

# Sprawozdanie z konferencji SUMMIT 2014, Rochester, 15–16 października 2014

**Wiesław Cetera**

Tegoroczna jesienna konferencja SUMMIT 2014 była poświęcona zagadnieniom zmian ekonomicznych, technologicznych i organizacyjnych w dziedzinie komunikacji (usług informacyjnych). Jej organizatorem był Cross-Media Innovation Center (CMIC) działający w strukturze School of Media Sciences – Rochester Institute of Technology (RIT). Instytut, założony w 1829 roku, jest uczelnią prywatną. W tej jednej z największych szkół wyższych w USA studiuje obecnie około 15 tys. studentów oraz 2900 doktorantów z ponad 100 krajów<sup>1</sup>. Sama School of Media Sciences liczy 5 tys. studentów, którzy zazwyczaj znajdują zatrudnienie w czasie pierwszych trzech miesięcy po jej ukończeniu.

W zamyśle założycieli zadaniem Cross-Media Innovation Center było wspieranie przedsiębiorstw sektora wydawniczego i poligraficznego w dokonywaniu przekształceń technologicznych i organizacyjnych. Uczelnię wspomagają największe koncerny działające w sektorze poligraficznym i papierniczym. Jest to przykład udanej, efektywnej współpracy między środowiskami naukowymi i biznesowymi.

Dominującą tematyką tegorocznej konferencji były kwestie promocji nowych środków komunikacji w działalności wydawniczej i poligraficznej. Organizatorzy zapoznali biorących w niej udział przedstawicieli przemysłu z aktualnie prowadzonymi badaniami w tej dziedzinie, natomiast środowisko naukowe oczekiwało uwag z ich strony odnoszących się do profilu zawodowego przyszłych absolwentów uczelni.

Obrady rozpoczął prof. Chris Bondy<sup>2</sup>, który omówił strategię stosowaną przez CMIC oraz trendy zmian w mediach. Zwrócił uwagę na konieczność objęcia zainteresowaniami badawczymi w sferze wydawniczej i poligraficznej innych dziedzin poza tradycyjnymi mediami drukowanymi. Natomiast Jon Budington<sup>3</sup> wskazał na najistotniejsze zagadnienie – integrację kanałów informacyjnych, które – jego zdaniem – są kluczem do przyszłości branży poligraficznej. Zmiany na rynku poligraficznym są bowiem dla gospodarki istotnym zagadnieniem, ponieważ ten sektor generuje ponad 2% PKB.

W ramach panelu, który odbył się 15 października, podjęto zagadnienie innowacyjnych trendów w reklamie. Pierwsza prelegentka,

<sup>1</sup> Rochester leży nad jeziorem Ontario w regionie Finger Lakes. pod względem wielkości jest 79. miastem w Stanach Zjednoczonych oraz trzecią metropolią w stanie Nowy Jork. Zamieszkuje w nim ponad milion mieszkańców (w tym 16% Afrykanów i 7% Latynosów).

<sup>2</sup> Chris Bondy – profesor College of Imaging Arts and Sciences, doktor informatyki.

<sup>3</sup> Jon Budington – absolwent RIT, specjalista z dziedziny aplikacji internetowych, zarządzania bazami danych i strategii komunikacji, współpracownik m.in. Black&Decker, CARFAX, “The Washington Post”.

Sarah Mannone<sup>4</sup>, przytoczyła rezultaty przeprowadzonych badań. Wynika z nich, że przeciętny konsument korzysta codziennie przez 82 minuty z mobilnych urządzeń. Dlatego też ta forma komunikacji jest uwzględniana w programach marketingowych. Mannone podała również praktyczne przykłady wykorzystania nowych technologii w marketingowych strategiach wielokanałowych i mediach społecznościowych.

Nieco szerszy kontekst miało wystąpienie dr Eleny Fedorovskiej<sup>5</sup>. Podkreśliła ona znaczenie rozwoju technologicznego oraz mediów elektronicznych, a także rosnącą rolę mediów społecznościowych jako źródła przewagi konkurencyjnej. Wskazała przy tym na marginalne zainteresowanie dotychczasową formą komunikowania, czyli tradycyjną – papierową. Informacja pojawia się obecnie jednocześnie w wielu kanałach (platformach). Ponadto odbiorca może ją współtworzyć, korzystając z mediów społecznościowych, a nawet być jej źródłem.

Profesorowie Bo Peterson oraz Johannes Karlsson<sup>6</sup> podzielili się swoimi doświadczeniami z pracy dydaktycznej na Uniwersytecie w Malmö (Szwecja). Uczelnia, istniejąca od 1998 roku, kształci studentów na kierunku „grafika”. Program nauczania jest stopniowo rozbudowywany, uzupełniany tematyką multimedialną. Przykładem takiego podejścia była realizacja projektu wykonanego dla wielu kanałów dystrybucyjnych, w wyniku którego powstała broszura i jej multimedialne wersje kolportowane podczas targów.

Zmiany transformacyjne w polskim sektorze poligraficznym, dokonane w latach 1989–2014,

omówił dr inż. Wiesław Cetera. Wyróżnił w nim kilka charakterystycznych okresów. Lata 1989–1995 to okres gwałtownego rozwoju przedsiębiorczości poligraficznej, następnie dojrzałości i stabilizacji sektora poligraficznego utrzymujący się do 2004 roku, po czym okres inwestycji i utrwalań przewagi konkurencyjnej, obejmujący lata 2005–2009 oraz redukcji i restrukturyzacji sektora, który rozpoczął się w 2010 roku i trwa nadal. Wskazał, że nowoczesne i efektywne technologie wpłynęły na wzrost wydajności i zdolności produkcyjnych w polskim sektorze, znacznie zwiększając zakres świadczonych usług. Niestety, inwestycje w tym sektorze dotyczą przede wszystkim sprzętu, zaś w mniejszym stopniu – sfer nieprodukcyjnych, takich jak badania i rozwój oraz organizacja i marketing. Poza tym charakteryzuje się on również nadprodukcją strukturalną, której wielkość szacuje się na poziomie nawet 30%.

Nie bez znaczenia jest zmiana nawyków czytelnicych – powszechne staje się korzystanie z mediów internetowych i elektronicznych, które dokonuje się kosztem tradycyjnych form drukowanych. Wzrost produkcji poligraficznej ogranicza się zatem głównie do opakowań drukowanych i druku cyfrowego. Istotna jest także konkurencja – kraje ponoszące niskie koszty, zwłaszcza w Azji, potrafią spełniać europejskie standardy dotyczące jakości, co wiąże się z dużym ich wpływem na kształtowanie ceny usług. Ponadto znacznie spadł popyt na produkty drukowane, przy czym wzrosła niechęć instytucji finansowych do udzielania pożyczek małym i średnim przedsiębiorstwom poligraficznym.

<sup>4</sup> Sarah Mannone – absolwentka University of Illinois, wiceprezes Trekk. Dziedzina jej zainteresowań zawodowych jest obsługa klienta. Zajmuje się marketingowymi planami strategicznymi oraz wielokanałową komunikacją marketingową.

<sup>5</sup> Elena Fedorovska – psychofizjolog. Pracowała w Eastman Kodak Research Laboratories, obecnie w RIT. Zajmuje się problematyką *cross mediów*. Stopień doktora uzyskała na Uniwersytecie Łomonosowa.

<sup>6</sup> Bo Peterson – profesor University of Malmö. Stopień doktora uzyskał w Lund Institute of Technology. W badaniach koncentruje się na problematyce internetu.

Johannes Karlsson – asystent na University of Malmö.

Ciekawym zjawiskiem, mającym związek z pojawieniem się nowych mediów i technologii, jest budowanie bliższych relacji z klientami oraz tworzenie większej wartości dodanej przez zróżnicowanie oferowanych usług, takich jak drukowanie z zarządzaniem bazami danych, czy stosowanie innowacyjnych procesów, których przykładem jest druk 3D. Integracja usług komunikacyjnych i multimedialnych nie tylko zwiększa gamę produktów, lecz także wpływa na atrakcyjność sektora, zarówno dla klientów, jak i pracowników.

Pierwszy panel zakończyło wystąpienie Paula Butterfielda. Pracownik Xeroxa omówił druk transakcyjny oraz wskazał na konieczność jego transformacji w celu adaptacji innowacyjnych technologii.

Kolejny panel obejmował dwa wystąpienia. Doktor Mark Bohan<sup>7</sup> przedstawił innowacyjne technologie stosowane w produkcji opakowań. Poszukiwanie nowatorskich rozwiązań wymusiły przede wszystkim wymagania rynku. Mają one głównie charakter innowacji przyrostowych, polegają bowiem na wykorzystaniu nowej tekstury, zarządzaniu kolorem i wprowadzaniu efektów specjalnych. Powstają również „opakowania inteligentne” pozostające w interakcji z towarem. Przykładem wskaźniki temperatury, informacje o rozmrożeniu itp. Kolejnym ważnym źródłem inicjującym zmiany są wymagania środowiskowe. Interesujące było także wystąpienie Bruce’a Barna. Próbował on uzasadnić tezę o nieśmiertelności tradycyjnego druku. Stwierdził, że jest możliwe utrzymanie równowagi między tradycyjną książką, czasopiśmie i gazetą a tabletem. Ta teza wydaje się dość ryzykowna, bowiem na obecnym etapie

ewolucji mediów staje się oczywiste, że cykl życia tradycyjnych produktów dobiega końca, a proponowana przez autora równowaga może mieć wpływ jedynie na kształt przebiegu okresu schyłkowego.

Pierwszy panel drugiego dnia konferencji był poświęcony relacjom między *cross mediami* a środowiskiem. Doktor Werner Sobotka<sup>8</sup> odniosła się w swoim wystąpieniu do działań inicjowanych na Starym Kontynencie zmierzających do optymalizacji produkcji z uwzględnieniem wymagań ochrony środowiska. Najważniejsze zagadnienia z tym związane to poziom recyklingu papierów i kartonów opakowaniowych oraz redukcja emisji CO<sub>2</sub>. W odniesieniu do procesu produkcji papieru i kartonu znaczącym problemem jest zmniejszenie energochłonności technologii. Natomiast w przypadku druku rozwiązaniem bardziej przyjaznym dla środowiska może być druk cyfrowy. Pozostając przy klasycznej analizie, prelegent wskazał na ewolucyjne zmiany łańcucha wartości w przemyśle opakowaniowym.

Doktor Shu Chang<sup>9</sup>, podobnie jak Bruce Barna, uzasadniała nieśmiertelność druku. Stwierdziła, że z pewnością nowe rozwiązania w poligrafii, takie jak m.in. druk 3D czy usługi dla przemysłu (druk nadruków lub etykiet wykonywanych w zaawansowanych technologiach), będą udoskonalane. Być może nowe technologie poligraficzne ożywią dotychczasowe, tradycyjne produkty przemysłu poligraficznego. Niestety, ten pogląd, jak dotychczas, nie znajduje potwierdzenia w praktyce życia gospodarczego.

Kolejny panel i dyskusję prowadziła dr Chang. Wzięli w niej udział dr Nancy Ferris<sup>10</sup> z Kodak

<sup>7</sup> Mark Bohan – wiceprezes Printing Industries of America odpowiedzialny za badania techniczne i programy certyfikacji produktów. Autor licznych publikacji z dziedziny technologii i optymalizacji procesów produkcyjnych.

<sup>8</sup> Werner Sobotka – doktor nauk technicznych, dyrektor ds. badań w Institute for Graphic Arts and Media w Wiedniu. Wykładowca RIT.

<sup>9</sup> Shu Chang – profesor RIT. Pracowała w Xerox Innovation Group, obecnie zajmuje się materiałami wykorzystywanymi w technologii 3D, które w przyszłości mogą być stosowane w biologii, medycynie i elektronice.

<sup>10</sup> Nancy Ferris – dyrektor Kodak Research Labs i wiceprezes Kodak Technology Center, Eastman Kodak Company.

Research Labs, dr Malcolm Kief z Cal-Poly i dr Dennis Cormier z RIT. Dyskutowali oni na temat wystąpienia Carolyn R. Ellinger<sup>11</sup>, która przedstawiła technologię druku układów elektronicznych (tzw. układy drukowane, płyty). Specjalistyczne wystąpienie C.R. Ellinger dotyczące zastosowań poligrafii w wysokich technologiach uzupełnił Eddy Hagen<sup>12</sup>, poświęcając swoją prezentację zagadnieniom kontroli jakości. Zwrócił uwagę na normy i procedury pomiarowe, które powinny być stosowane również w przypadku tych technologii. Natomiast dr Christine Landry-Coltrain<sup>13</sup> skupiła się na omówieniu technologii fleksograficznej i jej konsekwentnego rozwoju w celu uzyskania wyższej jakości produktów.

Zagadnieniom jakości oraz kontroli procesu druku poświęcili swoje wystąpienia dr Bruce L. Myers i dr Robert Chung<sup>14</sup>. Szczegółowo przedstawili problem kalibracji kolorów z coraz częstszym wykorzystywaniem balansu szarości. Z kolei metodologia pomiarów jakości obrazu była tematem, który podjął Saleh Abdel Motaala – student RIT.

Dwudniowej konferencji SUMMIT 2014 towarzyszyła sesja plakatu. Dziesięć prezentacji dotyczyło szczegółowych zagadnień związanych z *cross mediami* oraz technologią druku. Na uwagę, głównie ze względu na zainteresowania autora, zasługuje wystąpienie Lufei Yu, Junpeng Chang i dr Eleny Fedorovskiej, którzy omówili wyniki badania przeprowadzonego z udziałem 32-osobowej grupy [stosunkowo nieliczna – przyp. autora] dotyczące oceny

przyswajalności treści (komunikatu) emitowanego przez różne media. Z kolei Yujue Wang, Saunil Desai i Pranav Dadlani zaprezentowali architekturę strony internetowej zintegrowanej z mediami drukowanymi.

SUMMIT 2014 była jedną z najważniejszych konferencji poświęconych poligrafii. Jej organizator – Cross-Media Innovation Center – jest istotnym elementem na drodze prowadzącej do ewolucji druku. Interesująca jest ta, obrana w Rochester. Dotychczas w RIT prowadzono badania dotyczące technologii poligraficznych oraz zagadnień związanych z ekonomią i organizacją sektora poligraficznego. Obecnie celem poszukiwań jest określenie najefektywniejszych dróg adaptacji tej branży do nowych uwarunkowań funkcjonowania. Badania są prowadzone z perspektywy poligrafii. Nie budzą zatem zdziwienia pojawiające się tendencje do formułowania najlepszych strategii dla tej właśnie branży.

W tym kontekście studia prowadzone w Instytucie Dziennikarstwa UW w dziedzinie logistyki mediów (zarządzania mediami) są ukierunkowane przede wszystkim na komunikowanie i zarządzanie nowymi mediami, dla których poligrafia jest jedynie jedną, i to nie najważniejszą technologią. W ocenie autora ta perspektywa, choć słuszna z punktu widzenia procesu komunikowania, jest z pewnością trudna do zaakceptowania przez naukowców z RIT wywodzących się ze świata poligrafii.

Inną, godną podkreślenia cechą działania RIT jest duża sprawność w nawiązywaniu

<sup>11</sup> Carolyn R. Ellinger – inżynier, pracuje jako badacz (starszy naukowiec) w Eastman Kodak Company – Kodak Technology Center. Ma w swoim dorobku 29 patentów uzyskanych w USA i ponad 20 złożonych wniosków patentowych.

<sup>12</sup> Eddy Hagen – dyrektor Flemish Innovation Center for Graphic Communication.

<sup>13</sup> Christine Landry-Coltrain – pracuje w Kodak Senior Research Associate, zajmuje się technologią fleksograficzną. Jest autorką 35 publikacji oraz autorką lub współautorką 69 patentów.

<sup>14</sup> Bruce Leigh Myers – pracuje w RIT. Ponad 14 lat pracował w Agfie, zajmując stanowiska związane ze sprzedażą urządzeń. Obecnie prowadzi badania nad zarządzaniem kolorem.

Robert Chung – profesor RIT, opublikował ponad 90 prac z zakresu procesów kontroli jakości druku. Zajmuje się również unifikacją standardów druku offsetowego i cyfrowego.

i rozwijaniu współpracy między środowiskami naukowymi i przemysłem. Z pewnością jest to efekt niemal dwustuletniej tradycji oraz pozyskanego w tym czasie społecznego kapitału uczelni. Transfer technologii z warsztatu badacza do hali zakładu przemysłowego jest pod-

stawą jej funkcjonowania. Z drugiej zaś strony, bieżące potrzeby przemysłu znajdują odzwierciedlenie w programach studiów. Dzięki wykorzystaniu efektu synergii, osiąganego w wyniku współpracy obu środowisk, absolwenci RIT to fachowcy poszukiwani na rynku pracy.