



Jeszcze jedną setkę, proszę!

Andrzej Popielski

Dla życia prasy kilka rzeczy jest najważniejszych. To będzie pewnie przykre dla inaczej myślących, ale na pierwszym miejscu ważności są Czytelnicy. Potem autorzy (czyli treści) i reklamodawcy. Dopiero ta prasowa Trójca stwarza zadowalający komplet.

Teraz żeby było tradycyjnie po polsku, trzeba ponarzekać. Jak to w życiu prawdziwym wymienione elementy istnieją w ilościach deficytowych. Jeśli chodzi o urodzaj na dobrych autorów, to „od zawsze” obserwujemy widok przypominający glebę na Saharze. Takich, którzy piszą interesujące rzeczy, do tego w ciekawy, przystępny sposób, może jest we wszystkich branżowych czasopismach... no cóż, mniej niż kilkudziesięciu. Jeśli ktoś uważa, że może dołączyć do tej grupy – to zapraszamy do nas, na autorskich warunkach.

Teraz Czytelnicy. Zaplecze jest ogromne. Branżę (tzw. fizycznych i technicznych) niektórzy szacują na ok. 200 tysięcy pracowników, w co nie bardzo wierzę. Ale i tak ten olbrzym jest głuchy jak pień, niemy, rozlewnie anonimowy – także „nieczytaty”, jak to określił mój znajomy, zamożny prezes dużej firmy ochronnej, z właściwym dla siebie intelektualnym wdziękiem obecnego kapitalizmu. „Nieczytata” jest też elita – prezes przekazuje bez czytania czasopismo do działu na dole.

Gorzka pigułka. Znając nieporównywalne nakłady naszych czasopism branżowych, można się dziwić, że ukazują się w tak gigantycznej branży. Ale to wszystko nie jest takie proste. Żadne nie zostało w swoim celu wydawniczym zaadresowane do kogoś więcej niż tylko do specjalisty czy inwestora. Od samego początku wydawcy tego chyba nie zakładali. Tak, żeby było nie tylko prasą specjalistyczną, inżyniersko-techniczną, ale także np. periodykiem środowiska zawodowego, skierowanym do m.in. świadomej części średniego szczebla pracowników ochrony lub firm zabezpieczenia technicznego. Dla nich treści nie były i nie są dopasowane. Poza tym nie ma co teoretyzować. Sami sobie „pisemka” nie kupią, a firmy nierozpieszczające ich finansowo nie zafundują im prasy do zakładowej czytelnicy, jeśli takowa jest. Po co, skoro nawet prezes nie czyta. W dzisiejszych czasach nie musi umieć czytać, jeśli tylko radzi sobie na rynku. Ktoś mu opowie. Priorytet ma liczenie.

Zastosowałem tę jubileuszową prowokację pomny, że każdy z nas przeżył jakiś dostoyny jubileusz, podczas obchodów którego bardziej kulturalni goście starali się nie zasnąć. Myślę, że nikomu nie dałem szansy na senność. Wracając na jubileuszowe tory, powiem, że w Polsce zbyt wielu przyszłość buduje na przeszłości. My uważamy, że to, co za nami, było piękne; to co przed nami będzie inaczej, może bardziej interesujące.

Jeszcze jedną setkę, proszę! □

M

Mamy „setkę” – kolejny jubileusz. W 2007 r. jako pierwsze czasopismo w naszej branży obchodziliśmy 15 lat istnienia. Teraz znowu jako lider przedstawiamy setny numer. W sumie jest to zbiór już z ponad 17 lat.

„Systemy Alarmowe” nie zawsze były dwumiesięcznikiem, startowały jako kwartalnik. Częstotliwość dwumiesięczna wydaje się chyba niezłym cyklem wydawania. Codzienny świat pędzi do przodu. Branża jednak nie żyje w rytm agencyjnych newsów, dzienników telewizyjnych lub prasowych. Nie ma pośpiechu jak przy łapaniu pcheł. Ważne wydarzenia są planowane na tygodnie albo nawet miesiące wcześniej. Nowości techniczne pojawiają się jeszcze rzadziej, nawet Securex zaczął żyć w cyklu dwuletнім.

Sporo nam się udało. Na pewno „Systemy” – zwłaszcza przez pierwsze lata, gdy były czasopismem jedynym na rynku security – odgrywały rolę poważnego technicznego periodyku: opinotwórczego i edukacyjnego. Czasopismo nadążało, lepiej lub gorzej, za zmianami w technice i w branży. W ostatnich latach stało się pewnie trochę atrakcyjniejsze i bliższe ziemi. Oczywiście cel doskonalenia jest zawsze przed nami, bo chodzi o doskonałość i także o to – jak w piosence Skaldów z przeszłości – by gonić króliczka, ale nie złapać go.

Naszą pewną lekkością ocen czasem potrząśnie życie. Niedawno pewien doktor, prosząc o nasze czasopismo, użył sformułowania: „To wasze pisemko”. Czy mamy tyle obrazków co komiks albo składamy się z wielkich tytułów i fotek, jak sensacyjne tabloidy? Nie byliśmy nieuprzejmi i nie zapytaliśmy pana X o jego... doktoracik. Znamy swoją wartość, wpisaliśmy go na listę otrzymywania bezpłatnego egzemplarza.