

# POLITICKÉ VEDY / POLITICAL SCIENCES

Časopis pre politológiu, najnovšie dejiny, medzinárodné vzťahy, bezpečnostné štúdiá / Journal for Political Sciences, Modern History, International Relations, security studies

URL of the journal / URL časopisu: <http://www.politickevedy.fpvmv.umb.sk>

**Author(s) / Autor(i):** Martin Solík  
**Article / Článok:** Medzinárodná vedecká konferencia: „Megatrendy a médiá 2021: Home officetainment”  
**Publisher / Vydavateľ:** Fakulta politických vied a medzinárodných vzťahov – UMB Banská Bystrica / Faculty of Political Sciences and International Relations – UMB Banská Bystrica  
**DOI:** <https://doi.org/10.24040/politickevedy.2021.24.3.258-261>

**Recommended form for quotation of the article / Odporúčaná forma citácie článku:**

SOLÍK, M. 2021. Medzinárodná vedecká konferencia: „Megatrendy a médiá 2021: Home officetainment”. In *Politické Vedy*. Vol. 24, no. 3, pp. 258-261. ISSN 1335 – 2741. Available at: <https://doi.org/10.24040/politickevedy.2021.24.3.258-261>

By submitting their contribution the author(s) agreed with the publication of the article on the online page of the journal. The publisher was given the author's / authors' permission to publish and distribute the contribution both in printed and online form. Regarding the interest to publish the article or its part in online or printed form, please contact the editorial board of the journal: [politicke.vedy@umb.sk](mailto:politicke.vedy@umb.sk).

Poskytnutím svojho príspevku autor(i) súhlasil(i) so zverejnením článku na internetovej stránke časopisu *Politické vedy*. Vydavateľ získal súhlas autora / autorov s publikovaním a distribúciou príspevku v tlačenej i online verzii. V prípade záujmu publikovať článok alebo jeho časť v online i tlačenej podobe, kontaktujte redakčnú radu časopisu: [politicke.vedy@umb.sk](mailto:politicke.vedy@umb.sk).

## MEDZINÁRODNÁ VEDECKÁ KONFERENCIA: „MEGATRENDY A MÉDIÁ 2021: HOME OFFICETAINMENT”

### INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE: „MEGATRENDS AND MEDIA 2021: HOME OFFICETAINMENT”

**Martin Solík\***

Je to už druhým rokom za sebou, čo sa pravidelná vedecká konferencia *Megatrends and Media*, ktorú organizuje Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, uskutočnila v online priestore. Hlavnou témou šestnásteho ročníka konferencie sa stal *Home Officetainment*.

Zdravie je naša najvyššia hodnota, ktorú si všetci veľmi vážime a našim prvoradým cieľom je jeho ochrana. Ani takáto mimoriadna situácia, akou je pandémia koronavírusu, nás však nenechala pasívnych. A aj napriek tomu, že sme asi všetci tajne dúfali, že rok 2021 bude iný ako ten predošlý, našim cieľom bolo zorganizovať nielen stretnutie zástupcov akademickej obce, mediálnych teoretikov a pracovníkov médií, ale najmä vytvoriť v rámci vedeckej komunity deň, ktorý by pripomínal normálny akademický život so všetkým, čo k tomu patrí. Prirodzene, máme ako spoločnosť všetky prostriedky a technológie potrebné na zorganizovanie online konferencie, no skutočná výzva spočívala v tom, robiť veci opäť inak. Za posledný rok sme totiž svedkami presýtenosti online priestorom a je stále ťažšie prísť s originálnym konceptom. Našou ambíciou bolo vyhnúť sa téme COVID-19 v názve konferencie, no napriek tomu ju implicitne zahrnúť do všetkých sekcií a rovnako do pozvaných prednášok spíkrov v rámci hlavného pléna.

Žijeme hybridný virtuálny život. (Solík, Mináriková, 2014) Médiá rôzneho typu nám už predtým prinášali správy o hybridných vojnách, ako teoretici sme sa zaoberali kyberpriestorom, celé dekády sme vo svojich výskumoch analyzovali ako žiť po boku médií a s médiami. V roku 2020 sme však začali žiť

---

\* JUDr. PhDr. Martin Solík, PhD. pôsobí ako odborný asistent na Katedre masmediálnej komunikácie, Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Nám. J. Herdu 2, 917 01 Trnava, Slovenská republika, e-mail: martinsolik@gmail.com.

DOI: <https://doi.org/10.24040/politickevedy.2021.24.3.258-261>

prostredníctvom médií a vďaka médiám. Ocitli sme sa v novej paradigme. Bez médií by sme zrazu nedokázali nielen vykonávať svoju prácu, ale hlavne by nám nebolo umožnené vidieť aspoň virtuálne svojich blízkych, zdieľať s nimi na diaľku svoj aktuálny obraz a nebolo by možné prekonávať občasnú rozpačité pocity osamelosti.

Práve tu niekde sa zrodila myšlienka prepojiť všadeprítomný *home office* aj so zábavou. Z našich domovov sa stali pracovné miesta, kiná, fitness centrá, online kaviarne. Miesta, kde jednoducho žijeme svoj nový život. Už v minulosti sa nás takpovediac dotkli nové formy komunikácie, ktoré zmietli predošlé pravidlá ako prudká prílivová vlna. Teraz sme sa ocitli v situácii, kedy sme spojili svoje sily a využili naše technologické možnosti na nové formy komunikácie. (Gálik, Oprala, 2021) Koronavírus nás uzavrel do našich domovov. Drvivá väčšina ľudí, ktorí nemali skúsenosti s prácou z domu, urobili všetko pre to, aby sa to naučili a to veľmi rýchlo a zároveň boli nútení dohliadať na vzdelávanie svojich detí, prípadne sa ešte k tomu starali o starších členov rodiny, ktorí potrebovali pomoc. Väčšina sociálnych kontaktov sa stala virtuálnymi. (Deuze, 2020) Inteligentné mobilné zariadenia, osobné počítače a prenosné počítače sa stali centrami nášho nového univerza. No a súbežne sa všadeprítomná hrozba technologického zlyhania stala jednou z našich najhorších nočných môt. Aby to však nevyznievalo pesimisticky, veľa sme sa naučili nielen o sebe, ale i o svete v ktorom žijeme a rovnako o nových prístupoch, ktoré budeme vedieť využiť v budúcnosti a to nielen v prístupe k médiám, ale i v marketingu, ktorý bol nútený hľadať svoje nové formy.

Konferencia *Megatrendy a médiá 2021: Home Officetainment* bola rozdelená do hlavných 4 sekcií: *Infotainment*, *Edutainment*, *Marketainment* a *Digitainment*. Tieto sekcie sa stali virtuálnymi vo svojej najrýchlejšej podobe, keďže de facto predstavovali okruhy pripravovaných výstupov konferencie vo forme recenzovaných vedeckých zborníkov. Jednotlivými sekciami sme sa rozhodli reagovať na aktuálne najviac sa meniace odvetvia ľudskej spoločnosti, pretože tak, ako sa zmenila konzumácia informácií, zmenil sa i prístup k vzdelávaniu, rovnako i marketing, ktorý sa musel rýchlo transformovať a to všetko v rámci digitálnej éry, ktorá dostala extenzívnejší rozmer. Do sekcií konferencie sa prihlásilo viac ako sto účastníkov zo Slovenska, Rakúska, Chorvátska, Nemecka, Poľska, Ruska, Ukrajiny, Turecka a samozrejme z Českej republiky.

Samotné hlavné rokovanie prebiehalo prostredníctvom online streamu a to nielen na webstránke FMK UCM v Trnave, ale i na facebookovej stránke

konferencie. Konferenciu otvoril **Martin Solík** ako hlavný organizátor, ktorý okrem úvodného slova predstavil i fakultné indexované vedecké časopisy *Communication Today (Web of Science a Scopus)*, *Lege Artis (Web of Science)*, umelecké periodikum *European Journal of Media, Art & Photography (Web of Science)* a taktiež časopis z oblasti mediálnej výchovy *Media Literacy and Academic Research (Web of Science)*. Účastníkov následne privítala dekanka FMK UCM v Trnave doc. **Ľudmila Čábyová**, ktorá zdôraznila potrebu vzdelávania počas pandémie a rovnako naznačila možné výzvy do budúcnosti, ktoré súvisia s e-learningovým prístupom.

Ako prvá predniesla pozvanú prednášku prof. **Iveta Radičová**, bývalá slovenská predsedníčka vlády, uznávaná sociologička a dekanka Fakulty masmédií PEVŠ v Bratislave, pričom sa zamerala na problematiku digitálnej demokracie vo vzťahu k mediálnemu prostrediu. Český novinár, moderátor a teoretik médií **Václav Moravec** načrtnol aj sociologický rámec digitálnej éry a podelil sa o svoje názory na „infodémiu“, ako kľúčový fenomén takzvanej postfaktickej spoločnosti. **Henrich Krejča**, riaditeľ spravodajstva a publicistiky TV Markíza, ponúkol svoje praktické skúsenosti s tvorbou správ v čase koronavírusu a zároveň priblížil postavenie spravodajstva pod tlakom internetu a sociálnych médií. Doc. **Martin Klus**, štátny tajomník Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí Slovenskej republiky, vysvetlil, akým výzvam čelí diplomacia SR počas pandémie COVID-19. Prof. **Jörg Matthes** z University of Vienna, poodhalil mnohé vzťahy súvisiace s procesom, akým používame digitálne médiá, krízou COVIDu-19 a ľudským šťastím (alebo jeho nedostatkom). Ďalší zahraničný hosť, ruský špecialista na firemnú komunikáciu prof. **Evgeny Kozhemyakin** (Belgorod National Research University), artikuloval svoje premisy o tom, čo nazval „*novou vizuálnou etikou*“ spojenou s online firemnou komunikáciou a digitálnymi médiami vo všeobecnosti. Umelecký prístup uplatnil **Branislav Macko**, kreatívny riaditeľ marketingovej agentúry Ponyhouse, ktorý diskutoval o tendencii dnešnej éry, „*nenávidieť všetko a všetkých*“, a načrtnol ako reagovať pri takomto nenávisťnom obsahu. **Tomáš Škarba**, editor spravodajstva Rádia Expres a doktorand FMK UCM v Trnave sa venoval situácii, ktorá bola nastolená operáciou príchodu ruskej vakcíny Sputniku V na Slovensko a následnému diskurzu, ktorý bol podmienený danými okolnosťami. Na medzinárodný presah nadviazal reportér zahraničného spravodajstva RTVS **Martin Rajec** a to v súvislosti s fake news. Súčasťou hlavného programu bola aj následná diskusia na tému podcastov, ktorú moderoval **Pavel Bielik**, novinár a doktorand FMK UCM. Hosťami boli **Jana**

**Mat'ková**, editorka denníka SME a moderátorka podcastu *Dobré ráno* a **Dávid Tvrdoň**, produktový manažér a moderátor technologického podcastu *Klik*.

Hlavnými vedeckými partnermi konferencie *Megatrendy a médiá* boli Centrum vied o umení SAV, Polish Academy of Sciences (Branch in Katowice), Ústav politických vied Slovenskej akadémie vied, Centre for Innovation, Technology Transfer and Development Foundation of the University of Silesia (Poľsko), Polish PR Association, University of Vienna (Rakúsko), Josip Juraj Strossmayer University of Osijek (Chorvátsko), University of Malaya (Malajzia), Belgorod National Research University (Rusko), University of Lorraine (Francúzsko) a University of Malta. Ochota týchto inštitúcií participovať na našej konferencii je dôkazom jej prestíže v stredo európskom priestore.

Fakulta masmediálnej komunikácie sa usiluje neustále prezentovať témy, ktoré sú aktuálne a majú nielen potenciál v rámci vedeckého transferu poznatkov, ale i praktický potenciál, pričom chceme byť zrozumiteľní a konštruktívni, no v prvom rade prínosní pre spoločnosť, v ktorej všetci žijeme.

### **Literatúra:**

- DEUZE, M.: The Role of Media and Mass Communication Theory in the Global Pandemic. In *Communication Today*, roč. 11, 2020, č. 2, ISSN 1338-130X, s. 4 - 16.
- GÁLIK, S. – OPRALA, B.: Temporal Changes under the Influence of Digital Media. In *Communication Today*, roč. 12, 2021, č. 1, ISSN 1338-130X, s. 4 - 12.
- SOLÍK, M. – MINÁRIKOVÁ, J.: Social Recognition on a Global Scale: Opportunities and Limits of Media Reflection. In *Communication Today*, roč. 5, 2014, č. 2, ISSN 1338-130X, s. 20 - 31.