

T. XXI (2018) Z. 2 (50)  
ISSN 1509-1074

ROCZNIK  
HISTORII PRASY POLSKIEJ

*Papier i Galanteria*  
[*Stationery and Haberdashery*]  
(1921–1922):  
A 1920s trade journal

**Fachowe czasopismo  
„Papier i Galanteria”  
1921–1922**

Instytut Dziennikarstwa i Informacji  
Uniwersytet Jana Kochanowskiego  
ul. Świętokrzyska 21D  
PL 25-406 Kielce  
e-mail: monika.olczak-kardas@ujk.edu.pl

**Monika  
OLCZAK-KARDAS**

KEY WORDS:

Polish press in the early 20th century,  
professional and trade journals, paper and  
haberdashery wholesale and retail trade

SŁOWA KLUCZOWE:

„Papier i Galanteria”,  
czasopisma fachowe, papiernictwo,  
II Rzeczpospolita

ABSTRACT

This article presents the profile  
and the functioning of the trade journal  
*Papier i Galanteria (Stationery and  
Haberdashery)* published in 1921–1922.  
The analysis focuses on the mission  
and the role of the periodical, its target  
audience and finances, as well as the  
structure and content of printed product.

ABSTRAKT

W artykule dokonano analizy pisma  
„Papier i Galanteria” ukazującego się  
w latach 1921–1922. Przedstawiono  
ogólny zarys działalności pisma.  
Omówiono: zasady funkcjonowania  
pisma, zadania i pełnioną rolę,  
adresatów, źródła finansowania,  
strukturę pisma, zawartość tekstów.

## Streszczenie

Czasopismo fachowe „Papier i Galanteria. Dwutygodnik dla zawodów: papierniczego, graficznego, księgarskiego, introligatorskiego, galanteryjnego, zabawkarskiego i pokrewnych” było wydawane w Poznaniu w latach 1921–1922 i odbijane w drukarni „Atlas” Władysław Kostrzewski. Pomysłodawcą powołania czasopisma był właściciel drukarni Władysław Kostrzewski, który zgromadził wokół tej idei 17 osób. Wśród nich byli fachowcy i ludzie zainteresowani rozwojem konkretnych branż, którzy uznali potrzebę tworzenia takiego pisma. Pismo miało być wzorowane na najlepszych fachowych pismach zagranicznych, a w jego strukturze wyodrębniono dwie podstawowe części: redakcyjną i ogłoszeniową, z których każda spełniała konkretne zadania. Redaktorami pisma w poszczególnych okresach byli: Tadeusz Osiński, S. Stoiński, F. Wojciechowski. Teksty zamieszczane w czasopiśmie „Papier i Galanteria” w znacznej większości prezentowały tematykę papierniczą, ale miejsce na łamach pisma znalazły także zagadnienia dotyczące anonsowanych w podtytule pokrewnych branż. Materiał grupowano w stałe rubryki i cykle. Niektóre utrzymywały się przez kilka, a nawet kilkanaście numerów, inne pojawiały się w dwóch numerach, ewentualnie zmieniając nazwę w kolejnych (np. *Papiernictwo*, *Drukarstwo*, *Towary Poszukiwane*, *Z Rynku Papieru*, *Notatki*). Wśród odbiorców pisma byli wytwórcy, handlowcy — detaliści, hurtownicy. Na walnym zebraniu Towarzystwa „Papier i Galanteria” z o. p., 21 listopada 1922 roku, zapadła uchwała o połączeniu pisma z „Przeglądem Graficznym” i utworzeniu „Przeglądu Graficznego i Papierniczego”. Nowy tygodnik o zwiększonym formacie oraz rozszerzonej treści informacyjnej i ogłoszeniowej miał być wspólnym czasopismem Związku Zakładów Graficznych i Wydawniczych oraz Stowarzyszenia Polskich Kupców Papierniczych.

Organizacje — związki zawodowe, zrzeszenia społeczne i gospodarcze — działające w dwudziestoleciu międzywojennym często dysponowały własnymi czasopismami. Pisma te skierowane były do członków organizacji, poszczególnych grup zawodowych lub osób zainteresowanych daną tematyką. Piotr Grzegorzczuk — podsumowując w 1928 roku dziesięciolecie funkcjonowania prasy w niepodległej Polsce — pisał: „Nie ma nawet drobnej gałęzi nauki, sztuki, przemysłu czy też zawodu praktycznego, który by nie skupiał swych wysiłków na łamach własnego pisma”<sup>1</sup>. Klasyfikując czasopiśmiennictwo w okresie II Rzeczypospolitej, Andrzej Paczkowski wyodrębnił wśród czasopism specjalnych między innymi grupę czasopism fachowych, które umiejscowił na pograniczu czasopism naukowych<sup>2</sup>. Były to pisma „gospodarcze i ogłoszeniowe, ubezpieczeniowe, techniczne i przemysłowe oraz poświęcone problematyce związanej z gospodarką rolną i leśną”<sup>3</sup>. Czasopisma fachowe i naukowe stanowiły najliczniejszą kategorię wśród tytułów prasowych wydawanych w dwudziestoleciu międzywojennym. W 1926 roku reprezentowane były przez 184 tytuły, w 1930 roku — 279, a w 1935 roku — 366 tytułów<sup>4</sup>. Największą grupę stanowiły czasopisma gospodarcze (finanse, giełda, ogłoszenia, handel).

Zadania prasy fachowej w omawianym okresie zostały trafnie sformułowane w analizowanym piśmie „Papier i Galanteria”. Prawdopodobnie zaczerpnięto je z prasy amerykańskiej, ale twórcy dwutygodnika byli zgodni co do ich znaczenia, przedstawiając na łamach pisma jako swego rodzaju kodeks „nienaruszalny nowoczesnej prasy fachowej, którego ścisłe przestrzeganie leży w interesie obu stron tak czytającej jak piszącej”<sup>5</sup>. Zadania zebrano w pięć podstawowych punktów. Pismo fachowe miało być przede wszystkim „źródłem pouczenia w sprawach technologicznych przemysłu, któremu służy” i przedstawiać materiał dający podstawy naukowe i praktyczne do pracy w danej dziedzinie. Jednym z ważniejszych zadań było przekazywanie czytelnikom informacji o stanie gospodarki, prawodawstwie, obowiązujących taryfach, co miało ogromny wpływ na przemysł i handel, a znajomość

<sup>1</sup> P. Grzegorzczuk, *Prasa*, [w:] *Dziesięciolecie Polski odrodzonej 1918–1928. Księga pamiątkowa*, Kraków 1928, s. 678.

<sup>2</sup> A. Paczkowski, *Prasa polska w latach 1918–1939*, Warszawa 1980, s. 292.

<sup>3</sup> Tamże, s. 304.

<sup>4</sup> Tamże.

<sup>5</sup> S. K., *Prasa fachowa i stosunek jej do przemysłu i handlu*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 6, s. 4.

tych kwestii stanowiła podstawę bytu i dawała możliwości rozwoju przedsiębiorstw. Pismo fachowe zobligowane było do zbierania wszelkiego rodzaju nowinek z kraju i zagranicy dotyczących danej dziedziny. Informacje te miały jak najszybciej dotrzeć do odbiorców. Ważnym założeniem było całkowite odcięcie się pisma fachowego od wszelkiego rodzaju prądów politycznych. Nieistotne było „pochodzenie danej myśli lub rady z obozów się może zwalczających”. Najważniejsze było dobro ogółu czytelników danego tytułu. Nie zapomniano w przedstawionych wytycznych o wartościach etycznych: „Nowoczesne pismo fachowe stara się o jak najlepszy stan rzetelności w fachu swoim, tak w stosunku swoim do czytelników, jak w rozpowszechnianiu moralnych wartości wśród nich. Nowości muszą być podawane bez cienia osobistych sympatii lub antypatii”<sup>6</sup>.

Niniejszy artykuł powstał w ramach szerszego projektu badawczego dotyczącego czasopism fachowych grup zawodowych związanych z wytwarzaniem i rozpowszechnianiem książki. Tekst ma na celu przedstawienie jednego z tytułów, który ukazywał się w dwudziestoleciu międzywojennym. Stan badań nad pismami fachowymi poruszającymi tematykę wydawniczo-księgarską i bibliotekarską w tym okresie jest dosyć skromny. Można odnotować nieliczne prace dotyczące poszczególnych tytułów<sup>7</sup> lub grup tematycznych<sup>8</sup>. W dostępnych materiałach nie odnaleziono opracowań na temat omawianego pisma<sup>9</sup>. Analizie poddano dwa roczniki pisma „Papier i Galanteria” — czyli wszystkie, które wyszły pod powyższym tytułem<sup>10</sup>. Rocznik pierwszy z 1921 roku składający się z trzech numerów i rocznik drugi — nume-

<sup>6</sup> Tamże.

<sup>7</sup> Zob. m.in.: H. Tadeusiewicz, „Pracownik Graficzny” (1928–1939), cz. 1, „Roczniki Biblioteczne” 1986, z. 1–2, s. 111–135; cz. 2, tamże 1987, z. 1–2, s. 151–192; R. Salinger, „Przegląd Księgarski” w latach 1918–1939, „Księgarz” 1971, nr 3, s. 44–54; E. Pokorzyńska, „Polska Gazeta Introligatorska”. *Dzieje czasopisma i analiza zawartości*, „Zeszyty Kaliskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk” 2013, t. 13, s. 44–78.

<sup>8</sup> Zob. m.in. S. Ciepłowski, *Warszawskie czasopisma poligrafów 1897–1939*, Warszawa 1995.

<sup>9</sup> Odnaleziono m.in. wzmiankę o piśmie w artykule dotyczącym ukazującej się w Poznaniu „Polskiej Gazety Introligatorskiej”. Zob. E. Pokorzyńska, „Polska Gazeta Introligatorska”..., s. 46.

<sup>10</sup> Tytuł „Papier i Galanteria” pojawił się na rynku prasowym jeszcze raz w okresie dwudziestolecia międzywojennego. W 1934 roku „Przegląd Papierniczy, Galanterijny i Zabawkarski”, ukazujący się w Poznaniu od 1932 roku, zmienił nazwę na „Papier i Galanteria” na skutek ankiety przeprowadzonej wśród czytelników i pod taką nazwą funkcjonował do 1939 roku. Zob. „Papier i Galanteria” 1934, nr 7, s. 3. Pismo to było oficjalnym organem Stowarzyszeń Polskich Kupców Papierniczych Poznańskiego, Bydgoskiego i Górnego Śląska. Nie miało nic wspólnego z analizowanym tytułem, bowiem pismo „Papier i Galanteria” (1921–1922) w 1923 roku połączyło się z „Przeglądem Graficznym” (1919–1922) w wyniku czego powstał „Przegląd Graficzny i Papierniczy” (1923–1928). Kontynuacją tego tytułu był „Przegląd Graficzny, Wydawniczy i Papierniczy” (1929–1939). Zob.: Katalog NUKat, <http://katalog.nukat.edu.pl/lib/item?id=chamo:660433&theme=nukat>; <http://katalog.nukat.edu.pl/lib/item?id=chamo:1502057&theme=nukat>; <http://katalog.nukat.edu.pl/lib/item?id=chamo:1502095&theme=nukat>, dostęp: 22.05.2017.

ry 1–24 za rok 1922<sup>11</sup>. Artykuł stanowi jedynie ogólny zarys działalności pisma i skupia się na celach przyświecających jego powstaniu, zasadach funkcjonowania oraz tematyce zamieszczonych tekstów.

W dwudziestoleciu międzywojennym Poznań był obok Warszawy i Lwowa jednym z największych ośrodków wydawniczych w Polsce — „Stolica Wielkopolski należała do najbardziej nasyconych prasą miast w Polsce (jeżeli przyjmiemy liczbę mieszkańców Poznania przypadających na jeden tytuł)”<sup>12</sup>. W Poznaniu istniały bardzo dogodne warunki do wydawania prasy, m.in.: miasto znajdowało się na obszarze, gdzie notowano najmniejszy procent analfabetów; Poznań był miastem jednolitym narodowo; „Poznań uchodził nie tylko za miasto dobrze zorganizowane, ale i względnie zamożne, w którym było wielu rzemieślników, urzędników i kupców, znajdujących pieniądze na korzystanie z prasy”<sup>13</sup>; miasto posiadało dobrze rozbudowaną sieć połączeń kolejowych, liczne placówki pocztowe, a także korzystne warunki materialno-techniczne (m.in. istniejące drukarnie, fabrykę papieru)<sup>14</sup>. Bogatą ofertę stanowiła poznańska prasa przeznaczona dla poszczególnych środowisk zawodowych, społecznych, członków działających organizacji, prasa o charakterze specjalistycznym<sup>15</sup>. W 1922 roku wydawano 27 czasopism fachowych, a w 1936 roku — 53<sup>16</sup>. Wśród poznańskich pism fachowych występowały również te związane z wytwarzaniem i rozpowszechnianiem książki. Oprócz analizowanego pisma „Papier i Galanteria” (1921–1922) warto wymienić m.in.: „Przegląd Graficzny”, który zaczął wychodzić „jako pierwszy i jedyny w swoim rodzaju”<sup>17</sup> w 1919 roku oraz stworzoną nieco później „Polską Gazetę Introligatorską” (1928–1934)<sup>18</sup>.

Pismo „Papier i Galanteria. Dwutygodnik dla zawodów: papierniczego, graficznego, księgarskiego, introligatorskiego, galanteryjnego, zabawkarskiego i pokrewnych” było wydawane w Poznaniu w latach 1921–1922 i odbijane w drukarni „Atlas” Władysław Kostrzewski. Drukarnia założona w 1897 roku, działająca jako spółka, została rozwiązana w 1931 roku, a w 1934 roku ogłoszono jej upadłość<sup>19</sup>.

<sup>11</sup> Na potrzeby analizy wykorzystano z wersji cyfrowej pisma, opublikowanej w Wielkopolskiej Bibliotece Cyfrowej. Brak dostępu do numeru 22 z 15 listopada 1922 roku. Zob. „Papier i Galanteria”, <http://www.wbc.poznan.pl/dlibra/publication?id=141277&tab=3>, dostęp: kwiecień–maj 2017.

<sup>12</sup> Z. Dworecki, *Poznań i poznaniacy w latach Drugiej Rzeczypospolitej. 1918–1939*, Poznań 1994, s. 437.

<sup>13</sup> J. Załubski, *Prasa i ruch wydawniczy*, [w:] *Dzieje Poznania*, t. 2, 1918–1945, Warszawa 1998, s. 1289.

<sup>14</sup> Tamże, s. 1289–1290.

<sup>15</sup> Tamże, s. 1289–1309.

<sup>16</sup> Z. Dworecki, *Poznań i poznaniacy...*, s. 436–437.

<sup>17</sup> *Zawodowe czasopiśmiennictwo drukarskie*, „Przegląd Graficzny, Wydawniczy i Papierniczy” 1931, nr 27, s. 286.

<sup>18</sup> E. Pokorzyńska, „Polska Gazeta Introligatorska”...

<sup>19</sup> P. Nowak, *Poznań jako ośrodek wydawniczy w dwudziestoleciu 1919–1939*, Poznań 1997, s. 208.

Pomysłodawcą powołania czasopisma „Papier i Galanteria” był właściciel drukarni Władysław Kostrzewski z Poznania, który zgromadził wokół tej idei 17 osób. Wśród nich byli fachowcy i ludzie zainteresowani rozwojem konkretnych branż, którzy uznali potrzebę tworzenia takiego pisma. Tak pisano o tym fakcie w ostatnim numerze pisma:

Szczególnie p. Kostrzewski owiany szlachetną myślą, że nie tylko gazety i czasopisma polityczne służą dobrej sprawie, lecz w nowo powstałej Polsce dbać należy o rozwój warsztatów pracy przez informowanie społeczeństwa, zwłaszcza kół fachowych o rozwoju produkcji krajowej i przez polecenie owoców pracy umysłu i rąk pracowników wykwalifikowanych zawodowo i handlowo, z pieczołowitością pochwalną traktował swe dzieło przy pomocy współpracowników w redakcji i administracji do ostatniej chwili<sup>20</sup>.

Przed wydaniem pierwszego numeru opublikowano dwa okólniki informujące o powołaniu do życia Towarzystwa z ograniczoną poręką pod nazwą „PAPIER I GALANTERIA” oraz o celach i zawartości pisma. Zachowane okólniki nie są datowane, widnieje na nich jedynie nazwa miejscowości — Poznań<sup>21</sup>.

W pierwszym okólniku (dwustronnie zadrukowana pojedyncza kartka) na pierwszej stronie umieszczono tytuł i dodatek do tytułu, wizualnie przypominające stronę tytułową nowego pisma (różnica widoczna jedynie w czcionce). Pismo miało wychodzić pierwszego i piętnastego dnia każdego miesiąca; ogłoszenia przyjmowano do jedenastego i dwudziestego szóstego każdego miesiąca. Podano adres redakcji — Poznań, ulica Woźna 15<sup>22</sup>. Okólnik został wydany przez Towarzystwo z ograniczoną poręką „PAPIER I GALANTERIA” i podpisany przez Władysława Kostrzewskiego — w imieniu Zarządu Towarzystwa oraz Tadeusza Osieńskiego — w imieniu redakcji. O tym jak duże znaczenie nadano okólnikowi, może świadczyć napis nad tytułem: „Przeczytam uważnie całą tę kartkę, chodzi tu bowiem o sprawę bardzo ważną”<sup>23</sup>.

We wstępie nawiązywano do trudności, z jakimi borykali się w odrodzonej Polsce przemysłowcy, a zwłaszcza kupcy — hurtownicy i detaliści. Wymieniono m.in. słabą walutę, brak możliwości sprowadzania towaru z zagranicy, brak surowca, maszyn i innych artykułów. Szczególną uwagę zwrócono na problemy związane z branżami: papierniczą, drukarską, introligatorską, galanterią metalową, skórzaną,

<sup>20</sup> Redakcja, *Połączenie naszego czasopisma z „Przeglądem Graficznym”*. Likwidacja Towarzystwa z ogr. por. „Papier i Galanteria”, „Papier i Galanteria” 1922, nr 24, s. 1.

<sup>21</sup> W okólnikach pozostawiono miejsce oznaczone – „data stempla pocztowego”, ale analizowany egzemplarz pisma nie posiadał żadnej pieczęci.

<sup>22</sup> [Okólnik pierwszy], Poznań [1921], s. 1. Tytuł utworzono w oparciu o drugie pismo, w którym użyto sformułowania: „W pierwszym okólniku naszym, rozesłanym przed kilkoma dniami [...]”. Zob. [Okólnik drugi], Poznań [1921], s. 1.

<sup>23</sup> [Okólnik pierwszy]..., s. 1.

szklaną, celuloidową, zabawkarską. Z powodu braku importu, zaczęły powstawać w kraju rodzime wytwórnie. Twórcy Towarzystwa i czasopisma pisali:

Aby wszystkim niedomaganiom powyższym w miarę możliwości kres położyć i stworzyć podwalinę dla ułatwienia i unormowania pracy w dziedzinach wspomnianych, tak blisko siebie stojących i niejednokrotnie nierozzerwalnie ze sobą związanych, — grono ludzi dobrej woli, przeważnie najwybitniejszych fachowców ze wszystkich wchodzących tu w rachubę zawodów, połączyło się i zawiązało towarzystwo z ograniczoną poręką pod nazwą „PAPIER I GALANTERIA” w celu wydawania w Poznaniu organu fachowego dla wszystkich zawodów wspomnianych, — na razie ma to być dwutygodnik<sup>24</sup>.

Pismo „Papier i Galanteria” miało być wzorowane na najlepszych fachowych pismach zagranicznych, a w jego strukturze wyodrębniono dwie podstawowe części, z których każda spełniała konkretne zadania. Część redakcyjna miała zawierać: wiadomości interesujące dla poszczególnych zawodów lub dla pewnych grup; notowania cen w kraju i zagranicą. Informacje te przeznaczono dla przemysłowców i kupców, a redakcja miała prezentować głosy zainteresowanych. W części ogłoszeniowej: „pismo zamierza dawać obraz dokładny całokształtu pracy przemysłowej i handlowej w wymienionych wyżej zawodach w całej Polsce Zjednoczonej”<sup>25</sup>. Każda z grup zawodowych miała znaleźć potrzebne w pracy informacje i kontakty, które ułatwiałyby pracę. Dla przemysłowców przewidziano informacje o surowcach, maszynach i „artykułach pomocnych”; dla kupców o wszystkich wytwórcach; dla wytwórców o hurtownikach, a dla czytelników, detalistów — informacje o źródłach potrzebnych im towarów. W tej części planowano też dział dotyczący pośrednictwa pracy, który umożliwiałby szybkie i tanie porozumiewanie się pomiędzy zainteresowanymi. Przewidywano bowiem, że „dzisiejsze kosztowne i przeważnie bezcelowe ogłaszanie się w tych sprawach w pismach codziennych upadnie”<sup>26</sup>.

Redakcji zależało, aby pismo znalazło się w każdej nawet najmniejszej wytwórni, przedsiębiorstwie handlowym — hurtowym i detalicznym — „aby stało się niejako podręcznikiem przemysłowca i kupca, **skorowidzem niezawodnym w każdej potrzebie**”<sup>27</sup>. Redakcja zakładała, że pismo zostanie życzliwie przyjęte wśród czytelników ze względu na potrzebę zaistnienia takiego tytułu. Wyrażano przekonanie, że czytelnicy pisma będą mieć „korzyści bezpośrednie i natychmiastowe”. Redakcja liczyła na stały kontakt z odbiorcami, co przełożyłoby się na poparcie materialne — ogłoszenia i abonament, ale także na zasilanie redakcji informacjami interesującymi szerszy krąg odbiorców:

<sup>24</sup> Tamże.

<sup>25</sup> Tamże, s. 2.

<sup>26</sup> Tamże.

<sup>27</sup> Tamże. Wyróżnienie przejęte z tekstu.

o stanie rynku w tej czy innej branży w danej miejscowości, o dążeniach i bolączkach lokalnych, o cenach, koniunkturach, konkurencji itd. itd. Pismo nasze przypisuje bardzo wielkie znaczenie tego rodzaju wiadomościom, umieszczać je będzie jak najchętniej w oryginale lub w przeróbce, zależnie od życzenia korespondenta<sup>28</sup>.

Twórcy czasopisma w swoich zapowiedziach powoływali się na zagraniczne doświadczenia (m.in. niemieckie), argumentując, że współpraca grup związanych z przemysłem i handlem z prasą zawodową wpłynęła na rozwój potęgi przemysłowej i handlowej tych krajów. Pismo miało być „poważnym przyczynkiem” do pracy całej społeczności przemysłowców i kupców: „wobec tego hasłem każdego pracowitego i świadomego powagi sytuacji przemysłowca i kupca powinno być: będę stale abonował będę stale ogłaszał będę w miarę możliwości popierał nowo powstający własny mój organ zawodowy, dwutygodnik «Papier i Galanteria»”<sup>29</sup>.

W drugim okólniku pojawiły się konkretne informacje dotyczące pierwszego numeru pisma. Jego wydanie planowano najpóźniej 1 listopada 1921 roku. Część ogłoszeniowa miała być większa od redakcyjnej. Zapowiadano wysłanie pierwszego numeru do 8000 firm. Był także apel do firm zagranicznych o ogłaszanie się z produktami, które w Polsce były jeszcze niedostępne (niewyrabiane). Firmy, które często zamieszczałyby ogłoszenia, mogły liczyć na bezpłatne publikowanie w części redakcyjnej szerszych opisów ich działalności, czy oferowanych artykułów, a także zdjęć. W celu szybkiego zebrania dużej liczby ogłoszeniodawców, redakcja wysyłała deklarację z prośbą o wypełnienie i zwrot<sup>30</sup>.

Redaktorami pisma w poszczególnych okresach byli: Tadeusz Osiński (1921, nr 1–3), S. Stoiński (1922, nr 1–7), a ostatnim — od numeru 8 — F. Wojciechowski. Wszystkie numery składały się z okładki numerowanej rzymskimi cyframi I–IV oraz 12 stron numerowanych cyframi arabskimi. Na okładkach mieściły się jedynie reklamy, a na pozostałych stronach publikowano: artykuły, notatki, komunikaty oraz ogłoszenia. W numerze drugim z 1922 roku pojawiła się po raz pierwszy — nie licząc reklam — grafika przedstawiająca firmę „POL” Mechaniczną Fabrykę WYROBÓW PAPIEROWYCH w Poznaniu. Elementy graficzne stosowane były głównie w ogłoszeniach reklamowych (m.in. obramowania — mniej lub bardziej ozdobne, gradacja czcionki, znaki firmowe, wizerunki proponowanych towarów — czasami w wersji humorystycznej).

W pierwszym numerze redakcja zaznaczyła, że pismo wydawano nie dla przysporzenia sobie popularności ani dla zysku. Miało być rozwiązaniem problemów ogółu kupiectwa, zwłaszcza drobnego, a także przemysłowców. W numerze pierwszym podjęto kwestię reklamy, którą przedsiębiorcy doceniali, ale nie wszyscy umieli ją

<sup>28</sup> Tamże.

<sup>29</sup> Tamże.

<sup>30</sup> [Okólnik drugi]..., s. 1.



właściwie wykorzystać. Argumentowano, że najlepsze efekty można uzyskać reklamując się w piśmie fachowym. Podstawową zasadą takiej promocji było: „niech czyta mnie wyłącznie i jedynie ten, dla kogo jestem przeznaczoną, ale też i odwrotnie: ktokolwiek mnie potrzebuje, niech mnie znajdzie bez trudu”<sup>31</sup>.

Celem pisma było też zgromadzenie wokół tytułu zainteresowanej grupy zawodowej, gdyż jak wskazywały przykłady z Niemiec i Austrii, znacznie więcej można było uzyskać, jeżeli grupy zawodowe współdziałały ze sobą, a nie niszczyły się w ramach konkurencji. Redakcja wierzyła, że poprzez swoją inicjatywę może zdziałać wiele dobrego dla konkretnych grup zawodowych w Polsce: „Prasa zawodowa jest odzwierciedleniem materialnego, fachowego i moralnego stanu tej dziedziny, którą reprezentuje. Czas pokaże, czy możemy równać się z zachodem, czy też słowa nasze uderzą w próżnię”<sup>32</sup>.

W tekście skierowanym do wszystkich stowarzyszeń i związków zawodowych pisano, że abonowanie pism fachowych oraz wymaganie takiej postawy od wszystkich swoich członków należy do obowiązku organizacji. Apelowano o współpracę i zapewniano, że redakcja będzie zamieszczać wszelkie informacje: komunikaty, sprawozdania, ogłoszenia, ankiety. Obiecywano, że gdyby zaistniała taka potrzeba, zostanie zwiększona częstotliwość i pismo będzie wychodziło jako tygodnik<sup>33</sup>.

Kapitał założycielski Towarzystwa stworzony został przez udziałowców w trzydziestu równych wkładach z zastrzeżeniem, że żaden z nich nie mógł posiadać więcej. Udziały подарowano najwybitniejszym przedstawicielom przemysłu i handlu w całej Polsce<sup>34</sup>. Pismo miało utrzymywać się głównie z abonamentu i opłat za ogłoszenia. Wszelkie opłaty ustalano dla dwóch grup: odbiorców w granicach Rzeczypospolitej — kwoty w markach polskich oraz odbiorców poza granicami Polski — kwoty w markach niemieckich. Cena pojedynczego numeru pisma, abonamentu czy stawki za ogłoszenia była podwyższana, ale starano się ten fakt uzasadniać. Cena pojedynczego numeru wahała się na terenach Polski od 40 do 100 marek polskich<sup>35</sup>, a poza granicami od 4 do 20 marek niemieckich<sup>36</sup>.

Abonament należało opłacić „z góry”. Redakcja przypominała czytelnikom o jego uregulowaniu na kolejny kwartał. W tym przypadku różnica pomiędzy grupami dotyczyła — oprócz stawek i waluty — także okresu abonamentowego (abonament: kwartalny, dwumiesięczny, miesięczny)<sup>37</sup>. Pierwszą podwyżkę uchwalono

<sup>31</sup> *Od Redakcji*, „Papier i Galanteria” 1921, nr 1, s. 1.

<sup>32</sup> Tamże, s. 3.

<sup>33</sup> *Do wszystkich Stowarzyszeń i Związków Zawodowych*, „Papier i Galanteria” 1921, nr 1, s. 3–4.

<sup>34</sup> *Od Redakcji*, tamże, s. 2.

<sup>35</sup> Podwyżkę odnotowano od numeru 12 (60 marek), a kolejną od 18 w 1922 roku.

<sup>36</sup> Podwyżkę odnotowano od numeru 12 (6 marek), dla numerów 14–17 (8 marek), a kolejną od 18 w 1922 roku.

<sup>37</sup> Kwartalny abonament funkcjonował przez cały czas wydawania pisma w obydwu grupach. W pierwszym roku istnienia pisma i w numerach 1–11 w 1922 roku można było opłacać abonament na

1 czerwca 1922 roku „nie z pobudek egoistycznych, lecz powodowany trudnymi warunkami wydawniczymi”<sup>38</sup>. Jako przyczyny wymieniono wzrost: kosztów za robocizną; pensji zecerów, introligatorów i redaktorów; wydatków na papier, farby drukarskie i inne przybory graficzne. Redakcja i administracja pisma twierdziły, że miało to służyć jedynie uchronieniu pisma przed zniknięciem z rynku. Do numeru dołączono blankiet PKO, żeby ułatwić i przyspieszyć wpłacanie nowego abonamentu. Przy abonamencie opłaconym do końca roku gwarantowano odbiorcom niestosowanie wobec nich ewentualnej podwyżki. Zamieszczono prośbę o szybkie przesłanie pieniędzy za prenumeratę, aby pismo mogło dotrzeć do odbiorcy w terminie<sup>39</sup>.

Kolejnym źródłem finansowania były anonse zamieszczane na łamach pisma. Wysokość stawek obowiązywała również dla dwóch wymienionych powyżej grup. W tym przypadku widoczna była większa różnorodność stawek. Elementem różnicującym była dodatkowo objętość ogłoszenia — od pojedynczych wierszy do całej strony<sup>40</sup>. W pierwszym roczniku opłaty za anonse zamieszczone na stronach okładki podwyższano o 25%. W numerze 1 z 1922 roku zapisano, że ogłoszenia na stronach okładkowych były liczone według odrębnej umowy. Zmieniono ten zapis od numeru 12 — za ogłoszenia na stronach okładkowych naliczono dopłatę do należnej za daną objętość kwoty: strona I — 40%, strona II — 20%, strona III — 10%, strona IV — 30%. Dodatkowe, luźne reklamy liczone według oddzielnej umowy. Stosowano upusty ze względu na częstotliwość zamieszczania anonsów: przy trzykrotnym ogłoszeniu 5%, przy sześciokrotnym 10%, ale w przypadku niedotrzymania terminu płatności upust przepadał. Od numeru 12 dopisano jeszcze zniżkę za dwunastokrotne ogłoszenie — 15%. Płatności należało dokonywać po ośmiu dniach

---

dwa miesiące. Od numeru 18 pojawił się abonament comiesięczny dla czytelników na terenach Polski. Stawki wahały się: kwartalnie 200–500 marek polskich (na terenie Polski); 20–100 marek niemieckich (poza granicami Polski); za 2 miesiące 150 marek polskich (na terenie Polski) i 14 marek niemieckich (poza granicami Polski); miesięcznie 200 marek polskich (na terenie Polski). Podwyżki abonamentu wystąpiły analogicznie do zmian cen za pojedynczy numer.

<sup>38</sup> Redakcja i Wydawnictwo, *Do naszych czytelników*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 12, s. 1.

<sup>39</sup> Tamże, s. 1–2.

<sup>40</sup> Przy mniejszych objętościowo ogłoszeniach jeden wiersz 4-łami, napisany nonparelem kosztował 40 marek, a dla poszukujących posady — 20 marek. Od numeru 12 w 1922 roku kwoty uległy zmianie — analogicznie 80 marek i 40 marek przy zachowaniu poprzedniej wielkości wiersza. Podwyżka nastąpiła także od numeru 18, stawki wynosiły: 140 marek i 70 marek. W granicach Rzeczypospolitej stawki (w markach polskich) kształtowały się następująco: 1 strona — od 16 000 do 50 000, 1/2 strony — od 8000 do 25 000, 1/4 strony — od 4000 do 13 000, 1/8 — od 2000 do 7000, 1/16 — od 1250 do 4000, 1/32 — od 700 do 2000. Poza granicami Rzeczypospolitej stawki (w markach niemieckich) kształtowały się następująco: 1 strona — od 1200 do 8000, 1/2 strony — od 600 do 4000, 1/4 strony — od 300 do 2000, 1/8 — od 150 do 1000.

od otrzymania rachunku i „numerów dowodowych”: bezpośrednio w administracji, na jedno z kont bankowych lub do PKO<sup>41</sup>.

W celu zdobycia kolejnych abonentów i chętnych do zamieszczenia ogłoszeń wykorzystywano wszelkie kontakty, m.in. na targach poznańskich, o czym redakcja powiadamiała dotychczasowych odbiorców: „Donosimy przy tej okazji, że wśród wystawców Targu Poznańskiego pozyskaliśmy wielu poważnych abonentów i inwentów, którzy się do naszego czasopisma fachowego odnosili z całym zaufaniem”<sup>42</sup>.

Redakcja próbowała zachęcić do wykorzystywania reklamy, a w szczególności reklamy w piśmie zawodowym. Uzasadniała to następująco: „Prasa Zawodowa jest jedyną bronią kupca przeciw niesłychanym zarzutom, krzywdzącym ustawom i bezprawnemu postępowaniu władz. Reklama jest dźwignią handlu a anons opłaca się tylko raz! — klientelę zyskuje się na zawsze! Inerujcie w «Papierze i Galanterii»”<sup>43</sup>. Przed kolejnymi targami poznańskimi przekonywano kupców i przemysłowców, że korzystniej i taniej zamieścić informację o swoim stoisku w fachowej prasie, niż wysłać listowne zaproszenia do klientów. Zapewniano, że numery targowe „Papieru i Galanterii” (15 marca i 1 kwietnia) wyjdą w zwiększonym nakładzie. Anons o stoisku zamieszczony w piśmie, zdaniem redakcji, mógł trafić jednocześnie do gości w kraju i zagranicą, a odpowiednie informacje usprawnią odnalezienie konkretnego stoiska<sup>44</sup>. Apelowano o szybkie zgłoszenia, które miały zapewnić dobre miejsce ogłoszeniowe.

W większości numerów redakcja publikowała hasła zachęcające do reklamy w piśmie, które wskazywały na korzyści płynące z tego faktu — zarówno dla firm ogłaszających się, jak i dla czytelników będących odbiorcami tych usług i produktów. Przykłady stosowanych haseł: „Przy wszelkich zakupach i zamówieniach — powołujcie się na ogłoszenie w dwutygodniku «Papier i Galanteria»”, „Prosimy przy zakupach powoływać się na pismo nasze!” lub „BACZNOŚĆ! Szan. Czytelników prosimy o uwzględnianie firm ogłaszających się w naszym czasopiśmie fachowym: «Papier i Galanteria»”<sup>45</sup>; „REKLAMA w czasopiśmie Papier i Galanteria to dźwignia naszych branż!”<sup>46</sup>. Stosowano też bardziej rozbudowane wersje promujące dział ogłoszeniowy pisma. Przykładem może być powtarzający się anons redakcji o treści:

Kto chce nabyć lub sprzedać poszczególne towary lub maszyny, urządzać lub rozszerzyć przedsiębiorstwo, znaleźć posadę, dostać pracowników fachowych, aby o jego firmie,

---

<sup>41</sup> Miejsce płatności – Poznań. Redakcja i Administracja: Poznań, ul. Woźna 15, tel. 36-74. Konto bankowe: Bank Centralny, Poznań oraz Bank Przemysłowców „Industribank”, Berlin W. 8, Französische Str. 15. — Konto pocztowe czekowe: Poznań nr 202501. Zob. [Ogłoszenia], „Papier i Galanteria” 1921, nr 1, s. 1.

<sup>42</sup> [Od Wydawnictwa], tamże 1922, nr 7, s. 12.

<sup>43</sup> [Prasa zawodowa], tamże, nr 3, s. 5.

<sup>44</sup> [Baczność Kupcy i Przemysłowcy!], tamże, nr 4, s. 5.

<sup>45</sup> [„Papier i Galanteria”], tamże, nr 16, s. 9.

<sup>46</sup> [„Papier i Galanteria”], tamże, nr 18, s. 12.

przedsiębiorstwie lub handlu wiedziano, niech się ogłosi w czasopiśmie fachowym „Papier i Galanteria” które rozchodzi się po całej Polsce i zdobywa abonentów także zagranicą, wielu interesentów z własnej woli oświadczyło nam, że przez stałe ogłaszanie w naszym czasopiśmie odnieśli poważne zyski. Nasze hasło: „Czasopismo fachowe popiera przemysł, a przemysł czasopismo!”<sup>47</sup>.

W omawianym okresie administracja borykała się z trudnościami przy wydawaniu pisma. W numerze 6 z 1922 roku redakcja donosiła, że nie udało się wydać numeru o większej objętości — tak jak obiecywano w związku z trwającymi targami w Poznaniu — ze względu na strajk zecerów, który wybuchł na terenie byłego zaboru pruskiego. Z tego samego powodu nie opublikowano wówczas w numerze sprawozdania z posiedzenia Stowarzyszenia Kupców Papierniczych w Poznaniu i ustanowionego przez nich cennika na materiały piśmienne. Materiał miał ukazać się w kolejnym numerze<sup>48</sup>.

Teksty zamieszczane w czasopiśmie „Papier i Galanteria” w znacznej większości prezentowały tematykę papierniczą, ale miejsce na łamach pisma znalazły także zagadnienia dotyczące anonsowanych w podtytule pokrewnych branż. Materiał grupowano w stałe rubryki i cykle. Niektóre utrzymywały się przez kilka, a nawet kilkanaście numerów, inne pojawiały się w dwóch numerach, ewentualnie zmieniając nazwę w kolejnych: *Papiernictwo* (2)<sup>49</sup>, *Drukarstwo* (2), *Z Życia Związków* (4), *Towary Poszukiwane* (24), *Wiadomości Handlowe* (5), *Najnowsze Patenty* (7), *Z Ruchu Papierników w Poznaniu* (4), *Targi i Wystawy* (6), *Z Rynku Papieru* (14), *Notatki* (14), *Ceny za Odpadki Papierowe* (6), *Z Naszych Wydawnictw Kartograficznych* (2), *Z Stowarzyszenia Polskich Kupców Papierniczych* (4), *Z Nowych Wynalazków* (2), *Z Urzędu Patentowego Rzeczypospolitej Polskiej* (2).

Warto przyrzeć się bliżej rubrykom, które najdłużej funkcjonowały w piśmie. Może to świadczyć o ich poczytności, spowodowanej zamieszczeniem przez redakcję tematów interesujących odbiorców. Rubryka *Towary Poszukiwane* pojawiła się w trzecim numerze pierwszego rocznika. Podzielono ją na dwie części: *Zapytania* i *Odpowiedzi*. Czytelnicy mogli zadawać pytania odnoszące się do wszelkich aspektów związanych z branżami, dotyczące materiałów i usług. Redakcja prosiła odbiorców o jak najszybsze odpowiedzi, żeby zamieścić je w kolejnym numerze, podając przy tym zawsze liczbę bieżącą danego zapytania (występowała ciągła numeracja od początku funkcjonowania tej rubryki)<sup>50</sup>. W numerze 2 z 1922 roku pojawiły się pierwsze odpowiedzi na zadane wcześniej pytania, co upewniło twórców o zasadności powołania rubryki. Redakcja zachęcała do korzystania z jej zawartości: „Niniejszym

<sup>47</sup> [Anons Redakcji], tamże, nr 9, s. 6.

<sup>48</sup> [Od Wydawnictwa. Do naszych Czytelników], tamże, nr 6, s. 12.

<sup>49</sup> W nawiasie podano liczbę numerów, w których rubryka wystąpiła — na 27 numerów ogółem w dwóch rocznikach. Obliczenia własne.

<sup>50</sup> *Towary poszukiwane*, „Papier i Galanteria” 1921, nr 3, s. 12.

zwracamy uwagę pp. fabrykantów na rubrykę «Towary poszukiwane». Korzyści jakie stąd wynikają, nie potrzeba specjalnie wymieniać, albowiem podawają się same przez się. Prosimy usilnie o jak najczęstsze korzystanie z niej<sup>51</sup>. Prawdopodobnie możliwość zadania pytania, a nawet udzielenia odpowiedzi była płatna, o czym może świadczyć notka, która pojawiła się w piśmie: „(Zapytania i odpowiedzi bezpłatnie dla abonentów naszego czasopisma)”<sup>52</sup>.

Od 10 numeru w drugim roczniku do końca funkcjonowania pisma utrzymały się dwie rubryki: *Z Rynku Papieru* i *Notatki*. Warto prześledzić ich zawartość na przykładzie jednego numeru (1922, nr 10). Rubryka *Z Rynku Papieru* znalazła się w tym numerze na stronie 6. Zamieszczono w niej informacje dotyczące: Niemiec (cena tektury), Finlandii (eksport papieru do Rosji), Norwegii (popyt na włókno drzewne, błonnik roślinny i papier gazetowy), Szwecji (nowy cennik w przemyśle papierniczym, strajk robotników), Czechosłowacji (fabrykanci kart do gry, cena papieru, strajk robotników), Austrii (eksport papieru), Danii (strajki w papierniach), Włoch (cena papieru), Bułgarii (budowa amerykańskich fabryk papieru).

*Notatki* w analizowanym numerze opublikowane zostały na stronach 7–9, 11–12. W przypadku tej rubryki zakres tematyczny był bardzo szeroki. Analizując zawartość numeru 10 z 1922 roku można wykazać następującą problematykę: informacje o kapitale, właścicielach, dyrekcji i założycielach konkretnych firm — papierniczych, graficznych, galanteryjnych; wzmianki o nowo powstających pismach lub zawartości poszczególnych numerów pism już istniejących — zarówno tych związanych z problematyką pisma, jak i nie związanych tematycznie; informacje o wynalazkach; działalność organizacji księgarskich; sprawy dotyczące finansów państwa; wysokość cła na różne produkty; cenniki firm polskich i zagranicznych; recenzje publikacji związanych z problematyką pisma; rozporządzenia ministerialne; taryfy pocztowe; kształcenie pracowników drukarskich; relacje z targów; opisy i programy wystaw; informacje o walnych zebraniach spółek; wzmianki o drukarniach zagranicznych.

Poza rubrykami pojawiały się także odrębne teksty mające różnorodny charakter. Stosunkowo stałym elementem były sprawozdania z posiedzeń Stowarzyszenia Polskich Kupców Papierniczych w Poznaniu oraz cennik na artykuły piśmienne uchwalany na zebraniach. Jedną ze stałych informacji były też ogłoszenia Zarządu Stowarzyszenia Polskich Kupców Papierniczych w Poznaniu o comiesięcznych zebraniach, które odbywały się regularnie w pierwszy poniedziałek, „po pierwszym dniu każdego miesiąca”. Przypominano o nich członkom i zapraszano gości.

Publikowano również artykuły mające na celu nie tylko przedstawienie problemów występujących w handlu i przemyśle niepodległej Polski, ale także wskazanie

<sup>51</sup> *Towary poszukiwane*, tamże 1922, nr 2, s. 8.

<sup>52</sup> *Towary poszukiwane*, tamże, nr 23, s. 12.

kierunku poprawy tych stosunków<sup>53</sup>. Były teksty o charakterze historycznym, przybliżające dzieje papieru<sup>54</sup>. Informowano o nowych pismach fachowych powstających w Polsce, np. „Tygodnik Przeglądu Chemicznego”. W piśmie publikowano liczne doniesienia z rynków zagranicznych. Czasami powoływano się na tamtejsze tytuły prasowe, ale w większości przypadków trudno ustalić źródło informacji i autora. Miejsce na łamach pisma znalazły również sprawy czytelnictwa (kwestie techniczne książki i alfabetu dla niewidomych)<sup>55</sup>, a także opisujące ogólną sytuację w danej branży, np. w zabawkarstwie<sup>56</sup>.

Na uwagę zasługują teksty traktujące o roli prasy zawodowej. Warto przybliżyć jeden z artykułów, sygnowany inicjałami S.K., *Prasa fachowa i stosunek jej do przemysłu i handlu*<sup>57</sup>. Szczególnie wartościowy wydaje się ustęp, zawierający zadania prasy fachowej ujęte w pięciu punktach (cytowane w niniejszym artykule w części wprowadzającej)<sup>58</sup>. Należy zwrócić również uwagę na artykuł dotyczący fachowego słownictwa stosowanego w piernictwie. Był on istotny ze względu na różnorodność terminologiczną panującą w kraju w pierwszych latach po odzyskaniu niepodległości<sup>59</sup>. W poszczególnych numerach zamieszczano wiele tekstów zawierających bardzo praktyczne uwagi dotyczące pracy w piernictwie i zawodach pokrewnych. Wyraźnie daje się zauważyć większą liczbę artykułów na temat branży pierniczej, o czym już wspomniano.

Publikowano również teksty zaczerpnięte z pism zagranicznych, m.in. takich jak: „Narodne Listy”<sup>60</sup>, „Papeterie”<sup>61</sup>, „Frankfurter Zeitung”<sup>62</sup>, a mogące zainteresować polskiego odbiorcę<sup>63</sup>.

Z dużym prawdopodobieństwem można odnotować, że redakcja starała się sprostać wszelkim kierowanym pod jej adresem prośbom. Może o tym świadczyć informacja skierowana do czytelników w odpowiedzi na zapytanie o adres konkretnej

<sup>53</sup> Zob. m.in.: *Wojenne wady*, tamże 1921, nr 3, s. 1–3. Tekst dotyczący złych stosunków w handlu po wojnie, niespektowania dawnych zasad, szacunku dla klienta. Kwestia powiązań handlowych z innymi państwami. Apel do związków zawodowych, żeby zadbały o tę sprawę: „Zło zakorzeniło się bardzo, trzeba to sobie uprzytomnić i z całą energią wziąć się do dzieła byśmy u swoich i obcych nie tylko dla pracy naszej, ale przede wszystkim dla obowiązkowości i słowności nakazać umieli szacunek”. Zob. tamże, s. 3.

<sup>54</sup> Zob. m.in. *Rozwój historyczny wytwórczości papieru*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 1, s. 1–3.

<sup>55</sup> Zob. m.in. *Czytelnictwo u niewidomych*, tamże, s. 3–4.

<sup>56</sup> Zob. m.in. Br. Mańkowski, *O kulturę polskiej zabawki*, tamże, nr 11, s. 5–7.

<sup>57</sup> S. K., *Prasa fachowa...*, s. 2–4.

<sup>58</sup> Tamże, s. 4.

<sup>59</sup> *Ujednoczenie nazw w piernictwie*, „Papier i Galanteria” 1921, nr 2, s. 6–7.

<sup>60</sup> *Stan przemysłu pierniczego w Czechach*, tamże, nr 3, s. 3–5.

<sup>61</sup> *Drukarstwo we Francji*, tamże, s. 7.

<sup>62</sup> *Ceny gumy*, tamże, s. 8.

<sup>63</sup> Wśród innych zagranicznych pism wymieniono w tekstach m.in. amerykański „The Mill”, niemiecki „Industrie- und Handelszeitung”, angielski „The World’s Paper Trade Review”.

firmy: „Dokładnego adresu firmy zabawek i bawidełek «Okręt» podać nie możemy, albowiem przedsiębiorstwo to na kilkakrotne nasze listy dotąd odpowiedzieć nie raczyło. Listy jednak dochodzić muszą, bo poczta ich nie zwraca”<sup>64</sup>.

Redakcja planowała tematykę pisma na kolejny okres powiadamiając o swoich zamierzeniach odbiorców, np. „Idąc z prądem czasu stale doskonalić będziemy łamy informacyjne naszego czasopisma. W przyszłym kwartale zaczniemy opisywać nasze fabryki i wytwórnie. Redaktor nasz będzie je zwiedzał i opisywał, co dla naszych czytelników będzie miało znaczenie nie tylko informujące”<sup>65</sup>. Przykładem realizacji tego planu może być obszerny artykuł F. Wojciechowskiego dotyczący fabryki Edwarda Kręglewskiego w Poznaniu. Artykuł, jak na standardy pisma, był dosyć obszerny i zawierał bogaty materiał ilustracyjny: portret właściciela z jego autografem; widok ogólny gmachu fabrycznego; poszczególne działy fabryki: kopertownia, introligatornia, liniarnia oraz znaczek fabryczny (grafika)<sup>66</sup>. Pod koniec trzeciego kwartału 1922 roku w podsumowaniu redakcja zawiadamiała m.in., że każda nowość i wydawnictwo z branży dostawało na łamach pisma swoją notatkę recenzyjną. Informowała także, że w rezerwie było wiele artykułów naukowych i poglądowych do wykorzystania w kolejnych numerach<sup>67</sup>.

Trudno stwierdzić, kto był autorem poszczególnych tekstów. W większości przypadków tworzyła je redakcja, ale można przypuszczać, że niektóre informacje nadsyłali czytelnicy pisma, zainteresowani poruszonymi w nim sprawami. Świadczą o tym podziękowania od redakcji oraz zapewnienia o korzystaniu ze wszystkich wskazówek i informacji, o które wręcz prosiła odbiorców: „Ręka w rękę, oko w oko pracować będziemy nad rozpowszechnieniem przemysłu i handlu krajowego z pożytkiem szerokich kół społecznych”<sup>68</sup>. Kilka tekstów jest podpisanych nazwiskiem: F. Wojciechowski<sup>69</sup>, Br. Mańkowski<sup>70</sup>; a kilka inicjałami: S. K.<sup>71</sup>, mki.<sup>72</sup>, Frw.<sup>73</sup>. W niektórych tekstach powoływano się na zagraniczne doniesienia prasowe, cytowano fragmenty.

Z informacji od redakcji wynikało, że pismo miało dosyć duży oddźwięk w grupach zawodowych, do których było skierowane. Pisano o tym w każdym podsumowaniu kwartału. W numerze 10 podkreślano zwiększającą się grupę abonentów

<sup>64</sup> [Od Administracji], „Papier i Galanteria” 1922, nr 5, s. 12.

<sup>65</sup> Do naszych Czytelników, tamże, nr 6, s. 1–2.

<sup>66</sup> F. Wojciechowski, *Fabryka ksiąg handlowych, zeszytów i kopert Edward Kręglewski Tow. Akc. w Poznaniu*, tamże, nr 11, s. 1–4.

<sup>67</sup> Do naszych czytelników, tamże, nr 18, s. 1–2.

<sup>68</sup> Do naszych Czytelników, tamże, nr 6, s. 2.

<sup>69</sup> F. Wojciechowski, *Fabryka ksiąg...*, s. 1–4.

<sup>70</sup> Br. Mańkowski, *O kulturę...*

<sup>71</sup> S. K., *Prasa fachowa...*, s. 2–4.

<sup>72</sup> mki., *Sprawa regulowania rachunków*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 11, s. 5–7.

<sup>73</sup> Frw., *Papier a wybory*, tamże, nr 17, s. 1; tenże, *O szkołę rzeźby w Zakopanem*, tamże, nr 20, s. 1–2.

i ogłoszeniodawców w Polsce i zagranicą. Jako przykład popularności i uznania podano, że czasopismo fachowe „Papirnickie Rozchledy” (nr 7) — powołując się na „Papier i Galanterię” — zamieściło ceny papieru w Polsce. Zwracano uwagę na korespondencję od czytelników, którzy chwalili bogate informacje, a także korzyści, jakie wyniknęły z reklamowania się na łamach pisma<sup>74</sup>.

Po pierwszym kwartale funkcjonowania tytułu redakcja zawiadamiała, że pozyskano wielu „zwolenników i prenumeratorów” i codziennie przyjmowano nowe zgłoszenia z całego kraju, a także z Ameryki. Wykazywano zadowolenie, że trud powołania i prowadzenia pisma był zasadny:

Fachowcy z kół wytwórców i hurtowych oraz detalicznych konsumentów papieru, towarów galanteryjnych, zabawkarskich i pokrewnych, z pomiędzy grafików, księgarzy i intro-ligatorów powitali nasze wydawnictwo bardzo sympatycznie i ogłaszając u nas często nam oświadcza- li, że pozyskali odbiorców nowych z najrozmaitszych stron. Powstanie i rozpowszechnianie czasopism fachowych świadczy dobitnie o uprzemysłowieniu naszego kraju, który obudził się do życia samodzielnego nie tylko na tle politycznym, lecz także na niwie gospodarczej. Czasopismo fachowe nie tylko stałym bywa łącznikiem pomiędzy wytwórcą a konsumentem, lecz odzwierciedla także stan przemysłu krajowego i szuka dlań nowych rynków zbytu<sup>75</sup>.

Redakcja doceniała kontakt z odbiorcami, ale stawiała też pewne warunki, np. z zasady nie uwzględniano korespondencji bez podpisu<sup>76</sup>.

Wśród odbiorców byli wytwórcy, handlowcy — detaliści, hurtownicy, z przewagą detalistów<sup>77</sup>. Artykuły zapewniały czytelnikom informacje i wskazówki umożliwiające rozwój: „przez wytrwałą i skuteczną obronę interesów [...], przez podawanie notatek, z których każdy ma pogląd na rozwój naszych branż i przez podawanie cen za papier i artykuły biurowe, przez co chronimy przedstawicieli naszych branż przed stratami, którym ulegają nieinformujący się”<sup>78</sup>.

Redakcja starała się wytłumaczyć odbiorcom wszelkie poczynania, szczególnie jeżeli wiązało się to z podwyżkami abonamentu oraz stawek za ogłoszenia. Pod koniec trzeciego kwartału 1922 roku komentowano konieczność podwyżek. Pisano o trudnych warunkach, drożyznie, nowych stawkach podatkowych. Podawano, że w Niemczech upadło 140 gazet. Redakcja jednak liczyła na przychylność swoich odbiorców:

<sup>74</sup> [Czasopismo nasze „Papier i Galanteria”], tamże, nr 10, s. 12.

<sup>75</sup> Do naszych Czytelników, tamże, nr 6, s. 1.

<sup>76</sup> Od Redakcji, tamże, nr 13, s. 12.

<sup>77</sup> Do naszych czytelników, tamże, nr 18, s. 2.

<sup>78</sup> Tamże.



Dowody uznania i życzliwości dalszego zbożnego rozwoju, które poczta dotychczas składała na stole naszej redakcji napelniają nas ufnością, że poczet naszych Szan. Prenumeratorów i Czytelników nie tylko że się nie zmniejszy, lecz stale zwiększać się będzie pomimo wyższego abonamentu<sup>79</sup>.

Starła się uzasadniać potrzebę własnego istnienia i podnosić rangę swojej pracy na rzecz rozwoju przemysłu i handlu w branży papierniczej, galanteryjnej i pokrewnych.

Na walnym zebraniu Towarzystwa „Papier i Galanteria” z o.p., które odbyło się 21 listopada 1922 roku, po wyczerpującej dyskusji, w której głos zabrali wszyscy zebrani członkowie, zapadła uchwała o połączeniu z „Przeglądem Graficznym” i utworzeniu jednego pisma pt. „Przegląd Graficzny i Papierniczy”. Nowy tygodnik o zwiększonym formacie oraz rozszerzonej treści informacyjnej i ogłoszeniowej miał być wspólnym czasopismem Związku Zakładów Graficznych i Wydawniczych oraz Stowarzyszenia Polskich Kupców Papierniczych. Dotychczasowy redaktor miał pozostać na stanowisku, co dawało gwarancję, że podstawowe kwestie poruszane na łamach „Papieru i Galanterii” pozostaną bez zmian. Liczono na to, że zwiększenie liczby redaktorów i powiększony kapitał pozwolą na rozwój pisma<sup>80</sup>. Na zakończenie napisano:

Redakcja żegna dotychczasowego dyrektora wydawnictwa „Papier i Galanteria” p. W. Kostrzewskiego i dalszych członków Tow. z ogr. por. zachowując dlań wspomnienie wdzięczne za starania i wysiłki dla dotychczasowego czasopisma, wita też nowych wydawców, w których poznała również ludzi, ożywionych szlachetną tendencją służenia dobru społecznemu. Prenumeratorów, korespondentów i informatorów naszego wydawnictwa redakcja nie żegna, tusząc sobie w miejsce życzeń świątecznych i noworocznych, że ich wszystkich ujrzy z powrotem w gronie czytelników i przyjaciół „Przeglądu Graficznego i Papierniczego”<sup>81</sup>.

Mimo zaledwie dwóch roczników, które wyszły pod tytułem „Papier i Galanteria” wydaje się, że pismo spełniło swoją rolę. Mogą o tym świadczyć pojawiające się stale ogłoszenia, co na pewno było oznaką, że tytuł przyjął się w środowiskach zawodowych, dla których powstał. Doniesienia redakcji o zwiększającej się liczbie ogłoszeniodawców i abonentów są tego znakomitą potwierdzeniem. Różnorodność i bogactwo treści reprezentowane na łamach pisma „Papier i Galanteria” są godne uwagi i zasługują na odrębną, szczegółową analizę. Warto przyrzeć się, w jaki sposób twórcy pisma przedstawiali problematykę o tak szerokim zakresie tematycznym, starając się pogodzić interesy kilku branż. Wstępna analiza wykazała, że w znacznym

<sup>79</sup> Tamże.

<sup>80</sup> Redakcja, *Połączenie naszego czasopisma...*, s. 1–2.

<sup>81</sup> Tamże, s. 2.

stopniu redakcja wywiązała się z zadań, jakie powinny spełniać czasopisma fachowe — przekazywanie nowości naukowych i praktycznych w branży, informowanie o bieżącym stanie gospodarki, obowiązujących cennikach i prawodawstwie, prezentowanie rynków zagranicznych. Wszystko miało służyć wzmocnieniu konkretnych branż, podniesieniu poziomu firm i kwalifikacji pracowników. Tytuł „Papier i Galanteria” zniknął z rynku, ale tylko po to, aby powrócić w nowej odsłonie — bogatszy o treści i możliwości — tym samym rozszerzając swój zasięg oddziaływania.

## Bibliografia

- [Anons Redakcji], „Papier i Galanteria” 1922, nr 9, s. 6.  
[Bacność Kupcy i Przemysłowcy!], „Papier i Galanteria” 1922, nr 4, s. 5.  
*Ceny gumy*, „Papier i Galanteria” 1921, nr 3, s. 8.  
[Czasopismo nasze „Papier i Galanteria”], „Papier i Galanteria” 1922, nr 10, s. 12.  
*Czytelnictwo u niewidomych*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 1, s. 3–4.  
*Do naszych Czytelników*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 6, s. 1–2.  
*Do naszych czytelników*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 18, s. 1–2.  
*Do wszystkich Stowarzyszeń i Związków Zawodowych*, „Papier i Galanteria” 1921, nr 1, s. 3–4.  
*Drukarnstwo we Francji*, „Papier i Galanteria” 1921, nr 3, s. 7.  
Dworecki Z., *Poznań i poznaniacy w latach Drugiej Rzeczypospolitej. 1918–1939*, Poznań 1994.  
Frw., *O szkołę rzeźby w Zakopanem*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 20, s. 1–2.  
Frw., *Papier a wybory*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 17, s. 1.  
Grzegorzczak P., *Prasa*, [w:] *Dziesięciolecie Polski odrodzonej 1918–1928. Księga pamiątkowa*, Kraków 1928, s. 675–688.  
Mańkowski B., *O kulturę polskiej zabawki*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 11, s. 5–7.  
mki., *Sprawa regulowania rachunków*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 11, s. 5–7.  
Nowak P., *Poznań jako ośrodek wydawniczy w dwudziestoleciu 1919–1939*, Poznań 1997.  
[Od Administracji], „Papier i Galanteria” 1922, nr 5, s. 12.  
*Od Redakcji*, „Papier i Galanteria” 1921, nr 1, s. 1.  
*Od Redakcji*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 13, s. 12.  
[Od Wydawnictwa], „Papier i Galanteria” 1922, nr 7, s. 12.  
[Od Wydawnictwa. Do naszych Czytelników], „Papier i Galanteria” 1922, nr 6, s. 12.  
[Ogłoszenia], „Papier i Galanteria” 1921, nr 1, s. 1.  
[Okólnik drugi], Poznań [1921].  
[Okólnik pierwszy], Poznań [1921].  
Paczkowski A., *Prasa polska w latach 1918–1939*, Warszawa 1980.  
[„Papier i Galanteria”], „Papier i Galanteria” 1922, nr 16, s. 9.  
[„Papier i Galanteria”], „Papier i Galanteria” 1922, nr 18, s. 12.

- Pokorzyńska E., „*Polska Gazeta Introligatorska*”. *Dzieje czasopisma i analiza zawartości*, „Zeszyty Kaliskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk” 2013, t. 13, s. 44–78.
- [Prasa zawodowa], „Papier i Galanteria” 1922, nr 3, s. 5.
- Redakcja, *Połączenie naszego czasopisma z „Przełęczem Graficznym”*. *Likwidacja Towarzystwa z ogr. por. „Papier i Galanteria”*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 24, s. 1–2.
- Redakcja i Wydawnictwo, *Do naszych czytelników*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 12, s. 1.
- Rozwój historyczny wytwórczości papieru*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 1, s. 1–3.
- S. K., *Prasa fachowa i stosunek jej do przemysłu i handlu*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 6, s. 4.
- Stan przemysłu papierniczego w Czechach*, „Papier i Galanteria” 1921, nr 3, s. 3–5.
- Towary poszukiwane*, „Papier i Galanteria” 1921, nr 3, s. 12.
- Towary poszukiwane*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 2, s. 8.
- Towary poszukiwane*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 23, s. 12.
- Ujednolicenie nazw w papiernictwie*, „Papier i Galanteria” 1921, nr 2, s. 6–7.
- Wojciechowski F., *Fabryka ksiąg handlowych, zeszytów i kopert Edward Kręglewski Tow. Akc. w Poznaniu*, „Papier i Galanteria” 1922, nr 11, s. 1–4.
- Wojenne wady*, „Papier i Galanteria” 1921, nr 3, s. 1–3.
- Załubski J., *Prasa i ruch wydawniczy*, [w:] *Dzieje Poznania*, t. 2, 1918–1945, Warszawa 1998, s. 1288–1317.
- Zawodowe czasopiśmiennictwo drukarskie*, „Przełęcz Graficzny, Wydawniczy i Papierniczy” 1931, nr 27, s. 285–286.