



magazyn

medioznawcy

istota komunikacji

Laboratorium Badań Medioznawczych
Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych
Uniwersytetu Warszawskiego



numer 6/2013

Warszawa 2013

REDAKTOR NACZELNA

dr Karolina Brylska

ZESPÓŁ REDAKCYJNY I RECENZENCKI

**Adam Balcerzak, dr Tomasz Gackowski, dr Marek Kochan, mgr Marcin Łączyński,
mgr Łukasz Majchrzyk, dr Jakub Nowak, dr Łukasz Szurmiński, dr Jacek Wasilewski,
dr Łukasz Wojtkowski**

SKŁAD I OPRACOWANIE GRAFICZNE

mgr Mateusz Patera

ADRES REDAKCJI

„Magazyn Medioznawcy”

ul. Bednarska 2/4 (pokój nr 13)

00-310 Warszawa

email: medioznawca.com@gmail.com

WYDAWCA

Laboratorium Badań Medioznawczych

ul. Bednarska 2/4 (pokój nr 13)

00-310 Warszawa

email: biuro@lbm.uw.edu.pl

telefon: 22 55 23 943

 **Laboratorium Badań Medioznawczych**

SPIS TREŚCI

SPIS TREŚCI	4
NOWA USTAWA I NOWE WYZWANIA PRZED NAUKAMI O MEDIACH	5
NOWE MEDIA. WYZWANIA I OGRANICZENIA	9
FOTORELACJA I MATERIAŁ WIDEO Z IV OKMM.....	11
JAK PODNIEŚĆ KONKURENCYJNOŚĆ EUROPEJSKIEJ NAUKI, CZYLI O PROGRAMIE HORYZONT 2020	12
"ILUSTROWANY KURIER CODZIENNY" ONLINE!.....	13
AGRESJA SPRZEDAJE	14
POSTĘP CZY PODSTĘP	15

NOWA USTAWA I NOWE WYZWANIA PRZED NAUKAMI O MEDIACH

Wywiad dr. Tomasza Gackowskiego i dr. Łukasza Szurmińskiego z prof. Markiem Jabłonowskim – dyrektorem Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, przeprowadzony dla wortalu medioznawca.com.



Medioznawca.com: Panie Profesorze, w sierpniu 2011 roku Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego zdecydowało się wpisać nową czy też, moglibyśmy powiedzieć, nową-starą dyscyplinę – medioznawstwo, pod nazwą "nauki o mediach", do obszaru nauk społecznych. Jakiej perspektywy otwiera ta decyzja przed polskim medioznawstwem?

Prof. Marek Jabłonowski: Ta decyzja stworzyła zupełnie nową perspektywę – tak w obszarze nauki, jak i dydaktyki – przed wszystkimi ośrodkami, które prowadzą kierunek *dziennikarstwo i komunikacja społeczna*, zwłaszcza przed tymi, które już od dłuższego czasu posiadały odpowiedni potencjał i możliwości kreowania kadr, tak jak Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego. W konsekwencji tejże decyzji złożyliśmy odpowiednie wnioski i po przejściu stosownej procedury Rada Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW uzyskała uprawnienie do nadawania stopnia

doktora nauk społecznych w zakresie nauk o mediach.

Medioznawca.com: Panie Profesorze, Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych jako pierwszy i jak na razie jedyny w Polsce ma prawo do nadawania stopnia doktora w zakresie nauk o mediach, zresztą Instytut Dziennikarstwa UW od lat próbuje animować i integrować środowisko medioznawców wokół tematów zbliżonych właśnie naukom o mediach. Co roku w czerwcu organizujemy ogólnopolską konferencję z cyklu *Tożsamość nauk o mediach*, również konferencje metodologiczne w listopadzie. Czy tego typu działania i w jaki sposób będą się wpisywały w budowanie tożsamości nauk o mediach oraz z jak szerokim gronem wydziałów w całej Polsce chcielibyśmy współpracować?

Prof. Marek Jabłonowski: W tym pytaniu jest parę elementów. Z jednej strony mamy do czynienia właśnie z tożsamością nauk o mediach, a więc zastanowieniem się nad zawartością tej dyscypliny, czym ona ma się zajmować, jaki ma być jej język, w jaki sposób ma być po prostu organizowana. Z drugiej strony są to wszystkie kwestie organizacyjne związane z funkcjonowaniem pewnego środowiska, które w Polsce ewidentnie istnieje, a

które dzięki tym decyzjom uzyskało możliwość tworzenia ram organizacyjnych. Byliśmy – jako Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego – inicjatorem zorganizowania ogólnopolskiego spotkania akademickich ośrodków medioznawczych, które odbyło się przy okazji naszej dorocznej czerwcowej konferencji, na której po raz kolejny podejmowaliśmy zagadnienia związane z tożsamością nauk o mediach, tym razem w zakresie prawa prasowego. To spotkanie, o którym wspominałem, miało odmienny cel – chodziło o stworzenie ram organizacyjnych dla środowiska jako całości, występuje bowiem cały szereg spraw, które nas bezpośrednio interesują, są to m.in.: sytuacja kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* na poszczególnych uczelniach; wnioski wynikające dla dyscypliny z wizytacji, jakie odbywa Polska Komisja Akredytacyjna; sprawy awansu naukowego w dyscyplinie nauk o mediach; kwestie relacji z różnymi kierunkami pokrewnymi, współpracującymi, czy też takimi, z których dyscyplina czerpie.

Polskie medioznawstwo znajduje się w nietypowej, ale i jednocześnie trudnej sytuacji, czerpie bowiem z trzech obszarów. Zostaliśmy przyporządkowani do obszaru nauk społecznych, ale na pewno mamy wiele wspólnego z

humanistyką, np. historia mediów, i – co nie ulega wątpliwości – z naukami technicznymi. Przykładowo wszelkiego rodzaju technologie informacyjne bazują przecież na naukach technicznych. Te trzy nogi jakoś trzeba skoordynować, kwestie te muszą być przedmiotem refleksji środowiska jako całości, stąd m.in. te nasze spotkania. Środowisko musi również odnieść się do nowej ustawy, nowych rozwiązań, także dotyczących funkcjonowania [Centralnej Komisji do Spraw Stopni i Tytułów](#). Mamy tam swojego przedstawiciela w tej chwili i relacje z tym gremium, zwłaszcza jeśli chodzi o tryb nadawania stopni i tytułów, są bardzo istotne.

Medioznawca.com: Właśnie chcieliśmy o to zapytać. Otóż to właśnie Pan Profesor jest reprezentantem naszego środowiska w Centralnej Komisji. Wiele osób chciałoby się pewnie dowiedzieć, w tym przede wszystkim doktoranci, jak będą wyglądały warunki uzyskiwania doktoratu w ramach nowej ustawy? We wrześniu tego roku kończą się przepisy przejściowe. Jakie oczekiwania, jakie kryteria stawia się przed doktorantami, aby mogli oni uzyskać stopień doktora z zakresu nauk o mediach w ramach nowego ustawodawstwa?

Prof. Marek Jabłonowski: To faktycznie ulega pewnym zmianom i wszyscy zainteresowani muszą brać je pod uwagę, poczynając już od nowego roku akademickiego. Jeśli chodzi o doktorat, to dotychczasowe przepisy nie wprowadzały na przykład wymogu posiadania publikacji do otwarcia przewodu. W tej chwili sytuacja się zmienia: warunkiem otwarcia przewodu będzie co najmniej jedna książka, rozdział w książce, publikacja w indeksowanym czasopiśmie lub w piśmie o zasięgu międzynarodowym.

Ponadto dotychczasowe przepisy mówiły o promotorze publikacji pracy, w tej chwili mamy rozwiązanie, które poza promotorem wprowadza także możliwość opieki nad pracą ze strony promotora pomocniczego, czyli osoby posiadającej co najmniej stopień doktora. Rozprawa musiała być przedstawiona w języku polskim – tak zapisano w dotychczasowych przepisach, nowe mówią zaś, że rozprawa może być przedstawiona w innym języku, a więc za zgodą Rady Wydziału, która przeprowadza przewód, w zasadzie mamy tutaj znaczącą dowolność. Dotychczasowe przepisy mówiły, że rozprawa ma mieć formę maszynopisu, znów – ustawa z 18 marca 2011 roku mówi, że rozprawa może mieć formę maszynopisu, książki wydanej lub spójnego tematycznie zbioru artykułów, a więc może nie mieć charakteru monograficznego, jednakże wspomniane artykuły muszą być opublikowane w indeksowanych czasopismach. Dotychczasowe przepisy mówiły, że co najwyżej jeden z recenzentów może być pracownikiem instytucji przeprowadzającej przewód, mówiąc krótko – członkiem Rady Wydziału, która ten przewód przeprowadza. Nowa ustawa mówi bardzo wyraźnie: żaden z recenzentów nie może być pracownikiem instytucji przeprowadzającej przewód, a więc w grę wchodzi tylko recenzenci zewnętrzni. Chodzi o to, że doktoranci są zwykle związani z jakimś konkretnym wydziałem, a więc recenzenci powinni być reprezentantami innej jednostki. Dotychczasowe przepisy mówiły o tym, że nie ma wymogu zamieszczania informacji o pracy doktorskiej i recenzjach na stronach internetowych. Natomiast nowe przepisy nakazują, by streszczenie oraz recenzje jednostka prze-

prowadzająca przewód zamieszczała na swoich stronach internetowych, aby były one powszechnie dostępne. I to są te zasadnicze nowe rzeczy, które wprowadza ustawa, jeśli chodzi o doktorat.

Medioznawca.com: Panie Profesorze, 1 lipca tego roku nastąpił historyczny moment, mianowicie magister, teraz już doktor, [Tomasz Fraszczyk](#), nasz kolega z Wydziału, pod promotorstwem Pana Dziekana prof. Janusza W. Adamowskiego, uzyskał doktorat w zakresie nauk o mediach jeszcze na starych zasadach. Tego typu wydarzenie każe zadać pytanie również o przyszłość procedury nadawania stopnia, jakim jest habilitacja. Wiemy, że jeszcze trochę czasu musi upłynąć, aby kolejni doktorzy również uzyskali ten stopień z zakresu nauk o mediach. Natomiast czego mogą spodziewać się habilitanci, jakie kryteria zostaną przed nimi postawione oraz czy coś już wiadomo na temat legendarnych punktów, czyli w jakim zakresie i skali te publikacje powinny zostać później przeliczone na rzeczony punkty.

Prof. Marek Jabłonowski: To są trzy rzeczy. Nawiązując jeszcze do pracy doktorskiej Pana Tomasza Fraszczyka, to była faktycznie obrona o charakterze historycznym. Promotorem pracy był dziekan prof. Janusz W. Adamowski, a recenzentem prof. Tomasz Goban-Klas, a więc osoby zasłużone dla tego środowiska i siłą rzeczy wspomniany doktorat ma również przez to symboliczny wymiar. Kolejnym stopniem awansu naukowego jest habilitacja i tutaj także mamy cały szereg nowych rozwiązań czy też doprecyzowań, które wprowadziła ustawa z 18 marca 2011 roku. Zaczniemy od tego, że kandydat składał dotychczas wniosek w sprawie swojej habilitacji

do Rady Wydziału, wraz ze stosowną dokumentacją, tam gdzie miał ochotę ten przewód przeprowadzić i ona podejmowała decyzję w jego sprawie. W tej chwili będzie inaczej: kandydat składa wnioski do [Centralnej Komisji do Spraw Stopni i Tytułów](#), wskazując Radę, która ma przeprowadzić postępowanie. Ta Rada może odmówić, wtedy Centralna Komisja będzie wskazywała Radę, która przeprowadzi postępowanie i ta nie ma już prawa odmowy. Do tej pory było tak, że Rada Wydziału, Rada Naukowa, bo takie też miały uprawnienia, przeprowadzała proces, wyznaczając dwóch recenzentów i Centralna Komisja wskazywała dwóch kolejnych. W tej chwili wprowadzona jest dość zasadnicza zmiana i są wprowadzone konkretne terminy: Centralna Komisja w okresie sześciu tygodni powołuje komisję do spraw konkretnego przewodu i wskazuje czterech jej członków, w tym dwóch recenzentów oraz przewodniczącego. Natomiast Rada Naukowa czy Rada Wydziału, który będzie przeprowadzał przewód, wskazuje kolejnych trzech członków, w tym sekretarza i recenzenta. Oznacza to, że komisja razem będzie liczyła siedmiu członków, i – jak się wydaje w świetle przepisów – poza przewodniczącym kluczowe wręcz znaczenie ma osoba sekretarza, który będzie nadawał pewną dynamikę pracom i dbał o to, aby zachować terminy i jakość przeprowadzenia samego przewodu. Ponadto dotychczasowe przepisy mówiły, iż ocenie podlega rozprawa habilitacyjna, którą może być książka, cykl artykułów tematycznych, jakaś konkretna praca i pozostały dorobek naukowy. Natomiast w świetle nowych przepisów ocenie podlega całość dorobku kandydata, z tym, że to on sam, w materiałach, które przygotowuje dla

potrzeb komisji, musi wskazać swoje konkretne osiągnięcia naukowe, znów może to być książka, cykl artykułów, tutaj różnie, ale także udowodnić swoją aktywność naukową poprzez różne publikacje. A więc dwa elementy: nowy wkład – osiągnięcie, plus aktywność, która przekłada się na wspomniane punkty.

Medioznawca.com: Czy aktywność organizacyjna także będzie brana pod uwagę?

Prof. Marek Jabłonowski: Tak, oczywiście. Tutaj mamy trzy sfery: aktywność naukową, dydaktyczną, organizacyjną. Ale wracając jeszcze do ustawy: recenzenci mieli przygotowywać opinie – stare rozwiązanie – w terminie trzech miesięcy i często było tak, że mieli z tym kłopoty. W świetle nowych zasad recenzent ma sześć tygodni. Ustawodawca stanął więc zdecydowanie na gruncie przyspieszenia prac, przyspieszenia procedury, nieopóźniania jej. Ponadto jak już będą przygotowane recenzje, to według dotychczasowych przepisów właśnie na podstawie recenzji Rada podejmowała uchwałę o dopuszczeniu kandydata do kolokwium, przeprowadzała kolokwium habilitacyjne, głosowanie, przyjęcie kolokwium, wykład, jeszcze jedno głosowanie, przyjęcie i nadanie stopnia. Jeśli chodzi o nową ustawę, to mamy komisję, więc inną sytuację. Na podstawie recenzji oraz dyskusji podczas posiedzenia komisja w terminie 21 dni, czyli znów trzy tygodnie – niech Panowie zwrócą uwagę, że jest to znaczące przyspieszenie – podejmuje uchwałę o nadaniu lub odmowie nadania stopnia doktora habilitowanego i to w głosowaniu jawnym, ustawa dopuszcza tutaj możliwość wprowadzenia – na żądanie zainteresowanego – głosowania tajnego. Potem, żeby się cofnąć do starej

ustawy, Rada po odbyciu kolokwium nadawała stopień. W tej chwili komisja przedstawia Radzie uchwałę, wynikającą z głosowania, w sprawie nadania stopnia doktora habilitowanego, a Rada w ciągu miesiąca – znów bez udziału habilitanta – podejmuje decyzję w formie uchwały i wtedy sprawa ulega – przynajmniej w świetle ustawodawstwa – zakończeniu. Oczywiście życie przyniesie nam wiele różnych, nowych sytuacji, rozwiązań, casusów, które okażą się być wychodzącymi poza materię ustawową i trzeba je będzie doprecyzować, ale właśnie po to m.in. jest [Centralna Komisja do Spraw Stopni i Tytułów](#), żeby te sprawy rozstrzygać.

Medioznawca.com: Panie Profesorze, ostatnie pytanie. Centralna Komisja w zakresie nauk o polityce określiła pułap punktów koniecznych do zdobycia, aby w ogóle rozpocząć przewód habilitacyjny, na nie mniej jak 100 punktów. Jaką Pan Profesor ma intuicję, bo trudno jeszcze mówić o konkretnej rekomendacji, jak to będzie wyglądało w przypadku nauk o mediach?

Prof. Marek Jabłonowski: Jesteśmy absolutnie na początku tej drogi, do tej pory nie mieliśmy, bo było to niemożliwe, żadnej sprawy z tego zakresu. Patrząc na inne, pokrewne dyscypliny na razie traktowane jest to dość luźno, nie ma takich twardych, żelaznych ram, że np. jak masz 99 punktów, to nie przechodzisz, a masz 101 – przechodzisz. Natomiast bez wątplenia należy się spodziewać w przyszłości bardziej doprecyzowanego stanowiska w tej mierze. Tu musi decydować praktyka. Na razie punkty nie są jakimś stałym elementem odniesienia, tak jak w przypadku doktora habilitowanego, który ubiega się o tytuł profesorski, konieczność posiadania – według

starego systemu – wypromowanego doktora, obecnie zaś musi on posiadać aż trzech wypromowanych doktorów. Ustawa zmieniła bowiem w sposób istotny warunki ubiegania się o tytuł, który jest jakby odrębnym zagadnieniem.

W przypadku tytułu naukowego wymagania polegają na tym, że osiągnięcia naukowe danego kandydata znacznie przekraczają wymagania habilitacyjne, bo tutaj nie ma znów ograniczenia czasowego. Są dyscypliny nauk, w których bardzo szybko można wykazać się znaczącymi osiągnięciami naukowymi, które są udokumentowane. Ponadto jeśli chodzi o tytuł, to dotychczasowe przepisy mówiły o osiągnięciach także organizacyjnych, istotnych osiągnięciach w zakresie dydaktyki i kształcenia kadry naukowej. Nowe przepisy, jeśli chodzi o profesora, mówią, że do tego trzeba dodać doświadczenie w kierowaniu zespołami badawczymi realizującymi projekty finansowane w drodze konkursów krajowych i międzynarodowych. Wiele osób będzie miało kłopot z tą barierą. Uczestnictwo w co najmniej trzech przewodach doktorskich w charakterze promotora oraz co najmniej jeden raz promotora pomocniczego, ale jak ktoś ma trzech wypromowanych doktorów, to na te promotorstwa pomocnicze tutaj się raczej nie będzie zwracać uwagi. Nowe przepisy, w starych nie było o tym mowy, zwracają także uwagę, że co najmniej dwukrotnie zainteresowana osoba musi recenzować prace doktorskie i wnioski habilitacyjne, odbyć staże naukowe i to musi być udokumentowane.

Medioznawca.com: Habilitant również? Bo o tym nie mówiliśmy.

Prof. Marek Jabłonowski: Postępowanie rozpoczynało się – według starych zasad – na wniosek Rady za zgodą kandydata lub na wniosek kandydata poparty trzema opiniami osób z tytułem profesora w danej dyscyplinie. Natomiast według nowych rozwiązań kandydat składa wniosek bezpośrednio do wybranej przez siebie Rady Wydziału czy Rady Naukowej. I teraz istotna zmiana: poprzednio Rada prowadząca ten przewód powoływała dwóch recenzentów, niekoniecznie ze swojego grona, i Centralna Komisja także dwóch. W tej chwili Rada proponuje listę dziesięciu recenzentów, a Centralna Komisja powołuje pięciu z nich, którzy przygotowują oceny w formie ankiet. Żaden recenzent nie może być zatrudniony w tej samej instytucji co kandydat i być członkiem Rady, czyli także wyłącznie recenzenci zewnętrzni, bardzo podobnie jak w procesie habilitacyjnym. Według starych przepisów Rada Wydziału po zapoznaniu się z czterema ocenami recenzentów podejmowała uchwałę w sprawie wniosku o nadanie tytułu profesora. W przypadku pozytywnego głosowania kierowała wniosek do Centralnej Komisji do Spraw Stopni i Tytułów o nadanie tytułu, ta zaś, jeśli poparła ten wniosek – w odpowiedniej procedurze, to przesyłała go do Kancelarii Prezydenta. Bądź nie popierała, bo to też się mogło zdarzyć. Natomiast w świetle nowych przepisów Rada Wydziału po zapoznaniu się z ocenami recenzentów podejmuje uchwałę w sprawie wniosku o nadanie tytułu profesora. W przypadku pozytywnego głosowania Rada kieruje wniosek o nadanie tytułu profesora do Centralnej Komisji, a ta – znów w formie uchwały – przesyła go do Prezydenta, więc na tym finalnym etapie nie ma już większych zmian,

choć jest to wyraźne podniesienie poprzeczki.

Medioznawca.com: Panie Profesorze, dziękujemy za rozmowę.

Warszawa, 11 lipca 2013 roku

■ [Zespół medioznawca.com](http://Zespółmedioznawca.com)

NOWE MEDIA. WYZWANIA I OGRANICZENIA

Kolejny tom serii wydawniczej Instytutu Dziennikarstwa UW "Media początku XXI wieku", który został oficjalnie zaprezentowany podczas tegorocznej edycji Ogólnopolskiej Konferencji Metodologicznej Medioznawców. Nowe media. Wyzwania i ograniczenia to publikacja, na którą złożyło się dziesięć tekstów ukazujących różne oblicza nowych mediów. Z jednej strony wciąż trwający spór o to, czym są te nowe media ("czy rzeczywiście są to »nowe« media, czy też może stare wino w nowych bukłakach, czyli ta sama treść na nowych nośnikach?"), z drugiej – pytanie o konieczność poszukiwania nowego instrumentarium badawczego. Zachęcamy do lektury, własnych rozważań i dyskusji na ten temat.



FRAGMENT WSTĘPU (więcej w zakładce [e-Publikacje](#)):

Inni badacze, pisząc o rewolucyjności wirtualnej przestrzeni i społeczeństwie sieciowym, zaczynają nawet używać terminu "nowe nowe media" (Levinson). Uczestnicy konferencji i warsztatów metodologicznych [III OKMM w 2012 r.] nie rozstrzygnęli jednoznacznie tych wątpliwości. Używając pojęcia "nowe media", mieli przede wszystkim na myśli ich wirtualność, cyfrowość, interaktywność, hipertekstualność, modularność, dyspersyjność czy wreszcie multidostępność. To te

cechy w znacznej mierze odróżniają nowe media od starych mediów, a więc prasy, radia i telewizji. Przelamują jednokierunkowość stosunku nadawca–odbiorca. Multilateralność relacji sieciowych stanowi najbardziej istotną funkcję nowych mediów. Współzależność i obustronność wymiany myśli, idei, opinii i informacji wśród internautów, dokonująca się w czasie rzeczywistym, tu i teraz, w tej samej chwili, z jednej strony wzbudza u badaczy uzasadnioną fascynację nowymi mediami, z drugiej zaś – intelektualny i metodologiczny ferment, kiedy przychodzi do ich badania.

Dr Tomasz Gackowski

RECENZJE WYDAWNICZE

Pierwsza fala fascynacji internetem i nowymi mediami sieciowymi już opadła. Weszliśmy w etap ich intensywnego stosowania w różnych dziedzinach praktyki społecznej. Zebrane w książce studia przypadków pokazują, jak multimedialna komunikacja sieciowa zmienia marketing, public relations, działanie telewizji komercyjnej, spontaniczne akcje protestacyjne, kampanie wyborcze, a także komunikację giełdową. Oprócz tego Autorzy poszukują odpowiedzi na

pytanie: czy stare teorie, paradygmaty i metody badawcze sprostają wyzwaniom nowych form komunikacji multimedialnej, czy trzeba szukać nowych podejść teoretycznych? Unikając popadania w skrajności ("nic nowego", "tego jeszcze nie było"), szukają rozwiązań kompromisowych. Ich studia dowodzą, że połączenie uznanych perspektyw teoretycznych z nowymi narzędziami badawczymi, bo tym też są "nowe nowe media", daje wartościowe rezultaty. Lektura książki to potwierdza.

Prof. dr hab. Maciej Mrozowski (Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej)

Nowe media stały się immanentną częścią funkcjonowania społecznego, a ich dynamiczny rozwój stawia przed naukowcami różnych dyscyplin nowe wyzwania. Mimo to niezwykle rzadko na polskim rynku wydawniczym spotkać można książkę poświęconą tej tematyce, która w kompleksowy sposób prezentuje wybrane obszary komunikacji nowomediowej. Dlatego z entuzjazmem należy przyjąć inicjatywę Tomasza Gackowskiego, który w jednym tomie gromadzi szereg interesujących opracowań, będących

dających wynikiem nie tylko namysłu Autorów, ale – co szczególnie ważne – badań prowadzonych z dużą dokładnością. Właśnie przez empiryczny, praktyczny w wielu wymiarach charakter, publikacja zasługuje na uwagę i wyróżnia się spośród wielu podobnych tytułów. O nowych mediach napisano bowiem wiele, ale jedynie prace badawcze zanurzone w obserwacji nowomediálních zmian pozwalają na uchwycenie istoty komunikacji zapośredniczonej medialnie. Książka *Nowe media. Wyzwania i ograniczenia* stanowi istotny wkład w rozwój polskiego medioznawstwa i komunikologii, a podjęta przez Autorów analiza heurystyczna zasługuje na miano jednego z kamieni milowych polskiego medioznawstwa.

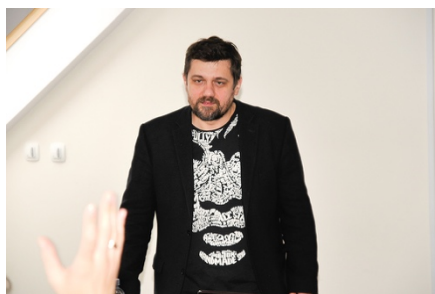
Dr Łukasz Wojtkowski (Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu)

■ [Zespól medioznawca.com](http://Zespól.medioznawca.com)

FOTORELACJA I MATERIAŁ WIDEO Z IV OKMM

Dobiegła końca tegoroczna edycja Ogólno-polskiej Konferencji Metodologicznej Medioznawców i warsztatów metodologicznych medioznawców.

Podczas obrad plenarnych poruszono zagadnienia związane między innymi z medialnym informowaniem o pomaganiu i analizą semantyczną; etnografią kultur w internetach; intertekstualnością, tekstualizacją i dekonstrukcją przekazów medialnych; budowaniem relacji z klientem poprzez social media; rozliczaniem polityków; groźbą we współczesnym polskim dyskursie politycznym; framingiem w przekazach medialnych oraz politycznymi plemionami na Twitterze (zob. program IV OKMM).



Pozostaje już tylko przyjemność zaproszenia na jubileuszową, bo V Ogólno-polską Konferencję Metodologiczną Medioznawców – Internetowość mediów masowych w czasach mediamorfoz, cyfryzacji i konwergencji – nowa ekologia mediów – oraz czwartą edycję warsztatów metodologicznych medioznawców, które odbędą się na Uniwersytecie Warszawskim w dniach 20–21 listopada 2014 roku. Do zobaczenia za rok!

Zespół medioznawca.com

JAK PODNIEŚĆ KONKURENCYJNOŚĆ EUROPEJSKIEJ NAUKI, CZYLI O PROGRAMIE HORYZONT 2020

Największy w historii program finansowania badań naukowych i innowacji w UE – Horyzont 2020, przewidziany na lata 2014–2020, został zainaugurowany kilka dni temu w Warszawie. Będą mogli z niego skorzystać zarówno badacze, jak i firmy. Czy uda nam się pokonać konkurentów z Europy?



Horyzont 2020 to program ramowy Unii Europejskiej, którego kluczowym elementem jest integracja badań naukowych i innowacji poprzez stworzenie jednolitego i spójnego systemu finansowania od etapu koncepcji do wprowadzenia na rynek. Opiera się na **trzech filarach**: **Doskonałość w nauce** (*Excellence in science*), **Wiodąca pozycja w przemyśle** (*Industrial leadership*) i **Wyzwania społeczne** (*Societal challenges*). Budżet przeznaczony na realizację programu – **ponad 77 mld euro z nowej perspektywy finansowej** – może i powinien stanowić istotną motywację do składania wniosków.

Dla badaczy najważniejszy jest pierwszy filar, który z jednej strony ma polegać na wspieraniu najbardziej utalentowanych i kre-

atywnych osób oraz ich zespołów prowadzących badania pionierskie najwyższej jakości przez Europejską Radę ds. Badań Naukowych ([European Research Council](#)), z drugiej zaś zapewniać finansowanie wspólnych badań w celu znalezienia nowych i obiecujących obszarów badań naukowych i innowacji poprzez wsparcie dla przyszłych technologii (*Future and Emerging Technologies*). Co więcej, to także środki finansowe zapewniające naukowcom dostęp do szkoleń i możliwość rozwoju kariery zawodowej poprzez akcje Marie Curie, a także rozwój infrastruktury badawczej (w tym e-infrastruktury) dostępnej dla wszystkich naukowców w Europie i poza nią.

Już od połowy grudnia tego roku mają być ogłaszane poszczególne konkursy w ramach programu **Horyzont 2020** – w wybranym z nich ma zamiar wystartować zespół badawczy skupiony wokół wortalu [medioznawca.com](#). A póki co wczytujemy się w założenia, wymagania, śledzimy opisywane projekty i myślimy nad własnym, bo jak

słusznie zauważyła minister nauki, [prof. Barbara Kudrycka](#): "To już najwyższy czas, byśmy w tym globalnym naukowym wyścigu przesuwali się konsekwentnie na coraz wyższe pozycje".

■ [Zespół medioznawca.com](#)

"ILUSTROWANY KURYER CODZIENNY" ONLINE!



Legendarny tytuł międzywojnia – "Ikac", czyli "Ilustrowany Kuryer Codzienny" – został udostępniony w zasobach Małopolskiej Biblioteki Cyfrowej. Od teraz więc badacze mediów, historycy, genealogicy, wykładowcy, studenci i wszyscy zainteresowani mogą korzystać z pełnego archiwum dziennika (numery wydane w latach 1910–1939), nie ruszając się z domu!

Jak napisano na stronie Małopolskiej Biblioteki Cyfrowej:

"Prace digitalizacyjne trwały nieprzerwanie przez 2 lata w pracowni digitalizacyjnej WBP w Krakowie przy ul. Rajskiej 1. Zabezpieczono w formie cyfrowej materiał zajmujący prawie 10 TB. Wszystkie zeskanowane strony poddano technologii rozpoznawania druku (OCR), dzięki czemu odbiorcy zdigitalizowanego dziennika mają możliwość wyszukiwania słów w jego treści".

■ [Zespól medioznawca.com](http://Zespól.medioznawca.com)

AGRESJA SPRZEDAJE

Kiedys mówiło się, że złe wiadomości sprzedają (*bad news sell*). Dziś newsy nie zawsze są już potrzebne. Po co informować, lepiej kogoś atakować. Najlepiej TAMTYCH. Jeżeli dołożą któremuś z TAMTYCH, nakład lepiej się sprzeda, będzie większa klikalność. Ale IM zrobili! Należało się. Obrzydliwe, ale fajne. Brawo, świetna okładka!



Illustration by Vincent Moses Raja

Czytelnik lubi pismo, które nie lubi tych, których on nie lubi. Powstaje intymna więź odbiorcy z nadawcą. Łatwiej zbudować więź przeciw czemuś niż za czymś.

"My jesteśmy tanie dranie, dranie tanie niesłuchanie..." Co umieli ci dranie z Kabaretu Starszych Panów? "Usypianie ekstra proszkiem, podduśzanie przez pończoszkę. Zakopanie trupa w porcie, zakładanie myszy w torcie. Obrzydzanie cynaderką, usuwanie śladów ścierką. Całą listę takich dań, oferuje tani drań".

A więc niech ktoś w naszym imieniu dołoży TAMTYM. Wymierzy im karę za ich nieczne postęпки, realne lub domniemane. Pokaże na okładce jednego z TAMTYCH. Najlepiej samą twarz. Zresztą, może być też postać. Wykoślawiona, wynaturzona, zdjęcie od dołu albo źle oświetlone, w półmroku. Jakiś fotomontaż, głowa na gołym ciele albo z zębami wampira. Podmalowana. Zdeformowana. Pomniejszona lub nienaturalnie powiększona. Z pypciem na nosie. Niech zrobią co chcą, byle kogoś efektownie zohydzić.

Ta choroba rozpleniła się wszędzie. To już nie tylko tabloidy.

Wystarczy spojrzeć na okładki tygodników zwanych kiedyś "tygodnikami opinii". Dziś można by je nazwać "tygodnikami nienawiści". Są jak orwellowskie seanse nienawiści. Cotygodniowa dawka narkotyku: toksyn, chorych emocji. Ich okładki trudno czasem odróżnić od internetowych memów. Wszędzie te okropne fejsy. Obok siebie, w jednym szeregu, choć nie w tych samych pismach. Jedni tu, drudzy tam: Lech Wałęsa, Antoni Macierewicz, Adam Michnik, Jarosław Kaczyński, Donald Tusk, Adam Hofman, Bronisław Komorowski, Zbigniew Ziobro, Władysław Bartoszewski, Waldemar Pawlak, Radosław Sikorski, Tadeusz Rydzyk, Stefan Niesiołowski. Głównie politycy, ale nie tylko. Trafiają się dziennikarze, publicyści, celebryci. Czasem jakiś oligarcha czy choćby bogaty. Krauze, Fibak. Głównie mężczyźni, ale są i kobiety: Ewa Kopacz, Krystyna Pawłowicz, Julia Pitera, Magda Gessler.

Lubimy kiedy IM dokładają, bo przecież ICH nie lubimy. A może ICH nie lubimy, bo ICH nam obrzydzają? Pewnie sobie zasłużyli na takie traktowanie – myślimy – mają pręgierz zamiast sądu, nareszcie zostali ukarani.

Zresztą, nie myślimy. Po co myśleć? Wystarczy mieć emocje. Nienawidzę, więc jestem.

Za świństewka drobne, proszę pani, pani płaci grosze, i za świństwa w większej skali budżet

pani nie nawali. 4,50 lub 5 złotych, raz na tydzień. Złość: bezcenna.

Z wielu podobnych okładek zapamiętałem jedną. Z lipca tego roku. Facet z ustami pełnymi pieniędzy. Rzygający pieniędzmi: stos monet dosłownie wylewał mu się spomiędzy zębów. Pomyślałem o książce *Tomek wśród łowców głów*, którą czytałem dawno temu. Szklarski opisywał, jak Papuasi preparują głowy zabitych wrogów. Do złudzenia przypominały one potem twarze żywych, tylko były mniejsze. I miały zamknięte oczy.

Twarz na okładce tygodnika miała oczy otwarte, ale jakby martwe, patrzące gdzieś w dal, nie na mnie. Był to Jacek Kapica, wiceminister finansów. Na czole miał napis: "Afera hazardowa 2.0". Zohydzony, upokorzony, ukarany tą okładką. Myślałem: jak ten człowiek się czuje? Przecież ma pewnie rodzinę, przyjaciół, sąsiadów. Jak oni zareagują? Jeśli ma dzieci, jak te dzieci będą się czuły w szkole, kiedy numer pisma będzie pokazywany w kioskach?

Nie mogłem zapomnieć o tej okładce. Niepokoiła mnie. Dwa dni później kupiłem pismo, którego inaczej bym nie kupił. Sam nie wiem po co. Tygodnik leży gdzieś na półce. Nie przeczytałem go dotąd, ale kupiłem. Agresja sprzedaje.

■ Marek Kochan

POSTĘP CZY PODSTĘP

Od wielu lat przyglądam się rozwojowi technologii – robię to nie tylko z dużą uwagą, ale również z rosnącym niepokojem. Mnogość interfejsów, wielorakość platform, transformacje standardów i stopy różnorodnych – mniej lub bardziej potrzebnych – sprzętów, otaczających mnie i moich znajomych, skłaniają do refleksji na temat postępu technologicznego i jego sensu. Głównie tym, lecz nie tylko, będę zajmował się na blogu. Na początek zaś chciałbym pochylić się nad kwestią, która dotyka nas wszystkich, stawiając pytanie: czy to, co serwują nam producenci sprzętu i oprogramowania, rzeczywiście jest rezultatem ich osiągnięć oraz wynika z chęci dostarczenia dopracowanych usług i urządzeń, czy też jest to podstępna gra skalkulowana na osiągnięcie wysokich zysków poprzez odpowiednią politykę wdrażania produktów? Gdzie w tym wszystkim znajdujemy się my, konsumenci?



Kupuj

Jest lekkie, innowacyjne, naszpikowane takimi technologiami, że niemal za Ciebie myśli, wręcz ironicznie można stwierdzić, że jeszcze tylko nie parzy kawy i nie sprząta. Mniej więcej taki przekaz dociera do nas z wszechobecnych kampanii reklamowych sprzętu elektronicznego, w tym zwłaszcza telefonów i tabletów – rozweselone twarze, idylliczne scenerie, bo przecież oprócz produktu sprzedaje się także pewien status społeczny. Niestety po kilku miesiącach, czasem roku, okazuje się, że kupiona za ciężkie pieniądze "zabawka" przestaje być obiektem zainteresowania... samego producenta. Nie pojawiają się aktualizacje oprogramowania, które jest podstawą przy używaniu tego typu sprzętu, a następnie – niespodziewanie – z czarodziejskiego kapelusza wyskakuje królik! Na rynku pojawia się odświeżony, ulepszony

model, będący kolejną odstoną tego samego urządzenia, a różniący się przede wszystkim oprogramowaniem i podzespołami, choć tak naprawdę te ostatnie w 95 proc. przypadków nie są niezbędne do tego, aby obsłużyć nowe oprogramowanie. I tak w kółko. Oczywiście traci na tym zwykły konsument, który kupuje sprzęt po to, aby działał on *out-of-the-box*. Z kolei tzw. prouserzy, jeśli tylko zaistnieje taka możliwość, samodzielnie znajdują zmodyfikowane oprogramowanie i oszczędzają, uzyskując dzięki uprzejmości pasjonatów dostęp do nowych funkcji, które rzekomo obsługuje wyłącznie nowszy sprzęt.

Postęp

Zacznijmy od pozytywów. Nie ulega wątpliwości, że w ciągu ostatnich lat ewolucja elektroniki użytkowej przyniosła liczne dobrodziejstwa. Pozytywnych przykładów mamy bardzo wiele, w tym chociażby:

- telefony stały się nie tylko narzędziami do pisania smsów i dzwonienia, lecz niemal małymi biurami;
- wydajność komputerów stacjonarnych oraz netbooków znacznie wzrosła;

- nastąpiła generalna miniaturyzacja gotowych urządzeń i podzespołów, m.in. poprzez wprowadzenie nowych procesów technologicznych;
- mnóstwo rozwiązań tzw. *system-on-the-chip*;
- dużo lepsza efektywność cieplno-energetyczna;
- rozwój wszelkiej maści technologii bezprzewodowych;
- pojawienie się tabletów i – razem z nimi – nowej formy konsumowania treści;
- spadek cen elektroniki i jednocześnie upowszechnienie technologii w domach;
- dbałość o detale i warstwę wizualną urządzeń;
- wprowadzenie technologii dotykowych, gestów itp.;
- pojawienie się technologii przechowywania danych w "chmurze";
- rozwój dystrybucji cyfrowej;
- i wiele, wiele innych.

Podstęp

Smutne jest to, że istnieje pewne niepisane porozumienie między producentami sprzętu i dostaw-

camii oprogramowania zewnętrznego, które ma "napędzać sprzedaż". Sytuacja na rynku – zwłaszcza sprzętu mobilnego – często sprowadza się do tego, że wiele aplikacji nie jest w stanie poprawnie działać na starszych odsłonach systemu operacyjnego. Co ciekawe, ten brak współpracy wcale nie wiąże się z brakiem realnych możliwości napisania aplikacji pod starsze wersje lub z nimi kompatybilnych. Producent mówi po prostu: potrzebny Ci nowy sprzęt, twój roczny telefon to już emeryt. Klienci, kupując elektronikę, doskonale wiedzą dziś, że nabywają głównie możliwość korzystania z usług, jakie dostarcza producent systemu operacyjnego lub dostawcy zewnętrzni. Nie mam złudzeń: jest to działanie celowe, szkodliwe dla odbiorców i to z każdej możliwej strony. O ile w przypadku drogich, topowych urządzeń rzeczywiście zdarza się, że są one używane przez rok lub dwa, to wszelkie tańsze odpowiedniki są tak naprawdę świadomym produkowaniem elektrośmieci, gdyż jakiegokolwiek zainteresowanie producentów tymi urządzeniami zanika już kilka miesięcy po premierze.

Takiego sprzętu jest na rynku na pęczki, zwłaszcza jeśli chodzi o tanie urządzenia z systemem Android, dodawane za kilka lub kilkadziesiąt złotych do niskich abonamentów telefonicznych. Żeby nie być gołosłownym, takimi przykładami są chociażby modele tańsze, najłatwiej dostępne lub ze średniej półki cenowej, praktycznie każdego producenta, w tym tych najbardziej znanych, takich jak Samsung, Sony, HTC. Konkret: model Sony Xperia J wydany w czwartym kwartale 2012 roku nie otrzymał aktualizacji oprogramowania ani do wersji Androida 4.1, ani nowszego. Jego ciut starsi bracia z rocznika 2012 – Xperia U, P i S

– zatrzymali się na wersjach 4 i 4.1, a były to modele bardzo intensywnie reklamowane – zarówno w telewizji, jak i u operatorów komórkowych. Inni producenci postępują tak samo: najczęściej aktualizacje systemów telefonów z niskiej i średniej półki kończą się na 1 lub 2, a dalej już słuch po wsparciu ginie. W tym przypadku jedyną nadzieją androidowców jest wymiana telefonu na nowy lub instalacja aktualizacji wykonywanych przez hobbystów z forum xda-developers.

Dlaczego tak się dzieje? Można wymienić kilka przyczyn. Pierwszą z nich jest to, że każdy z czołowych producentów zwykł instalować swoje własne "nakładki", czyli zmodyfikowane wersje Androida – głównie pod kątem wizualnym, ale również związane z wygodą używania lub kompatybilnością z innymi urządzeniami tej samej marki, aby użytkowanie ich nie wiązało się z koniecznością instalowania zewnętrznych aplikacji. Taka sytuacja powoduje, że zaktualizowanie wszystkich elementów, tak by zrobić z nich działającą całość, na nowej wersji robocika nie jest już takie szybkie i proste, ale nie jest też niemożliwe, co udowadniają częste aktualizacje urządzeń z górnej półki cenowej, czyli tzw. modeli flagowych. Drugą sprawą są oczywiście pieniądze – brak aktualizacji = konieczność wymiany urządzenia (przez klienta, który oczekuje jakiejś nowej funkcji lub software'u). Dla producenta najlepiej będzie oczywiście, jeśli to nowe urządzenie będzie pochodziło ze średniej lub niskiej półki cenowej, bo dzięki temu "interes się kręci".

Zdarzają się – rzecz jasna – wyjątki od reguły, kiedy to wsparcie dla urządzeń jest dłuższe. Mowa chociażby o urządzeniach marki Google – Nexus (nie posiadają

one indywidualnych nakładek producenta), których zdecydowana większość dostaje aktualny system. Co więcej, w odniesieniu do prawie dwuletniego tabletu Nexus 7 zapowiedziano aktualizację do najnowszej wersji Androida. Pozytywnym przykładem są także działania firmy Apple, która aktualizuje do najnowszej wersji systemu swoje ostatnie urządzenia, ale również kilka poprzednich, jednak w przypadku tych starszych w ramach systemu różnicuje oferowane możliwości. Mimo wszystko jest to podejście bardzo słuszne, gdyż np. model telefonu z 2009 roku – iPhone 3GS – we wrześniu 2012 roku otrzymał aktualizację do najnowszego wówczas systemu iOS6. Jeszcze inny model aktualizacji proponuje Microsoft w swoich urządzeniach z systemem Windows Phone. Użytkownicy telefonów wyposażonych w system Windows Phone 7 otrzymali aktualizację do usprawnionej wersji 7.8, natomiast użytkownicy najnowszej obecnie wersji 8 mogli uaktualnić urządzenia do wersji GDR3 oraz w przyszłości będą mogli zainstalować nową, będącą w opracowywaniu wersję Windows Phone 8.1. Oczywiście użytkownicy wersji WP7 i 7.8 mogą czuć się poszkodowani, ponieważ wiele urządzeń będących na rynku spokojnie mogłoby działać na najnowszym systemie, np. bardzo popularna w Polsce Nokia Lumia 800. Z drugiej strony trzeba jednak pochwalić Microsoft za świetnie zoptymalizowany system, który działa bardzo szybko i płynnie – jest to m.in. konsekwencja zupełnie innego podejścia do samego systemu operacyjnego np. poprzez brak indywidualnych nakładek producentów telefonów w efekcie zuniifikowania wyglądu w ramach systemu dla wszystkich urządzeń, dzięki czemu (choć nie

tylko) nawet tanie modele telefonów nie przyprawiają o frustrację podczas ich obsługi. Ponadto brak nakładek powoduje, że aktualizacje do urządzeń z Windows Phone pojawiają się dla wszystkich urządzeń, dla których aktualizacja została zaplanowana, w dużo krótszym odstępie czasu. Można dojść zatem do bardzo prostego wniosku: mnogość oferowanych produktów oraz autorskich rozwiązań bardzo negatywnie wpływa na częstotliwość pojawiania się aktualizacji oprogramowania i okres praktycznego wsparcia.

Komiczne w tej całej sytuacji jest również to, że do sprzętu o kiepskich parametrach technicznych producenci zwykli dorzucać tak nieoptymalizowane względem niego oprogramowanie, że użytkownik wręcz zmuszony jest do

wymiany urządzenia na nowe, z którego po prostu można korzystać. Przykładem sprzętu, z którego używania musiałem zrezygnować, ponieważ – jako nowy – działał tak wolno i źle, że nie nadawał się do użytku jako smartphone, był chociażby Samsung Galaxy Y czy też Sony Xperia mini. Niewykluczone, że dla osób chcących używać telefonu do bardzo podstawowych zadań taka słuchawka się sprawdzi, ale z drugiej strony zakup smartphona do pisania smsów czy odbierania połączeń wydaje się przesadą.

Do sprawy można też podejść inaczej: sprzęt wcale nie musi być technologicznie zły, to raczej oprogramowanie jest tak nietrafione, że teoretycznie nawet niezłe i jednocześnie dostępne w przystępnej cenie urządzenie

często jest zwykłym szmelcem lub też bardzo ogranicza jego użyteczność. Producenci nie dostrzegają jednak, jak się wydaje, paradoksalnych skutków takich zabiegów – u części klientów dokładnie odwrotnych do zamierzonych. Wielu bowiem, nabywając taki "cud techniki", od razu zniechęca się do używania sprzętu danego rodzaju w przyszłości.

Fakt istnego zalewu naszego rynku elektroniczną tandetą jest dla nas wszystkich realnym problemem, a ze strony koncernów – zwykłą bezczelnością polegającą na wprowadzaniu coraz to nowych produktów – nie tylko niedopracowanych, ale w praktyce wręcz nieużytecznych.

■ **Adam Balcerzak**

„Magazyn Medioznawcy”

ul. Bednarska 2/4 (pokój nr 13)

00-310 Warszawa

email: medioznawca.com@gmail.com

