

Emanuel Kulczycki

---

## SYTUACJA NAUKOWYCH PERIODYKÓW ELEKTRONICZNYCH NA PRZYKŁADZIE CZASOPISMA „HOMO COMMUNICATIVUS”

Rynek wydawnictw ciągłych zasypywany jest nowymi tytułami, którym stawia się zadanie: przebić się przez gąszcz innych tytułów, zachowując przy tym jak najwyższy poziom. I nie odnosi się to tylko do dzienników, czasopism popularnych czy popularnonaukowych. Takie cele stawiane są również przed redakcjami pism naukowych, akademickich. Oczywiście jest, iż zarówno dla pierwszej grupy wymienionych czasopism, jak i dla drugiej bardzo ważną kwestię stanowi zasięg odbiorców, do których docierają. Ale z kwestią rentowności czy zysków jest już inaczej. Tak jak nie wyobrażamy sobie (a raczej nie mógłby tego uczynić wydawca) magazynu dla kobiet, który nie miałby przynosić chociaż minimalnych zysków, tak osobom zorientowanym w rynku wydawnictw akademickich ciężko byłoby wskazać uniwersyteckie czasopismo naukowe, które przynosiłoby zyski czy chociaż zarabiałoby na sobie – nie wspominając już o honorarium wypłacanym autorom.

Na organizowaną przez Polskie Towarzystwo Badania Gier międzynarodową konferencję z cyklu „Kulturotwórcza funkcja gier” autor tego artykułu został zaproszony do wygłoszenia referatu na temat czasopisma „Homo communicativus”, którego jest redaktorem naczelnym. Związane było to z powziętym zamiarem obustronnej współpracy wydawniczej: tomy z drugiej i trzeciej konferencji PTBG miały się ukazać jako numery specjalne wspomnianego pisma, czego rezultatem jest trzymana przez Szanownego Czytelnika książka.

Niniejszy tekst traktować będzie o sytuacji czasopism naukowych skierowanych do studentów, doktorantów i młodych pracowników naukowych na przykładzie rocznika „Homo communicativus”. Zostaną poruszone kwestie

uznawalności periodyków publikowanych w tradycyjnej formie – papierowej, jak również czasopism internetowych.

Wiosną 2006 roku studenci filozofii – komunikacji społecznej, kierunku na Wydziale Nauk Społecznych w Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, założyli czasopismo naukowe, które wraz z dojrzewaniem i zmieniaaniem się studentów miało zostać ich „głosem”. Dlatego też wydawcą pierwszego numeru było Koło Studentów Komunikacji Społecznej<sup>1</sup>, a słowo wstępne napisał prof. zw. dr hab. Bolesław Andrzejewski – jeden z najważniejszych badaczy teorii i filozofii komunikacji w Polsce, a także założyciel specjalności komunikacja społeczna na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Wyjaśniając znaczenie tytułu czasopisma „Homo communicativus”, pisał: „jest to osobowość nie tylko kompetentna, wyposażona w wysoką komunikacyjną sprawność, lecz nade wszystko posiadająca *komunikacyjną świadomość*, świadomość tego mianowicie, iż bez uzdrowienia społecznej komunikacji trudno sobie wyobrazić korzystny bieg dziejów”. A całość charakterystyki profilu pisma dopełnia podtytuł: „Filozofia – komunikacja – język – kultura”.

Od pierwszego numeru „Homo communicativus” ukazuje się w formie papierowej i elektronicznej; Biblioteka Narodowa przyznała publikacji numer ISSN 1896-3099. Pierwszy numer czasopisma został opublikowany w nakładzie 200 egzemplarzy, co w przypadku wydawnictw akademickich należy uznać za mały sukces<sup>2</sup>. Natomiast wersja elektroniczna dostępna jest na oficjalnej stronie internetowej umieszczonej na serwerze uniwersyteckim pod adresem: [www.hc.amu.edu.pl](http://www.hc.amu.edu.pl).

W Polsce czasopisma naukowe ukazują się najczęściej tylko w wersji papierowej, bardzo rzadko również w wersji elektronicznej. Natomiast czasopisma, które publikowane są jedynie w wersji elektronicznej, należą do nielicznych wyjątków, przynajmniej w zakresie nauk humanistycznych i społecznych.

Każdy, kto kiedykolwiek miał do czynienia z wydawaniem periodyków naukowych, zdaje sobie sprawę, iż największym problemem jest źródło finansowania. Kwestią oczywistą jest „opieka finansowa” *alma mater*, jednakże w sytuacji, w jakiej znajdują się obecnie wszystkie wyższe uczelnie publiczne, sfinansowanie nowego tytułu wydaje się niemalże niemożliwe. Dlatego też, dla dobra sprawy, redaktorzy, korektorzy i autorzy wykonują swoje prace za darmo, niejednokrotnie jeszcze do tego dokładając – aby tylko numer ukazał się drukiem. Opłacana jest jedynie drukarnia, gdyż tego nie można ominąć. Najczęściej korzysta się z druku offsetowego, który przy małym nakładzie jest nieopłacalny. A jednak w Polsce normą są publikacje naukowe (monografie, czasopisma) o nakładzie 100 lub 200

<sup>1</sup> Obecny wydawcą (od numeru trzeciego) jest Zakład Teorii i Filozofii Komunikacji Instytutu Filozofii UAM.

<sup>2</sup> Dla porównania tytuły edukacyjnych, choć nie naukowych, czasopism komercyjnych ukazują się w nakładzie przynajmniej 50 000 egzemplarzy [przyp. red.].

egzemplarzy (!). I dlatego też wydanie czasopisma naukowego kosztuje od kilku do kilkunastu tysięcy złotych – należy pamiętać, że najczęściej liczone są tylko koszty druku, gdyż tak jak zostało to wcześniej wspomniane, wydawcy czy redakcji na honoraria najczęściej nie stać.

Zatem dlaczego wciąż powstają kolejne czasopisma, w których usiłuje się opublikować artykuły młodych badaczy czy też referaty wygłoszone na konferencjach? Zbyt uproszczoną konkluzją byłoby stwierdzenie, iż autorzy chcą poddać swoje rozważania dyskusji i dotrzeć do szerszego grona odbiorców. Oprócz tych szczytnych pobudek istnieje jeszcze inny, czasami najważniejszy cel publikowania. Jest nim publikacja dla samej publikacji. Przy obecnym systemie rozliczania pracowników naukowych, rozpoczynając już od najniższego stopnia, tj. doktorantów (jeszcze nie pracowników naukowych, ale osób zmierzających ku staniu się nimi) liczba publikacji jest jednym z najważniejszych czynników decydujących o dalszym rozwoju kariery czy pracy naukowej. To właśnie liczba publikacji, jak również tytuły, w których zostały opublikowane, niejednokrotnie decydują o późniejszych losach.

Nie powinien zatem dziwić fakt, że próbuje się tworzyć kolejne czasopisma. Najważniejsze jest jednak, aby teksty, które są w nich publikowane, były na wysokim poziomie i mogły dotrzeć do szerokiego grona – w innym przypadku może dojść rzeczywiście do publikacji dla publikacji. Tak też mogłoby się stać z rocznikiem „Homo communicativus”, gdyż został on wydany w nakładzie 200 egzemplarzy. Co więcej, sfinansowano go z funduszy uniwersyteckich i nie została przewidziana możliwość sprzedaży. Wydawcą takiego periodyku jest jednostka uniwersytecka, która nie prowadzi przecież działalności gospodarczej, i nawet do sprzedaży jednego tytułu potrzebne byłoby wydawnictwo.

Zatem redakcja „Homo communicativa” została postawiona przed trudnym zadaniem: dystrybucją numeru. Na szczęście można było liczyć na przychyłność poznańskich księgarń, które z pewną dozą niedowierzania wystawiały na swych półkach darmowy egzemplarz. Pozostałe numery zostały rozdane i rozesłane za interesowanym osobom oraz siedemnastu bibliotekom w całej Polsce.

Jednakże jest to jedynie kropla w morzu potrzeb i nie pozwala dotrzeć do większej liczby czytelników. Dlatego też w tym samym dniu, w którym ukazują się kolejne numery czasopisma, na stronie internetowej dostępna jest również pełna wersja elektroniczna numeru.

„Homo communicativus” stara się łączyć stary i nowy porządek: standardowe publikacje papierowe oraz publikacje elektroniczne. Niestety w Polsce nie do końca uznawane są publikacje, które posiadają jedynie wersję internetową. Panuje przekonanie, że jeżeli nie można czegoś postawić na półce, to nie zostało to opublikowane, mimo iż dane pismo naukowe może posiadać świetne recenzje i być uznane w swojej dziedzinie. Oczywiście nie można mówić, iż dzieje się tak na całym polu nauki, bo nawet w Polsce nie ma większych problemów z uzna-

walnością publikacji internetowych – ale na pewno nie ma to miejsca w naukach humanistycznych.

Dlatego też oprócz wersji elektronicznej w przypadku „Homo communicativus” wydawana jest wersja drukowana. A to z kolei powoduje, iż czasopismo jest rocznikiem, gdyż zdobycie środków na sfinansowanie go jest dla redakcji nie lada wyzwaniem. Gdyby nie to, zapewne ukazywałyby się co najmniej dwa numery w roku, gdyż chęci i dobrych tekstów nie brakuje.

Wypada podkreślić, iż publikacja internetowa może odznaczać się takimi samymi atrybutami jak publikacja drukowana. Może posiadać Międzynarodowy Znormalizowany Numer Wydawnictwa Ciągłego (ISSN) nadawany w Polsce przez Bibliotekę Narodową oraz powinna posiadać rejestrację sądową<sup>3</sup>. Oczywiście redaktor naczelny może powołać radę naukową, czy też decydować o częstotliwości wydawania pisma. W kraju pojawia się coraz więcej czasopism internetowych i jest to zapewne dobry znak, czego przykładem może być chociażby jedno z najstarszych takich wydawnictw, czasopismo „Kultura i Historia”<sup>4</sup> wydawane w Instytucie Kulturoznawstwa Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.

Co więcej, czasopismo internetowe (bez równoległej wydawanej wersji papierowej) może znajdować się na liście ministerialnej czasopism punktowanych, czego znakomitym przykładem jest „Diametros. Internetowe czasopismo filozoficzne”, które znajduje się na 183 pozycji listy B<sup>5</sup>, a publikacja w tym tytule warta jest 6 punktów.

Z tego wynika, iż warto publikować w owych periodykach i warto je również redagować. Należy mieć nadzieję, że z czasem nastawienie do publikacji elektronicznych ulegnie zmianie. Oczywiście nie chodzi o to, by całkowicie zlikwidować wydawnictwa drukowane, ale by uznać za równie ważne publikacje internetowe, które mają dwie wielkie zalety. Po pierwsze, publikacja nie wymaga prawie żadnych środków, gdyż domenę i serwer, na którym będzie umieszczona strona danego periodyku, najczęściej może udostępnić jednostka macierzysta. Po drugie, można dotrzeć do nieporównanie większego grona zainteresowanych odbiorców. Przykładem tego mogą być chociażby takie elektroniczne bazy jak *Blackwell* czy *Springer*, bez których przejrzenia nie może być mowy o orientacji we współczesnym stanie badań. Po prostu te wydawnictwa publikują najważniejsze czasopiśma naukowe, z których wiele znajduje się chociażby na liście filadelfijskiej.

Wracając do samego tytułowego czasopisma, godzi się wspomnieć o wizerunku „Homo communicativus”, jaki tworzył się wraz z kolejnymi numerami. Od samego początku redakcja miała przed sobą wysoko postawioną poprzeczkę

<sup>3</sup> Artykuł 20 Ustawy o prawie prasowym głosi, że: „wydawanie dziennika lub czasopisma wymaga rejestracji w sądzie wojewódzkim, właściwym dla siedziby wydawcy, zwanym dalej «organem rejestracyjnym»”.

<sup>4</sup> Zob. <[www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl](http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl)>.

<sup>5</sup> Zob. Wykaz wybranych czasopism wraz z liczbą punktów za umieszczoną w nich publikację naukową z 19 listopada 2007 r., dostępny na stronie Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego: <[http://www.nauka.gov.pl/mn/\\_gAllery/32/66/32664/20071119\\_Wykaz\\_czasopism.pdf](http://www.nauka.gov.pl/mn/_gAllery/32/66/32664/20071119_Wykaz_czasopism.pdf)>.

– czasopismo miało być w pełni profesjonalne, co oznaczało, iż każdy tekst, który miałby być opublikowany, powinien posiadać pozytywną recenzję pracownika naukowego. Do tego dochodziło oczywiście wiele innych czynników. Jednakże głównym celem redakcji było to, aby tworzone pismo nie było odbierane tylko jako czasopismo tworzone przez studentów dla studentów, dlatego też zmienił się wydawca.

Czasopismo redagowane jest przez doktorantów, ale baczny okiem przyglądają mu się również doświadczeni badacze. Autorzy artykułów to obecnie najczęściej młodzi naukowcy, ale również profesorowie. Największą niespodzianką dla osób, które zapoznały się z drugim numerem „Homo communicativus”, był tekst jednego z największych filozofów minionego wieku.

Redakcja zdawała sobie sprawę, iż tekst tak znakomitego myśliciela, biorąc pod uwagę profil czasopisma, pozwoli na łatwiejsze pozyskaniu funduszy oraz na skuteczniejszą reklamę. Dlatego też Łukasz Wiśniewski, pełniący wówczas funkcję zastępcy redaktora naczelnego, zdecydował się na radykalny krok. Postanowił napisać do jednego z najbardziej znanych i uznanych filozofów. Zwrócił się do Richarda Rorty'ego z prośbą o napisanie tekstu związanego z czterdziestą rocznicą wydania jednej z jego najgłośniejszych prac – *The Linguistic Turn*.

Zaledwie po kilku dniach redakcja otrzymała odpowiedź, iż autor nie może napisać dla nowego artykułu, ale przesyła tekst, który właśnie kilka dni temu ukończył (24 maja 2006 roku) i który można opublikować w polskim tłumaczeniu. Tym tekstem był właśnie „Wittgenstein i zwrot lingwistyczny” przetłumaczony przez parę ówczesnych studentów: Dominikę Łukoszek i Łukasza Wiśniewskiego.

Tekst ten został wygłoszony przez Rorty'ego na 29. Międzynarodowym Sympozjum Wittgensteinowskim, a jego publikacja<sup>6</sup> zbiegła się z opublikowaniem polskiego przekładu w drugim numerze „Homo communicativus”.

Tłumaczenia tekstów współczesnych filozofów bardzo rzadko ukazują się niemalże jednocześnie z oryginalnymi wydawnictwami. Dlatego też redakcji zależało na zwiększeniu nakładu, gdyż podwyższone zainteresowanie było oczywiste. Dzięki temu drugi numer został już wydrukowany w nakładzie 500 egzemplarzy.

Na przykładzie publikacji tekstu Richarda Rorty'ego widać, że młode czasopisma mają szansę stać się poważnymi wydawnictwami i nie powinny z tego rezygnować. Jednakże należy podkreślić, że jeszcze większe wyzwania stoją przed publikacjami elektronicznymi. Mimo iż coraz więcej książek ukazuje się w formie e-booków i powstają księgarnie tylko z takimi publikacjami, to jednak niewielu wydawców decyduje się jedynie na taką formę dystrybucji.

Dlatego tak istotne jest propagowanie elektronicznych publikacji i uświadamianie (głównie autorom), że są one tak samo chronione przez prawo jak

<sup>6</sup> Odnosny artykuł zawarty jest w książce: R. Rorty, *Philosophical Papers Set*, Cambridge University Press, Cambridge 2007.

publikacje drukowane oraz że publikacja elektroniczna tak samo liczy się do dorobku naukowego jak publikacja papierowa. Niewykluczone jest także, iż wiele wydawnictw osadzonych tak jak „Homo communicativus” w dwóch porządkach zrezygnuje w końcu z wersji papierowej swoich publikacji ze względów finansowych. Odpowiedź na pytanie: „czy jest to dobre, czy złe?” nie leży już w gestii tego tekstu. On miał jedynie rzucić światło na problemy dopiero co rozwijających się wydawnictw elektronicznych w Polsce.

Część I

---

**GRY W DYDAKTYCE,  
KOMUNIKACJI INTERKULTUROWEJ  
I DYSKURSIE LITERACKIM**