepanych fotografii następcza poważne trudności i w rezultacie nie daje pożądanego wyników.

Dalszym warunkiem wykonania dobrej kliszy jest należyte wyposażenie kliszarni w nowoczesny sprzęt, popierwsze zaś, w aparat reprodukcyjny o dużej światłosiłcie; obecnie produkowane obiektywy reprodukcyjne posiadają światłosiłkę 1:10. Wielką rolę odgrywa też zmechanizowany sposób trawienia klisz w specjalnych maszynach, trawiących rozbryzgiem kwasu przy pomocy skrzydeł, zwanych turbiną, wreszcie bardzo ważną rolę odgrywa zdolny, dobrze przyuczony i wprawny personel pracowniczy kliszarni. — Klisze gazetowe do matrycowania mogą być trawione jednostronnie na cynku graficznym o grubości 1 mm, lub z tzw. reliefem, czyli podtrawiane z odwrotnej strony, na cynku 1,3 mm., przy czym na wysokość reliefu przypada 0,3 mm. Klisze reliefowane posiadają tę właściwość, że odlane z nich platy, nie wymagają specjalnego podkładu w postaci wycinków, lub trawionej chemicznych, naklejanych na cylindrze interlakowym maszyny rotacyjnej, co wydatnie skraca czas narządzenia. — Strona licowa kliszy, wykonana przy użyciu rastra (siatki) 20 — 30 linii, musi być dostatecznie głęboko trawiona, co osiąga się tylko w wypadku przeprowadzenia specjalnego procesu zwanego pogłębianiem kliszy. — Klisze nie pogłębiane, które nb. dość często spotyka się u nas, zupełnie nie nadają się do matrycowania, i przy ich użyciu nie można osiągnąć dobrego odlewu. — Dla

mierzenia głębokości trawionych klisz istnieje przyrząd zwany po niemiecku Tiefenmass für Klischemessungen produkowany przez zakł. Zeiss'a w Jenie. Przyrząd ten, u nas prawie nieznan, na zachodzie jest powszechnie używany i oddaje znaczne usługi jako sprawdzian należytej głębokości klisz. Sam wizerunek na kliszy winien być wykonany poprawnie, tj. powinien być zachowany odpowiedni charakter i gradacja punktów rastrowych, oraz klisza nie powinna być szara (monotonna), czego można uniknąć przez kilkakrotne efektowanie w trakcie trawienia.

Tak spreparowana klisza w zupełności odpowie naszym celom, i po wstawieniu jej na specjalnych sztabkach w kolumnę składu zecerskiego można przystąpić do dalszej fazy procesu tj. matrycowania. — Sztabki kliszowe wykonane z żelaza winny posiadać jednakową wysokość, która wynosi dokładnie 23 mm. Używanie w tym celu innego materiału zecerskiego jest absolutnie niedopuszczalne, podkładanie papieru na sztabki pod kliszę, celem jej wywyższenia, jest wysoce niewłaściwe, gdyż w znacznym stopniu niweczy znaczenie reliefu. — Przy tym procesie ilustracyjnym, matrycowanie klisz odbywa się łącznie z kolumną składu na prasach zwanych kalandrami; pierwotny sposób ręczny matrycowania t. zw. szcztokowy obecnie został już zupełnie zaniechany.

Prasy bywają obrotowe poziome, które zasadniczo nie są właściwe dla robót ilustracyjnych, ze względu na wywijanie klisz, lub też tłoczące pionowo, z mechanizmem dźwigniowych, albo hydraulicznym. — Najlepsze rezultaty przy odciskaniu matryc z ilustracjami uzyskuje się na prasach hydraulicznych, dzięki precyzyjnej regulacji tłoku, kontrolowanej za pośrednictwem manometru zegarowego. — Prasy te są zaopatrzone w grzejniki elektryczne, które umożliwiają suszenie matryc na formie, co odgrywa specjalną rolę, gdyż eliminuje deformacje punktu rastrowego, która występuje przy suszeniu matrycy innym sposobem tj. w suszarce w kształcie bębna obrotowego. Specjalny automat reguluje maximum temperatury, niedopuszczając do stopienia się formy składu zecerskiego. — Jako materiału do matrycowania używa się matryc tzw. papierowych, które wyrabiane są z mieszaniny azbestu z masą papierową; matryc tych w kraju niestety nie wyrabia się. Dla druku ilustracyjnego należy posługiwać się wyłącznie matrycami wysokiego gatunku tzw. ilustracyjnymi. Dobra matryca musi odpowiadać następującym warunkom: przy nieznacznym zwilżeniu musi być dość miękka, górna warstwa masy musi być dostatecznie odporna na

otograficzne

BŁONY, PŁYTY
P A P I E R Y
CHEMIKALIA

- do fotografii zawodowej i amatorskiej
- do celów technicznych

papiery dokumentowe i rejestracyjne
blony i papiery rentgenowskie

materiał negatywowy i pozytywowy dla
zakładów graficznych

materiał negatywowy do totografii
w podczerwieni i mikrofotografii



BYDGOSZCZ

WYDZIAŁ ILUSTRACJI PRASOWEJ P.A.T

wydaje codziennie: **SERWIS MATRYCOWY DLA PRASY**

fotografie, klisze, matryce,
odlewy, fototelegamy

ilustruje: wszystkie najciekawsze wydarzenia
krajowe i zagraniczne

HASLEM PRACY JEST:

żywa, bezpośrednia aktualność,
najszybsze tempo, najwyższa ja-
kość techniczna

FOTOGRAFIE Z CAŁEGO ŚWIATA

Wszelkiego rodzaju zdjęcia krajowe
i zagraniczne

Bogata sieć własnych Korespondentów we wszystkich miastach
Polski. — kilkadziesiąt największych światowych agencji foto-
graficznych — oto prócz pracy własnych fotoreporterów — źródła
naszej wszechstronnej obsługi fotograficznej.

**ZDJĘCIA TECHNICZNE, REKLAMOWE,
PROPAGANDOWE — FOTOMONTAŻE**

Własne bogate archiwum portretów krajowych i zagranicznych
Archiwum zdjęć historycznych i bieżących. Organizujemy spe-
cjalne reportaże fotograficzne.

WARSZAWA, UL. KRÓLEWSKA 5
TELEFON 5-52-80 i 6-87-23

Dobra ilustracja jest warunkiem
powodzenia nowoczesnego pisma



wysoką temperaturę i nie powinna odzierać się przy zdejmowaniu odlewu z matrycy. — Matryce ilustracyjne są oczywiście droższe od zwykłych tzw. tekstowych, ale wydatek ten jest uzasadniony — ilustracje wypadną lepiej. Przy matrycowaniu między matrycą, leżącą na formie składu a głowicą prasy wkłada się podkład elastyczny w postaci kawałka filcu, lub tafli prasowanego korka; o stosowaniu jednego lub drugiego decyduje kwestia przekonania lub przyzwyczajenia. — Jeśli pragniemy używać filcu, winien być to filc dziany na osnowie, a nie prasowany. — Korek musi być miękki i możliwie mało kruszący się. Z tak wykonanej i wysuszonej matrycy odlewa się płytę stereotypową.

Płaty stereotypowe odlewa się przede wszystkim w aparatach zwanych automatami giserskimi, których nie będę tu opisywał ze względu na szczupłe ramy artykułu, podam jedynie warunki jakim trzeba uczynić zadość, żeby odlewane płyty były bez zarzutu.

Do odlewania płyt ilustracyjnych należy używać kompozycję metalu o następującym składzie: na 100 części ołowiu, 16 części antymonu, 8 części cyny angielskiej; temperatura lania 245—260° C. określana wg pyrometru. Tak zestawiany i ogrzany metal zapewni należyte padanie (lejność), da odlew

pełny, a punkt rastrowy kliszy wyraźny i czysty.

Stroną dodatnią powyższego procesu jest szybkość i prostota wykonania, stroną ujemną zaś mniejsza czystość ilustracji skutkiem zniekształcenia punktów rastrowych, przy suszeniu matrycy oraz przy odlewie i stygnięciu płyty, jednak przy zastosowaniu się do podanych tu wskazówek można otrzymać rezultat zupełnie zadawalający.

Następny proces ilustracyjny, to wykonanie płyt sposobem galwanotypowym; sposób ten przy druku dzienników jest b. rzadko stosowany ze względu na długotrwałość przebiegu i stosuje się tylko dla kolumn, stanowiących część ilustracyjną gazety. Przy stosowaniu sposobu galwanotypowego można używać klisz o dowolnej gęstości siatki do 60 linii włącznie; znajduje on skutkiem tego zastosowanie przy druku tanich tygodników w typie wydawanego w Niemczech „Berliner Illustrie Zeitung“ lub naszej „Ilustracji“, drukowanych na specjalnych maszynach rotacyjnych.

Klisze łącznie ze składem zecerskim odgniata się na taflach woskowo-grafitowych, lub na specjalnych arkuszach miękkiego ołowiu. Taką matrycę, po odpowiednim spreparowaniu, zanurza się w wannie, gdzie odbywa się proces narastania warstwy miedzianej drogą

galwaniczną. Po wyjęciu z kąpeli warstwą tą, o grubości ca 0,3 mm. oddziela się od matrycy, po czym stroną licową poleruje się, i po uprzednim zagięciu kantów, podlewa się od spodu ołowiem w aparacie służącym specjalnie do tego celu.

Następnym procesem ilustracyjnym, to sposób przy którym druk odbywa się z naklejonych na płytę stereotypową klisz gumowych. Jest o sposób licencjonowany.

Pokrótko omówię tu jego przebieg. Matrycowanie klisz odbywa się na specjalnych matrycach, przy użyciu klisz o dowolnej gęstości siatki, po czym matrycę przykładają się do tafli kauczukowej i wkładają się do aparatu wulkanizacyjnego, ogrzewanego elektrycznie, z automatyczną regulacją temperatury. Po włączeniu prądu następuje proces wulkanizacyjny za pośrednictwem którego obraz z matrycy zostaje przeniesiony na taflę kauczukową, po czym kliszę obcina się i wkłada w miejsce na nią przeznaczone na placie stereotypowej. Tafle mogą być dostarczane w różnych grubościach, zwyczajnie, lub z wtopioną wewnątrz siatką wzmacniającą z cienkich drucików stalowych. Mogą być wykonane z elastycznego kauczuku, lub z twardego ebonitu. Materiał matrycowy oraz klej dostarcza również fabryka produkująca urządzenia.

Materiał pozytywowy i negatywowy **GEVAERTA**

dla celów reprodukcji fotomechanicznej



Zakłady Gevaerta, znane powszechnie dzięki wysokiej jakości swych wyrobów wyspecjalizowały się w wyrobie płyt i błon dla celów reprodukcyjnych.

Rosnące ustawicznie zapotrzebowanie na tym polu i nowe techniki graficzne, wymagają obecnie materiału światłoczułego, specjalnie dostosowanego do potrzeb każdego systemu pracy w przemyśle graficznym, i to skłoniło Zakłady Gevaerta do stworzenia i dania do dyspozycji techników graficznych materiału pozytywowego i negatywowego, zapewniającego pełne zadowolenie w pracy i o którym najwybitniejsi specjaliści z całego świata wyrażają się z uznaniem, Materiały światłoczułe Gevaerta dla celów fotomechanicznych wyrabiane są pod postacią płyt, błon i papierów i służą do reprodukcji jedno i wielobarwnej, dla chemigrafii, wkłesłodruku, offsetu i innych technik reprodukcyjnych.

MATERIAŁ ŚWIATŁOCZUŁY DLA CELÓW

- GRAFICZNYCH
- FOTOGRAFICZNYCH
- KINEMATOGRAFICZNYCH
- RENTGENOLOGICZNYCH



BELGIJSKIE ZAKŁADY PRZEMYSŁU FOTOGRAFICZNEGO
S^{TE} A^{ME} PHOTO PRODUITS GEVAERT
VIEUX-DIEU LEZ ANVERS

JENERALNA REPREZENTACJA: WARSZAWA, UL. ZGODA 4, TEL. 5-93-50

Przy stosowaniu tego sposobu, używając klisz ebonitowych (twardych) otrzymuje się w druku bardzo czystą odbitkę, przy użyciu zaś klisz kauczukowych (elastycznych) otrzymuje się bardzo ładną i oryginalną odbitkę o miętym charakterze. Sposób ten na zachodzie jest szeroko rozpowszechniony i stosowany nie tylko przez drukarnie, ale i przez wydawców tzw. service'ów ilustracyjnych, którzy zamiast matryc stereotypowych, rozsyłają swym abonentom oryginalne klisze wulkanizowane.

Wreszcie ostatni sposób, to druk bezpośrednio z klisz chemigraficznych przyklejonych na płytę stereotypową. W tym celu używa się klisz trawionych na cynku 0.6 mm. z gładkim odwrotem. Po uprzednim wygięciu klisza taka zostaje umocowana na płacie stereotypowej przez przyklejenie specjalnym klejem. Klisze mogą być przyklejane klejem płynnym, sprzedawanym w blaszankach, pod nazwą „Rapidur“. — Celem przyklejenia kliszy smaruje się jeszcze ciepłą płytę stereotypową roztworem Rapidur I, a lekko podegrzaną kliszę roztworem Rapidur II po czym przykładają się kliszę do płyty i krępuje specjalnym uchwytem. Po wystygnięciu odlew i kliszy uchwyt zostaje zdjęty i płyta jest gotowa do druku. Następny sposób to klejenie przy pomocy lepkiego plastra lub folii, pod nazwą „Leukoplast“; kawałek folii przycięty do wielkości kliszy przykładają się na ciepłą płytę, a na wierzchu kładzie się podegrzaną kliszę i krępuje się uchwytem jak poprzednio. — Inny jeszcze sposób to użycie kleju, znajdującego się w sprzedaży w postaci lasek wyglądem swym przypominających lak. Jest to klej produkowany w Danii pod nazwą „Ilglue“. — Po nagraniu laski kleju smaruje się nim odlew i kliszę, poczym postępuje się tak jak w poprzednich wypadkach. — Wszystkie te sposoby klejenia są dobre. Pierwszy z nich wymaga idealnej czystości w pracy, przy czym konieczne jest używanie osobnych pendzli do każdego z roztworów. — Drugi sposób daje bardzo ładną odbitkę drukarską, zbliżoną nieco w swym charakterze do druku z klisz kauczukowych, gdyż folia znajdująca się między płytą a kliszą jest materiałem elastycznym. — Ostatni sposób klejenia daje bardzo mocne spojenie kliszy z odlewem, a tym samym pewność, że klisza w trakcie druku nie ulegnie zerwaniu, poza tym jest on mało kłopotliwy w wykonaniu. Drukując bezpośrednio z klisz oryginalnych otrzymuje się b. czystą i wyraźną odbitkę ilustracji i jedynym zarzutem, który tu można przytoczyć, to konieczność użycia cien-

kiego cynku (0,6 mm) co nie pozwala kliszę taką dowolnie pogłębić.

Warunkiem dobrego wykonania druku ilustracji, jest jakość maszyny rotacyjnej. — Do druku ilustracji, agregaty farbowe maszyny muszą być zaopatrzone w odpowiednią ilość walców, wykonanych z dobrej masy żelatynowej, lub najlepiej z wulkanizowanej gumy. Sama maszyna winna być utrzymana w jak najlepszym stanie technicznym.

Przy druku czasopism stosować można dowolną technikę drukarską i odpowiadającą jej technikę lustracyjną — W Polsce większość czasopism wykonują się techniką druku wysokiego na maszynach drukarskich zw. płaskimi. Druk ilustracji odbywa się tu bezpośrednio z klisz cynkograficznych, wykonanych na cynku lub miedzi o grubości 2 mm. Klisze te oczywiście muszą być bardzo starannie wykonane, przy czym stosuje się rastry drobne o liniaturze 48 — 60. W odróżnieniu od klisz gazetowych, są one nabite na drewnianą podkładkę. Podkładka ta, zwana drzewcem kliszy, winna być idealnie równa i wykonana z dobrze wysuszonego drzewa, tak, aby nie ulegała pęcznieniu. Idealnymi podkładkami pod klisze są specjalne sztabiki żelazne z uchwytami dla klisz o różnej konstrukcji. — Celem lepszego wydobywania rysunku w druku na cylinder interlakowy maszyny nalepia się wycinki, lub jak ostatnio ogólnie jest praktykowane, specjalne papierowe trawionki, stosowanie których daje nader dodatnie rezultaty. — Materiały, w postaci spe-

PROPAGANDA WŁASNA WYDAWNICTWA PRZY POMOCY FOTOGRAFII.

Jedną z form propagandy własnej dziennika „Paris Soir“ był pewnego rodzaju konkurs z nagrodami pt. „Paris Soir fotografuje was bez waszej wiedzy“. Polegał on na tym, że dziennik zamieszczał zdjęcia przypadkowo spotkanej przez reportera osoby, a osoba sfotografowana, otrzymywała specjalną premię. Konkurs ten sprawiał często nieoczekiwane kłopoty organizatorom. Jednego dnia zamieszczono zdjęcie chłopca, siedzącego na trawie. Po premię zgłosiło się 53 kandydatów i przeszło dwie godziny stracono na „wysegregowanie“ laureata.

FAŁSZYWE ILUSTRACJE.

Zdjęcia fotograficzne są cennymi dokumentami zdarzeń i wypadków — o ile są prawdziwe.

W roku 1934 jedna z agencji amerykańskich rozesłała zdjęcia Niemca, Ericha Kochera, który po raz pierwszy w dziejach ludzkości wznosił się w powietrze o własnych siłach w specjalnie skonstruowanym przez siebie kostiumie ze skrzydłami i wykonał szereg ewolucji nad Berlinem. Zdjęcie nie wzbudziło żadnych podejrzeń, znalazło nawet miejsce na łamach New-York-Times.

Korespondent berliński, który nadesłał zdjęcie, „zapomniał“ tylko zaznaczyć, że ukazało się ono na łamach „Berliner Tageblatt“ w dniu 1 kwietnia, jako „prima aprillis“...

cialnego papieru i chemikali dostarcza jedna z firm niemieckich pod nazwą M. K. Z. Zurichtung; jednocześnie załączony jest dokładny opis wykonania. Ostatnio na zachodzie często używane są do druku na maszynach płaskich klisze wulkanizowane co umożliwia otrzymanie dobrych ilustracji przy użyciu gorszych w gatunku lub szorstkich papierów. Zagranicą rozpowszechniony jest również nowy sposób druku farbami anilinowymi z form całkowicie wulkanizowanych (gumowych). Sposób ten dający zupełnie nowe efekty drukarskie o dużych walorach estetycznych, u nas jeszcze nie jest stosowany prawdopodobnie ze względu na brak odpowiednich urządzeń dla produkcji klisz i form gumowych, jak również brak odpowiednich farb drukarskich. Technika lustracyjna stosowana przy druku czasopism na maszynach rotacyjnych omówiona została przy opisie druków dzienników.

Wielce dodatnią stroną techniki druku wysokiego jest nadzwyczaj czyste oddanie cziłki drukarskiej, to też dla czasopism o bogatej treści tekstowej technika ta jest niemal niezastąpiona.

Technika druku wklęsłego to technika wybitnie ilustracyjna odpowiednia dla czasopism bogato ilustrowanych. Rotograwiurę omawia specjalny artykuł w niniejszym zeszycie, toteż nadmienię tu tylko, iż ma ona wszechstronne zastosowanie, zarówno przy wykonaniu druków luksusowych na maszynach arkuszowych, jak też i tanich wydawnictw w typie tygodn. „Kino“, „Światowid“ itp. drukowanych na maszynach rotacyjnych.

Pozostaje jeszcze do omówienia technika ilustracyjna stosowana przy druku płaskim, inaczej zwanym litograficznym lub offsetowym.


Stosowanie tej techniki dla czasopism ograniczone jest do druku barwnych okładek lub wkładek wielokolorowych, wykonywanych na maszynach offsetowych. Do druku na powyższych maszynach konieczne są specjalnie spreparowane blachy. — Sposoby przygotowania blach tych są nader różnorodne i wobec szczupłości ram artykułu, podam tylko, że obecnie stosowane są licencjonowane sposoby tzw. głębokiego offsetu (Tief Offset - Process), za pośrednictwem których otrzymujemy piękne druki o walorach wysoce artystycznych.

Na zakończenie dodać należy, że liczne czasopisma zagraniczne jak np. „Illustration“, „The Illustrated London News“, „Die Woche“ stosują różnorodną technikę drukarską, co w znacznej mierze urozmaica i podnosi ich wygląd zewnętrzny.



 **-BŁONY I PŁYTY DLA FOTOGRAFÓW ZAWODOWYCH I AMATORÓW**

 **-COLOR DLA FOTOGRAFII MAŁOOBRAZKOWEJ I DLA PRAC REPRODUKCYJNYCH**

 **-PAPIERY:**

Agfa-Lupex DO ODBITEK STYKOWYCH

Agfa-Brovira DO POWIĘKSZEŃ

Agfa-Portrigo DO PORTRETÓW

WSZYSTKIE PRZYBORY I CHEMIKALIA
FOTOGRAFICZNE



BŁONY I PŁYTY

DLA WSZELKICH TECHNIK REPRODUKCYJNYCH

PELLORO – KARTON i PAPIER

DO ARTYSTYCZNYCH PROSPEKTÓW, REKLAM,
OKŁADEK, PUDEŁEK, ETYKIET I T. P.

GENERALNE PRZEDSTAWICIELSTWO

AGFA-FOTO

SPÓŁKA
Z OGR.
ODP.

WARSZAWA, UL. ŻURAWIA 23, TEL. 9-62-23, 9-62-26

Tajemnice fotografii prasowej

Jakim cechem winna odpowiadać dobra fotografia prasowa?

Wyczerpująca odpowiedź na to pytanie jest równie niemożliwa jak wydedukowanie recepty na dobry artykuł dziennikarski. Spróbujmy jednak pokusić się o określenie bodaj kilku cech zasadniczych wzorowej fotografii prasowej.

Fotografia jest informacją. Mówi o zdarzeniach, ludziach, rzeczach. Winna być informacją inteligentną i ciekawą. Inteligentną, — a więc winna uchwycić i podać czytelnikowi to, co jest momentem istotnym, najważniejszym, co stanowi o charakterze i znaczeniu zjawiska. Winna go uwydatnić i uwypuklić nawet kosztem pominięcia rzeczy pozornie ważnych, ale merytorycznie dla danego zjawiska bez znaczenia. W rewii wojskowej czynny udział biorą trzy elementy: wojsko, dostojnicy państwowi na trybunach, tłum na ulicy. Idealna fotografia rewii winna ujmować wszystkie trzy, — ukłon przedstawicieli władz, „w prawo patrz“ szeregów i opadający na bruk rząd butów żołnierskich, wreszcie wiwatujące tłumy. Fotoreporter, zadowolający się grupą dostojników na trybunach, podaje informację niekompletną, złą. Inny przykład: fotografia zagranicznego męża stanu, bawiącego w Polsce musi zawierać jakiś szczegół, któryby wskazywał, że dokonana została w Polsce. Może to być powszechnie znany fragment architektoniczny, może znaleźć się na dalszym planie polski policjant. Często spotyka się w pismach zdjęcia, ilustrujące katastrofy samochodowe. Żle jest, jeśli fotoreporter ogranicza się do pokazania przewróconego samochodu. O ile prawdziwsze byłoby zdjęcie, gdyby fotoreporterem pokazał nadto połamaną chłodnicę, strzaskane latarnie, maskę wtłoczoną w motor, szczegóły, uzmysławiające grozę katastrofy. Podobne przykłady możnaby mnożyć bez liku. Wynika z nich, że fotografia prasowa nie może polegać na mechanicznym utrwaleniu obrazu tak, jak to dostrzega oko przeciętnego widza. Tak samo informacja reportera nie może polegać na bezkrytycznym powtórzeniu plotki, zasłyszanej w tłumie. Zarówno informacja, jak i fotografia prasowa wymagają opracowania, przygotowania, wreszcie znajomości rzeczy, którą opisuje się czy utrwała na kliszy. Dobre zdjęcie dziennikarskie jest nie tylko wynikiem procesów chemicznych, zachodzących przy ekspozycji kliszy. Przed tym jeszcze dokonany być winien proces myślowy, który wskaże fotore-

porterowi, jak zdjęcie uczynić dobrą, inteligentną informacją.

Ale ta jedna cecha nie wystarczy, aby zdjęcie było istotną fotografią prasową. Analogii znów szukać będziemy w dziedzinie prasowej służby informacyjnej. Do każdej redakcji dzień w dzień dociera tysiące wiadomości. Prawdziwych, ścisłych, zupełnych. Na łamy pisma przenika tylko ich cząstka, ta która jest zdolna zainteresować czytelnika. Banalne, nudne idą do kosza. Ten sam los spotka fotografię, o ile jej temat nie będzie w stanie wzbudzić zainteresowania czytelnika. Fotografia prasowa musi być ciekawa, ściślej mówiąc — musi być atrakcyjna. Jeśli nie wywołuje w psychice czytelnika żadnej reakcji, wtedy zostanie niezauważona — jako materiał prasowy nadaje się tylko do kosza.

Jakie tematy budzą zainteresowanie? Niema tematów złych, sztuka polega na tym, aby je odpowiednio podać. Trudno o bardziej oklepany fotograficzny temat, niż mówca na trybunie. Szczególnie — mówca oficjalny, np. minister w parlamencie. Zdjęcie en trois quartes, uroczysta sztywność, żakiet, pulpit, karafka z wodą. Miejsce w piśmie zamarnowane. Spróbujmy jednak poczekać i podpatrzeć ministra. Przyjdzie gorętsza część przemówienia. Mówca unosi się, zaczyna gestykulować. Uderza dłonią w pulpit (oto pierwsza sposobność do zdjęcia), godzi palcem w niewidzialnego przeciwnika (druga), podnosi ramię, (trzecia). Jeśli wzburzony orator zawadzi ręką i wywróci karafkę, to okazja niezwykła — zdjęcie będzie gwóździem numeru. Może jednak zdarzyć się, że minister będzie mówił długo i z punktu widzenia wymagań fotografii prasowej nudno. Warto wówczas rozejrzeć się po sali, sprawdzić reakcję słuchaczy. Kopalnia materiału. Trzeba tylko mieć bystre oko, orientować się w polityce i... palec stale trzymać na spuście migawki.

Fotografia jest sztuką ograniczoną w swoich możliwościach. Operuje tylko o-

PRZYKRA NIESPODZIANKA DLA PRASY HOLENDERSKIEJ.

Duże rozgoryczenie w prasie holenderskiej wywołał fakt, że pierwsze zdjęcie małej księżniczki Beatrice, córki następczyni tronu, ukazało się nie w prasie holenderskiej a w Londynie w „Daily Express”.

Podobno zdjęcie to zostało nadesłane przez jednego z korespondentów „Daily Express” osobistego przyjaciela ks. Bernarda. Prasa holenderska podała nazajutrz fotografię za prasą zagraniczną, nie szczędząc wyrazów swego „zdziwienia”, że tą drogą dotarło do niej zdjęcie, interesujące przede wszystkim naród holenderski.

brazami. Dopiero czytelnik tłumaczy je na pojęcia. Tu zaczyna się rola podpisu, rola wielka, tak niesłusznie w prasie polskiej na ogół niedoceniona. Ta sama fotografia, dwa różne podpisy — efekt może być najzupełniej różny. Podpis nie tylko objaśnia i uzupełnia fotografię; często nadaje jej sens właściwy. „Paris Soir” zamieścił niedawno fotografię lorda Halifaxa, stojącego pod drzwiami domu i zajętego wyjmowaniem kluczy z kieszeni. Postać, czytelnikom „Paris Soir” powszechnie znana, widoczek banalny. Podpis brzmiał: „Lord Halifax szuka klucza. Fotografowi udało się zdjąć lorda Halifaxa, sekretarza stanu w Ministerstwie Spraw Zagranicznych w pozycji pocziwego ojca rodziny, szukającego kluczy do domu. Lecz klucze, których szuka lord Halifax są to klucze od „Foreign Office”. Ten podpis nadał fotografii głębsze znaczenie, uczynił ją ciekawą. Nie zawsze jest oczywiście okazja do podpisów tak atrakcyjnych. Zawsze jednak można przy odrobinie talentu z podpisu zrobić czynnik, podnoszący atrakcyjność fotografii. Sztuka to zbliżona nieco do umiejętności pisania tytułów.

Znana to powszechnie rzecz, że istnieje kategoria tematów fotograficznych, najłatwiej pociągających oko czytelnika. Przede wszystkim tematy, których istotą jest ruch. Sport i walka, tematy kinetyczne. Przeciwstawieniem ich są tematy statyczne, mniej wdzięczne, wymagające staranniejszego opracowania. Te muszą być czytelnikowi podane w sposób odpowiedni. Po pierwsze — umiejętnie zdjęcie, po drugie — odpowiednia reprodukcja. Olbrzymią rolę odgrywa format, w jakim zdjęcie ukaże się w piśmie. Jedno i to samo zdjęcie reprodukowane w małym, albo w dużym formacie wywiera zupełnie inne wrażenie. Duży format podnosi sugestywność fotografii, nadaje jej swoistą dynamikę. Prasa polska unika ilustracji dużych, które w pismach francuskich i angielskich stosowane są powszechnie. Na skutek tej oszczędności miejsca nawet dobre fotografie w dziennikach polskich wychodzą banalnie. Taki sam efekt wywołałoby podanie sensacyjnej wiadomości petitem i z tytułem jednoszpaltowym. Na dobrą fotografię, jeśli ma być atrakcją, numeru, nie należy żałować miejsca, tak jak nikt nie skąpi dziś miejsca na wieloszpaltowe tytuły.

Reportaż fotograficzny nie jest umiejętnością prostą. Wymaga wiedzy, inteligencji, szybkiej orientacji, poczucia estetycznego, wytrzymałości fizycznej, umiejętności technicznych. Przede wszystkim zaś — talentu. Znaleźć człowieka, łączącego te cechy w jednej osobie — oto jedyna droga do zapewnienia pismu dobrych fotografii prasowych.

Fototelegrafia na usługach prasy

W małym miasteczku Rueil-Malmaison pod Paryżem żyje jeszcze sędziwy Edward Belin, wynalazca fototelegrafii, tj. transmisji fotografii na odległość, przy zastosowaniu kabla telefonicznego. Fototelegrafia, inaczej belinografia (od nazwiska wynalazcy) wywołała przewrót na rynku fotografii prasowej, umożliwiając transmisję ilustracji na odległość tysięcy kilometrów w ciągu kilkunastu minut.

Dzięki instalacji fototelegrafii wyrównały się dysproporcje pomiędzy szybkością informacji a ilustracji. Dziś najbardziej aktualną informację dziennik może zilustrować fotografią, otrzymaną zapomocą belinografu.

Jeśli chodzi o szybkość przekazania fotografii, serwis ilustracyjny ma do dyspozycji wszelkie środki techniczne, poczynając od samochodu, pociągu, samolotu, kończąc na przewodzie telefonicznym. Fototelegrafia, wyprzedzając wszystkie dotychczasowe środki techniczne, służące do transmisji fotografii, sprawiła, iż aktualność reprodukowanej na łamach dziennika ilustracji została podniesiona prawie że do granic aktualności serwisu informacyjnego.

W zrozumieniu doniosłej roli fototelegrafii, Ministerstwo Poczt i Telegrafów wprowadziło w r. 1936 obsługę fototelegraficzną w Warszawie, instalując w gmachu Urzędu Telekomunikacyjnego kosztowne aparaty nadawczo-odbiorcze. Transmisja fotografii na odległość odbywa się po kablu telefonicznym. Proces techniczny transmisji polega na stopniowym naswietlaniu każdego punktu odbitki fotograficznej, umocowanej na obracającym się bębnie i przetworzeniu odbitego światła przy pomocy komórki fotoelektrycznej na impulsy elektryczne, o odpowiednim natężeniu, którego wysokość jest zależna od rodzaju tła (jasnego lub ciemnego). Impulsy elektryczne są przesyłane zapomocą przewodów elektrycznych i w aparaturze odbiorczej przetwarzane na światło o odpowiednim natężeniu. Światło to wpada na obracający się bęben oraz błonę fotograficzną (negatyw), na której wywołuje odpowiednią reakcję chemiczną. Bębny: nadawczy i odbiorczy obracają się synchronistycznie. Po całkowitym zakończeniu pracy bębna, negatyw zostaje poddany normalnemu procesowi wywoływania (jak zwykły negatyw), w następstwie czego powstaje obraz, podobny do otrzymywanych z normalnego aparatu fotograficznego.

Czas, potrzebny na transmisję jednej fotografii z Warszawy do którejkolwiek stacji w Europie, wynosi 13 minut. Powierzchnia przekazywanego obrazu jest w międzynarodowym obrocie telegraficznym znormalizowana do wymiarów 9×12 i 13×18 cm.

Fototelegrafia służy nie tylko dla celów transmisji fotografii prasowej. Posłada ona zastosowanie przy wszelkiego rodzaju zleceniach prywatnych, związanych z przekazaniem na odległość obrazu fotograficznego lub dokumentu.

Istnieją dwa źródła produkcji aparatury fototelegraficznej, a mianowicie: niemiecka fabryka Siemens i zakłady Edwarda Belina.

W chwili obecnej 15 krajów europejskich eksploatuje 37 aparatów fototelegraficznych nadawczych typu Belin, oraz 39 tychże aparatów odbiorczych. Równoległe do tej sieci zostało zainstalowanych 23 aparatów odbiorczych i nadawczych typu Siemens. Są to wszystko tzw. stacje stałe, przy czym oba typy aparatury fototelegraficznej zostały znormalizowane, tzn. że z aparatury nadawczej Siemens można przekazywać fototelegramy na odbiorniki Belina i odwrotnie.

Prócz aparatury fototelegraficznej, przystosowanej do stacji stałych i instalowanej albo w państwowych urzędach telekomunikacyjnych, albo też w redakcjach wielkich dzienników, zakłady Belin i Siemens wyprodukowały również przenośne aparaty fototelegraficzne (walizkowe), które łatwo mogą być przewożone z miejsca na miejsce. Dzięki tym aparatom, fotoreporter, niezwłocznie po wykonaniu zdjęcia, może je nadać z każdego urzędu pocztowego w kraju, włączając swój aparat do sieci telefonicznej.

Aparatów fototelegraficznych przenośnych (mogących się pomieścić w normalnej walizce) istnieje w Europie: typu Belin 34, zaś typu Siemens 17. Koszt belinografu przenośnego wynosi około 30.000 zł, podczas gdy koszt aparatury stałej jest czterokrotnie wyższy.

Pierwszy fototelegram, nadany do Warszawy z Berlina z igrzysk olimpijskich w r. 1936, przedstawiał zwycięstwo Walasiewiczówny w biegu na 100 m.

Wydział Ilustracji Prasowej P.A.T. często korzysta z transmisji telegraficznej fotografii prasowych. W 1937 r. P.A.T. nadał z Warszawy do prasy zagranicznej 31 fototelegramów, oraz odebrał i przekazał prasie polskiej z zagranicy 19 fototelegramów. Również i inne wydawnictwa dzienników korzy-

stają z aparatury fototelegraficznej Min. Poczt i Telegrafów. Koszty transmisji jednej fotografii wymiaru 13×18 cm z Paryża lub Londynu do Warszawy wynoszą około 150 zł.

Dzięki warszawskiej stacji fototelegraficznej P. A. T. może obsłużyć prasę polską, szczególnie stołeczną, w tempie rekordowym fotografiami z najważniejszych wydarzeń w Europie, oraz przekazywać prasie światowej najbardziej interesujące zdjęcia z Polski. Takie zdjęcia były nadawane do stacji fototelegraficznych w Berlinie, Paryżu, Londynie, Rzymie, Amsterdamie, Wiedniu, Kopenhadze i Oslo.

Podczas wizyty w Polsce francuskiego ministra spraw zagranicznych p. Delbosa, o godz. 12 w południe w Krakowie, zostało dokonane zdjęcie z momentu składania przez min. Delbosa hołdu u trumny Marszałka Józefa Piłsudskiego na Wawelu. Klisze zostały wysłane o godz. 13-ej samolotem do Warszawy, gdzie otrzymano je około godz. 14.45. W kilkadziesiąt minut klisze wywołano i osuszono. O godz. 15.30 gotowa odbitka została nadana z fototelegrafii Urzędu Telekomunikacyjnego do współpracującej z P.A.T. agencji francuskiej w Paryżu, zaś o godz. 18-ej, fotografia ukazała się już w wieczornym wydaniu „Paris-Soir”. W prasie polskiej ta sama fotografia ukazała się dopiero następnego dnia rano.

Również w czasie wizyty regenta Węgier, admirała Horthy'ego, zostały wykonane przez fotoreporterów P. A. T. zdjęcia z przyjazdu i powitania regenta w Krakowie w godzinach przedpołudniowych. O godz. 14.30 zdjęcia zostały przesłane samolotem do Warszawy, skąd miały być wysłane w drodze telegraficznej do Budapesztu. Ponieważ Budapeszt nie posiadał jeszcze wówczas aparatury fototelegraficznej, zdjęcie zostało wysłane przez P. A. T. o godz. 16-ej do fototelegrafii w Wiedniu, skąd o godz. 18 zostało odesłane pociągiem pospiesznym do Budapesztu i dotarło do agencji węgierskiej na godz. 23-a. Następnego dnia rano cała prasa budapeszteńska reprodukowała wymieniony wyżej fototelegram P. A. T. Te dwa przykłady charakteryzują dosadnie, jakie wyniki można osiągnąć przy zastosowaniu służby fototelegraficznej. Ale nie tylko drogą kablową były transmitowane zdjęcia z Polski. W dn. 18 marca b. r. w godzinach wieczornych P.A.T. przesłał do Londynu w drodze telegraficznej zdjęcie z manifestacji, związanej z konfliktem polsko-litewskim, która odbyła się tegoż dnia około godz. 20-ej. O godz. 22-ej zdjęcie było już w Londynie, zaś o godz. 12 w nocy zostało przekazane w drodze radiowej, jako tzw. radiofototelegram do Nowego Jorku i w dn. 19 rano wielka prasa nowojorska ogłosiła zdjęcie z wydarzenia, które miało miejsce w Polsce poprzedniego dnia wieczorem.

Fototelegrafia polska, aczkolwiek jeszcze młoda, osiągnęła poważne rezultaty. Należałoby życzyć, aby i inne wielkie miasta polskie zostały połączone siecią fototelegraficzną. Dodać należy, iż sprawność techniczna obsługi aparatury fototelegraficznej warszawskiego Urzędu Telekomunikacyjnego, dzięki starannej opiece i zrozumieniu potrzeb prasy przez Dyrektora tego urzędu, inż. Piotra Modraka, stoi na wysokim poziomie.

Kurier
BYDGOSKI

pismo rozpowszechnione we wszystkich miejscowościach

całego Wielkiego Pomorza.

Ogłoszenia tam czytają wszyscy.

Administracja w Bydgoszczy, ulica Marszałka Focha nr 18.

139 543 MIESZK.

Rotograwiura — technika przyszłości

Rotograwiura, jako technika powielania, jest właściwie wynalazkiem dość starym. Już w r. 1770 istniały jakby zwiastuny rotograwiury. Za pośrednictwem rytych ręcznie walcy miedzianych drukowano desenie na tkaninach. Właściwy jej rozwój przypada jednak na początek bieżącego stulecia. W r. 1910, w porze wielkanocnej ukazała się po raz pierwszy w dziejach światowego drukarstwa „Freiburger Zeitung“, wyposażona w ilustracje rotograwiurkowe, wzbudzając od razu zachwyt miłośników pięknych druków i, co ważniejsze, najszerszych warstw czytelników. Od tam już rotograwiura miała być zapewniona. Na ziemiach polskich po raz pierwszy zastosowała ją Drukarnia św. Wojciecha w Poznaniu w końcu r. 1912. Rotograwiura więc w Polsce święciła niedawno swoje 25-lecie istnienia.

Początkowo stosowano w druku rotograwiurkowym farby przyrządzane na wodzie. Była to wielka niedogodność. Woda rozpuszczała się wtórnie przy zetknięciu się z inną wodą w każdej postaci (deszcz, pot rąk itd.). W początkach istnienia rotograwiury pewien dom mód w Paryżu polecił wydrukować pięknie ilustrowane torebki. Była to wiosna. Panie, wracające z zakupami do domu w czasie deszczu zabrudziły sobie ręce i odzienie. Wielka to była przykrość dla magazynu, ale jeszcze większa dla nowonarodzonej techniki. Zaniechano więc wody jako rozpuszczalnika, próbując kolejno innych rozczynów, — alkoholu, eterycznych substancji, wreszcie benzyn i węglowodorów. Te ostatnie zdołały zadomowić się na dobre. Aliści wynikła nowa przykrość. Substancje te ulatniają się 7—8 razy szybciej od wody i nie tylko czynią farby dla rotograwiury zbyt kosztownymi, ale, co jeszcze ważniejsze, wytwarzają w czasie druku szkodliwe dla zdrowia ludzkiego gazy, wywołujące z czasem typową chorobę zawodową, — białaczkę. Nadto ulatniające się gazy mogą spowodować pożary. W dobie wielkiego zapotrzebowania wszelkiego rodzaju benzyn i benzoli na inne cele, rozpuszczalników tego typu może łatwo zabraknąć. Dla zapobieżenia tym niedogodnościom i niebezpieczeństwom stosuje się obecnie przy maszynach rotograwiurkowych — rotacyjnych instalacje rekuperacyjne dla wychwytywania z powietrza szkodliwych i niebezpiecznych oparów, przetwarzając je wtórnie na czyste substancje. Instalacje to kosztowne, ale amortyzują się w kilka lat. Daje za to natychmiastowy zysk w postaci zredukowania niebezpieczeństwa pożaru i podniesienia higieny warsztatu pracy.

Rotograwiura wśród technik drukarskim ma stanowisko bezwzględnie zapewnione.

Praktykowane obecnie systemy techniczne są następujące:

a. Dla wydawnictw książkowych i wszelkiego rodzaju gazet nic nie może zastąpić typografii gutenbergońskiej.

b. Dla druków barwnych o wielkich płaszczyznach (plakaty, okładki, propa-

ganda), mających wywoływać efekty optyczne, nadaje się najlepiej udoskonalony wynalazek litografii Senefelder, druk offsetowy.

c. Rotograwiura zdobyła sobie niepodzielne prawie panowanie jako sposób wykonania wydawnictw, których najważniejszą atrakcją jest ilustracja.

Karol Klicz (Czech) i dr Edward Mertens (Niemiec), którzy uchodzą za wynalazców tej techniki, zdobyli powszechne uznanie. Rotograwiura ma tę korzystną zaletę, że na najtańszym papierze gazetowym — satynowanym daje pierwszorzędne efekty ilustracyjne. Atoli, jako technika kosztowna, opłaca się dopiero przy wyższych nakładach, od 30 000 egz. wzwyż. Ilustracje książkowe — oddzielne plansze — wypadają znacznie drożej od obrazków cynkograficznych. Mimo to coraz więcej wydawnictw książkowych wyposażonych bywa w ilustracje rotograwiurkowe — odpada bowiem w ten sposób konieczność stosowania kosztownych papierów kredowych.

Należy nadmienić, że w rotograwiurze w przeciwieństwie do typografii wszelka korekta jest absolutnie wykluczona. Najmniejsza chociażby poprawka po ukazaniu się pierwszej odbitki,

stanowi o powtórzeniu kosztownej procedury trawionkowej całego arkusza. Ta okoliczność jest źródłem częstych nieporozumień pomiędzy drukarzem a wydawcą, który w takim stanowisku drukarza — zresztą słusznym — gotów dopatrywać się złej woli.

Interesujący dla wydawców czasopism będzie fakt następujący:

Znany tygodnik „Berliner Illustrierte Zeitung“, wydawnictwo dawniej Ullsteina (obecnie Deutscher Verlag), ciesząc się wielką popularnością, a drukowane dotąd jeszcze typograficznie, zdecydowało się wprowadzić rotograwiurę. Był to zamysł gigantyczny. Bowiem nakład tego tygodnika, wynoszący z górą milion egz., drukuje się dotąd na 42 bliźniaczych maszynach rotacyjnych m/w. w ciągu trzech dób. Po przejściu na rotograwiurę, produkcja ma być dokonana w tym samym czasie na trzech olbrzymich maszynach — szybkość druku jest jedną z wielkich zalet rotograwiury. Przy kalkulacji tego przeobrażenia natknięto się na dwie ważne przeszkody: Na bierny opór wysłużonego sztabu pracowników, wyspecjalizowanych dla obsługi dotychczasowych maszyn i urządzeń typograficznych, oraz na trudność w zagwarantowaniu sobie regularnych dostaw potrzebnej dla rotograwiury miedzi. Z pierwszą trudnością — najważniejszą — poradono sobie w ten sposób, że pracowników, ludzi przeważnie wysłużonych, postanowiono zemerytować (wiedzimy, jak wielkie płynąć będą korzyści kalkulacyjne z tej przemiany, skoro nie zawahano się na tak duży wysiłek finansowy). Druga trudność została pokonana przy współudziale ministerstwa propagandy. Realizacja jednak potrwa czas dłuższy. Ta decyzja najpopularniejszego w Rzeczypospolitej wydawnictwa dowodzi ponad wszelką wątpliwość o korzyściach, płynących z techniki rotograwiury dla czasopism ilustrowanych, o ile inne warunki ku temu sprzyjają. Przestrzec należy atoli wydawcę przed stosowaniem rotograwiury, gdy nakład nie jest wielki i jego charakter nie rokuje poważnych zwiększeń.

A oto inny przykład stosowania rotograwiury przez prasę.

Firma wydawnicza Goss - Speedry - Press Ltd. w Watford (Anglia) montuje obecnie u siebie maszyny rotograwiurkowe dla trójbarwnego druku rotacyjnego. Maszyny te dają nominalnie 40 000 obrotów cylindrów na godzinę i przewidziane są do druku barwnych, a bardzo tanich wydawnictw ludowych po 2 — 3 pency za egz. W tym wypadku jako rozpuszczalnik farb zastosowany ma być aceton, a szkodliwość jego dla zdrowia ludzkiego będzie usuwana wspomnianą już instalacją rekuperacyjną do wychwytywania i regenerowania ulatniających się oparów na wtórnie użyteczne rozpuszczalniki.

Wobec obfitości materiału redakcyjnego, związanego z charakterem zeszytu, artykuł dyr. Stanisława Kauzika o Kongresie FIADEJ w Rzymie ukaze się w zeszycie następnym „Prasy“.

BRACIA THUMECKE

WARSZAWA
LESZNO 2, TEL. 11-20-72
GDAŃSK
WEIDENGASSE 35/38

przedstawiciele firm:

M.A.N. — MASCHINENFABRIK
AUGSBURG-
NÜRNBERG A. G.

maszyny rotacyjne, automaty
„Poly“ i „Auto-Terno“, automa-
tyczne aparaty odlewnicze
„Winkler“ i „Kippgiesser“,
hydrauliczne prasy do matryc
„Manupress“ i „Multopress“

HOH&HAHNE — LEIPZIG

aparaty reprodukcyjne, do
kopiowania, do trawienia
klisz oraz wszelkie aparaty
pomocnicze i materiały dla
fotochemigrafii



KSIĘGARNIE KOLEJOWE

KOLPORTAŻ MIEJSKI

DOSTAWA DZIENNIKÓW I CZASOPISM

Wzór ogłoszenia
angielskiego koncernu



wyrabiającego zna-
komite materiały fo-
tograficzne dla che-
migrafii, fotografiki
reklamowej, ilustra-
cyjnej i prasowej,
oraz doskonałe
płyty, blony i papiery



Made in England
to symbol
doskonałości



JEN. REPR. ILFORD LIMITED
WARSZAWA, WIELKA 14/21. TEL. 595-06



T. W.

Archiwum fotograficzne

Praca działu ilustracyjnego w wydawnictwie polega nie tylko na samym zaopatrywaniu gazety w potrzebne fotografie. Dużo uwagi poświęca się również gromadzeniu, segregowaniu i przechowywaniu fotografii, z którymi dział ilustracyjny ma do czynienia.

Codziennie do poszczególnych wydawnictw napływają dziesiątki, a nawet setki fotografii. Składają się na to serwisy ilustracyjne, nadsyłane przez krajowe i zagraniczne agencje ze wszystkich stron świata, oraz materiały krajo-
wy, dostarczony przez korespondentów i fotoreporterów z miasta i prowincji.

Nie wszystkie fotografie, rzecz prosta, zostają wykorzystane w piśmie. Po zaspokojeniu codziennych, aktualnych potrzeb redakcyjnych, pozostaje reszta materiału, która nie weszła do numeru. Te niewykorzystane zdjęcia przestały być uważane za nieużytki, nadające się jedynie „do kosza”. Obrazki te wraz z fotografiami użytymi dotychczas i ich kliszami cynkowymi, zostają starannie przechowywane w archiwum fotograficznym.

Ponieważ materiał, który wpływa do archiwum działu ilustracyjnego reprezentuje wszystkie dziedziny życia, rzeczą nieodzowną jest odpowiednie jego segregowanie, stworzenie odpowiednich działów, ażeby w razie potrzeby odszu-

kanie potrzebnej fotografii, czy kliszy, nie przedstawiało żadnych trudności.

Kwestia podziału fotografii na działy w poszczególnych wydawnictwach jest rzeczą indywidualną, zależną od potrzeb i zainteresowania pisma. Najczęściej jednak stosuje się podział na tematy i portrety. Archiwum tematowe zawiera fotografie i klisze, odnoszące się do wszelkiego rodzaju zjawisk życia: religijnego, politycznego, finansowego, ekonomicznego, geograficznego, wojskowego, morskiego, lotniczego, naukowego, literackiego, teatralnego, sportowe-
go itp.

W osobnym archiwum znajdują się portrety osobistości, reprezentujących również wszystkie dziedziny życia.

Różny jest tak samo w wydawnictwach system przechowywania zdjęć. W jednych materiał archiwalny znajduje się w skrzynkach, w innych — w pudełkach. Szeroko rozpowszechnione są po archiwach specjalne, wielkie koperty, w których fotografie gromadzi się działami.

Idealem każdego archiwum jest oczywiście nagromadzenie jak największej ilości fotografii i klisz tematowych i portretowych. Na to jednak, aby archiwum należycie służyło swemu przeznaczeniu, gromadzenie materiału musi odbywać się przez długie lata, potrzeb-

ne są odpowiednie możliwości finansowe oraz ruchliwość i kompetencja kierownictwa. Odkąd fotografia prasowa stała się nieodzownym wykładnikiem tekstów redakcyjnych, archiwum spełnia rolę pogotowia.

Często zapotrzebowanie jakiegoś zdjęcia lub kliszy bywa tak nagłe, jak niespodziewana — nowina prasowa. Archiwum oddaje wówczas nieocenione usługi. Do życiorysu, komentarza, lub materiału opisowego dodaje odpowiednie zdjęcia.

Za granicą już od dawna istnieją potężne, uniwersalne archiwa fotograficzne. Posiada je zarówno każda redakcja, jak i każda agencja, rozsyłająca fotografie prasowe.

W Polsce akcja gromadzenia w archiwach materiału ilustracyjnego coraz bardziej zyskuje na rozmachu. Jaskrawym przykładem tego stanu rzeczy jest fakt, że już obecnie istnieją w kraju archiwa, posiadające ponad 500.000 fotografii tematowych, 100.000 fotografii portretowych, oraz tysiące klisz cynkowych, stanowiących wielki atut w walce o szybkość i barwność informacji.

MASZYNA DO PISANIA

PORTABLE „URANIA”



Udoskonalona konstrukcja:
44 klawiszy, 88 znaków. Re-
welacyjna cena. Żądać opi-
sów. Przedstawicielstwo na
Polskę

ERNEST NEUMAN Warszawa,
Mazowiecka 6, tel. 282-88, f. chrześć.
od 1902 r. Poszukiwani odsprzedawcy.

Fotoreporter, jego rola i zadania

Olbrzymi rozwój fotografii prasowej jest dziełem ostatnich lat kilkunastu. Miał on swoje etapy: najpierw nieśmiałe próby reprodukcji fotografii na łamach pism, próby — budzące sensację wśród czytelników nietylko treścią i tematem zdjęć, ile samym faktem pojawienia się fotografii na łamach pisma. Potem długi okres licznych już reprodukcji zdjęć w prasie, ale zdjęć jednego przeważnie typu: pamiętamy wszyscy te upozowane portrety, szablonowe grupy pozbawione doszczętnie wszelkiej dynamiki i życia. Wreszcie narodziła się prawdziwa fotografia prasowa, taka jak ją rozumiemy dzisiaj. Fotografie o charakterze informacji, dynamiczne, ciekawe, chwytające życie w ruchu, dające często jego syntezę. Jednym słowem zdjęcia fotograficzne, będące optycznym odpowiednikiem interesującej informacji.

Powstanie ilustracji prasowej stworzyło nową kategorię współpracowników redakcji — fotoreporterów. Owe, śmieszące nas dzisiaj, szablonowe grupy i portrety — było to dzieło fotografów - rzemieślników. Obsługiwanie działu ilustracyjnego dziennika wymaga fotografa innego zupełnie typu, fotografa, będącego w równej mierze dziennikarzem - reporterem. W istocie niema wielkiej różnicy między umiejętnością uzyskania ciekawej informacji a uzyskaniem ciekawej fotografii prasowej. Zmysł aktualności, umiejętność uchwycenia „sedna rzeczy“, tego czynnika, który decyduje o wartości informacji czy ilustracji, umiejętność znalezienia się w odpowiedniej chwili we właściwym miejscu, błyskawicznego uchwycenia momentu — oto cechy, które winny charakteryzować zarówno dziennikarza - reportera jak i fotografa prasowego. I dlatego określenie „fotoreporter“ — najbardziej trafnie charakteryzuje ten zawód.

Często słyszy się w Polsce twierdzenie, że brak nam dobrych fotoreporterów. Takie kategorię świadectwo ubóstwa w tej dziedzinie nie jest na szczęście zgodne z rzeczywistością. Jest w Polsce wielu fotoreporterów zdolnych, znających swój zawód, mogących się pochwalić poważnymi osiągnięciami i dużym doświadczeniem. Niewątpliwie nie jest ich tak wielu jak w krajach Europy Zachodniej, ale i ten nawet szczupły kontyngent niema pełnej możliwości wykorzystania swych umiejętności i uzdolnień. Przyczyną tego są wyjątkowo trudne warunki pracy fotoreporterów w Polsce.

Przed wszystkim granica między fotoreporterem a zwykłym fotografem nie jest w świadomości społeczeństwa a nawet sfer prasowych całkowicie jeszcze wyraźna. Stąd rozliczne trudności dla fotoreportera, zmuszonego ustawicznie do walki z konkurencją zdjęć o nikłej wartości, lecz za to taniach. W konsekwencji warunki materialne pracy fotoreportera są, w bardzo wielu wypadkach, trudne i ustawicz-

nie wymagające uciążliwej walki o minimum egzystencji. Prasa polska na ogół ilustracji zamieszcza dotąd niewiele. Nie sprzyja to oczywiście rozwojowi fotoreportażu.

Inna bolączka pracy fotoreportera w Polsce dotyczy stosunku organizatorów wszelkich imprez i uroczystości publicznych do fotoreporterów. Trudności,

jakie nasuwa często uzyskanie pozwolenia na zrobienie zdjęć, rozliczne ograniczenia stosowane do fotografów prasowych — są rzeczą powszechnie znaną. Największą jednak bolączką jest brak opracowania strony malarsko-widowiskowej wszelkich imprez publicznych. W przeciwieństwie do zagranicy w Polsce manifestacje i obchody publiczne mało dają fotoreporterowi ciekawego materiału. Dzieje się tak ze szkodą zarówno dla prasy jak i dla tych, którzy daną imprezę urządzają.

Udział przedstawiciela fotoreportażu w komitetach organizacyjnych imprez publicznych, jako specjalisty od strony malarsko-widowiskowej, radykalnie mógłby ten stan rzeczy zmienić.

Fotografia w reklamie

W czasach, gdy sztuka reklamy była jeszcze mało skomplikowana i polegała na suchym i rzeczowym informowaniu odbiorców, fotografia prasowa była nieznaną. Później rolę środka pomocniczego w reklamie ją odgrywać ry-sunek.

Okazało się wszakże, iż najsolidniejszą usługą wszelkiej propagandzie gospodarczej świadczyć będzie fotografia. Stała się ona dla reklamy nieocenionym demonstratorem towaru, który dzięki

niej można zaprezentować wielkim rzeszom konsumentów w sposób precyzyjny i naturalny, a jednocześnie nie natrętny i nie niszczący demonstrowanego towaru. Rzecz prosta, nie może to odnosić się ryczałtowo do wszystkich towarów. Obejmuje jednak znakomitą ich większość. Wszelkiego rodzaju artykuły spożywcze, reklamowane fotograficznie, posiadają wyrazistość, przemawiającą nie tylko do wzroku, lecz, drogą skojarzeń, i do smaku. Welny, jedwabie można przy pomocy fotografii odtworzyć niejednokrotnie dokładniej nawet niż drogą demonstracji.

Przy sprzedaży artykułów ściśle technicznych fotografia może być jedynie wstępem do aktu kupna, lecz wstępem często o znaczeniu decydującym. Obecnie, gdy poziom techniczny prasy codziennej pozwala dobrze stosować fotografię, większość inserentów niechybnie przerzuci się na tę metodę propagandy.

Jeśli rozróżnić dwa momenty „krytyczne“ dla konsumenta: pierwszy — gdy odczuwa potrzebę kupna określonego towaru, lecz niezdecydowany jest gdzie go nabędzie, i drugi — gdy na skutek propagandy utrwala się w nim chęć nabycia danego artykułu, to w obu tych wypadkach fotografia najlepiej spełni zadanie; w pierwszym — ostatecznie przekona, w drugim — skłoni do kupna. Bo o cóż chodzi konsumentowi? O możliwie najdokładniejsze obejrzenie towaru, który ma nabyć, a fotografia wkłada mu ten towar niejako w dłoń.

Dlatego też propaganda fotograficzna winna w najbliższej przyszłości wyprzedzić inne środki reklamowe.

Nie od rzeczy będzie dodać, że kompozycyjnie i tematycznie fotografia posiada olbrzymie możliwości.

AGENCJE PRASOWE W CZASIE KORONACJI ANGIELSKIEJ PARY KRÓLEWSKIEJ.

Koronacja angielskiej pary królewskiej wzbudziła ogromne zainteresowanie w całym świecie. Wielkie agencje fotograficzne, pragnąc zaspokoić żądania swych klientów, zmontowały obsługę fotograficzną z kolosalnym nakładem kosztów i energii.

Agencja Keyston zmobilizowała 19 fotoreporterów. Od czasu przybycia płk. Lindberga do New Yorku żadna agencja nie zmontowała tak wielkiego sztabu pracowników dla obsługi jednego wydarzenia. Zdjęcia, które nie mogły być przesłane belinografami, zostały dostarczone do Francji drogą powietrzną specjalnym samolotem.

Z uwagi na niezwykle trudności pracy w czasie koronacji szereg agencji fotograficznych zawarło porozumienie, w którym zobowiązały się do wspólnej pracy i podziału dokonanych zdjęć. Ten system przyniósł duże korzyści zarówno agencjom jak i prasie.

ILUSTRACJE W DZIENNIKACH AMERYKAŃSKICH.

Dzienniki amerykańskie w r. 1932 zamieszczały około 30 tys. ilustracji tygodniowo. W pierwszej połowie 1937 r. ilość zamieszczonych ilustracji wzrosła do 100 tys. tygodniowo.

Pisma ukazujące się w dużych miastach amerykańskich poświęcają na swych łamach około 18 — 22 procent miejsca na ilustracje, a niektóre dzienniki nawet 25 do 30 procent.

INFORMATOR HANDLOWY

DLA PRZEDSIĘBIORSTW WYDAWNICZYCH

ADRESY

Reklama Poczta sp. z o. o., adresy z całej Polski, handlu, przemysłu, wolnych zawodów itp., Warszawa, ul. Królewska 6, Tel. 281-87.

APARATY ELEKTRO-GRZEJNE.

Elektro-Funditor, Bader & Cie, Waldshut, Reprezentacja w Polsce: Stator, Elektrotechniczna Spółka z o. o. Warszawa 1, Lwowska 5, tel. 951-43.

BIURA OGŁOSZEŃ

Akwizycja ogłoszeń S. Fuks, Łódź, Piotrkowska 87, Tel. 121-36, 173-18, 121-16, P. K. O. 605.960.

A. T. E. Agencja Telegr. „Express“ — Dział Reklamy i Ogłoszeń, Warszawa, Pierackiego 16, tel. 304-93.

Biuro Ogłoszeń „Larum“, Warszawa, Królewska 1, Tel. 518-72, 616-38, 616-43.

Biuro Ogłoszeń i Reklam P.A.T., Warszawa, Królewska 5, Tel. 552-80. (centrala).

Biuro Ogłoszeń Teofil Pietraszek, zał. w 1915 r. Warszawa, Marszałkowska 115, Tel. 509-72, 509-73 i 609-73.

„Par“ Polska Agencja Reklamy Franciszek Krajna, Poznań, Aleje Marcinkowskiego 11, tel. 44-76 (centrala); Warszawa, Bracka 17, tel. 231-35, 515-24; Kraków, Rynek Główny 46, tel. 103-66; Katowice, Dyrekcyjna 10, tel. 317-80; Toruń, Szeroka 28, tel. 27-21, Bydgoszcz, Mostowa 12, tel. 15-52

Polska Agencja Publicystyczna, Biuro Ogłoszeń, Warszawa, Marszałkowska 95. Telefony: 9.89-99, 9.92-92, 9.94-56, 9.84-47.

Reklama Prasowa — Adam Mass, Warszawa, Poznańska 22, Tel. 9.62-86.

Stanisław Pietraszek, Stołeczne Biuro Ogłoszeń, Warszawa, Zgoda 9 (róg Złotej), tel. 542-73, 542-52.

Towarzystwo Reklamy Międzynarodowej, Warszawa, Sienkiewicza 14, Tel. 570-50 (centrala).

Uniwersalna Agencja Reklamowa Biuro Ogłoszeń, Warszawa, Marszałkowska 142, telefony: 543-73, 256-47.

Warszawska Agencja Reklamy Jan Ziółkowski, Warszawa, Sienkiewicza 2, Tel. 615-64, 346-15.

CYNK GRAFICZNY

Wacław Sierdziński, Szlifiernia cynku graficznego. Asfalt syryjski i kalafońska francuska do celów graficznych, Warszawa, Pańska 35, tel. 687-36.

CZCIONKI

Jan Idźkowski i S-ka, odlewnia czcionek, fabryka linii mosiężnych, kaszt i regałów, Warszawa, Rejtana 16; Tel. 417-21, 414-94.

Stanisław Jeżyński, Odlewnia czcionek i fabryka linii mosiężnych, Warszawa, Ogrodowa 50, Tel. 605-50, 605-70.

FARBY

Bracia G. i J. Borenstein, Biuro Handl.-Komisowe, Warszawa, Nowolipie 69, tel. 12.05-68.

FOTOGRAFIKA REKLAMOWA

Atelier fotografii użytkowej „Ru-An“. Zdjęcia dla celów propagandy i reklamy, Warszawa, Sienna 23, tel. 689-28.

FOTOPRASOWE AGENCJE

Keystone Press Agency. Aktualne zdjęcia z kraju i zagranicy dla wszelkich wydawnictw, Warszawa, Nowogrodzka 27, tel. 907-30.

HURTOWE SKŁADY PAPIERU

Dawidowicz, Kempieński i S-ka, Sp. Akc. Przemysłu i Handlu Papierniczego, Warszawa, Chmielna 43, tel. 556-70 (Centrala).

E. W. Witzke, Skład papieru, Warszawa, Widok 14, tel. 5.35-74.

Fabryczne Składy Papieru „Pnlowiec“ sp. z o. o., Warszawa, Długa 48, tel. 11-82-53. Oddział w Poznaniu, ul. Wszystkich Świętych 4, tel. 33-89 i 38-89.

Michał Bornstein, Hurtowe Składy Papieru, Warszawa, ul. Przechodnia 1/3, tel. 689-33, 689-31.

„Nasz Sklep — Urania“ S. A., Warszawa, centrala — ul. Sienna 15, oddział — ul. Jasna 1. Oddziały zamiejscowe: Poznań, Katowice, Łódź, Brześć n/B.

S. i Z. Rosenwein, Hurtowe składy papieru, Warszawa, ul. Graniczna 9, tel. 5.33-77, 5.33-47, 6.96-01, 2.77-73, 2.73-83.

Towarzystwo Handlu Papierem Bracia Turkeltaub S. A., Warszawa, Przejazd 3, tel. 11.61-23, 11.03-07, 11.03-08, 11.03-16.

KLEJE

B. Śniegocki, kleje roślinne przemysłowe i biurowe, Poznań, Ratajczaka 2, tel. 35-35.

MASA DO WALCÓW DRUKARSKICH

Fabryka Chemiczna M. Leszczyński i S-ka, Sp. Akc. — wysokojakościowe masy do walców drukarskich: Drakon-Extra i Drakon-Prima (rotacyjne, normalne i dodatkowe), przyjmuje do odlewu walce drukarskie na nowoczesnej aparaturze, Warszawa, Ogrodowa 32, tel. 5.18-28.

„Grafika“ Marek Seide. Masa walcowa z najczystszych specjalnych surowców, trwała, elastyczna, odporna na oleje. Odlew walców z własnych form. Farby drukarskie czarne i kolorowe. Lwów 1, Św. Michała 8, tel. 219.03.

MASZYNY DRUKARSKIE

Bracia Thümecke, Warszawa, Leszno 2, tel. 11.20-72. Gen. Przedst. f-my M. A. N.—Augsburg, maszyny rotacyjne, płaskie, automaty i stereotypy.

Hilary Jungerman, Warszawa, Miodowa 23, tel. 11.18-84. Gen. przedstaw. Maszyny rotacyjne i do stereotypii Vomag - Plauen. Urządzenia zmechanizowanych zecerni Ludlow - Chicago. Maszyny drukarskie i do wkł. słodruku Johannsberg. Samonakładacze „Universal“ Kleim & Ungerer. Urządzenia dla zakładów chemigraficznych Falz & Werner i inne.

Inż. Antoni Jeżyński, Maszyny drukarskie, litograficzne, offsetowe i tyfodrukowe, Planeta i in., Warszawa, Ogrodowa 50, Tel. 605-50, 605-70.

METALE DRUKARSKIE

Dom Handlowy A. Gepner, Warszawa, Królewska 43; Tel. centrala 568-30; własna rafineria.

Metalowe Zakłady Hutnicze „Torpedo“ Sp. z o. o., Katowice, Wojewódzka 42. **Państwowe Zakłady Inżynierii**, stopy drukarskie dla linotypów, monotypów, czcionkowe itd. Biuro sprzedaży—Warszawa, Terespolska Nr 34/36, tel. centrala 5-48-10.

OLÓWKI AUTOMATYCZNE

Cztery i sześciokolorowe ołówki automatyczne „Savastvo“ (chrom, alpaka i double) Gen. Przedst. **Z. Kletz. Dom Agent. - Towar.**, Warszawa, Graniczna 5, tel. 596-96 i 317-39. Ządać w lepszych magazynach papierniczych i biżuteryjnych.

PRZEPROWADZKI

W. Węgiełek i S-ka, przechowanie, przewóz mebli i towarów, Warszawa, Trębacka 1; Tel. 240-45 i 240-46.

ZAKŁADY CHEMIGRAFICZNE

Chemigraficzne Zakłady „Hello“, Kamocka i S-ka, Retusze amerykańskie, rysunki, klisze do druku, druk offsetowy. Warszawa, ul. Warecka 12, tel. 6.14-60.

Zakład Artystyczno Fotochemigraficzny „Chemigraf“, właśc. W. Twardowski. Warszawa, ul. Marszałkowska 148, Front IV piętro, telefon 293-03. **Zakład Fotochemigraficzny „Lux“** wł. Antoni Sobierajski, Warszawa, Elektoralna 14, tel. 250-23. Wszelkie klisze kreskowe i siatkowe.

„Zorza“ Zakład Fotochemigraficzny, Klisze kreskowe, siatkowe i wielobarwne na cynku i miedzi, Warszawa, N. Świat 27, Tel. 520-37.

ZEGARY

Kienzle — zegary i budziki, w chromie, drzewie i emalii. Dokładny chód. Gen. Przedst. **Z. Kletz. Dom Agent. - Towar.**, Warszawa, Graniczna 5, tel. 596-96 i 317-39. Ządać w lepszych sklepach zegarmistrzowskich.

JEDEN RZUT OKA
przekona czy warto
fotografować!
Na małowce — stale gotowej do zdjęć — można natychmiast stwierdzić, jak na gotowej odbitce, nie tylko wymiar i ostrość, lecz również istotną wartość zdjęcia

Przedstawiciele K. ZAWADZKI i S-ka
Warszawa, Mazowiecka 11

Do nabycia w fotokładek

F. G.

Prasa, propaganda, reklama

Dalszy rozwój reklamy prasowej w Niemczech.

Głębokie zrozumienie wagi i znaczenia reklamy prasowej zarówno przez czynniki rządowe jak i przez sfery gospodarcze Rzeszy Niemieckiej — charakteryzowane niejednokrotnie na łamach „Prasy“, ostatnio w zeszycie 6—7 — zapewnia reklamie prasowej w Niemczech stały, pomyślny rozwój. Dowodzą tego cyfry ogłoszone w Nr 6 „Zeitungswissenschaft“ z roku bieżącego.

Stwierdzają one, iż jeśli rok 1934 przyjąć za 100 — w październiku 1937 r., w stosunku do tegoż miesiąca 1936 r. ilość ogłoszeń w dziennikach wzrosła ze 125,6 na 127,5, a w czasopismach ze 135,4 na 141,7; w listopadzie, w dziennikach ze 116,1 na 138,1 i w czasopismach ze 129,0 na 144,6; w grudniu, w dziennikach ze 132,3 na 146,2 i w czasopismach ze 150,8 na 154,8.

Styczeń i luty 1938, a więc miesiące dorocznego powszechnego spadku ogłoszeń prasowych, dały prasie codziennej poprawę sytuacji w stosunku do tychże miesięcy roku 1937, a prasie periodycznej spadek w styczniu i poprawę w lutym.

W styczniu ilość ogłoszeń w dziennikach ze 117,9 (w r. 1937) wzrosła do 126,0 (w r. 1938), w czasopismach natomiast ze 138,2 spadła do 124,3. W lutym

nastąpiła zwyżka na terenie obu kategorii wydawnictw; w dziennikach wzrosła ilość ogłoszeń ze 113,4 na 118,5 w czasopismach ze 119,4 na 135,6.

Ustalono też już w Rzeszy obliczenia ogólnego wzrostu ilości ogłoszeń w r. 1937 w stosunku do r. 1936. Ilość ogłoszeń wzrosła (przy przyjęciu roku 1934 za 100) w dziennikach ze 113,1 na 124,5 i w czasopismach ze 126,3 na 138,1.

Na przestrzeni lat 1934—1937 ilość ogłoszeń procentowo wzrastała w sposób następujący:

Dzienniki: rok 1934 — 100, r. 1935 — 104,8, r. 1936 — 113,1, r. 1937 — 124,5.

Czasopisma: rok 1934 — 100, r. 1935 — 110,8 r. 1936 — 126,3 r. 1937 — 138,1.

A pamiętać przy tym trzeba, iż już rok 1934 był rokiem poprawy w dziedzinie niemieckiej reklamy prasowej.

Czasopisma urzędowe, czy prasa codzienna?

Ministerstwo spraw wewnętrznych Rzeszy i Prus wydało w dn. 12 kwietnia r. b. zarządzenie dotyczące m. in. sprawy wydawnictw samorządowych i ogłoszeń samorządowych w prasie codziennej. Zarządzenie to, poświęcone zagadnieniu „współpracy samorządów i związków samorządowych z niemiecką prasą codzienną“ jest bardzo ciekawe, charakterystyczne i pouczające.

Zarządzenie skierowane zostało do kierowników władz rządowych poszcze-

gólnych prowincji Rzeszy, do nadburmistrza Berlina, do landratów oraz do gmin samorządowych i związków tych gmin.

Na wstępie zarządzenie podkreśla wagę, i doniosłość rozwoju prasy dla interesów państwowych i wyciąga stąd wnioski, że z uwagi na rolę państwową, społeczną i kulturalną prasy władze państwowe i samorządowe powinny nie tylko ściśle współpracować z prasą, ale udzielać jej daleko idącego poparcia.

Omówiwszy następnie formy współpracy publicystycznej i informacyjnej samorządów z prasą rozporządzenie podkreśla, iż samorzady powinny mieć na względzie pomyślny rozwój gospodarczy wydawnictw prasowych. Wyrazem tego winno być przede wszystkim pomieszczenie przez gminy swych oficjalnych ogłoszeń i obwieszczeń w działach ogłoszeniowych dzienników.

Dalej w bardzo ciekawy i słuszny sposób ujmuje rozporządzenie sprawę czasopism urzędowych. Stwierdziwszy, iż z reguły czasopisma urzędowe docierają do wąskiego koła czytelników, a samorzady powinny utrzymywać bezpośredni kontakt z najszerszymi warstwami społeczeństwa, oraz biorąc z drugiej strony pod uwagę znaczenie i interesy prasy — rozporządzenie zaleca wprowadzenie jak najdalej idących ograniczeń w dziedzinie już ukazujących się czasopism urzędowych, a całkowicie wyklucza zakładanie nowych tego typu wydawnictw.

Donosząc o treści tego rozporządzenia prasa fachowa informuje dodatkowo, iż na wniosek niemieckiego Związku Wydawców Gazet minister spraw wewnętrznych zarządził ograniczenie, a następnie zaniechanie pomieszczenia w czasopismach urzędowych ogłoszeń i obwieszczeń dotyczących spraw gospodarczych.

CIEKAWA KSIĄŻKA

W Londynie wyszła z druku nakładem Geoffroy Bles ciekawa książka B. Garał p. t. „Y get my pictures“ (Jak robię zdjęcia). Autor książki B. Garał jest bratem dyrektora agencji Keystone.

„Y get my pictures“ to pewnego rodzaju reportaż z okresu narodzin ilustracji prasowej. Dziś rozwój techniki przeobraził zupełnie warunki pracy fotoreporterów, ale w okresie opisanym przez autora był to awanturniczy i niepozabawiony romantyzm zawodów.

Interesująco napisana książka przeznaczona jest nie tylko dla fachowców, ale również dla tych wszystkich, którzy interesując się ilustracją w dzienniku, przeważnie nie zdają sobie sprawy jakie i ile trudności nastroczało i nastrocza wykonanie zdjęcia.

Szkoda, że przekłady tego rodzaju książek nie mają prawa obywatelstwa na polskim rynku wydawniczym.

Literatura o teorii propagandy

Teoria propagandy jak dotychczas nie stała się jeszcze przedmiotem osobnej nauki. Wprawdzie w Anglii, a przede wszystkim w Stanach Zjednoczonych A. P. traktuje się ją jako przedmiot nauczania, jednak dotychczas Amerykanie i Anglicy nie zgłębili naukowo tego zagadnienia, czego dowodem, iż mieszają na ogół propagandę z reklamą, zajmując się raczej teorią i praktyką w dziedzinie reklamy handlowej. Również niemiecka literatura w dziedzinie zagadnień propagandowych przedstawia obraz różnych teorii i poglądów często króć sprzecznych z sobą.

Na plan pierwszy wysuwają się w literaturze angielskiej i północno-amerykańskiej prace F. M. Lumley'a, O. W. Riegel'a, M. Garnet'a. Kładą one podwaliny pod teorię propagandy. Prace ich jednak cechuje niechęć do propagandy, prowadzonej przez czynniki państwowe, właściwa anglo-saskiej liberalnej mentalności.

W literaturze niemieckiej podstawowym dziełem jest praca F. Tönnies'a: „Kritik der öffentlichen Meinung“. Wprawdzie dzieło to nie poświęca zagadnieniom propagandowym specjalnego działu — to jednak ze względu na prawdziwe naukowe opracowanie zagadnienia powstawania i kształtowania opinii publicznej, jest dziełem podstawowym przy wszelkich pracach naukowych w dziedzinie propagandy.

Impuls do głębszych badań kwestii propagandy w Niemczech dała wojna, ściślej doszukiwanie się przyczyn klęski. Teza o bojowej niezwyciężalności armii kazała dopatrywać się powodów klęski, między innymi w braku akcji propagandowej ze strony Niemiec. Początkowo literatura niemiecka ogranicza się tylko do studiowania propagandy wojennej, wkrótce pojawiają się również prace o propagandzie politycznej: Stern-Ruberth „Propaganda als politisches Instrument“, Schulze-Pfaelzer „Propaganda, Agitation, Reklame“.

Trzecia Rzesza, twór mistrzowskiej propagandy, przynosi sporo broszur i większych prac, lecz przeważnie poświęconych sprawie propagandy idei narodowo-socjalistycznej. Hitler w „Mein Kampf“, E. Hadamowsky „Propaganda und nationale Macht“, Rennstiel K. „Presse und Propaganda“, Ulrich H. „Film“, Kitsch, „Kunst, Propaganda“, A. Rozenberg, „Mythos des XX Jahrhunderts“ oraz J. Goebbels w całym szeregu broszur, artykułów i przemówień nadają propagandzie znaczenie gigantycznego narzędzia politycznego.

Wszystkie wymienione powyżej publikacje nie przynoszą jednak naukowej analizy zagadnień propagandowych. Wszyscy uważają propagandę za narzędzie operujące wyłącznie czynnikami emocjonalnymi i zmierzające do osiągnięcia w masach nastroju mistycznego.

O ile chodzi o przestudiowanie propagandy hitlerowskiej, to raczej trzeba sięgnąć do wielkiej liczby regulaminów masowych wystąpień partyjnych (wy-

FOTOGRAFIKA REKLAMOWA

graficznie opracowujemy ilustracje do ogłoszeń, prospektów, katalogów i wszelkich druków

ZDJĘCIA

techniczne, artystyczne, grupowe, okolicznościowe

FOTOMONTAŻE

na wszelkie tematy dla pism, instytucji i firm. Bogate archiwum zdjęć 25-letniej pracy

MARJANA FUKSA

FOTO-FUKS

Warszawa, Al. Jerozolimska 35
Tel. 9-92-94, 8-07-29

nawprost Dworca Głównego

marszów, zjazdów, życia świetlicowego), pracy Hitler-Jugend, umundurowania i znaków. Żaden z powyższych przejawów życia zbiorowego nie jest przypadkowy; wszystkie są przeniknięte jednolitą myślą wpływającą na masę i formowania nowego światopoglądu.

Poza powyższą zestawioną literaturą monograficzną znajdujemy sporo fragmentarycznych materiałów w literaturze socjologicznej.

O literaturze tej w piśmiennictwie zachodnio-europejskim i amerykańskim wyczerpujących informacji udziela praca A. Walińskiego, mianowicie artykuł pt. „Zagadnienie propagandy w literaturze socjologicznej ostatniej doby“ (Przegląd socjologiczny—Tom V). Autor, mimo że wytknął sobie szczupły zakres rozważań: podanie bibliografii zagranicznej, przeprowadził studium stanowiska propagandy w nauce. Słusznie zwraca uwagę na nieproporcjonalnie mały dorobek naukowy w tej dziedzinie w porównaniu z rolą propagandy w życiu społecznym. Przypisuje to zespoleniu jej z całokształtem życia emocjonalnego człowieka i z nieobliczalnością reakcji psycho-socjologicznych. Autor charakteryzuje obfitą literaturę propagandy oraz literaturę o propagandzie jako nie dostarczającą wiele materiału naukowo-teoretycznego. Zasadniczo zajmuje się literaturą północno-amerykańską, traktującą propagandę jako narzędzie wojny i przemocy państwowej, przeciwnej naturalnemu formowaniu się opinii publicznej. Daje przy tym obszerną recenzję książki Leonarda W. Doob, „Propaganda its Psychology and Technique“, następnie F. E. Lumley'a „The Propaganda Menace, The Century & Co“, zbiorowego dzieła „Propaganda and Dictatorship: A collection of Papers Ed. by Harwood H. Childs, Princeton 1936“, oraz daje przykład literatury o propagandzie w omówieniu książki: Will Irwin: „Propaganda and the News“.

FOTOREPORTERZY W ANGLII I BELGII

Mimo, iż fotografia prasowa zdobyła sobie prawo obywatelstwa w prasie całego świata, fotoreporterzy nadal w wielu krajach spotykają się z utrudnieniami w wykonywaniu swych obowiązków.

W Anglii traktowani są przez policję z dużą surowością. M. in. stosuje się do nich z całą bezwzględnością rozporządzenie o ruchu kołowym, zabraniające pieszym przebywania na jezdni. Utrudnia to ogromnie pracę w czasie wszelkich uroczystości ulicznych, a ostatnio dało się fotografom mocno we znaki w czasie przejazdu królewskiego orszaku koronacyjnego.

W Belgii w czasie wszelkich uroczystości władze wyznaczają dla fotografów oddzielne miejsca; miejsc tych nie wolno im opuszczać.

Wyższa Szkoła Dziennikarska w III-em decennium

Wyższa Szkoła Dziennikarska, stając u progu nowego roku szkolnego 1938/39, wkroczyła już w trzeci dziesiętek lat swego istnienia. Ten dość długi okres był w życiu młodej uczelni okresem ciągłych prób w zakresie ustalania zarówno programu pedagogicznego, jak i właściwych pomocy naukowych.

Przypomnieć należy, że szkolnictwo dziennikarskie jest w tej samej sytuacji na całej kuli ziemskiej. Pierwsza systematycznie prowadzona szkoła dziennikarska powstała zaledwie 30 lat temu w Stanie Missouri St. Zjedn. A. P. Potrzebę tego rodzaju uczelni odczuwano wszędzie. Realizacja tej potrzeby wszędzie połączona była z dużymi trudnościami. Przede wszystkim nie wiedzianno, czego nie uczyć. Zdawało się, że z wyjątkiem nauk ścisłych niema takiej dziedziny wiedzy, którąby nie powinna wejść w program wykładowy szkoły dziennikarskiej. Mniemano, że skoro dziennik odbija w sobie wszystkie dziedziny życia, to i dziennikarz powinien być przygotowany do pracy pisarskiej w tych wszystkich dziedzinach. Uważano za pewnik pedagogiczny, że, jeżeli dziennikarz winien posiadać wykształcenie encyklopedyczne, to ten encyklopedyzm nauczania powinien znaleźć całkowite uwzględnienie również i w programach szkół dziennikarskich.

Ta zachłanność pedagogiczna wkrótce musiała kapitulować wobec realnych nakazów praktyki szkolnej. Bardzo prędko stało się jasne, że program uniwersalnego nauczania musiałby trwać tak długo, iż jednostki tylko wyjątkowo zdolne i wytrwałe mogłyby cierpliwie przejść cały okres tych zapewne kilkunastoletnich studiów. Nastąpiła redukcja przedmiotów wykładowych. Zakres ich ograniczył się głównie do trzech wielkich działów: polityki, ekonomii, socjologii.

Taką stała się treść materialna programów szkolnych. Treść formalna musiała objąć rozległy zakres praktyki pisarskiej, tj. tej formy, w którą przeoblać się mają wiadomości, zdobyte w dziale nazwanym wyżej — materialnym. Prace te oczywiście znalazły swój najdotkliwszy i najskuteczniejszy wyraz w ćwiczeniach seminaryjnych, które w istocie stanowią jądro i główne wzory pedagogicznej budowy każdej szkoły dziennikarskiej.

Dalsze trudności, niemniej poważne, powstały przy doborze odpowiedniego personelu nauczycielskiego.

Powolywanie na katedry dziennikarskie publicystów i dziennikarzy pg. ich rangi hierarchicznej w redakcjach nie zawsze okazywało się skuteczne, gdyż pisarz, nawet największej miary, często nie ujawniał najmniejszych skłonności ani zdolności pedagogicznych. — Szkoły dziennikarskie musiały nie tylko troszczyć się o właściwy dla siebie program, lecz i o właściwych wykładowców.

Wymagało to wielu prób i czasu, zanim nastąpiła selekcja i osiągnięcie zamierzonego celu.

Te okresy prób i zmagañ przechodziła i Wyższa Szkoła Dziennikarska w Warszawie. Miała ona zadanie jeszcze trudniejsze wskutek tego, że w pierwszych

latach swego istnienia znikąd nie doznawała pomocy materialnej. Natomiast od razu zyskała sobie życzliwe poparcie i instynktowne odczucie w zbliżonych kołach społecznych potrzeby i pożytku jej istnienia.

Potwierdzeniem tej opinii jest frekwencja szkoły, która w roku 1927 wyczerpała się w liczbie 46 słuchaczy i słuchaczek, w roku 1936 — w liczbie 224. Podczas gdy w roku 1927 wstąpiło na pierwszy kurs do uczelni 26 osób, w roku 1937 — 171 osób. Jest to zatem powiększenie frekwencji i zapisów wynoszące od 500 do 700%.

Poczynania Wyższej Szkoły Dziennikarskiej doznały pomocy i życzliwego poparcia ze strony Ministerstwa Wyznań Religijnych i Oświecenia Publicznego, które, niezależnie od pomocy materialnej i opieki nad programem nauczania, uznało za możliwe wystąpić do Rady Ministrów i wnioskiem o nadanie absolwentom W. S. D. praw I kategorii w państwowej służbie cywilnej. Wniosek ten znalazł życzliwe przyjęcie w Radzie Ministrów i rozporządzeniem tejże Rady z dnia 27.7.1937 r. prawa te zostały W. S. D. przyznane (D. U. R. P. Nr. 57 z dnia 29.7.1937 r., poz. 449).

Nadanie absolwentom W. S. D. tego uprawnienia wpłynęło dodatnio na zapisy, przyczyniło się do większej trwałości i nieprzerywania studiów. Podniosło prestige Szkoły.

W dniu 12 kwietnia 1938 r. Wyższa Szkoła Dziennikarska uzyskała nowy statut, zatwierdzony przez Pana Ministra W. R. i O. P. prof. W. Świątosińskiego. Statut ten, łącznie z planem nauki i przepisami egzaminacyjnymi podniósł na wyższy poziom zarówno przebieg studiów, jak i wymagania egzaminacyjne. Podług tego planu nauki w W. S. D. obowiązuje obecnie następujący plan studiów.

Kurs I.

Historia prasy.
Technika i organizacja prasy.
Samokształcenie dziennikarza.
Seminarium dziennikarskie.
Technika, druk i grafika.
Historia polit. Polski XIX i XX w.
Geografia gospodarcza.
Ekonomia polityczna.
Skarbowość.
Prawo konstytucyjne Polski.
Literatura polska i obca ost. doby.
Stylistyka polska.
Język francuski.
Język niemiecki.

Kurs II.

Ustroje państw. i prądy polityczne.
Prasowa służba parlamentarna.
Seminarium dziennikarskie.
Seminarium publicystyczne.
Służba agencyjna w prasie.
Reklama prasowa.
Administracja dziennika i kolportaż.
Prawo prasowe i autorskie.
Prawo międzynarodowe publ.
Historia doktryn ekonomicznych.
Seminarium z zakresu ekonomii polit.
Polityka społeczna.
Teoria form literackich.
Język francuski.
Język niemiecki.

Kurs III.

Prasa współczesna.
Dział gospodarczy w dzienniku.
Seminarium dziennikarskie.
Seminarium publicystyczne.
Seminarium z zakresu ekonomii polit.
Polityka ekonomiczna.
Seminarium z zakresu reklamy.
Polityka komunalna.
Polityka społeczna.
Język francuski.
Język niemiecki.
Stenografia.
Władze i zespół nauczający W. S. D.

w roku 1937/38 był następujący:

Dyrekcja:

Wincenty Trzebiński — dyrektor.
Stanisław Jarkowski — zast. dyr.

Wykładowcy:

Berezowski Cezary, dr., prof. Uniw. J. P.
Biegeleisen Wł. Leon, dr., prof. Woln. Wszechn. Pol.
Boleski Andrzej, prof. Wolnej Wszechnicy Pol.
Durkacz Piotr, dr., em. nacz. wydz. w Min. Op. Społ., prof. Szkoły Gł. Handlowej.
Fałat Stanisław, em. sędzieja N. T. A.
Furmanik Stanisław, dr., literat.
Gieżyński Witold, publicysta, wiceprezes Zw. Dziennikarzy R. P.
Hilarowicz Tadeusz, dr., prof. Wolnej Wszechn. Pol.
Jarkowski Stanisław, dyr. agencji Informacja Prasowa Polska.
Kielski Bolesław, prof. Uniw. J. P.
Kuczabiński Jan, dyr. „Polskiej Agencji Public.“
Pajewski Janusz, dr. doc. Uniw. J. P.
Poniatowski Józef, dyr. Biura Ekon. Rady Min.
Potulicki Michał, dr., b. doc. Uniw. w Genewie.
Póltawski Adam, artysta grafik.
Trzebiński Wincenty, zast. nacz. red. „Kurier Warszawski“.
Wasowski Józef, publicysta.
Zagórowski Zygmunt, dr. filozofii, prof. Szkoły Gł. Handl.
Zakrzewski Stanisław Zenon, dyr. „Polskiej Aj. Telegr.“

Pomocnicze siły naukowe.

Bodek Arnold, dr., asyst. prof. Zagórowskiego.
Brablec Jerzy, asyst. prof. Kielskiego.
Kalasiewicz Bogusław, współprac. S. A. „Prasa Polska“ stenogr.
Pożaryski Jan, asyst. prof. M. Potulickiego.

Liczba seminariów stale się powiększa. Niektóre przedmioty teoretyczne z biegiem czasu stają się przedmiotami seminaryjnymi. Słuchacze W. S. D. uczą się, nie wypuszczając pióra z ręki. Jest to, jak się zdaje, metoda nauczania najwięcej zbliżona do pracy redakcyjnej.

W nadchodzącym roku szkolnym Dyrekcja W. S. D. zamierza wprowadzić nowy zakres pracy pedagogicznej, która by możliwie dokładnie ilustrowała postępy w umiejętnościach pisarskich. Będą czynione starania, aby pracami tymi zainteresować nasze koła wydawnicze oraz ułatwić im bezpośredni wgląd w przebieg i wartości tych ćwiczeń praktycznych.

PRACE ZWIĄZKU WYDAWCÓW

POSIEDZENIA PREZYDIUM.

Połączone prezydium Rady i Zarządu Głównego odbyły wspólne posiedzenie w dniu 25 sierpnia r.b. Przedmiotem obrad była sprawa stosunku między prasą i radiem, sprawa zainicjowania propagandy i reklamy zbiorowej, sprawy ogłoszeniowe, kwestia udziału Związku Wydawców w światowej wystawie w Nowym Jorku oraz w wystawie „Warszawa wczoraj, dziś, jutro”. Nadto omawiano sprawę Międzynarodowego Kongresu Prasy Filmowej w Warszawie oraz plan uczczenia 10-lecia Związku Wydawców.

W dniu 5 września odbyło się posiedzenie Prezydium Zarządu Głównego. Przedmiotem obrad były sprawy wyżej wymienione, nadto zaś plan prac Związku Wydawców w okresie 1938-39 r.

62 POSIEDZENIE ZARZĄDU GŁÓWNEGO.

W dniu 7 września odbyło się 62 posiedzenie Zarządu Głównego Związku. Obradom przewodniczył prezes Zarządu p. Stefan Krzywoszewski.

Poza przewodniczącym w posiedzeniu wzięli udział pp.: prezes Rady Naczelnej Feliks Mrozowski, wiceprezesi Rady Bolesław Biega, Roman Leitgeber, Edward Pawłowski i Leon Puławski, wiceprezesi Zarządu Mieczysław Dobija, Antoni Lewandowski i Mieczysław Niklewicz, członkowie Zarządu: Stanisław Cieślak, Antoni Goerne, Hilary Gottowt, Marian Nusbaum-Ołtaszewski, Waław Olchowicz, Henryk Paschalski, Jan Sotomski, dyrektor Związku p. Stanisław Kauzik oraz wicedyrektor p. Franciszek Głowiński.

Po zagajeniu obrad przez przewodniczącego, dyr. Kauzik zapoznał zebranych z przebiegiem oraz wynikami obrad Kongresu Międzynarodowej Federacji Związków Wydawców, który odbył się w Rzymie w czerwcu roku bieżącego.

Następnie dyr. Kauzik przedstawił plan prac Związku na najbliższy okres. Wśród zagadnień, wymagających rozwiązania referent wymienił: 1) zagadnienia, związane z wykonywaniem umowy z 1937 r., regulującej stosunki między prasą a radiem, 2) zagadnienie przeprowadzenia zasadniczej rewizji przepisów, dotyczących obsługi prasy przez pocztę, rewizji, zmierzającej do rozszerzenia zakresu tej obsługi i jej potania, 3) sprawę zorganizowania większej akcji propagandowej na rzecz czytelnictwa dzienników i czasopism, 4) sprawę zorganizowania wspólnie z T-wem Wiedzy Prasowej — kursów dla pracowników administracji wydaw-

nictw, 6) zagadnienie dalszego uporządkowania stosunków w dziedzinie ogłoszeniowej i wreszcie 7) zagadnienia drukarskie.

W dyskusji nad planem prac dyr. Gottowt wysunął wniosek o podjęcie przez Związek specjalnej akcji na rzecz ogłoszenia prasowego.

Następnie omówiono szereg kwestyj, dotyczących wykonania układu zbiorowego pracy w zawodzie dziennikarskim, po czym dyrektor Związku przedstawił zebrany plan projektowanych kursów dla pracowników administracyjnych, opracowany z punktu widzenia potrzeb wydawnictw. Po dłuższej dyskusji plan ten postanowiono przedstawić władzom Towarzystwa jako projekt Związku Wydawców.

W dalszym ciągu obrad rozważono sprawę opłat stemplowych, pobieranych na terenie niektórych województw przez władze administracyjne od kolporterów. Postanowiono w tej sprawie interweniować w Ministerstwie Spraw Wewnętrznych i w Min. Skarbu.

Dłuższą dyskusję wywołało zagadnienie cen makulatury, referowane obszernie przez dyrektora i wicedyrektora Związku, którzy zdali sprawę z przeprowadzonej dotychczas akcji Związku. W wyniku dyskusji sformułowany został plan dalszego działania w tej sprawie.

Następnym punktem porządku dziennego była sprawa katalogów prasowych, wydawanych przez szereg biur ogłoszeniowych. Po obszernej dyskusji postanowiono zwrócić się do biur ogłoszeniowych wydających katalogi z propozycją zbiorowego uregulowania tej kwestii.

W dalszym ciągu obrad Zarząd Główny rozpatrzył szereg spraw organizacyjnych i personalnych.

SPRAWA OPŁAT STEMPLOWYCH OD ZEZWOLEŃ NA SPRZEDAŻ PISM.

W początku r. b. władze Związku poinformowane zostały przez członków Związku, iż na terenie woj. kieleckiego poszczególne starostwa żądają od sprzedawców pism, składających podania o przedłużenie pozwoleń na kolportaż, opłaty stemplowej w wysokości 40 zł., zamiast powszechnie pobieranej w tych wypadkach opłaty 5 zł. Dodać należy, iż opłata stemplowa w wysokości zł. 40, w myśl ustawy o opłatach stemplowych, winna być pobierana od zezwoleń na prowadzenie przedsiębiorstw, które wymagają koncesji. Władze administracyjne w wojewódz-

twie kieleckim, żądając od kolporterów opłat w tej wysokości, stanęły zatem na stanowisku, iż sprzedaż pism, w myśl rozporządzenia wojewody kieleckiego o sprzedaży pism z dnia 26.IV. 1935 r. jest zajęciem, podlegającym koncesjonowaniu.

Ponieważ to stanowisko władz administracyjnych, zdaniem władz Związku, nie ma uzasadnienia prawnego, władze Związku wystąpiły z odpowiednim przedstawieniem do województwa kieleckiego, następnie zaś — do Ministerstwa Spraw Wewnętrznych. Władze Związku w swym memoriale podkreśliły m. innymi, iż wprowadzenie zasady koncesjonowania handlu gazetowego byłoby niezgodne z zasadą wolności prasy, zagwarantowaną ustawowo. Z tego względu przepisy władz administracyjnych, dotyczące udzielania zezwoleń na kolportaż, traktować należy nie jako przepisy koncesyjne, lecz jako rejestrację porządkową.

Sprawa powyższa jest w chwili obecnej przedmiotem rozważań w Ministerstwie Spraw Wewnętrznych, jak również w Ministerstwie Skarbu. Z uwagi na doniosły charakter sprawy zajmował się nią Zarząd Główny Związku Wydawców na swym 62 posiedzeniu, ustalając dyrektywy dla dalszej akcji biura Związku.

POROZUMIENIE W SPRAWACH OGŁOSZENIOWYCH.

W dniu 7 września r.b. w sali konferencyjnej Związku Wydawców odbyło się pod przewodnictwem wice-prezesa Rady B. Biega posiedzenie przedstawicieli wydawnictw, poświęcone sprawom ogłoszeniowym. W posiedzeniu wzięli udział pp.: Żakiewicz (A.B.C.), M. Artemski i T. Malewski (Bluszcz), H. Śliwiński (Dom Prasy), Cz. Krassowski (Goniec Warszawski), H. Paschalski (I.K.C.), Dzierzynska (Kurier Codzienny 5 Groszy), R. Leitgeber (Kurier Poznański), W. Olchowicz (Kurier Warszawski), O. Kolbe (Mały Dziennik), N. Szwalbe (Nasz Przegląd), Łacyszlaw (Polska Zbrojna), Górski (Polska Zachodnia), M. Nusbaum Ołtaszewski (Republika), J. Cesarski (Robotnik), B. Biega (Wieczór Warszawski) i dyr. Związku St. Kauzik.

Przedmiotem obrad były 3 umowy w sprawach ogłoszeniowych, a mianowicie: 1) umowa w sprawie walki z bezpłatną i ukrytą reklamą, 2) umowa w sprawie wzmianek gratisowych, 3) umowa w sprawie wymiarów ogłoszeń i sposobu obliczania ogłoszeń. Większość zebranych opowiedziała się za wprowadzeniem sankcji materialnych na wypadek przekroczenia przez któregokolwiek z kontrahentów tych umów; wy-

brana została Komisja celem opracowania projektu sankcji. Zebranie zakończone zostało aktem podpisania 3 umów przez przedstawicieli tych kilku wydawnictw, które ich dotychczas nie podpisały. W ten sposób grono kontrahentów wyżej wymienionych trzech umów ogłoszeniowych objęło większość najważniejszych wydawnictw ogłoszeniowych w Polsce.

ORZECZENIE

WYDZIAŁU DLA SPORNÝCH SPRAW OGŁOSZENIOWYCH.

W r. ub. biuro Związku, na skutek uchwały Rady, zorganizowało wydział dla spornych spraw ogłoszeniowych, którego zadaniem m. innymi jest: a) osiągnięcie porozumienia w spornych sprawach ogłoszeniowych, b) czuwanie nad wykonywaniem porozumień ogłoszeniowych. Prezydium powołuje arbitrów dla każdej sprawy z osobna.

W dniu 7 września r.b. odbyło się posiedzenie arbitrów, powołanych do rozstrzygnięcia sprawy, wniesionej przez jedno z codziennych pism stołecznych. Chodziło o rozstrzygnięcie, czy dwa ogłoszenia, zamieszczone w tym piśmie, miały charakter ogłoszeń zwyczajnych czy też tekstowych.

W wyniku obrad zapadło jednomyślne orzeczenie, które, wraz z odpowiednim uzasadnieniem, przesłane zostało zainteresowanemu wydawnictwu.

SPRAWA MAKULATURY.

Biuro Związku od dłuższego czasu zajmuje się sprawą cen makulatury, które w ostatnich czasach wykazują tendencję zniżkową. Badania objęły wytwarzanie i użytkowanie makulatury, jej import i w związku z powyższym sprawę taryfy celnej i taryf kolejowych.

W wyniku tych badań władze Związku przedłożyły zainteresowanym ministerstwu szereg postulatów, mających na celu uregulowanie cen i zbytu makulatury krajowej. Sprawa ta była w miesiącach letnich przedmiotem kilku konferencji przedstawicieli władz Związku z przedstawicielami Ministerstwa Przemysłu i Handlu. Kwestią makulatury zajmował się szczegółowo na wrześniowym posiedzeniu Zarząd Główny Związku, ustalając wytyczne dalszej akcji Związku.

OKRES ULGOWEJ WYSYŁKI EGZEMPLARZY OKAZOWYCH.

W sierpniu r. b. władze Związku wystąpiły do Ministerstwa Poczty i Telegrafów z prośbą o udzielenie, podobnie jak w latach ubiegłych, okresowej ulgi taryfowej w opłatach za przesyłanie

FOTOGRAFIA

najwierniej obrazuje życie,
jest więc cennym narzędziem

PRASY



ulatwia fotografię prasową dając możliwość szybkiego i precyzyjnego wykonywania odbitek i powiększeń

Papier fotograficzny FOTON jest do nabycia we wszystkich sklepach fotograficznych w Polsce.

Szczegółowy materiał informacyjny i opisowy wysyła na żądanie fabryka

FOTON

WARSZAWA 12 NARBUTTA 8

egzemplarzy okazowych i prospektów. Jako czas trwania tej ulgi władze Związku zaproponowały okres od 20 września do 20 października r. b.

Ministerstwo Poczty i Telegrafów prośbę władz Związku załatwiło przychylnie ustalając termin ulgowej wysyłki egzemplarzy okazowych na okres od 15.9 — 15.10.

UTRUDNIENIA W PROPAGANDZIE WYDAWNICZEJ.

Szereg wydawnictw-członków Związku powiadomiło władze Związku, iż w ostatnim czasie funkcjonariusze Policji Państwowej żądają od właścicieli warszawskich kiosków i koszyków, sprze-

dających pisma, usuwania wszelkiego rodzaju reklam dzienników i czasopism oraz zawiadomień o treści bieżących numerów. Na skutek powyższego władze Związku zwróciły się do powiatowych władz administracyjnych w Warszawie, wskazując, iż wywieszanie reklam i zawiadomień przy punktach sprzedaży pism jest powszechnie stosowane zarówno w Warszawie i innych miastach w Polsce, jak wszędzie za granicą, oraz że należyty handel dziennikami i czasopismami bez tej reklamy jest nie do pomyślenia. Sprawa powyższa była ostatnio przedmiotem konferencji przedstawiciela biura Związku ze starostą śródmiejsko-warszawskim, p. Tarnowskim.

Prace Komitetu Prasy Periodycznej

KURSY DLA PRACOWNIKÓW ADMINISTRACJI.

W związku z utworzeniem T-wa Wiedzy Prasowej i podjętą przez to Towarzystwo akcją organizowania kursów fachowych, na VI zebraniu Komitetu Prasy Periodycznej utworzona została komisja celem opracowania planu kursów dla pracowników administracji czasopism.

W dniu 17 czerwca odbyło się posiedzenie tej komisji, w którym wzięli udział pp.: prezes Stefan Krzywoszewski, prezes Mieczysław Niklewicz, dyr. Marian Artemski, dyr. Aleksander Gozdowski, dyr. Stanisław Serwin, wicedyrektor Związku Franciszek Głowiński i sekretarz Komitetu Jan Mokrzycki. Projekt planu kursów zreferował p. Mokrzycki, po czym wywiązała się obszerna dyskusja przy udziale wszystkich obecnych. W wyniku dyskusji zaaprobowano przedstawiony projekt z szeregiem uzupełnień.

WYSTAWA PRASY TECHNICZNEJ W RAMACH TARGÓW LEWANTYŃSKICH W BARI.

Przedstawicielstwo warszawskie Targów Lewantyńskich w Bari zwróciło się w sierpniu r. b. do władz Związku Wydawców z propozycją wzięcia udziału przez prasę polską w wystawie prasy technicznej, jaka ma się odbyć w r. b. w ramach Targów. Ze względu na znaczenie propagandowe udziału pism polskich w tych Targach, jak również z uwagi na dogodne warunki, władze Związku ustosunkowały się przychylnie do tej propozycji i zaleciły pismom technicznym, należącym do sekcji prasy technicznej, wzięcie udziału w wystawie. Niemal wszystkie wydawnictwa techniczne, zrzeszone w Związku, wyraziły zgodę i za pośrednictwem biura Związku Wydawców dostarczyły egzemplarze okazowe dla Bari.

ORGANIZACJE I SPRAWY DZIENNIKARSKIE

KONGRES F. I. J.

Niedojście do skutku zebrania się komitetu wykonawczego Międzynarodowej Federacji Dziennikarskiej (F. I. J.) w Warszawie w maju b. r., o czym pisaliśmy w swoim czasie, było jednym z wielu objawów wewnętrznego kryzysu, jaki przechodzi obecnie ta organizacja na tle dążeń pewnej części członków do zrewidowania dotychczasowych statutów (chodzi o ustosunkowanie się do prasy państw totalnych), drugiej części zaś — do ich utrzymania. Objawy te trwają i nadal, a znalazły ostatnio wyraz m. in. w złożeniu przez p. Karola Eskelunda godności prezesa F. I. J.

Wskutek tego powstała kwestia, gdzie ma się odbyć tegoroczny kongres F. I. J., skoro nie da się zastosować postanowienia statutu, iż zbiera się on w kraju, do którego należy prezes Federacji. — Ostatecznie zgodzono się odbyć kongres we Francji, przy czym jako miejsce wybrano Marokko, dokąd bardzo gorąco zapraszały międzynarodową prasę miejscowe władze francuskie z rezydentem generałem Nogues na czele. Przewidziany na drugą połowę września zjazd w Marokku musiał jednak być odwołany wskutek tego, że francuskie towarzyst-

wa żeglugowe odmówiły prasie potrzebnych do tego celu 50 przejazdów ulgowych, o ile kongres nie zostanie przeniesiony o miesiąc, na okres, w którym ustaje już masowy ruch turystyczny. Wobec tego aktualną stała się druga z rozważanych w tej sprawie alternatyw, mianowicie odbycie zjazdu na terenie Alzacji, w Strassburgu.

Kongres odbędzie się w dniach od 28 września do 2 października. Porządek dzienny obejmuje m. in. uchwalenie kodeksu moralności zawodowej, który mógłby być przyjęty przez organizację, w których sprawa ta nie została dotąd skodyfikowana. Na opróżnione miejsce prezesa Federacji zgłosiła angielska National Union of Journalists kandydaturę p. A. Kenoyona.

DZIENNIKARZE U MARSZAŁKA ŚMIGŁEGO-RYDZA.

W dniu 30 lipca prezydium Związku Dziennikarzy R. P. w osobach prezesa M. Ścieżyńskiego, wiceprezesa H. Wierzyńskiego i sekretarza M. Kozłowskiego było przyjęte przez Marszałka Śmigłego-Rydza, któremu wręczyło uchwałę tegorocznego walnego zjazdu Związku w sprawie dobrowolnego opodatkowania się dziennikarstwa na F. O. N.

Linie rozwojowe gospodarstwa polskiego

Ukazała się w druku niezmiernie aktualna i interesująca broszura p. Janusza Rakowskiego, wicedyrektora gabinetu ministra skarbu pod tyt.: „Linie rozwojowe gospodarstwa polskiego“.

Aby zrozumieć dzisiejszą, polską rzeczywistość gospodarczą, zawsze musimy mieć przed oczyma Polskę zrujnowaną wojną światową i bolszewicką, z prawie dwoma milionami zniszczonych budynków, 56% zdemolowanych mostów kolejowych, 63% zniszczonych dworców i stacyj, 81% wysadzonych w powietrze wież ciśnień itd. Podobnie olbrzymie straty ponieśliśmy w zakresie poczty, dróg bitych, wodnych, elektryfikacyjnych itd.

Ledwo zablizniły się rany powojenne, ledwo uporaliśmy się z różnorodnymi trudnościami politycznymi, gospodarczymi i socjalnymi, odbudowaliśmy własną walutę, zaczęliśmy wytwarzać w drodze oszczędności własne kapitały, — gdy pojawił się nowy, groźny hamulec w rozwoju gospodarczym, w postaci kryzysu z 1929 r.

Przebrnęliśmy wreszcie przez kryzys i niedawno wkroczyliśmy w inny okres

— od obrony przeszliśmy do ofensywy gospodarczej.

Ofensywę tę oparliśmy na kilku podstawowych zasadach: równowadze budżetu, inwestycjach publicznych, odbudowie własnego rynku pieniężnego oraz pobudzaniu i ułatwieniu twórczości i inicjatywy prywatnej.

Dalszy rozwój gospodarczy Polski zależy od krystalizacji jasnych wytycznych programowych oraz od wiary w przyszłość i wykrzesania z szerokich mas naszego narodu entuzjazmu do pracy twórczej. Ustalono tu pewne wytyczne: zdecydowana akcja uprzemysłowienia kraju i jego urbanizacji, przebudowa ustroju rolnego, „autarka oświecona“ a więc rozsądna polityka samowystarczalności oraz wzmocnienie „dyspozycji polskiej“ w naszym życiu gospodarczym.

Broszura wicedyrektora J. Rakowskiego miała m. in. za zadanie obalenie wciąż jeszcze pokutujących poglądów, że w Polsce nic się nie robi. Zadanie to broszura spełnia znakomicie, a dzięki wyrazistości cyfr, jasności stylu i przejrzystości układu jest publikacją wysoce pożyteczną i aktualną.

Z SYNDYKATU

DZIENNIKARZY WARSZAWSKICH.

Dokonane na ostatnim walnym zebraniu Syndykatu Dziennikarzy Warszawskich wybory nowych władz dały następujące wyniki: prezesem został obrany Jerzy Wiewiórski, wiceprezesami: Marian Grzegorzczak (ponownie) oraz Bolesław Hensel, Jerzy Nowakowski i Adam Romer, do Zarządu weszli: Roman Boski, Wacław Czarnecki, Stanisław Czosnowski, Stanisław Grek, Mieczysław Krzepakowski i Władysław Zyglarski (wszyscy ponownie) oraz Jadwiga Krawczyńska i Aleksander Maliszewski. Nadto, dla usprawnienia organizacji, walne zgromadzenie upoważniło zarząd do powiększenia swego składu na najbliższą kadencję o liczbę członków nie przekraczającą 4-ch.

Do Komisji Rewizyjnej powołano Zygmunta Augustyńskiego, Adama Obarskiego i Tadeusza Niesiołowskiego, do Sądu Koleżeńskiego na członków Piotra Góreckiego, Brunona Korotyńskiego, Stanisława Koźmińskiego, Andrzeja Krasickiego, Ludomiła Lewenstama, Zygmunta Piotrowskiego i Stanisława Strońskiego, a na zastępców Mieczysława Przybyłowskiego i Mariana Strzeleckiego.

Nowy zarząd ukonstytuował się, wybierając sekretarzem M. Krzepakowskiego, jego zastępcą W. Czarneckiego, skarbnikiem St. Czosnowskiego.

NOWE WŁADZE ZWIĄZKU

DZIENNIKARZY SPORTOWYCH R. P.

Na ostatnim walnym zebraniu Związku Dziennikarzy Sportowych R. P. wybrano przez aklamację nowy zarząd w składzie następującym pp.: prezes Wacław Sikorski, wiceprezisi Aleksander Szenajch i Stanisław Rothert, sekretarz Ryszard Mossin, skarbnik Lech Jeszka, członkowie Jan Erdman i Wiktor Junosza-Dąbrowski.

Do komisji rewizyjnej wybrano pp.: Jerzego Grabowskiego, Edwarda Sokoppa i Al. Rekszę, do sądu koleżeńskiego: Mariana Strzeleckiego, jako przewodniczącego i pp. Mielecha, T. Grabowskiego (Warszawa), Śmigielskiego (Poznań), Burczaka (Katowice), Nowaka (Kraków) i Niecieckiego (Wilno).

Związek liczy 151 członków, Kraków 16, Łódź 17, Pomorze 11, Lwów 15, Poznań 21, Śląsk 18, Wilno 8, Warszawa 43, bez przydziału 3.

Walne Zgromadzenie uchwaliło szereg poprawek statutowych, regulujących dostęp do Związku. M. in. postanowiono wprowadzić minimum zarobków i upoważniono zarząd do przeprowadzenia weryfikacji listy członków na podstawie przyjętych na walnym zgromadzeniu nowych przepisów.

Komisja Orzekająca Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy

W dniu 21 września upływa 8 miesięcy od chwili ukonstytuowania Komisji Orzekającej Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy. Jest to okres czasu dość długi, aby działalność Komisji móc scharakteryzować.

Pierwszym faktem, który rzuca się w oczy, gdy dokonywamy przeglądu prac Komisji, jest stosunkowo niewielka ilość spraw, jakie w ciągu tych 8 miesięcy do Komisji wpłynęły: było ich wszystkich 6. Fakt ten świadczy, zdaniem naszym, o znacznym złagodzeniu w tym czasie tonu i formy polemiki prasowych w porównaniu z okresem poprzednim, złagodzeniu, które przypisać należy niewątpliwie w pierwszym rzędzie akcji, podjętej przez zgrupowanych w październiku r. z. przedstawicieli Związku Wydawców, Związku Dziennikarzy, wydawców i redaktorów pism warszawskich i utworzeniu Komisji Orzekającej.

Drugim faktem, jeszcze bardziej charakterystycznym jest, że w żadnej ze spraw wniesionych Komisja nie była zmuszona wydać orzeczenia. Czemu to przypisać? Oto Prezydium Komisji stanęło na stanowisku, że postępowanie przed Komisją Orzekającą jest swego rodzaju postępowaniem honorowym, że należy przeto dążyć do załatwienia każdej sprawy przede wszystkim na

Agencja Fotograficzno - Prasowa

PHOTO-PLAT

Wielkie archiwum fotograficzne

100.000

z d j ę ć

WARSZAWA
Nowy Świat 57, tel. 507-47

drodze polubownej, traktując rozprawę jako ostateczność.

Wychodząc z tego założenia, przewodniczący Komisji, którym jest obecnie p. prezes Stefan Krzywoszewski, przed skierowaniem skargi do rozpoznania przeprowadzał postępowanie pojednawcze.

Rozpatrując repertorium spraw, wniesionych do Komisji, stwierdzamy, że z ogólnej liczby 6-ciu 2 sprawy uległy umorzeniu ze względów formalnych. Pozostałe 4 sprawy dzięki akcji koncyliacyjnej przewodniczącego Komisji zakończone zostały dobrowolnym udzieleniem przez stronę pozwaną zadośćuczynienia, polegającego na opublikowaniu odpowiedniego oświadczenia, względnie wyjaśnienia. Ten ze wszech miar pomyślny rezultat świadczy z jednej strony o słuszności metody, zastosowanej przez Prezydium Komisji, z drugiej zaś o autorytecie, jakim cieszy się Komisja w sferach prasowych. Nie ulega bowiem wątpliwości, że temu właśnie autorytetowi w znacznej mierze przypisać należy powodzenie zastosowanej metody pojednawczej.

Propaganda dzienników i czasopism za pomocą egzemplarzy okazowych

Jak wiadomo, jednym z najbardziej skutecznych sposobów zjednywania dla dzienników i czasopism nowych czytelników i prenumeratorów jest umiejętne operowanie egzemplarzami okazowymi. Akcentujemy wyraz umiejętne, gdyż akcja propagandowa za pomocą egzemplarzy okazowych nie należy bynajmniej do najtańszych form reklamy. Można nią trafić do celu niezawodnie, można jednak i chybić.

Umiejętność przeprowadzania kampanij drogą wysyłki egzemplarzy okazowych polega w pierwszym rzędzie na skompletowaniu odpowiedniego i bezwarunkowo aktualnego materiału adresowego. Wysyłka egzemplarzy powinna iść nie na ślepo, a tylko tam, gdzie według pewnych cech można przewidzieć ewentualnego nowego odbiorcę. Adresy muszą być więc przewidujące wyselekcjonowane w ściśle określone grupy.

Drugim warunkiem powodzenia omawianych kampanij jest aktualność materiału adresowego. Ta sprawa jest niewątpliwie poważną bolączką naszego życia gospodarczego, którą napewno i niejeden wydawca doświadczył na własnym przykładzie, otrzymując przerażający procent zwrotów wysyłanych egzemplarzy okazowych. Przyczyna tego zła tkwi przede wszystkim w wybieraniu

adresów w tzw. „domowo-oszczędnościowym” zakresie, na podstawie najrozmaitszych przewodników i książek adresowych, które prawie z reguły podają informacje adresowe nieścisłe i nieaktualne. Nie należy w tym wypadku zapominać, że życie toczy się szybko: ludzie umierają, dorastają, uzyskują stanowiska, przenoszą się z miejsca na miejsce itd., itd.

Aczkolwiek sprawa ewidencji adresowych w Polsce dla celów propagandowych nie jest jeszcze rozwiązana tak precyzyjnie, jak na Zachodzie Europy, jednak i u nas na tym odcinku możemy zanotować poważne, godne uwagi osiągnięcia. Mamy tutaj na myśli działalność „Reklamy Pocztovej”, która w naszych warunkach niewątpliwie najlepiej — bo najszybciej — rejestruje stale zmienne przejawy życia społecznego i gospodarczego w postaci odpowiedników adresowych.

Specjalny dział „Reklamy Pocztovej” dysponuje materiałami adresowymi w najszerszym w Polsce zakresie, dostarczając gotowe komplety adresów według żądanych grup i kategorii. Kartoteka adresowa „Repu” zasięgiem swym obejmuje całą Polskę, można jednak zamawiać komplety adresowe i w zasięgach mniejszych, np. wg województw, powiatów, miast itp.

Materiały adresowe „Repu” zestawiane są na podstawie stale otrzymywanych informacji ze źródeł urzędowych, co umożliwia stałe ich uzupełnianie i aktualizowanie.

Za adresy „Repu” użyte w oryginale w przeciągu 3 miesięcy od daty kupna zwracany jest koszt adresów nieaktualnych (zwroty pocztowe) i ponadto wydatek na porto pocztowe za nadwyżkę, przekraczającą 5% zwrotów. Z tego wynika, że przesyłki, ekspediowane na podstawie adresów „Repu”, są jak gdyby asekurowane, ponieważ wysyłający nie ponosi prawie żadnego ryzyka, opłacając jedynie adresy dobre. „Reklama Pocztowa”, wycofując niedoręczone przesyłki, za które zwraca pieniądze (jak wyżej), ma możliwość przeprowadzania stałej kontroli i natychmiastowego korygowania każdego kompletu adresowego.

Dział adresowy „Repu” jest wzorowo zorganizowany oraz należycie wyposażony pod względem technicznym i dzięki temu ma możliwość wykonania każdego zlecenia wyjątkowo szybko.

Jak więc widzimy, mamy do dyspozycji placówkę, która przy ekspedycji egzemplarzy okazowych może oddać wydawnictwom przysługi tej miary, że akcja wysyłkowa będzie naprawdę skuteczna i całkowicie się opłaci. (Pr.)

Państwo a prasa

MAJOR LEPECKI OBEJMUJE

SPRAWY PRASOWE W PREZYDIUM

RADY MINISTRÓW

Sprawy prasowe w Prezydium Rady Ministrów zostały włączone do zakresu działania biura zadań specjalnych, na którego czele stoi dyrektor Mieczysław Lepecki.

Dyr. Mieczysław Lepecki urodzony w 1897 r., wstąpił do Legionów w 1915 r. Wojnę polsko-rosyjską przeżył na froncie; trzykrotnie ranny odznaczony został orderem *Virtuti-Militari*. W 1926 r. przydzielony do Gabinetu Marszałka Piłsudskiego, jako Ministra Spraw Wojskowych, kierował referatem prasowym. W końcu 1935 r. objął stanowisko dyrektora biura prezydiального Prezydium Rady Ministrów, następnie zaś kierownictwo biura zadań specjalnych, na którego czele stoi dotychczas. Jedną z główniejszych prac mjr. Lepeckiego w tym okresie było przestudiowanie kwestii emigracji żydowskiej na Madagaskar.

Mjr. Lepecki jest autorem około 40-tu książek i broszur.

MIN. K. LIBICKI NACZELNYM

DYREKTOREM POLSKIEGO RADIA

Rada Nadzorcza Polskiego Radia powołała na stanowisko naczelnego dyrektora tej instytucji, osieroczone skutkiem przedwczesnego zgonu śp. Romana Starzyńskiego, — p. Konrada Libickiego.

P. Konrad Libicki, mimo względnie młodego wieku, ma za sobą przeszłość dużej wagi. Dom jego rodziców posiadał gorącą atmosferę narodową, ojciec był zasłużonym działaczem polityczno-społecznym. Po uzyskaniu matury p. Konrad Libicki udaje się do Paryża, odbywa studia w Szkole Nauk Politycznych. Aktywny temperament pcha go od wczesnych lat do czynu. Bierze udział w strajku szkolnym, w 1911 r. przystępuje do Związku Strzeleckiego, w r. 1914 — do Polskiej Organizacji Wojskowej. Wchodzi do jej komendy naczelną, w chwili wkroczenia do Warszawy wojsk niemieckich pełni funkcję zastępcy komendanta naczelnego. Otrzymuje nominację na podporucznika I Brygady Legionów, idzie na front, bierze udział w rozbrojeniu Niemców. Po odbudowie Państwa poświęca się pracy w armii. W r. 1924 uzyskuje dyplom Wyższej Szkoły Wojennej. W 1927 r. przerywa się do dyplomacji, kieruje wydziałem prasowym M. S. Z., następnie zostaje posłem Rzeczypospolitej w Tallinie, wraca w r. 1933 do stolicy, by

objąć kierownictwo P. A. T. Jest przedstawicielem tego pokolenia, któremu w udziale przypadł okres zadań wielkiej doniosłości, i które poświęciło się bez reszty tym zadaniom.

RED. MIECZYŚLAW OBARSKI

DYREKTOREM NACZELNYM P. A. T.

P. Mieczysław Obarski, dotychczasowy redaktor naczelny P. A. T., mianowany został dyrektorem naczelnym tej instytucji.

P. Mieczysław Obarski, urodzony w 1899 r., ukończył wydział prawny U. W. W latach 1918 — 1920 brał udział jako ochotnik w wojnie polsko-bolszewickiej. Pracy na terenie prasowym poświęcił się od pierwszych lat po odbudowaniu państwa, pełniąc kolejno funkcje korespondenta szeregu pism i agencji w Berlinie i Rydze, naczelnego redaktora Agencji Wschodniej, dyrektora Agencji Telegraficznej „Express“ i naczelnego redaktora PAT. Działalność dyr. Obarskiego na tym ostatnim stanowisku, trwająca pięć i pół roku, znana jest dobrze prasie polskiej, która zawdzięcza p. Obarskiemu szereg poważnych ulepszeń i udoskonalień w działalności informacyjnej PAT.

Z życia prasy

„MÓJ KURIEREK“.

W dniu 8 września ukazał się pierwszy numer kolorowego dwutygodnika dla dzieci p. n. „Mój Kurierek“, wydawanego przez „Kurier Warszawski“. Pismo dołączane jest bezpłatnie do wydania porannego co drugi czwartek. Sprzedawane jest również oddzielnie — cena numeru wynosi 5 gr. Redaktorem jest Antoni Bogusławski. Pisuje w „Moi Kurierku“ Kornel Makuszyński, rysunki Walentynowicza i Walt Disney'a.

Drukarnia i Księgarnia Św. Wojciecha w Poznaniu obchodziła niedawno piękną uroczystość: poświęcenie nowego domu administracyjnego i świetlicy pracowników zakładów graficznych, połączone z jubileuszem 25-lecia pracy p. Franciszka Kusza, dyrektora zakładów graficznych tej instytucji. Życzenia i wyrazy uznania składali przedstawiciele Rady Nadzorczej i Zarządu Drukarni Św. Wojciecha, ks. kanonik Adamski i ks. prałat Prądzyński, podkreślając wielkie zasługi, jakie położył dyr. Kusz podczas swej ćwierćwiekowej pracy w Księgarni Św. Wojciecha. Jeśli zakłady graficzne Księgarni Św. Wojciecha — stwierdzili mówcy — przodują w przemyśle drukarskim w Polsce, jest to w głównej mierze dziełem dyr. Franciszka Kusza.

Redakcja „Prasy“ składa dyr. Franciszkowi Kuszowi, który stale zasila łamy naszego pisma swymi pracami, szczerze powinszowanie z powodu pięknego jubileuszu i życzenia dalszej owocnej pracy.

INTERESUJĄCA WYCIECZKA

PRASOWA.

W sierpniu r. b. Liga Popierania Turystyki zorganizowała wielką wycieczkę prasową do Krynicy i Zakopanego, w której udział wzięło około 100 przedstawicieli najpoważniejszych pism polskich i około 20 korespondentów zagranicznych. Celem wycieczki było zapoznanie prasy z nowymi inwestycjami Ligi w Krynicy i Zakopanem, imponującymi rozmachem i celowością, oraz całokształtem działalności Ligi, mającej na celu rozwój turystyki w Polsce. Planowana akcja na rzecz turystyki, zainicjowana w Polsce przez min. Al. Bobkowskiego, realizowana jest pod jego kierunkiem przez Ligę Popierania Turystyki i Wydział Turystyczny Ministerstwa Komunikacji, na czele którego stoi naczelnik Szelichowski.

Układ zbiorowy pracy w dziennikarstwie

POSIEDZENIE PREZYDIUM

DZIENNIKARSKIEJ KOMISJI

KWALIFIKACYJNEJ

W dniu 27 sierpnia odbyło się posiedzenie Prezydium Dziennikarskiej Komisji Kwalifikacyjnej. W posiedzeniu wzięli udział pp. przewodniczący grupy wydawców — prezes Antoni Lewandowski, przewodniczący grupy dziennikarzy — prezes Hieronim Wierzyński oraz sekretarz Komisji — Witold Gostomski.

Po wysłuchaniu referatu sekretarza

Komisji, który zdał sprawę z przeprowadzonych prac przygotowawczych, Prezydium ustaliło wytyczne, według których dalsze prace mają być prowadzone.

Następnie ustalono interpretację art. 2 § 2 i § 3 oraz art. 3 § 1 i § 2 Regulaminu Komisji Kwalifikacyjnej, stwierdzając, iż terminy, przewidziane w powołanych przepisach mieć będą zastosowanie po ogłoszeniu pierwszego rejestru dziennikarzy i pierwszego rejestru aplikantów dziennikarskich.

WYSTAWA DAWNYCH CZASOPISM.

Biblioteka Jagiellońska w Krakowie zorganizowała wystawę dawnych czasopism, która otwarta jest od 5—24 września w gmachu Collegium Maius przy ul. Św. Anny 8.

Sprawozdanie z tej ciekawej wystawy zamieścimy w najbliższym zeszycie „Prasy“.

Przegląd piśmiennictwa

GŁOS O „DEKADZIE“.

P. Antoni Bogusławski w „Kurierze Warszawskim“ z 26 lipca r.b. obszerniejszą notatkę sprawozdawczą poświęcił monografii Leona Zieleniewskiego p. t. „Dekada, pismo Legionów z 1799 r.“, wydanej ostatnio przez Związek Wydawców. P. Bogusławski podkreśla, iż „Krótka monografia p. Zieleniewskiego wypełnia istniejącą w piśmiennictwie historyczno-wojskowym lukę. Oparta jest na poważnej literaturze i na osobistych poszukiwaniach archiwalnych autora. Strona zewnętrzna książki bardzo staranna“.

MORZE I PRASA.

„Gazeta Polska“ w numerze z 24 sierpnia r.b. zajmuje się kwestią stosunku władz państwowych na wybrzeżu do prasy. Autor słusznie stwierdza: „...Zdawałoby się, że czynniki, którym zależy na racjonalnej propagandzie morza i wybrzeża, ułatwią zadanie poważnym publicystom i dziennikarzom; że człowiek pióra, przybyły z wnętrza kraju, ofiarujący swój czas i swą pracę dla morza, Gdyni, czy wybrzeża, będzie tam mile widziany i odpowiednio poważnie informowany“.

„...Omyłka, i to nawet duża omyłka. Albowiem, jak dotychczas, znamy szereg faktów, gdzie taka dobra wola, uczynność i chęć służenia sprawie, spotykały się tylko z niechęcią, opryskliwością, a nawet... zakazem“.

Autor konkluduje:

„...Albo nie biadajmy, że prasa o morzu i Gdyni zbyt mało pisze, albo ułatwy jej pracę... okażmy jej rzeczową przychylność i uprzejmość, jaka zwykła cechować kulturalne narody“.

INTERESUJĄCA PRACA DYR. CHOMICZA

Ukazał się ostatnio w broszurze referat pt. „Komunalne Kasy Oszczędności na tle struktury gospodarczej Polski“, ogłoszony na Zjeździe delegatów K. K. O. przez p. Bolesława Chomicza wiceprezesa Związku K. K. O. w Warszawie, dyrektora K. K. O. powiatu warszawskiego. Nowa praca dyr. Chomicza poświęcona jest interesującej analizie roli K. K. O. w procesie rozwoju polskiego życia gospodarczego.

NA ŁAMACH PRASY.

Historię i stan obecny prasy szwedzkiej omawia p. Stanisława Goryńska w „Czasie“ z 25 lipca r.b.

„Gazeta Polska“ z 30 sierpnia r. b. przyniosła artykuł p. Tadeusza Grzebińskiego o „Wiadomościach Szkockich“, piśmie polskim, ukazującym się przed 100 laty w Glasgow.

Różne

WYKŁADY FACHOWE DLA PRACOWNIKÓW W DOMU PRASY.

Dyrekcja S. A. Dom Prasy w Warszawie zorganizowała cykl wykładów fachowych z dziedziny sztuki drukarskiej dla pracowników technicznych. Inauguracyjny wykład poświęcony był rotograwiurze.

NOWE FABRYKI CELULOZY.

Obecna produkcja celulozy w Polsce nie pokrywa stale rosnącego zapotrzebowania wewnętrznego. Powoduje to znaczny import celulozy, który w r. 1936 wyniósł 10,5 tys. ton, w r. 1937 — 22,9 tys. ton. Ten stan rzeczy ulegnie zmianie w latach najbliższych. Niedawno ukończona została budowa państwowej fabryki celulozy w Niedomicach, na ukończeniu jest budowa fabryki celulozy sodowej „Stryj“ w Kochowinie, w bu-

dowie znajduje się fabryka „Celuloza Nadniemeńska“ w okolicach Grodna. Wreszcie S. A. Steinhagen i Saenger rozpoczyna w r. b. budowę fabryki celulozy i papieru rotacyjnego w Żydaczowie.

POMYSŁOWA OPRAWA NA PISMA.

Każdemu, kto ma częściej do czynienia z pismami, znane są kłopoty, wpływające z trudności przechowywania ich w należyтым porządku. Oprawa introligatorska jest stosunkowo kosztowna, nadto zaś można ją zastosować dopiero po zakończeniu roku. Do tego czasu egzemplarze z konieczności muszą być przechowywane luźno, co nie sprzyja zachowaniu ładu i porządku. Te trudności były bodźcem do stworzenia oprawy, umożliwiającej gromadzenie i przechowywanie pisma, a zarazem swobodne dysponowanie każdym zeszytem. Wyniki tych prób nie były na ogół ciekawe, ostatnio jednak pojawiła się na rynku oprawa p. n. „Pro periodica“, która jest interesującym rozwiązaniem problemu. Prosta w konstrukcji, nie narusza trudności przy manipulacjach. Jedna i ta sama oprawa może być używana do pism różnego formatu i grubości. Oprawione zeszyty można indywidualnie wyjmować i wkładać.

Oprawa „Pro periodica“ jest pomysłem polskim, opatentowanym w Warszawie.

„NASZ SKLEP – URANIA“

SPÓŁKA AKCYJNA

HURTOWE SKŁADY PAPIERU I MATERIAŁÓW PIŚMIENNYCH
ZAKŁADY LINIERSKIE I INTROLIGATORSKIE
FABRYKA ZESZYTÓW, BRULIONÓW I KSIĄG HANDLOWYCH

CENTRALA:

Warszawa, ul. Sienna 15, tel. 270-97

ODDZIAŁY:

Warszawa, ul. Jasna 1, tel. 650-97

Poznań, Pl. Nowomiejski 5, tel. 37-84

Katowice, ul. Stawowa 3, tel. 305-72

Łódź, ul. Piorkowska 90, tel. 203-60

Brześć nB, ul. 3-go Maja 1, tel. 1-09

POLECA

do użytku uczącej się młodzieży wszystkich szkół

SPECJALNIE

ZESZYTY WOJSKOWE I ZESZYTY
POLSKIEGO CZERWONEGO KRZYŻA

oraz bloki, notesy, teczki, papeterię, wieczne pióra, materiały piśmienne, przybory szkolne, artykuły biurowe itp.

WSZELKIE GATUNKI PAPIERÓW

PODRĘCZNIK DO OBLICZANIA
KOSZTÓW ROBÓT BUDOWLANYCH

Wydawnictwo własne

Cena znacznie zniżona

Rok założenia firmy 1912

P R A W O A P R A S A

UKŁAD ZBIOROWY PRACY

W ŁODZI

Minister Opieki Społecznej zarządzeniem z 23 lipca 1938 r. układowi zbiorowemu pracy dla drukarzy, zawartemu w Łodzi w dniu 7 listopada 1932 r. nadał moc powszechnie obowiązującą dla wszystkich wydawnictw dzienników i czasopism na obszarze miasta Łodzi. (Zbiór Układów Zbiorowych Nr. 41, poz. 123). Tekst powyższego układu, zawartego przez Związek Wydawców Dzienników i Czasopism w Łodzi ze Związkiem Zawodowym Drukarzy i Pokrewnych Zawodów w Polsce — Oddział w Łodzi, został ogłoszony przy obwieszczeniu Ministerstwa Opieki Społecznej z dnia 13 czerwca 1938 r. (Zbiór Układów Zbiorowych Nr. 34, poz. 92).

UBEZPIECZENIE OD WYPADKÓW PRACOWNIKÓW

PRZEMYSŁU POLIGRAFICZNEGO

Taryfa składek za ubezpieczenie od wypadków w zatrudnieniu i chorób zawodowych zatwierdzona zarządzeniem Ministra Opieki Społecznej z 21 marca 1938 r. (Dz. Urz. Nr. 8, poz. 114) przewiduje następujące kategorie niebezpieczeństwa w przemyśle poligraficznym. Poz. 141, zakłady graficzne posiadające jeden lub kilka niżej wymienionych działów zasadniczych: drukarnia, litografia, offset, wkłęsłodruk, fotochemigrafia (światłodruk), miedziorytnictwo, drukowanie na blasze, fabryki kart do gry (ewent. w połączeniu z introligatornią, fabryką kartonazy, koperciarnią, torebkarnią itp.) przy użyciu maszyn o napędzie mechanicznym — kat. III. Poz. 142, zakłady graficzne jak w poz. 141 — bez użycia maszyn o napędzie mechanicznym — kat. II. Poz. 143, wydawnictwa czasopism złączone z drukarniami ewent. w połączeniu z introligatorią — używające maszyn o napędzie mechanicznym — kat. II. Poz. 144, wydawnictwa czasopism bez drukarni lub w połączeniu z drukarniami, nie używającymi maszyn o napędzie mechanicznym — kat. I.

OGŁOSZENIA PRZEDSIĘBIORSTW, WYMAGAJĄCYCH

SZCZEGÓLNEGO ZAUFANIA.

Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych z 30 lipca 1938 r. (Dz. U. R. P. Nr. 57, poz. 450) przewiduje, iż władza może w pozwoleniu na prowadzenie przedsiębiorstwa, wymagającego szczególnego zaufania (tj. ochrony mienia, detektywów prywatnych, świadceń usług w sprawach paszportowych i wizowych, pośrednictwa w zawieraniu małżeństw i pośrednictwa w zakresie urzą-

dzania przedsięwzięć rozrywkowych) uzależnić ogłaszanie i reklamowanie przedsiębiorstwa i jego czynności od uprzedniej zgody władzy.

Ogłoszenia i reklamy takiego przedsiębiorstwa mogą podawać jedynie imię i nazwisko (firmę) przedsiębiorcy, adres (telefon i konto czekowe), rodzaj przedsiębiorstwa oraz wyliczenie czynności, wchodzących w zakres działania przedsiębiorstwa.

SCALONE ZARZĄDZENIA

DYREKCJI POCZT I TELEGRAFÓW W WARSZAWIE.

Dyrekcja Okręgu Poczty i Telegrafów w Warszawie przeprowadziła rewizję swoich zarządzeń i ogłosiła zarządzenia aktualne w usystematyzowanej formie w „Dzienniku Zarządzeń Dyrekcji Okrę-

gu Poczty i Telegrafów w Warszawie“ w Nr. Nr. 7, 8 i 9 z r. b. W Nr. 8 znajdują się następujące zarządzenia, dotyczące prasy: poz. 171 — kartki zamawiań wydawnictw, poz. 172 — Kupony konkursowe i bony premiowe, poz. 179 — Druki obowiązkowe dla celów bibliotecznych, poz. 184 — Zakaz dołączania ulotek do czasopism, poz. 250 — Najważniejsze zasady przepisów służby gazetowej, poz. 251 — Czasopisma bez debitu, poz. 252 — Korespondencja w sprawie sprzedaży czasopism, poz. 253 — Zwrotne egzemplarze czasopism, poz. 254 — Dworcowe i traktowe przesyłki gazetowe, poz. 255 — Uzupełnianie cennika czasopism, poz. 256 — Rozsyłka czasopism autobusami, poz. 257 — Usterki przy zwrocie czasopism, poz. 268 — Obrót rozrachunkowy. W Nr. 9 Dziennika Zarządzeń prasy dotyczy poz. 350 — Telegramy prasowe dziennikarzy zagranicznych.

PRASA NA SZEROKIM ŚWIECIE

BELGIA

Prasa codzienna w Belgii.

Wszystkie dzienniki, wychodzące na terytorium Belgii możnaby podzielić na dwie wielkie grupy: prasę polityczną i prasę zawodową.

Prasa codzienna ogólna.

W grupie tej, z wyjątkiem kilku dzienników niezależnych (wśród nich b. poważne: „Le Soir“ i flamandzki „Het Laatste Nieuws“ w Brukseli) przeważają pisma wyłącznie polityczne, będące własnością organizacji politycznych i wydawane dla propagandy i obrony ich haseł i programów. Rozróżnić można w tej prasie trzy ugrupowania:

I. *Prasa katolicko-konserwatywna i chrześcijańsko-demokratyczna*, a więc: „La Libre Belgique“, „XX-e Siècle“, „La Cité Nouvelle“ (Bruksela), „La Métropole“ (Antwerpia), „La Gazette du Centre“ (La Louvière), „Le Progrès“ (Mons), „Vers l'Avenir“ (Namur), „Le Courrier de l'Escquit“ (Tournai), „L'Avenir du Luxembourg“ (Arlon), „Le Courrier du Soir“ i w języku flamandzkim: „Het Nieuws van den Dag“, „De Standaard“, „Het Nieuwsblad“, „De Courant“ (Bruksela), „Gazet van Antwerpen“, „Het Handelsblad“, „De Volksgazet“ (Antwerpia), „De Gentenaar Het Volk“ (Gandawa), „Het Belog van Limburg“ (Hasselt), „Gazet van Mechelen (Málines-Mechlin).

II. *Prasa liberalno-konserwatywna i demokratyczna*: „La Dernière Heure“, „Etoile Belge“, „Gazette“ (Bruksela), „Le Matin“ (Antwerpia), „La Flandre Libérale“ (Gandawa), „L'Express“, „Le Journal de Liège“ (Liège), „La Gazette de Charleroi“, „Les Nouvelles“ (La Louvière), „La Province“ (Mons), „La Province de Namur“, „L'Avenir du Tournais“ i flamandzkie: „De Nieuwe Gazet“ (Antwerpia), „Gazette Gvonent“ (Gandawa).

III. *Prasa socjalistyczna*: „Le Peuple“ (Bruksela), „La Wallonie“ (Liège), „Le

Journal de Charleroi“ i flamandzkie: „De Volksgazet“ (Antwerpia), „Vooruit“ (Gandawa).

Kilka dzienników pozostaje poza tą kwalifikacją ze względu na swoiste hasła polityczne, które nie mieszczą się w programach stronnictw. Takimi są: „La Nation Belge“, „L'Indépendance Belge“ (Bruksela), „La Meuse“ (Liège). Niedawno powstałe partie ekstremistyczne posiadają również kilka organów.

Wpływ pism wyżej wymienionych jest proporcjonalny do siły i znaczenia stronnictwa, któremu służą. Zdarza się jednak, że program jednej partii głosi kilka dzienników, z których każdy ma pewien swoisty odcień.

Pisma fachowe.

Należą tu przede wszystkim pisma gospodarcze, które są organami świata bankowego, przemysłowego, handlowego czy kolonialnego, a więc: „L'Echo de la Bourse“, „Le Courrier de la Bourse et de la Banque“, „La Côte Libre“, „Le Moniteur des Intérêts“, „Matériaux“, „La Journée Financière“, „Informateur“.

Trzeba zaznaczyć, iż dziennikarze, współpracujący w prasie gospodarczej, posiadają specjalną organizację. Jest nią założony przed 19 laty Związek Zawodowy Codziennej Prasy Gospodarczej, Przemysłowej i Finansowej (Union Professionnelle de la Presse quotidienne l'économique, industrielle et financière).

Istnieje również cały szereg codziennych pism sportowych, jak: „Les Sports“, „Les Sportsman“ i flamandzki „Sportwereld“.

Fachowiec w dziedzinie administracji wydawnictw codziennych i periodycznych **zmieni posadę**. Oferty do administracji „Prasy“ pod „Fachowiec“

CZECHOSŁOWACJA

Ze statystyki prasowej.

W Pradze tak określają obecne nakłady większych dzienników: „Ceske Slovo“ — 22.408 egz., A-Zet — 132.994, Vecerni Ceske Slovo — 661.744, Telegraf — 52.190, Nedelni Ceske Slovo — 286.124, Ceske Slovo — nedelni A-Zet — 20.421, A-Zet Pondelnik — 202.073.

Nakłady wydawnictw ilustrowanych: Zprawodaj — 318.219 egz., Hvezda — 532.363, Ahoj — 77.915, Star — 24.759, Mlady Hlasatel — 47.323, Eva — 17.680, Vkus — 10.001, Rozruch — 44.096.

Główny organ codzienny Niemców sudeckich „Die Zeit“ bił około 100 tys. egz.

Zadziwiająca jest rozpiętość między nakładami w dni powszednie i w niedziele. Niedzielne nakłady bywają wielokrotnie wyższe.

NIEMCY

Dalsze zmiany w prasie wiedeńskiej.

Czytelnicy „Prasy“ wiedzą, jakim przeobrażeniem uległa prasa wiedeńska, gdy w dniu 12 marca r.b. wojska niemieckie wkroczyły do starej stolicy Habsburgów. Niektóre dzienniki zostały zamknięte, inne przejęte przez narodowych socjalistów. Pewnym dziennikom, które zgłosiły uległość wobec nowego ładu, powiodło się na razie ocalić egzystencję. Obecnie wszakże, jak donosi „Bulletin“ zurychski, — idzie dalsza przebudowa. Zawiesił swe wydawnictwo popularny dziennik wiedeński „Echo“. Ma przestać wychodzić „Reichspost“, naczelnym organem katolików austriackich. Ale największym wypadkiem w życiu prasowym, jakie przeżywa Wiedeń, jest nabycie kompleksu wydawniczego Steyrmühl przez hamburską firmę wydawniczą Broschek & Co. Koncern prasowy Steyrmühl był właścicielem najbardziej rozpowszechnionej w Wiedniu i w całej Austrii gazety „Neues Wiener Tagblatt“. Wydawał oprócz tego „Nieu Wiener Abendblatt“, posiadał „Mittagsausgabe“, szerzeg czasopism i dzienników („Volkszeitung“, „Kleine Volkszeitung“).

„Neues Wiener Tageblatt“, założony przez słynnego dziennikarza wiedeńskiego dr. Szepsa, prowadzony następnie przez Juliusza Singera, był ulubionym organem czytelników austriackich. Dawne rządy austriackie bardzo liczyły się z jego wpływami.

Przeobrażenia dotknęły również wiedeńskie czasopisma zawodowe. „Wyrównanie“ przeprowadzane jest konsekwentnie i na tym terenie.

NORWEGIA

Niezwykły rozwój

prasy prowincjonalnej.

Paryski tygodnik „Presse-Publicité“ konstatuje szczególny rozwój prasy prowincjonalnej. — Każde cokolwiek większe miasteczko posiada swój własny organ. Stąd w kraju, który liczy niespełna trzy miliony mieszkańców, istnieje 253 dzienniki, zaś w tej liczbie 240 drukuje się na prowincji. Wynika to z bardzo rozpowszechnionego czytelnictwa gazet (Norwegia nie ma alfabetów), z intensywności życia polity-

SOMMAIRE:

Stefan Krzywoszewski: *Le rôle de l'illustration dans la presse.*

La démarche de l'Association Polonaise des Editeurs contre les répressions infligées à la presse polonaise par les autorités de Gdańsk.

Le travail de la Section d'Illustration de presse de l'Agence Télégraphique Polonaise P.A.T. — interview avec Mr. M. Obarski directeur en chef de P.A.T.

R. Prystupa: *Le service photographique des agences de presse à l'étranger.*

T. Werner: *La photographie au service de la presse.*

W. Zakrzewski: *La technique de l'illustration dans les journaux et les périodiques.*

Les secrets de la photographie dans la presse.

La phototélégraphie et la presse.

Fr. Kusz: *La rotogravure — technique d'avenir.*

L'archive des photographies.

St. Plater-Zyberk: *Le photoreporteur, son rôle et sa tâche.*

La photographie au service de la publicité.

Presse — propagande — publicité.

Dr. Cz. Kulikowski: *La théorie de la propagande dans la littérature.*

L'Ecole Supérieure de Journalisme à Varsovie.

LES TRAVAUX DE L'ASSOCIATION POLONAISE DES EDITEURS.

LES ORGANISATIONS DES JOURNALISTES EN POLOGNE.

CHRONIQUE POLONAISE.

LA LOI ET LA PRESSE.

LA PRESSE A TRAVERS

LE MONDE.

cznego i z trudności komunikacyjnych. Ogólny nakład dzienników norweskich dosięga miliona egzemplarzy. Najpoczytniejszym dziennikiem stołecznym jest „Aftenposten“, organ konserwatywny, który bije 100 tys. egz. Drugie miejsce zajmuje „Arbeiterbladet“, organ partii socjalistycznej i zarazem rządowej. Obfitość ogłoszeń w dziennikach jest znaczna.

WĘGRY

Urząd wychowania narodowego i propagandy.

Rada ministrów zajmowała się ostatnio sprawą podniesienia i udoskonalenia propagandy państwowej. Postanowiono wstrzymać się od tworzenia odrębnego ministerstwa propagandy, natomiast powołać do życia przy Prezydium rady ministrów, pod przewodnictwem jej prezesa, — Urząd Wychowania Narodowego i Propagandy. Świadczy to z jednej strony, jaką wagę koła rządowe przypisują tym zadaniom, z drugiej, — że ów nowy Urząd będzie organicznie związany z polityką szefa rządu.

Kierownictwo Urzędu ma objąć do tychczasowy sekretarz stanu w ministerstwie sprawiedliwości, Antal, który kiedyś stał na czele biura prasowego Prezydium rady ministrów. Urząd Wychowania Narodowego i Propagandy będzie posiadał komitet doradczy, któremu przewodniczyć będzie b. minister oświaty Homan.

„Pester Wloyd“ wyjaśnia, że zadaniem Urzędu będzie nawiązanie i utrzymanie stałego kontaktu między rządem a społeczeństwem, przede wszystkim przy pomocy prasy i radia. Rząd pragnie w ten sposób zdobyć wpływ na opinię publiczną, uzyskać jej poparcie dla najogólniejszych, zasadniczych celów państwowych.

WŁOCHY

Sport czy polityka.

Na jednym z posiedzeń senatu włoskiego sen. Crespi, współwłaściciel „Corriere della Sera“, wystąpił z krytyką prasy włoskiej, że więcej poświęca miejsca sportowi, niż zagadnieniom politycznym. Obrady izb prawodawczych znajdują na szpaltach dzienników znacznie mniejszy oddźwięk, niż konkursy sportowe, a sprawozdanie prezesa Najwyższego Sądu o reformie kodeksów włoskich streszczone zostało w kilkudziesięciu wierszach, gdy „partii tenisa“ poświęcono dwa razy tyle wierszy. Dzienniki włoskie usprawiedliwiają jednak to stanowisko prasy wyjątkowym zainteresowaniem się sportem najszerzych warstw społeczeństwa.

Czystość, druku głęboka czerń i połysk cechują farby rotacyjne „Dr. Rattner“

Prenumerata „Prasy“: z przesyłką pocztową w kraju — 10 zł. rocznie; zagranicą 12 zł. rocznie

CENY OGŁOSZEŃ: Zwyczajne: 1 str. — 200 zł.; 1/2 str. — 110 zł.; 1/4 str. — 75 zł.; 1/8 str. — 60 zł. **W tekście o 50% drożej.** **Artykuły reklamowe, komunikaty i t. p.** o 100% drożej; oznaczone są literami (Pr.) **Wkładka jednokarikowa do całego nakładu jednorazowo — 150 zł.** **Ogłoszenia drobne** po 30 gr. za wyraz. Powyższy cennik nie dotyczy n-rów specjalnych.

Rekopisów redakcja nie zwraca. Przedruk z „Prasy“ dozwolony za podaniem źródła

ADRES REDAKCJI I ADMINISTRACJI: Warszawa, ul. Zgoda 8 m 4. Telefon Nr. 540-00. Konto rozrachunkowe Warszawa I. Nr. 751.

RED. I STANISŁAW KAUZIK • WYDAWCA: POLSKI ZW. WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM • SEKR. RED.: JAN MOKRZYCKI

Sp. Akc. Zakł. Graf. „Drukarnia Polska“, Warszawa, Szpitalna 12, tel. 272-08, 587-98, 643-33. w dzierzawie Sp. Wvd. Czasopism Sp. z o. o.



MATERIAŁY ŚWIATŁOCZUŁE

Foto Ciné Rentgen

oraz

DLA CELÓW GRAFICZNYCH



Kreska i siatka jednobarwna

Film Wet Stripping
(do ściągania na mokro)

Film Kodaline

Film Process

Papier Kodaline
(przezroczysty)

Kreska i siatka wielobarwna
oraz kontrast. neg. półton.

Film Process Panchro

dla bawnych przezroczy

Film Kodachrome

dla prac półtonowych

Film Process Panchro Mat.

Film Commercial

Film Commercial Ortho

dla prac barwnych

Film Commercial Panchro.

Film Panatomic

Film SS Panchro

dla odbitek i przezroczy barwnych

Film Wash - Off - Relief

PLANY I INSTALACJE CIEMNI FOTOGRAFICZNYCH

Dla fotografii prasowej

najtańszy precyzyjny aparat na 36 zdjęć na taśmie 35 mm

KODAK
Ketina

z dalomierzem sprzężonym z obiektywem
z obiektywem anast. f. 3. 5, lub f. 2. 8, lub f. 2
z migawką Compur Rapid do 1/500 sek.

Sprzedaż podług systemu ratalnego „Kodak”
- wpłata od zł 22.- reszta na 12 miesięcy

Błony 35 mm zapewniające najlepsze zdjęcia:

Panchromat., wyskokoczułe, drobnoziarniste
PANATOMIC

lub Panchromatyczne o najwyższej czułości
SUPER X PANCHRO

