

III 101 wzór 2H

100939

rychle Com 1702

PRZEGLĄD RĘKODZIELNICZY

Nr. 1 — 12. za rok 1915. Kraków, dnia 1. sierpnia 1916.

Rok IV.

4-5
(1915-1916.)

PRZEGLĄD RĘKODZIELNICZY

Nr. 1 — 12. za rok 1915. Kraków, dnia 1. sierpnia 1916.

Rok IV.

DREWNO — DRZEWO.

Jego budowa zewnętrzna i wewnętrzna, przygotowanie jako materiału do wyrobu, jego własności techniczne i fizyczne i użytek w rękodzielnach.

V.

Tarty materiał ze względu na grubość warstwy drewna dzieli się na:

I) Brusy czyli dyle, często z niemiecka nazywane „forsztami“ od „Pfoste“, mające grubość od 2 cali wyżej (od $5\frac{1}{2}$ cm.).

II) Deski (u ludu „deszki“, nawet „deszczki“) albo tarcice, płaski, tarty materiał od 2 cali (5 cm.) niżej do $\frac{1}{2}$ cala ($1\frac{1}{2}$ cm.) grubości. Deski, stosownie do użytku, noszą nazwy: podłogowe, mostnicze, stolarskie, szalówki i podsufitki. Stosownie zaś do grubości, utrzymują się jeszcze nazwy desek według miar dawnych na cale, mianowicie: dwucalówki, siedmioćwierciówki, półtorówki, pięććwierciówki, calówki, trzyćwierciówki i półcalówki.

III) Deseczki cienkie, z niemiecka nazywane „dychtami“, od $\frac{1}{2}$ cala ($1\frac{1}{2}$ cm.) niżej, więc $\frac{1}{8}$ ”, $\frac{1}{4}$ ”, i $\frac{3}{8}$ ”.

IV. Obłogi, z francuska zwane furnirami i fornerami, bardzo cienkie warstewki płaskiego materiału, szczególnie z drzew twardszych i szlachetniejszych, europejskich i zamorskich, od 2 mm grubości aż do grubości papieru do pisania. Ten materiał sporządzany był dawniej przez stolarzy ręcznie zapomocą piły kłodowej (Klobsäge). Od kilku dziesiątek lat wyrabiany jest tylko fabrycznie zapomocą cienkich trzcek ma-

szynowych, a w najnowszych czasach zapomocą stosownych nożów. Mamy więc dziś obłogi rznięte (Sägeschnitt) i nożowe (Messerschnitt). Do odkrawiania obłogów nożem, zmiękcza się pień poprzednio parzeniem. Podczas odkrawiania obłogów nic z materiału nie odpada, podczas gdy przy użyciu piły, wiele materiału traci się na trociny. Wygląd obłogów krajanych nożem jest gładzijszy i o barwie ciemniejszej od naturalnej barwy drzewa danego gatunku, a to wskutek parzenia. Oprócz zwykłych obłogów o naturalnym wyglądzie dla stolarzy, otrzymać można obłogi o rozmaitej barwie, barwione sztucznie w fabrykach obłogów. Tych używa się tylko do wyrobów galanteryjnych.

Do porządných wyrobów stolarskich wymagany jest tylko doborowy materiał tarty.

Doborowy materiał tarty, (więc brusy i deski), powinien odpowiadać następującym warunkom:

1) aby był w całej długości i szerokości zupełnie zdrowy i bez chorobliwych zabarwień.

2) aby słoje drewna miały mniej więcej kierunek prostopadły do szerokiej powierzchni materiału.

3) aby brusy lub deski nie były popękane, nie miały rysów mroźnych i żadnych odszczypień.

4) aby materiał nie miał sęków, a przynajmniej sęków wielkich, gęsto rozsianych, a szczególnie wypadających.

5) aby w materiale nie było dziur z sę-

ków, dziur wybutwiałych lub dziur i nerek zrobionych przez owady (robaczywość).

6) aby materiał nie miał niepożądanego bielu, szczególnie u drzewa twardego n. p. dębiny, a tembardziej bielu podwójnego.

7) aby w materiale nie było rdzenia.

8) aby materiał w całej długości i szerokości był prosty i równy (nieskręcony i niewypaczony).

9) aby słoje drewna miały bieg prosty i możliwie jednostajnej gęstości.

10) aby materiał pochodził z drzew ściętych w zimowej porze (mniej więcej od listopada do marca) i z pni od 40 do 100 lat wieku.

Deski rznięte ręcznie nie zawsze posiadają dokładną grubość w całej długości i zwykle posiadają brzegi skośne (oflisy) co nie jest pożądanem. Dlatego lepszy jest materiał z tartaków i o brzegach prostych (obciętych).

Ze względu na powyższe warunki co do dobroci materiału, dzieli się materiał, szczególnie w tartakach i odnośnie do materiału z drzew szpilkowych, na trzy sorty czyli klasy.

Do pierwszej klasy należy zupełnie zdrowy i czysty materiał, odpowiadający wyżej wymienionym warunkom. Ten rodzaj materiału wprawdzie kosztuje najdrożej, opłaca się jednak najlepiej, gdyż nie daje bezwartościowych odpadków, nie utrudnia pracy przy obróbce, szczególnie ręcznej, przez co także zyskuje się na czasie i na zużywaniu narzędzi, a wyrób otrzymuje czysty i piękny wygląd. Wiemy jednak, jak go wszędzie w naszym kraju trudno otrzymać w większej ilości, a to z powodu, że ten gatunek materiału z góry już jest zakupywany w naszych większych tartakach przez kupców zakrajowych w wielkich ilościach i z kraju wywożony, a na potrzeby naszych rzemieślników zostaje tak mała ilość, że prawie jej na krajowych składach materiałów tartych nie widać. Rzemieślnik nasz więc przygodnie tylko może dostać doborowy materiał tej klasy.

Do drugiej klasy należy materiał jeszcze względnie czysty, t. j., ma niewielkie i rzadko rozrzucone sęki, słoje nie zupełnie równe, ku środkowi coraz szersze, o kierunku nachylonym do szerokiej płaszczyzny materiału. Jest jednak zdrowy i tylko miejscami ma pewne skazy i zabarwienia lekko chorobliwe, które można przy obróbce ominąć. Ten materiał nazywamy u nas „stolarskim“, używają go bowiem najczęściej stolarze z konieczności, gdyż lepszego w składach nie mogą nabyć. Nieuczciwi handlarze sprzedają go u nas nawet jako materiał pierwszej klasy po cenach ustanowionych dla tej klasy materiału. To pociąga u nas podrożenie wyrobu w stosunku do takich samych wyrobów zakrajowych, wyrobionych z materiału I. klasy.

Do trzeciej klasy należy materiał tarty najpośledniejszego gatunku, t. j., że może być jeszcze zdrowy, ale sękaty, o słojach nierównych i t. d. Materiał ten nie nadaje się do robót stolarskich, chociaż często stolarze z braku innego i nim posługiwać się są zniewoleni. Nadaje się on jednak bardzo dobrze na grubsze roboty ciesielskie, n. p. na ściany budynków gospodarskich, na zaścielenie powały, na podłogi, parkany, podsufitki, pomosty, odyłowania, do robót ziemnych i wodnych, na rusztowania i t. d.

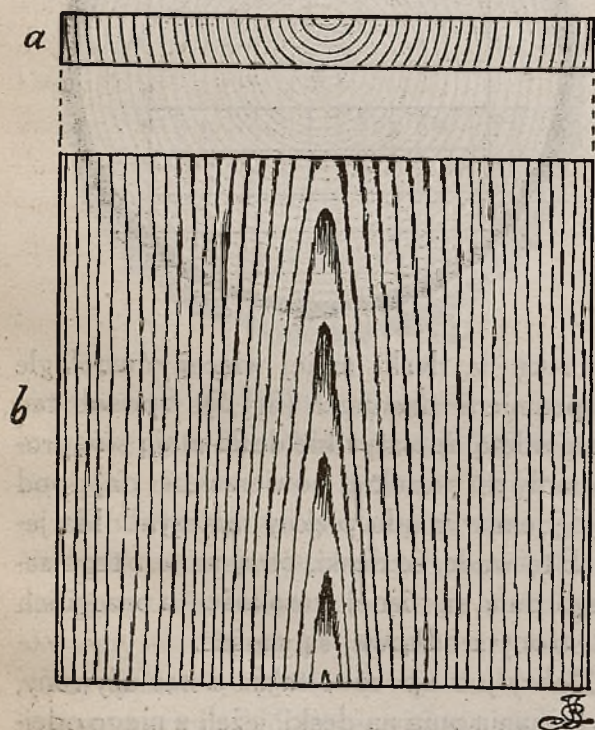
Oprócz materiałów tartych, wyżej klasyfikowanych, zobaczyć można na składach naszych materiały przebrakowane w tartakach (wysortowane, t. zw. wybiórki, Ausschusy), więc brusy i deski bardzo sękaty, krzywe, popękane, nierównej grubości, o słojach krętych, o brzegach bardzo skośnych (oflisowatych i krzywych), z szerokim białem, z rdzeniem, miejscami dziurawe, zbutwiałe lub spróchniałe i t. d. Przy użyciu takiego materiału do robót stolarskich, idzie bardzo wiele na odpadki i traci się bardzo wiele czasu na obróbkę i na zużycie narzędzi. Nie nadaje się więc na porządne wyroby stolarskie a nawet ciesiel-

skie. A jednak ci rzemieślnicy, szczególnie po małych miasteczkach, skazani są na nabywanie tego materiału, który spekulanci sprzedają za materiał III. klasy.

Z powyższego zestawienia widzimy jak ważną rolę odgrywa w dobrze prowadzonym rzemiośle doborowy materiał, szczególnie tarty. Wpływa on nie tylko na szybkie i dokładne wykonanie wyrobu, nie tylko na piękny jego wygląd, ale także na ceny, co tak dla pojedynczego rzemieślnika, dla gospodarki leśnej, jak i stanu ekonomicznego kraju nie może i nie powinno być obojętnem.

Wielką zaletą desek, jako materiału stolarskiego, jest kierunek prostopadły słoï do obu szerokich powierzchni deski (fig. 1). Deski takie dobrze dają się wygładzać,

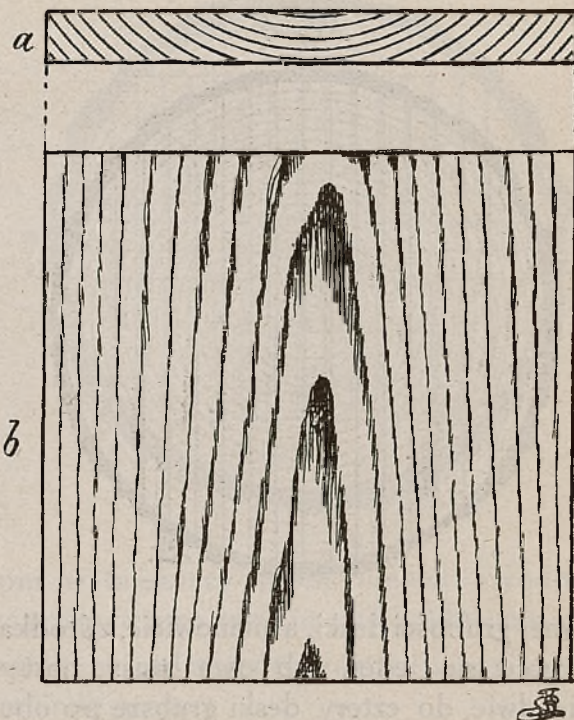
Fig. 1



przyjmują piękną politurę, nie kręcą się, nie paczają, nie pękają i najlepiej trzymają się w miejscach sklejonych. Mniej także podlegają zsuchaniu się lub pęcznieniu, niżeli deski o słojach szerokich, skośnie ułożonych do szerokich swoich powierzchni

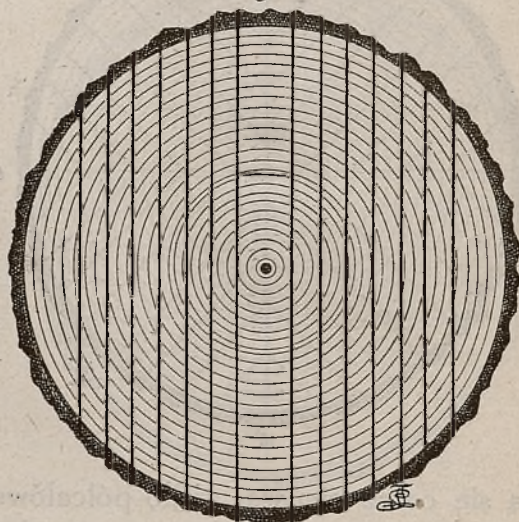
(fig. 2). Układ słoï w desce zależy jest od sposobu przecięcia deski. U nas przyjęty jest prawie ogólnie sposób najprostszy, ale też

Fig. 2.



najgorszy przecinania pnia. Mianowicie, po oderżnięciu dwu okrajków (opółków) z przeciwnych stron, wyrzyna się w dalszym

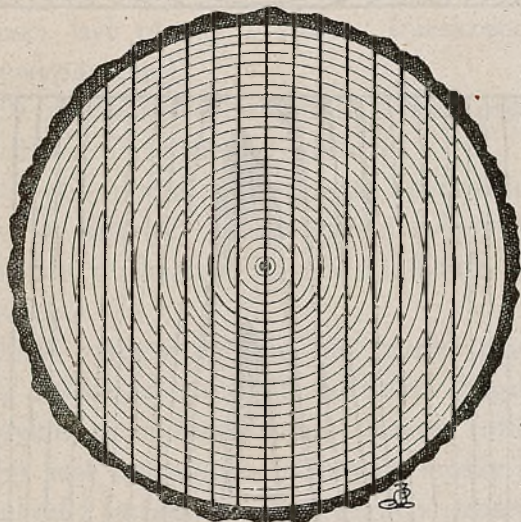
Fig. 3.



ciągu wszystkie deski równoległe do siebie przez całą szerokość pnia (fig. 3). Przy tym sposobie przecinania pnia, tylko kilka de-

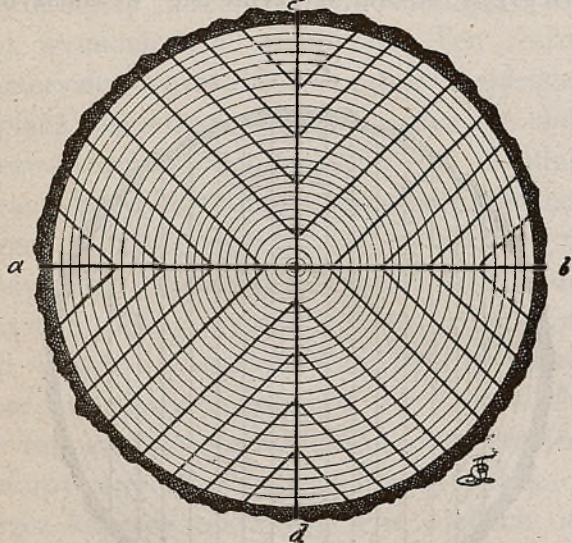
sek środkowych może mieć słoje mniej więcej prostopadłe, reszta zaś, oddalając się od środka, przybiera słoje coraz więcej ukośne (fig. 2 a, i fig. 3). Aby nieco zmniejszyć ukośność słoj, dzieli się pień na nie-

Fig. 4.



równej grubości deski, a mianowicie, z środka wyjmuje się jeden lub dwa brusy, następnie dwie do cztery deski grubsze po obu stronach środka, a reszta ku brzegom wy-

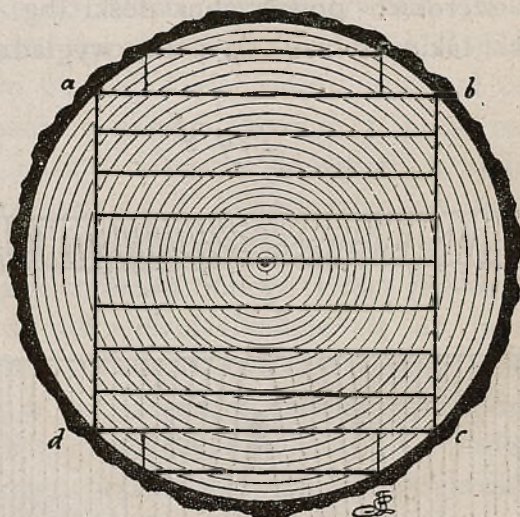
Fig. 5



rzyna się coraz cieńsze, aż do półcalówek. Sposób ten jest o tyle lepszy, że deski coraz cieńsze mają mały okrajek (opółek), są dosyć szerokie a ukośność słoj do szerokiej powierzchni nie jest rażąca. Jest także

zwyczaj u nas wyjmować z środka pnia brus albo deskę wraz z rdzeniem w jej środku (fig. 3). Ponieważ drewno, zawierające rdzeń, zawsze przy wysychaniu pęka i paczy się, więc i deska lub brus z rdzeniem podpada tej niepożądaney wadzie. Dlatego należy cięcie czyli rżaz przeprowadzać przez rdzeń, aby on się nie znalazł w środku tartego materiału (fig. 4). Dzielenie pnia na deski zagranicą odbywa się w racjonalniejszy sposób, aby otrzymać materiał dobry i piękny do wyrobu. I tak, wedle francuskiego sposobu (Moreau) przecina się pień najpierw na 4 części (w kierunku dwu średnic prostopadłych) a następnie każdą

Fig. 6.



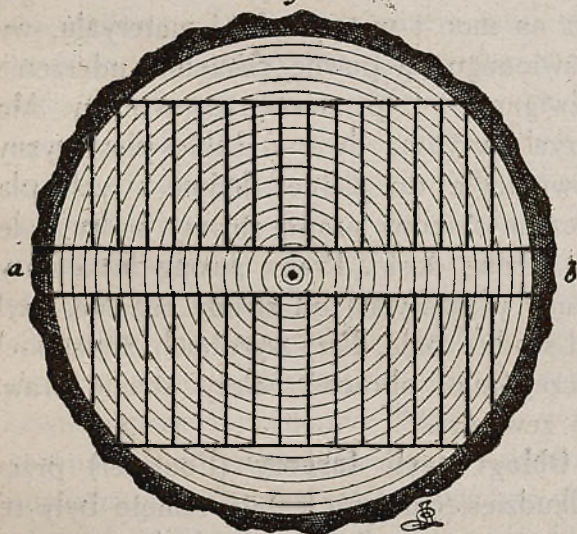
ćwiartkę na deski mniej więcej równoległe do promieni rdzennych (fig. 5). Sposób ten ma tę zaletę, że wszystkie deski mają słoj prostopadły do szerokiej powierzchni i dają pod względem wyglądu piękny materiał. Ma jednak tę wadę, że deski, otrzymane z tego samego pnia, są różnej szerokości, a brzegi ich od strony środkowej są skośne.

Dobry jest sposób, także u nas używany, przecinania pnia na deski, jeżeli z niego odejmiemy się najpierw z czterech stron opółki, a otrzymany kwadratowy pień przerzyna się na deski równoległe. Deski tak wycięte mają jednakową szerokość i krawędzie równe (fig. 6). Odcięte opółki idą jako osobny materiał.

Dogodniejszy jednak jest sposób, jeżeli z pnia zdejmujemy opółki tylko z dwu przeciwległych stron, a ze środka wyjemy jedną lub dwie deski (fig. 7 i fig. 8), następnie pozostałe części pnia porzniemy na deski w kierunku prostopadłym do desek środkowych. Deski środkowe będą tak szerokie jak wystarcza pień, zaś prostopadłe do nich będą wąskie. Wszystkie jednak będą miały krawędzie równe i słoje mniej więcej prostopadłe. Ten sposób jest mniej skomplikowany, a daje materiał, szczególnie stolarski, bardzo piękny i dobry do roboty.

Bardzo dobry sposób, ale już więcej

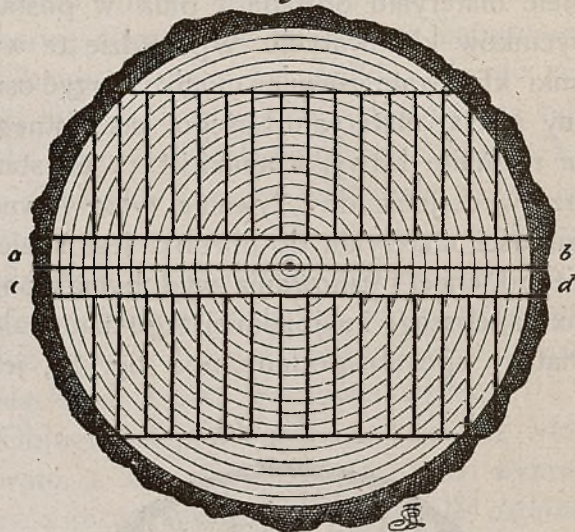
Fig. 7.



skomplikowany, jest tak zwany „sposób holenderski“. Dzielenie na deski polega na ciąglem przerzynaniu pnia i jego części prostopadłe do już otrzymanej płaszczyzny. Najlepiej wskazuje ten sposób fig. 9. Deski otrzymuje się wprawdzie różnej szerokości, ale wszystkie mają słoje prostopadłe do szerokiej płaszczyzny danej deski, krawędzie równe, a wygląd drewna piękny, dobry do obróbki i przyjmujący piękną politurę. Dębowe pnie, w ten sposób poprzerzynane, dają tak piękny wygląd słojom, że we Francji, dokąd ten materiał z Holandii sprowadzono, myślano, że mają do czynienia z odrębnym jakimś szczególnym gatunkiem

dębu. Tymczasem dęby te były właśnie francuskie. Holendrzy utrzymywali przez długi czas powyższy sposób przerzynania

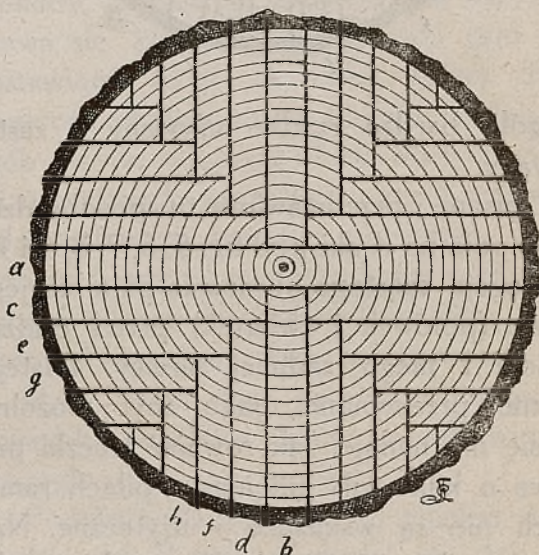
Fig. 8.



pni w tajemnicy przed innymi narodami, ciągnąc z tego wielkie zyski. Obecnie sposób ten jest wszędzie znany, u nas jednak zaniebawiany.

Jest jeszcze inny sposób przerzynania pnia na deski, aby otrzymały słoje zupeł-

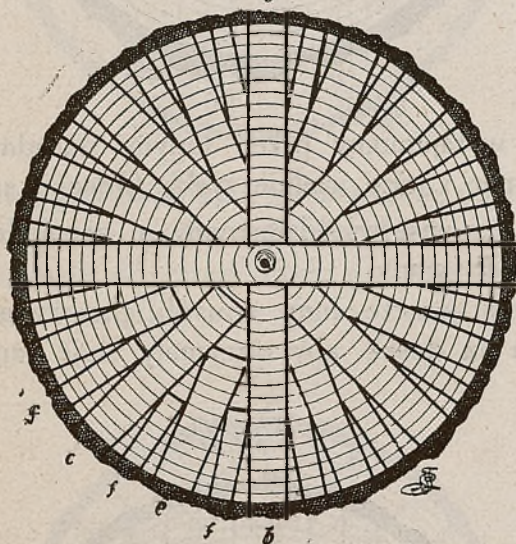
Fig. 9.



nie prostopadłe i piękny wygląd. Jest to sposób t. zw. „promienisty“, gdyż deski wycinają się z pnia w kierunku promieni

rdzennych (fig. 10). Deski w ten sposób otrzymane są na wyroby stolarskie i galanteryjne najlepsze i najpiękniejsze. Niedogodność jest jednak ta, że sposób dzielenia pnia jest bardzo skomplikowany i że wiele materiału odpada z pnia w postaci wycinków klinowatych. Wprawdzie te wycinki klinowate również mogły tworzyć osobny rodzaj materiału tartego, przydatnego na rozmaite listwy, krajniki i t. p. ale stare przyzwyczajenie do używania tylko równej grubości materiału do obróbki jest silniejsze od chęci i usiłowania wydobycia z pnia jak najlepszego i najpiękniejszego materiału. Dlatego sposób podany pod fig. 10, jest

Fig. 10.



wogóle bardzo rzadko używany i zastosowany.

Opisane i przedstawione tu sposoby dzielenia pnia na deski pod fig. 5, 6, 7, 8, 9 i 10, wymagają częstego obracania pnia lub jego części (połówek i ćwiartek) przed oddzieleniem z niego żądanej tarcicy. Dlatego ręczne przerzynanie, jako zbyt mozolne, tu się nie nadaje, jak również traczki pionowe o kilku lub kilkunastu piłach ramowych nie są wskazane i użyteczne. Najlepiej nadaje się w takich razach traczka pozioma lub tarczówka (cyrkularka). Małe pnie (krótkie, o średnicy około 50 cm) mogą być dzielone w pracowniach rze-

mieślniczych zapomocą rozkłuwania (rozszczepiania) toporem, siekierą lub nożem, albo przerzynane wielką ręczną piłą oprawną (kłodową — Klobsäge) na deski i listwy o każdej żądanej grubości i w dowolnych kierunkach, stosownie do potrzeby.

Materiał tarty na budulec, do robót ziemnych, wodnych i t. d. zawsze otrzymujemy przez dzielenie pnia w najprostszy sposób (fig. 3. i 4), gdyż w tych wypadkach wygląd zewnętrzny materiału, piękny układ słoï lub warunki ścisłego spójnienia nie odgrywają żadnej roli, a chodzi głównie o otrzymanie z pnia najszerzych desek lub brusów. Ale i tu zważa się na równość biegu słoï i na możliwą bezszelność, bo te warunki są konieczne ze względu na moc i wytrzymałość materiału, wystawionego na pewne ciśnienia, uderzenia, dźwigania i t. p. zewnętrzne wpływy. Materiał tarty ma dwie szerokie płaszczyzny, równoległe do siebie. Jedna z tych płaszczyzn stanowi prawą stronę, a druga lewą stronę deski. Prawą stronę deski nazywamy płaszczyzną od strony rdzenia, czyli od środka pnia. Przy wyrobach stolarskich szczególnie, obracać należy stronę prawą na zewnątrz.

Obłogi czyli fornery (Fournier) przed kilkudziesięciu jeszcze laty rznięte były ręcznie w pracowniach stolarskich zapomocą kłódówki (Klabsäge). Ręczne obłogi były grube około 3 do 4 mm. i najczęściej dopiero po naklejeniu na daną powierzchnię ścięnczane do żądanej minimalnej grubości. Dzisiaj otrzymuje się gotowe obłogi z rozmaitych drzew europejskich i zamorskich, rznięte lub krajane maszynowo. Dzisiejsze obłogi do robót stolarskich zwykle mają 1 mm. grubości. Już wyżej było wspomniane, że z powodu sposobu oddzielania od pnia cienkich warstewek materiału mamy obłogi rznięte (piłkowe) i krajane (nożowe). Wedle biegu słoï drewna rozróżniamy także obłogi gładkie (schlichte) i kręte czyli mazerowe (gemaserte). Obłogi krajane mogą

dochodzić do papierowej grubości, podczas gdy rznięte mogą zejść najniżej do 1 mm. Rznięte obłogi zatrzymują naturalną barwę drewna, z którego pochodzą i używane są do robót lepszych. Są one także droższe od krajanych. Otrzymuje się je w stosownie urządzonych tartakach o traczce poziomej, albo od tarczówki bardzo cienkiej i o znacznej średnicy. Pień, z którego mają być oddzielone obłogi, musi być zupełnie zdrowy, czysty, bez sęków, pęknięć i t. p. wad. Pień taki, oberznięty poprzednio w kwadrat, po odjęciu od niego opółków, podsuwany jest czołem (sztorcem) do działającej piły, na stosownym wózku z przyrządem do podnoszenia pnia do żądanej wysokości po każdorazowym oddzieleniu górnej warstwy. Za każdym razem musi pień powracać na początkowe stanowisko i znowu być, po stosownym podniesieniu, podsuwanym pod piłę. Ten proceder odnosi się do pił działających poziomo. Piły działające pionowo np. tarczówki, odcinają pojedyncze warstwy obłogów z boku pnia, również na wózku podsuwanego. Obłogi oderznięte z jednego pnia, układa się razem na sobie i przesusza się najpierw w stosownej suszarni, następnie składa się w magazynach o nie zbyt suchem ani wilgotnem powietrzu. Najlepszem przechowaniem obłogów, aby nie potrzaskały albo nie zbudziały, jest sucha piwnica.

Pień, z którego mają być oddzielone obłogi nożem, obrzyna się taksamo w kwadrat jak do piły, jednak przed odkrawianiem z niego obłogów musi być w stosownie przygotowanym dole lub zamkniętej izbie gorącą parą rozparzony. Tak zmięczony pień podsuwa się dopiero pod poziomo działający nóż, ustawiony nieco ukośnie do płaszczyzny pnia i poddaje się krajaniu. Nóż musi być cienki i z bardzo dobrej stali. Gruby nóż łamie, zamiast gładko odkrawywać. Każdą odkrojoną obłogę układa się na drugiej za porządkiem jak z pnia powstały, tak samo, jak przy sposobie pił-

kowym, a składa się najpierw w suszarni, a następnie w magazynie. Ponieważ pień na obłogi krajany, był poprzednio gorącą parą nawskróś przesycony, która to para ścięła w nim soki względnie zawarte białko, przeto obłogi krajane nożem zawsze mają barwę ciemniejszą od drewna naturalnego. Obłogi nożowe są gładkie. Co do ceny są tańsze od rzniętych. Używane są tylko do wyrobów pośledniejszych i tańszych.

Obłogi o krętych włóknach, t. zw. mazerowe, wycinane są z drzew o krętym wzroście i powikłanej tkance słoii. Szczególnie nadają się na nie niższe części pnia, lub pnie o licznych wypukłościach, naroślach, drobnych bocznych pędach i t. d. Obłogi o słojach rozchodzących się widłowo, t. zw. piramidowe, są wykrojone z górnych odgałęzień pnia. W ostatnich czasach weszły w modę obłogi obrazkowe pod rozmaitemi nazwami n. p. ptasie oczy, bukiety, płomyki, kwiaty, obłogi faliste, plamiste, centkowane, pręgowane i t. d. Obłogi te otrzymuje się z rozmaitych gatunków drzew amerykańskich, szczególnie jaworów, odkrawywanych w odmienny sposób jak obłogi gładkie. Pień obrobiony okrągło, umocowany poziomo na rodzaju tokarni, obraca się naokoło swej osi i przysuwa się swoją stroną długości pod stale ustawiony długi nóż, który zbiera ciekłą warstwę drzewa ciągle wokoło. W ten sposób można otrzymać obłogi nie tylko o bardzo pięknych wyżej wyliczonych mazerach, ale i o bardzo znacznej szerokości, co niektórzy biorą za miarę grubości pnia. Pnie, przed takim obrotowym krajaniem, muszą być także gorącą parą zmięczone.

Mamy więc dwa gatunki obłogów nożowych, odcinane prosto i odkrawywane okrągło.

Podobne do obłogów są cienkie deseczki, od 3 mm. grubości do 1½ cm., zwane z niemiecka *dych tami*. Najczęściej wyrabiane są w tartakach z twardych rodzajów drewna jak jaworu, gruszy, bu-

czy, orzecha, jesionu i t. p. Do niektórych celów wyrabiane są deseczki także z drzew miękkich jak lipa, olsza, lub szpilkowych jak jodła, świerk i t. p. Deseczki z drzew twardych używane są do robót galanteryjnych, ozdobnych, do robót piłęczkowych, wykładanych (intarsyje), okładanych, nacinanych, (karbowanych), rzeźbionych, napalanych, malowanych, nakrapianych na drewniane mozaiki i t. p. Dalej używane są na pudła drewniane graniaste i okrągłe, kasetki, skrzynki na towary, na siedzenia i oparcia do krzeseł, ławeczek, kanapek i foteli niewyścielanych, na plecy do obrazów i zwierciadeł, na deseczki do zwijania postaw sukna, na ściany do sit, rzeszot i t. d. i t. d. Ponieważ takie deseczki często, wskutek dłuższego leżenia w składach, paczą się i wichrowacieją, zaczęto w ostatnich dziesiątkach lat wyrabiać deseczki składane i sklepane na krzyż z szerokich gładkich obłogów w ten sposób, że na wierzchy użyto obłogi z drewna szlachetniejszego i twardego, a między nie umieszczono obłogę z drewna miękkiego, poprzecznie słojami ułożoną jako łącznikową. Są w ten sposób sporządzane deseczki potrójne, poczwórne, pięciokrotne i t. d. Obecnie wchodzi w życie nawet grubsze deski w ten sam sposób fabrycznie przyrządzone, więc na boki do szaf, na blaty do stołów i t. p. tak zwane grube dycty.

Wspomnieć tu należy, że obłogi, jak i cienkie deseczki mają tak samo swoją prawą i lewą stronę jak zwykłe deski. Prawą stronę obłogów poznać łatwo po małych wypukłościach w układzie słoi, podczas gdy po lewej stronie uwydatniają się małe dołeczki. Lewą stronę obłogi nazywa się także stroną klejową.

Do tartego materiału należą jeszcze łąty. Listwy kwadratowe lub prostokątne, szczególnie z drzew szpilkowych, używane na dachy pod gonty, blachę, dachówkę i t. p. dalej na sztachety, poręcze, altany, ścianki

ogrodowe i t. d. nazywamy łątami. Pień, przeznaczony na łąty, po oderżnięciu opółek z czterech stron, przerzyna się najpierw z jednej strony na deski o żądanej grubości łąt tak, aby rzazy nie dochodziły do końca pnia (15 do 20 cm.); następnie odwraca się pień tak porznięty na bok i znowu przerzyna wzdłuż prostopadle do poprzednich rzazów i na szerokość łąt. Na łąty wybiera się drewno równe i bez sęków. Do tego rodzaju materiału zaliczyć należy jeszcze listwy trójkątne i płaskie listewki i deseczki do stor.

Materiały łupane. Oprócz wyżej omówionych materiałów ciosanych lub tartych, przygotowuje się do rozmaitych celów jeszcze t. zw. materiał łupany, kłóty albo szczepany. Krótkie pnie rozdziela się na części od strony czoła czyli sztorcu siekierą lub stosownymi nożami ręcznymi lub maszynowymi. Rozdzielanie takie odbywa się najłatwiej w kierunku promieni rdzennych. Dłuższe pnie rozkłada się leżąc w kierunku długości siekierami i z pomocą klinów drewnianych. Na materiały łupane wybiera się pnie zdrowe, równe, ile możliwości grube i bez sęków; przerzyna się je w poprzek według żądanej miary i przystępuje do łupania czyli rozszczepienia. Wprawdzie materiał potrzebny mógłby być także rozdzielony piłą, jednak ponieważ własności materiału łupnego różnią się od rzniętego, a mianowicie, materiał łupany jest mocniejszy, zwężlejszy i sprężystszy od rzniętego, dalej nie podlega kręceniu się i skrzywieniu tak, jak rznięty, przeto do wielu celów jest tylko łupany używany. Przyrządzanie takiego materiału jest prostsze, szybsze a więc i tańsze od rzniętego.

Materiał łupany obejmuje:

1) materiał budowlany jak gonty, dranice, łąty łupane, palisady forteczne, i t. d.

2) materiał rękodzielniczy: kołodziejski, stelmaski, bednarski, częściowo stolarski, tokarski, instrumentarski etc.

3) materiał fabryczny na zapalki, pręty do stori zaluzyj, kołki szewskie, kopyta i prawidła szewskie, trzonki do narzędzi, zabawki dziecinne, osady (łożyska) do broni palnej, drzewca do pik, żerdzie na meble gięte i t. d.

4) materiał gospodarski, więc na kołki do płotów, faszyn, częstokoły, styliska, do łopat, siekier, toporów i t. p. narzędzi, paliki do drzewek i roślin pnących, kleszczyzny do chomąt, łęki do siodeł, dyszle do wózków i pługów, części wozu, drabiny i litery do wozów, kopyście i łopatki do powideł, do prania, tłuczki do ziemniaków i kapusty, pralniki (kijanki) i t. d. Dalej materiał do wyrobu ścian do przetaków, króbek, łyżek, warzech, łopat drewnianych, szufl, niecek, koryt, żłobów, czerpaków i t. d.

5) materiał opałowy, więc polana czyli łupki (szczapy), łuczywa i podpałki czyli smolaki.

Przyjrzyjmy się pojedynczym działom łupowego materiału.

Materiał budowlany. Gonty wyrabiane są ręcznie i fabrycznie z pomocą maszyn. Wybiera się drewno iglaste, rzadziej dębowe lub osikowe. Pnie okrągłe przerzyna się poprzecznie na długość gontów, więc od 18" do 24" (45 do 60 cm), następnie dzieli się je stosownym nożem lub toporkiem na 8 części w kierunku promieni rdzennych, a potem w poprzek na szerokość gontów od 3" do 5" (8 do 13 cm). Tak otrzymane wycinki klinowate dzieli się dalej na klinowate deseczki czyli gonty, wygładza się ośnikiem, a na grzbietach wycina się podłużne rowki czyli wręby stosownym strugiem t. zw. wrębownikiem. Najlepsze gonty są z drewna o równych słojach, bez sęków, pęknięć i z dolnej części pnia. W podobny sposób jak gonty wyrabia się deski do krycia dachów w niektórych okolicach leśnych, szczególnie u nas w górach, na Polesiu i na Litwie. Deski takie zwane dranicami, są zwykle

długie na 3' (około 1 m), 4" do 5" (10 do 13) cm. szerokie i $1\frac{1}{2}$ " (około $1\frac{1}{2}$ cm.) grube. Sposób krycia dachów dranicami wychodzi u ludu naszego coraz więcej z użycia, z powodu braku stosownego materiału i niepraktyczności w zastosowaniu. Wobec postępów dzisiejszej techniki budowlanej, wobec tańszych i ogniotrwałych materiałów do krycia dachów, dranice, a nawet gonty, będą niebawem tylko historycznym wspomnieniem. W czasach początkowych naszego budownictwa drewnianego odgrywała dranica ważną rolę i od niej zapewne powstała nazwa „deszczka” i „deszczułka”, na oznaczenie płaskiego materiału do zabezpieczenia budynku od deszczu, a która to nazwa przeszła na oznaczenie materiałów tartych, i z biegiem czasu przekształciła się na dzisiejszą „deska”.

Materiał łupany rękodzielniczy. Kołodzieje i stelmachy używają materiału łupanego na osie drewniane, różne części wozu, na dzwona i szprychy do kół i t. d. Na te materiały przydatne jest tylko drewno twarde i często już w lesie w świeżym stanie przygotowywane.

Bednarze używają pni dębowych lub szpilkowych na klepki i dna do rozmaitych naczyń drewnianych. Klepki te sporządzają zwykle sami. Wiele gatunków klepek, sporządzanych u nas w Polsce, na Polesiu i na Litwie, ręcznie lub maszynowo w wielkich gospodarstwach leśnych jest artykułem wywozowym za granicę. Klepki te, zwane towarem, szczególnie dębowe, sporządzane według pewnej przepisanej miary, a idące na targi nadbałtyckie (Gdańsk, Królewiec, Ryga) noszą rozmaite nazwy, n. p. pipówki, brantówki, okseftówki, beczkówki i denkówki. Na zwykłe beczki na towary sypkie i suche, jak zboże, owoce, sól, gips, nasiona, ziarna, barwniki suche grudkowe lub proszkowe i t. p., tudzież na naczynia drewniane kuchenne, jak szafliki, balie, wanny, konewki, i t. p., używa się na klepki drewna z drzew szpilkowych.

Najlepsze są do tego celu świerki i jodły. Mniej dobra jest sośnina. Drewno na klepki musi być zdrowe, czyste, o równych słojach i bez sęków. Na dna zwykle bierze się materiał twardszy, szczególnie do naczyń na płyny. Najlepszą na ten cel jest dębina. Oprócz klepek i denek używają bednarze także drewnianych obręczy. Obręcze te wyrabiane są z długich i równych gałęzi jesionowych, leszczynowych, dębowych, grabowych, brzozowych lub jarzębinowych. Zwykle obręcze powstają przez przepołowienie gałęzi wzdłuż, wygładzenie przekrojonej powierzchni ośnikiem i zwinięcie w koło. Płaskie, szerokie obręcze wykrawywane są z grubych, równych gałęzi lub cienkich młodych pni, przeciętych wzdłuż na kilka części równoległych i płaskich, i wygładzonych potem ośnikiem. Obręcze, wyrabiane z gałęzi ciętych w zimie, są trwalsze od ciętych w innej porze roku.

Ponieważ drewno łupane jest trwalsze i mocniejsze od rzniętego, jakto już wyżej było wspomnianem, przeto w wielu wypadkach używają go stolarze i cieśle chętniej aniżeli rzniętego piłą. Tokarze zaś głównie używają do swoich wyrobów drewna łupanego, gdyż łatwiej im materiał siekierą sobie przysposobić i przysposobiony na tokarni obrabiać. Instrumentarze również wolą używać na skrzypce, basy i t. p. instrumenta muzyczne, materiału łupanego czyli kłótego, aniżeli rzniętego. Szczególnie poszukują takiego materiału na t. zw. „rezonanse” z drewna jodłowego. Używają jednak na wierzchy i dna drewna klonowego, jaworowego, wiązowego, brzostowego i modrzewiowego. Na materiał do instrumentów muzycznych musi być wybierany tylko twardej jakości z drzewa starszego, zdrowego, o słojach drobnych, gęstych, równych i bez sęków, rysów, skaz, i t. p. wad.

Materiał łupany gospodarski. Do użytku w gospodarstwie domowym, rolnem, leśnym, w ogrodnictwie, sadownictwie, pasiecznictwie, i t. d. potrzeba bardzo wiele

przedmiotów, które wyrabia się tylko z materiału łupanego. Już wyżej wymieniono wiele tych przedmiotów użytkowych. Tu nadmienić tylko należy, że wszystkie narzędzia drewniane gospodarskie lub rzemieślnicze, lub ich części, powinny być wyrabiane z twardych i zwięzłych gatunków drewna. Pierwszeństwo tu ma grabina i jesion. Naczynia domowe lub gospodarskie drażone lub dłubane, jak n. p. łyżki, warchy, miseczki, czerpaki do czółen, oselniczki, niecki, koryta, żłoby, i t. p. należy wyrabiać z drewna miękkiego lub średniego i to najlepiej w stanie świeżym z grubego, a dopiero po wyschnięciu wykończać. Nadaje się tu lipina, wierzba, osika, topola, olsza, brzoza, częściowo sosna, dębina lub jawór. Na łyżki najlepszym materiałem są: jawor, klon, jałowiec, jabłoń i czereśnia (trześnia).

Materiał na wyroby fabryczne, wymienione już wyżej w tym dziale, zależnie od rodzaju wyrobu, również jest rozmaity. Zasada jednak, że na narzędzia i ich części wymagane jest drewno twarde, gęste i zwięzłe, ma tutaj także zastosowanie. Więc n. p. kołki do butów, kopyta szewskie, trzonki i osady do narzędzi żelaznych i stalowych, osady czyli łoża do broni palnej i t. p. rzeczy, muszą być wyrabiane z drewna twardego i łupanego. Zabawki dziecięce, pręty (patyczki) na zapalki i na story, i t. p. wymagają w fabrykacji drewna miękkiego. Sanki sportowe, narty, przyrządy gimnastyczne i t. p. sporządzane są zwykle z drewna jesionowego, jako twardego a sprężystego. Młode pnie bukowe, rozszczepane na cztery części wzdłuż, są najlepszym i jedynym materiałem na sprzęty (meble) gięte.

Jako **materiału opałowego** używa się każdy gatunek drewna, nieprzydatnego na wyżej wymienione rodzaje zastosowania do wyrobu. Inna rzecz, że u nas zmarnowano i marnuje się dalej wiele drewna dobrego i pięknego, przydatnego na różne cele

przemysłu, używając go w piecu. To już jest rzeczą nieogłędnej gospodarki. Jako materiał opałowy, dający wiele węgla i utrzymujący dłuższy czas ciepło, najlepsze są: buczyna, grabina, klon, jawór, wiąz, brzoza; po nich idzie brzoza i dąb. Ze względu na popiół przydatny do robienia ługu do prania bielizny, wskazana jest buczyna. Dla celów piekarskich używane są głównie drewna szpilkowe, jak sosnina, jedlina lub świerczyna.

Pnie przerynane na długość metra, zależnie od grubości, przełupuje się na dwie lub cztery części, zwane łupkami, polanami albo szczapami, układa się w lesie na skrajach poręby, albo w składach materiałów opałowych w stosy o długości i wysokości 2 metrów z naddatkiem 15 do 20 cm. u góry. Stosy takie nazywane są u nas sągami albo siągami. Stosy dobrego drewna opałowego powinny być ułożone z polan równych i gęsto układanych. Krzywe łupki, sękacze i okrągłaki układane są w porządnym gospodarstwach leśnych w stosy osobne, tańsze. Cienkich konarów i gałęzi nie powinno się mieszać w stosy układane z drewna starego, łupanego, ale także w osobne stosy gałęziowe, gdyż wartość ich opałuwa jest znacznie niższa od drewna starego. Również do stosów targowych czyli towarowych nie powinno się dawać łupek spróchniałych lub zbutwiałych. Mniejsze gałęzie, o ile nie są przydatne na płoty, obręcze, kołki, tyki lub faszyny, obraca się również na opał, układając je również w stosy, pod nazwą chrustu, który najczęściej zakupuje ludność wiejska. Korzenie ściętych drzew, wykorczowane, również idą na opał.

Spekulanci, trudniący się sprzedażą drewna opałowego po miastach i miasteczkach naszych, zakupuja w lesie tak sągi równe, jak i krzywaki i okrągłaki i układają z nich do sprzedaży w swoich składach lub u odbiorcy stosy mieszane i nieściśle, przez co potrafią z 3-ch sągów laso-

wych wystawić konsumentowi 4 sągi, często o mniejszej wartości opałowej. Wskutek tego ciągną z kupującej publiczności nadmierne zyski, a publiczność konsumująca, często nieświadoma tych sztuczek spekulanckich, zdana jest na łaskę i niełaskę wyzyskiwaczom, tembardziej, że często w grę wchodzi także kredyt. Dzieje się to szczególnie w okolicach, gdzie jest pod dostatkiem lasów i gdzie jeszcze drewna nie zastąpiono węglem kamiennym.

Jako podpałek (skałek) do opału używa się krótkich szczapek, łupanych z smolnych drzew iglastych, szczególnie z sosniny. Czem drewno posiada więcej żywicy, czyli jest smolniejsze, tem lepsze daje podpałki. Bardzo dobrym materiałem na podpałki są oddarte zwitki kory brzozowej.

Znane dawniej i używane do świecenia w izbach chat naszych wieśniaków szczapy smolne, t. zw. łuczywa sosnowe lub jodłowe, wyszły już prawie w całej Polsce z użycia. Lampa naftowa wyparła ten materiał. Jeszcze tylko gdzieniegdzie w górach, lub w zapadłych lesistych okolicach, można się dzisiaj przypadkowo tylko z tym sposobem oświetlenia izby spotkać.

(Ciąg dalszy nastąpi).

CZY I JAK POWINIEN REKLAMOWAĆ SIĘ RĘKODZIELNIK.

Każdy prawie kupiec, fabrykant i wielki przemysłowiec poznał już oddawna doniosłe znaczenie reklamy, mającej na celu zdobywanie dla jego przedsiębiorstwa coraz to szerszego koła odbiorców. Szczególnie wielkiem uznaniem tych sfer cieszy się reklama zagranicą, zwłaszcza w Ameryce, gdzie odpowiednio zorganizowana przynosi rezultaty wprost zdumiewające. Wydatki położone tam na ten cel idą w miliony, nikt jednak nie żałuje wydanego grosza, wiedząc, że zwróci się on wkrótce ze stokrotnym procentem. Inaczej jest niestety u nas. Nasz drobny przemysłowiec i rękodzielnik zupełnie obojętnie traktuje rekla-

mę, nie rozumiejąc oczywiście własnego interesu. Z uporem dziecka powtarza jeden za drugim, iż dobry rękodzielnik reklamować się nie potrzebuje, gdyż i bez tego każdy łatwo go odszuka, pieniądz zaś wydany na reklamę idzie na marne. Takiego zdania są powszechnie nasi rękodzielnicy; zapominają oni jednak, iż te dawne, błogie czasy, w których można było spokojnie tak mówić, minęły już bezpowrotnie; dzisiaj zaś rękodzielnik porwany już został w wir nowoczesnej walki o byt, walki ciężkiej i krwawej, w której musi uleść, jeżeli nie chwyci się nowoczesnych środków obrony. Ma się tutaj rzecz podobnie jak z wojną — dziś rycerz, okuty w żelazo, nicby nie zdziałał wobec najnowszej techniki wojennej — tak też i rękodzielnik, okryty zbroją dawnych zasad, przekonań i praktyk zawodowych swych ojców, musiałby rychło uleść wobec nowych sposobów walki konkurencyjnej w przemyśle i handlu. Dawniej wystarczyło zawiesić we drzwiach pracowni talerze fryzierskie lub kilka kluczy i kłódek wskazujących, jakiego rodzaju warsztat mieści się wewnątrz — wobec niedogodnych ówczesnych środków komunikacyjnych i ręcznego wykonywania pracy, rękodzielnik mógł być zupełnie spokojny o swoich odbiorców, którzy byli niejako zmuszeni zaspokajać swoje potrzeby stale u tegosamego przemysłowca. Z chwilą jednak wielkiego udogodnienia środków komunikacyjnych i wprowadzenia maszyn, zmieniły się role; przymusowe położenie konsumenta znikło, a w jego położenie wszedł przemysłowiec, zmuszony teraz do szukania sobie odbiorców. Wobec możliwości szybkiego sprowadzania nawet z bardzo odległych okolic czyto towarów, czy też robotników, i to nieraz bardzo tanio z powodu posługiwania się pomocą maszyn, egzystencja rękodzielnika została narażona na szwank — ratując ją, rękodzielnik musi dzisiaj się reklamować. Nawet ustalona sława dobrego rękodzielnika bez reklamy nie wiele dzisiaj po-

maga, gdyż bardzo łatwo może się znaleźć bliżej lub dalej takisam dobry a może nawet i lepszy rękodzielnik, który reklamując się umiejętnie, ściągnie do siebie dotychczasowych odbiorców swego konkurenta, gardzącego reklamą. Codzienne życie dostarcza nam aż nadto przykładów, jak to obcy nieraz z odległych nawet stron zabierają nam z przed nosa pracę i zarobek tylko dlatego, że reklamując się, dali się poznać czynnikom decydującym.

Idźmy więc w ich ślady, wołajmy głośno, że i my potrafimy pracować również dobrze a może i lepiej, reklamujmy się stale i umiejętnie, pomni na to, że milczenie jest wprawdzie złotem, jak powiada przysłowie, ale nie w prowadzeniu przemysłu; w przemyśle milczenie to grób. Zwłaszcza teraz, wskutek zmienionych przez wojnę warunków, nie powinniśmy zaniedbywać reklamy, aby nie dać się obcym wyprzedzić.

Pytanie teraz, w jaki sposób powinien reklamować się rękodzielnik. Sposobów reklamowania się mamy dużo, nie wszystkie jednak nadają się do reklamowania warsztatu rękodzielniczego. Gdy np. dla fabrykanta bardzo skuteczną jest reklama za pomocą cenników i katalogów wysyłanych w wielkiej ilości, to dla rękodzielnika reklama taka byłaby nie na miejscu. Natomiast dostępną jest dla rękodzielnika reklama przez: 1) lokal przemysłowy i jego urządzenie, 2) obsługiwanie odbiorców, 3) wywieszki, 4) okno wystawowe, 5) oświetlenie, 6) druki firmowe, 7) inseraty, 8) plakaty.

Przystępujemy do omówienia pierwszego rodzaju reklamy, którym jest

1) Lokal przemysłowy i jego urządzenie.

Poważnym czynnikiem w reklamie jest lokal przemysłowy ze względu na swe położenie, rozmiar i urządzenie wewnętrzne. Wiadomo, że pochodzenie niejednego artykułu z pewnego miejsca nadaje mu nieraz

wybitną markę w świecie. Mówimy jako o czymś doskonałym n. p. o warszawskich cukierkach, o krakowskich kielbasach, pragskich szynkach i t. p. tak, jak gdyby te artykuły, pochodzące z tych miejscowości, musiały być zawsze najlepsze. Pochodzi to stąd, iż pewne miejscowości, zazwyczaj duże miasta, zyskały sobie rozgłos w świecie handlowym, publiczność zaś niejednokrotnie bezkrytycznie uważa za doskonałe wszystko, co pochodzi z tych miejscowości. Wyczytawszy n. p. anons dwóch masarzy, jednego z Krakowa lub z Pragi a drugiego z prowincjonalnego miasteczka, z pewnością damy zamówienie pierwszemu i to tylko dlatego, że prowadzi przedsiębiorstwo w dużym mieście, znanym w dodatku z dobroci wyrobów masarskich. Taką samą siłą przyciągania cieszą się lokale przemysłowe, położone przy znanych ulicach i placach miasta. Jest to zupełnie zrozumiałem, gdyż na tych głównych ulicach koncentruje się życie miasta, przy nich mieszczą się główne urzędy i instytucje finansowe, tam zbiegają się zazwyczaj miejskie koleje elektryczne, jednym słowem na tych ulicach kipi ruch nieraz bez ustanku. Przejedny i turysta, znając z opisu najgłówniejsze ulice miasta zresztą zupełnie mu obcego i pragnąc poczynić potrzebne zakupy, skieruje swe kroki z pewnością na pryncypalną ulicę, pewny, że tam znajdzie to, czego szuka. Stąd więc położenie warsztatu ma nieraz dla rozwoju jego doniosłe wprost znaczenie. Znalazwszy poszukiwany warsztat jednym rzutem oka obejmujemy jego całość zewnątrz i o ile wygląda ona nienagannie, z ufnością wstępujemy do wnętrza. Warsztaty zaś zakurzone i obdrapane zewnątrz robią wrażenie ujemne na obserwatorze i wprost odpychają od siebie. Również i wewnątrz warsztatu, zwłaszcza tam, gdzie gromadzą się odbiorcy, powinno przedstawiać miły o ile możliwości widok. Narzędzia ułożone w porządku, każde na swym miejscu, maszyny otrzepane z pyłu

i oczyszczone ze rdzy, podłoga czysta, ściany obielone i z kurzu omiecione, są dobrem świadectwem dla właściciela pracowni.

To, że rozmiary przedsiębiorstwa imponują każdemu jest rzeczą powszechnie znaną. Pracownia, zajmująca nieraz dom cały, budzi podziw i pewnego rodzaju szacunek; pokazuje się ją obcym i przejezdnym z uczuciem wewnętrznego zadowolenia, robiąc jej w ten sposób bezwiednie reklamę.

2) Obsługiwanie odbiorców.

Kto wstępuje do warsztatu, ten z reguły ma silne postanowienie zamówienia czegoś albo przynajmniej zasięgnięcia informacji. W obu tych wypadkach rękodzielnik, właściciel pracowni ma szerokie pole do pracy nad zdobyciem sobie nowego odbiorcy; wykazując mu jednak dobre strony roboty, zwracając uprzejmie uwagę na korzyści połączone z jej zamówieniem, winien zawsze przedstawiać się odbiorcy jako jego prawdziwy doradca. Podkreślić jednak należy, iż nie powinno być zadaniem właściciela pracowni starać się koniecznie nakłonić klienta do zrobienia zamówienia, gdyż odbiorca wówczas dopiero przywiązuje się stale do firmy, gdy opuszcza jej progi z uczuciem zadowolenia. A nawet wtedy, gdy klient opuszcza warsztat, nie dając żadnego zamówienia, należy uprzejmość niemal podwoić, aby nie wywoływać niemiłego zakłopotania i zachęcić go do odwiedzenia pracowni kiedy indziej. Zdobycie odbiorcy podstępem, wmówienie w niego potrzeby, mści się nielitościwie w krótkim czasie, niezadowolony bowiem z zamówienia nie wróci już nigdy, a co więcej, ostrzegać będzie każdego przed tem, co go w owej pracowni spotkało. Zapominać nie można o tem, że obok uprzejmości i grzeczności, wymaga się od właściciela pracowni przyzwoitego odziania i czystości i to wszędzie, nie tylko tam, gdzie spotyka się z odbiorcami.

Właściciel pracowni w zaniedbanym stroju robi wrażenie, jakoby stał już u progu ruiny, a taki człowiek może wzbudzić chyba tylko litość a nie zaufanie.

Obsługa odbiorców wymaga wielkiego taktu ze strony właściciela pracowni; niekiedy dostrzegalny zaledwie tylko grymas niezadowolenia u majstra lub jego personalu robi z dotychczasowego przyjaciela firmy bardzo często jej wroga. Wszelkie szeptki po kątach, czy to personalu, czy też pryncypała z personelem, usposabiają klienta podejrzliwie.

Zyskuje się wreszcie sympatyje odbiorców przez chętnie uwzględnianie życzeń odbiorców, już nawet po wykonaniu roboty, oczywiście o ile życzenia te nie idą za daleko, przez szybkie i uprzejme załatwienie zażeń, udogodnienie w spłacaniu ratami należności i t. p.

Znając uprzejmość rękodzielnika wchodzi każdy do pracowni śmiało nawet wówczas, gdy zamawia drobnostkę i nieraz przy tej sposobności, bez uprzedniego zamiaru, daje zamówienie większej roboty.

3) Wywieszki.

Na pozór przedstawia się wywieszka (godło, szyld) jako rzecz błaha, w rzeczywistości jednak odgrywa znaczną rolę w prowadzeniu przedsiębiorstwa przemysłowego, mając na celu zwrócenie uwagi przechodnia na ten lokal i zaznajomienie go z rodzajem przedsiębiorstwa. Zwykle wpada ona najpierw w oko przechodniowi, wzywając niejako do wejścia; zdarza się jednak dość często, iż działa na przechodnia wprost odwrotnie tak, że do pracowni wejść się nie odważy. Stać się to może wówczas, gdy nad lokalem wisi wywieszka nieestetyczna, brudna i zakurzona; patrzącemu przychodzi wówczas mimowoli na myśl, iż ten, kto nie dba o zewnętrzną szatę swego lokalu, nie dba z pewnością również o dobroć wykonanej przez siebie roboty. Wywieszka ma obwieścić każdemu przechodniowi czem przemysłowiec się trudni, winna

być więc wyraźnie i czytelnie napisana. Nieraz jeszcze dla lepszego zrozumienia przedstawia się na wywieszce obrazowo zawód i czynności właściciela pracowni n. p. nad sklepem rzeźnika wywiesza się podobiznę wołu i t. p.

Wystarczy na wywieszce obok imienia i nazwiska wymienić rodzaj przedsiębiorstwa. Zupełnie natomiast niewłaściwym jest i wprost śmiesznym wyliczanie na wywieszkach kilku rodzajów przedmiotów wyrobianych w warsztacie. Każdy przecież, przeczytawszy na wywieszce, że wchodzi do pracowni męskiego krawca wie, że może sobie tam zamówić czy to frak, czy zarzutkę, pocóż więc na wywieszce wyliczać pewne rodzaje ubrań męskich — nikt przecież, wchodząc do takiej pracowni, nie będzie zamawiał sukni damskiej.

Wreszcie na jedno jeszcze trzeba zwrócić uwagę. Wywieszka powinna przedstawiać się estetycznie; tablica zasmarowana pismem, ozdobiona jakimś bohomazem domorosłego artysty, działa jak straszak i odpędza odbiorcę. Natomiast z lubością, bo daj przelotnie, rzuci każdy okiem na wywieszkę, która wyszła z pod ręki prawdziwego artysty, odnosząc już z tego przelotnego wejrzenia mimowoli dobre wrażenie o osobie właściciela lokalu.

4) Okno wystawowe.

Okno wystawowe bywa dzisiaj nieraz podziwiane więcej niż piękna fasada domu, to też właściciel pracowni, urządzając piękną wystawę w oknie, winien starać się o to, aby zadowolić w tłumie przechodzących obok jego okna poczucie piękna i dobrego smaku artystycznego. Na ogół biorąc, urządzenie i dekoracja okien wystawowych dużo posiada wad i daleką jest jeszcze dzisiaj od tego, aby odpowiadały swemu zadaniu w zupełności. Przedewszystkiem zasadniczą wadą wystaw w oknach sklepowych jest niewłaściwe oświetlenie. Zalewanie okna potokami światła nie osiąga celu, dla którego właściciel lokalu tak hoj-

nie niem szafuje, bo, zamiast zwrócić uwagę na towar w oknie wyłożony, oślepia przechodniów, którzy jaskrawem światłem zważeni, podziwiają jego siłę i efektowność, a przechodzą nad umieszczonym w oknie towarem do porządku dziennego. Nieraz znów, wdzierające się gwałtownie w oko przechodnia, smugi światła elektrycznego nużą wzrok i zmuszają go do szukania wytchnienia o parę kroków dalej od wystawy, w mroku ulicznym. Natomiast światło dyskretne, padające gdzieś z góry, podnosi piękno towaru i dodaje mu tajemniczego powabu.

Druga kwestya, co i jak układać w oknie.

Okno wystawowe nie może być nigdy częścią magazynu, który ma zadziwiać nas ogromną ilością zapasów, lecz niejako przybytkiem sztuki, z którego rozchodzić się ma szeroka sława i uznanie dla przemysłowca.

Co do sposobu układania w oknie towaru, to oczywiście, że należy mu nadać takie położenie, z jakiego najlepiej zalety jego się uwidaczniają.

Również kwestya samego umieszczenia w oknie towarów nie jest tak bardzo prostą. Podstawki i oparcia dla wystawianych przedmiotów powinny być dobierane z uwzględnieniem ich przeznaczenia n. p. dla szkła i porcelany odpowiadają największej podstawki i sztelaze obciążone materią, dla materiałów zaś podstawki z drewna lub metalu; przedmiotów o dużej wartości, wyrobów ze złota nie wypada umieszczać na sztelazu z żelaza, odwrotnie zaś dla pudełek pasty do obuwia podstawka ozdobna byłaby najzupełniej niewłaściwa.

Korzystnie wreszcie nieraz działa umieszczenie w oknie wystawowym kwitnącego kwiatu, który piękną swą barwą ożywia nieraz zbyt nużący widok wyłożonych towarów.

Przyjął się również zwyczaj umieszczania w oknie cen na wystawionych towarach. Solidny przemysłowiec nie powinien oba-

wiać się, że, umieszczając w oknie ceny, umożliwi konkurentowi zapoznanie się z nimi a następnie da mu możliwość obniżenia ich u siebie, celem przyciągnięcia odbiorców. Trzeba bowiem wziąć pod uwagę to, że jeżeli konkurent obniży znacznie ceny to straci, a jeżeli tylko nie wiele, to próżne byłyby obawy, gdyż odbiorca powoduje się nie tylko ceną towaru, ale również i jego gatunkiem a nadto i okolicznościami takimi, jak odpowiednie urządzenie lokalu, uprzejmą usługą i t. p. Natomiast w wielu wypadkach wystawianie cen zachęca do kupna. Te szerokie masy, które zakupy robić muszą z ołówkiem w ręku, z zadowolaniem witają na wystawie artykuł ceną oznaczony, który mogą nabyć właśnie za cenę znajdującą pokrycie w ich budżecie. Odpada wówczas to bieganie po sklepach dla wyszukania towaru w cenie dla siebie pożądanej, przemysłowiec zaś oszczędza wiele czasu, który może poświęcić na dokładniejszą i szybszą obsługę odbiorców. Przemysłowcy zagraniczni trzymają się przytem jednego, bardzo ciekawego i na znajomości natury ludzkiej opartego zwyczaju. Otóż zamiast wystawiać w oknie na towarze cenę np. 6 Mk. obniżają ją na 5 Mk. 90 f., przechodzień wbija sobie w pamięć tę cenę 5 Mk. a o fenigach zapomina — i jest przekonany, że zapłacił 5 Mk. z fenigami a nie 6 Mk., gdy właściwie zapłacił 6 Mk. bez 10 fenigów.

Uwidaczniając ceny, trzeba jednak uważać, aby nie umieszczać równocześnie towarów tego samego rodzaju z wysokimi i niskimi cenami, gdyż obserwujący może sobie pomyśleć, iż albo towary te są za drogie, albo nic nie wartają, kiedy na nie ustanowiono tak niską cenę w porównaniu z drugą wyższą.

Jak z tych paru uwag, niewyczerpujących ani w części kwestyi urządzenia okna wystawowego widać, potrzeba posiadać dużo smaku i doświadczenia, aby urządzić dobrą wystawę i nie zrobić z niej wystawy

jarmarcznej. Przy dobrej jednak woli i pewnem poczuciu piękna najdrobniejszy nawet sklepikarz może stworzyć miłą dla oka przechodnia wystawę w oknie.

5) Oświetlenie.

Reklama zapomocą światła ma na celu powstrzymać przechodnia bodaj na chwilę przed lokalem przemysłowca i zwrócić nań jego uwagę. Oczywiście mamy tutaj na myśli pracownie rękodzielnicze, połączone ze sklepem, w którym rękodzielnik utrzymuje na składzie swoje wyroby. Oświetlenie daje przemysłowcowi możność przedstawienia publiczności i w wieczornej również porze wyrobu swego jak najkorzystniej, podnoszenia jego zalet i dobrych stron, ukrycia natomiast złych dyskretnie w cieniu. Robić na oświetleniu lokalu przemysłowego oszczędności, znaczy pozbawiać się bardzo doniosłego środka reklamy. Lokal nieoświetlony robi wrażenie przygnębiające i łatwo wydawać się może, iż dni żywota jego są już policzone. Dobrze prowadzone przedsiębiorstwo przemysłowe nigdy nie zaniedba postarać się o efektowne oświetlenie tak wnętrza swych ubikacji jak i wystawy. Wiadomo, że do światła pędzą wieczór nie tylko ćmy, lecz i ludzie, jedni, by coś zobaczyć, drudzy, by być widzianymi. W dużych miastach można zauważyć, że przed efektownie oświetlonymi wystawami dużych domów towarowych i magazynów kupieckich gromadzą się zawsze grupki ludzi, a gdy przy pewnej ulicy takich punktów jest więcej, ulica cała się ożywia i stanowi nieraz stałe miejsce przechadzek dla publiczności.

Jakie powinno być oświetlenie, aby wywierało zawsze dobre wrażenie na widzu, omówiliśmy już w ustępie o oknie wystawowym.

6). Druki firmowe.

Ongiś w dobrych jeszcze czasach łatwo było wytwórcy wysprzedać swój towar, gdyż wobec ówczesnych niewydoskonalono-

nych środków komunikacyjnych liczyć mógł zawsze tylko na stałych swych odbiorców. Dziś szukać można i szukać się musi odbiorców na całym świecie, a firma, która chciałaby po dawnemu pędzić swój żywot — wkrótce przestałaby istnieć. Aby dać się poznać światu, aby zyskać odbiorców, musi wytwórca uciec się do zręcznej, celowej i trwałej reklamy. Są firmy, które wydają tysiące na reklamę, pewne, że wydatek ten z dużym procentem się im wróci. Z naciskiem jednak musimy zaznaczyć, iż błędzą ci, którzy są zdania, iż najkorzystniej jest dać się poznać swym odbiorcom jak najtańszymi kosztem.

Nawet na tak pozornie mało znaczące dla powodzenia przedsiębiorstwa druki nie powinno się skąpić a używane przez przedsiębiorstwo druki takie, jak listy, broszury, zalepki, karty zamówień i t. p., reprezentując je na zewnątrz, muszą być utrzymane we właściwym stylu i odpowiednio do powagi firmy. Wydane na dobrym papierze, ze smakiem artystycznym, druki firmowe od pierwszego już wejrzenia usposabiają adresata przychylnie do firmy — sądzi on bowiem, że firma, wysyłająca tak gustowne druki, bezwątpienia zaliczać się musi do pierwszorzędných. Odmiennego natomiast jest zdania, gdy otrzyma list z drukiem lub pismem niedbałym, na papierze lichym i bibulastym.

Nie trzeba zapominać o tem, że w ostatnich czasach wzmogło się znacznie dążenie do piękna i smaku publiczności. Licząc się z tem drukarnie starają się nieraz z dużym nakładem pracy i kosztów wykonać zamówienie jak najstaranniej i bez zarzutu. W ostatnich czasach podjęli również artyści pracę nad upiększeniem druku; według ich pomysłu zaczęto odlewać czcionki dla uzyskania pięknej formy typograficznej i przekonano się, iż sam układ czcionek wymaga wielkiej rutyny i dużej inteligencji drukarza, zato jednak efekt, uzyskany z dobrego ugrupowania czcionek, jest nieraz

wprost zdumiewający. Przy zamówieniach prac drukarskich powinni to mieć na uwadze wszyscy i nieraz chętnie pójść za wskazówką doświadczonego a życzliwego drukarza.

Obok pięknego pisma i dobrego układu ważnym czynnikiem, służącym do podniesienia wartości druków przemysłowych jest papier i farba. Miła dla oka farba, użyta do druku, ożywia go i przyciąga czytelnika tak, jak znowu papier lepszego gatunku lepsze wywołuje wrażenie. Trzeba przytem pamiętać, iż niekorzystnie odbija się na firmie, gdy zmienia czy to format listów, czy to kolor papieru, czy wreszcie sam druk; adresat na pierwszy rzut oka powinien rozpoznać znaną sobie firmę, często zmiany w tym kierunku wywołują mimowoli uczucie niepewności firmy.

Wreszcie winien przemysłowiec mieć na uwadze i to, z jakimi kołami społeczeństwa pozostaje w stosunkach handlowych. Byłoby niewłaściwem, gdyby firma, ciesząca się wzięciem w sferach drobno-mieszczańskich, używała druków firmowych zbytko-wnie wydanych, z drugiej zaś strony niewłaściwem by było, gdyby firma światowa, stojąca w stosunkach z najbogatszymi kołami społeczeństwa, pragnęła robić oszczędności, rozsyłając zwyczajne, nieraz nawet nader ubogo wydane druki.

Dobrze zredagowane druki, na odpowiednim papierze, ładnem i czytelnem pismem drukowane, rozesłane w dogodnym czasie, przyniosą zawsze obfity plon przemysłowcowi.

Po tych uwagach przejdziemy po kolei najważniejsze i najczęściej używane przy korespondencji z odbiorcami rodzaje druków, do których zaliczamy najpierw: listy firmowe; należą one do powszechnie używanych druków, znanych prawie najdrobniejszemu przemysłowcowi. Przy posługiwaniu się nimi należy pamiętać, iż treść ich powinna być zwięzłą, jasną, rzeczową i do poziomu wykształcenia adresata za-

stosowaną. W nagłówku listu podaje się zawsze firmę i jej adres, często także filie przedsiębiorstwa, numer telefonu i pocztowej kasy oszczędności. Na tem należałoby poprzestać; często przytacza się jeszcze w nagłówku odbitki rozmaitych odznaczeń firmy, przyczem trzeba zachować pewną miarę, aby nie podać odznaczeń tych w wątpliwość. Wiadomo bowiem, jak to nieraz łatwym a nielegalnym sposobem wyłudza się takie odznaczenia na wystawach nieraz fikcyjnych.

Najskuteczniej działają listy pisane ręcznie, wywołując wrażenie listów pisanych specjalnie do adresata. Ze względu jednak na to, iż byłoby niepodobieństwem wprost pisać ręcznie setki a nieraz tysiące listów, powiele się je na maszynach i w ten sposób zdobywa się dla nich więcej uwagi i zainteresowania, niż dla listów drukowanych. W tym celu nawet konstruuje się maszyny do pisania tak, aby pismo maszynowe naśladowało w zupełności pismo ręczne.

Na kopertach listów, oprócz nazwy firmy, nie powinno powtarzać się szczegółów z nagłówka listu, reklama taka bowiem robiłaby wrażenie zbyt natarczywej.

To co wyżej powiedziano o listach odnosi się i do kart korespondencyjnych firmy. Zauważyć przy tem należy, iż gdy ma się uczynić wybór w tym kierunku, czy reklamować się zapomocą listów czy kart korespondencyjnych, należy raczej oświadczyć się za kartami, te bowiem posiadają treść krótką, nie tak nużącą jak listy, przytem nie wymagają ze strony adresata żadnego wysiłku fizycznego, gdy n. p. listy trzeba z koperty wyciągać, rozwijać i t. d. Przytem wspomnieć należy o kartach z wido-kami, wydawanych nakładem przemysłowca. Chętnie przyjmuje je adresat, gdy wykonano je artystycznie i wytwornie, a przedstawiony na karcie czy to widok pracowni, czy jej części pewnych, czy też zajętego przy pracy personelu jest interesujący dla każdego.

Inseraty.

O doniosłości prasy i olbrzymim jej wpływie na społeczeństwo nikt dzisiaj nie wątpi. Wpływ ten odbija się w każdej dziedzinie życia społecznego a wprost potężnym jest na polu przemysłu i handlu. Nie od razu jednak znaczenie prasy tak urosło, początkowo bowiem dzienniki, rozchodząc się w małej ilości egzemplarzy, docierały tylko tu i owdzie do rąk przemysłowca. Dzisiaj, wskutek ulepszenia maszyn drukarskich i stosunków komunikacyjnych, idą w świat setki tysięcy egzemplarzy rozmaitych dzienników. Nic więc dziwnego, że każdy spieszy do redakcyi poczytnego dziennika, by umieścić inserat w przekonaniu, że czytać go będzie tysiące osób w całym kraju a nawet w świecie.

Ogólnie sądzą, że najłatwiejszą jest reklama zapomocą inseratów, gdyż wystarczy przesłać agencji ogłoszeń odnośny anons i polecić umieszczenie go w dziennikach a sprawa zakończona. Niestety zapatrywanie to jest mylne. Przedewszystkiem o tem, w których dziennikach anons ma się umieścić zadecydować może najlepiej jedynie tylko sam ogłaszający, który zna właściwości reklamowanego artykułu, wie dla jakich sfer jest przeznaczony, w którym czasie najwięcej będzie poszukiwany i t. d. Agencya anonsów nie ma o tych szczegółach najmniejszego pojęcia, to też niejednokrotnie popełnić może fałszywy krok nawet w najlepszej wierze. Czy ogłaszać się tylko w dzienniku zawodowym, czy także w prasie codziennej rozstrzygać powinien nikt inny jak tylko sam ogłaszający, ewentualnie po zasięgnięciu opinii doradcy w sprawach reklamy. A tak z prasy zawodowej jak i codziennej nie każdy dziennik nadaje się zawsze do zamieszczania danych inseratów. Jedne z pism zawodowych czytuje świat wybitnie naukowy, sami uczeni — teoretycy; drugie zaś tłum ludzi pracy — praktyków. Licząc więc na praktyków ogłaszać się musimy w pismach

przez nich czytanych, chociaż z drugiej strony zupełne pominięcie czasopism pierwszego rodzaju byłoby nieraz grubym błędem, wobec tego, że ludzi wiedzy wzywa się często jako doradców i rzeczoznawców. Przy posługiwaniu się prasą codzienną wiele znaczącym momentem jest, w jakich sferach dziennik ma głównie odbiorców i jaki jest jego nakład. Artykułu luksusowego nikt nie będzie ogłaszał w dziennikach czytanych głównie przez sferę robotniczą, a takich przedmiotów w pismach dla arystokracji. To rozumie się samo przez się. Nie praktycznem n. p. byłoby ogłaszać w dzienniku humorystycznym dzieła treści naukowej i na odwrót w dziennikach o treści naukowej n. p. zabawek dla dzieci. Również nie każdy dzień, w którym ukazuje się dziennik jest dla ogłaszania się jednakowo korzystnym, wiadomo n. p., iż w niedzielę i święta każdy, mając więcej czasu wolnego, więcej czyta i z pewnością dokładniej przeczuci okiem także inseraty.

Trzeba również wziąć pod uwagę, jaki jest nakład przypuszczalny dziennika i jak wielką liczbą odbiorców faktycznie się cieszy. Im dziennik jest poczytniejszy, tem inserat zamieszczony w nim, dostając się do szerszych sfer, więcej przynosi korzyści. Zaznaczyć jednak trzeba, że nie zawsze decydować może o wyborze dziennika tylko jego poczytność; czasopisma zawodowe mają zazwyczaj skromną liczbę odbiorców, a mimo to jednak korzystniej jest ogłaszać w nich jakiś n. p. specjalny aparat, używany przez te właśnie zawodowe sfery, aniżeli w najpoczytniejszym nawet dzienniku codziennym. Ogłaszać się we wszystkich dziennikach kraju lub państwa byłoby marnotrawstwem grosza; anonse umieszczać trzeba tylko tam, gdzie można spodziewać się pomyślnego wyniku, oczekiwanego na podstawie pewnych dat statystycznych.

Aby inserat wywołał owocny skutek, winien odpowiadać trzem warunkom — zawierać treść przyciągającą, posiadać piękną

formę zewnętrzną i znaleźć jak najszerze rozpowszechnienie. Treść anonsu musi obudzić w czytelniku zainteresowanie dla przedmiotu, musi go przekonać i wwołać w nim pożądanie nabycia. Tekst anonsu rozwlekły męczy i wywołuje zniechęcenie, natomiast krótki, jasny i dobitny uderza czytelnika silnie i budzi zaufanie do firmy. Pamiętać trzeba, że przyrzeczeń i obietnic zawartych w anonsie musi się dotrzymać. Bałamutne ogłoszenia mszczą się na firmie okrutnie, ściągają wprawdzie zrazu do jej sklepu tłumy publiczności, pragnącej zakupić reklamowany artykuł, te jednak doznawszy zawodu, nie wrócą już nigdy, co więcej przestrzegać będą innych przed podejrzeniem, którego ofiarą same padły.

Twierdzą, iż anonsów właściwie nikt nie czyta, jedynie tylko przebiega szybko okiem, przerzucając kartki dziennika. Robiono w tym kierunku próby; mianowicie na odczytach o reklamie zapytywali prelegenci słuchaczy, czy znane im są jakie anonsy i plakaty i jaka jest ich treść. Rzeczywiście tylko mała garstka mogła wyczerpująco na zapytanie to odpowiedzieć, reszta publiczności, przypominała sobie tylko pewne drobne szczegóły z widzianych anonsów i plakatów i w dodatku tylko takich, które uderzały swoją oryginalnością. Aby więc odnieść korzyść z anonsów, trzeba zadość uczynić drugiemu warunkowi uczynienia ich wpadającymi w oko ale tak, aby budziły zawsze pewne zadowolenie artystyczne, a nie raziły i odpychały rubaszością.

Teraz zastanowimy się nad pytaniem, jak często trzeba powtarzać anons, aby był skutecznym. Wyrobiło się wśród ogłaszających się zapatrywanie, że czytelnik dziennika, oglądając inserat po raz pierwszy przeocza go, drugi raz już go spostrzega, ale nie czyta, trzeci raz czyta, ale nic przy tem nie myśli, za czwartym razem zaczyna o rzeczy samej pamiętać, piąty raz rozmawia o niej z przyjaciółmi, za szóstym razem przychodzi mu już ochota do zakupna,

a za siódmym dopiero razem kupuje. Zdanie to przemawia za częstem powtarzaniem inseratów. Kto raz tylko umieścił inserat i zyskał od razu powodzenie nie może twierdzić, iż tak może postąpić i drugi, gdyż powodzenie takie jest tylko przypadkowem. Wyjątkowo tylko wystarczy jednorazowe ogłoszenie dla wywołania dodatniego wyniku n. p., gdy odnosi się do książki o treści ciekawej i aktualnej, do jakiegoś przedstawienia teatralnego i t. p. W innych wypadkach ogłoszenie nie może wprost schodzić z oczu publiczności, lecz powinno być zawsze, jak to mówią pod ręką. Publiczność zapomina szybko nawet geniuszów i ludzi sławy! Trzeba więc ciągle krzyczeć jej za uszami, wskazywać na siebie bez przerwy, w przeciwnym razie zginie się w zapomnieniu. Wiadomo również powszechnie, że publiczności można łatwo zaimponować czemś wielkiem i okazałem, a wówczas lgnie ona do tego nader łatwo. Czytając w dzienniku anons na całej stronie rozmieszczony, wyobraża sobie zaraz czytelnik ogrom firmy, zdaniem jego z pewnością wielkiej i potężnej, skoro tak kosztownie reklamować się może. I dziwna rzecz, ten wielki anons wyrabia w czytelniku przychylny nastrój do tej firmy, gdy natomiast ogłoszenie drobne innego przedsiębiorstwa wywołuje u niego wprost pogardliwe lekceważenie, mimo, iż obie firmy są dla niego obojętne, gdyż po raz pierwszy o nich się dowiaduje. Siła przyciągania a zatem wartość inseratu zależy więc w wysokim stopniu od jego wielkości. Niestety nie każda firma może sobie pozwolić na duże ogłoszenia, gdyż nieraz i mniejsze znaczny już pociągają za sobą wydatek. Wystrzegać się trzeba w każdym razie w tym wypadku ostateczności; wyrzuceniem grosza na marne byłoby umieszczenie raz tylko na dłuższy przeciąg czasu chociażby całostronicowego inseratu, jak również codziennie ale miniaturowych rozmiarów. Wielki rozmiarem anons nie ujdzie wpraw-

dzie uwagi czytelnika, ale niepowtórzony wkrótce wyleci mu z pamięci, drobnutki zaś zginie niespostrzeżony wśród innych większych.

Doświadczenia wykazały, że najłatwiejszym do zapamiętania jest ogłoszenie całostronicowe, trudniejszym $\frac{1}{2}$ stronicowe, następnie $\frac{1}{4}$ stronicowe i t. d. Zadawano sobie jednak pytanie, czy korzystniej jest dawać większe ogłoszenia, a rzadziej, czy też małe, ale zato często. Po doświadczeniach przekonano się, że więcej wbijają się w pamięć ogłoszenia drobniejsze, ale częste, aniżeli większe, a bardzo rzadkie. Dając jednak mały inserat starać się trzeba unikać dla niego towarzystwa innych dużych, które rozmiarem swym go przygniotą, ściągając na siebie całą uwagę czytelnika. Najkorzystniej byłoby umieszczać codziennie odpowiednio duży anons w dziennikach, w kwestyi tej jednak ostatnie słowo wypowiada kieszeń kupca.

Przy układaniu tekstu ogłoszenia trzymać się należy reguły: krótko, jasno a przekonywująco. Wszelkie takie zwroty, jak n. p. że artykuł jest najlepszym, niedoścignionym i t. p. nie powinny mieć miejsca, wyglądają bowiem zanadto jarmarcznie i niczego nie dowodzą. Powołując się na znakomite osobistości czy instytucje jako swych odbiorców, należy kilka z nich wymienić, a nie podawać ogólnikowo, aby nie ściągnąć na siebie zarzutu mydlenia publiczności oczu. Tekst winien w krótkich a dobitnych słowach mówić to, co najważniejsze. Zmniejszać druk po to, aby tekst był jak najobszerniejszy chybia celu, gdyż tekstu nieczytelnego nikt niema ochoty odcyfrowywać. Trzeba również pamiętać, iż jednej i tej samej treści inserat nie nadaje się do każdego dziennika. Inny jest bowiem poziom wykształcenia publiczności czytającej dziennik humorystyczny, a inny czytającej dziennik ilustrowany lub pisemko brukowe.

Przy nadawaniu inseratowi pewnej zewnętrznej formy, popełnia się często zna-

czne błędy. Inserat ma przyciągać ku sobie wzrok czytelnika, ma go nęcić swoją piękną szatą, w jaką go przyobleczono, a tymczasem ta szata, zewnętrzna inseratu działa często wprost przeciwnie i odpycha czytelnika już zdaleka. Jakże często grzeszy się przy wyborze typu drukarskiego! Zamiast czytelnego, spokojnego druku wybiera się niby oryginalny, z wykrętasami, zamazany, jak gdyby silono się na to, aby zrobić go jak najnieczytelniejszym A przecież już sam dobry układ drukarski tworzy sam przez się ozdobę inseratu. W sposób prosty, a jednak bardzo korzystnie można podnieść zewnętrzną formę inseratu, posługując się n. p. białymi brzegami dookoła tekstu, przyczem treść ogłoszenia wychodzi o wiele wybitniej, a obwódka biała działa zdobniczo.

Rysunki lub figury, o ile mają służyć do ozdobienia inseratu, powinny być starannie wykonane, w przeciwnym bowiem razie robią na czytelniku wrażenie niekorzystne i usposabiają go z góry nieprzychylnie do firmy i reklamowanego artykułu.

Wielkiej nader doniosłości jest również kwestya wyboru w dzienniku miejsca dla ogłoszenia. Jak mówiliśmy poprzednio, anons powinien zwrócić na siebie uwagę; zwróci zaś ją tem pewniej wówczas, gdy będzie na najwidoczniejszym miejscu. Stwierdzono na podstawie licznych doświadczeń, iż ogłoszenia drukowane na pierwszej i ostatniej stronie więcej są spostrzegane, aniżeli na stronicach środkowych, na górnej połowie strony więcej niż na dolnej, wreszcie po prawej stronie w górnej połowie dziennika dwa razy więcej niż umieszczone po lewej stronie w dolnej połowie. W czasopiśmie codziennych wyznaczono inseratom miejsce na ostatniej stronie, czasami już za działem redakcyjnym. Niekiedy przeplatają redakcyje nawet dział redakcyjny inseratami, które w tym wypadku zawsze wpaść muszą w oko czytelnikowi. Oczywiście cena tych ogłoszeń jest z tego powodu wyższa. Przy

czasopismach zawodowych przeznaczają się na ogłoszenia przeważnie okładkę, na niej a zwłaszcza na jej pierwszej stronie, pomieszczony anons jest najskuteczniejszym. Aby zmusić czytelnika do przeglądnięcia działu inseratowego wlepiają redakcje zawodowych czasopism pomiędzy tekst kartki z ogłoszeniami, na które mimowoli, szukając dalszego tekstu, musi się rzucić okiem.

Mówiąc o inseratach w dziennikach i czasopismach, wspomnieć musimy o inseratach zamieszczonych w księgach adresowych, w kalendarzach, w rozkładach jazdy, planach miast, jadłospisach i t. p. Jest to wprawdzie drugorzędny rodzaj reklamy, zasługuje jednak na uwagę jako reklama trwała. I do tego rodzaju inseratów odnosi się wszystko co wyżej o nich powiedziano.

3. Plakaty.

Plakat ma wpaść w oko spieszącemu ulicą przechodniowi i bodaj na moment uwięzić jego uwagę; podobnie jak inserat ma on za zadanie zaznajamiać z czemś i zyskiwać zwolenników dla pewnej rzeczy lub idei. Posiadać więc musi coś nęcącego ku sobie, w przeciwnym bowiem razie każdy minie go nie spojrzawszy. Nęcić zaś może zawsze pięknem, pomysłem wykonaniem artystycznym i miłą barwą.

Plakat da się użyć na każdym polu tak w życiu publicznym, w świecie kupieckim jak i w stosunkach prywatnych.

Wogólności rozróżniamy plakaty do umieszczania na zewnątrz i na wewnątrz; przy tym podziałie względy optyczne, tudzież względy na trwałość, i siłę barw i wytrzymałość materiału na wpływy atmosferyczne odgrywają poważną rolę. Plakat, mający służyć reklamie w zamkniętych przestrzeniach, jak w halach, dworcach kolejowych i t. p. powinien być prawdziwą artystyczną ozdobą dla swego otoczenia, natomiast plakat uliczny ma działać przede wszystkim na odległość, silnie odbijać ja-

sną barwą nawet w słońcu, a sporządzony z odpowiedniego materiału, trzymać się czas dłuższy odpornie wobec niszczących wpływów atmosferycznych.

Jak w jednym tak i w drugim wypadku działać ma plakat na masy, przeto umieszcza się go zawsze tam, gdzie te masy ludzi ustawicznie płyną, a więc w ruchliwych ulicach miasta, na dworcach kolejowych, w restauracjach, ubikacjach bankowych, wozach tramwajowych i kolejowych i t. p. Wybór tego miejsca zależy od rozmaitych okoliczności, przedewszystkiem jednak od rodzaju reklamowanego artykułu; byłoby bezcelowem rozwieszać plakat firmy, wyrabiającej samochody, w zapadłej wiosce lub w dzielnicy miasta, zamieszkałej przez ludność robotniczą, natomiast rozlepienie go w dzielnicach bogatych fabrykantów z pewnością przyniesie firmie pożytek. Reklamując n. p. artykuły codziennego zapotrzebowania, umieścimy plakaty w miejscach, gdzie najwięcej gromadzi się ludzi dla ich zakupu, a więc w rynku miasta i jego pobliżu, dla reklamy zaś towarzystw ubezpieczeń od wypadków, najstosowniej będzie rozwiesić plakat na dworcach i we wozach kolejowych, tudzież w przedsiódkach hotelowych.

Plakat w poczekalniach i halach kolejowych przedstawia się jako reklama trwała, którą ogląda codziennie tysiące podróżujących osób. Wiadomo, że każdy przybywa na dworzec kolejowy jakiś czas przed odjazdem pociągu, a załatwiwszy się z zakupem biletu, celem skrócenia sobie przykrych chwil oczekiwania na pociąg, rozczytuje się dookoła i odczytuje plakaty porozwieszane po ścianach. Umieszczając na dworcach kolejowych plakaty, starać się jednak należy o to, aby nie wisiały zbyt wysoko; nieraz bowiem z powodu ścisunku jaki panuje w poczekalniach i halach większych dworców kolejowych, nie można dojść do plakatu i zdaleka tylko trzeba go oglądać. O ile on wisi za wysoko przed-

stawi się dla oka jedynie jako barwna plama, jaką jednak reklamuje firmę pozostaje dla obserwatora tajemnicą.

Przy układaniu napisów na takich plakatach unikać należy używania samych dużych liter, gdyż przez to staje się napis z większej odległości więcej nieczytelny niż gdyby był napisany początkową wielką literą, a dalszemi małemi.

W ostatnich czasach ustawiają kupcy i przemysłowcy wzdłuż toru kolejowego w pobliżu większych miast tablice reklamowe w nadziei, że wyglądający z okien wozu kolejowego podróżny, mimowoli spojrzy i na nie. Przeciwno tego rodzaju reklamie podniosły się liczne głosy protestu; oburzają się niektórzy i to słusznie, że tablice umieszcza się wszędzie, nie zważając na to, że nieraz psują piękno natury.

Zamierzając wydać plakat, należy bezwzględnie koncepcję jego powierzyć prawdziwemu artyście. Zamawianie plakatów według szablonowych wzorów, z którymi wożą się agenci rozmaitych zakładów produkcyjnych, jest nierozumne, gdyż dobry plakat stworzyć można tylko wówczas, gdy uwzględni się cel, któremu ma służyć, sfery publiczności, wśród których ma działać i wiele, wiele innych względów, stojących w ścisłym związku z rodzajem artykułu i puszczającą go w świat firmy.

U nas niestety znikomą jest liczba przemysłowców, którzy umieją cenić wartość artystycznego plakatu, a przecież artystów znakomitych i doskonałych zakładów produkcyjnych nam nie brak.

Temu kto pragnie wydać trwałe plakaty dobre usługi oddaje plakat ze szkła. Plakaty papierowe nie tylko, że niszczą się szybko, ale nadto nie wszędzie można je umieszczać; żaden pierwszorzędny hotel nie powiesi w swym przedsionku papierowego plakatu z wyjątkiem kolejowych planów jazdy lub ogłoszeń bieżących. Również i wytworny sklep nie wystawi w oknie papierowego plakatu, natomiast nie odmówi przy-

jęcia plakatu ze szkła. Wobec wysoko stojącej dzisiaj techniki malowania na szkło i trawienia szkła, plakat szklany, wykonany według projektu artysty przez doskonałą fabrykę, oddaje znakomite usługi; na marne jednak wyrzuca się pieniądze, gdy wykonanie takiego plakatu powierza się dla oszczędności pierwszemu lepszemu malarzowi szyldów.

W końcu wspomnieć należy o wydawanych przez firmy w celu trwałego reklamowania się różnych ozdobach ściennych w postaci kalendarzy, kart geograficznych i t. p. Zazwyczaj starają się firmy o to, aby wykonanie ich, podobnie jak przy plakatach, odznaczało się smakiem artystycznym, w przekonaniu, że każdy chętnie przyjmie je jako piękną ozdobę ścienną, a korzystając czy to z kalendarza czy z mapy, mimowoli przypomni sobie firmę, która je dla reklamy wydała.

To są te rodzaje reklamy, którymi rękodzielnicy mogą i powinni się posługiwać jak najczęściej, nie dając się pod tym względem wyprzedzać zagranicy. S. B.

WOJNA A KOBIETA W PRZEMYŚLE.

Jeszcze przed wojną, w ostatnich dziesiątkach lat rozchodziło się niejednokrotnie hasło, że kobieta powinna stanąć obok mężczyzny i wspomagać go w jego pracy przy warsztacie czy w handlu, w przemyśle czy w rękodziele, jako jego wierna pomocnica, wyręczycielka, zastępczyni.

Jeżeli jednak wtedy brzmiało to jako życzenie i apel, to dziś hasło to narzuca się samą siłą konieczności jako nakaz wewnętrzny, podyktowany potrzebą utrzymania bytu społeczeństwa i jego warsztatu pracy. Dziś już nie o pomoc tylko idzie, ale o zastąpienie, o utrzymanie w rękach społeczeństwa tych wszystkich placówek działalności, z których układa się nasze zbiorowe życie.

Gdy dziesiątki i setki tysięcy mężczyzn

pochłonał nieubłagany Moloch wojny, gdy kraj ojczysty zasiały gruz i ruiny, zostały w domu kobiety i one stanąć muszą do szeregu, aby ująć w swe ręce siew przyszłości i poprowadzić twardy lemiesz znoonej pracy.

Ten problem zresztą nie tylko u nas istniał. Wynurzył on się przed oczyma wszystkich szczepów i narodów walczącej Europy. U nas tylko zarysował się on tem dotkliwiej i wyraźniej — im bardziej czujemy, że tylko od wytężonej pracy zbiorowej zależy nasze istnienie i przyszłość — ta przyszłość oczekiwana gorączkowo i rodząca się w bólu krwawej teraźniejszości, jak fenix ze zgliszcz i popiołów.

Tak więc, gdy braknie mężczyzn, a braknie ich bardzo wielu, nie wolno załamać rąk w rozpacz zwłaszcza kobietom Polkom ale trzeba jąć się pracy. Matki, wdowy, córki poległych niech staną na opuszczonym miejscu, przy osieroconym warsztacie, za pustą ladą i niech imają się dalej tych robót, które oni prowadzili. Niech pamiętają, że przemysł, rękodzieło, to jedna z arteryi, którą płynie życiodajny prąd utrzymujący życie społeczne. Opuścić taką placówkę, dać sobie ją wydrzeć obcym — to zdradzić naród własny i ojczyznę — to jakby odprzedać ziemię wrogowi i zaprzeć się swego języka. Kobieta polska — jak spełniła i spełnia zawsze zaszczytnie swą misję matki, żony, swe obowiązki jako pielęgniarka chorych, opiekunka biednych i opuszczonych — swe zadania jako nauczycielka i t. p. — tak samo dzisiaj wypełniać musi przerzedzone szeregi pracowników handlu, przemysłu i rękodzieła. Już przed wojną wiele gałęzi pracy potrafiły kobiety wyzyskać dla siebie poza odwieczną krawieczyzną i modniarstwem. Banki, poczty, rozliczne biura zapełniły się żywiołem niewieścim, który też coraz energiczniej pukał do wrót sztuki i wiedzy, zyskując coraz większe zdobycze wśród zawodów wolnych i naukowych. Dziś otwiera się dla

nich nowe pole: przemysł i rękodzieło. I nie trzeba się pracy wstydić, ani się jej bać — ale ręce zakasać do pracy i zacząć w imię Boże.

Nie będzie może kobieta mogła być dobrym kowalem czy kamieniarzem, bo do tych prac trzeba wytężającej siły i mocnych mięśni — ale przecież pozostaje bardzo wiele zawodów, w których może ona pracować na równi z mężczyzną. Cały przemysł n. p. introligatorsko-galanteryjny, czy też robót precyzyjnych jak jubilerskich, zegarmistrzowskich, brązowniczych, cyzelerskich, cały dział przemysłu szatno-tkackiego, odzieżowego i t. p. — to jakby stosowne dla sumiennej i aktualnej w robocie dłoni kobiecej.

Ustawa przemysłowa nie czyni w tym kierunku różnicy i nie stawia żadnej zapory. Uzdolniona i wyszkolona należycie kobieta może być przyjmowana zarówno do przemysłu, handlu jak i rękodzieła — i może je samodzielnie prowadzić, skoro uzyska fachowe i ustawowe kwalifikacje. Dlaczegożby więc nie mogło być warsztatów kobiecych, uczenic, terminatorok i czeladniczek czy mistrzyń danego zawodu. Mogą kobiety być krawczyniami, pomocnicami biurów, farmaceutkami etc. — to z taką samą racją potrafią i powinny wyuczyć się na introligatorki, zegarmistrynienie, tapicerki, jubilerki etc. Ustanie wtedy to wieczne przeładowanie seminariów nauczycielskich, pukanie od biura do biura za posadą pisarki czy urzędniczki — ustanie nędza biednych rodzin obarczonych kilku dziewczętami, z którymi poza krawieczyzną — nie wiadomo potem co robić.

Pamiętajmy, że chodzi tu nie tylko o pracę i o zarobek nie do pogardzenia w tych ciężkich czasach, ale jak powiedzieliśmy na wstępie — o utrzymanie w rękach społeczeństwa warsztatów i pracowni, które w przeciwnym razie w braku sił męskich — zajmą obcy, które zagarnie obcy a może wrogi nam kapitał, wydzierając z ust ostatni kawałek chleba.

Zagranica a zwłaszcza Niemcy — w trosce o dobę powojenną i dalszy rozwój swego społeczeństwa — już dawno przedyskutowały czynną rolę, jaką przypadnie kobiecie z chwilą, kiedy ustaną wreszcie te krwawe zapasy. Znaczenie kobiety dla państwa i jego ekonomii wobec ubytku całych kadr męskich — podyktowało też tam różnym społecznikom projekty, dochodzące aż do przymusu i obowiązku służby jednorocznej kobiet na rzecz społeczeństwa. My nie idziemy tak daleko, nie pragniemy koszar kobiecych, nie chcemy dziewcząt odrywać od rodzin i ognisk domowych — ale chcemy zaznaczyć i podkreślić, że dziś wiele nadziei przyszłych oparło się na tych dwu czynnikach: na dzieciach i na kobietach, a w pierwszym rzędzie na tych ostatnich. Muszą one uczuć i zrozumieć, że powołane losem do wypełnienia szczerb po stracie swych ojców, mężów i braci, nie mogą się cofnąć, nie mogą się uchylić od obowiązku twardej pracy we wszystkich dziedzinach. Przeciwnie powinny i muszą stanąć tam, gdzie zagrożone są źródła istnienia i dobrobytu narodu. Nie jest rzeczą tego artykułu wskazywać drogi i sposób w jaki zrealizować się ma ten nowy postulat. Będzie on prawdopodobnie troską kół zawodowych, stowarzyszeń, izb i korporacji, które niewątpliwie pod presją konieczności i twardych faktów znajdą środki do urzeczywistnienia powyższych wskazań. Naszem zadaniem było wskazać wagę i doniosłość chwili oraz znaczenie samej poruszonej sprawy. Jeżeli się zaś uda pobudzić samo społeczeństwo do zastanowienia się nad sprawą, a kompetentne czynniki do jego żywszego niż dotąd poparcia — będziemy radzi, iż cel i zadania tych kilku słów zachęty i przestrogi zostały w zupełności osiągnięte. E. Kubalski.

PRAKTYCZNE RADY I WSKAZÓWKI.

Dobór materiałów szewskich: Tajemnica powodzenia renomowanych magazynów i fa-

bryk szewskich jest obok umiejętnego używania maszyn, odpowiedni wybór jakości skóry i materiałów, potrzebnych do wyrobu obuwia. Kto w tej mierze potrafi zastosować to, co jest najwłaściwsze, ten ma stanowczą przewagę nad konkurentem.

Tak więc — jak słusznie pisze „Szewc Warszawski“ — każdy gatunek skór musi być doskonale wypróbowany, zanim go weźmiemy do warsztatu. Języczek przy obuwiu sznurowanem a przeważnie oczka muszą być z dobrej części skóry skrajane. Nic bardziej niemiłego i irytującego, jak gdy w czasie fabrykacyi, przy przymierzaniu lub po kilku dniach noszenia, języczek się oderwie.

Podszewka nie powinna być zbyt silnie apreturowana — nie będzie bowiem miała potrzebnej rozciągliwości. Oszczędzać na podszewce, to najgorszy system. Dobra podszewka przyczynia się znakomicie do wytrzymałości całego obuwia, utrzymuje przytem fason. Najlepiej nadaje się ku temu mocne płótno żaglowe, i to surowe na buciki męskie a nieco miększe na damskie. Podszewka środkowa, powinna być pociągnięta odpowiednim klajstrem, aby przylegała mocno do skóry. Za granicą używana jest do podklejania mała, nadzwyczaj dowcipnie skonstruowana maszynka. Na lamówki dla mocnego obuwia męskiego a także damskiego najlepiej używać jest skóry. — Kalkuluje się ona o wiele drożej, niż dobre obszywki jedwabne. Do zupełnie taniego obuwia bardzo odpowiednie na obszywki są materiały bawełniane, które zresztą prawie w niczem co do trwałości nie ustępują jedwabnym. Na wyłożenie obuwia mechanicznego używają wyłącznie twardego płótna. Dawniej używano w tym celu przy lepszych kamaszach męskich skóry, okazało się to jednak za kosztownem, a przytem doświadczenie wskazuje, że do tego użytku dobre płótno jest lepsze, niż skóra.

Redaktor odpowiedzialny: Stanisław Batko.
Nakładem Miejskiego Muzeum Przemysłowego w Krakowie.
Czcionkami Drukarni Związkowej pod zarządkiem A. Szyjewskiego.