

Über Augsburg in die Berge. Herausgegeben vom Städtischen Verkehrs- und Werbeamt Augsburg. Augsburg wird in dem Werbefaltblatt als Durchgangsort nach den Alpen empfohlen. Karnevals-szenen, ein stilvolles Bild einer Freilicht-Theater-aufführung, ein Blick über die rauchenden Dächer der Altstadt — und zur Vorfreude alpine Photos — verleihen der Drucksache belebte Abwechslung und festlichen Reiz. Entwurf: Richard Roth. Druck: J. P. Himmer, Augsburg.

Willy Stiewe. Das Pressephoto als publizistisches Mittel. Universitätsverlag von Robert Noske, Leipzig. Das Buch gibt dem Pressephotographen, mehr aber noch dem zukünftigen Bildredakteur so viel Aufschlüsse über dies weitschichtige Gebiet, daß zu fragen nicht allzuviel übrigbleiben sollte. Äußerst interessant für jedermann sind die mitgeteilten Zuschriften aus dem Leserkreis, auch anderes Kleingedrucktes und einige Statistiken. Ein besonders lehrreiches Kapitel ist „Beschriftung des Pressephotos“. Daß ein Autor, der solch ein begeisterter Anwalt des Pressephotos ist, die Pressezeichnung dagegen etwas ungerecht beurteilt, ist erklärlich, wäre aber nicht notwendig. Wenn dem Pressezeichner der Vorwurf gemacht wird, daß er „nur einen von seinem jeweiligen Interesse bestimmten zentralen Punkt in voller Schärfe sieht und das Drumherum nur unklar aufnimmt“ — so kann man gerade dies auch als Vorzug des Pressezeichners gegenüber der Photographie auslegen. Denn das „von seinem jeweiligen Interesse bestimmte scharfe Sehen des zentralen Punktes“ ist nämlich das, worauf es beim Pressebild meistens ankommt. Und darin, daß der Zeichner jederzeit eben das Wesentliche herauszugreifen imstande ist, liegt sein Vorzug vor der Kamera, die das nebensächliche „Drumherum“ mit derselben pedantischen Treue festhält wie die Hauptsache. — Doch dies nur nebenbei, ohne der vorzüglichen Arbeit des Buches Abtrag tun zu wollen. 16 Seiten Abbildungen aus der Zeitschriftenpraxis zeigen die typischen Arten des Pressephotos in guten Reproduktionen.

Zeitschriftenkunde im Dienst der Wissenschaft und Praxis. Von Ernst Herbert Lehmann, Dr. phil., Dr. rer. pol. habil. Rudolf Lorenz Verlag, Charlottenburg. Die Broschüre enthält die Antrittsvorlesung des neuen Lehrbeauftragten für Zeitschriftenwesen an der Universität Berlin, gehalten am 7. April 1936 in der Aula der Berliner Universität. „Fest steht aber, daß die Methode der Zeitungswissenschaft sehr exakt, sehr gründlich und sachgebunden sein wird. In keiner Weise hat sie ihr Wirken irgendwie auf äußere Erfolge anzulegen, also etwa in rhetorischen oder feuilletonistischen Reizen Scheinbarkeiten vorzaubern...“ Diesen Worten Prof. Dovifats, die zitiert werden, hat Lehmann offenbar nachzustreben versucht. Die Rede prunkt allerdings weder mit feuilletonistischen noch mit rhetorischen Reizen. Sie ist schlicht, fast ausschließlich referierend, im Ausdruck allerdings nicht immer glücklich. So lautet der Schlußsatz: „Somit wollen wir Wissenschaft und Praxis dienen als eine im wahren und besten Sinne des Wortes aktuelle Wissenschaft!“ Worauf bezieht sich das letzte Wort „Wissenschaft“ eigentlich?



KOH-I-NOOR
BLEI-KOPIERTINTEN-UND FARB-KOPIERSTIFTE
seit Jahrzehnten Weltberühmt
Mit KOH-I-NOOR-Bleistiften angefertigte Zeichnungen können einwandfrei im Lichtpausverfahren vervielfältigt werden. •
L.&C. HARDTMUTH
GENERALVERTRETUNG BERLIN SW 68



Die schaffende Hand
greift niemals fehl sie nimmt zum Radieren
HANSA-JUWEL

Erhältlich in allen Schreibwaren-Fachgeschäften
Gummiwaren-Fabrik „Hansa“ Böcker & Basch G. m. b. H., Hannover



Dekorations-Schulen im In- und Ausland empfehlen ihren Schülern zur Anfertigung von Blickfang-Plakaten nach kleinen undurchsichtigen Vorlagen unser
Episkop RM 21.- u. 42.-
Prospekt D.X. kostenlos
KAMERA-WERKSTÄTTEN
GÜTHE & THORSCH DRESDEN A. Bärenstr. 9 66