

336 wydań, czyli jak tworzyliśmy miesięcznik GEODETA

Naprzeciw potrzebom



Historia GEODETY, jak to zwykle bywa, zaczęła się od dobrego konceptu. Kilku entuzjastów geodezji wpadło w 1995 roku na pomysł stworzenia komercyjnego czasopisma branżowego. Nikt wtedy nie przypuszczał, że ta przygoda będzie trwała aż 28 lat!

Katarzyna Pakuła-Kwiecińska,
Jerzy Przywara

Wszystko, co dobre, kiedyś się kończy. Po blisko trzech dekadach na rynku przyszła kolej na zawieszenie wydawania miesięcznika GEODETA. Nie jesteśmy pierwsi i na pewno nie ostatni, którzy decydują się na takie posunięcie. Niestety, dzisiaj wydawanie czasopisma po prostu się nie opłaca. Zwłaszcza branżowego o niewielkim nakładzie, w dodatku niezależnego, czyli bez smyczy w postaci finansowania przez państwowego, komercyjnego czy innego sponsora i bez wchodzenia z nim w jakieś niewygodne relacje. Powiedzmy sobie otwarcie, czytelnictwo prasy w Polsce zjeżdża od wielu lat po równi pochyłej, a geodeci nie są tutaj jakimś wyjątkiem. Jeśli do tego dodamy wysoką inflację, szybki wzrost płac, a także kosztów najmu lokali, energii, papieru, druku i innych usług, staje się jasne, że cena za egzemplarz czasopisma musiałaby być absurdalna, żeby nie trzeba było do tego interesu dokładać.

Nigdy nie lubiliśmy się chwalić, nie zabiegaliśmy o rozgłos, nie pchaliśmy się na afisz. Właściwie nawet nie pisaliśmy o sobie, co najwyżej z okazji kolejnej okrągłej rocznicy. Ale w ostatnim wydaniu GEODETY opublikowanym przez naszą redakcję postanowiliśmy odstąpić od tej zasady i przedstawić kulisy powstawania

czasopisma. I choć można by na ten temat napisać obszerną monografię, bo przecież ciągle coś się dzieło, ograniczymy się tylko do spraw najważniejszych. Zapraszamy Czytelników do wspólnej podróży w czasie.

• Jak to drzewiej było

Oferta geodezyjnych wydawnictw w 1995 roku była bardzo skromna. Czasopisma branżowe (naukowe i stowarzyszeniowe) przeżywały kryzys, ukazywały się ze znacznym opóźnieniem i były oderwane od aktualnych spraw. Pisma ukierunkowanego na rynek nie było w ogóle, a i ten rynek był początkowo słabutki. Transformacja gospodarcza w kraju dopiero się rozkręcała. W geodezji istniało jeszcze wiele ogromnych – z dzisiejszej perspektywy – przedsiębiorstw państwowych, które wchodziły dopiero w proces prywatyzacji, ucząc się jednocześnie funkcjonowania w warunkach wolnego rynku. Masowo zwalniani z nich pracownicy zakładali swoje pierwsze firmy.

Nie istniał zlikwidowany w 1987 roku GUGiK, a jedynie Departament Główny Geodety Kraju w Ministerstwie Gospodarki Przestrzennej i Budownictwa. Reforma administracyjna, a wraz z nią reorganizacja geodezji urzędowej, miała nastąpić dopiero za 4 lata (1999). Mapy kreśliło się rapido-



grafami na aluminiowych planszach, a oznaką postępu były warstwy na foliach. Na tachimetr mało kto mógł sobie pozwolić (koszt rzędu niedużego zachodniego auta), właśnie zniesiono amerykańskie embargo na odbiorniki GPS (miały rozmiar sporej walizki). Inne nawigacyjne systemy satelitarne były poza wszelkim wyobrażeniem. Staliśmy więc u pro-

gu boomu technologicznego i ogromnych przeobrażeń w funkcjonowaniu geodezji. Wszystko to sprawiało, że głód wiedzy był duży i nasz miesięcznik doskonale wpasował się w to zapotrzebowanie.

• Koty za płoty

W czerwcu 1995 r. ukazał się na rynku pierwszy GEODETA zawierający 48 stron, głównie czarno-białych, drukowanych na offsetowym papierze. Całe wydanie rozesłaliśmy bezpłatnie do firm geodezyjnych w kraju. Od lipca cena egzemplarza wynosiła 6 zł (60 tys. zł na stare pieniądze, jak to się wówczas mówiło). Szybko okazało się, że nasze przedsięwzięcie jest strzałem w dziesiątkę. Internetu w Polsce jeszcze nie było, a więc czasopismo stało się jedynym ogólnopolskim forum wymiany niezależnej myśli. Sprzedaż szybko rosła, by wkrótce osiągnąć poziom 3 tys. egzemplarzy. Nie zawiedli również podejmujący z nami współpracę reklamodawcy. Tak więc GEODETA miał dwa solidne źródła finansowania, co zapewniało redakcji komfort pracy. Jeśli przyjąć ostrożnie 60 stron jako średnią objętość numeru (były i takie wydania, które miały ponad 80),



to w wydanych 336 numerach było tych stron ponad 20 tys. Oprawione roczniki zajmują na półce półtora metra bieżącego.

• Techniczne wygibasy

Jednak wykonanie tej gigantycznej pracy nie przyszło łatwo. Redakcja początkowo zatrudniała 3 osoby (w tym dwie na etacie), a na wyposażeniu miała zaledwie jeden komputer, drukarkę oraz faks. Trudno to sobie dzisiaj wyobrazić, zwłaszcza że zawodność ówczesnego sprzętu była znacznie większa niż obecnie. Komputer (jak na dzisiejsze standardy) był bardzo wolny, oprogramowanie zawieszało się kilka razy dziennie i maszynę trzeba było uruchamiać od początku, co zajmowało mnóstwo czasu i czemu nierzadko towarzyszyła utrata całych plików.

Mimo że sprzęt był profesjonalny, stale brakowało miejsca na dysku, a ponieważ nagrywarek CD nie było w powszechnym użyciu, archiwizowanie danych wymagało skomplikowanej logistyki i było realizowane w zewnętrznej firmie (kto pamięta jeszcze SyQuesty służące do przenoszenia dużej ilości danych?). W takiej sytuacji nietrudno było o przypadkowe usunięcie danych potrzebnych do właśnie opracowywanego wydania.

Wiele tekstów nadsyłano do redakcji w formie rękopisów lub maszynopisów, które pracownicy przepisywaliśmy. Z kolei te dostarczane na dyskietkach (jeszcze 1,44 cala) często pochodziły z różnych edytorów tekstu, których Word nie chciał czytać, więc i tak wychodziło na to samo. Dopiero kilka lat później trafił do redakcji pierwszy program do rozpoznawania drukowanego tekstu. Zdjęcia trzeba było najpierw zrobić w terenie, potem wywołać film i wykonać odbitki, a na końcu wybrane kadry zeskanować i dopiero obrócić w programie graficznym. Było to kosztowne, czasochłonne i często okazywało się, że efekt końcowy znacznie odbiega od oczekiwań.

• Rozgrzybanie drukarni

O ile praca biurowa była nam już wcześniej nieobca, o tyle współpraca z drukarniami stanowiła całkiem nowe wyzwanie. Dzięki kontaktom towarzyskim udało się nam nieco na temat druku dowiedzieć i z trudem można było drukować pierwsze wydanie. Doświadczenie w tym zakresie zdobywaliśmy latami, budując w sumie niezłe relacje z kolejnymi drukarniami. Początkowo przygotowanie do druku wyglądało tak, że roz-



warstwione na 4 kolory pliki postscriptowe były naświetlane w zewnętrznej firmie na wielkich foliach, które woziliśmy do drukarni razem z próbami kolorów. Tam dokonywano montażu i przedstawiano nam do akceptacji ozalidowe kopie. Dopiero po tym drukarnia przechodziła do swojego głównego zadania, czyli druku.

Wreszcie po kilku dniach jechaliśmy po odbiór gotowych paczek z GEODETĄ. Jak łatwo policzyć, w każdym miesiącu składaliśmy co najmniej 3 wizyty w drukarni na obrzeżach miasta, co zajmowało długie godziny.

Z czasem ułatwienia w tej współpracy polegały na tym, że zamiast folii woziliśmy do drukarni pliki PDF, a później przesyłaliśmy je od razu na serwer. Od 2002 roku również akceptacja do druku odbywała się zdalnie, czyli zdołaliśmy przejść na proces całkowicie cyfrowy – od napisania artykułu do jego puszczania na maszyny drukarskie. Już wcześniej transport do redakcji wzięła na siebie drukarnia, a więc liczba naszych wizyt została zredukowana do zera. Ale sam druk jeszcze długo był offsetowy. Dopiero w lutym 2023 r. przeszliśmy na druk w pełni cyfrowy.

• Espedycja pod górkę

Transport GEODETY z drukarni był zawsze w redakcji dużym wydarzeniem. Kto mógł, zabierał się do pakowania. Początkowo samodzielnie wykonywaliśmy foliowanie i etykietowanie wszystkich przesyłek. Za pomocą archaicznego zgrzewarki i foliowego rękawa pakowaliśmy GEODETĘ dla naszych klientów. Była to męcząca praca fizyczna, o zapachu palonej folii nawet nie wspominając. Potem jeszcze tylko przykleić etykiety i już można było wysyłać. No i tu zaczynał się horror. Poczta Polska w tamtych latach nie miała dla takich klientów żadnej specjalnej oferty. To znaczy, że co miesiąc trzeba było 750 kg czasopisma zawieźć samochodem osobowym (innego nie mieliśmy) jak najbliżej poczty (parking był czasami kilkadziesiąt metrów od wejścia), a następnie – jak zwykły klient – przynieść całość do okienka. Wykonywały tę pracę przez dłuższy czas dwie dziewczyny, z których jedna jest podpisana pod tym artykułem. Potem się poprawiło, bo... doszła jeszcze jedna koleżanka. Oczywiście blokowanie przez nas dłuższy czas okienka pocztowego spotykało się z niezadowoleniem ze strony innych klientów, czemu dawali jawnie wyraz. Zresztą urzędnic-

ki pocztowe też nie były nami zachwycone. Nic więc dziwnego, że za każdym razem zrealizowanie wysyłki było drogą przez mękę. Po kilku latach pakowanie przejęła drukarnia, a ekspedycja odbywała się już profesjonalnie w specjalnej placówce pocztowej przystosowanej do masowej wysyłki.

Z wysyłką wiązało się oczywiście wystawianie faktur. Najpierw robiliśmy to ręcznie (na szczęście nie wszyscy domagali się faktur), później kupiliśmy jakiś prosty program, ale ciekawostką jest to, że bazę prenumeratorów i faktur prowadziliśmy dłuższy czas w Excelu. Jednak przy setkach klientów stało się to tak uciążliwe, że rozpaczliwie szukaliśmy jakiegoś rozwiązania. Po wielu trudach i nieudanych próbach (kiedy np. zamówiliśmy oprogramowanie w pewnej firmie, która po kilku miesiącach się z tego wycofała) udało nam się znaleźć odpowiednie narzędzie

do kompleksowej obsługi prenumeratorów. Pełnię szczęścia zakłócało to, że program co jakiś czas się wieszał na amen i wymagał wówczas wizyty serwisanta. W końcu sprzedawca zaproponował zmianę platformy, co miało być kosztować majątek. Dopiero kolejny program kupiony w jeszcze innej firmie spełnił nasze oczekiwania i był rozwijany w miarę potrzeb. Sprawa fakturowania prenumeratorów przestała nam wreszcie spędzać sen z powiek.

• Ludzie przede wszystkim

Najważniejszą częścią tego przedsięwzięcia byli jednak zawsze ludzie. Wszystko można było w redakcji podmienić bez większej szkody, ale ludzi nie. W sumie zatrudnialiśmy przez ten czas na pełnym etacie 25 osób. Trzon założyła jednak szóстка, która prawie w całości dotrwała do końca. Od pierwszego wydania redakcję tworzyły Katarzyna Pakuła-Kwiecińska (redaktor naczelny) i Anna Wardziak (sekretarz redakcji). Wkrótce dołączyła do zespołu wieloletnia szefowa Działu Prenumeraty Bożena Baranek. W 2001 roku po powrocie z kontraktu na poważnie zaangażował się w pracę Jerzy Przywara (prezes), wcześniej doraźnie wspierający redakcję pomysłami i artykułami. W 2009 roku pojawił się w zespole Jerzy Królikowski (redaktor prowadzący Geoforum.pl),



i wreszcie w 2013 dołączył Damian Czekaj (ostatnio sekretarz redakcji). Bez tych osób nie byłoby GEODETY, jakiego Państwo znacie.

Redaktorzy odpowiadali za dobór i przygotowanie materiałów do druku. Sami też oczywiście w miarę możliwości pisali artykuły. Znalezienie redaktora było więc nie lada wyczynem, bo osoba taka musiała się nieźle orientować w geodezji i jednocześnie sprawnie operować piórem (jeśli można tak jeszcze powiedzieć). A to połączenie, niestety, dosyć rzadkie.

Aby utrzymać wysoki poziom edytorski i językowy, zatrudnialiśmy wyłącznie profesjonalistów. Projekt graficzny stworzył i wiele okładek opracował Jacek Królak (wtedy szef działu graficznego „Polityki”), pałeczkę grafika przejął po nim Andrzej Rosołek. Pierwszym „łamaczem” GEODETY był Maciej Warzecha, a później m.in. Majka Rokoszewska. Korektą językową zajmowały się kolejno: Danuta Sabała, Katarzyna Buszkowska, Hanna Szamalin i Jolanta Spodar – wszystkie z uznanych redakcji.

Zdobycie informacji czy artykułu wymagało początkowo zorganizowania spotkania albo napisania tradycyjnego listu i otrzymania odpowiedzi. W grę wchodziła jeszcze rozmowa telefoniczna, ale komórki były w powijakach, a z telefonami stacjonarnymi bywało różnie. Uzgodnienia zmian w tekście przeprowadzaliśmy z autorami telefonicznie albo wcale. A tych autorów doliczyliśmy się po 28 latach, bagażela, blisko 4 tysiące. Oczywiście nie każdy z nich napisał wielostronicowy artykuł. Ale niektórzy opublikowali u nas po kilkadziesiąt materiałów, jak np. Bogdan Grzechnik, sędzia Magdalena Durzyńska, pułkownik Eugeniusz Sobczyński czy dr Henryk Bartoszewicz. A wszystkich artykułów w 336 wydaniach ukazało się aż 18 266.

• Pomysły genialne i zwykłe

Mimo ogromu comiesięcznej pracy stale rodziły się pomysły, co można zrobić jeszcze. Od razu przyznajmy, że nie wszystkie projekty wypaliły (o tych nie będziemy pisać), ale większość spełniła nasze oczekiwania. Udało się choćby wydać 70 dodatków tematycznych. Początkowo były one załączane do GEODETY jako osobne zeszyty, później przybrały

formę ogólnodostępnych publikacji internetowych. Przykładowe tytuły serii to „Tachimetry”, „Nawi”, „Drony dla geodety”, ale także „Historia”.

Wydaliśmy ponadto 20 książek sumptem własnym lub na zlecenie zamawiających (to głównie monografie firm, m.in. Warszawskiego Przedsiębiorstwa Geodezyjnego). Szczególną dumą napawa nas zrealizowany pro bono album „Poczet Profesorów Politechniki Warszawskiej” opracowany z okazji 95-lecia Wydziału Geodezji i Kartografii. Patronowaliśmy też setkom imprez i innych inicjatyw.

Ale drugim genialnym pomysłem – obok wydawania GEODETY – było uruchomienie branżowego portalu Geoforum.pl. Prace nad nim trwały ponad rok, pierwsza wersja została odpalona pod koniec 2005 roku, a kolejna – rozszerzona i znacznie zmodyfikowana – w 2010 [osobny artykuł na temat Geoforum.pl na s. 12 – red.]. W 2013 roku udało się zamieścić na Geoforum.pl pełne cyfrowe archiwum artykułów GEODETY, które od maja br. jest bezpłatnie dostępne dla każdego (na razie roczniki od 1995 do 2022). Wielkiego nakładu pracy wymagało tu odzyskanie danych z czasów, kiedy nie tworzyliśmy plików PDF do druku.

Z ważniejszych inicjatyw wspomnieć jeszcze trzeba o uruchomieniu w 2016 r. portalu egeodeta24.pl do sprzedaży GEODETY cyfrowego. To było już drugie podejście do tego tematu, pierwsze z 2007 roku, okazało się przedwczesne. No i nie zapominajmy o newsletterze i kontaktach w mediach społecznościowych. Kiedy 28 lat temu obiecywaliśmy szybki obieg informacji, nie śniło nam się nawet, że może on być aż tak szybki.

• Huzia na biznes!

Ale w tej beczce miodu jest i łyżka dziegciu. No bo skoro szło nam tak dobrze, to dlaczego zamykamy GEODETE? Oprócz wspomnianych na wstępie rosnących kosztów produkcji nie bez znaczenia jest też cała otoczka prawna prowadzenia małego biznesu w Polsce. Rosnące skomplikowanie i bezsens wielu przepisów, ich permanentne zmiany, nakładanie na przedsiębiorców stale nowych obowiązków każdego mogą zniechęcić do prowadzenia firmy. Pseudocyfryzacja urzędów prowadzi do tego, że zamiast wysłać formularz pocztą i załatwić sprawę w kilka minut, trzeba godzinami rozgryzać informatyczne łamigłówki na rządowych portalach (ZUS, PRS, US).



O tym się nie mówi, ale w ostatnim czasie zwolnienia grupowe dotknęły nawet duże wydawnictwa, a wiele czasopism już zniknęło z rynku. Co więcej, w styczniu br. Ministerstwo Finansów odmówiło Polskiej Izbie Książki oraz Izbie Wydawców Prasy wprowadzenia zerowej stawki VAT na prasę i książki. Bo według naszego rządu dostęp do

prasy i książek nie jest „podstawową potrzebą obywateli”. W takim przypadku człowiek się zastanawia, jaki jest sens prowadzenia biznesu wydawniczego.

W związku z tym wszystkim na dalszy plan zejść musiała satysfakcja z każdego nowego wydania GEODETY. Na niewiele zdają się bowiem starania o jak najwyższy poziom edytorski, jakość tekstów czy dobór autorów, gdy prowadzenie redakcji stało się nieustanną walką o przetrwanie. Dlatego powiedzieliśmy: dość!

Popularne, niezależne, komercyjne czasopismo o liberalnych tendencjach, o jakim myśleliśmy w chwili wydawania pierwszego numeru GEODETY w 1995 roku, znów jest w sferze marzeń.

• Żelazne zasady

Poprzeczkę zawsze stawialiśmy sobie wysoko, pod każdym względem. GEODETA nie miał być bowiem amatorskim zbiorem konferencyjnych referatów czy ściągą dla kiepskich geodetów, którzy nie wiedzą, po co się idzie do PODGiK. Miał prawdziwie pokazywać sprawy środowiska i przypominać, że geodezja nie kończy się na Polsce i na wbijaniu palików. Priorytetem było dla nas zachowanie niezależności i jesteśmy dumni z tego, że udało nam się utrzymać ten kurs do końca. Nie daliśmy się nikomu kupić ani zastraszyć. Nigdy na nikogo nie szczuliśmy i nikomu nie odmawialiśmy prawa do odpowiedzi na krytykę. Zresztą chwalebnia było zawsze na łamach GEODETY znacznie więcej niż krytykowania.

Mieliśmy grono wiernych prenumeratorów, z których część była z nami od pierwszego do ostatniego wydania. Dziś chcielibyśmy wyrazić wdzięczność wszystkim naszym Czytelnikom, bez których przecież nie moglibyśmy istnieć. Cały czas mieliśmy tego świadomość. Dziękujemy również autorom i współpracownikom, członkom redakcji, a także wszystkim przyjaciołom i sympatykom, którzy wytrwale wspierali nasze działania.

**Katarzyna Pakuła-Kwiecińska, redaktor naczelny
Jerzy Przywara, prezes Zarządu**

