

Zmiany ustrojowe w Polsce końca XX wieku kamieniem milowym polskiej kartografii do użytku powszechnego

1. Wprowadzenie

Nowy system gospodarczy, jaki nastał w Polsce po umownej dacie 4 czerwca 1989 r., wpłynął na rozwój przedsiębiorczości i wywołał wyraźne przemiany kulturowe. W gospodarce planowej okresu PRL wydawca publikacji kartograficznych poprzez właściwy organ nadzorujący (najpierw Centralny Urząd Geodezji i Kartografii, a następnie Główny Urząd Geodezji i Kartografii) zobowiązany był – ujmując w uproszczeniu – do przedstawienia planu wydawniczego Centralnemu Urzędowi Wydawnictw, Przemysłu Graficznego i Księgarstwa. Następnie, zgodnie z dalszą procedurą, przekazywał kolejne zaplanowane do wydania tytuły do akceptacji Głównemu Urzędowi Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk. Zgodnie z wytycznymi organów nadzorujących określał ostateczny zakres merytoryczny mapy, uzgadniał jej nakład, sposób dystrybucji i cenę, najczęściej nie będącą w relacji do rzeczywistego łącznego kosztu opracowania i druku. Produkcję kartograficzną w okresie PRL w podobnym stopniu, jak innych wydawców, warunkowały decyzje odnoszące się do przydziału papieru, dostępności usług drukarskich i sposobu dystrybucji.

Mapy do użytku powszechnego wydawane w tym okresie – co wielokrotnie podkreślałam w różnych artykułach – były kompromisem pomiędzy wiedzą o terenie, wiedzą z zakresu redakcji kartograficznej, możliwościami technologicznymi i ograniczeniami nałożonymi po 1949 r. przez aparat cenzury w zakresie treści i kartometryczności poszczególnych elementów. Wydawcom, zarówno tym działającym na rynku publikacji kartograficznych, jak i pozostałym, obca była presja osiągania coraz to wyższych zysków. Największy wydawca w segmencie kartografii szkolnej i użytkowej – Państwowe Przedsiębiorstwo Wydawnictw Kartograficznych – oraz mniejsi, wyspecjalizowani głównie w wydawaniu przewodników turystycznych, a przez to w opracowywaniu map załącznikowych i tekstowych, jak na przykład ogólnopolskie Wydawnictwo „Sport i Turystyka”, Wydawnictwo PTTK „Kraj”, nie byli w stanie zaspokoić potrzeb rynku. W sytuacji niedostatku publikacji kartograficznych, wynikającej najczęściej z nieefektywnej, sterowanej centralnie dystrybucji, odbiorca wyrażał zadowolenie już

z samego faktu ich posiadania, zwłaszcza atlasów. Ze względu na monopolizację rynku nie miał on alternatywy wyboru ani w zakresie atlasów, ani map samoistnych, opracowywanych w skalach topograficznych.

Stan ten pod wpływem przeobrażeń ustrojowych, jakie zaczęły zachodzić w Polsce w końcu XX w., zaczął ulegać zmianom; z czasem zmiany te okazały się ważne i trwałe. W związku z tym postawiłam następującą tezę: zmiany ustrojowe w Polsce, jakie rozpoczęły się w końcu lat osiemdziesiątych były genezą na tyle istotnych przeobrażeń w dziedzinach mających ścisły związek z opracowywaniem i wydawaniem publikacji kartograficznych do użytku powszechnego, że można je uznać za kamień milowy w rozwoju polskiej kartografii ogólnoużytkowej.

Zmiany ustrojowe wielokrotnie wpływały na ostateczny kształt map nieurzędowych, wystarczy choćby prześledzić wydarzenia nie tak odległe – z przełomu lat czterdziestych i pięćdziesiątych. Ówczesne zmiany w zasadach funkcjonowania państwa polskiego gruntownie wpłynęły na postrzeganie map przez aparat władzy jako nośnika informacji geograficznej i środka komunikacji społecznej. Spustoszenie, jakie wtedy nastąpiło w obszarze polskich publikacji kartograficznych, sprawiło, że skutki – zwłaszcza społeczne związane z percepcją treści i funkcji map – były odczuwalne jeszcze przez wiele lat po transformacji ustrojowej. Jednak zmiany, jakie dotknęły publikacje kartograficzne pod wpływem przeobrażeń ustrojowych przełomu lat czterdziestych i pięćdziesiątych miały skutek jednowymiarowy, ponieważ dotyczył on wyłącznie obniżenia wartości merytorycznej map. Zmiany ustrojowe, jakie zaszły w końcu lat osiemdziesiątych miały natomiast skutki wielowymiarowe, ponieważ zbiegły się z rewolucją technologiczną, jaka miała miejsce w kartografii światowej oraz początkiem przemian kulturowych, które wpłynęły również na zmiany mentalności społeczeństwa polskiego.

2. Zmiany ustrojowe – stopniowe likwidowanie barier w wydawaniu map

Zmiany ustrojowe, jakie zaszły w Polsce w drugiej połowie lat osiemdziesiątych XX w. przyczyniły się przede wszystkim do stopniowego likwidowania barier w rozwoju produkcji map. Rozpad starego systemu i kształtowanie się nowego, zmierzającego do zbudowania gospodarki wolnorynkowej umożliwiło likwidację centralnego sterowania wydawnictwami i zapewniło rozwój przedsiębiorczości¹, dając nieograniczony dostęp do papieru i usług poligraficznych oraz nielimitowany import nowoczesnej technologii i – co w przypadku publikacji kartograficznych miało istotne znaczenie – coraz szerszy dostęp do informacji geograficznej.

W dziedzinie publikacji kartograficznych pierwsze istotne zmiany dotyczyły organizacji pracy i współpracy z cenzurą jako instytucją. Rozpoczęły się one

¹ Dz. U. 1988, nr 41, poz. 324. Ustawa z dnia 23 grudnia 1988 r. o działalności gospodarczej.

w roku 1981 od zniesienia konieczności zgłaszania do cenzury wstępnej m.in. map samoistnych podlegających kontroli Głównego Urzędu Geodezji i Kartografii. Zmianę tę wprowadziła nowa, zliberalizowana ustawa o kontroli publikacji i widowisk². Kolejną – ważniejszą – była likwidacja Głównego Urzędu Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk³, która oznaczała formalnie zniesienie cenzury; od tego momentu aparat władzy przestał posługiwać się jednym z najbardziej skutecznych narzędzi, jakie skonstruował w celu regulowania rynku wydawnictw, w tym również rynku kartograficznego.

W działalności wydawniczej, jak piszą P. Kitrasiewicz i Ł. Gołębiewski, istotny był rok 1988 r., gdyż od tego momentu zaczynają powstawać prywatne oficyny. Według nich „boom wydawniczy” miał miejsce w drugiej połowie 1989 roku i na początku roku 1990⁴. Prawdopodobnie do aż tak widocznego zwiększenia aktywności przyczyniły się również zmiany w organizacji samego ruchu wydawniczego poprzez likwidację urzędów zajmujących się zarządzaniem papierem, drukarniami i dystrybucją tudzież łatwość importowania kompleksowych usług poligraficznych i pozyskiwania licencji od wydawców zagranicznych.

W czasie „boomu wydawniczego” powstały również podmioty gospodarcze, których celem była produkcja map i którym – w zgodzie z kierunkiem przemian – państwo także zapewniło swobodę działania. Powstało wiele oficyn o bardzo różnicowanym potencjale produkcyjnym, finansowym i merytorycznym. W opinii J. Krupskiego i R. Janusiewicza sytuacja w segmencie wydawnictw kartograficznych była jednak nieco inna niż w pozostałych: „również powstawało wiele firm, ale ich rozwój był znacznie spokojniejszy, na co miała wpływ – według nich – specyfika produkcji i sprzedaży map”; autorzy ci ocenili, że w tym okresie „nie zanotowano spektakularnych upadków firm wydających mapy (...) ani też powstania wydawnictwa równoważącego swą wielkością wielkość PPWK”⁵. Z danych Stowarzyszenia Kartografów Polskich wynika, że w tym okresie zarejestrowanych było 150 firm, które deklarowały się jako wydawnictwa kartograficzne lub wydające mapy⁶. Jednak spośród tych podmiotów Stowarzyszenie wskazywało jedynie 23 jako wydawnictwa o wyraźnym charakterze kartograficznym, pozostałe zaliczyło do grupy agencji reklamowych i studiów grafiki komputerowej. Tak duża liczba zarejestrowanych podmiotów zamierzających wydawać mapy wynikała głównie z chęci maksymalnego wykorzystania swobody gospodarczej i oceny rynku wydawnictw kartograficznych jako niezagospodarowanego, co w konsekwencji doprowadziło do jego znacznego rozdrobnienia.

² Dz. U. 1981, nr 20, poz. 99. Ustawa z dnia 31 lipca 1981 r. o kontroli publikacji i widowisk.

³ Dz. U. 1990, nr 29, poz. 173. Ustawa z dnia 11 kwietnia 1990 r. o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu organów tej kontroli oraz o zmianie ustawy – Prawo prasowe.

⁴ P. Kitrasiewicz, Ł. Gołębiewski, *Rynek książki w Polsce 1944–1989*, Warszawa, Biblioteka Analiz, 2005, s. 277.

⁵ J. Krupski, R. Janusiewicz, *Kartograficzny ruch i rynek wydawniczy w Polsce w latach 1989–2000*, w: *Kartografia polska u progu XXI wieku*, red. I. Krauze-Tomczyk, J. Paślawski, „Materiały Ogólnopolskich Konferencji Kartograficznych”, t. 22, Warszawa 2000, s. 213.

⁶ Ibidem, s. 216.

Podobną ewolucję przeszedł rynek dystrybucji książek, w tym publikacji kartograficznych. Jak zauważa S. Kamosiński, znaczący wpływ na powodzenie reform systemu politycznego i gospodarczego wywarła powstała w Polsce atmosfera nieodwracalności: „Polacy uwierzyli w to, że nie ma po 1989 r. powrotu do socjalizmu i tym szybciej adaptowali się do nowych warunków gospodarowania i do nowej rzeczywistości gospodarczej”⁷ i dalej cytując L. Balcerowicza i A. Rzońcę pisze, że właśnie ta atmosfera, mimo zjawiska *homo sovieticus*, sprawiła, że „skala i tempo adaptacji ludzi do nowych warunków było tak zdumiewające”⁸.

Produkcja map pochodząca od tyłu wydawców, bez względu na ich kwalifikację (oficyny, agencje reklamowe i studia graficzne) na początku lat dziewięćdziesiątych XX w. wywołała zjawisko konkurencji na polskim rynku kartograficznym. Jednak kiedy podaż przerosła popyt, większość z założonych wówczas firm wydawniczych – najczęściej z powodu zbyt małej skali działania i niewystarczającego kapitału – nie przetrwała. Niemniej za sprawą ich produkcji, należy podkreślić, bardzo zróżnicowanej pod względem jakości merytorycznej i technicznej, dotychczasowy typowy rynek producenta map zaczął ewoluować w kierunku rynku użytkownika. Ponieważ działalność kartograficzna nie była już uzależniona od planu centralnego, decyzji cenzora oraz kwalifikacji zawodowych i tradycji, to podobnie jak inne dobra i usługi zaczęła wyraźnie ulegać woli konsumentów. Wydawcy rozpoczęli systematyczne zabieganie o przychylność odbiorcy, który miał już alternatywę i z szerokiej oferty swobodnie wybierał odpowiednią dla siebie mapę. Pojawiło się wówczas przekonanie, że jedyną drogą rozwoju wydawnictw kartograficznych jest opracowywanie takich map, które klient zechce kupić, opakowanie ich w okładkę, która go przyciągnie i ustalenie ceny na poziomie przez niego akceptowalnym⁹. W tym czasie odczuwalny był konflikt pomiędzy wydawcami – tymi, gdzie głos decydujący mieli kartografowie, których mapy bez wątplenia zaspokajały ambicje profesjonalnych twórców a tymi pozostałymi, których mapy pod względem kartograficznym były oceniane nienajlepiej¹⁰, ale chętniej wybierali je odbiorcy. Wówczas trudno było jednoznacznie zinterpretować to zjawisko, ale dziś – po serii badań rynku – można wskazać, że genezą sukcesu tych map było intuicyjne prorynkowe działanie w zakresie opracowania i dystrybucji wydawnictw założonych lub zarządzanych

⁷ S. Kamosiński, *Losy wielkich przedsiębiorstw doby PRL w regionie kujawsko-pomorskim w okresie transformacji systemowej i po jej zakończeniu*, w: *Z dziejów przemysłu po 1945 roku*, red. E. Kościak, R. Kementowski, Wrocław: 2012, s. 264.

⁸ L. Balcerowicz, A. Rzońca, *Systemy instytucjonalne a siły napędowe gospodarki*, w: *Zagadki wzrostu gospodarczego. Siły napędowe i kryzysy – analiza porównawcza*, red. L. Balcerowicz, A. Rzońca, Warszawa 2010, s. 56 (za S. Kamosiński, *Losy wielkich przedsiębiorstw...*, op. cit.)

⁹ J. Sas-Uchrynowski, *Copernicus – PPWK w nowej szacie*, „Polski Przegląd Kartograficzny”, t. 33, 2001, nr 3, s. 242.

¹⁰ B. Horodyski, *Kartograficzny ruch wydawniczy w Polsce w latach 1990–1996. Zarys merytorycznej oceny publikacji*, w: *Polska kartografia lat 90-tych*. „Materiały z Ogólnopolskich Konferencji Kartograficznych”, t. 18, Warszawa 1996; J. Krupski, R. Janusiewicz, *Kartograficzny ruch i rynek wydawniczy w Polsce w latach 1989–2000*, w: *Kartografia polska u progu XXI wieku*, red. I. Krauze-Tomczyk, J. Paślawski, „Materiały Ogólnopolskich Konferencji Kartograficznych”, t. 22, Warszawa 2000, s. 228.

przez osoby nie będące kartografami i przez to nieobciążone żadną tradycją.

W tym okresie faktyczna wiedza wydawców na temat rzeczywistych potrzeb użytkowników map była niewielka, gdyż opierała się na intuicji i przypadkowych rozmowach z hurtownikami i księgarzami. Pierwsza w Polsce profesjonalna analiza rynku kartograficznego wykonana została dopiero w drugiej połowie 2000 r. przez Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS) na zlecenie PPWK. Złożyła się na nią seria badań, wykorzystująca metody ilościowe, które scharakteryzowały odbiorcę pod względem cech społeczno-demograficznych, i metody jakościowe, które pozwoliły poznać jego wrażenia dotyczące badanej mapy lub atlasu. Obydwa rodzaje badań były efektywnym narzędziem prowadzącym do poznania profilu użytkownika map i przeprowadzenia z nim dialogu, zwłaszcza przy wykorzystaniu metody zogniskowanego wywiadu grupowego. Pozwoliły także określić aktywność odbiorcy w korzystaniu z map, scharakteryzować jego domowe zasoby kartograficzne oraz ustalić hierarchię cech mapy ważnych dla odbiorcy¹¹.

Najbardziej istotne dla dalszego rozwoju polskiej kartografii do użytku powszechnego były wyniki dwóch badań, za sprawą których dokonał się znaczący przełom w podejściu do treści map i atlasów kierowanych do użytku powszechnego przez największego wówczas producenta publikacji kartograficznych w Polsce. Pierwsze badanie dotyczące wydawnictw kartograficznych pozwoliło m.in. opracować społeczno-demograficzny profil odbiorcy – użytkownika publikacji kartograficznych oraz poznać jego aktywność w korzystaniu z map. Było to badanie ilościowe, przeprowadzone na reprezentatywnej próbie gospodarstw domowych o liczebności zrealizowanej $N = 1652$. Drugie badanie dotyczące podstawowych cech wybranych publikacji kartograficznych umożliwiło weryfikację teoretycznej wiedzy i wyobrażeń autora mapy o potrzebach odbiorcy z rzeczywistymi potrzebami tego odbiorcy i jego możliwościami percepcyjnymi oraz umiejętnością czytania mapy. Było to badanie jakościowe wykonane metodą zogniskowanego wywiadu grupowego¹².

Wyniki badań wykorzystano do opracowania założeń redakcyjno-technicznych do nowych publikacji, które zaczęto wprowadzać na rynek od 2000 roku. Były one pierwszymi w Polsce publikacjami opracowanymi zgodnie z wynikami badań rynku w zakresie treści jak i grafiki mapy. Wprowadzanie na rynek nowych tytułów opracowanych w bezpośredniej współpracy z odbiorcą niosło ze sobą wiele niewiadomych, zwłaszcza na rynku niedojrzałym i obciążonym spuścizną

¹¹ Część wyników została opisana przez J. Sas-Uchrynowskiego, op. cit.; B. Konopska, *Potencjalna i rzeczywista rola kartografii użytkowej na przykładzie map samochodowych i turystycznych*, w: *Społeczna i edukacyjna rola kartografii w Polsce*, red. J. Ostrowski, J. Pasławski „Materiały Ogólnopolskich Konferencji Kartograficznych”, t. 26, 2005, s. 55–63.

¹² B. Konopska, *Skuteczność metody zogniskowanego wywiadu grupowego w jakościowych badaniach rynku kartograficznego*. „Polski Przegląd Kartograficzny”, t. 44, 2012, nr 4, s. 315–323; tamże, *Preferencje użytkowników dotyczące treści i formy graficznej planów miast w świetle badań metodą wywiadu pogłębionego*. „Polski Przegląd Kartograficzny”, t. 45, 2013, nr 2, s. 105–120.

PRL. Z perspektywy czasu można ocenić, że przeprowadzony eksperyment – jak się wówczas wydawało – udowodnił, że publikacjami kartograficznymi żądają te same prawa rynkowe co innymi produktami i usługami oraz że mapa dla odbiorcy jest źródłem informacji geograficznej akceptowalnym bez względu na poprawność kartograficzną, ale tylko w przypadku, gdy zaspokaja jego potrzeby.

Powstanie w ciągu kilku lat 150 nowych firm kartograficznych z obszerną ofertą wydawniczą to nie tylko skutek przemian gospodarczych, ale również zjawiska globalizacji, zwłaszcza w obszarze produkcji urządzeń informatycznych. Kiedy Polska ewoluowała w kierunku gospodarki rynkowej i budowała nową demokrację, w kartografii światowej dokonywała się rewolucja w sposobie opracowywania i reprodukowania map. Ze struktur organizacyjnych wydawnictw kartograficznych zniknęły kreślarnie, grawernie, pracownie fotograficzne; nowoczesna technologia sukcesywnie opanowywała również rynek poligraficzny. Wyraźnie widoczny był schyłek technologii bazującej na dużych zespołach redakcyjnych z podziałem na czynności merytoryczne i techniczne, również licznych zespołach przygotowujących czystorysy i materiały reprodukcyjne. Te zmiany technologiczne do Polski doszły dopiero w ostatniej dekadzie XX wieku. Paradoksalnie prekursorami wprowadzenia nowoczesnej technologii do opracowywania map były nowo powstające firmy, często o niskim kapitale, a nie ówczesny monopolista, mający w tym zakresie największe możliwości. To właśnie one jako pierwsze cały proces produkcyjny organizowały wyłącznie na bazie technologii informatycznej.

Dotychczasowa, tzw. tradycyjna technologia opracowywania i reprodukowania map stanowiła dla potencjalnych nowych producentów barierę wręcz nie do pokonania; wymagała bowiem zainwestowania dużego kapitału w sprzęt i stosowne urządzenia reprodukcyjne, zaplecza lokalowego na ich zainstalowanie oraz zatrudnienia wielu specjalistów z co najmniej kilku dziedzin. W przeciwieństwie do technologii tradycyjnej technologia informatyczna była o wiele mniej kapitałochłonna i z czasem coraz bardziej dostępna. Ciągłe doskonalenie procesu automatyzacji ułatwiało sprawne opracowanie map przy niewielkich nakładach finansowych w porównaniu z podobnymi pracami wykonywanymi w starej technologii i przy zatrudnieniu osób często niebędących specjalistami w dziedzinie kartografii.

To właśnie rozpowszechnienie technologii komputerowej w kartografii i poligrafii przełamało prawie 50-letni monopol PPWK, a późniejszy rozwój zwłaszcza programów graficznych i pseudoprogramów do generowania map przełamał monopol kartografów na ich „opracowanie”. Kiedy powstawały nowoczesne i sprawne organizacyjnie kilkusobowe firmy kartograficzne, kierownictwo PPWK miało pełną świadomość konieczności wprowadzenia zmian. Polityka firmy zmierzała jednak do opóźnienia tego procesu poprzez rozciągnięty w czasie zakup kolejnych składników linii technologicznej oraz niepełne wykorzystanie możliwości programów komputerowych. Barierą mentalną przed wprowadzeniem zmian była konieczność podjęcia decyzji o likwidacji wielu miejsc pracy

związanych z technologią tradycyjną. Wynikała ona głównie z więzi pracowniczych, utrwalanych przez kilkanaście lub kilkadziesiąt lat; kiedy zniknęła, proces informatyzacji opracowywania map nastąpił w ciągu kilku miesięcy.

Na przykładzie doświadczeń PPWK widać, że technologia informatyczna dała znaczące skrócenie procesu produkcyjnego m.in. poprzez reorganizację pracy i – co jest najistotniejsze – wysoką jakość techniczną. Nowa organizacja prac redakcyjnych przyniosła znaczące skrócenie czasu trwania procesu produkcyjnego (cykle powstawania największych tytułów skrócono do 6–8 miesięcy, podczas gdy wcześniej trwały one od jednego roku do kilku lat) i przyczyniła się do znacznego obniżenia kosztów opracowania redakcyjnego¹³. Inwestowanie w szkolenia pracowników redakcji podwyższyło znacznie wartość kapitału ludzkiego PPWK.

Upowszechnienie zaawansowanych technologii informatycznych wprowadziło również inną filozofię zbierania i przechowywania danych oraz opracowania i korzystania z map. Gromadzenie wszelkich danych nie tylko przestrzennych w formie baz cyfrowych dało możliwość szybkiego dostępu do nich podczas opracowywania map w różnych liniach technologicznych i prezentowania ich finalnego obrazu na różnych nośnikach (mapy papierowe i cyfrowe)¹⁴.

Nowa technologia, zwłaszcza możliwość prezentowania danych na ekranach urządzeń elektronicznych, dała możliwość przedstawiania danych na mapach w formie osobnych warstw. Pozwoliło to odbiorcy na wybieranie tylko warstw z potrzebnymi mu informacjami, w liczbie dla niego czytelnej. Ten sposób korzystania z map, możliwy tylko przy zastosowaniu nowoczesnych technologii, w tym internetowej i stosowanej w nawigacji samochodowej, nie wymaga od potencjalnego odbiorcy już tak dużego wysiłku intelektualnego, jak podczas analizy treści na tradycyjnej mapie papierowej. Odbiorca może również sam zdecydować o rodzaju wizualizacji danych, wybierając wariant zgodny z własnymi preferencjami lub dostosowany do oświetlenia zewnętrznego. Nowoczesna technologia daje mu dodatkowo możliwość umieszczania na mapie nowych informacji, które mogą stać się dostępne również dla innych odbiorców¹⁵. W ten sposób użytkownik tworzy w pełni spersonalizowaną ostateczną wersję mapy.

Technologia stosowana do map multimedialnych, internetowych czy systemów nawigacyjnych daje odbiorcy możliwość zaprojektowania własnej wersji, która odpowiada jego potrzebom i poziomowi percepcji. Jest ona jednak ograniczona wyłącznie do możliwości zaprojektowanych przez autorów tych map. Jak wyjaśnia D. Gotlib, autorzy często tworzą tzw. przekaz kontekstowy; kontekst może

¹³ B. Konopska, *Przeszłość i dzień dzisiejszy Polskiego Przedsiębiorstwa Wydawnictw Kartograficznych im. E. Romera S.A.*, „Polski Przegląd Kartograficzny”, t. 33, 2001, nr 3, s. 187–201.

¹⁴ B. Konopska, D. Gotlib, *Proces generowania map analogowych z baz danych – konieczność czy ambicje wydawcy*, w: *Bazy danych w kartografii*, „Główne problemy współczesnej kartografii”, red. W. Zyszkowska, W. Spallek, Wrocław: Uniwersytet Wrocławski 2009, s. 29–36.

¹⁵ D. Gotlib, *Nowe oblicza kartografii – Internet a kartografia*, „Polski Przegląd Kartograficzny”, t. 40, 2008, nr 3, s. 237.

dotyczyć wielu wymiarów i celów użycia: kontekst społeczny, kulturowy, lokalizacyjny, historyczny¹⁶. W praktyce oznacza to wizualizowanie na ekranie mobilnym tylko obiektów, wywołanych przez wybranie przez użytkownika rodzaju podróży: turystyczna, biznesowa, zakupy itd.

3. Zakończenie

Postawiona we wstępie teza, że zmiany ustrojowe, jakie dokonały się w Polsce końca XX w. są kamieniem milowym w rozwoju naszej kartografii do użytku powszechnego została dowiedziona poprzez analizę zdarzeń, które nie miałyby możliwości dokonać się z uwagi na politykę poprzedniego ustroju i preferowanie jednolitej myśli technologicznej w krajach Rady Wzajemnej Pomocy Gospodarczej, której Polska była członkiem.

Przemiany ustrojowe wyzwoliły mapy spod ograniczeń cenzury i dały ich autorom prawie nieograniczone możliwości w ich opracowywaniu. Zmiany ustrojowe zapewniły również swobodę w podejmowaniu działalności gospodarczej i przyczyniły się do swobodnego obrotu nowymi technologiami. Te fakty wywołały zmiany w technologii opracowywania map i ich użytkowania, które przełożyły się na zmiany postrzegania danych geograficznych: poczynając od nowej filozofii ich gromadzenia i przechowywania (z tradycyjnych fiszek, dokumentów kartograficznych i pisanych, pojedynczych informacji zbieranych przez informatorów w terenie i korespondencyjnie do różnego rodzaju baz danych, zbieranych głównie metodami fotogrametrycznymi), poprzez nowe sposoby udostępniania (obok tradycyjnego papieru pojawiły się najpierw płyty CD i DVD, które były zapowiedzią rewolucji wywołanej przez Internet i przenośne urządzenia, w tym telefony komórkowe) po przejście z biernego korzystania z nich na interaktywne. Zainicjowany został permanentny dialog między kartografami a użytkownikami, którzy przeobrazili się z użytkownika pasywnego okresu PRL, jak wspomniano we wprowadzeniu, zadowolonego z samego faktu posiadania publikacji kartograficznej (zwłaszcza atlasu samochodowego) w użytkownika aktywnego, personalizującego dane przygotowane przez kartografa lub wspólnie z nim przygotowującego te dane dla siebie i innych odbiorców. Cyfrowy format mapy sprawił, że praktycznie stała się ona nową platformą udostępniania lub inaczej – nową formą dystrybucji wszelkich informacji mających odniesienie przestrzenne.

Zmiany, jakie nastąpiły w kartografii, dały możliwość zaspokojenia potrzeb odbiorców z pierwszej dekady XXI wieku. Przemiany kulturowe, jakie nastąpiły w Polsce, wpłynęły bowiem na mentalność odbiorców map i ich potrzebę poznawania świata. Wywołało je co najmniej kilka czynników, między innymi swoboda

¹⁶ D. Gotlib, *Metodyka prezentacji kartograficznych w mobilnych systemach lokalizacyjnych i nawigacyjnych*, „Prace naukowe Politechniki Warszawskiej, Geodezja”, z. 48, Warszawa 2011, s. 67.

podróżowania, wzrost zamożności społeczeństwa, rozwój mediów i technologii informatycznych w różnych aspektach życia. Mapa, która do tej pory była jedynie źródłem danych geograficznych mówiących o tym, jak dotrzeć do celu, w kontekście tych przemian stała się niewystarczająca. Pojawiło się zapotrzebowanie na dodatkowe i w odpowiedni sposób zaprezentowane informacje, które mogłyby zaspokoić zmieniające się potrzeby indywidualnego turysty, oczekującego gotowego produktu, pozwalającego mu na pełną mobilność stającą się powoli najistotniejszą wartością¹⁷.

Słowa kluczowe: kartografia XX wieku, kartografia użytkowa, Polska Rzeczpospolita Ludowa, transformacja ustrojowa

Systemic transition in Poland towards the end of the 20th century as a milestone in Polish common-use cartography

S u m m a r y

The systemic transition which occurred in Poland towards the end of the 20th century significantly influenced the evolution of the Polish common-use cartography. The transition 'liberated' maps from the constraints imposed by censorship and gave their authors nearly unlimited opportunities in developing maps. Another benefit of the transition was that it brought freedom of entrepreneurship and propelled the circulation of new technologies. Those facts led to a revolution in the development and use of maps. They also translated into new ways of perceiving geographical data: from a new philosophy of map accumulation and storage, through to new access channels. Apart from traditional paper maps, the new era saw the arrival of maps on CDs and DVDs, as a harbinger of the revolution brought about by the Internet and mobile devices, including mobile phones, accompanied by a transition from passive to interactive map use. A ongoing dialogue between cartographers and users was initiated, and the latter transformed from passive users in the communists times, happy about the sheer fact of having a cartographic publication, into active users, personalising data prepared by a cartographer, or jointly preparing those data for themselves and for other end users. The digital format turned maps into a new access platform or, in other words, a new way of distributing spatial information.

Without the systemic transition, the aforementioned events and processes would not have been possible given the special nature of the previous political system where uniform technological thinking was preferred within the member states of Comecon, Poland being one of them.

Key words: 20th century cartography, applied cartography, Polish People's Republic, systemic transition

¹⁷ B. Konopska, *Nowa koncepcja organizacji podróży na przykładzie map samochodowych*, w: *Nowa ekonomia turystyki kulturowej*, red. M.K. Leniartek, K. Widawski, Wrocław 2012, s. 247.