

54
ALFRED WILECKI

AGENCJE PRASOWE

WARSZAWA 1936

Nakładem Wyższej Szkoły Dziennikarskiej



ALFRED WILECKI

AGENCJE PRASOWE

WARSZAWA 1936

Nakładem Wyższej Szkoły Dziennikarskiej

Skład Główny: Wł. Michalak i S-ka (dawniej księgarnia
„Książnica—Atlas”, Warszawa Nowy Świat 39)

I4

A. 33799

K 1247/61/10 N. o. us. 6

AGENCJE PRASOWE

BIBLIOTEKA
UMCS
LUBLIN

PRZEDMOWA



Agencje prasowe powołała do życia ta sama konieczność gospodarcza, dzięki której rozwijają się wszystkie inne gałęzie produkcji masowej. Dziennik nie może samodzielnie zdobywać wszelkich informacji aktualnych: pociągałoby to za sobą koszty nieopłacalne. Prasa korzysta z pracy dostawcy, który przy coraz większej ilości odbiorców może ponosić takie koszty informacji, na jakie nie stać żadnej gazety poszczegółnej. Im tedy bardziej rozszerzał się zakres informacji dziennikarskiej, tem większą rolę odgrywał ów dostawca — agencja. Dziś już sieć agencji prasowych obejmuje cały glob ziemski, a materiały agencyjny, dostarczany prasie, stanowi główną podstawę działalności informacyjnej dziennika.

Nie osłabia to ambicji poszczególnych gazet w zdobywaniu wiadomości własnych, co jednak nastęrcza coraz większe trudności, jeśli chodzi o wiadomości w danej chwili najważniejsze, które pismo otrzyma z agencji niezawodnie. Lecz właśnie dlatego, że te informacje najważniejsze otrzymuje cała prasa, inicjatywa dziennikarza, pracującego w redakcji pisma i zdobywającego materiał własny, jest coraz cenniejsza. Nie należy sądzić, że agencje — jak to słyszy się często — zabijają inicjatywę dziennikarza — znajduje ona również pełny wyraz w pracy dziennikarza dla agencji, w redakcji zaś samej, materiał oryginalny stanowi zawsze pierwszorzędny walor pisma.

W agencjach pracuje tysiące dziennikarzy w charakterze informatorów, reporterów, sprawozdawców i publicystów, wszystkie bowiem działy dziennikarstwa i publicystyki są coraz wydatniej zasilane przez agencje. W dużej więc mierze praca dziennikarza i publicysty przeniosła się na teren agencji. To też dziennikarz, który początkowo widział w działalności agencji niebezpiecznego konkurenta, obecnie stwierdza rozszerzenie swej pracy zawodowej i podział tej pracy na dwa wielkie tereny: w agencjach i w redakcjach pism.

Przygotowanie się do zawodu dziennikarskiego wymaga dziś znajomości zarówno całego aparatu agencyjnego, jak i tej funkcji w redakcji pisma, która musi być spełniana przy opracowywaniu materiału, dostarczanego przez agencje.

Aparat agencyjny bogacił się i zwiększał swoją sprawność równolegle z postępami cywilizacji technicznej: zdobycze nauki i techniki w walce z czasem i przestrzenią zmieniają nieustannie system pracy agencji prasowych. I w tej również dziedzinie — w rozwoju agencji — wyraża się dobitnie postęp techniczny świata: od gołębia pocztowego, który leciał z informacją do centrali agencji, poprzez pociąg, telefon, telegraf, aeroplan — do służby agencyjnej przez radio, od wiadomości lokalnych, do informacji płynących ze wszystkich stron globu, z lądu i morza.

Zadaniem pracy niniejszej jest uprzytomnić czytelnikowi dzieje i rozwój agencji prasowych, oraz ich obecną organizację i zakres działania.

HISTORJA AGENCYJ PRASOWYCH

BIURA KORESPONDENCYJNE.

Prototypem dzisiejszych agencji informacyjnych był „sprzedawca nowin” z drugiej połowy XVI wieku. Dostarczał on za wynagrodzeniem informacji dworom królewskim i książęcym, zarządom gmin, prezydentom miast, ławnikom, lekarzom, adwokatom, kupcom i innym osobom, a następnie gazetom. Kroniki wspominają o takich sprzedawcach nowin w Wenecji, („scrittori d'avvisi”), w Rzymie („novellanti lub „gazet-tanti”), w Paryżu („nouvellistes”), w Niemczech („Novellisten“, lub „Avisenschreiber“).

Podczas, gdy wydawcy gazet w XV i XVI stuleciu zbierali głównie wiadomości o wojnach, walkach i procesach religijnych, odkryciach w najrozmaitszych częściach świata, katastrofach żywiołowych, o kometach i zjawiskach nie-

bieskich, o najrozmaitszych dziwolągach natury i t. d., sprzedawcy nowin dostarczali wiadomości z innych dziedzin: o aktualnych wydarzeniach natury politycznej i gospodarczej, o sprawach handlowych i morskich, o literaturze, sztuce, muzyce.

Wiadomości te były przez kopistów przepisywane i rozsyłane do odbiorców, czy to przez posłańców, czy przez pocztę, której rozwój (ustalenie stałych linii i godzin pocztowych) przypada właśnie na koniec XVI stulecia. Zbieranie wiadomości odbywało się przy pomocy gońców i poczty, a pozatem przez osobisty kontakt z informatorami, pochodzącymi z najrozmaitszych warstw społeczeństwa. Informatorem był więc i kupiec i żebrak, lekarz i śpiewak wędrowny, student, ławnik, żeglarz.

Ówczesne „biuletyny” agencyjne, jeśli je tak nazwać można, ukazywały się bądź co tydzień, bądź też co 10 dni, następnie coraz częściej. Obok więc gazet drukowanych istniały „gazety pisane”, cieszące się dużym popytem.

Rozwój biur informacyjnych przypada na XVIII stulecie. Obsługiwały one wciąż jeszcze bezpośrednio czytelników, a w nieznacznym tylko stopniu gazety. Dopiero w pierwszej połowie

XIX stulecia, kiedy zapotrzebowanie prasy codziennej na aktualny materiał polityczny i gospodarczy znacznie wzrosło, powstaje właściwy typ agencji, dostarczającej wiadomości pismom. Wtedy to pisma finansowo słabsze zaczęły abonować biuletyny agencyjne i popierać rozwój agencji, bogacąc w ten łatwiejszy sposób swój materiał redakcyjny. Dzięki temu mogły one podjąć skuteczną walkę konkurencyjną z gazetami dobrane sytuowanymi, które rozporządzały należycie zorganizowaną własną służbą informacyjną.

Pierwsze takie biuro, rozsyłające wiadomości do gazet, założył w Paryżu w r. 1832, niejaki Börnstein. Wydawał on litografowaną „Correspondence Garnier” za cenę ryczałtową 600 fr. rocznie. Korespondencja ta zawierała wyciągi w języku francuskim z pism wszystkich prawie krajów europejskich, oraz wiadomości oryginalne z całego świata i rozsyłana była do prasy francuskiej. Rząd Ludwika Filipa, przekonawszy się, jaki wpływ ma „Correspondence Garnier” na opinię publiczną, przejął tę agencję i uzależnił od niej z czasem większość pism francuskich. Korespondencja, prowadzona odtąd pod kierunkiem i kontrolą rządu, podawała codziennie wiadomości w duchu prorządowym. Po upad-

ku króla, agencja ta miała jeszcze przez kilka lat barwę orleańską, potem jednak podporządkowała się nowemu kierunkowi republikańskiemu. Biuletyny agencji francuskiej przenikały także do innych państw, przede wszystkim do Niemiec. W późniejszych latach zaczął Börnstein wydawać specjalny biuletyn dla Niemiec w języku niemieckim pod nazwą „Correspondence Allemande”.

W r. 1840 powstało w Paryżu jeszcze kilka biur korespondencyjnych, które przysyłały gazetom i innym odbiorcom po cenie 50 franków miesięcznie codzienne biuletyny, zawierające wiadomości polityczne, gospodarcze, giełdowe i t. d. Biuletyny te były litografowane. Odbiorcami wiadomości biuletynowych były francuskie gazety prowincjonalne i gazety niemieckie, oraz domy handlowe i banki. Wiadomości, podawane przez te biura korespondencyjne, pochodziły nietylko z Paryża, lecz również z prowincji francuskiej, oraz z Londynu, Madrytu, Konstantynopola, ze Stanów Zjednoczonych A. P. i innych krajów.

Prawie równocześnie z agencjami paryskimi powstają biura korespondencyjne w Niemczech. Cieszyły się one uznaniem prasy niemieckiej, zwłaszcza finansowo gorzej sytuowanej, ponieważ

zastępowały utrzymywanych dotychczas przez pisma drogich korespondentów własnych. Również i tutaj, podobnie jak we Francji, sfery polityczne, rząd, sfery handlowe i giełdowe przekonały się wkrótce o znaczeniu i wpływie agencji na opinię publiczną i zaczęły korzystać z nich dla swoich celów. W r. 1849 rozpoczął publicysta i poseł Wuttke wydawać pravicową „Korespondencję parlamentarną” („Parlaments — Korrespondenz”), wkrótce potem powstało podobne wydawnictwo lewicy i partji konserwatywnej, oraz szereg agencji bezpartyjnych.

Powstawanie coraz to nowych gazet, zwiększanie się objętości pism, dążenie do jaknajwiększego urozmaicenia treści i do zdobycia jaknajwiększej ilości informacji i artykułów z różnych dziedzin, wpływało na rozwój agencji, które stały się podporą prasy. Organizacje polityczne, społeczne, handlowe, literackie i t. d. nauczyły się cenić agencje, jako narzędzia propagandy i nadsyłały im wszelkie informacje. Ponieważ prowadzenie takich biur korespondencyjnych nie wymagało wielkiego kapitału ze względu na to, że pracę wykonywało kilku tylko ludzi, a koszt litografji był niezbyt wielki, ilość agencji stale się zwiększała. W r. 1907 liczba niemieckich biur ko-

respondencyjnych osiągnęła 154, z czego 88 w Berlinie, 61 na prowincji, a 5 zagranicą. Wydawca Marcelle Lyon obliczył, że ogólna liczba biur korespondencyjnych w Europie sięgała w r. 1914-tym 797, a wraz z biurami, które dostarczały materiału bezpłatnie, obliczano ilość agencji na m. w. 1.000.

W r. 1908 rozlegają się pierwsze protesty przeciwko powstawaniu agencji: redaktorzy pism zwołują zebrania, na których narzekają, że zasypywanie prasy komunikatami agencyjnemi grozi redukcją współpracowników redakcyjnych, że zabija inicjatywę dziennikarzy i t. d. Protesty te powtarzają się odtąd co pewien czas do dnia dzisiejszego.

Pomimo to biura korespondencyjne powstawały nadal, na biurkach redaktorów leżało czasem kilkanaście zamówionych i tyleż niezamówionych biuletynów. Władze państwowe i samorządowe oraz najrozmaitsze instytucje społeczne przesyłały wszelkie wiadomości biurom korespondencyjnym, a coraz mniej bezpośrednio gazetom.

Wojna światowa przerwała dalszy rozwój agencji. Wiele fachowych sił agencyjnych zaciągnęło się do wojska, szereg biur korespondencyjnych uległ likwidacji. Gazety ze względu na po-

gorszenie się sytuacji materialnej musiały zrezygnować w wielu wypadkach z dalszego abonamentu biuletynów agencyjnych. Po wojnie agencje jeszcze przez czas długi wegetowały, aż dopiero kiedy wzrosła prenumerata i zwiększyła się ilość ogłoszeń, gazety przystąpiły do rozszerzenia swoich działów redakcyjnych i sięgnęły znowu do pomocy agencji prasowych.

Rok 1926 był punktem kulminacyjnym rozwoju agencji. Powstawały nowe biura korespondencyjne, rozszerzały swe działy biura już istniejące. W samych Niemczech istniało w pierwszej połowie 1926 r. około 600 biur korespondencyjnych, które w ciągu tygodnia dostarczały prasie ok. 300.000 wiadomości, w tem wiele artykułów.

Zakres działania tych biur i rodzaj dostarczanego przez nie materiału był najrozmaitszy. Były to więc biura korespondencyjne ściśle polityczne, uprawiające propagandę na rzecz jakiejś partji, lub grupy, inne wydawały biuletyny parlamentarne, t. j. streszczenia stenogramów izb ustawodawczych, lub artykuły polityczne. Inne jeszcze agencje stały na usługach przemysłu. Niektóre zaś sporządzały materiał specjalny, dotyczący spraw finansowych, wojskowych, kolonialnych,

jedne przeznaczone były dla stanu średniego, inne dla rolnictwa, rzemiosła i t. d.

Pewna ilość biur korespondencyjnych zajmowała się wyłącznie sprawami giełdowymi i wydawała ceduły giełdowe. Poza tem istniały agencje prawnicze i sądowe, agencje, dostarczające artykułów, nowel i powieści do odcinków gazetowych; teatralne, oraz rozsyłające artykuły okolicznościowe (z okazji rocznic, obchodów, uroczystości). Dalej: agencje humorystyczne, dla świata kobiecego, dla dzieci i młodzieży, łowiectwa i sportu, gastronomiczne, techniczne, lekarskie, przeznaczone dla pism młodzieży uniwersyteckiej, szaradowe, szachowe, naukowe, literackie, wyłącznie powieściowe, agencje, dostarczające dodatków niedzielnych, ilustracyjne, wreszcie wyłącznie lokalne.

Największa ilość agencji przypada jednak na biura, wydające materiał różnorodny, a więc artykuły ze wszystkich dziedzin życia, notatki polityczne, gospodarcze, społeczne, ciekawostki ze świata i t. d.

Lata ostatnie przyniosły zanik wielu biur korespondencyjnych. Zdołały się ostać lepiej uposażone, oraz takie, które przystosowały się do nowych warunków i potrzeb prasy. Najmocniej trzymają się agencje, posiadające, prócz działu redak-

cyjnego, działały bardziej intratne, t. j. dział ogłoszeniowy i propagandowy.

Zrazu za biuletyny biur korespondencyjnych płaćły gazety wyłącznie gotówką, następnie jednak agencje zaczęły dostarczać materiału redakcyjnego gazetom wzamian za zamieszczanie ogłoszeń, za które firmy handlowe i przemysłowe płaćły agencjom. Procedura ta, zwłaszcza we Francji i Niemczech, w ostatnich latach bardzo się rozpowszechniła, ponieważ w okresie kryzysu spadła liczba ogłoszeń, zdobywanych przez pisma bezpośrednio. Gazeta więc, przyjmując ogłoszenie przez agencję, zyskiwała materiał redakcyjny, za który nie musiała płaćć gotówką, oraz powiększała swój dział reklamowy.

Nazwa biur korespondencyjnych utrzymała się jeszcze częściowo w Niemczech, Francji i kilku innych państwach, utrzymała się również po części także nazwa biur informacyjnych, najczęściej stosowana jest jednak nazwa agencji.

AGENCJE TELEGRAFICZNE.

Agencje telegraficzne dostarczają informacji prasie i innym odbiorcom (banki, domy handlowe, instytucje przemysłowe i t. d.).

Ci właśnie inni odbiorcy przyczynili się naj-

silniej do powstania agencji telegraficznych i ich rozwoju. W miarę bowiem rozwijania się gospodarki światowej, wzrastała potrzeba informowania sfer gospodarczych o sytuacji w innych krajach. Informacje musiały być dokładne i szczegółowe, ażeby nie narazić kupca, przemysłowca, czy rolnika na straty. Gazeta, chociażby największa, nie była w stanie zdobyć wiadomości ze wszystkich rynków, ze wszystkich stron świata. I tutaj objęła swoją rolę agencja telegraficzna, początkowo jako uzupełnienie gazety, potem jako jej podstawa. Wprawdzie agencja nie przynosiła wspomnianym odbiorcom wiadomości, które przeznaczone byłyby wyłącznie dla nich, lecz ułatwiała im przegląd światowej sytuacji rynkowej.

Z czasem agencja telegraficzna usunęła w cień biura informacyjne, znajdujące się przy poszczególnych wielkich przedsiębiorstwach przemysłowych i handlowych, dostarczała bowiem odbiorcom wiadomości szybciej i taniej, niż ich biura własne. Ponieważ równocześnie w związku z rozwojem gospodarki światowej powstały działły gospodarcze w gazetach, agencja telegraficzna zdobyła drugiego odbiorcę — prasę.

Agencje telegraficzne przysyłały początkowo informacje gospodarcze, giełdowe, rynkowe,

wkrótce jednak znacznie rozszerzyły zakres działania, dając wiadomości polityczne, społeczne, kulturalne, naukowe.

Agencja Havasa.

Najstarszą agencją telegraficzną jest agencja Havasa w Paryżu. Założył ją, a raczej rozszerzył biuro korespondencyjne, przejęte od wspomnianego już Börnstaina w roku 1835 — Karol Havas z Oporto. W roku 1840 Havas zaprowadził regularną służbę przy pomocy gołębi pocztowych na linii Londyn — Paryż i Bruksela — Paryż. Gołębie, które wypuszczano w Londynie o 8-ej rano z najnowszymi wiadomościami pism londyńskich, były o 2-giej popołudniu w Paryżu. W roku 1845 agencja posiadała już stałe oddziały w Madrycie, Rzymie, Wiedniu, Brukseli i Ameryce. W miarę rozwoju linii kolejowych i telegraficznych, ilość oddziałów zwiększała się, wzrastała również ilość informacji i odbiorców.

W roku 1850 zmarł założyciel biura, a kierownictwo objął jego syn August Havas, który połączył agencję z najstarszym francuskim biurem ogłoszeń H. Bullier'a. W roku 1860 agencja zawarła z 200 pismami prowincjonalnemi umowę, na zasadzie której gazety, wzamian za codzienne do-

głoszenia było to biuro tłumaczeń, które w

starczanie im wiadomości za pomocą poczty i telegrafu, rezerwowały bezpłatnie kilka szpalt na trzeciej i czwartej stronie na ogłoszenia, przesyłane im przez agencję Havasa. W ten sposób powstało przy agencji biuro ogłoszeń pod nazwą „Société Générale des Annonces”. Środkami, uzyskiwanymi z ogłoszeń, rozbudowano służbę informacyjną, otwierając placówki zagraniczne we wszystkich prawie stolicach europejskich i w Ameryce, oraz osadzając korespondentów w większych miastach Francji. Rząd francuski, który wykorzystywał agencję dla celów propagandowych, popierał jej rozwój, oddając m. in. do jej dyspozycji połączenia telegraficzne ze wszystkimi większymi gazetami prowincjonalnymi. Obecnie całkowita długość linii telegraficznych agencji Havasa wynosi 6.500 km.

Z biegiem czasu Havas uzależnił prasę prowincjonalną w zupełności od siebie, dając jej prócz informacji ze wszystkich dziedzin, artykuły, powieści, nowele etc. Materiały te, przesyłane zrazu w rękopisach, później w maszynopisach, dostarczane następnie były na żądanie także w matrycach. Prowincja otrzymywała w matrycach całe strony działów gospodarczych.

W r. 1879 agencja przekształcona została na

towarzystwo akcyjne z kapitałem 8,5 milj. franków, po zupełnem zaś przejęciu biura ogłoszeń „Société Générale des Annonces“, co nastąpiło ostatecznie w r. 1921, kapitał agencji Havasa podniesiony został do 50 milj. fr., obecnie zaś wynosi 105 milj. fr.

Havas posiada oddziały główne w 20 miastach Francji, w większych miastach Afryki i Ameryki Południowej. Oddziały francuskie połączone są z centralą specjalną siecią telegraficzną i telefoniczną, oddziały afrykańskie posługują się kablem telefonicznym, lub telegraficznym, oddziały w Buenos Aires i Rio de Janeiro mają stacje radio-telegraficzne. Pozatem Havas ma korespondentów we wszystkich stolicach i większych miastach świata.

Havas pełni też rolę oficjalnej agencji telegraficznej w Portugalji. Dawniej obsługiwał również gazety holenderskie, belgijskie i szwajcarskie, ustało to jednak z chwilą, gdy państwa te założyły własne agencje telegraficzne.

Havas jest wprawdzie agencją prywatną, rząd francuski posługuje się nią jednak dla celów urzędowych. Agencja ta dostarcza wiadomości gazetem i innym odbiorcom, jak: kupcom, przemysłowcom, bankom i t. d. drogą telefoniczną, tele-

graficzną, radjotelegraficzną, radjofoniczną i pocztą (pocztą — głównie celem sprawdzenia wiadomości podanych drogą telefoniczną, telegraficzną, lub radiową). Dalej Havas dostarcza artykułów, powieści, nowel, dodatków świątecznych i wydaje codzienną gazetę giełdowo-finansową „L'Avant Bourse“, która czerpie duże zyski z ogłoszeń o emisjach.

Prasa zaopatrywana jest w serwis Havasa od 6-tej rano do 24-tej co kilkanaście minut, we Francji przeważnie przy pomocy teleskryptorów. Zagranica obsługiwana jest głównie za pomocą radjo-telegrafu i depesz zwyczajnych.

Agencja Reutera i „Press Association“.

Agencja Reutera, obecnie towarzystwo akcyjne pod firmą „Reuters Telegram Company Limited“, z siedzibą główną w Londynie, założona została w roku 1850 w Akwizgranie przez Pawła Juljusza Reutera, dawnego współpracownika agencji Havasa. Reuter zbierał wiadomości głównie w krajach zachodniej Europy i podawał je drogą telegraficzną do Berlina, Wiednia, Petersburga i innych stolic w krajach środkowej i wschodniej Europy. W celu przyspieszenia odbioru i przeka-

zywania wiadomości założył drugie biuro w Brukseli, stanowiącej końcową stację połączenia telegraficznego Bruksela — Paryż. Biuro to otrzymywało wiadomości głównie z Londynu i Paryża i przekazywało je za pomocą gołębi pocztowych do Akwizgranu (między Brukselą a Akwizgranem nie było wówczas jeszcze połączenia telegraficznego), Akwizgran zaś nadawał je dalej do Berlina, Wiednia, Petersburga. Poczta gołębia dostarczała materiału o 6—7 godzin wcześniej, aniżeli pociąg. Reuter obsługiwał podówczas banki, domy handlowe i kilka zaledwie gazet.

Kiedy w r. 1851 przeprowadzono druty telegraficzne na całej przestrzeni między Paryżem a Berlinem, Reuter skasował biuro w Akwizgranie i przeniósł się do Brukseli. W końcu r. 1851 Calais i Dover połączone zostały kablem, wskutek czego zwiększyła się znacznie szybkość informacji między Paryżem i Londynem. Skłoniło to Reutera do przeniesienia się do Londynu, który zresztą wtedy rozwijał się coraz bardziej, jako centrum handlu światowego. W Londynie Reuter wspólnie z dr. Engländerem założył w r. 1852 agencję telegraficzną, obecną „Reuters Telegram Company Limited”.

Reuter dostarczał początkowo tylko wiado-

mości handlowych, które zbierał w całej Europie i dawał bankom i kupcom. Natomiast gazety londyńskie, zwłaszcza wielkie pisma, które miały własną dobrze zorganizowaną służbę informacyjną na kontynencie, nie chciały korzystać z jego usług. Z pomocą przyszły mu ówczesne wypadki polityczne. Wojna krymska, wojna we Włoszech, powstanie w Indiach, wywołały konieczność szybkiej informacji. Dzięki temu, Reuterowi, który w międzyczasie nawiązał już kontakt z rządem angielskim, udało się przełamać konserwatyzm pism angielskich. W r. 1858 szereg pism londyńskich i prowincjonalnych z „Morning Advertiser” na czele, zaprenumerował po 14-dniowej bezpłatnej próbie informacje agencji Reutera po cenie 30 funtów szterlingów miesięcznie. Jedynie największa gazeta angielska „Times” nie chciała zaprenumerować Reutera.

Ale i upór „Timesa” został przełamany, kiedy gazety, obsługiwane przez Reutera, podały treść rozmowy Napoleona III, z ambasadorem austriackim w Paryżu, (stanowiącej przygrywkę do wojny między Francją a Austrią), na drugi dzień w wydaniach porannych, podczas gdy „Times” mógł zamieścić treść tej rozmowy dopiero o 3 p. p. Wtedy to upór „Timesa” został zwalczo-

ny i pismo to zaabonowało serwis Reutera. Reuter zaopatrywał potem wszystkie gazety w sprawozdania z przebiegu wojny, posławszy specjalnych korespondentów do głównej kwatery, zarówno austriackiej, jak i francuskiej.

Drugim momentem, który postawił Reutera na nogi, było uzyskanie wiadomości o zamordowaniu prezydenta Stanów Zjednoczonych Lincolna wcześniej, niż otrzymał ją ambasador amerykański w Londynie. Było to możliwe dzięki temu, że przedstawiciel Reutera w Stanach Zjednoczonych posiadał własny szybki jacht i, natychmiast po otrzymaniu wiadomości, jacht ten wysłał w drogę. Jacht dognał okręt pocztowy i doręczył korespondencję dla Reutera. (W owych czasach kabla między Anglią a Stanami Zjednoczonymi jeszcze nie było). Wiadomość o zamordowaniu Lincolna Reuter wyzyskał przede wszystkim dla celów giełdowych.

Po wprowadzeniu kabla między Anglią a Ameryką, Reuter zawarł umowę z kilku agencjami amerykańskimi, a potem z wielką agencją „Associated Press” w sprawie wymiany wiadomości. W latach 70-tych nastąpiła rozbudowa kabli do Azji wschodniej, Afryki i południowej Ameryki, dzięki czemu Reuter mógł wszędzie tam utworzyć

oddziały. Wskutek rozszerzenia znacznie zakresu wiadomości i wzrostu kosztów, podnosi Reuter ceny prenumeraty z 360 do 1.000 Ł. rocznie.

W r. 1864 Reuter przeprowadził pierwszy własny kabel między lądem niemieckim a Anglią (Lovestadt — Norderney), w r. 1869 wynajął do spółki z Anglo-American Comp. świeżo położony kabel między Francją a Ameryką, kilka zaś lat potem uzyskał stałe telegraficzne połączenie między Anglią a Indjami Wschodnimi.

Agencja Reutera posiada oddziały w Afryce (Kapsztad, Durban, Kairo, Aleksandrja, Aden), w Indjach (Kalkutta, Bombaj), na Wyspach Malajskich (Penang i Singapore), w Chinach (Hong-kong, Szanghaj, Pekin), w Japonji (Jokohama) i w Australji (Adelaide, Sidney, Melbourne, Brisbane, Wellington).

Odbiorcami wiadomości Reutera są wszystkie gazety londyńskie (prowincjonalne obsługiwane są przez „Press Association”), gazety, wychodzące w kolonjach angielskich, w Dominjach, gazety chińskie, japońskie, oraz banki, domy bankowe, organizacje i przedsiębiorstwa przemysłowe i handlowe, linje okrętowe, wielkie hotele i kluby.

Inne czynności Reutera, to przekazywanie

depesz prywatnych, telegraficzne przekazywanie pieniędzy, tłumaczenia, działalność wydawnicza.

Od roku 1903 istnieje przy agencji biuro ogłoszeń i propagandy pod firmą „Reuters Financial Publicity Department”. W r. 1910 utworzony został oddział bankowy Reutera, który w r. 1923 zamieniono na bank p. f. „Reuters Bank Limited”. Bank ten został potem rozszerzony i otrzymał nazwę „British Commercial Bank”. Kapitał tego banku wynosił 1 milj. funtów. Bank ten istniał, jako osobne przedsiębiorstwo, którego wszystkie akcje posiadała agencja Reutera.

W Anglii dostarcza Reuter bezpośrednio wiadomości tylko gazetom londyńskim, głównie za pomocą teleskryptorów. Prowincję obsługuje natomiast „Press Association”, założona w r. 1868 przez prasę prowincjonalną. „Press Association” zasadniczo nie ma służby zagranicznej, tylko krajową. Służbę zagraniczną otrzymuje od Reutera i przekazuje dalej pismom prowincjonalnym, dając Reuterowi informacje z prowincji dla gazet londyńskich, względnie kolonialnych, dominjalnych i innych. „Press Association” dostarcza gazetom prowincjonalnym, poza materiałem Reutera, wiadomości z całej Anglii, sprawozdań parlamentarnych, wiadomości handlowych i giełdowych,

wyciągów z pism londyńskich. Agencja ta posiada własne połączenia telefoniczne z redakcjami pism prowincjonalnych. Siedzibą jej jest Londyn.

W r. 1825 właściciele obydwóch agencji zawarli porozumienie, na którego podstawie właściciele „Press Association” przejęli część akcji agencji Reutera. Obecnie „Press Association” posiada większość akcji Reutera.

Z agencją Reutera współpracuje ściśle szereg agencji w Dominjach i kolonjach brytyjskich. Z większych wymienić należy: „Eastern New Agency” w Indjach, „The Australian Press Association” i „The Newspaper Cable Service” w Australji, „The Canadian Press” w Kanadzie i „The Palestine Telegraphic Agency” w Palestynie.

Agencja „Deutsches Nachrichten-Büro”.

Agencja niemiecka „Deutsches Nachrichten-Büro” powstała 1 stycznia 1934 r. z fuzji agencji „Wolffs-Telegraphenbüro” z „Telegraphen-Union”.

Agencja Wolffa założona była przez kierownika administracji „Nationalzeitung”, dr. Bernarda Wolffa, w r. 1849. Początkowo agencja podawała z Paryża, Londynu, Amsterdamu, Szczecina, Hamburga i Frankfurtu nad Menem kilku gazetom

berlińskim i bankom, oraz domom handlowym kursy walut i papierów wartościowych, jakoteż ceny najważniejszych towarów. Wiadomości zagraniczne przekazywane były listownie do Akwizgranu i Düsseldorfu, a stąd telegraficznie do Berlina. Notowania nadchodziły wskutek tego na drugi dzień po południu do Berlina. Później dodawano do notowań ważniejsze wiadomości polityczne, zagraniczne i niemieckie.

W miarę rozwijania się linii telegraficznych, Wolff uzyskiwał stały telegraficzny kontakt z Paryżem, Londynem, Brukselą, Amsterdamem, Wiedniem, Węgrami i ze Wschodem. Wyzyskując pomyslną konjunkturę, Wolff nabył „National-Zeitung”, rozszerzył ją znacznie i, dzięki powodzeniu tego pisma, zdobył środki na rozszerzenie swej agencji. Założył szereg oddziałów w Niemczech, zyskał wpływ na prasę i zorganizował swoje przedstawicielstwa we wszystkich większych miastach niemieckich.

W r. 1865 przejęła agencja Wolffa istniejące już od dłuższego czasu telegraficzne biura korespondencyjne Boesmanna w Bremie i Wagnera we Frankfurcie i kilka mniejszych biur informacyjnych w Hannoverze, Dreznie i Lipsku, a w parę lat później „Południowo - Niemieckie Biuro Ko-

respondencyjne" w Monachjum i „Południowo-Niemieckie Biuro Korespondencyjne" w Norymberdze.

Na znaczniejszą rozbudowę zagranicznej służby informacyjnej brakło Wolffowi środków. Wtedy to rząd pruski zwrócił się do szeregu znanych finansistów niemieckich z wezwaniem do sfinansowania agencji Wolffa. Sfery rządowe uważały, że agencja ta, odpowiednio rozbudowana, stanowić będzie potężną broń propagandową w rękach rządu. W maju 1865 r. grupa finansistów odkupiła od Wolffa jego agencję za 300.000 talarów, tworząc spółkę komandytową. Od r. 1865 bardzo silny wpływ na działalność agencji zaczął wywierać rząd pruski. W październiku 1875 spółkę komandytową zamieniono na towarzystwo akcyjne.

Na okres lat 1867—1870 przypada ostra walka między agencjami Wolffa i Reutera, wyrażająca się we wzajemnem otwieraniu biur na terenach, obsługiwanych przez jedną, lub drugą agencję, na odbieraniu klientów, na konkurencji w zdobywaniu wiadomości. Walka ta zakończona była układem, o którym wspomnimy później.

Z czasem biuro Wolffa założyło kilkadziesiąt oddziałów we wszystkich większych miastach Niemiec, ponadto weszło w ścisły kontakt z licz-

nemi agencjami politycznymi, gospodarczymi, finansowymi, które nie posiadały biur telegraficznego. Agencje te obsługiwał Wolff niezależnie od bezpośredniego kontaktu z gazetami. Gazety otrzymywały wiadomości z agencji telegraficznej Wolffa, bądźto bezpośrednio z centrali w Berlinie, bądź też pośrednio od oddziałów Wolffa, lub mniejszych agencji. Wiadomości nadawane były telefonem i telegrafem, a później również przez radio. Wszystkie urządzenia i liczne linie komunikacyjne były własnością Wolffa.

W r. 1902 nabyła agencja Wolffa założone w r. 1864 biuro korespondencyjne „Oldenburgsche Parlamentskorrespondenz“, a w r. 1912 — agencję „Korrespondenz Piper“ w Berlinie. W r. 1919 Niemiecki Związek Wydawców Pism wraz z biurem Wolffa założył biuro informacyjne Związku Niemieckich Wydawców Pism. W r. 1926 Wolff nabył agencję „Europradio“, dostarczającą całej Środkowej i Wschodniej Europie notowań giełdowych, a nieco później agencję „Deutscher Kursfunk“ w Berlinie, dającą notowania z rynków pieniężnych i towarowych, jakoteż wiadomości gospodarcze. Agencja Wolffa poświęcała dużo uwagi sprawom gospodarczym, wydając specjalne biuletyny, zawierające najaktualniejsze artykuły

ze wszystkich dziedzin życia gospodarczego. Na giełdzie berlińskiej zainstalowane było biuro Wolffa, które zatrudniało około 50-ciu pracowników.

Oprócz gazet i małych agencji obsługiwał Wolff, podobnie jak Reuter i Havas, klientów prywatnych, którym udzielał wszelkich informacji handlowych i finansowych.

Wolff posiadał w r. 1905 ok. 2.300 abonentów, w r. 1915 — 2.500, a bezpośrednio przed połączeniem z „Telunion” zgórą 3.200. Ceny abonamentu były różne, zależały bowiem od wielkości i zdolności płatniczej gazet.

Od roku 1914-go rozwijała w Niemczech poważną działalność również agencja „Telegraphen-Union” (w skrócie „Telunion”), z siedzibą w Berlinie. Kapitał tej agencji wynosił miljon marek. Posiadała ona około 1.600 abonentów.

Jak wyżej wspomnieliśmy, ze sfuzjonowania agencji Wolffa z „Telunion” powstała obecna oficjalna agencja telegraficzna p. n. „Deutsches Nachrichten-Büro” (w skrócie D.N.B.). „Deutsches Nachrichten-Büro” posiada 50 oddziałów zagranicznych i przeszło 100 korespondentów zagranicą. Obsługuje w Niemczech 2.500 gazet. Abonament miesięczny serwisu wynosi 3 fenigi od egzemplarza nakładu pisma.

Agencja Stefani.

Włoska Agencja Stefani założona została w r. 1854 przez Wilhelma Stefani w Turynie i przeniosła się potem do Florencji, a następnie do Rzymu. Agencja nawiązała kontakt z Havasem i z Wolffem. Po śmierci Wilhelma Stefani agencja przekształciła się w spółkę akcyjną. Agencja Stefani była agencją półoficjalną, obecnie zaś jest agencją oficjalną. Dostarcza wiadomości całej prasie włoskiej, wymieniając równocześnie informacje ze wszystkimi wielkimi agencjami sprzymierzonymi świata. Dostarcza również wiadomości do krajów bałkańskich, przedewszystkiem do Albanji, obsługuje też kolonie włoskie.

Szwajcarska Agencja Telegraficzna.

Szwajcarska Agencja Telegraficzna (Agence Telegraphique Suisse), z siedzibą w Bernie, założona została w r. 1894 przez kilku wydawców gazet i dziennikarzy. Kapitał zakładowy wynosił 100.000 fr. szwajcarskich. Agencja ta wykupiła istniejącą już od dłuższego czasu agencję „Berna”, która zresztą nie posiadała wielu abonentów, ponieważ pisma francuskiej części Szwajcarji posługiwały się serwisem Havasa, a części niemieckiej — serwisem Wolffa.

Poza centralą w Bernie agencja posiada główne oddziały w Zurichu, Genewie i Bazylei, pozatem korespondentów w szeregu miast, w kraju i zagranicą.

Agencja „Tass”.

Agencja Telegraficzna „Tass” (Telegrafnoje Agentstwo Sowietsskowo Sojuza), założona została w roku 1925 przez rząd sowiecki, jako oficjalna agencja telegraficzna. Powstała ona na gruzach przedwojennej „Petersburskiej Agencji Telegraficznej” przejętej przez Sowiety w r. 1918. Do r. 1925 biuro to nosiło nazwę „Rosta” (Rosijskoje Telegrafnoje Agentstwo).

Obecnie „Tass” dostarcza wiadomości telegraficznych, artykułów i innych materiałów redakcyjnych do wszystkich prawie gazet rosyjskich i posiada oddziały na terenie całego państwa. Oddziały te nadsyłają wiadomości ze swoich terenów do centrali.

Agencja „Tass” ma korespondentów we wszystkich prawie państwach europejskich, w Ameryce, Azji i Afryce.

„Associated Press”.

Największą agencją amerykańską jest „Associated Press”. Początki powstania jej sięgają

r. 1811, kiedy to dwaj dziennikarze bostońscy: Harry Blake i Samuel Topliff założyli małą agencję, rozsyłającą gazetom i osobom prywatnym informacje handlowe, morskie i okrętowe. Wiadomości te zbierali dziennikarze w ten sposób, że wyjeżdżali łódką na spotkanie okrętów, przybywających z Europy, informowali się na statku i zdobyte wiadomości rozsyłali swoim odbiorcom. Następca ich, Craig, ulepszył służbę informacyjną. Otrzymując wiadomości na morzu od statków przybywających z Europy, wysyłał je natychmiast przez gołębie pocztowe do biura swojego w Bostonie.

Wkrótce potem dwaj młodzi dziennikarze z Bostonu, Dawid Hale i Gerard Hallock, właściciele nowojorskiego pisma „Journal of Commerce”, założyli w New Yorku agencję konkurencyjną, która wysyłała szybki jacht na spotkanie statków z Europy i otrzymane w ten sposób wiadomości przesyłała przy pomocy sygnalizacji, lub gołębi pocztowych do swego biura, które podawało je dalej abonentom. Agencja rozbudowała się znacznie po wprowadzeniu stałych połączeń pocztowych między Filadelfją, Nowym Jorkiem i Waszyngtonem.

Po wprowadzeniu telegrafu, właścicielom tej

agencji udało się skłonić kilka pism nowojorskich do założenia wspólnej agencji pod nazwą „New York Associated Press”. Wspomniane pisma musiały oddawać cały zebrany materiał informacyjny wspólnej agencji. Z czasem pisma innych stanów amerykańskich zwróciły się do agencji nowojorskiej z prośbą o przesyłanie im telegraficznych wiadomości za zapłatą. Agencja nowojorska zgodziła się na propozycję, ale zażądała, oprócz honorarium, podawania przez pisma prowincjonalne wiadomości z tego okręgu, w którym wychodziły. Pisma zaakceptowały to żądanie i odtąd nastąpił dość szybki rozkwit „New York Associated Press”.

Po pewnym czasie supremacja agencji nowojorskiej dokuczyła gazetom, wychodzącym w innych miastach. Z tego powodu prasa poszczególnych stanów zaczęła zakładać agencje terytorjalne.

Pierwszą taką agencją okręgową była agencja „New England Associated Press”, niedługo potem powstała agencja „Western Associated Press” w stanie Michigan i inne. Wszystkie one z czasem stworzyły jedną wielką agencję pod nazwą „Associated Press” z siedzibą w New Yorku, jednak istniała ona niedługo wskutek nieporozumień między poszczególnymi jej członkami.

Dopiero w r. 1900 powstała obecna „Associa-

ted Press" z siedzibą w New Yorku, założona na zasadzie wspólnoty interesów amerykańskich wydawców czasopism w celu wymiany wiadomości. Każdy udziałowiec agencji obowiązany jest dostarczyć jej wiadomości ze swej dziedziny i ze swego terenu. Wiadomości te muszą być natychmaist przesyłane do centrali agencji, a korzystając z nich wszyscy członkowie. Wiadomości krajowe otrzymuje agencja nie tylko od swoich korespondentów, ale też od wszystkich gazet, które się z nią połączyły i które dają jej informacje ze swoich okręgów.

Z agencją złączyło się zgórą 1.250 pism północnej Ameryki, wychodzących w języku angielskim, niemieckim, francuskim, hiszpańskim, portugalskim i japońskim, których łączny nakład wynosi przeszło 20 milionów. Spółka nie opiera się na kapitale zakładowym, nie ma zysków, nie daje dywidend, udziałowcy agencji postanowili bowiem, że niema handlu wiadomościami, lecz jest tylko wzajemna wymiana. Dochody czerpie agencja z tygodniowych wkładów swych członków. Służba informacyjna jest zupełnie neutralna, niezależna od kierunków politycznych.

Agencja posiada centralne biuro w Waszyngtonie, zarząd w New Yorku, oraz cztery główne

oddziały: w New Yorku, Chicago, San Francisco i Atlanta. Służbę informacyjną uskutecznia agencja głównie radiotelegrafem, telegraficznie (posiada przeszła 85 tysięcy kilometrów linii telegraficznych, wydierżawionych od rządu, niezależnie od bezpośredniego kabla do Buenos Aires) i przy pomocy dalekopisów. Pozatem agencja rozsyła wiadomości telefonicznie i listownie. Daje materiał telegraficzny, publicystyczny, posiada specjalne biura, gromadzące i przesyłające wiadomości giełdowe, morskie i handlowe z poszczególnych stanów i okolic.

„Associated Press” zawarła specjalne umowy z wielkimi agencjami europejskimi w sprawie wymiany wiadomości i podziału wpływów terytorjalnych.

UMOWY MIĘDZYAGENCYJNE.

Między agencjami telegraficznymi poszczególnych krajów trwała początkowo silna walka konkurencyjna. Agencje starały się prześcignąć w szybkości i aktualności informacji, wprowadzały kosztowne ulepszenia techniczne, zdobywały pierwszorzędnych korespondentów, byle tylko pobić przeciwnika. Walka ta ostatecznie jednak utorowała drogę porozumieniu agencji telegraficz-

nych. Obecnie stanowią one jedną wielką sieć informacyjną, dzięki której wiadomość o każdym ważniejszym wydarzeniu na świecie dociera szybko do czytelników pism.

Walka między agencjami telegraficznymi poszczególnych krajów ustała już właściwie w końcu XIX stulecia. Wtedy to trzy wielkie agencje: Havasa, Reutera i Wolffa, podzieliły się terenami działania w poszczególnych częściach świata, gwarantując sobie monopol sprzedaży informacji na ustalonym przez umowę terenie dla każdej z tych agencji. Tak np. Reuterowi nie wolno było sprzedawać swego serwisu w Hiszpanji, ponieważ Hiszpanja stanowiła teren Havasa. Umowa dotyczyła tylko sprzedaży serwisów, natomiast każda z agencji miała nieograniczone prawo zdobywania informacji na całym świecie.

Z początkiem XX wieku porozumienie to zostało rozszerzone dzięki przystąpieniu również amerykańskiej agencji „Associated Press” do tej umowy.

Podczas wojny agencja Wolffa została z powyższego porozumienia międzyagencyjnego wyłączona, po wojnie zaś Wolff, na zasadzie układu z roku 1920-ego, zawartego z Havasem i Reuterem, otrzymał prawo dostarczania swego serwisu agen-

cjom krajów skandynawskich, Polski, Czechosłowacji, Austrii, Bułgarii, Rumunii, Turcji, Grecji i Rosji, przyczem jednak agencje Havasa i Reutera zachowały nadal prawo sprzedawania swych serwisów w tych państwach. Agencja „Deutsches Nachrichten Büro”, jako następczyni Wolffa, przejęła automatycznie uprawnienia tego ostatniego.

Reuterowi przyznano na mocy układu z 1920 r. prawo obsługi agencyjnej w Anglii, Dominjach i kolonjach brytyjskich, Holandji i na Dalekim Wschodzie, a Havasowi we Francji, kolonjach francuskich, we Włoszech, Hiszpanji, Portugalji, Jugosławji, Albanji, oraz w niektórych krajach Ameryki Południowej.

„Associated Press” zachowała dla siebie cały niemal teren amerykański.

W miarę wyzwalań się agencji poszczególnych państw z pod zależności od Reutera, Havasa, Wolffa i Associated Press i usamodzielniania się, układy co do rynków zbytu ulegały modyfikacji. Znacznie zaś zmodyfikowały się te umowy z chwilą powstania związku agencji sprzymierzonych (w czerwcu 1924), i przystąpienia do tego związku głównych agencji telegraficznych szeregu krajów.

OBECNA SIEĆ AGENCYJ
PRASOWYCH

AGENCJE SPRZYMIERZONE.

Agencje telegraficzne dzielą się na agencje-urzędy, samodzielne, lub wchodzące w skład ministerstw (Albanja, Austria, Bułgarja i Litwa), przedsiębiorstwa państwowe, jak w Polsce, ZSSR., Czechosłowacji, Łotwie, wreszcie towarzystwa akcyjne, lub innego typu spółki, jak w większości państw.

Główne agencje telegraficzne poszczególnych państw tworzą zespół t. zw. Agencji Sprzymierzonych (Agences Alliées). Związek ten ma na celu zorganizowaną, opartą na umowach współpracę, t. j. przede wszystkim wymianę materiału informacyjnego. Największa nawet agencja nie może podolać zadaniu informowania o wszystkim, co się dzieje interesującego i ważnego na świecie, to też jedynie wymiana wiadomości pomiędzy agen-

cjami umożliwia gazetce, obsługiwanej przez jedną z agencji sprzymierzonych, zamieszczanie depesz ze wszystkich stron globu.

Agencje sprzymierzone ustalają też między sobą wszystkie ważniejsze kwestje techniczne w procesie tej wymiany, dbają wreszcie o prawo ochrony własności informacji.

W skład zespołu Agencji Sprzymierzonych wchodzi obecnie 31 agencji telegraficznych. Są to: „Bureau de Presse Albanaise” (Albanja), Havas (Ameryka Południowa), Amtliche Nachrichtenstelle” (Austria), „Agence Telegraphique Belge (Belgia), Bułgarska Agencja Telegraficzna (Bułgaria), Reuter (Chiny), Czeskosłowackie Biuro Prasowe (Czechosłowacja), „Ritzaus Bureau” (Dania), Estońska Agencja Telegraficzna (Estonia), „Finska Notisbyran” (Finlandia), Havas (Francja), „Agence d'Athene” (Grecja), „Agencja Fabra” (Hiszpania), „Nederlandsch Telegraph Agentschap” (Holandia), „Shimbun Rengo Sha” (Japonia), „Agencja Avala” (Jugosławia), Litewska Agencja Telegraficzna (Litwa), Łotewska Agencja Telegraficzna (Łotwa), „Deutches Nachrichten-Büro” (Niemcy), „Norsk Telegrambyraa” (Norwegia), Polska Agencja Telegraficzna (Polska), Havas (Portugalia), Agencja „Rador” (Rumunia), „Associated Press” (Stany Zje-

dnoczone), „Agence Telegraphique Suisse” (Szwajcaria), „Tidningarnas Telegrambyraa” (Szwecja), „Agence Anatolie” (Turcja), Węgierska Agencja Telegraficzna (Węgry), Reuter (Wielka Brytania), „Agenzia Stefani” (Włochy), „Tass” (Z.S.S.R.).

Związek Agencji Sprzymierzonych powstał w czerwcu 1924 r. na konferencji w Bernie. Zespół agencji tworzy „Konferencję Agencji Sprzymierzonych”, której organami są walne zgromadzenia, zwoływane co 2 lata, oraz zgromadzenia zwykłe, zwoływane raz na rok, celem przygotowania materiału na walne zgromadzenia, wreszcie Biuro Centralne Agencji Sprzymierzonych. Kierownictwo Biura Centralnego powierzone zostało Agencji Havasa w Paryżu*).

PRYWATNE AGENCJE PRASOWE

Oprócz wymienionych wyżej agencji informacyjnych, wchodzących w skład międzynarodowego Związku Agencji Sprzymierzonych, działają we wszystkich niemal krajach liczne agencje prasowe

*) Inne szczegóły, dotyczące Związku Agencji Sprzymierzonych, znajdzie czytelnik w pracy Romana Starzyńskiego, p. t. „Agencje informacyjne” (Wydawnictwo Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism. Warszawa, 1935).

niezrzeszone (telegraficzne, publicystyczne, informacyjno-publicystyczne i t. d.).

W Niemczech istnieją: agencja „Europa-Press“, utrzymująca stałe stosunki z niezależnymi agencjami telegraficznymi innych państw europejskich i posiadająca lokalne organizacje w Szwajcarii, Rumunii i innych krajach; agencja telegraficzna „Eildienst“, która jest oficjalną agencją ministerstwa gospodarki narodowej (Reichswirtschaftsministerium) i dostarcza prawie wyłącznie wiadomości gospodarczych; dwie agencje giełdowe w Berlinie, mianowicie „Europradio“ przejęta w r. 1926 przez agencję Wolffa, dostarczająca szeregowi państw europejskich (między innymi i Polsce) notowań giełdowych, wiadomości gospodarczych i t. p., oraz agencja „Transatlanticradio“, konkurująca z „Europradio“ i działająca również w szeregu państw europejskich.

Z innych niemieckich biur telegraficznych wymienić należy agencje: „Transocean“, „Neuer Telegraphendienst“ (N. T.), wreszcie agencję „Ostexpress“, podającą wiadomości z Rosji, z Polski i krajów bałtyckich.

Prócz tego działa w Niemczech duża ilość agencji informacyjnych i informacyjno-publicystycznych. Największe z nich, to: „Nationalsozialisti-

sche Korrespondenz" (N. S. K.) oraz agencja Ullsteina. Ta ostatnia grała dużą rolę przed objęciem władzy przez Hitlera. Posiadała ona wielki serwis telegraficzny i publicystyczny i wydawała szereg pism z „Vossische Zeitung” na czele. Obecnie agencja Ullsteina daje serwis telegraficzny tylko własnemu wydawnictwom, których liczba znacznie zmalała. Natomiast innym odbiorcom dostarcza Ullstein już tylko materiału publicystycznego.

Obok „N. S. K.” i „Ullstein-Verlag”, do większych agencji tego typu zaliczyć należy: „Verlag Rudolf Dammert”, „Zeitungsdienst Graf Reichach”, „Grossdeutscher Presse-Dienst”, „Politischer Presse-Dienst” (P.P.D.) i „Patria Verlag”.

We Francji istnieją następujące większe agencje prasowe niesprzymierzone: „Agence Fournier”, „Agence Radio” i „Agence Information”, oraz mniejsze: „Paris-Telegrammes”, „Agence Telegraphique Uniwerselle” i inne.

W Szwajcarii: „Press Telegraph” (lokalna organizacja niemieckiej „Europa-Press”).

W Hiszpanji: „Agencia Mancheta”, „Agencia Prensa Asociata”, „Agencia Febus” i kilka innych pomniejszych.

We Włoszech: „Agenzia Volta”, „Agenzia di Roma”, „Agenzia Radio-Nationale”.

W Anglii: wspomniana już przez nas „Press Association”, posiadająca większość akcji agencji Reutera, „Central News”, „Stock Exchange Telegraph Co”, „Dalziels News Ltd.”, „British United Press” oraz agencja „Commercial Telegraph Bureau”, dająca wyłącznie wiadomości i artykuły gospodarcze.

W Holandji: „Hollandsch Nieuwsbureau” i „Vaz Diaz”.

W Austrii: „Telegraphen-Compagnie” we Wiedniu, posiadająca organizację lokalną na Węgrzech p. n. „Information”.

W Czechosłowacji: „Central-Radio”.

W Rumunii: „Danubian-Press”, organizacja lokalna niemieckiej „Europa-Press”.

W Stanach Zjednoczonych działa, obok wspomnianej „Associated Press”, kilka wielkich i szeregu mniejszych agencji. Do największych należy „United Press Association”, założona w 1907 i obsługująca 1.200 gazet w 38 krajach, między innymi 800 gazet w Północnej Ameryce. Agencja posiada oddziały we wszystkich ważniejszych miastach Ameryki oraz w Londynie, Paryżu, Berlinie, Rzymie i w innych stolicach europejskich. W Londynie istnieje agencja ściśle z amerykańską związana, mianowicie „British United Press”.

Trzecią wielką agencją Stanów Zjednoczonych jest „International News Service” w New-Jorku, założona w r. 1909 przez potentata prasowego Hearsta, około której grupuje się cała jego prasa. Agencja obsługuje około 900 gazet amerykańskich. Do wielkich agencji zalicza się również agencję „Consolidated Press” w New Yorku.

W Meksyku istnieją: agencja Duems, obsługująca zgórą 100 gazet w Meksyku, jakoteż w Ameryce południowej i środkowej i agencja „International”.

W Japonii obok agencji oficjalnej działa jeszcze druga wielka agencja „Nippon Dempo Tsushin Sha” w Tokio.

W Chinach „Transocean Kuo-Min Agency” w Szanghaju.

W Indjach „Free Press of India”.

W Persji Agencja „Pars”.



AGENCJE W POLSCE

PODZIAŁ AGENCYJ.

Agencje telegraficzne w Polsce są głównem źródłem wiadomości zagranicznych prasy polskiej. Wprawdzie większe pisma, zwłaszcza stołeczne, posiadają w stolicach europejskich a przedewszystkiem w Londynie, Paryżu, Berlinie, w Wiedniu i Rzymie swoich korespondentów, jednak materiał informacyjny, nadsyłany przez nich, stanowi z reguły uzupełnienie zagranicznego materiału agencyjnego.

Z wiadomości krajowych, podawanych przez agencje, prasa korzysta w mniejszym zakresie, niż z agencyjnych wiadomości zagranicznych, większe pisma bowiem posiadają w głównych miastach korespondentów, którzy informują je o ciekawszych wydarzeniach.

Agencje w Polsce dzielą się na telegraficzne:

Polska Agencja Telegraficzna (P.A.T.), Agencja Telegraficzna Express (A.T.E.) i Żydowska Agencja Telegraficzna (Ż.A.T.); informacyjno-publicystyczne: Polska Agencja Publicystyczna (P.A.P.), Agencja „Iskra” i Katolicka Agencja Prasowa (K.A.P.); informacyjne: Agencja „Press”, Polska Informacja Dziennikarska (P.I.D.), Biuro Informacji Prasowych; lokalne: agencja „Wschód” we Lwowie, „Wilbi” w Wilnie, „Zachód” w Poznaniu.

Pozatem istnieje jeszcze szereg innych drobnych agencji publicystycznych i informacyjnych, gospodarczych, miejskich, sportowych i t. d.

P o l s k a A g e n c j a T e l e g r a f i c z n a .

Polska Agencja Telegraficzna, założona została w 1918 r. przez kilku dziennikarzy z obecnym wicedyrektorem P.A.T., Franciszkiem Orzechowskim, na czele, jako instytucja prywatna. W październiku 1918 agencja przejęła oddziały Wiedeńskiego Biura Korespondencyjnego w Krakowie i Lwowie, a w dn. 5 grudnia 1918 przeszła na etat państwowy, podporządkowana została Prezydium Rady Ministrów i uznana za urzędową agencję prasową.

W latach następnych Polska Agencja Telegraficzna rozszerzyła sieć korespondentów kra-

jowych, zaangażowała korespondentów zagranicznych, wprowadziła odbiór depesz radiowych i powiększyła znacznie zespół redakcyjny w centrali. Poza serwisem politycznym, zaczęła po pewnym czasie rozsyłać serwis gospodarczy i giełdowy, sportowy, wreszcie artystyczno-kulturalny. Równocześnie Polska Agencja Telegraficzna weszła do zespołu Agencji Sprzymierzonych. Niezależnie od tego zawarte zostały umowy szczegółowe z szeregiem agencji telegraficznych, zapewniające bezpośrednią wymianę depesz z całym niemal światem.

W lutym 1924 powołano do życia biuro ogłoszeń Polskiej Agencji Telegraficznej, a w końcu czerwca 1924 przekształcono agencję na przedsiębiorstwo, oparte na zasadach handlowych.

Od tego momentu datuje się szybki rozwój Polskiej Agencji Telegraficznej. Zawiera ona w r. 1925 umowę z agencją niemiecką „Europaradio” w sprawie otrzymywania wszelkich notowań giełdowych na rynkach światowych; wprowadza w r. 1926 służbę radiofoniczną dla przekazywania wiadomości do oddziałów prowincjonalnych; otwiera w r. 1927 biuro filmowe; uzyskuje w tym samym roku monopol na ogłoszenia przedsię-

biorstw i instytucyj państwowych; otwiera w roku 1930 agencję fotograficzną.

W r. 1931 P.A.T. przejmuje „Biuletyn Giełdowy” od likwidującej się Agencji Wschodniej. W tymże roku 1931 zaczyna wymieniać polskie aktualne zdjęcia filmowe na zdjęcia zagraniczne, a w końcu r. 1932 wprowadza udźwiękowienie dodatków filmowych.

W r. 1932 Polska Agencja Telegraficzna łączy się z przedsiębiorstwem „Wydawnictwa Państwowe”. W r. 1932 zaczyna P.A.T. wydawać nowy serwis radio-telegraficzny dla obsługi agencji zagranicznych w języku francuskim, wychodzący pod nazwą „Polpat”. Wreszcie w r. 1934 P.A.T. przejmuje drukarnię państwową w Warszawie ze wszystkimi jej oddziałami prowincjonalnymi.

Na czele P.A.T. stoi dyrektor naczelny, mianowany przez Prezesa Rady Ministrów. Organem nadzorczym P.A.T. jest rada administracyjna, której członkowie są również mianowani przez premjera. Większość członków rady administracyjnej stanowią wyżsi urzędnicy państwowi. Poza tem istnieje jeszcze komisja rewizyjna. Zakres działania P.A.T. oraz wzajemny stosunek organów tej instytucji reguluje szczegółowo statut.

uchwalony przez Radę Ministrów. Dyrektor naczelny P.A.T. mianuje kierowników poszczególnych działów, np. redaktora naczelnego, dyrektora finansowego i t. d.

Praca redakcji podzielona jest na cztery zasadnicze działy, które materiał zbierają, opracowują i przekazują do odbiorców, a mianowicie: dział ogólno-polityczny, dział gospodarczy, artystyczno-kulturalny i sportowy.

Redakcja prowincjonalna, gotowy materiał, przygotowany przez wspomniane cztery działy, przystosowuje do potrzeb prowincji i nadaje do oddziałów P.A.T. i abonentów prowincjonalnych.

Redakcja zagraniczna, zajmuje się opracowaniem, tłumaczeniem na obce języki i nadawaniem materiału P.A.T., przeznaczonego dla agencji sprzymierzonych. Jest to serwis radio-telegraficzny „Polpat”, depesze zwyczajne, służba telefoniczna, wreszcie biuletyn informacyjny, wychodzący w języku francuskim. Pozatem redakcja zagraniczna sporządza specjalny serwis dla pism polskich, wychodzących w Ameryce, w języku polskim.

W skład redakcji wchodzi także biuro fotograficzne.

Biuro wydawnictw Polskiej Agencji Telegra-

ficznej wydaje 1) „Monitora Polskiego”, 2) „Biuletyn Giełdowy” wraz z dodatkiem — miesięcznikiem „Banki i giełda”, 3) „Zbiór wyroków Najwyższego Trybunału Administracyjnego”, 4) „Wiadomości Portu Gdynńskiego”, „Rocznik Polityczny i Gospodarczy” i miesięcznik „Arkady”.

Pozostałe działy P.A.T., to biuro filmowe, biuro ogłoszeń i reklam i drukarnia państwowa.

Redakcja.

Redakcja ogólnopolityczna Polskiej Agencji Telegraficznej pracuje od 7-mej rano do 2-giej w nocy, w razie zaś przewidywania donioślejszych wydarzeń — bez przerwy przez 24 godziny.

Komplet redakcyjny jest tu podzielony na trzy dyżury: od 7 do 13-tej, od 13 do 19-ej i od 19 do 24-tej. W czasie pierwszego dyżuru pracuje 1 lub 2 redaktorów i personel techniczny (stenografowie, radjotelegrafiści, maszynistki), w czasie drugiego dyżuru również 1 lub 2 redaktorów i personel techniczny, a podczas trzeciego dyżuru, w którym nasilenie pracy jest największe, trzech redaktorów i wzmocniony aparat techniczny. Od godz. 24-tej do 2-giej pełni dyżur redaktor-stenograf.

W skład redakcji ogólnopolitycznej wchodzi:

dział reportażu, złożony z trzech reporterów. Reporterzy pracują przez cały dzień. Utrzymują stały kontakt z władzami, dostarczają wiadomości z miasta, dają wiadomości o wypadkach i katastrofach, robią sprawozdania sądowe, dają informacje o ruchu społecznym i zawodowym, sprawozdania z obchodów, uroczystości, wieców, manifestacji i t. p.

Pozatem do redakcji politycznej należą dwaj sprawozdawcy parlamentarni, którzy w okresie, kiedy izby ustawodawcze nie obradują, pracują bądźto w reportażu, bądź też zatrudnieni są przy innej pracy w redakcji ogólnopolitycznej.

Redakcja gospodarcza pracuje z reguły od 11 do 17-tej. W godzinach wieczornych opracowuje redakcja gospodarcza informacje telegraficzne, nadchodzące po godzinie 17-tej.

Redakcja sportowa i artystyczno-kulturalna nie ma ściśle ustalonych godzin pracy. Redakcja sportowa np. najbardziej zajęta jest w niedzielę w godzinach wieczornych ze względu na liczne imprezy sportowe, które odbywają się w niedzielę.

Redakcja prowincjonalna pracuje z pewnemi przerwami przez cały dzień. Zajmuje się obsługą odbiorców prowincjonalnych, wybiera materiał,

nadający się na prowincję, adjustuje go i podaje odbiorcom teleskryptorem i telefonem.

Redakcja zagraniczna dzieli swą pracę podobnie, jak ogólna, na trzy dyżury, w czasie każdego dyżuru pracuje jeden lub dwóch redaktorów.

Biuro fotograficzne pracuje normalnie od godz. 9-tej do 15-tej i od 18-tej do 21-ej, a reportaże prasowo-fotograficzny często nawet do 24-tej. Biuro fotograficzne daje codziennie serwis matrycowy, złożony ze zdjęć krajowych i zagranicznych (5 do 8 ilustracji do każdego numeru dziennika). P.A.T. wymienia zdjęcia z agencjami sprzymierzonymi.

Redakcja dostarcza prasie krajowej około 70 kartek informacji dziennie, czyli przeszło 25.000 słów. Abonenci w Warszawie odbierają poszczególne kartki serwisu z szafek, mieszczących się na parterze w gmachu Polskiej Agencji Telegraficznej. Każdy abonent ma swoją szafkę i klucz do szafki i odbiera serwis przez własnych gонców. Abonenci mogą odbierać kartki przez cały dzień, co pewien czas bowiem poszczególne stroniczki serwisu dostarczane są przez redakcję P.A.T. do szafek. Niektóre pisma otrzymują materiał P.A.T. również przy pomocy teleskryptorów.

Prowincja obsługiwana jest za pomocą tele-

skryptorów, telefonem, za pomocą listów pośpiesznych i dworcowych, wreszcie poczty lotniczej. Pozatem redakcja P.A.T. wydaje biuletyny lokalne we wszystkich swych oddziałach na prowincji.

Banki, wielkie domy handlowe i inni odbiorcy otrzymują kursy w ciągu całego dnia ze wszystkich ważniejszych giełd świata i giełdy warszawskiej, jakoteż wiadomości gospodarcze. Dzięki pośrednictwu P.A.T., instytucje te mogą mieć już kursy z giełd w 15 do 20 minut po rozpoczęciu zebrania giełdowego. P.A.T. daje klientom notowania zboża, artykułów hodowlanych, cukru, kauczuku, metali, wełny, bawełny, materiałów budowlanych, artykułów kolonialnych i innych towarów oraz kursy walut, złota, srebra, papierów procentowych i akcji. Notowania kursów nadawane są przy pomocy telefonu, albo teledyktantów, niektóre bowiem banki i inne instytucje posiadają już teledyktanty.

Kolektorzy loterii państwowej otrzymują serwis loteryjny telefonicznie, natychmiast po ukończeniu ciągnięcia, w Warszawie z centrali, a na prowincji również telefonicznie z oddziałów P.A.T. Agencja zawiadamia kolektorów, które losy, znajdujące się w ich posiadaniu, wygrały. Wia-

domości te nadawane są szyfrem, który posiadają także kolektorzy. Pozatem szereg pism prenumeruje serwis loteryjny kompletny, ogłaszany przez P.A.T. natychmiast po ciągnienu.

Agencje sprzymierzone otrzymują od Polskiej Agencji Telegraficznej wiadomości z Polski i krajów bałtyckich. Wiadomości te nadawane są głównie radio-telegraficznie trzy razy dziennie. Serwis radio-telegraficzny, przeznaczony na zagranicę, nosi nazwę „Polpat”. Ponieważ P.A.T. własnej stacji nadawczej nie posiada, korzysta z państwowej, jednak emisje są stałe i ściśle ustalony jest czas przesyłania emisji, tak, że agencje sprzymierzone, nastawione na bezpośredni odbiór w ustalonych godzinach, otrzymują wiadomości radio-telegraficzne P.A.T. w ściśle określonym czasie. P.A.T. ze swej strony odbiera również emisje radiowe bezpośrednio.

Pozatem P.A.T. przekazuje agencjom sprzymierzonym wiadomości drogą telefoniczną i telegraficzną. Niezależnie od tego przesyłany jest agencjom sprzymierzonym pocztą bezpłatnie biuletyn informacyjny w języku francuskim, redagowany przez redakcję zagraniczną. Biuletyn ten, który zawiera ca. 30.000 słów miesięcznie, ma na celu informowanie zagranicy o Polsce.

Serwis prasowy P.A.T. zawierał w roku 1934-ym 24.555 kartek; ilość wiadomości wyniosła 73.000, ilość słów — 7.375.250.

Ilość słów w depezach, wysłanych zagranicę wynosiła 1.123.501. Rozmowy telefoniczne z oddziałami zagranicznymi P.A.T. (nadawanie wiadomości i odbiór) w roku 1934-tym trwały ogółem 41.982 minut. 69

Źródła wiadomości.

P.A.T. posiada zagranicą 10 korespondentów stałych: w Berlinie, Gdańsku, Londynie, Paryżu, Moskwie, Wiedniu, Rydze, Rzymie, Genewie i w Nowym Jorku. Korespondenci zagraniczni P.A.T. nadają wiadomości ze swoich rejonów, jako też uzupełniają, kontrolują i komentują wiadomości, nadawane przez agencje sprzymierzone. Przy przesyłaniu wiadomości, korespondenci stali posługują się głównie telefonem, a pozatem telegrafem, listami lotniczymi i zwykłymi.

P.A.T. posiada ponadto około 100 korespondentów nadzwyczajnych we wszystkich częściach świata. Korespondenci nadzwyczajni przesyłają wiadomości telefonem i telegrafem, lub listem. Poza korespondentami własnymi, źródłem informacji zagranicznych P.A.T. są agencje sprzymie-

rzony. Agencje te przesyłają wiadomości telegrafem, lub radjotelegrafem do Warszawy, bądź też przekazują korespondentom P.A.T., którzy podają je telefonicznie centrali. Pozatem agencje sprzymierzone przesyłają wiadomości pocztą lub telefonem. Materiał jest częściowo lub nawet w całości szyfrowany.

Wiadomości agencji sprzymierzonych nadsyłane są przeważnie w języku francuskim. Jedynie „D.N.B.” przesyła wiadomości w języku niemieckim i częściowo we francuskim, a japońska „Shimbun Rengo” w języku angielskim.

Najwięcej wiadomości dają: Havas, Reuter, D.N.B., Stefani, Tass i Associated Press.

„Europradio” daje radjofonicznie notowania giełdowe na rynkach światowych (towarowe, pieniężne, zbożowe), natychmiast przekazywane przez centralę P.A.T. do oddziałów i gazet oraz innych abonentów drogą telefoniczną i teleskryptorami.

Agencja ta nadaje notowania przez cały dzień bez przerwy, P.A.T. odbiera jednak tylko te notowania, które interesują jego klientów. „Europradio” przesyła notowania przeważnie szyfrem, który rozwiązuje natychmiast dyżurny urzędnik P.A.T.

Głównem jednak źródłem zagranicznych wiadomości gospodarczych P.A.T. są korespondenci i agencje sprzymierzone. P.A.T. otrzymuje informacje finansowe, giełdowe, rynkowo-konjunkturalne, dotyczące rynków pieniężnych, handlu zagranicznego, przemysłu, handlu, rolnictwa, konferencyj gospodarczych, karteli, polityki gospodarczej, spraw socjalnych, rynku frachtowego, spraw morskich, emigracyjnych i t. d.

Redaktor działu gospodarczego wybiera najciekawsze i najbardziej aktualne z tych wiadomości, a przede wszystkim te, które odnoszą się do Polski i mogą interesować czytelnika polskiego, opracowuje je, a podane w obcym języku tłumaczy i dyktuje na maszynę, lub teleskryptor.

P.A.T. posiada 14 oddziałów prowincjonalnych, a mianowicie: w Białymstoku, Bydgoszczy, Gdyni, Grudziądzu, Katowicach, Krakowie, Lublinie, Lwowie, Łodzi, Łucku, Poznaniu, Sosnowcu, Toruniu i w Wilnie. Korespondenci prowincjonalni nadają wiadomości telefonem, dalekopisami, rzadko depeszą lub listem. Ponadto około 200 korespondentów nadzwyczajnych P.A.T. daje wiadomości telefonem i listem, czasem telegrafem.

Oprócz wiadomości, nadsyłanych przez ko-

respondentów, otrzymuje jeszcze agencja informacje lokalne, zbierane przez reporterów i nadsyłane przez poszczególne instytucje. Są to informacje urzędowe, podawane przez ministerstwa, urzędy państwowe i komunalne; informacje statystyczne nadsyłane, zbierane, lub też opracowywane na podstawie „Wiadomości Statystycznych”; wyciągi z „Dziennika Ustaw”, sprawozdania z konferencji prasowych, sprawozdania parlamentarne; wywiady; sprawozdania z odczytów i referatów w najrozmaitszych instytucjach; reportaż miejski, a więc: wypadki, katastrofy, opisy uroczystości, sprawozdania sądowe, informacje, dotyczące magistratu i przedsiębiorstw miejskich i t. p.

Dział gospodarczy otrzymuje wiadomości krajowe od korespondentów prowincjonalnych, z urzędów państwowych, samorządów gospodarczych, związków przemysłowych, rolniczych i handlowych, banków i t. p. Pozatem wiadomości zbierają reporterzy.

Informacje tego działu dotyczą wszelkich dziedzin życia gospodarczego i oświetlają najrozmaitsze zagadnienia. Są to wiadomości rynkowo-konjunkturalne, giełdowe, finansowe i walutowe, z dziedziny handlu zagranicznego, przemysłu, han-

dlu i rolnictwa, polityki gospodarczej i socjalnej, wiadomości, dotyczące instytucyj i organizacyj gospodarczych, targów i wystaw, spółek akcyjnych, sprawozdania z konferencyj gospodarczych, wywiady z ministrami, wyższymi urzędnikami i przedstawicielami życia gospodarczego, przegląd sytuacji gospodarczej, informacje z dziedziny ustawodawstwa gospodarczego, sprawy morskie, frachtowe, informacje o przewozach kolejowych i wiele innych.

Technika zbierania i przekazywania informacji.

R a d j o t e l e g r a f. Godziny i minuty, w których nadchodzą radjodepesze od agencyj sprzymierzonych, są ustalone najdokładniej. Dyżurny radjotelegrafista, względnie w godzinach silnego ruchu, radjotelegrafiści, zakładają słuchawki na uszy, równocześnie piszą na maszynie tekst. Po odbiorze depeszy, przesyłają ją natychmiast do dyżurnego redaktora.

W godzinach silnego ruchu odbiera się radjotelegramy na t. zw. aparatach samopiszących.

Depesze zwyczajne otrzymuje P.A.T. przez główny urząd pocztowy. Odbiera je sekretarjat, lub dyżurny redaktor.

R a d j o f o n j a. Wiadomości radjofoniczne, głównie z agencji „Europradio“, odbiera dyżurny urzędnik. Godziny nadawania poszczególnych notowań z rynków pieniężnych i towarowych są ściśle określone. Urzędnik zakłada słuchawki i notuje na przygotowanych już blankietach poszczególne kursy w odpowiednich rubrykach. „Europradio“ podaje tekst w języku niemieckim. Urzędnik tej agencji dyktuje powoli i powtarza wiadomość, czy kurs, zazwyczaj dwa razy. Polska Agencja Telegraficzna bierze od „Europradio“ przeważnie kursy giełdowe, jednak tylko te, które interesują jej klientów. Notowania podaje „Europradio“ szyfrem. Szyfr ten urzędnik P.A.T. natychmiast przy pisaniu rozwiązuje, posługując się leżącym obok kluczem.

Ciekawsze i bardziej sensacyjne wiadomości gospodarcze podaje „Europradio“ również częściowo szyfrem, lecz zdarza się to rzadko. Wiadomości gospodarcze są podawane przeważnie bez szyfru.

T e l e f o n. Polska Agencja Telgraficzna posiada kilka kabin telefonicznych, prócz telefonów biurkowych. Zapalenie czerwonego światelka oznacza, że będzie rozmowa. Jeden ze stenografów lub redaktorów śpieszy do telefonu i odbiera.

wiadomość, ewentualnie zaraz podaje swoją. Godziny nadawania wiadomości telefonicznych przez korespondentów krajowych i zagranicznych są dość unormowane.

L i s t. Całą pocztę odbiera sekretarz redakcji, przegląda ją, sortuje wiadomości i przesyła je do odpowiednich działów, lub też do dyżurnego redaktora.

**
*

Starszy redaktor z zespołu, który ma dyżur, otrzymuje wszystkie depesze radiowe i zwyczajne, telefonogramy i radjofonogramy i dzieli je na cztery działy: ogólny, gospodarczy, kulturalny i sportowy. Po przejrzaniu, odsyła depesze i telefonogramy do poszczególnych redaktorów działów. Redaktor działu przegląda materiał, nieciekawcy odkłada, wiadomości pochodzące od agencji sprzymierzonych, tłumaczy szybko, lub daje swoim pomocnikom do tłumaczenia. Jeśli depesze są szyfrowane w całości, lub częściowo, redaktor rozwiązuje szyfr. Każdy redaktor P.A.T. musi znać trzy języki obce (francuski, niemiecki i angielski) i dobrze znać szyfr. Po przetłumaczeniu i opracowaniu notatki, redaktor posyła ją do hali maszyn, lub też sam dyktuje ją odrazu na maszy-

nę, na woskówki (które potem odbija się na aparacie Gestettnera), lub dyktuje na teledyktator.

Nie wszystkie wiadomości idą od razu na woskówkę, lub teledyktator. Niektóre pisze się tylko na oddzielnych kartkach. Są to wiadomości, które wymagają jeszcze sprawdzenia, lub też wiadomości mniej pilne i mniej aktualne.

Oryginały wszystkich wiadomości wykorzystanych, zatrzymywane są przez kilka dni w archiwum dla kontroli na wypadek jakichś nieścisłości.

**
*

Przekazywanie informacji do agencji szpiegowskich odbywa się, jak już wspomnieliśmy, za pomocą radjotelegrafu, telefonu, depesz zwyczajnych i listów, do korespondentów zagranicznych przeważnie telefonem i pocztą. Natomiast przy przesyłaniu wiadomości w kraju, P.A.T. posługuje się przede wszystkim teledyktatorami, czyli dalekopisami. Są to aparaty bardzo zbliżone pod względem wyglądu do maszyny do pisania. Redakcja P.A.T. w Warszawie posiada 5 teledyktatorów nadawczo-odbiorczych. Są one włączone do wspólnej centrali rozdzielczej. Przy pomocy tej centrali można włączyć teledyktatory odbiorczo-nadawcze, zainstalowane w oddziałach

prowinjonalnych P.A.T. i dalekopisy odbiorcze w redakcjach i w instytucjach, które je posiadają. Dalekopisy te mogą być włączone, bądźto wszystkie razem, bądźteż każdy oddzielnie. Proces nadawania wiadomości odbywa się w taki sposób, że maszynistka pisze tekst informacji na jednym z dalekopisów, zainstalowanych w redakcji warszawskiej P.A.T. i ten tekst odbija się równocześnie automatycznie na teleskryptorach, zainstalowanych w oddziałach P.A.T., czy redakcjach pism.

Tekst, pisany przez maszynistkę na teleskryptorze, można wybić równocześnie przy pomocy specjalnego mechanizmu na wąskiej taśmie papieru. Taśmę przepuszcza się przez aparat, połączony przez centralę z teleskryptorem odbiorczym (czy też teleskryptorami odbiorczymi, jeśli odbiera równocześnie kilka oddziałów) i aparat ten automatycznie nadaje tekst. Nadawanie automatyczne jest przeciętnie dwukrotnie szybsze od ręcznego.

Teleskryptory są włączone w Warszawie do kabli telefonicznych stacji miejskiej. Obsługa prowincji odbywa się na kablach sieci międzymiastowej. Dalekopisy są z małymi przerwami cały dzień czynne.

Telskryptory odbiorczo-nadawcze posiadają prócz centrali P.A.T. wszystkie jego oddziały prowincjonalne oraz agencja „Iskra”, odbiorcze zaś, redakcje szeregu pism stołecznych i prowincjonalnych, niektóre urzędy państwowe i banki.

Projektowane jest połączenie P.A.T. w najbliższym czasie teleskryptorami z niektórymi agencjami zagranicznymi.

T e l e f o n. Pozatem oddziały prowincjonalne P.A.T. otrzymywały do niedawna wiadomości telefonicznie wszystkie równocześnie. Odbывало się to w ten sposób, że redaktor (z redakcji prowincjonalnej) nadawał wiadomości przez mikrofon, zainstalowany w specjalnej celi telefonicznej, a wszystkie oddziały równocześnie wiadomości te odbierały i przekazywały dalej do gazet prowincjonalnych, abonujących serwis P.A.T. Łączenie odbywało się przez stacje międzymiastowe. Obecnie, wobec wprowadzenia we wszystkich oddziałach P.A.T. teleskryptorów, zaniechano nadawania wiadomości telefonicznie, w wyżej opisany sposób.

Prócz tego, redakcja komunikuje się z oddziałami krajowymi i zagranicznymi, gazetami i innymi odbiorcami przez cały dzień telefonem w sposób normalny.

Pisma mniejsze, które płacą mało i którym wystarcza serwis na kartkach, otrzymują ten serwis pocztą, w większej, lub mniejszej objętości, zależnie od umowy. Pozatem odbiorcy, którym przesyła się serwis teleskryptorami, czy telefonicznie, otrzymują ten serwis jeszcze także na kartkach. Przy przekazywaniu pocztą, P.A.T. posługuje się systemem listów dworcowych.

Biuro Wydawnictw.

Polska Agencja Telegraficzna wydaje, jak już wspomnieliśmy, „Monitora Polskiego“, „Biuletyn Giełdowy“, „Zbiór Wyroków Najwyższego Trybunału Administracyjnego“, „Wiadomości Portu Gdynińskiego“, „Rocznik Polityczny i Gospodarczy“ i miesięcznik „Arkady“.

„M o n i t o r“, dziennik urzędowy R. P., wychodzi codziennie. Zawiera rozporządzenia władz, zarządzenia, dekrety, przepisy wykonawcze do ustaw, teksty umów zbiorowych w rolnictwie, w przemyśle, przepisy podatkowe, skarbowe, tabele wylosowanych obligacyj pożyczek państwowych oraz urzędową cedulę giełdy pieniężnej i zbożowej. „Monitor“ przedrukowuje ustawy, mające specjalne znaczenie dla ogółu, podaje orzeczenia Najwyższego Trybunału Administracyjnego

z dziedziny skarbowości i administracji państwowej, a w dziale ogłoszeń przetargi na dostawę i roboty dla władz i przedsiębiorstw państwowych i komunalnych.

„**B i u l e t y n G i e ł d o w y**” wychodzi codziennie. Daje notowania dewiz, walut, papierów procentowych, akcji, zbóż, artykułów hodowlanych, ważniejszych surowców i innych towarów z giełd krajowych i zagranicznych. Zawiera także informacje gospodarcze. Abonowany jest głównie przez banki i większe przedsiębiorstwa przemysłowe i handlowe. Abonenci „Biuletynu Giełdowego” otrzymują kilka najrozmaitszych dodatków miesięcznie, między innymi stały dodatek — miesięcznik „Banki i Giełda”.

„**Z b i ó r W y r o k ó w N a j w y ż s z e g o T r y b u n a ł u A d m i n i s t r a c y j n e g o**”, wychodzi przeciętnie cztery razy miesięcznie. Zawiera motywy ważniejszych wyroków z dziedziny administracyjnej i skarbowej.

„**W i a d o m o ś c i P o r t u G d y Ń s k i e g o**”, organ Urzędu Morskiego w Gdyni, miesięcznik, poświęcony sprawom miasta i portu Gdyni, podaje szczegółowe cyfry statystyczne, dotyczące obrotów portu, zawiera artykuły, dotyczące spraw morskich, kronikę morską, celną i transportową.

„Rocznik Polityczny i Gospodarczy” wychodzi raz rocznie, zawiera informacje o urzędach, związkach, prasie, opłatach stemplowych, pocztowych i wiele innych wiadomości.

Miesięcznik „Arkady”, poświęcony jest sztuce i estetyce w przemyśle i rzemiośle.

Biuro Filmowe.

Biuro to dostarcza kinematografom aktualnej kroniki filmowej, dźwiękowej (Tygodnik P.A.T.). Są to zdjęcia krajowe i zagraniczne, P.A.T. wymienia bowiem zdjęcia z zagranicą.

Pozatem dział filmowy daje filmy krótkometrażowe, naukowe, turystyczne, propagandowe, okolicznościowe, reklamowe i t. d. P.A.T. posiada najbardziej nowoczesnie urządzone atelier i najnowsze aparaty. Ma między innymi duży aparat zmontowany na samochodzie, który objeżdża całą Polskę.

Biuro Ogłoszeń.

Biuro Ogłoszeń i Reklam, stanowiące jedno z głównych źródeł dochodów P.A.T., posiada monopol na pośrednictwo w przekazywaniu prasie ogłoszeń urzędowych. Dlatego też wszystkie mo-

nopole, urzędy państwowe, przedsiębiorstwa państwowe, muszą ogłaszać się przez P.A.T. Ponadto P.A.T. posiada dużo klientów prywatnych.

Biuro Ogłoszeń i Reklam posiada trzy działy: ogłoszeń, reklam i atelier grafiki.

Drukarnia Państwowa.

Drukarnia Państwowa z centralą w Warszawie i oddziałami w Lublinie, w Łodzi, w Łucku, Poznaniu i Wilnie zatrudnia razem około 450 zecerów, urzędników i robotników.

Agencja Telegraficzna „Express” (A. T. E.).

„A.T.E.”, założona w roku 1925, wydaje serwis, zawierający informacje krajowe i zagraniczne, rozsyłany 3 razy dziennie.

Serwis odbierają w Warszawie gońcy redakcyjni, na prowincję zaś posyłany jest listem dworcowym. Wiadomości pilne nadawane są telefonicznie. Przy przesyłaniu wiadomości zagranicę do korespondentów lub agencji, „A.T.E.” posługuje się telefonem, depeszą i listem.

Agencja posiada 7 korespondentów stałych zagranicą, mianowicie: w Berlinie, Wiedniu, Paryżu, Bukareszcie, Konstantynopolu, Pradze i Ry-

dze. Pozatem agencja ma zagranicą korespondentów nadzwyczajnych i wymienia wiadomości z agencjami niesprzymierzonymi szeregu państw. Odbiór wiadomości odbywa się głównie telefonem. Mniej pilne informacje otrzymuje agencja pocztą.

Oprócz serwisu normalnego, wychodzącego na kartkach białych, „A.T.E.” przesyła abonentom codziennie „wiadomości stołeczne” (kartki żółte). Serwis ten zawiera kronikę sądowo-policyjną. Pozatem trzy razy tygodniowo wychodzi „serwis specjalny” (kartki zielone), w którym podawane są „rozmaitości”, t. j. rzeczy ciekawe ze wszystkich stron świata.

Polska Agencja Publicystyczna (P. A. P.).

Polska Agencja Publicystyczna, założona w roku 1925, posiada trzy zasadnicze działy: 1) redakcję, 2) dział powieściowy, 3) dział propagandy i reklamy.

Redakcja ma następujące działy: 1) informacyjny, 2) artykułowy, 3) gospodarczy.

Redakcja Polskiej Agencji Publicystycznej daje codziennie serwis w ilości 10 do 14 stron. Serwis ten rozsyłany jest w stolicy przez gońców, a na prowincję wysyłany pocztą. Ekspedycja od-

bywa się dwa razy dziennie, rano i popołudniu. Podczas gdy inne agencje informacje swoje znakują (Polska Agencja Telegraficzna skrótem P.A.T., Agencja Telegraficzna „Express”—A.T.E., agencja „Iskra” — znakiem „Iskra”), P.A.P. wiadomości swoich nie znakuje.

Dział informacyjny.

Dział ten dostarcza redakcjom i innym odbiorcom krótkich informacji z wszelkich dziedzin życia politycznego, społecznego, z dziedziny komunikacji, lotnictwa, spraw wojskowych, emigracji, sztuki i kultury etc. Zasadą działu informacyjnego jest dawanie tylko takich informacji, których pismo samo zdobyć nie może, lub o zdobycie ich się nie stara. Pisma, abonujące biuletyny agencyjne, przekonawszy się, że odpowiednie informacje mogą stale i niezawodnie otrzymywać z agencji, nie starają się zdobywać ich, lecz poświęcają czas współpracowników na zbieranie innych wiadomości, których znów agencje nie podają.

Wiadomości agencyjne muszą być oryginalne. Kierownik działu informacyjnego, przyjmując wiadomość, zastrzega się, że równocześnie ta wiadomość nie będzie przekazana innej agencji, lub pismu.

Dział informacyjny P.A.P. otrzymuje wiadomości krajowe z następujących źródeł: z ministerstw, urzędów i przedsiębiorstw państwowych, instytucji wojskowych, społecznych, komunalnych, związków zawodowych, z wyższych uczelni, poselstw, organizacji młodzieży, towarzystw komunikacyjnych, turystycznych, od korespondentów prowincjonalnych (Łódź, Katowice, Poznań, Kraków, Lwów, Gdynia i inne).

Wiadomości zagraniczne nadsyłają korespondenci zagraniczni i agencje, nie należące do związku agencji sprzymierzonych. P.A.P. posiada korespondentów stałych w Berlinie, Pradze, Paryżu, Londynie, Wiedniu, Bukareszcie, Rydze, Sotji i Tokio.

Praca w dziale informacyjnym rozpoczyna się codziennie od przejrzania prasy warszawskiej i biuletynów innych agencji. Daje to ogólną orientację i ułatwia znalezienie punktu zaczepienia przy informowaniu się w instytucjach, zarazem zabezpiecza przed podawaniem informacji, już zamieszczonych w prasie, lub serwisach innych agencji.

Kierownik działu informacyjnego, przejrzawszy prasę, wydaje dyspozycje reporterom i rozpo-

czyna zbieranie informacji przy pomocy telefonu, a godzinę przed zamknięciem serwisu zaczyna dyktować wiadomości maszynistce na woskówkę. Serwisy informacyjne, wieczorny i poranny mają po 2 lub 3 strony, zależnie od ilości pilnych i ciekawych informacji.

Dział artykułowy.

Artykuły, drukowane w serwisie P.A.P., obejmują następujące dziedziny: politykę zagraniczną, politykę socjalną, artykuły treści społecznej, sądownictwo, technikę, kryminalistykę, higienę, szpitalnictwo, wojsko i marynarkę, sprawy morskie, lotnictwo, sztukę i kulturę, historję, turystykę i t. d.

Prócz tego w serwisie P.A.P. zamieszczane są korespondencje krajowe i zagraniczne (z podróży, kongresów, korespondencje polityczne, społeczne, gospodarcze, kulturalne), które nadysyłają stali korespondenci, oraz specjaliści wysłanicy, reportaże, feljetony, wywiady. Poza tem P.A.P. daje krótsze artykułiki z najrozmaitszych dziedzin życia, co tydzień „mody“, codziennie „rozmaitości“, t. j. rzeczy ciekawe ze wszystkich stron świata, wreszcie „humor i satyrę“.

Dział gospodarczy.

Dział ten daje codziennie materiał publicystyczny i informacyjny.

Materiał publicystyczny P.A.P. jest najróżnorodniejszy. W artykułach i korespondencjach gospodarczych P.A.P. (te ostatnie nadsyłają korespondenci krajowi i zagraniczni), omawiane są m. in. następujące dziedziny: polityka gospodarcza, finanse, zagadnienia walutowe, sytuacja gospodarcza Polski i krajów ościennych, lub Polskę szczególnie obchodzących, sprawy socjalne, handel zagraniczny, konferencje międzynarodowe i krajowe, targi i wystawy, ustawy i rozporządzenia gospodarcze, roboty publiczne, sprawy morskie.

Dział gospodarczy P.A.P. zamieszcza raz tygodniowo przegląd giełd pieniężnych zagranicznych i krajowych (papiery wartościowe, waluty, dewizy, złoto) i raz tygodniowo przegląd rynków zbożowych, zawierający ocenę sytuacji na rynkach zbożowych w Polsce i zagranicą.

Prócz tego P.A.P. daje dość często przegląd sytuacji na rynku pieniężno-kredytowym (sytuacja ogólna, działalność Banku Polskiego, banków państwowych i akcyjnych, prywatny rynek

dyskontowy), raz na miesiąc przegląd rynku węglowego, włókienniczego i sytuacji w hutnictwie żelaznem, a od czasu do czasu przeglądy sytuacji na rynku produktów hodowlanych.

Materiał informacyjny działu gospodarczego zawiera notatki rynkowo-konjunkturalne, krajowe, omawiające sytuację w poszczególnych branżach, a przede wszystkim w przemyśle węglowym, górniczo-hutniczym, metalowym — przetwórczym, naftowym, garbarskim, włókienniczym, konfekcyjnym, chemicznym, drzewnym, cukrowym, szklanym, budowlanym, papierniczym, w handlu spożywczym i kolonialnym, żelaznym, konfekcyjnym, galanteryjnym, papierniczym, perfumeryjno-kosmetycznym i t. d., notatki, dotyczące sytuacji rynkowej w poszczególnych działach rolnictwa i przemysłu rolnego; rynkowo konjunkturalne zagraniczne, omawiające przede wszystkim sytuację na rynkach surowców i artykułów kolonialnych (wełna, bawełna, żelazo, kauczuk, metale, węgiel, jedwab, cukier, surowce czekoladowe, kawa, herbata, ryż, owoce, korzenie); finansowe i walutowe krajowe i zagraniczne; wiadomości, dotyczące polityki gospodarczej, organizacji i instytucyj gospodarczych (krajowych i międzynarodowych związków, karteli, syndykatów), targów

i wystaw, spółek akcyjnych, spraw socjalnych, ubezpieczeń, spraw morskich i frachtowych; sprawozdania z konferencji i streszczenia odczytów gospodarczych.

Pozatem dział gospodarczy P.A.P. podobnie, jak P.A.T., czy „Iskra”, zamieszcza w serwisie wywiady na tematy gospodarcze. Aktualne wydarzenia, wymagające wszechstronnego oświetlenia, omawiane są w ankietach, które przeprowadza P.A.P. wśród osób kompetentnych.

Dział gospodarczy P.A.P. otrzymuje informacje krajowe od związków przemysłowych, rolniczych, handlowych, izb przemysłowo-handlowych, rolniczych i rzemieślniczych, z urzędów państwowych, z przedsiębiorstw przemysłowych, giełd towarowych, kupców hurtowników i detalistów, z banków państwowych i prywatnych, towarzystw ubezpieczeniowych, wreszcie od korespondentów prowincjonalnych.

Działy gospodarczy i informacyjny zbierają w kraju wiadomości przy pomocy reporterów i telefonu, pozatem otrzymują od niektórych instytucyj informacje listownie. Wiadomości zagraniczne otrzymuje P.A.P. telefonicznie, pocztą, a niekiedy telegraficznie.

Dział powieści.

Dział ten posiada kilku stałych współpracowników, oraz szereg tłumaczy. P.A.P. sprzedaje na wyłączną własność lub rejonowo powieści, nadające się specjalnie do odcinków gazet, w maszynopisach. Gazety płacą gotówką, lub matrycami przełamanego w kolumny składu powieści. Matryce te są zużywane do druku wydań książkowych.

P.A.P. nabywa, lub bierze w komis oryginalne powieści polskie, jak również autoryzacje na przekłady powieści autorów zagranicznych, niemieckich, angielskich, francuskich, hiszpańskich, włoskich. Dział powieści ma kontakt bezpośredni z autorami, lub też z agencjami zagranicznymi, dostarczającymi powieści.

Dział propagandy i reklamy.

Dział propagandowy P.A.P. prowadzi propagandę wielkich przedsięwzięć. Przygotowuje plany kampanji propagandowej w prasie i przez radio, jakoteż artykuły, notatki i odczyty propagandowe.

Dział ogłoszeń ma następujące poddziały: 1) reklamy gazetowej, 2) ogłoszeń przez radio, 3) reklam innych.

Dział ogłoszeń redaguje, układa i umieszcza ogłoszenia i notatki propagandowe we wszystkich dziennikach i czasopismach w kraju i zagranicą, sporządza rysunki i dostarcza klisz i matryc; układa teksty w celu wygłoszenia ich przez wszystkie stacje „Polskiego Radja”. Pozatem dział ogłoszeń przeprowadza ogłoszenia w książkach, katalogach, rozsyła cyrkularze, ulotki, umieszcza reklamy na słupach.

Agencja prasowa i publicystyczna „Iskra”.

Agencja ta założona została w listopadzie 1929 r. Posiada trzy działy: polityczny, gospodarczy i artykułowy.

Dział polityczny zawiera wiadomości polityczne, informacje o działalności związków i stowarzyszeń społecznych i politycznych, samorządów, instytucyj ubezpieczeń społecznych, wiadomości z niektórych ośrodków emigracji, sprawozdania z obrad Ligi Narodów i konferencyj międzynarodowych.

Dział gospodarczy daje informacje o sytuacji w przemyśle, handlu i rolnictwie, o działalności związków gospodarczych, przedsiębiorstw państwowych, z dziedziny finansowej i walutowej,

sprawozdania z giełd pieniężnych i towarowych, wiadomości społeczne, emigracyjne, z dziedziny handlu zagranicznego i polityki gospodarczej, informacje o monopolach państwowych. Dział gospodarczy „Iskry” przesyła w odróżnieniu do P.A.T. i Polskiej Agencji Publicystycznej prawie wyłącznie tylko wiadomości krajowe.

Obydwa działy, t. j. gospodarczy i polityczny, poświęcają dużo uwagi wywiadam. Każde większe wydarzenie, każde aktualne poważniejsze zagadnienie, omawiane jest w wywiadzie przez osoby najbardziej kompetentne. „Iskra” zamieszcza w swoim serwisie wywiady z członkami rządu, wyższymi urzędnikami, działaczami społecznymi, przedstawicielami życia gospodarczego i świata naukowego.

Dział artykułowy redaguje codzienny biuletyn dla prasy prowincjonalnej. Artykuły omawiają najpoważniejsze wydarzenia w kraju i zagranicą, zarówno w dziedzinie politycznej, jak i gospodarczej. Szczególny nacisk położony jest na politykę wewnętrzną i sprawy gospodarcze.

Informacje nadsyłają korespondenci krajowi (Lwów, Kraków, Łódź, Katowice, Poznań, Gdynia), zbierają reporterzy telefonicznie, lub osobiście, oraz nadsyłane są z ministerstw, urzędów,

związków i t. d. Na ważniejsze sesje Ligi Narodów „Iskra” wysyła jednego z członków redakcji, który przesyła telefonem, lub depeszą sprawozdanie z przebiegu konferencji.

W Warszawie odbierają serwis „Iskry” gońcy redakcyjni, na prowincję serwis ekspedjowany jest za pomocą listów dworcowych. Pilne wiadomości przekazywane są w drodze telefonicznej, lub teletyporami.

Biuletyn „Iskry” abonują, prócz dzienników, także pisma periodyczne, banki, związki gospodarcze, większe przedsiębiorstwa. Serwis „Iskry” rozsyłany jest raz dziennie w godzinach popołudniowych.

„Iskra” posiada również dział reklamy i propagandy.



**MATERJAŁ AGENCYJNY
W REDAKCJI**

1.

2.

3.

Dziennik korzysta tylko z części materiału agencyjnego, którego zawsze jest nadmiar. Niema pisma o takich rozmiarach, któreby mogło wchłonąć ów materiał w całości. Pierwszem więc zadaniem redakcji, po otrzymaniu serwisów agencji, jest wybór części wiadomości, przeznaczonej do druku. Wybiera się, rzecz prosta, informacje najważniejsze i te, które nazajutrz straciłyby swoją aktualność.

W biuletynach, nadsyłanych redakcji przez różne agencje, powtarzają się nieraz te same wiadomości, to też w redakcji uważnie sprawdza się treść wszystkich biuletynów, by z pośród tych samych informacji wybrać tekst najlepiej podany.

Wybór materiału ze stosów kartek, nadchodzących z agencji, jest funkcją wysoce odpowiedzialną, wymaga bystrej orientacji, zmysłu aktu-

alności, pilnego śledzenia biegu najważniejszych wydarzeń.

Wyboru dokonują kierownicy działów, a rozdanie im materiału jest ułatwione w ten sposób, że niektóre agencje podają wiadomości z działów poszczególnych na kartkach o ustalonym kolorze (na przykład: P.A.T. daje dział ogólny na kartkach białych, gospodarczy na żółtych, sportowy na zielonych, kulturalno-artystyczny na pomarańczowych).

Wiadomości, pochodzące z agencji, muszą być w redakcji opracowane. Nie ulegają zmianie redakcyjnej teksty urzędowe, oświadczenia oficjalne, wywiady, uchwały i t. p., choć i te w wielu wypadkach — podaje się w streszczeniu. Teksty natomiast innych wiadomości wymagają czasem poprawek stylistycznych, lub nawet rzeczowych, pośpiech bowiem, w jakim odbywa się praca w agencji, może niekiedy powodować omyłki.

Nadto biuletyny agencyjne muszą być traktowane rozważnie, albowiem zawierają często kroć informacje lub artykuły tendencyjne, nieodpowiadające kierunkowi danego pisma.

Agencje telegraficzne przeważnie nie zaopatrują informacji w tytuły, które sporządza się w redakcji. Biuletyny innych agencji zawierają

tytuły wiadomości, wszakże tytuły te najczęściej zmienia się w sposób, zależny od charakteru i poziomu pisma (inne tytuły w piśmie popularnem, sensacyjnem, a inne w piśmie poważnem).

Informacja agencji musi być nieraz uzupełniona przez redakcję. Jeśli, na przykład, agencja nadesłała wiadomość o śmierci wybitnej osobistości, nie dała natomiast jej życiorysu. Albo: kiedy w depeszy jest mowa o miejscowości mało znanej, trzeba tę wiadomość uzupełnić wyjaśnieniem, gdzie się owa miejscowość znajduje. Albo jeszcze: wiadomość agencyjna dotyczy sprawy, której fazy poprzednie wymagają przypomnienia.

Dla kontroli tekstów agencyjnych i dla niezbędnych uzupełnień tych tekstów, służą w redakcji atlasy, encyklopedje, archiwa biograficzne, słowniki, roczniki statystyczne, zbiory ustaw itd.

**

Wiadomości agencyjne nadchodzą do redakcji pisma wszelkimi środkami techniki informacyjnej, a więc nie tylko w postaci biuletynów napisanych, lecz również przez telefon, telegraf, radjo i teleskryptor.

Odbiór wiadomości przez telefon ma tę stro-

nę dodatnią, że w rozmowie umożliwia, czy skontrolowanie wiadomości, czy też jej niezbędne uzupełnienie. Odbiór ten wymaga wielkiego nałożenia uwagi, łatwo tu bowiem o pomyłkę przez niedosłyszenie, zwłaszcza, jeśli chodzi o nazwy i nazwiska.

Tekst telegraficzny, znacznie kosztowniejszy i przez to ujęty w skrótach, wymaga większego opracowania redakcyjnego.

Odbiór radjofoniczny jest szczególnie dogodny przy otrzymywaniu notowań kursów walut, dewiz i papierów wartościowych, oraz cen towarów, gdyż cyfry nadawane, są tu powtarzane dwukrotnie dla uniknięcia omyłki.

Wielkie pisma zagraniczne posługują się również radjotelegrafem, co zwiększa znacznie samo tempo odbioru. Do pracy tej powołani są fachowi radjotelegrafiści.

Teleskryptor staje się coraz bardziej rozpowszechnionym środkiem techniki informacyjnej dzięki znacznemu ułatwieniu pracy redakcji, odbierającej gotowy i napisany tekst jednocześnie z nadawaniem.

Fachowy dziennikarz musi być dokładnie

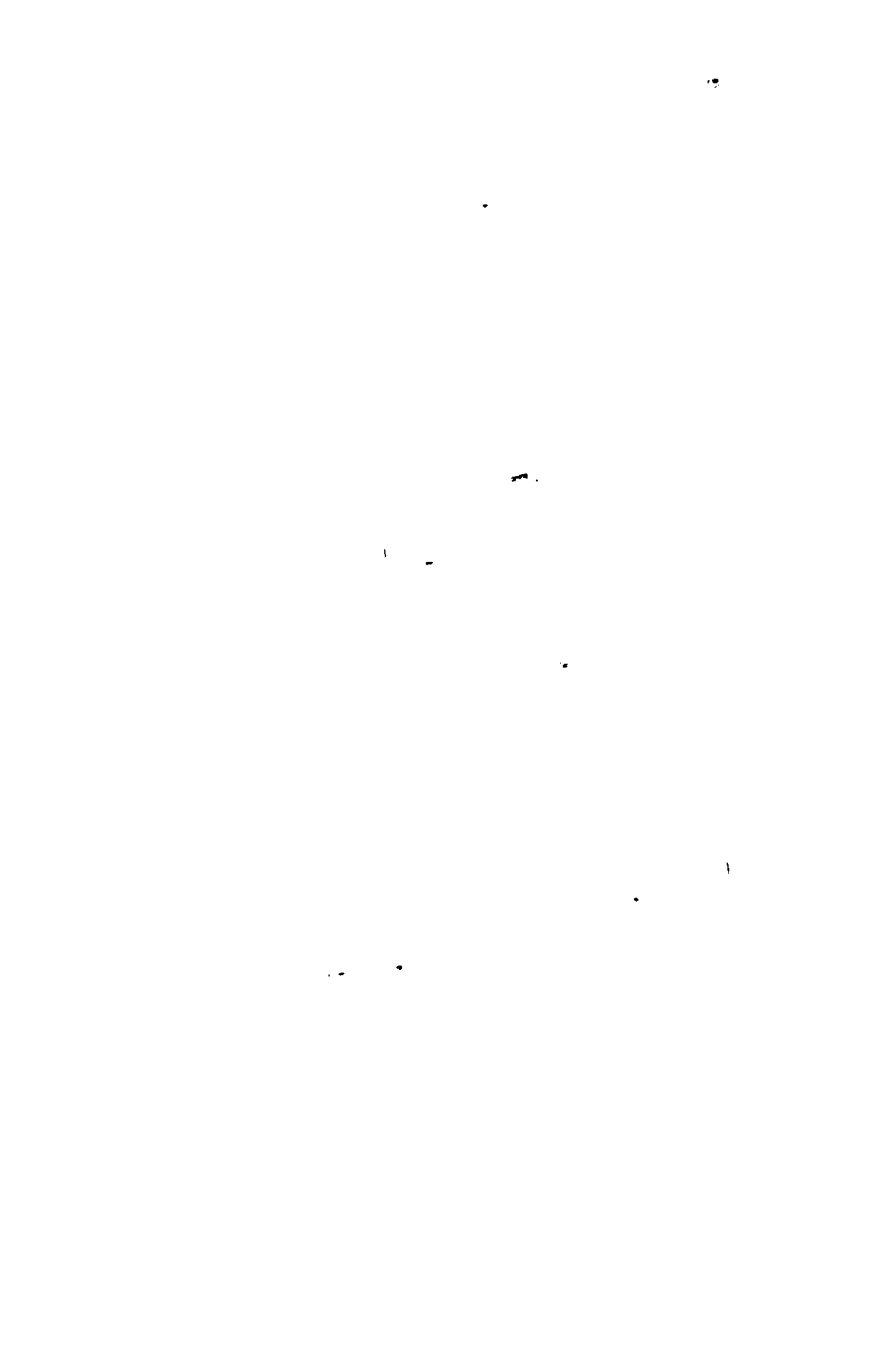
obznajmiony ze wszystkimi powyższymi środkami obsługi informacyjnej.

Praca przy odbieraniu, segregowaniu, rozdzielaniu i kwalifikowaniu materiału agencyjnego do druku, nie jest bynajmniej mechaniczna. Tylko fachowo przygotowani dziennikarze mogą pracę tę spełniać należycie i odpowiedzialnie.

BIBLIOTEKA
UMCS
LUBLIN

SPIS RZECZY.

	Str.
Przedmowa	7
Historja agencji prasowych. .	13
Obecna sieć agencji prasowych .	47
Agencje w Polsce . . .	57
Materiał agencyjny w redakcji .	95



OPN

Biblioteka Uniwersytetu
MARII CURIE SKŁODOWSKIEJ
w Lublinie

A33 799

Do użytku tylko w obrębie
Biblioteki