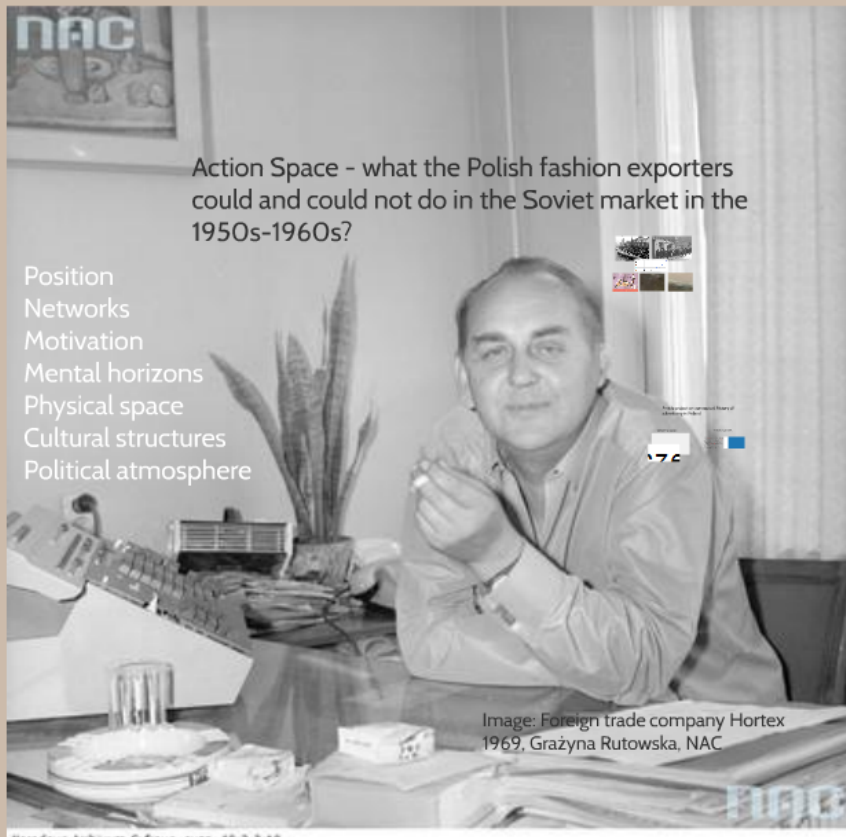


Mapping the Invisible

Mila Oiva
Cultural History
University of Turku

PhD

Postdoc



PhD - fun and nice anecdotes, but I can not say anything general or fundamental.

- lack of digitized data - using 'hobby data' (web crawler) and OCR.

- using a variety of 'medium size' data for understanding the general trends and mapping the black holes.

- Absence of the non-English speaking world and the majority of cultures (national, subcultures).

Interested in visualization of different perspectives, and how different cultural and language backgrounds effect what we consider as 'truth',

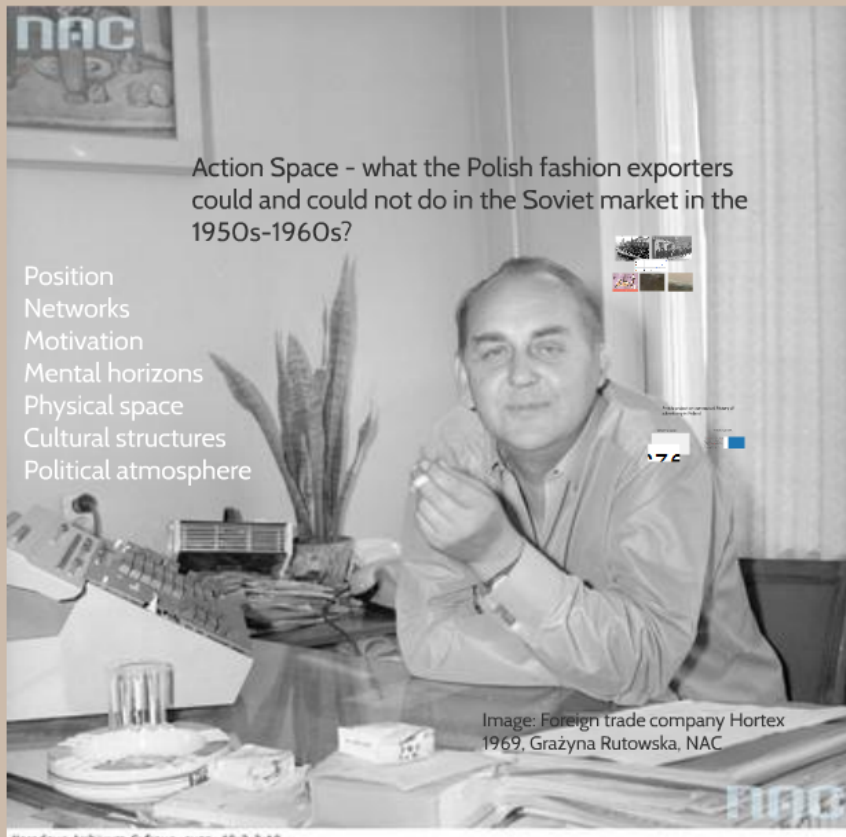
and in developing the concept of 'action space' further based on (as) big data (as possible).

Mapping the Invisible

Mila Oiva
Cultural History
University of Turku

PhD

Postdoc



PhD - fun and nice anecdotes, but I can not say anything general or fundamental.

- lack of digitized data - using 'hobby data' (web crawler) and OCR.

- using a variety of 'medium size' data for understanding the general trends and mapping the black holes.

- Absence of the non-English speaking world and the majority of cultures (national, subcultures).

Interested in visualization of different perspectives, and how different cultural and language backgrounds effect what we consider as 'truth',

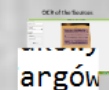
and in developing the concept of 'action space' further based on (as) big data (as possible).

Action Space - what the Polish fashion exporters could and could not do in the Soviet market in the 1950s-1960s?

Position
Networks
Motivation
Mental horizons
Physical space
Cultural structures
Political atmosphere



Article project on conceptual history of advertising in Poland



Adv

Image: Foreign trade company Hortex



www.polskiemotocykle.mik.pl

CHARAKTERYSTYKA TECHNICZNA

Typ silnika	300-4. 4-sylowy
Prędkość maksymalna	120 km/h
Wymiary	1800 mm
Waga	100 kg
Wymiary	1800 mm
Waga	100 kg
Wymiary	1800 mm
Waga	100 kg
Wymiary	1800 mm
Waga	100 kg

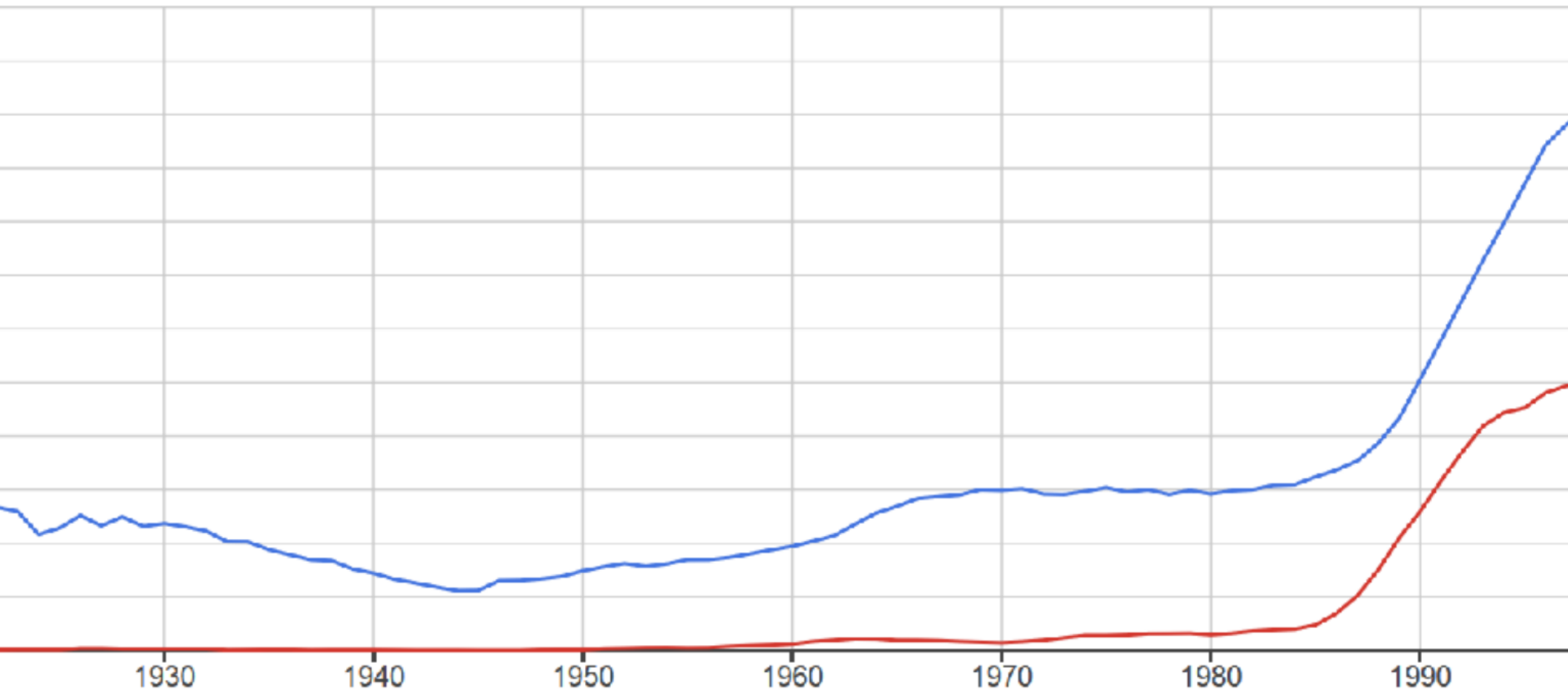
Osa -W-F-M-

Przewsta budowa, przy jednoczesnym zachowaniu pełnej elastyczności i wytrzymałości konstrukcyjnej, dzięki osi słonecznej. Osi posiada dwukrotny w wygięciu, który w połączeniu z elastyczną tylną i przednią, a także wytrzymałym i elastycznym zawieszaniem nadprzodkiem.

Model „Osa” to pomoc w pracy, niezależność czasu, rozrywka i wyprzedaż.

WARSZAWSKA FABRYKA MOTOCYKLI, WARSZAWA, MINSKA 25



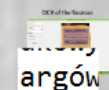


Action Space - what the Polish fashion exporters could and could not do in the Soviet market in the 1950s-1960s?

Position
Networks
Motivation
Mental horizons
Physical space
Cultural structures
Political atmosphere



Article project on conceptual history of advertising in Poland



Advertising Studies

Adv

Image: Foreign trade company Hortex

Article project on conceptual history of advertising in Poland

OCR of the Sources

The screenshot displays a document viewer with OCR results. The main text is in Polish and discusses the history of advertising in Poland. It mentions that advertising in Poland began to take shape in the 19th century, primarily through newspapers. The text describes how advertising agencies emerged as a result of the growing demand for advertising services. It also notes that advertising in Poland was initially limited to simple text-based advertisements, but over time, it evolved to include more complex and creative forms.

Preliminary Results

Przebieg (Advertising) w okresie wczesnym, to jest w okresie przedwojennym, polegał na prostym przekazaniu informacji o produkcie lub usługach.

Drugie Tabele Prezentowały: **prezentowały** w sposób prosty i bezpośredni, bez dodatkowych elementów graficznych i typograficznych, które miałyby przyciągnąć uwagę odbiorcy.

Przebieg (Advertising) w okresie późnym, to jest w okresie międzywojennym, charakteryzował się już bardziej skomplikowanymi i kreatywnymi formami reklamy, które wykorzystywały różne techniki i środki wyrazu.

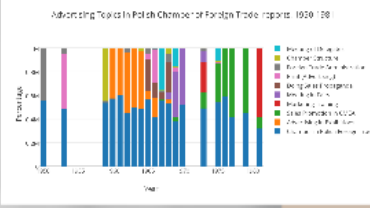
Przebieg (Advertising) w okresie późnym, to jest w okresie międzywojennym, charakteryzował się już bardziej skomplikowanymi i kreatywnymi formami reklamy, które wykorzystywały różne techniki i środki wyrazu.

Przebieg (Advertising) w okresie późnym, to jest w okresie międzywojennym, charakteryzował się już bardziej skomplikowanymi i kreatywnymi formami reklamy, które wykorzystywały różne techniki i środki wyrazu.

Przebieg (Advertising) w okresie późnym, to jest w okresie międzywojennym, charakteryzował się już bardziej skomplikowanymi i kreatywnymi formami reklamy, które wykorzystywały różne techniki i środki wyrazu.

Przebieg (Advertising) w okresie późnym, to jest w okresie międzywojennym, charakteryzował się już bardziej skomplikowanymi i kreatywnymi formami reklamy, które wykorzystywały różne techniki i środki wyrazu.

Przebieg (Advertising) w okresie późnym, to jest w okresie międzywojennym, charakteryzował się już bardziej skomplikowanymi i kreatywnymi formami reklamy, które wykorzystywały różne techniki i środki wyrazu.

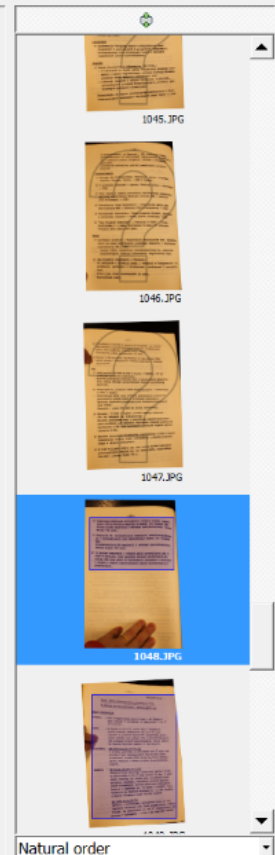
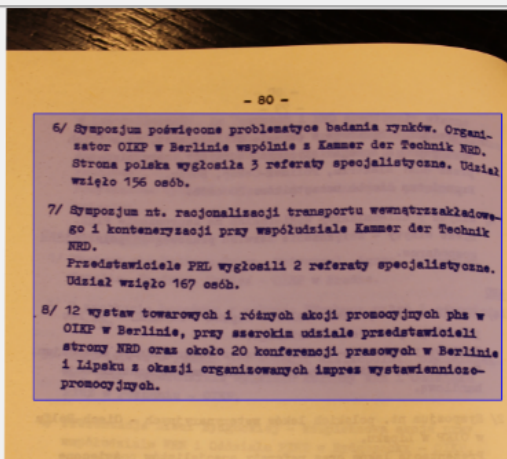


OCR of the Sources

KIG1973 - Scan Tailor 0.9.11.1 [64bit]

File Tools Help

- 1 Fix Orientation
 - 2 Split Pages
 - 3 Deskew
 - 4 Select Content
 - 5 Margins
 - 6 Output
- Content Box
- Auto Manual
- Scope
- Apply to ...



OCRKIG1950 - Notepad

File Edit Format View Help

ŚWŁQZÁNBÁBÁHEDADVĹ 02m0 1 UMDÓLSK EJ IZBY HANDLJZAGQÁMSŁCZNEGQŹUZZUAŁMNMN uznw%M050% WSTeP Sprawozdanie niniejsze jest pierwszym sprawozdaniem rocznym z działalności Polskiej Izby Handlu Zagranicznego Stanowi ono przewidziane statutem sprawozdanie Prezydiumi Rady i daje okazję do ogólnikowego choćby zanalizowania działalności Izby w minionym roku. Aczkolwiek sprawozdanie obejmuje prace Polskiej Izby Handlu Zagranicznego w roku 1950 jest rzeczą niezbędną omówienie w nim również początkowych prac organizacyjnych, których część przypada na ostatnie miesiące roku 1949 I ZORGANIZOWANIE POLSKIEJ IZBY HANDLU ZAGRANICZNEGO Polska Izba Handlu Zagranicznego została powołana Dekretem z dnia 28 września 1949 roku. Dekret zawiera przepisy dotyczące zadań i zakresu działania Izby, składu Izby oraz składu władz Izby w dniu 24 października 1949 roku zostały nadany Izbie uchwały Rady Ministrów statut, określający zadania i za okres działania pozostających organów P.I.H.Z. 19 października 1949 roku Prezes Rady Ministrów nawiosek Ministra Handlu Zagranicznego mianował Prezesa Izby. Członkami Izby stały się z prawa wszystkie Centrały i Biura Handlu Zagranicznego, Narodowy Bank Polski, Bank Handlowy, Powszechny Zakład ubezpieczeń Wzajemnych, Towarzystwo ubezpieczeniowe WARTA S.A., Polskie Przedsiębiorstwa Żegluga Morskiej, Portowe i Transportu Międzynarodowego. Powyższe akty prawne powołały Izbę do życia i dla rozpoczęła się z momentem pierwszego k'nstytuująe3° Ogólnego zebrania członków P.I.H.Z. które odbyło się 11 listo pada ogólne Zebranie dokonało wyboru członków Izby tj. Prezydium, Rady i Komisji Re negocjacji 1949 władz kolegialny Y'hwizyjnej oraz ustaliło wytyczne dla prac Izby na pozostałe miesiące 1949 roku Wytyczne te dotyczyły zorganizowania ap w Ciągu 1949 roku odbyły się jeszcze dwa Ogólne zebrania w dniach 15 i 50 grudnia, poświęcone uchwaleniu budżetu Izby na 1949 rok i projektu preliminarza budżetowego na 1950 rok. Miesiące listopad i grudzień 1949 roku stanowiły okres, w którym wykonane zostały zadania organizacyjne. Zgodnie z wytycznymi pierwszego Ogólnego Zebrania uchwalony został przez Prezydium schemat organizacyjny Biura Izby i regulamin zakresu czynności Biura Izby oraz regulamin kancelaryjny Rada Izby powołała następujące sekcje: Ekspertów i Powiernictwa, Polityki Arbitrażowej, Wystaw i Targów oraz Sekcję Morską w Gdyni. Utworzono Kolegium Arbitrów przy P.I.H.Z., opracowano taryfę opłat za arbitraż i przepisy o wynagrodzeniu członków zespołów sądczych Kolegium oraz regulamin Kolegium Arbitrów w dniu 17 grudnia odbyło się posiedzenie Kolegium Arbitrów, które dokonało wyboru Prezydium Kolegium. N Rozpoczęły również prace poszczególne działy Biura Izby Wysłano zawiadomienia o powstaniu Izby do placówek obcych w Polsce, zagranicznych izb handlowych itp Biuro Izby wydawało świadectwa pochodzenia na towary eksportowane i inne zaświadczenia potrzebne w handlu zagranicznym Rozpoczęto prace dotyczące zorganizowania aparatu ekspertów przy Polskiej Izbie Handlu Zagranicznego w tym celu wysłano szereg ankiet do Central h.z. Centralnych Zarządów, Giełd Zbożowo-Towarowych, Izb Handlowych, wyższych zakładów naukowych itp Przeprowadzono prace przygotowawcze dla przejęcia dniem 1 stycznia 1950 roku Wydziału Zagranicznego Komisariatu Rządu dla Spraw Wystaw i Targów aratu Izby oraz utworzenia Kolegium Arbitrów przy P.I.H.Z w związku z pracami badawczymi Izby rozpoczęto zbieranie materiałów naukowych i bibliografii z dziedziny handlu zagranicznego i dziedzin pokrewnych. Rozesłano ankietę do Central h.z. w celu ustalenia w jakim zakresie badania ekonomiczne są przeprowadzane przez poszczególne Centrale. Należy podkreślić, że nakreślony przez Ogólne Zebranie plan prac wstępnych Izby został wykonany całkowicie, mimo szeregu istniejących trudności jak trudności lokalowe, trudności w doborze personelu itp. Rozpoczęto prace w kilku działach i stworzono podstawy organizacyjne, które umożliwiły wykonanie przez Izbę w 1950 roku zadań nałożonych na nią przez Dekret z dnia 28 września 1949 r. 11° OGÓLNE Ogólnie ujętym zadaniem Izby jest zgodnie z postanowieniem Dekretu z 28.IX.1949 r. rozwijanie stosunków gospodarczych Polski z zagranicą. Art. 5 Dekretu wyszczególnia to zadanie w 18 punktach Tematycznie zadania Izby można podzielić na 4 zasadnicze grupy: zadania operatywne, opiniodawcze, badawcze i działalność wydawnicza. W pierwszej grupie zadań tj. zadań operacyjnych Dekret wymienia m.in.: utrzymywanie stosunków z zagranicznymi instytucjami i organizacjami zajmującymi się zagadnieniami handlu zagranicznego, udzielanie tym organizacjom informacji w zakresie polskiego handlu zagranicznego, legalizację faktur, wydawanie świadectw pochodzenia i innych za świadczeń potrzebnych w obrocie międzynarodowym, ustanawianie ekspertów Izby i ustalanie taryf dla tych ekspertów, organizowanie udziału Polski w zagranicznych targach i wystawach międzynarodowych. Jako zadania opiniodawcze Izby Dekret wymienia: składanie władzom centralnym wniosków, spostrzeżeń, i informacji w sprawach związanych z handlem zagranicznym oraz udzielanie władzom centralnym na ich żądania opinii o projektach aktów ustawodawczych i umów, składanie władzom wniosków w sprawie składowania, opakowania, znakowania i transportu artykułów eksportowych. Zadania Izby w dziedzinie badań obejmują zarówno badania ekonomiczne jak i badania prawne. Do dziedziny badań ekonomicznych wchodzi badanie wszelkich przejawów życia gospodarczego zagranicą, a w szczególności zbieranie i opracowywanie

85%

10:06
9.4.2015

Preliminary Results

Print (Advertising): wydawnictw wydawnictwa p.i.h.z phz realizacji zwłaszcza trudności pozycji papieru planu pawilonu braku paged ilości często wykonania rolimpex trwania dalspo ocena

Doing Sales Propaganda: propagandowych opakowań tworzenia koncentracji skór przypadkach wykorzystywania reguły bieżącym przygotowania osiągnięcia sprawa realizacji aparat wystawiennicza danej współdziałania delegacje swój dalszych

Advertising in Exhibitions: imprez zespół wystawiennictwa pawilonów zespołu branżowych targów oddział reklamy kolektywnych targowych kosztów koszty wydział stoisk rejonie reklamowych planu obudowy elementów

Meeting of Delegates: p.h.z przewodnictwem universal stronie delegacja pow wyrobów agros dot chamber umieszczono zwiędzanie spotkania urzędzenia grupy tydzień wojewódzkimi wizyta cekop przewodniczący

Foreign Trade Administration: dyr opinie p.i.h.z sekcja badań centrale h.z komisję przepisów handlem m.h.z central zagadnień prawnych sekcji bądź arbitrażu biura komórek zwyczajów

Sales Promotion in CMEA: organizator phz pihz uczestniczyło promocji gospodarczej gospodarki rwpg dni maszyny rynkach promocyjnych pow sprzęt mln wykaz promocyjnej nrd lecia okazji

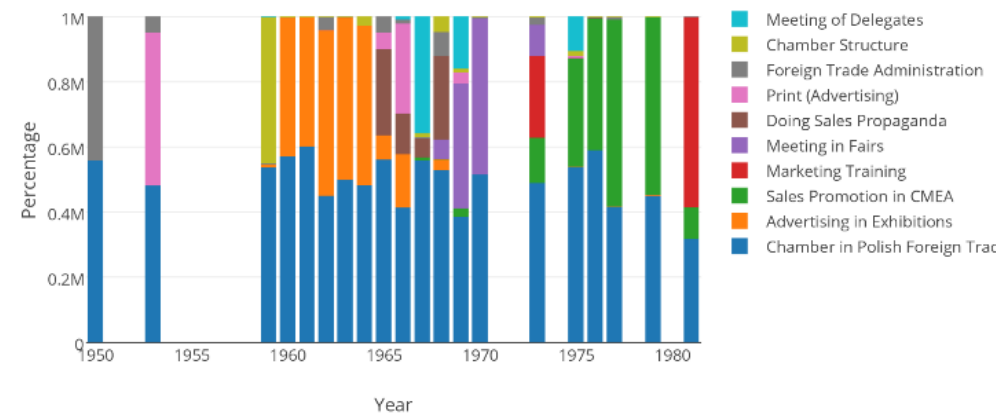
Meeting in Fairs: ośrodek prl p.h.z technicznej dni organizator spotkań lecia zorganizowano dniach obszarze promocji ihz stoisko orbis notek spotkanie nrf informacji ośrodka

Marketing Training: reformy iii rwpg gospodarczej sytuacji krajami iia plhz współpracy marketingu była oie seminarium eksporterów wystawowa zlecenie zagranicznego klubów wzięto informatyki

Chamber in Polish Foreign Trade: izby handlu zagranicznego pihz eksportu zakresie działalności polskiej polski izba przemysłu zagranicznych pracy udział działalność współpracy krajów polskiego informacji polskich

Chamber Structure: warszawa rady prezydium przem p.p oddziału komisja łódź gdynia centr rada s.a członkowie lecia p.p.w posiedzeniach obrad władz szczecin członkow

Advertising Topics in Polish Chamber of Foreign Trade reports, 1950-1981

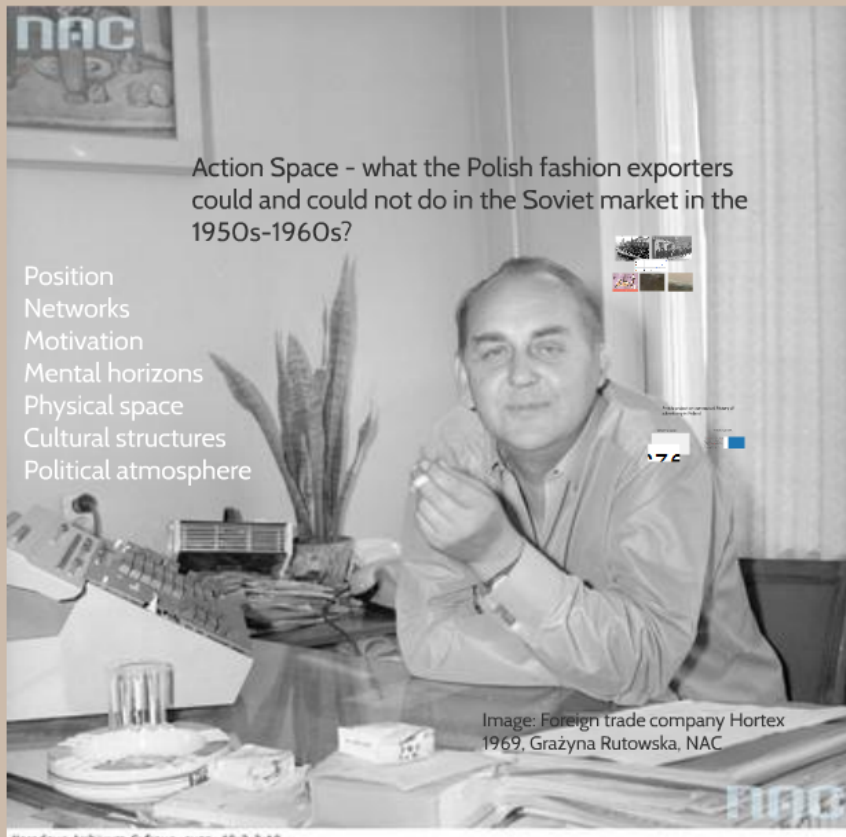


Mapping the Invisible

Mila Oiva
Cultural History
University of Turku

PhD

Postdoc



PhD - fun and nice anecdotes, but I can not say anything general or fundamental.

- lack of digitized data - using 'hobby data' (web crawler) and OCR.

- using a variety of 'medium size' data for understanding the general trends and mapping the black holes.

- Absence of the non-English speaking world and the majority of cultures (national, subcultures).

Interested in visualization of different perspectives, and how different cultural and language backgrounds effect what we consider as 'truth',

and in developing the concept of 'action space' further based on (as) big data (as possible).

PhD - fun and nice anecdotes, but I can not say anything general or fundamental.

- lack of digitized data - using 'hobby data' (web crawler) and OCR.

- using a variety of 'medium size' data for understanding the general trends and mapping the black holes.

- Absence of the non-English speaking world and the majority of cultures (national, subcultures).



Interested in visualization of different perspectives, and how different cultural and language backgrounds effect what we consider as 'truth',

and in developing the concept of 'action space' further based on (as) big data (as possible).

A world of languages

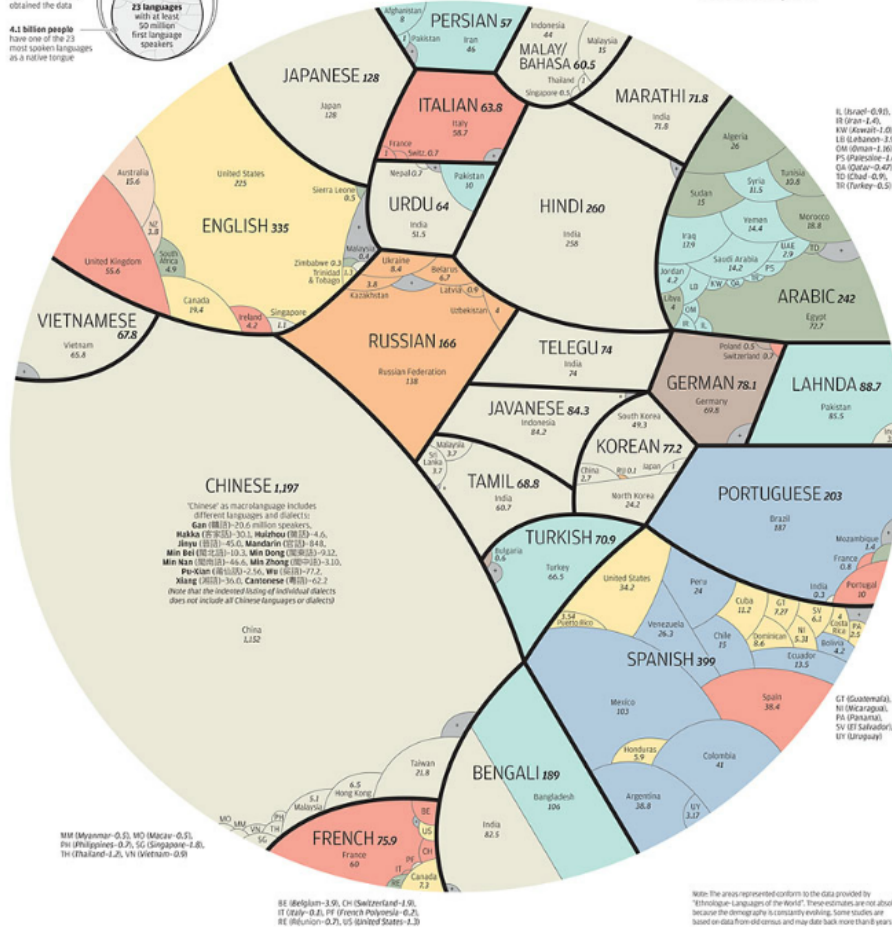
There are at least 7,000 known languages alive in the world today. Twenty-three of these languages are a mother tongue for more than 50 million people. The 23 languages make up the native tongues of 4.1 billion people. We represent each language within black borders and then provide the numbers of native speakers (in millions) by country. The colour of these countries shows how languages have taken root in many different regions.



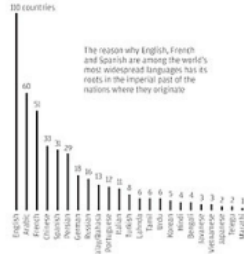
Regions in which these languages are present



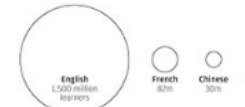
Countries whose figures in each language is too small to be represented have been put into a single group and marked with the symbol 'v'.



Number of countries in which this language is spoken



Most popular languages being learned around the world



Distribution of living languages by country



Sources: Ethnologue: Languages of the World, CIA, UN, UNESCO, United Nations, University of Düsseldorf, The Washington Post.

SCP Graphic, Alberta-Casas-López.

PhD - fun and nice anecdotes, but I can not say anything general or fundamental.

- lack of digitized data - using 'hobby data' (web crawler) and OCR.

- using a variety of 'medium size' data for understanding the general trends and mapping the black holes.

- Absence of the non-English speaking world and the majority of cultures (national, subcultures).



Interested in visualization of different perspectives, and how different cultural and language backgrounds effect what we consider as 'truth',

and in developing the concept of 'action space' further based on (as) big data (as possible).