

Środki ochrony indywidualnej
firmy MEWA.
W końcu nigdy przecież
nie wiadomo, co się może
wydarzyć...



MEWA

www.mewa-service.pl



Na odzieży chronnej trzeba się znać. To, co najlepsze, uczyniliśmy standardem, oferując produkty dokładnie dostosowane do Twoich potrzeb. Nic dziwnego zatem, że nawet największe wyzwania nie stanowią problemu.

MEWA
TEXTIL-MANAGEMENT

Autonaprawa

www.e-autonaprawa.pl

Adres redakcji:

pl. Nowy Targ 28/14

50-141 Wrocław

tel. 71 715 77 95

faks 71 343 35 41

autonaprawa@technotransfer.pl

www.technotransfer.pl

Numer rachunku bankowego:

03 1140 2004 0000 3102 5467 9483

Redaktor naczelny:

Marian Kozłowski

m.kozlowski@technotransfer.pl

Sekretarz redakcji:

Bogusława Krzczanowicz

b.krzczanowicz@technotransfer.pl

Redakcja e-autonaprawa.pl:

Adam Rudziński

a.rudzinski@technotransfer.pl

Stali współpracownicy:

Andrzej Kowalewski, Hubert Kwart, Zenon Majkut, Ewa Rozpędowska,

Toni Seidel, Leszek A. Stricker,

Tomasz Szulc, Andrzej Tippe, KrzaQ

Marketing i reklama:

Małgorzata Salamaga-Borysenko

tel. 71 733 67 56

m.salamaga@technotransfer.pl

Przemysław Krzczanowicz

tel. 71 715 77 96

p.krzczanowicz@technotransfer.pl

Prenumerata:

tel. 71 715 77 95

prenumerata@technotransfer.pl

Opracowanie graficzne i skład:

Taurus CD

tel. 71 715 77 98

Wydawca:

Wydawnictwo Technotransfer



Druk i oprawa:

Delta Wrocław

Wszelkie prawa zastrzeżone. Przedruk materiałów wyłącznie za zgodą redakcji. Materiałów niezamówionych redakcja nie zwraca. Zastrzegamy sobie prawo do skrótów i redakcyjnego opracowania tekstów przyjętych do druku. Redakcja nie bierze odpowiedzialności za treść reklam i ogłoszeń.

Zdjęcia na okładce:

3.bp.blogspot.com, NSK



Autorzy

Zasady publikowania artykułów otrzymywanych ze źródeł zewnętrznych są w poszczególnych redakcjach różne. W „Autonaprawie” staramy się przestrzegać naszego, tradycyjnego już standardu, zgodnie z którym poważne opracowania zawierające ściśle informacje techniczne powinny mieć swego imiennie określonego autora. Nie wszystkim jednak i nie zawsze ta zasada wydaje się słuszna i usprawiedliwiona. Najwięcej wątpliwości budzi tu kwestia, kto w takiej roli może występować. Słowo „autor” znaczy przecież to samo, co twórca dzieła, pod którym się podpisuje, podczas gdy osoby przygotowujące większość publikacji zamieszczanych w specjalistycznych mediach tylko przekazują odbiorcom źródłowe informacje, będące oryginalnym dorobkiem konkretnych firm, czyli zazwyczaj wieloosobowych pracowniczych zespołów...

Ta argumentacja, choć pozornie logiczna, opiera się jednak na nieporozumieniu. Tworzyć fakty, a je relacjonować – to całkiem coś innego. Mieszanie tych odrębnych sfer działalności może prowadzić do absurdu, gdyż przy tak pojmowanych prawach do autorstwa wszelka twórczość odnosząca się do cudzych dokonań musiałaby pozostawać anonimową, a więc też mało wiarygodną. Stosowana niekiedy redaktorska formuła „oprac. na podst. mat. firmy...” od całkowitej anonimowości wiele nie odbiega. Któż bowiem to oprac.(owa)? Jaką drogą wszedł w posiadanie owych mat.(eriałów)? Poza tym „materiał” to inaczej tworzywo, które wykorzystywać można różnie. Dlatego odbiorcy końcowego produktu kompetencje przetwórcy nie są obojętne.

W ten sposób dochodzimy do pierwotnego znaczenia słowa „autor”, które według profesora Władysława Kopalińskiego (a więc godnego zaufania znawcy przedmiotu) pochodzi ze średniowiecznej łaciny od czasownika „autorizare”, czyli „upoważniać”. W czasach, gdy wszelkie dzieła pisane kopiowali i składali z różnorodnych fragmentów anonimowi mniisi w klasztorach, niezbędny był jakiś autor-autoryzator upoważniony do tego, by poświadczając czytelnikowi zgodność dostarczonej mu księgi z wykorzystanymi w niej źródłami.

Użyteczność współczesnej korporacyjnej twórczości technicznej też bardziej zależy od przekonującej autoryzacji, niż na docieraniu do rzeczywistych źródeł przekazywanej wiedzy. Nie chodzi tu bowiem o autorską sławę ani o przyznawanie osobistych zasług, lecz o swego rodzaju zapewnienie odbiorców, iż dostarczane im treści nie uległy zniekształceniu w długiej drodze od licznych, tworzących je fachowców różnych specjalności do medialnej publikacji.

W naszym wypadku dotyczy to zwłaszcza takich artykułów, które dla niezależnych warsztatów mogą stanowić praktyczną instrukcję profesjonalnego wykonywania konkretnych czynności diagnostycznych, regulacyjnych lub montażowych. Trudno przecież w takich sprawach kierować się wiedzą o nieokreślonym lub niepewnym pochodzeniu.

Nie znaczy to jednak, by stosowana przez nas metoda autoryzacji publikowanych wiadomości, była jedyną możliwą bądź od innych lepszą. Są firmy, w których techniczne artykuły przekazywane do publikacji w mediach podlegają ściśle określonym procedurom weryfikacyjnym. W takich wypadkach autora upoważnionego do publicznych wypowiedzi w sprawach służbowych zastępować może adnotacja „tekst autoryzowany przez firmę...”, chociaż osoba znana z nazwiska, stanowiska i twarzy budzi na ogół większe zaufanie.

Marian Kozłowski

Marian Kozłowski