

zagranicznej bądź artykułach w specjalistycznych czasopismach branżowych, co w dużej mierze jest podyktowane tym, że zjawisko „niestandardów” jest stosunkowo młode. Z pewnością można tę pozycję polecić zarówno osobom początkującym, próbującym dopiero swoich sił w dziedzinie reklamy i marketingu, jak i specjalistom w celu poszukiwania twórczej inspiracji lub przynajmniej przeglądu działalności konkurencji. Należy mieć nadzieję, że książka nie jest ostatnią w dorobku dr Natalii Hatalskiej, ponieważ niewątpliwie posiada ona ogromną wiedzę z zakresu nowych technik marketingowych i reklamowych oraz potrafi przekazać ją czytelnikowi w obrazowy sposób. Liczne porównania,

takie jak wirus, epidemia, dodają atrakcyjności oraz sprawiają, że niejednokrotnie skomplikowane procesy z opisywanej branży zdają się być banalnie proste. Atutem jest również sposób opisu omawianych zjawisk: Hatalska bez ogródek określa rynek reklamy jako miejsce, gdzie każdy, nawet najgorszy produkt może zostać wypromowany tak, że stanie się przedmiotem pożądania rzeszy konsumentów. Wystarczy tylko dobry pomysł. Zatem nasuwa się tutaj dość smutna refleksja: człowiek jest za ledwie marionetką w rękach marketingowców. Ale z drugiej strony, czy konsumentom w dzisiejszych czasach to w ogóle przeszkadza?...

Natalia Rakowska



Włodzimierz Gogołek, Wiesław Cetera *Leksykon tematyczny. Zarządzanie, IT*

Wydawnictwo Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW, Warszawa 2014, 246 s., ISBN 978-83-63183-58-5

Nauki o mediach, uznane w 2011 r. za dyscyplinę naukową¹, rozwijają się w ostatnich latach niezwykle dynamicznie, o czym świadczą liczne konferencje² i publikacje z zakresu medioznawstwa. „Niezbędne dla badaczy mediów wydaje się ustalenie rudymentów – tożsamości nowej »starej« dyscypliny – nauk o mediach: wskazanie zadań, jakie przed nią stoją, terminologii, fundamentów teoretycznych czy metodologii badań”³. Nauki o mediach znajdują się w obszarze nauk społecznych, ale oddziałują na nie dyscypliny z obszaru nauk społecznych,

nauk humanistycznych oraz nauk technicznych. Współcześnie dokonuje się niezwykle szybki rozwój technologii informacyjnych i intensywne zmiany w gospodarce rynkowej. Dynamiczny rozwój mobilnych narzędzi komunikacyjnych, i związana z tym intensywność odbioru informacji cyfrowych, wpływają na wzrost ważności technicznych aspektów rozwoju nauk o mediach.

Wynikiem postępującej ekspansji technologii informacyjnych w mediach stało się uruchomienie w 2012 r. przez Wydział Dziennikarstwa

¹ Zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 8 sierpnia 2011 r. w sprawie obszarów wiedzy, dziedzin nauki i sztuki oraz dyscyplin naukowych i artystycznych.

² Konferencja „Tożsamość nauk o mediach”, zorganizowana w dniach 21–22 czerwca 2012 r. w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego.

³ M. Mrozowski, *Tożsamość nauk o mediach. Przyczynek do dyskusji*. „Studia Medioznawcze” 2012, nr 2 (49)

i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, wraz z wydziałami fizyki, matematyki, informatyki i mechaniki tej uczelni, nowego, pierwszego w Polsce, interdyscyplinarnego kierunku studiów – logistyki mediów (LM). Ten fakt determinuje potrzebę określenia tożsamości logistyki mediów, a szczególnie – zdefiniowania zakresu prac badawczych i edukacji w ramach tej dyscypliny⁴.

W procesie kształcenia administrowaniem instytucją mediową niezbędna jest wiedza o planowaniu, zarządzaniu oraz wiedza związana z problematyką stosowania technologii informacyjnych. A także znajomość narzędzi do gromadzenia informacji, rejestrowania, przechowywania, jej transportu i udostępniania. Istotne jest zdobycie praktycznych umiejętności niezbędnych do obsługi urzędów wykorzystywanych w pracy (w mediach tradycyjnych i nowych) dziennikarza radiowego, prasowego, telewizyjnego.

Ważny krok w procesie usystematyzowania podstawowych pojęć niezbędnych studentom nowego kierunku stanowi *Leksykon tematyczny. Zarządzanie, IT*, który jest zbiorem terminów przydatnych menedżerowi przedsiębiorstwa mediowego z zakresu technologii informacyjnych oraz administrowania. Jego autorami są prof. Włodzimierz Gogołek i dr inż. Wiesław Cetera, pracownicy naukowcy Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. Pierwszy z autorów *Leksykonu tematycznego...* to specjalista z zakresu nauk o mediach, autor wielu prac naukowych w tak ważnej specjalności, jaką są technologie informacyjne mediów. Drugi to inżynier cybernetyk, doktor nauk ekonomicznych w zakresie zarządzania.

Autorzy w krótkim wstępie określili cel publikacji, jako „krok w stronę zakreślenia obsza-

ru praktycznych zastosowań zdobytej w czasie studiów wiedzy”⁵ z zakresu logistyki mediów. Logistyka, jak podają autorzy słownika, jest nauką zajmującą się metodami efektywnego zabezpieczenia realizowania procesów. Podkreślają, że stale wzrasta zapotrzebowanie na usługi logistyczne w mediach.

Historycznie logistyka wiązała się z ogólnie rozumianym transportem rzeczy. Logistyka mediów dotyczy transportu informacji i narzędzi, które temu służą. Narzędzi do odbioru, gromadzenia informacji multimedialnych, zapisywania, obróbki, transmisji informacji w postaci cyfrowej. Wiedza związana z problematyką stosowania technologii łączy się tu z wiedzą o zarządzaniu instytucją mediową (projektowaniem, budową i funkcjonowaniem wydawnictw gazet i periodyków, stacji radiowych i telewizyjnych oraz nowych mediów).

Leksykon ukazuje się zaledwie po dwóch latach doświadczeń w nauczaniu nowej specjalności na Uniwersytecie Warszawskim. Jego autorzy postulują zmianę nazwy kierunku na logistyka i zarządzanie w mediach. Uważają bowiem, że w większym stopniu odpowiada ona treści i celom kształcenia. Instytucje mediowe działają bowiem w warunkach gospodarki rynkowej i walczą o uzyskanie przewagi rynkowej, podobnie jak inne przedsiębiorstwa. Dlatego istotnym elementem kształcenia przyszłych menedżerów usług informacyjnych jest posługiwanie się nowoczesnymi technologiami informacyjnymi, przygotowanie do sprawnego zarządzania nie tylko informacją, ale także przedsiębiorstwem mediowym oraz znajomość problemów decyzyjnych i logistycznych w administrowaniu. Na polskim rynku wydawniczym nie było dotąd publikacji z obszaru łączącego wiedzę o administrowaniu instytucją mediową

⁴ Na październik 2014 r. Instytut zaplanował konferencję naukową „Logistyka i administrowanie mediami”, <http://www.id.uw.edu.pl/dzialy/badania/strona/logistyka-i-adm-mediami> [dostęp: 5.05.2014].

⁵ W. Gogołek, W. Cetera, *Leksykon tematyczny. Zarządzanie, IT*, Warszawa, 2014, s. 15.

z wiedzą na temat stosowania technologii informacyjnych w mediach (dotyczącą gromadzenia, przetwarzania informacji multimedialnych), transportu informacji oraz ważnego zagadnienia, jakim jest bezpieczeństwo teleinformatyczne⁶. *Leksykon tematyczny. Zarządzanie, IT* wypełnia tę lukę. Łączy terminologię z zakresu technologii informacyjnych mediów i zarządzania tak specyficznym przedsiębiorstwem, jakim jest instytucja mediowa. Publikacja ma duże znaczenie w rozwoju praktycznej działalności menedżera sektora usług informacyjnych. Szczególnie chodzi o absolwentów tego kierunku, którzy – podejmując pracę w instytucjach mediowych – powinni operować jednolitą terminologią (bo to ułatwia kontakt).

Leksykon tematyczny... nie jest tradycyjnym podręcznikiem akademickim, ale stanowi próbę ogarnięcia w porządku właściwym dla leksykonu subdyscypliny nauk o mediach, problemowo kontrowersyjnej ze względu na jej inżynierskie zabarwienie, i nie do końca zakresowo sprecyzowanej ze względu na jej rozległość i stały dynamiczny rozwój technologii informacyjnych mediów. Stąd zapewne subiektywny dobór haseł. Jak czytamy we wstępie, wynika on z doświadczenia dydaktycznego oraz praktyki menedżerskiej autorów, którzy zdefiniowali podstawowe pojęcia niezbędne w przyszłej pracy absolwentów tego kierunku – terminy ekonomiczne, techniczne, prawnicze – postulując jednocześnie konieczność dalszych studiów i poszukiwań w celu lepszego zrozumienia i ugruntowania wiedzy z tej nowej specjalizacji.

Leksykon zawiera ponad 500 terminów z dziedziny nauk humanistycznych, społecznych, prawnych, ekonomicznych, matematycznych, technicznych i dyscyplin pokrewnych, jak marketing, PR, finanse, prawo. Terminy zostały zdefiniowane sposób w jasny i zrozumiały. Wiele z nich uzupełniono jest konkretnymi przykładami i zilustrowano tabelami, wykresami, rysunkami lub wzorami do obliczeń, które wzmocnią poznawcze walory publikacji. Dotyczy to zwłaszcza haseł z zakresu ekonomii. Autorzy napisali we wstępie, że jest to pierwsza część słownika. Ich zamiarem jest jego doskonalenie i poszerzenie o nowe hasła. Taka potrzeba wynika ze stałego rozwoju technologii, rozległości i wciąż powiększającego się obszaru wykorzystania kompetencji absolwentów tego kierunku.

Recenzowana publikacja, poza krótkim wstępem i zbiorem obszernie omówionych haseł, została wzbogacona o bibliografię przedmiotu związaną z problematyką objętą słownikiem i szeroko pojętym zarządzaniem przedsiębiorstwem. Obszerny spis nie tylko polskich, ale i obcojęzycznych książek i czasopism oraz odwołań do materiałów elektronicznych to kolejny atut tej ważnej pozycji wydawniczej.

Leksykon tematyczny... nie pełni roli podręcznika, ale zebrane w nim definicje systematyzują pojęcia i ułatwiają poruszanie się w terminologii. Stanowi kompendium wiedzy przydatnej studentom nauk o mediach i przyszłym menedżerom sektora usług informacyjnych.

Patryk Makulski

⁶ Na rynku są prace związane bezpośrednio z zarządzaniem, logistyką dóbr fizycznych, np. B. Nierenberg, *Zarządzanie mediami. Ujęcie systemowe*, Kraków, 2011.