



## Kariera

# Social media mu nie straszne – content designer

**Posiadanie własnej firmy to już osiągnięcie, jednak ta żeby się rozwijać, potrzebuje klientów. Jak ich zdobyć dziś – w czasach, kiedy Internet stał się światem równoległym do rzeczywistego? Na to pytanie odpowiedzi szukają profesjonalni content designerzy, czyli specjaliści od e-marketingu tworzący internetową tożsamość marki.**



„Projektant treści”, bo tak należałoby to określić przetłumaczyć, to stosunkowo nowa, od kilku lat prężnie rozwijająca się profesja, na którą wciąż rośnie zapotrzebowanie na rynku (przede wszystkim w firmach prywatnych lub agencjach social media). Wraz z rewolucją informatyczną i nastaniem ery mediów społecznościowych, do katalogu wykonywanych zawodów zaczęto dopisywać takie hasła, jak *social media manager* lub *geek*, *content manager*, czy właśnie *content designer*, które w skrócie można by określić jako ekspert ds. mediów społecznościowych. Jest to zawód popularny wśród młodych ludzi, obytych w środowisku wirtualnym, spędzających większość czasu wolnego na portalach społecznościowych. Czy właściwie jest jednak utożsamianie content designera ze zwyczajnym użytkownikiem Facebooka, który otrzymuje nierzadko poważne pieniądze za publikowanie zabawnych zdjęć i statusów, tak jak robią to co dzień miliony ludzi na całym świecie w swoich profilach? Nie do końca.

**Klucz do sukcesu lub porażki – social media**  
Zarówno małe przedsiębiorstwa jak i potężne korporacje w odpowiednim

momencie zdały sobie sprawę, że metody tradycyjnego marketingu na tak dynamicznie zmieniającym się rynku zaczynają tracić na znaczeniu na rzecz nowoczesnych technik komunikacji z klientami, przede wszystkim za pośrednictwem Internetu. To sieć jest dziś najszybszym i najbardziej skutecznym narzędziem promocji firm oraz ich produktów. Dlatego właśnie inwestycja w zarządzanie treściami pojawiającymi się w przestrzeni wirtualnej na ich temat staje się dziś niemal obowiązkiem. Firmy zakładają masowo profile na Facebooku, „wiercą” na Twitterze i tworzą swoje autodiagnostyczne wizytówki na YouTube, by dotrzeć do jak największej rzeszy odbiorców, czego nie osiągnęliby przy pomocy tradycyjnych reklam. Coraz większą popularność zyskują także takie serwisy jak LinkedIn czy Blip.

Biorąc pod uwagę kryterium branżowe, niewątpliwie potęgą w mediach społecznościowych są sieci telekomunikacyjne. Świetnym przykładem do naśladowania dla przyszłych specjalistów od social mediów może być kampania marketingowa Orange (wcześniej TP S.A.) „Serce i rozum”, w 2011 roku uznana za najbardziej efektywną na polskim rynku. Jej ele-

mentami są najpopularniejszy obecnie na polskim Facebooku fanpage, który dzięki wytrzymałości i kreatywności content designerów, „lubi” prawie 2 mln internautów oraz kanał YouTube, na którym odnotowano miliony wyświetleń spotów reklamowych. Na kolejnych miejscach podium w rankingu najpopularniejszych marek na Facebooku plasują się sieć Play oraz popularna witryna „produkująca” memy internetowe – Demotywatory. Maty Głód, bohater kampanii reklamowej Danone, także żyje jako popularny fikcyjny charakter w sieci.

Warto jednak pamiętać, że na obsługujących nowoczesne środki komunikacji ciąży ogromna odpowiedzialność za kreowanie marki w Internecie. Czyha na nich wiele pułapek, a jeden błąd może doprowadzić do wielkiego skandalu i w konsekwencji do spadku sprzedaży produktów danej firmy (skutkiem natychmiastowym jest zazwyczaj utrata pracy przez nieuwważnego content designera). Wystarczy przywołać przykład profitu Gazety Wyborczej, którego admin przy okazji primaaprilisowej prowokacji udostępnił dane logowania włamywaczom. Ci na fanpage'u gazety opublikowali swój triumfalny post „GÓWNO PRAWDA, mówi

prezes RZĄDU”, z czego Wyborcza usiłowała się potem wielokrotnie tłumaczyć. Jeden z pracowników sieci Play także stracił stanowisko za wpadek techniczną – zadał pytanie w charakterze klienta na profilu firmy, zalogowany jako administrator.

### Kto to taki?

Content designer zajmuje się zapewnianiem kanałów internetowej komunikacji z odbiorcami odpowiednią, atrakcyjną treścią. To oni prowadzą profite organizacji w mediach społecznościowych, komunikują się z odbiorcami, tworzą przestrzeń do dyskusji, komentują bieżące wydarzenia, ogłaszają konkursy, tworząc w ten sposób wizerunek i tożsamość wirtualnej marki, z którą dana społeczność się identyfikuje.

Do wykonywania tego zawodu nie wystarczy jednak komputer, łącze internetowe i konto w danym serwisie. Pracodawcy poszukują bowiem specjalistów, którzy posiadają wiedzę, umiejętności i doświadczenie z zakresu marketingu internetowego, programowania, komunikacji z określonymi grupami odbiorców, zastosowania skomplikowanych narzędzi biznesowych w Internecie, technik PR i reklamy, projektowania grafiki, a także mają zdolności redaktorskie i copywriterkie („lekkie pióro”).

Nierzadko też kandydaci muszą posiadać specjalistyczną wiedzę branżową np. z farmaceutyki czy IT. W tej pracy liczy się przede wszystkim kreatywność, empatia i zaangażowanie. Ostatnia z wymienionych cech jest szczególnie ważna, ponieważ aby zagwarantować efektywność działań i sukces całego przedsięwzięcia, profil musi „żyć” 24 godziny na dobę i być stale obecny w świadomości odbiorców. Aby komunikat prezentowany na portalu społecznościowym był wystarzająco chwytliwy, intrygujący i dowcipny, a przy tym zrozumiały – znajomość socjotechnik oraz umiejętności wykorzystania pewnych sztuczek w komunikacji również jest pożądana.

### Dyplomy, fakultety...

Na rynku funkcjonuje na razie niewiele ośrodków oferujących kursy dotyczące mediów społecznościowych, takich jak np. Akademia Social Media pod auspicjami gdańskiej Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej. Przy wyborze ścieżki naukowej warto zwrócić

uwagę na takie studia, jak komunikacja społeczna, marketing, PR czy nowe media. Oferta uczelni i instytucji obejmuje także studia podyplomowe o tematyce mediów społecznościowych, jak choćby „Social Media w praktyce” w Polskiej Akademii Nauk.

Wykształcenie w tym kierunku nie jest jednak priorytetem – liczy się bowiem pomysł oraz zdolność kreowania wizerunku w sieci i umiejętność wczucia się w rolę potencjalnego odbiorcy.

### Dola content designera

Zarobki specjalistów ds. mediów społecznościowych są zróżnicowane i muszą być rozpatrywane indywidualnie, zależnie od branży, w której dana osoba jest zatrudniana jako moderator treści, wielkości przedsiębiorstwa i stopnia zaangażowania usług świadczonych przez takich pracowników. Początkujący content designer może liczyć na pensję w wysokości kilkuset zł, zaś zarobki najlepszych specjalistów z doświadczeniem i długim stażem sięgają nawet 10-12 tys. zł.

### Czy warto?

Jest to praca wbrew wszelkim stereotypom trudna i wymagająca. Przede wszystkim wiąże się z niernormowanym czasem pracy i wręcz uwiązaniem do komputera, ze względu na konieczność funkcjonowania profilu przez całą dobę. W większości przypadków pracodawca nieestety zatrudnia osobę odpowiedzialną za wirtualne życie swojej firmy na umowę zlecenie. Są również korzyści wynikające z takiego trybu pracy. Jeśli spędzamy dużo czasu na portalach społecznościowych na co dzień, w ten sposób możemy połączyć przyjemność z obowiązkiem, robiąc to co lubimy. Ważna jest także elastyczność i mobilność – wygodna jest praca zdalna, bez konieczności spędzania długich godzin w biurze.

Jeśli więc zastanawiać się nad wyborem przyszłej drogi zawodowej, to dla ludzi aktywnie wykorzystujących social media w codziennym życiu praca jako content designer z pewnością jest warta rozważenia.

Maciej Motylski

# Cudowne dziecko współczesnego filmu

**Światowe kino dochoowało się pierwszego geniusza wśród najmłodszego pokolenia twórców. Xavier Dolan, ledwie 24-letni reżyser, już po trzech filmach wypracował sobie własną markę i, co ważniejsze, charakterystyczny, niepowtarzalny styl.**

Urodzony w Kanadzie Dolan od najmłodszych lat miał styczność z kinem. Jego ojciec, pochodzący z Egiptu Manuel Tadros, jest aktorem, piosenkarzem, komikiem i autorem tekstów scenicznych. Kilkuletni Dolan występował u jego boku w kanadyjskich produkcjach filmowych i telewizyjnych osuwając się z kamerą. Obecnie za jej pomocą przygląda się swoim bohaterom w sytuacjach, w których najbardziej się lubuje – ekstremalnie emocjonalnych.

A co Dolana interesuje najbardziej? Uczucia. Intymność. Seksualność. Filmy młodego Kanadyjczyka przesieknięte są erotycznym napięciem, tak gęstym, że aż odczuwalnym. Dolan w swoich obrazach przekonująco i w nowatorski sposób wykreował świat miłości, która jest gwałtowna i czuła zarazem, gorąca i wyrachowana, ekspresyjna i wstydliva. Raz zaspokaja ciało, a raz to umysł jej bardziej potrzebuje. Widz ogląda prze różne jej typy – hetero- i homoseksualną, przyjacielską i rodzinną, szczęśliwą i niespełnioną, wyidealizowaną i sprowadzoną na ziemię. Świeżość, z jaką Dolan porusza się po tej wyswiechtanej filmowo tematyce, jest zdumiewająca. Ją akurat można tłumaczyć jego młodym wiekiem. Ale skąd ta dojrzałość spojrzenia?

### Cannes podbite!

Kanadyjczyk debiutował w 2009 roku w na poty autobiograficznym dramacie „Zabitem moją matkę”. To historia egzaltowanego nastolatka Huberta (w tej roli sam Dolan), który za wszelką cenę próbuje wyrwać się spod kontroli opiekuńczej matki. Przeanalizowawszy swą relację z nią, chłopak dochodzi do przejmującego wniosku, że wspólnie mieszkanie sprawia, że nie potrafi jej kochać. Dawno przestali być przyjaciółmi jak niegdyś, a, co gorsza, Hubert nie potrafi powiedzieć matce o swoim homoseksualizmie. Film będący projekcją wzajemnej wojny podjazdowej prowadzonej przez ową dwojkę otrzymał 3 nagrody w sekcji Director's Fortnight festiwalu w Cannes, a Dolan dostał 8-minutową owację na stojąco.

Po zyskaniu światowego rozgłosu reżyser w 2010 roku stworzył „Wysnione miłości”, swe najśliczniejsze dotąd dzieło. Opowieść o dwóch przyjaciół, Francisie (ponownie Dolan) i Marie, którzy jednocześnie zakochują się w nowopoznanym Nicholasie, uwnożeniu intensywnością i nieodpartym fatalizmem. Bohaterowie rywalizują ze sobą próbując zrobić jak najlepsze wrażenie na chłopaku, czym coraz bardziej wystawiają na szwank swoją przyjaźń. Poszczególne części tej burzliwej historii przedzielone są zgrabnymi, paradoksalnymi wypowiedziami szeregu osób o ich uczuciowych doświadczeniach. „Wysnione miłości” znów uhonorowano owacją na stojąco na premierze w Cannes.

Następnie przyszedł czas na „Laurence na zawsze” z 2012 roku, najodważniejszy i zarazem najtrudniejszy z filmów Kanadyjczyka. Dolan tym razem skupił się wyłącznie na reżyserii i w filmie nie występuje (poza epizodycznym miganiem na balu) „Laurence na zawsze” to epickich rozmiarów (2 godziny 40 minut) opowieść o związku Frederique, żywiołowej i pełnej pasji kobiety oraz Laurence'a, jej wieloletniego chłopaka. Mężczyzna pewnego dnia wyznaje partnerce, że od zawsze miał wewnętrzne przekonanie, że powinien urodzić się kobietą.



„Wysnione miłości” z 2010 roku to najpopularniejszy jak dotychczas film Xaviera Dolana

Teraz, z pomocą Frederique lub bez, chce swe marzenie zrealizować. Wraz z bohaterami widz przechodzi przez wszystkie oczekiwane i niespodziewane konsekwencje tej decyzji.

### Dolanowska wizja

U Dolana szczególną uwagę przykuwają wykreowane przezeń postaci. Nie ma tu prostych bohaterów. Wszyscy są wybitnie inteligentni, świadomi świata, wrażliwi na piękno, obcy, ale mimo tego – niezrozumiani. Lubują się w wielkich i małych gestach, palą chore ilości papierosów, bawią się wielkimi, często nieadekwatnymi słowami. Cechuje ich charakterystyczne dla współczesności rozdarcie między świadomością nieograniczonych możliwości a niesatysfakcjonującymi ich własnymi dokonaniem. Przy tym Dolana w zasadzie nie interesuje życie czy aspiracje zawodowe (może poza pisarzem Laurencem) swoich bohaterów, skupia się na stronie emocjonalnej. Zdaje się pokazywać, że nieważne, jak człowiek się utrzymuje, istotne jest, co reprezentuje jego osobowość. Ten zwrot ku wnętrzu osoby, ku spirytualizmowi, ku temu, co w ludziach niematerialne, skrywane, jest ogromnie charakterystyczny dla twórczości Kanadyjczyka.

Jednak tym, co sprawia, że filmy Dolana są tak wyjątkowe, jest jego niespotykane wyciucie estetyki. Sceny są wizualnie nieskazitelne, wystudiowane do najdrobniejszego detalu, perwersyjnie spowalniane (jakby reżyser, świadomy swego talentu, chciał dać widzowi więcej czasu, by się nimi nacieszyć). To genialne impresje, biorące siłę z idealnie dobranych kształtów, kolorów i kontrastów potęgowanych mistrzowskim montażem. Spokojnie można by je oprawić w ramkę i postawić na stoliku. W każdym filmie jest oczywiście estetyczna perłka, która najmocniej zapada w pamięć. Należy zatem zwrócić uwagę na scenę malowania pokoju 3 la Jackson Pollock w „Zabitem moją matkę”, przygotowania Marie i Francisca na drugie spotkanie z Nicholasem w „Wysnionych miłościach” oraz barokowo wręcz bogaty bal maskowy, na który zdesperowana Fred udaje się w „Laurence na zawsze”. Gdy te trzy-

mane w na poty teledyskowej konwencji obrazy widzi się po raz pierwszy, nie tylko wprawiają w oniemia. Pozostawiają, oprócz wrażenia obcowania z prawdziwym artystycznym najwyższych lotów, rozbudzone apetyt na więcej i więcej.

Twórczość Dolana poza wymienionymi dotąd walorami ma jeszcze jeden dodatkowy – doskonałe dobraną muzykę. Podobnie jak w przypadku filmów Quentina Tarantino, u Kanadyjczyka ścieżka dźwiękowa to materiał na oddzielną opowieść. Dolan zarówno odkurza stare przeboje („Bang Bang” Dalidy lub „Fade To Gray” zespołu Visage), jak i używa współczesnych utworów („Pass This On” grupy The Knife czy „Noir Desir” z repertuaru Viva La Fete). Muzyka czasem komentuje wydarzenia, zazwyczaj jednak jest harmonijnym tłem dla finezyjnych ujęć, wzbogaca ich nastrój, dostarcza nowych smaczków. Dolan wyciska absolutne maksimum z wartości dodanej powstałej dzięki potężnemu obrazu i dźwięku.

### Plany na przyszłość

Dobrá wiadomością dla kinomanów jest fakt, że młody reżyser to twórca bardzo płodny i pracowity. Już przygotowuje następny film „Tom à la Ferme”, ekranizację sztuki Michela Marca Boucharda o tym samym tytule. Będzie to historia Toma, który po śmierci partnera popada w depresję. Gdy pochodziło o innego reżysera, można by go zacząć posądzać o zwiastujące zwykłe artystyczny dotek, popadanie w rutynę. Znaczą jednak twórczość Xaviera Dolana i wiedzając, do czego jest zdolny, pozostaje mu jedynie przyklasnąć i zacięrać ręce, czekając niecierpliwie na przewidzianą na 2013 roku premierę.

Znów zatem Kanadyjczyk chce sięgnąć po bliższe mu tematy braku międzypokoleniowej komunikacji, seksualności, gwałtownych przeżyć. Gdyby chodziło o innego reżysera, można by go zacząć posądzać o zwiastujące zwykłe artystyczny dotek, popadanie w rutynę. Znaczą jednak twórczość Xaviera Dolana i wiedzając, do czego jest zdolny, pozostaje mu jedynie przyklasnąć i zacięrać ręce, czekając niecierpliwie na przewidzianą na 2013 roku premierę.

Macrin Luszniewicz



FSD

Fundacja Szkolnictwa Dziennikarskiego

## KURSY SZKOLENIA WARSZTATY

Zapewniamy profesjonalną i doświadczoną kadre oraz przyjazną atmosferę. Zajęcia odbywają się w Warszawie oraz na terenie całej Polski.

Organizujemy otwarte i zamknięte (na zamówienie) szkolenia w zakresie:

- redagowania pism urzędowych i firmowych
- redagowania biuletynów firmowych
- redagowania stron internetowych
- redakcji wydawniczej
- korekty językowej
- prawa prasowego
- skutecznej komunikacji
- wystąpień publicznych
- łączenia komunikacji tradycyjnej i web 2.0
- social media

### Program i zgłoszenia:

Fundacja Szkolnictwa Dziennikarskie  
tel. 502825 492  
www.fsd.edu.pl  
facebook.com/fundacjaFSD

PDF

GAZETA STUDENCKA

### REDAKCJA

redaktor naczelny:  
Paweł H. Olek

z-ca redaktora naczelnego:  
Mirek Kaźmierczak

**zespół redakcyjny:**  
Szymon Cydzik, Sylwester Dąbrowski, Adam Figurski, Maciek Główna, Piotr Hummel, Krzysztof Lepczyński, Marcin Luszniewicz, Marcin Luszniewicz, Lucyna Margańska, Beata Mielczar, Maciej Motylski, Karol Leon Pantelewicz, Agnieszka Prochowicz, Alicja Skorupko, Magdalena Sołodyna, Kinga Szewczyk, Filip Walczyńska, Edyta Werpachowska, Kamil Wąsik, Wioletta Witkowska, Katarzyna Wołtasik, Katarzyna Zajac

**grafika i skład DTP:**  
Karol Grzywaczewski / www.grafikadtp.com

**korekta:** Maciej Główna, Paweł H. Olek

**druk:**  
Polskapsze Sp. z o.o., nakład 5 tys.  
oddano do druku 19 maja 2013 roku

### WYDAWCA:

Instytut Dziennikarstwa  
Uniwersytetu Warszawskiego  
koordynator wydawcy: Grażyna Oblas

### adres redakcji:

PDF – redakcja studencka  
Instytut Dziennikarstwa UW  
ul. Nowy Świat 69, pok. 51,  
IV piętro, 00–046 Warszawa,  
tel. 022 552 02 93, redakcja@pdf.edu.pl

Zdjęcie na okładce: Marsz Szmata, Warszawa 18 maja 2013  
– Sylwester Dąbrowski

Więcej tekstów na: [www.pdf.edu.pl](http://www.pdf.edu.pl)



Wydanie ukazało się dzięki wsparciu Fundacji na rzecz Rozwoju Szkolnictwa Dziennikarskiego.  
ul. Nowy Świat 69 p. 307,  
00-046 Warszawa

www.facebook.com/redakcjaPDF

### współpraca z serwisem foto:



### stała współpraca:



## Media

# Uważaj na „babole”

**Norwegia zamiast Nigerii, nadupki zamiast nagłówek, łos zamiast łososa. To tylko kilka przykładów pomyłek, które ostatnio zdarzyło się popełnić nieuwważnym dziennikarzom. Do tego dochodzą błędy ortograficzne, rzeczowe, literówki. Wyścig z czasem i konkurencją sprzyja zasadzie byle szybciej, byle więcej, co niekiedy oznacza także... byle jak.**

Mówi się, że ludzką rzeczą jest się mylić. Internauci najwyraźniej nie podzielają tej opinii, gorliwie wytykając błędy mediom i poddając redakcje internetowemu ostracyzmowi – blisko 16 tysięcy osób kliknęło „Lubię to!” na fanpage’u „Cała Polska czyta dziennikarzom... ich własne babole”. Dzięki temu codziennie dostają świeżą porcję dziennikarskiej nierzetelności wprost na ekran swojego komputera. Takich śledczych stron w Internecie jest coraz więcej: „Nagłówki nie do ogarnięcia”, „Czytam polską prasę muzyczną dla beki” to przykłady kolejnych tropicieli czyhających na potknięcia redaktorów. Czyhać, jak się okazuje, jest na co.

## Jak się dziennikarz spieszy, to się hejter cieszy

Przeglądając się stronie „Cała Polska czyta dziennikarzom” można dojść do wniosku, że najgorzej dzieje się na portalach i w telewizji, czyli w mediach reagujących szybko, tych najbardziej „gorących”. Na błędach regularnie przyłapuje się zarówno małe, lokalne serwisy internetowe, jak i ogólnopolskie portale i telewizje, którym na pasku w jaskrawym kolorze zdarza się walnąć potocznie zwanego orta. I tak: *napływa do nas rzeźkie powietrze, Chińczycy pokarzą SUV-a, policja pilnuje pożądku,*

*test jest dla szustoklasistów, obowiązek szkolny w Niemczech jest obowiązkowy, a 200 tysiącom osób zdarzyło się żyć z tą samą osobą tej samej płci.*

Wszystkie te przykłady wyeksponowano na facebookowym profilu śledzącym dziennikarskie wpadki, uprzednio jednak zostały wypisane niemałą czcionką i pokazane na stronach głównych i ekranach telewizorów. Zapewne oprócz samego twórcy, przed publikacją przeczytał to (albo powinien przeczytać) redaktor prowadzący, korekta itd. Dlaczego więc taki „baboł” trafia do odbiorców?

Dziennikarzom się spieszy, czytelnikom też. Konkurencja nie śpi, dzieje się mnóstwo, trzeba szybko reagować, a informacja to dziś towar łatwo przeliczalny na pieniądze. Teksty powstają w pośpiechu, czas oszczędza się pomijając korektę. Zastanawiający jest również fakt, że dziennikarze – zdawałoby się mistrzowie pióra, ludzie, którzy pracują słowem i których cechować powinna poprawność językowa, popełniają błędy niczym dzieci w szkole podstawowej. Jak to możliwe, że ludzie nie znający zasad ortografii tworzą teksty dla czytelników? To pytanie do szefów koncernów medialnych, redaktorów naczelnych i... temat na osobny artykuł.

## Błąd błędowi nierówny

Premier Tusk w Norwegii głosił podpis na pasku jednego z największych kanałów informacyjnych pod fotografią przedstawiającą premiera z wizytą w Nigerii, *Uniwersytet Mikotaja Kopernika w Poznaniu pod zdjęciem naukowca z Torunia, Bayern Monachium zapewnił sobie tytuł mistrza Polski na portalu gazety sportowej, premiera telewizyjna odbyła się 30 lutego* – to tylko niektóre kwiatki spośród morza takich nieprawdziwych, niesprawdzonych a podanych widzom i czytelnikom informacji. Znowu wypadł jakiś etap pracy dziennikarskiej – zabrakło dobrego researchu, podstawowej wiedzy, albo – jak głosi jeden z uszczypliwych komentarzy: *może dziennikarz był po nowej maturze?*

Co jeszcze hejtuje Internet? Adeptom dziennikarstwa muzycznego skutecznie wytyka przerost formy nad treścią i brak kompetencji administracyjnej strony „Czytam polską prasę muzyczną dla beki”. To fragment recenzji z jednej z płyt: *Świetny, spójny materiał, który skrzy się pomysłami i dopinaniem materiału na ostatni guzik. Pulsujące, funkujące basy czy gitary są tutaj litanią, ale raczej słuchawkową. Można do tego tańczyć, ale to materiał, mimo wszystko, emocjonalny, a nie –*



fot. www.dziennikarzom.pl

*jakby mogło się zdawać – imprezowy.* Pod wpisem na fanpage’u kilka osób kliknęło aprobujące „Lubię to!”, inni w komentarzach skarżyli się na niekompetencję piszących. Takich przykładów dziennikarskich potknięć jest na stronie kilkadziesiąt, a czytelnicy regularnie dostarczają nowych, tak jak nowych dostarczają im serwisy publikujące teksty wątpliwej jakości.

Wpadki żurnalistów zaczynają się już od nagłówków i nie chodzi o kwestię ortografii. News na stronie głównej lokalnego portalu głosi: *Kot wszedł na drzewo. Zszedł gdy przyjechała straż albo Na Korfantego przypalił się obiad.* Na stronie ogólnopolskiego serwisu: *Sandra z Rabki prawie objęła Justina Biebera.* Desperackie wołanie o uwagę czytelnika bywa groteskowe, począwszy od wypisanych grubą czcionką tytułów, po ich banalną treść.

## Wiedz, że coś się dzieje

Internet prześmiewczo wytyka palcem takie przypadki, ku przestrodze jednych i uciechu innych. Nie brakuje komentujących, którzy prześcigają się w uszczypliwościach, przytyków w stronę konkretnych redakcji, wyśmiewania braku umiejętności. Można by długo dyskutować o słuszności takich działań, doszukując się w nich spisków dziennikarskiego środowiska albo rosnącej pozycji tzw. *hejtingu* jako nowego sportu narodowego Polaków. Poza oczywistym wytykaniem błędów nie wnoszą niczego więcej. Odbiorca już dawno stał się uczestnikiem medialnej walki, w której – jak widać – trup ściele się gęsto.

Katarzyna Wojtasik

reklama

# Praca dyplomowa, czyli jak napisać, wydrukować, opisać i nie zwariować!

Jeżeli jesteś studentem ostatniego roku studiów magisterskich to znaczy, że dobrze trafiłeś i ze spokojnym sumieniem możesz przeczytać ten artykuł. Jeśli zabierasz się do pisania pracy kończącej jeden z etapów edukacji, to tym bardziej powinieneś zagłębić się w poniższy tekst. Trudny pisania magisterki, pracy licencjackiej lub innej zaliczeniowej same w sobie są już dość wyczerpujące, a pod koniec trzeba jeszcze ogarnąć papierową stronę dzieła. Zostawcie to nam. Znaleźliśmy dla Was miejsce, w którym Wasze „wypociny” się zmaterializują i zostaną oprawione w taki sposób, że bez wstydu pokażecie je zacnemu gronu profesorów.

Zwyczajaj studenci – mający na głowie nie tylko wykłady, pracę zawodową, nie mówiąc już o bogatym życiu towarzyskim – za pisanie pracy zaliczeniowej zabierają się w ostatniej chwili. Z wyczerpanym wzrokiem latają po bibliotekach, łapczywie przeszukują internet, by na końcu z drżącym sercem zasiąść przed laptopem. Stres jest, więc by choć trochę zdjąć go z Waszych ramion, postanowiliśmy przewertować warszawski rynek punktów xero i oprawy prac. Na szczęście nie było to takie trudne i trafiłszy na

instytucję ideał, znaną pod nazwą „Drukarnia24h.net, XeroDruk 6 groszy – Studenci otworzyli xero”. W niektórych kręgach firma ta uchodzi za kultową. Nie dziwimy się temu wcale. Gdziekolwiek studiujesz i mieszkasz w Warszawie na pewno z łatwością do nich trafisz. Posiadają sześć lokalizacji otwartych 7 dni w tygodniu, najniższe ceny w Warszawie, a przy tym prowadzone są przez przyjaznych klientom studentów.

Z rozmów z pracownikami poszczególnych punktów wyłania się ciekawy obraz tego rynku oraz studenckich nawyków odnośnie prac dyplomowych. Jak wspominają jego założyciele początki firmy wywodzą się z... irytacji. Dokładnie tak. Irytacji na wysokie ceny druku, nieprzyjazną obsługę, mały wachlarz usług oraz kolejki. „XeroDruk 6 groszy – Studenci otworzyli xero” to przedsiębiorstwo, które jest w stanie wykonać milion odbitek lub zbindować kilkadziesiąt kompletów druku w przeciągu jednej nocy. Sam więc widzisz drogi studencie, że wydrukowanie, powielenie, laminowanie i oprawienie twojej pracy zaliczeniowej to dla nich nic więcej jak pstryknięcie palców. Każde zamówienie traktowane jest priorytetowo. Zamówienia realizowane są w ciągu 12h, a te spod



metki express nawet w 3h. Jeśli zostało Ci mało czasu to łap pendrive’a, podejź do nich lub wyslij plik przez internet i o nic się nie martw. Władcy druku zatrudnieni w tej sieci wykonają dobrą robotę.

Lokalizacje firmy są również przyjazne studentom. Znajdziemy je w okolicach UW, na ulicy Królewskiej 2, w sąsiedztwie Politechniki na Nowowiejskiej 5, przy SGH – ul. Nipodległości 177 (Pub Zielona Gęś), czy też na Stulewcu przy Puławskiej 246. Najnowszymi punktami są te działające z dala od centrum miasta – w bibliotece Akademii Obrony Narodowej, na Rembertowie oraz na Goławiu, przy Bartosika 4. Wszystkie punkty działają od poniedziałku do niedzieli. W razie potrzeby wydrukowania czegoś w środku nocy, można udać się do działającego 24h na dobę punktu przy Politechnice.

Co ciekawe usługi XeroDruk 6 groszy docenili też studenci z innych miast. Brzmi nieprawdopodobnie, ale pracownicy wspominają, że zdarzało się im oprawiać prace dyplomowe z drukiem z Lublina, czy Krakowa. – Jeśli ktoś ma do druku pracę dyplomową lub musi skorzystać z większych usług

ksero, to przy naszych cenach optaca się tej osobie przyjechać i zrobić to u nas – stwierdzają.

Załóżmy, że w swoich rękach trzymasz już wydruk wysiłku swego umysłu. Spójrz na niego chłodnym okiem i sprawdź, czy nie zawiera żenujących błędów merytorycznych. Następnie zanieś do sprawdzenia swojemu promotorowi. Nie znamy nikogo kto swoją pracę zaliczeniową zdał pod ostateczną obronę bez uprzednich doktorskich lub profesorskich poprawek w liczbie nastu, więc i Ty tego zapewne nie unikniesz. Nie zrażaj się jednak tylko ostatni raz nad tym popracuj – zmień to co chcę być zmienić, a później wydrukuj wymaganą ilość pracy. Nie zapomnij o sobie, jeden egzemplarz na pamiętkę to mus.

Już wiesz gdzie zrobisz to od ręki. Pliki z pendrive’ów zostaną wydrukowane oraz oprawione przez doświadczonych pracowników „XeroDruk 6 groszy”. Wszystko to pod jednym dachem, w asyście mitej obsługi, której będziesz mógł się wyplatać ze zmęczenia na ramieniu lub podzielić szczęściem, że oto Twoja droga do bycia utytułowanym żakiem nareszcie dobiega końca. Pracownicy najtańszego xero w Warszawie wspominają, że druk „na wczoraj” nie jest dla nich problemem. Wszystkie czynności są dobrze skoordynowane, najlepsze jakościowo oraz szybko wykonane. Jeśli będziesz miał szczęście, a tak będzie na pewno trafisz na korzystną promocję. Jeszcze żaden klient wychodzący od nich z oprawioną pracą dyplomową nie miał do niej zastrzeżeń. Założymy się, że i z Tobą będzie podobnie. Potem odczujesz już tylko ulgę w rodzinie, szacunek ludzi akademika i niczym nieskrępowaną radość z dobrze wykonanego zadania.