

Logistyka mediów przepustką na rynek pracy

Rozmowa z prof. dr. hab. inż. Włodzimierzem Gogółkiem z Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego

Od trzech lat Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego kształci na kierunku logistyka mediów. Jak powstała idea tej specjalności?

Warto poszerzyć to pytanie o przyjętą interpretację terminu logistyka. Rozumiana jest ona przez nas jako obszar wiedzy i umiejętności związanych z funkcjonowaniem mediów. Idzie tu o technologie i zarządzanie mediami – od prasy przez radio, telewizję do internetu włącznie. Media są i pozostaną bezpośrednio związane z technologiami informacyjnymi – informatyką i internetem. Wiedza w tym zakresie stanowi czynnik decydujący o powodzeniu funkcjonowania każdej gazety, rozgłośni radiowej, stacji TV, a szczególnie internetu. To oraz potrzeby rynku stanowiły o celowości uruchomienia kierunku.

Czy studenci mogą liczyć na sukces na rynku pracy?

W mediach, poza pracownikami, którzy samodzielnie zdobyli wiedzę w zakresie logistyki, nie ma takich fachowców. Nasi absolwenci potrafią zarządzać nowymi mediami, znają podstawowe wyzwania i możliwości współczesnych technologii informacyjnych, w tym prasy, TV i radia. Przede wszystkim mają podstawy umiejętnego kierowania nowymi mediami i tworzenia współczesnych kanałów dystrybucji mediów. Piętnastoletnie doświadczenie specjalizacji dziennikarstwo online, która była bazą dla powstania logistyki, dowodzi, że nasi absolwenci nie mają kłopotu ze znalezieniem pracy zgodnej ze swoim wykształceniem.

Zatem licencjat to pierwszy krok?

W tym roku będziemy mieli pierwszych absolwentów logistyki. Zain-



Prof. dr. hab. inż. Włodzimierz Gogolek

teresowanie pogłębianiem wiedzy w tym kierunku skłoniło nas do uruchomienia studiów magisterskich. Program został tak skonstruowany, by w studiach magisterskich mogli uczestniczyć nie tylko nasi absolwenci, ale także osoby mające licencjat uzyskany na innych uczelniach, związany z naukami ścisłymi – informatyką, ekonomią, fizyką, matematyką itp.

Czy zdobyta wiedza wystarczy?

To podstawa. Potrzebne są jeszcze doświadczenie i umiejętność samodzielnego uczenia się w szybko zmieniającym się otoczeniu technologicznym i biznesowym. Nasi studenci muszą być otwarci na zmiany i innowacje. Dlatego dużą wagę przywiązujemy do zajęć praktycznych, specjalistycznych praktyk i... wymagań. Kluczem do sukcesu jest jednak kadra nauczycielska – głównie praktycy, których wiedza weryfikowana jest na bieżąco w firmach związanych z przedmiotem studiów.

Zatem kierunek studiów też „uczy się”.

I to bardzo intensywnie! Modyfikujemy programy nauczania niemal w każdym semestrze. Wiąże się to z rewolucyjnymi zmianami technologicznymi. Na przykład ostatnio każdy rocznik ma coraz większą liczbę godzin poświęconą wykorzystaniu urządzeń mobilnych w mediach. Wcześniej były to laptopy, potem tablety, teraz królują smartfony. Zakres nauczania weryfikują rynek i doświadczenia innych ośrodków naukowo-dydaktycznych. Sprawdzoną formą weryfikacji i wymiany poglądów w takim zakresie są konferencje. 8–9 października organizujemy drugą poświęconą logistyce i zarządzaniu w mediach.

W tym roku już w nowej siedzibie ID?

Tak, w odnowionych Łazienkach Teodozji Majewskiej. Konferencja organizowana jest w udoskonalonej formule i podejmuje poszerzoną tematykę. Adresowana jest głównie do mediów regionalnych, najczęściej małych firm, zainteresowanych kompetencjami od A do Z. Będziemy dyskutowali nie tylko o wiedzy dotyczącej logistyki i zarządzania. Dzięki wystawie towarzyszącej konferencji uczestnicy będą mogli dowiedzieć się o użytecznych możliwościach wspomagania pracy każdej redakcji.

Wysiłki krzewienia wiedzy będącej przedmiotem konferencji chętnie wspierają np. Heidelberg Polska i Re-program. Niezmiennie od dwóch lat możemy liczyć na patronat i wsparcie Krajowej Rady Radia i Telewizji, Polskiej Agencji Prasowej SA, Telewizji Polskiej SA i Polskiego Radia SA. Oczywiście towarzyszą nam również „Świat DRUKU” i Wirtualny Wydawca.

Dziękujemy za rozmowę.