



Student - istota społeczna.
Komunikacja w erze nowych mediów.

muff.pl



Raport

Wstęp

Szanowni Państwo,

Od początku dziejów ludzie dążyli do rozwoju i przekraczania utartych schematów. Podobnie jak XV i XVI wiek był czasem wielkich odkryć geograficznych, tak współczesny świat stoi m.in. pod znakiem odkryć coraz szybszych i bardziej skutecznych dróg komunikacji. Nigdy wcześniej ludzie nie mieli tak łatwego dostępu do nowych technologii i możliwości kontaktu z każdego zakątka Ziemi jak dziś. Patrząc na dalekie kontynenty porozrzucane na mapie świata, dziś – ponad 500 lat po odkryciu przez Kolumba Ameryki – patrzymy na nie raczej przez pryzmat kilkugodzinnego lotu samolotem i kilku sekund potrzebnych do nawiązania połączenia telefonicznego, niż w kategoriach ogromnej bariery przestrzennej, której przeskoczenie jest dla jednostki niemal nieosiągalne. Odległość, przynajmniej teoretycznie, nie jest już dla nas żadnym ograniczeniem, a podróże po całym świecie i stały kontakt z bliskimi przestały istnieć w sferze nieosiągalnych marzeń.

Wieszczone przez socjologów i antropologów kultury zjawisko, jakim jest kurczenie się przestrzeni, przybrało współcześnie bardzo zaawansowane stadium. Jedną z przyczyn tego zjawiska jest rozwój nowoczesnych narzędzi komunikacji, dzięki którym ludzie mogą być „blisko” siebie bez względu na to, gdzie się aktualnie znajdują. Dlatego, w domu i w podróży, na co dzień i od święta - chcemy być w stałym kontakcie i rozmawiać z bliskimi zawsze i wszędzie.

Stworzony we współpracy merytorycznej z Wydziałem Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego raport pt.: „Student – istota społeczna. Komunikacja w erze nowych mediów” jest próbą odpowiedzi na pytanie: w jakim stopniu nowoczesne technologie wpływają na jakość i częstotliwość kontaktów międzyludzkich. Głównym celem badania było poznanie potrzeb i wyzwań, jakie codziennym narzędziom komunikacyjnym stawiają studenci. Wybraliśmy tę grupę, ponieważ to głównie oni śledzą trendy i charakteryzują się otwartością na nowe technologie, przez co w dużym stopniu determinują kierunki rozwoju rynku. Ponadto studenci należą do jednej z najaktywniejszych pod względem komunikacji grup społecznych.

Zapraszamy do zapoznania się z wynikami projektu badawczego zorganizowanego przez WDiNP UW oraz markę muff – operatora telefonii internetowej. Mamy nadzieję, że wysnute wnioski będą potwierdzeniem tezy Elliota Aronsona, że człowiek zawsze był, jest i będzie istotą społeczną oraz staną się początkiem wielu dyskusji na temat współczesnych kanałów powszechnej komunikacji.

Robert Sababady – szef projektu muff

O raporcie

Badanie „Student – istota społeczna. Komunikacja w erze nowych mediów” dotyczy preferencji oraz zachowań studentów we współczesnym świecie, którego charakteryzuje mobilność oraz nieustanna wymiana informacji poprzez różnorodne kanały komunikacyjne.

Studenci są jedną z najbardziej aktywnych komunikacyjnie grup społecznych – to główne założenie przyświecające autorom projektu. Badanie zorganizowane przez markę muff we współpracy merytorycznej z Wydziałem Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego miało na celu odpowiedzieć na trzy podstawowe pytania:

- czy w świecie zaawansowanych technologii komunikacyjnych nadal zależy nam na kontakcie międzyludzkim i relacjach z bliskimi?
- czy szeroka oferta usług internetowo-telekomunikacyjnych, połączona z niemal nieograniczoną możliwością podróży zagranicznych, wpływa na częstotliwość i jakość komunikacji z bliskimi?
- jakie skutki może przynieść oferta usług internetowo-telekomunikacyjnych?

Metodologia

Projekt badawczy zakładał oszacowanie skali i różnicy preferencji badanych między najbardziej popularnymi formami komunikacji na odległość – telefonicznej i internetowej. W związku z rosnącą¹ mobilnością młodych ludzi, szczególny nacisk w badaniu został położony na komunikowanie się studentów przebywających za granicą z bliskimi pozostającymi w kraju (rodzina, przyjaciele) oraz prześledzenie zmian w formach komunikacji spowodowanych dużą odległością.

Badanie zostało przeprowadzone na grupie 299 studentów studiów licencjackich i magisterskich Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego w terminie 5.11-9.11.2012. Ankieta zawierała 10 pytań jednokrotnego wyboru. Jej wzór można znaleźć na końcu niniejszego raportu.

¹ Wg raportu Urzędu Komunikacji Elektronicznej:
http://www.uke.gov.pl/_gAllery/56/31/56314/Raport_o_stanie_ryнку_telekomunikacyjnego_za_2011_zm02.pdf

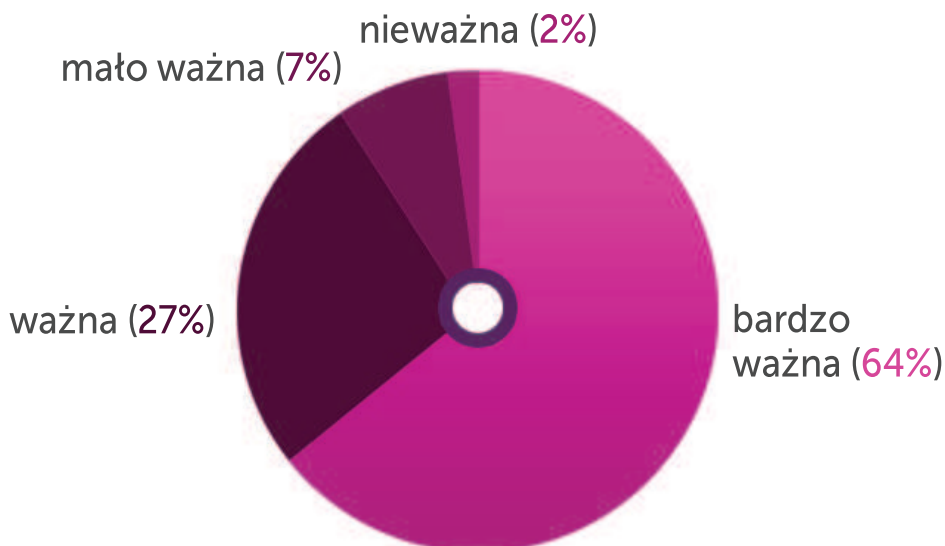
Główne wnioski

- Dla blisko 92% studentów komunikacja z bliskimi (przyjaciele, rodzina) jest ważna lub bardzo ważna.
- Największy odsetek młodych ludzi (blisko 74%) najczęściej komunikuje się, używając telefonów komórkowych, a prawie co czwarty badany najchętniej korzysta z narzędzi internetowych – portali internetowych (15%), e-maili (4%) czy komunikatorów (4%).
- Nadal blisko 70% studentów korzysta z Internetu w domu, ale już co czwarty ankietowany deklaruje, że dzięki urządzeniom mobilnym ma dostęp do sieci wszędzie i zawsze.
- Dla niemal połowy badanych (45%) zawsze szuka miejsc z dostępem do Internetu i bardzo ważne jest dla nich przebywanie w strefie bezpłatnego WiFi. Odpowiedzi „nieważne – zupełnie nie zwracam na to uwagi” udzieliło ponad trzy razy mniej studentów (14%).
- Wyjazd za granicę diametralnie zmienia preferowane w kraju narzędzia służące do stałej komunikacji. Studenci znajdujący się poza granicami kraju do kontaktu z bliskimi najczęściej wybierają komunikatory internetowe (50% badanych) i portale społecznościowe (21%). Rozmowy telefoniczne wciąż są podstawową formą kontaktu jedynie dla 13% ankietowanych.
- Pytając o przyczyny ograniczenia kontaktów z bliskimi podczas pobytu za granicą, najczęstszą odpowiedzią były wysokie koszty opłat w roamingu (wskazało na nie ponad 61% studentów); zaś ¼ osób biorących udział w badaniu stwierdziła, że w tej sytuacji wcale nie ogranicza kontaktu z bliskimi.
- Choć telefon komórkowy jest najczęściej używanym narzędziem komunikacji w kraju, to, nie jest on narzędziem najlepiej ocenianym. 52% ankietowanych lepiej ocenia komunikację przez Internet (e-maile, komunikatory, telefonia internetowa), a powodem tego jest wygoda korzystania (ponad 37%), brak ograniczeń geograficznych (21%) oraz niższe, niż w przypadku telefonów komórkowych, koszty komunikacji (17%).
- Dla 47% badanych, którzy preferują telefon (stacjonarny, komórkowy) jako najlepiej oceniane narzędzie komunikacji najważniejszą cechą jest m.in.: wygoda korzystania (50%), szybkość obsługi urządzenia (18%) oraz brak ograniczeń geograficznych (16%).

Szczegółowe wnioski

Współcześni studenci chcą być w stałym kontakcie z otoczeniem. Chcą komunikować się z rodziną, przyjaciółmi bez względu na czas i miejsce. Wyniki ankiety przedstawia rys. 1.

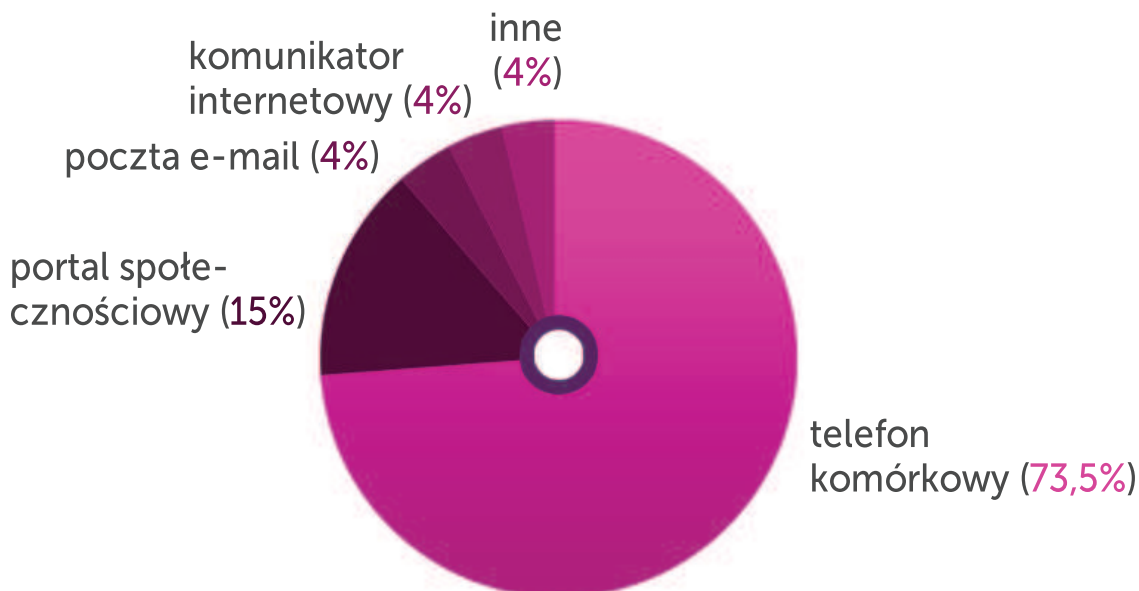
Rysunek 1: Znaczenie stałej komunikacji z bliskimi



Komórka wciąż na topie

Badania pokazują, że - dla blisko 74% studentów - komórka pozostaje podstawowym narzędziem do kontaktów na odległość. Z portali społecznościowych najchętniej korzysta 15% badanych, a jedynie po 4% badanych wskazało na komunikatory sieciowe i pocztę e-mail. Prezentuje to rys. 2.

Rysunek 2: Najczęściej wykorzystywane narzędzie komunikacji na odległość wg badanych. Źródło: raport muff.pl i WDiNP UW



Ogromna popularność telefonów komórkowych jest łatwa do wytłumaczenia: można mieć go zawsze przy sobie, rozmawiać niemal bez ograniczeń geograficznych, a w dobie popularności smartfonów - korzystać z licznych aplikacji, uzupełniających wachlarz podstawowych zastosowań urządzenia, np. o dostęp do portali społecznościowych czy Internetu.

Jeśli przyjrzymy się drugiej pod względem liczebności grupie, czyli osobom najczęściej komunikującym się za pomocą portali społecznościowych, zauważymy, że tylko 35% deklaruje dostęp do Internetu wszędzie tam, gdzie aktualnie się znajduje (Internet mobilny). Aż 60% tych samych ankietowanych twierdzi natomiast, że najczęściej komunikuje się za pośrednictwem sieci w swoim domu. Wynika z tego, że 3/5 studentów najczęściej kontaktujących się z bliskimi za pośrednictwem portali społecznościowych, dla których dostęp do sieci jest przecież niezbędny, robi to najczęściej z domu, a tylko nieco ponad 1/3 jest przez cały czas online i komunikuje się bez ograniczeń przestrzennych.

Roaming nie sprzyja bliskim relacjom

Nie zawsze wysoki procent osób najchętniej komunikujących się przez „komórkę” utrzymuje się na tak wysokim poziomie. Istotna zmiana zachodzi, gdy ci sami respondenci chcą kontaktować się z bliskimi, przebywając za granicą. Wyjeżdżając z kraju, aż 84% użytkowników telefonów komórkowych deklaruje, że będzie korzystać z innych narzędzi do komunikacji – przede wszystkim komunikatorów internetowych (50%) i portali społecznościowych (19%). Tylko 13% respondentów zamierza nadal kontaktować się za pomocą telefonów komórkowych. Wyniki przedstawia rys. 3.

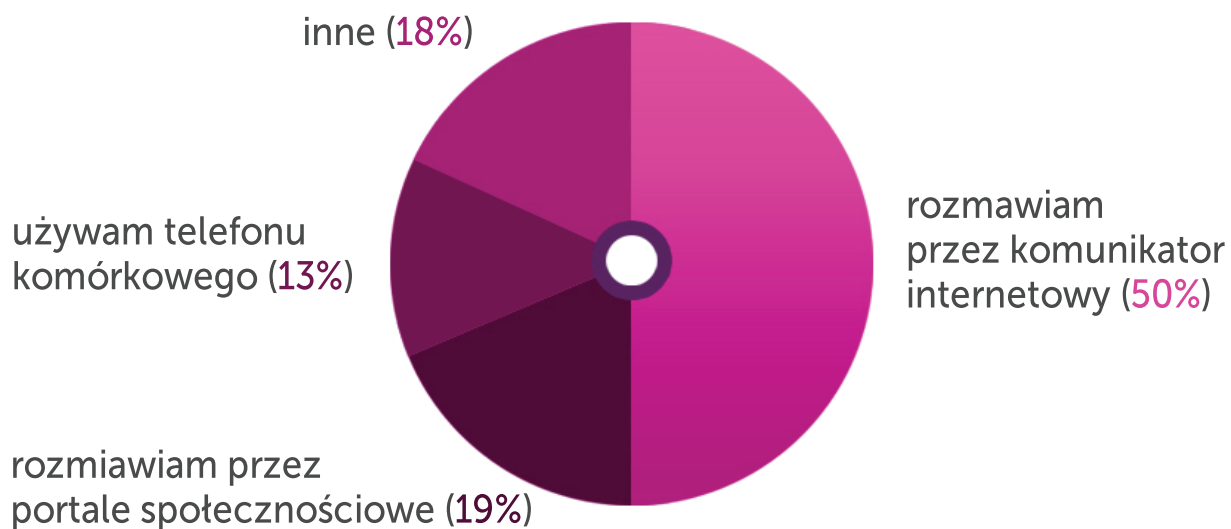
Wniosek jest jeden: odległość nadal stanowi istotną barierę w komunikacji.

Aby dowiedzieć się, dlaczego ankietowani wyjeżdżający z kraju zmieniają swoje nawyki komunikacyjne, zapytaliśmy studentów o przyczynę ograniczeń kontaktu z bliskimi. Okazuje się, że główną przeszkodą w podtrzymywaniu intensywnych kontaktów są wysokie opłaty roamingowe (61%); co czwarty ankietowany twierdzi, że wyjazd za granicę wcale nie ogranicza jego kontaktów z bliskimi w kraju, a z kolei tylko 7% respondentów tłumaczy to brakiem dostępu do Internetu za granicą. Wyniki świadczą o przekonaniu studentów o ogólnej dostępności sieci internetowej poza granicami kraju.

Wśród respondentów, korzystających z telefonów komórkowych za granicą (13% wszystkich ankietowanych), wzrasta odsetek osób, dla których koszty roamingu są istotnym ograniczeniem. Wówczas, spośród osób dzwoniących do Polski z „komórki”, aż 71% uważa, że musi ograniczać komunikację ze względu na wysokie koszty roamingu. Jak widać, silne przywiązanie do tylko jednego narzędzia komunikacji może powodować ograniczenie aktywności komunikacyjnej, szczególnie w sytuacjach, gdy konieczne jest wykupienie usługi roamingowej.

Co takiego jest zatem w telefonach komórkowych, że tak silnie oddziałują na młodych ludzi? Czy to tylko powszechność i przyzwyczajenie do podręcznego urządzenia?

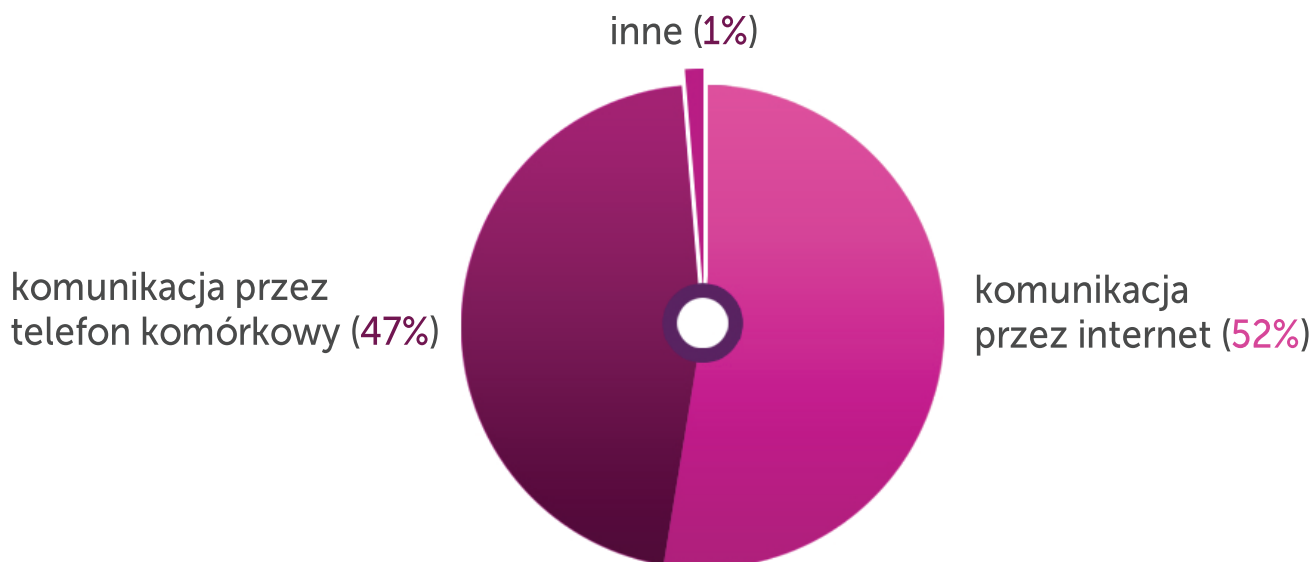
Rysunek 3: Preferowany sposób kontaktu poza granicami kraju.



Parcie na sieć.

W ankiecie zapytaliśmy studentów o osobistą ocenę i powody korzystania z dwóch głównych narzędzi komunikacji: telefonu komórkowego i narzędzi internetowych. Komunikację przez telefon komórkowy lepiej ocenia 47% badanych, zaś 52% woli komunikować się przez Internet. Wyniki przedstawia rys. 4.

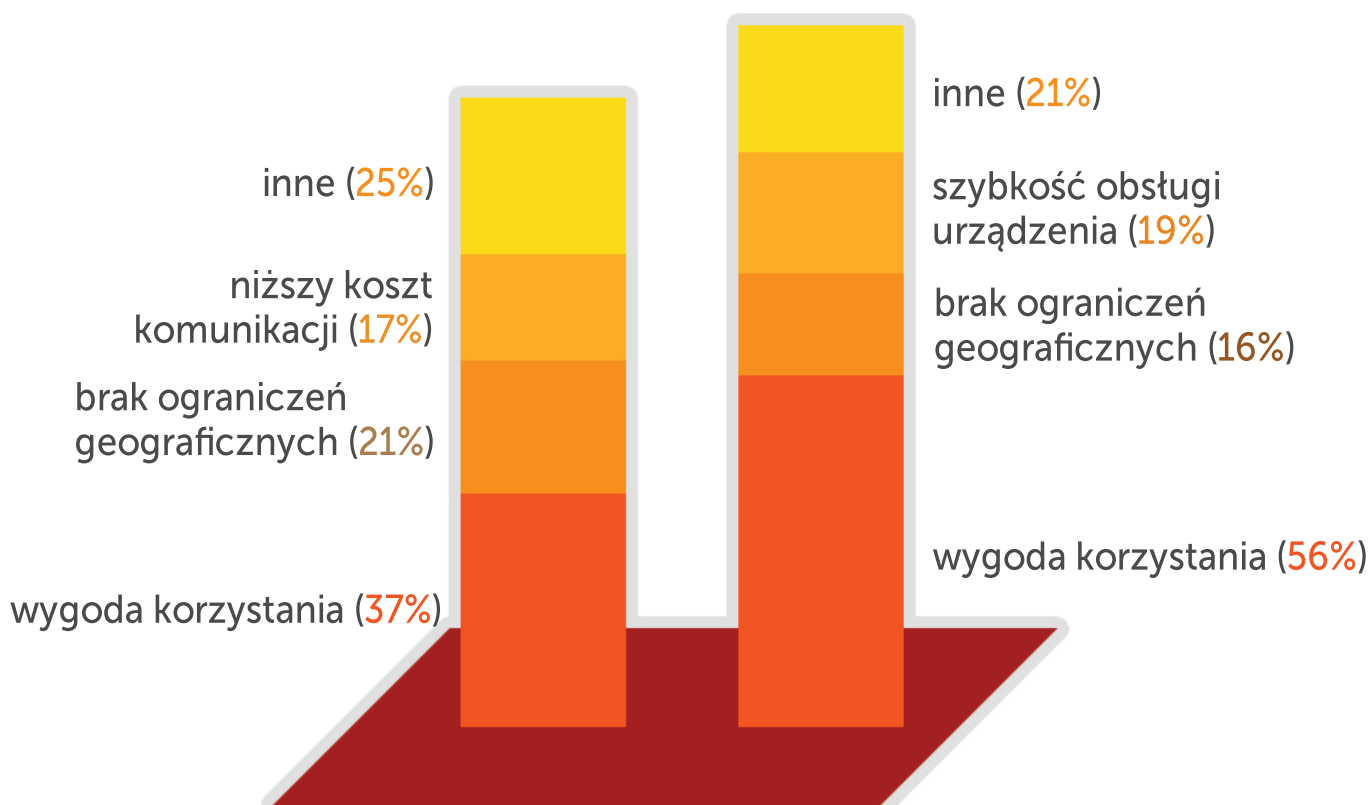
Rysunek 4: Jaki rodzaj komunikacji oceniany jest lepiej wg badanych.



Badanie wykazało, że młodzi ludzie preferują jednak rozmowy za pośrednictwem sieci. Opinie na temat powodów tego stanu rzeczy są podzielone (osoby preferujące kontakty telefoniczne są w tej kwestii bardziej jednomyślne). 37% sympatyków komunikacji internetowej tłumaczy to wygodą korzystania z narzędzi sieciowych, co piąty – brakiem ograniczeń geograficznych, a 17% - niskimi kosztami tego rodzaju komunikacji. Wysoki procent osób, ceniących sobie wygodę korzystania z sieciowych narzędzi komunikacji, jest dość zaskakujące. Zwłaszcza, gdy zauważymy, że tylko co czwarty ankietowany, wskazujący na wygodę kontaktów przez Internet, jednocześnie deklaruje korzystanie z sieci mobilnej na co dzień (przy aż 68% użytkowników najczęściej używających Internetu w domu).

Po drugiej stronie znajdują się użytkownicy preferujący komunikację telefoniczną. Wygoda korzystania z „komórek” jest najważniejsza dla ponad połowy z nich (54%), a blisko co piąty (18%) wskazuje na szybkość obsługi urządzenia telefonicznego. Tylko 16% ankietowanych częstsze korzystanie z telefonu argumentuje brakiem ograniczeń geograficznych. Z badania jasno wynika, że łatwość obsługi aparatu telefonicznego, wraz z jego kompaktowym charakterem, ciągle są niedoścignionym wzorem, wpływającym na popularność tego urządzenia wśród studentów. Wyniki przedstawia rys. 5.

Rysunek 5: Przyczyny preferencji wybranego narzędzia komunikacji.



Studenci coraz bardziej mobilni

Porównując komunikację telefoniczną i internetową, należało także zastanowić się nad tym, w jakich miejscach młodzi ludzie najczęściej korzystają z dostępu do Internetu.

Badania pokazują, że blisko 70% respondentów korzysta z sieci przede wszystkim we własnych domach. Natomiast niemal 25% twierdzi, że – dzięki urządzeniom mobilnym – ma dostęp do sieci wszędzie tam, gdzie chce i potrzebuje: w pracy, na uczelni czy podczas wyjścia na zakupy. Fakt, że aż co czwarty badany nie ma żadnych ograniczeń przestrzennych i jest „pod siecią” 24h/dobę, pozwala wysnuć tezę, iż wraz z rozwojem technologii i usług świadczonych przez dostawców rozwiązań mobilnych, odsetek aktywnych sieciowo użytkowników może sukcesywnie wzrastać. Potwierdzają to również wyniki corocznych raportów Urzędu Komunikacji Elektronicznej,² które wskazują na systematyczny wzrost użytkowników mobilnego Internetu w Polsce.

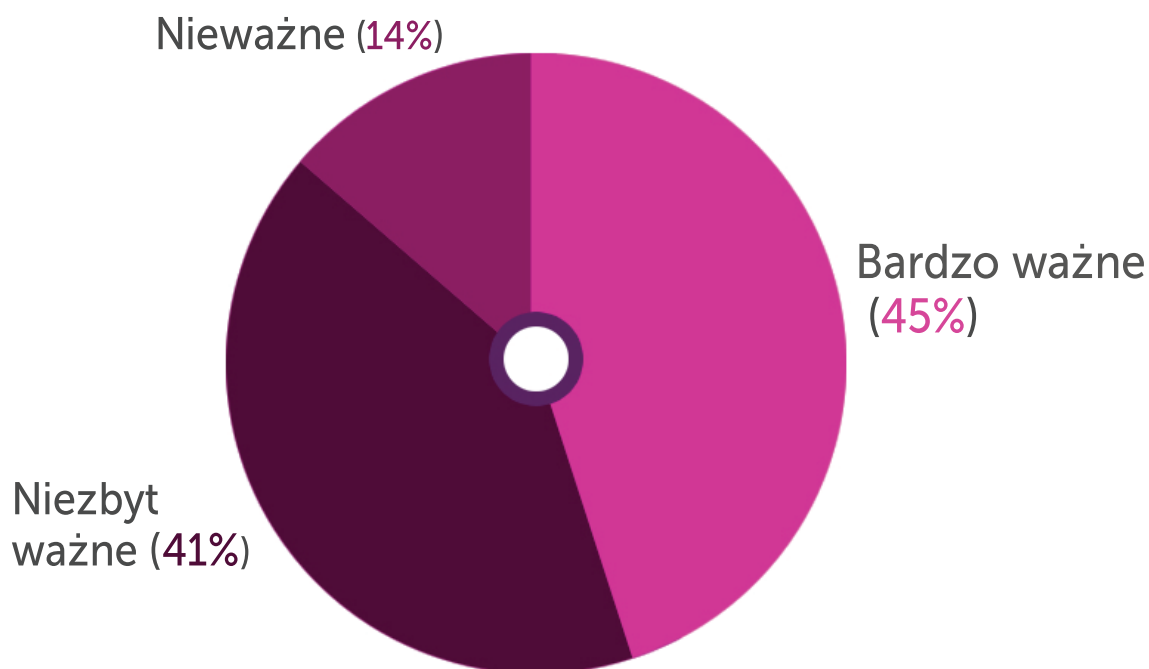
Zważywszy na to, że coraz więcej studentów chce mieć dostęp do Internetu także poza domem, warto poruszyć kwestię korzystania z hot-spotów w kawiarniach, restauracjach i na uczelniach, czyli miejscach rozrywki i spotkań młodych ludzi. Miejsca z bezpłatną siecią Wi-Fi są ważnym miejscem dla studentów – nieraz to jedyne miejsce, w którym młodzi ludzie mają możliwość swobodnego korzystania z sieci.

Zapytaliśmy ankietowanych o to, jak ważna w takich miejscach jest dla nich dostępność bezpłatnej sieci internetowej. Okazało się, że dla 45% badanych to warunek konieczny – wybierając lokal, zawsze szukają miejsc z dostępem do Internetu; tylko 14% studentów zupełnie nie przywiązuje do tego wagi. Wyniki obrazuje rys. 6.

Widać zatem, że przebywanie w strefie Internetu także poza domem jest ważne dla niemal połowy respondentów. Dzięki dostępności nowoczesnych urządzeń mobilnych, odbierających sygnał internetowy wszędzie tam, gdzie jest on dostępny (czy to przez bezpłatne hot-spoty, czy też wykupując usługę u operatora sieci komórkowej), ekspansja i rozwój systemu mobilnych usług internetowych zdaje się być tylko kwestią czasu.

² Raporty dostępne są na stronie internetowej UKE.

Rys. 6: Znaczenie przebywania w strefie WiFi na co dzień.



Internet z Wenus czy Marsa?

Badanie pozwoliło także przeanalizować różnicę w zachowaniach komunikacyjnych wśród kobiet i mężczyzn. Okazało się, że płeć ma niewielki wpływ na preferencje komunikacyjne studentów.

Biorąc pod uwagę kwestię miejsca, w jakim badani najczęściej korzystają z Internetu, okazuje się, że 68% kobiet korzysta z dostępu do sieci w domu, a blisko 25% ma dostęp wszędzie dzięki mobilnym dostawcom sieci. Niemal identyczne proporcje są w przypadku mężczyzn: 70% z nich to głównie domowi użytkownicy, podczas gdy tylko 1/4 ma stały dostęp do Internetu zawsze przy sobie. W przypadku pobytu za granicą tylko 11% kobiet i 16% mężczyzn zamierza dzwonić do bliskich w Polsce przez telefon komórkowy, a jednocześnie 66% mężczyzn i 71% kobiet spośród nich twierdzi, że opłaty roamingowe ograniczają ten kontakt. Różnicę wynikającą z płci zauważyć można natomiast wówczas, gdy spojrzymy na częstotliwość kontaktów z bliskimi. Tu różnica jest niemal dwukrotna – aż 44% kobiet kontaktuje się z przyjaciółmi bądź rodziną kilka razy dziennie, podczas gdy wśród mężczyzn odsetek ten jest na poziomie 25%.

Podsumowanie

Zebrane dane potwierdzają tezę, że studenci to grupa społeczna bardzo mobilna i często komunikująca się, najczęściej przy użyciu telefonów komórkowych. Najczęściej, co nie oznacza, że najchętniej, ponieważ mniej więcej połowa respondentów lepiej ocenia komunikację za pośrednictwem narzędzi internetowych.

Komunikatory internetowe oraz portale społecznościowe to największa konkurencja dla popularnych „komórek”, ale wkrótce sytuacja ta może się zmienić. Przesłankę do tego rodzaju sądów jest kilka, a najpoważniejszą to stale rosnąca liczba użytkowników Internetu mobilnego.

Według „Raportu o stanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce w 2011 r.”, przygotowanego przez Urząd Komunikacji Elektronicznej, wzrost liczby użytkowników sieci mobilnych utrzymuje się na poziomie 17,2% w stosunku do zeszłego roku i ich liczba pod koniec 2011 r. wynosiła 3,3 mln. Ta lawinowo rosnąca liczba użytkowników może być zwiastunem nadchodzącej zmiany preferencji osób często i intensywnie się komunikujących, zwłaszcza w przypadku rozmów międzynarodowych, kiedy do kosztów połączeń telefonicznych dochodzą ograniczające aktywność komunikacyjną użytkowników opłaty roamingowe.

Badania mogą pokazywać kierunek rozwoju komunikacji w erze nowoczesnych technologii, czyli konieczność połączenia korzyści, wynikających z obu narzędzi komunikacji (komórki i internetu) i stworzenia zunifikowanego środowiska, dającego szansę na wykorzystanie ich faktycznych atutów: wygody i intuicyjnego charakteru „komórek” z jednej strony, z drugiej zaś niskich kosztów i szerokiego wachlarza zastosowań, zapewnianych przez Internet. Możliwość połączenia „dwóch światów” – komórkowego i internetowego sprawia, że technologia może faktycznie stać się narzędziem budowania trwałych relacji i sprawnej komunikacji, nieograniczonej ani czasem, ani odległością.

Wzór ankiety

Podstawowe informacje:

Wiek:

Płeć:

Rok studiów:

1. W jakim stopniu jest dla Ciebie ważna stała komunikacja z bliskimi (rodzina, przyjaciele)?
 - a. Bardzo ważna.
 - b. Ważna.
 - c. Mało ważna.
 - d. Nieważna.
2. Jak często komunikujesz się ze swoimi bliskimi (rodzina, przyjaciele), kiedy nie masz możliwości na kontakt bezpośredni?
 - a. Kilka razy dziennie.
 - b. Raz dziennie.
 - c. Kilka razy w tygodniu.
 - d. Kilka razy w miesiącu.
 - e. Rzadziej niż raz w miesiącu.
3. Najczęściej wykorzystywanym przez Ciebie narzędziem komunikacji na odległość jest:
 - a. Poczta e-mail.
 - b. Telefon komórkowy.
 - c. Telefon stacjonarny.
 - d. Portale społecznościowe (typu Facebook).
 - e. Komunikatory internetowe (typu Skype).
 - f. Telefonia internetowa.
4. Gdzie najczęściej korzystasz z Internetu?
 - a. W domu.
 - b. Na terenie uczelni i kampusu.
 - c. W kawiarni (bezpłatny hot spot).
 - d. Wszędzie tam, gdzie jestem, ponieważ mam swobodny dostęp do Internetu w telefonie/laptopie/tablecie.
 - e. Nie korzystam z Internetu.
5. W jakim stopniu istotne jest dla Ciebie przebywanie w strefie Wi-Fi (darmowy dostęp do Internetu)?
 - a. Bardzo ważne - zawsze szukam miejsc z dostępem do Internetu.
 - b. Niezbyt ważne - korzystam sporadycznie i nie wybieram miejsc pod tym kątem.
 - c. Nieważne - zupełnie nie zwracam na to uwagi.
6. Wyobraź sobie, że wyjeżdżasz na półroczną wymianę za granicę. W jaki sposób planujesz komunikować się z bliskimi? Będę:
 - a. Dzwonić do Polski przez telefon komórkowy.
 - b. Wysyłać e-maile.
 - c. Rozmawiać przez komunikator internetowy.
 - d. Kontaktować się za pośrednictwem portalu społecznościowego.
 - e. Wysyłać kartki i listy

7. Będąc za granicą, jestem zmuszona/y ograniczyć kontakt z bliskimi w kraju ze względu na:

- a. Brak włączonej usługi roamingu.
- b. Wysokie koszty roamingu.
- c. Brak dostępu do Internetu.
- d. Za granicą wcale nie ograniczam kontaktu z bliskimi.

8. Jaki rodzaj komunikacji oceniasz lepiej:

- a. Komunikację przez internet (maile, portale społecznościowe, telefonia internetowa)

Jeśli zaznaczyłeś/aś tę odpowiedź, przejdź do pytania 9.

- b. Komunikację przez telefon (stacjonarny, komórkowy)

Jeśli zaznaczyłeś/aś tę odpowiedź, przejdź do pytania 10.

9. Preferuję internet, ponieważ cechuje go:

- a. Wygoda korzystania.
- b. Brak ograniczeń geograficznych (można korzystać z niego wszędzie).
- c. Dostęp do aplikacji ułatwiających komunikację .
- d. Brak kosztów roamingu za granicą.
- e. Niższy koszt komunikacji.
- f. Inne. Jakie?

.....

10. Preferuję telefon, ponieważ cechuje go:

- a. Wygoda korzystania.
 - b. Brak ograniczeń geograficznych (można korzystać z niego wszędzie).
 - c. Łatwość obsługi urządzenia telefonicznego.
 - d. Szybkość obsługi urządzenia telefonicznego.
 - e. Przejrzysty plan opłat roamingowych.
 - f. Inne. Jakie?
-

Informacja o Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW

Przez ponad 35 lat funkcjonowania Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego wykształcił ponad 100 000 osób korzystających z wiedzy i doświadczenia wykwalifikowanej kadry uniwersyteckiej. Dzisiaj jest jednym z największych i najbardziej prestiżowych wydziałów Uniwersytetu Warszawskiego. Studiuje tutaj (na 10 kierunkach, obejmujących ponad 25 specjalności i specjalizacji) ponad 7 000 studentów! W ofercie dydaktycznej Wydziału znajdują się wszystkie rodzaje i tryby studiów, realizowane w ramach oferty edukacyjnej Instytutu Dziennikarstwa, Instytutu Europeistyki, Instytutu Nauk Politycznych, Instytutu Polityki Społecznej i Instytutu Stosunków Międzynarodowych.

W jednostkach Wydziału prowadzone są badania naukowe, zarówno indywidualne, jak i zespołowe. Obecnie realizowanych jest kilkadziesiąt projektów badawczych. Istotną płaszczyzną dla dyskusji naukowych są organizowane przez Wydział konferencje krajowe i międzynarodowe, a także coroczne sympozja, prezentujące dorobek edukacyjny wszystkich jednostek WDiNP UW. Stosowna lokalizacja, ogólnokrajowa ranga, tradycje, doświadczenie, dorobek i zbiorowy wysiłek kadry naukowo-dydaktycznej gwarantują bardzo wysoki poziom kształcenia. Tworzone są nowe specjalizacje, modyfikowane dotychczasowe programy studiów, uwocześniana metodyka nauczania. Duży nacisk kładziony jest na praktyczne umiejętności studentów (szeroka współpraca z Akademickim Radiem Kampus i Telewizją Akademicką UW3D.TV).

Informacja o muff

Muff jest marką stworzoną przez grupę telekomunikacyjną LoVo.

Koncentruje się na świadczeniu usług dla klientów indywidualnych i osób prowadzących działalność gospodarczą. Celem operatora jest dostarczenie użytkownikom prostej w obsłudze i taniej oferty, która umożliwi rozmowy telefoniczne zarówno w Polsce jak i za granicą. Muff eliminuje koszty roamingu podczas pobytu za granicą, ponadto nie wymaga opłat abonamentowych oraz nie posiada dodatkowych ukrytych kosztów. Oferta zapewnia pełną wygodę rozmów telefonicznych realizowanych za pośrednictwem laptopa, tradycyjnego komputera PC, tabletu, smartfonu oraz telefonu stacjonarnego. Użytkownicy muff rozmawiają między sobą za darmo. Mogą również prowadzić rozmowy na całym świecie dzwoniąc w dowolne miejsce na telefon stacjonarny i komórkowy. Dla przykładu: „1 złotówka” daje możliwość 25-minutowej rozmowy na telefon stacjonarny w sieci Orange (ex TP), 16 minutowej rozmowy z telefonem stacjonarnym w Anglii lub 16 minutowej rozmowy z Kanadą na telefon komórkowy lub stacjonarny. Ponadto oferta muff zawiera opcję dzwonienia na numery infolinii (rozpoczynające się od 0 800).

Informacja na temat cen połączeń krajowych i międzynarodowych oraz proponowana oferta muff znajduje się na stronie muff.pl.