

(Ko)médiá – Medzinárodná vedecko-odborná konferencia

Alena Feriancová

História konferencie (Ko)médiá spadá do roku 2006, keď sa uskutočnil jej prvý ročník. Jej zakladatelia Katarína Fichnová, Štefan Gero, Janka Satková a Lucia Spálová už v samotnom názve ponechali dostatočný priestor pre komplexnú interdisciplinárnu reflexiu problematiky mediálnych štúdií a marketingovej komunikácie. O úspechu konferencie svedčí predovšetkým to, že v priebehu niekoľkých ročníkov sa stala vyhľadávaným a relevantným podujatím odborníkov v strednej Európe.

Ostatný, 6. ročník konferencie, sa uskutočnil 6. decembra 2011 a niesol sa v atmosfére rovnako tvorivej a inšpiratívnej ako predchádzajúce ročníky, ale organizačne a ideovo od nich čiastočne odlišnej. Organizátor, Katedra masmediálnej komunikácie a reklamy Filozofickej fakulty Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre, sa tento raz rozhodol obsadenie konferencie zabezpečiť výhradne pozvanými prednášajúcimi. Pozvanie prijali hostia z radov poľských, českých a slovenských špecialistov z oblasti mediálnej a marketingovej komunikácie.

Hostí na úvod privítala vedúca katedry Eva Fandelová a dekan Filozofickej fakulty Bernard Garaj. Úvodný príspevok s názvom *Kde je ukryta komunikační specifika veľtrhů a výstav a proč ji hledá tak málo marketérů?* predniesol Dušan Pavlů. Autor fundovane a na základe relevantných výskumných dát poukázal na krízu v oblasti veľtrhov, ktorá je do určitej miery zavinená príchodom nových komunikačných technológií, ale veľký podiel na nej má aj nekompetentnosť marketérov a ich nedôvera voči tradičným modelom marketingovej

komunikácie. Na aktuálnu vedeckú reflexiu vizuálnych a audiovizuálnych médií sústredili svoju pozornosť Agnieszka Ogonowska a Bogusław Skowronek, obaja z Pedagogickej univerzity v poľskom Krakove. Dekan jej Filologickej fakulty, Bogusław Skowronek, v príspevku *Kognitívny model identifikácie pri recepcii filmového diela* prezentoval svoj pôvodný výskumný nástroj slúžiaci na identifikáciu vybraných aspektov audiovizuálnych komunikátov. Zaujímavý príspevok snázvom *Lip Dup a jeho úloha v marketingovej komunikácii vysokých škôl v Poľsku* prezentoval Krzysztof Gajdka.

Konferencia poskytla široký priestor na diskusiu. Účastníci svojimi postrehmi a názormi priniesli mnoho nových pohľadov na aktuálne otázky marketingovej a mediálnej komunikácie. Vyzdvihnúť možno predovšetkým snahu hľadať a nachádzať interdisciplinárny dialóg, v tomto prípade oscilujúci na osi umenie – marketing – médiá.

Ako býva dobrým zvykom, konferencia bola sprevádzaná ďalšími nadväzujúcimi podujatiami. S pozitívnym ohlasom sa stretol spoločenský večer, ktorý sa niesol v znamení krstu monografie pracovníka FF UKF v Nitre Petra Mikuláša s názvom *Reality TV*, ktorú oficiálne uviedol do života Krzysztof Gajdka. Deň po konaní konferencie sa uskutočnila medzinárodná súťaž reklamnej študentskej tvorby Cirkulátor.

Nasledujúci ročník (Ko)médié by sa mal uskutočniť na pôde Fakulty sociálnych štúdií Vysokej školy finančnej a správnej v Prahe. Ďalšie organizačné zámery počítajú so striedajúcim modelom Slovensko – Česká republika – Poľsko.