

Garść refleksji z II edycji międzynarodowej konferencji ICCMTD 2013, Famagusta, Północny Cypr, 2–4 maja 2013 roku

Tomasz Gackowski

Na początku maja 2013 r. na Cyprze, w tureckiej Famaguście, odbyła się druga międzynarodowa konferencja poświęcona komunikacji, mediom, technologii oraz designowi. Głównym organizatorem International Conference on Communication, Media, Technology and Design (ICCMTD) 2013¹ był Instytut Nauk o Komunikacji (Institute of Communication Sciences) na Uniwersytecie Anadolii w Eskişehirze (Turcja). Jego partnerami byli: Wydział Sztuk Wizualnych i Projektowania Komunikacji Wizualnej (Department of Visual Arts & Visual Communication Design) Śródziemnomorskiego Uniwersytetu Wschodniego (Eastern Mediterranean University) w Północnym Cyprze oraz trzy periodyki naukowe: „Online Journal of Communication and Media Technologies”, „Contemporary Educational Technology” oraz „Online Journal of Art and Design”².

Pierwsza konferencja z cyklu ICCMTD odbyła się w 2012 r. w Istambule³. Zorganizował ją komitet redakcyjny wspomnianego periodyku „Online Journal of Communication and Media Technologies” wraz z Instytutem Europejskich i Śródziemnomorskich Konferencji i Zjazdów⁴. Organizację ICCMTD 2012 wspierały również Uniwersytet Anadolii oraz Śródziemnomorski Uniwersytet Wschodni⁵.

Celem pierwszej edycji ICCMTD było stworzenie międzynarodowej platformy wymiany doświadczeń badaczy z całego świata na temat prowadzonych przez nich badań, a także rozwoju i adaptacji różnych, interdyscyplinarnych podejść teoretycznych w sześciu głównych – zdaniem organizatorów – wymiarach zachodzenia na siebie kwestii dotyczących komunikacji, mediów, technologii i designu. Były to technologie komunikacyjne, bariery komu-

¹ Zob. www.cmdconf.net/2013/ [dostęp: 10.05.2013].

² „Online Journal of Communication and Media Technologies” – OJCMT (www.ojcmt.net), „Contemporary Educational Technology” – CEDTECH (www.cedtech.net) oraz „Online Journal of Art and Design” – OJAD (<http://ojad.emu.edu.tr>) są indeksowane w takich bazach, jak: Index Copernicus International (IC), International Association for Media and Communication Research (IAMCR), The Journal Quality Evaluation Report (JQER) czy Directory of Open Access Journals (DOAJ) i Directory of Research Journal Indexing (DRJI).

³ Zob. www.cmdconf.net/2012/ [dostęp: 10.05.2013].

⁴ Instytut Europejskich i Śródziemnomorskich Konferencji i Zjazdów (European Mediterranean Conferences & Conventions) – akademickie stowarzysze zajmujące się organizacją oraz wspieraniem różnych konferencji oraz sympozjów odbywających się przede wszystkim w Europie oraz w krajach basenu Morza Śródziemnego. Instytut ma na celu wspomagać organizatorów międzynarodowych konferencji naukowych poprzez wdrażanie międzynarodowych standardów, a także wspieranie całego procesu przygotowywania recenzji nadsyłanych zgłoszeń, prezentacji, wreszcie artykułów ostatecznie publikowanych w materiałach konferencyjnych, a wybrane z nich są kwalifikowane do publikacji w międzynarodowych, recenzowanych periodykach naukowych, takich jak wspomniany już „Online Journal of Communication and Media Technologies”. Zob. www.emccinstitute.org/about-emcc.html [dostęp: 10.05.2013].

⁵ *Eastern Mediterranean University*, www.cyprpółnocny.com/universities.php [dostęp: 27.06.2013].

nikacyjne, sztuki wizualne, a także projektowanie komunikacji wizualnej, edukacja technologiczna i komunikacyjna, i wreszcie – komunikacja marketingowa.

W pierwszej edycji konferencji wzięło udział aż 130 badaczy, naukowców i praktyków z 34 krajów⁶. W komitecie naukowym konferencji zasiadło 30 akademików. Tylko sześciu pochodziło z Turcji kontynentalnej oraz Famagusty, pozostali pracują na uniwersytetach w Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Kanadzie, Grecji, RPA, Holandii, Hongkongu, Malezji, Jordanii, we Włoszech, a także na Litwie i Tajwanie. W konferencji – oprócz zgłoszonych prelegentów – wzięli udział także tzw. *keynote speakers*, którymi byli prof. Ali Simsek z Uniwersytetu Anadolu, redaktor naczelny pisma „Contemporary Educational Technology”, prof. Besim Mustafa z Uniwersytetu Edge Hill w Wielkiej Brytanii, prof. Umit Inatci ze Śródziemnomorskiego Uniwersytetu Wschodniego oraz prof. Rachel Barker z Uniwersytetu Unisa z Republiki Południowej Afryki. Pośród wielu prelegentów z całego świata, zajmujących się m.in. komunikacją społeczną oraz polityczną, nowymi technologiami i mediami społecznościowymi, literaturoznawstwem oraz edukacją medialną, modelowaniem geometrycznym oraz designem, zarządzaniem kryzysowym oraz zintegrowanym marketingiem, cyberkulturą i ekonomią mediów, prawnymi aspektami nowych mediów oraz studiami genderowymi, na ICMMTD 2012 nie zabrakło również reprezen-

tacji z Polski. Dr Magdalena Mateja z Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu wygłosiła opublikowany w materiałach konferencyjnych referat pt. *The Iconography of National Mourning in the Polish Press*⁷. Była to jednak jedyna reprezentantka Polski.

Druga edycja ICMMTD 2013 miała bardzo podobne założenia i przyciągnęła uwagę niemal równie dużej rzeszy badaczy, akademików oraz praktyków z całego świata – w konferencji wzięło udział ponad sto osób z 30 państw⁸. Mniejsza liczba prelegentów mogła być spowodowana zmianą miejsca obrad. Nie był to bowiem popularny i świetnie skomunikowany Istambuł, jak przed rokiem, lecz Famagusta, leżąca w północnej, tureckiej części Cypru. Nie ulega jednak wątpliwości, że Famagusta oraz centrum konferencyjne zlokalizowane w pięciogwiazdkowym hotelu Salamis Bay Conti Resort u brzegu Morza Śródziemnego w początku ciepłego maja z pewnością nie można nazwać pomysłką, co mogliby z pewnością potwierdzić niemal wszyscy uczestnicy konferencji.

Komitet naukowy konferencji nie uległ większym zmianom w porównaniu z jej I edycją, a głównymi koordynatorami tej największej na Cyprze konferencji międzynarodowej byli wspomniany już prof. Ali Simsek, odpowiedzialny za kwestie naukowe, prof. Fahme Dabaj ze Śródziemnomorskiego Uniwersytetu Wschodniego, odpowiedzialny za sprawy techniczne, oraz prof. Agah Gumus⁹, *spiritus movens* całego przedsięwzięcia, również ze Śród-

⁶ Zob. *ICCMTD – 2012 International Conference on Communication, Media, Technology and Design, May 09–11, 2012 Istanbul – Turkey, Conference Proceedings*, www.cmdconf.net/2012/Proceedings/Proceedings.pdf [dostęp: 10.05.2013].

⁷ Tamże, s. 429–435.

⁸ Zob. *ICCMTD – 2013, International Conference on Communication, Media, Technology and Design, May 02–04, 2013 Famagusta – North Cyprus, Conference Proceedings*, s. 135–140, www.cmdconf.net/2013/Proceedings/Proceedings.pdf, [dostęp: 10.05.2013].

⁹ Trzeba nadmienić, że to właśnie prof. Agah Gumus odpowiadał m.in. za przyjmowanie zgłoszeń za pośrednictwem strony internetowej konferencji, odpisywał na e-maile, rozwiewał wszelkie wątpliwości, odpowiadał na najróżniejsze pytania dotyczące przebiegu konferencji, sposobu recenzowania prezentacji oraz możliwości publikowania najlepszych z nich we wspomnianych czasopismach. Ponadto, organizatorzy błyskawicznie odpowiadali także na wszelkie pytania dotyczące akomodacji, przelotów oraz transferu z/do lotniska z centrum konferencyjnego. Wspierała ich w tym specjalnie wynajęta agencja turystyczna, która zajmowała się odbiorem z lotniska oraz wszelkimi sprawami związanymi z przejazdami, noclegami oraz wyżywieniem.

ziemnomorskiego Uniwersytetu Wschodniego, pomysłodawca konferencji ICCMTD, główny organizator oraz redaktor naczelny „Journal of Communication and Media Technologies”.

Głównym prelegentami (*keynote speakers*) podczas ICCMTD 2013 byli profesorowie Clarke L. Caywood¹⁰ oraz Eugène Loos¹¹. Pierwszy – w referacie *Reputation and brand building in high risk organizations with integrated marketing communications* – mówił m.in. o reputacji oraz różnych sposobach budowania marki w organizacjach tzw. wysokiego ryzyka (High Risk Organizations), narażonych na częste kryzysy w ujęciu dynamicznie rozwijającej się teorii zintegrowanej komunikacji marketingowej, drugi natomiast – w wystąpieniu pt. *Towards accessible information for senior citizens in a multimedia landscape: Debunking myths of age related communication barriers* – m.in. o postępującym starzeniu się społeczeństw zachodnich, w których równolegle następuje dynamiczny rozwój nowych technologii. Dostęp do informacji, w znacznej mierze zdigitalizowanej, wymusza na starszych obywatelach, zdaniem holenderskiego badacza, umiejętność odnalezienia się w nowej, skomputeryzowanej, wirtualnej rzeczywistości. Badacz w wystąpieniu skupił się zatem na obaleniu – na podstawie własnych, empirycznych

studiów wspartych rozlicznymi dokumentami, zestawieniami oraz materiałami wideo – kilku podstawowych mitów, związanych z określonymi barierami komunikacyjnymi, takich jak przekonanie o tym, że te pokolenia seniorów, które mają problem z użytkowaniem nowych mediów, są skazane na zagładę. Polemizował z opinią, że seniorzy nie są w stanie nauczyć się korzystania z nowych mediów, i z przekonaniem, że to właśnie wiek jest zmienną wyjaśniającą różnice w sposobach poszukiwania informacji w sieci.

Wystąpienia obu głównych prelegentów zostały dobrze przyjęte przez interdyscyplinarne i międzynarodowe grono uczestników ICCMTD 2013. Ponadto warto podkreślić, że przyjazność głównych prelegentów, ich otwartość na dyskusję, wymianę poglądów i doświadczeń, wreszcie życzliwość wobec innych uczestników sprawiły, że bez wątplenia organizatorzy ICCMTD 2013 zasłużyli również i w kwestii doboru *keynote speakers* na uznanie. Przy tak szerokim spektrum tematów, jakich dotyczyły wystąpienia prelegentów z całego świata, organizatorzy wykazali się bowiem nie lada sztuką, by zaproponować uczestnikom takie wystąpienia, które przykują ich uwagę oraz będą stanowiły istotny punkt odniesienia dla wszystkich prelegentów konferencji.

¹⁰ Prof. Clarke L. Caywood jest światowej sławy specjalistą z zakresu zintegrowanej komunikacji marketingowej (*Integrated Marketing Communication*), zarządzania kryzysowego (*Crisis Management*), public relations oraz branding. Jest redaktorem popularnego w świecie podręcznika pt. *Handbook of Strategic Public Relations & Integrated Marketing Communications*, New York 2012 (1 wyd. – 1997). Przez branżowy magazyn „PRWeek” został uznany jednym ze stu najbardziej wpływowych specjalistów w zakresie public relations na świecie w XX w. („PRWeek” 1999, 18 października), a w 2000 r. jednym z dziesięciu najlepszych wykładowców akademickich w tej dziedzinie („PRWeek” 2000, 8 lutego). Ponadto stowarzyszenie Public Relations Society of America wybrało go wykładowcą roku 2002–2003. Prof. Caywood jest również właścicielem firmy, która w ciągu kilkunastu lat przeszkoliła pracowników setek firm, takich jak AT&T, IBM czy Scandia. Na co dzień wykłada na Northwestern University w Chicago, jest również gościnnym wykładowcą na wielu uczelniach w Chinach. Por. www.medill.northwestern.edu/faculty/imcfulltime.aspx?id=128377 [dostęp: 26.06.2013].

¹¹ Prof. Eugène Loos, lingwista, pracuje na Uniwersytecie Amsterdamskim oraz na Uniwersytecie w Utrechcie. Jest członkiem prestiżowej szkoły badawczej Amsterdam School of Communication Research (ASCoR), autorem licznych książek i artykułów z zakresu analiz porównawczych dotyczących tzw. starych i nowych mediów, ich organizacyjnych oraz międzykulturowych aspektów i współzależności. Obecnie jego zainteresowania ogniskują się wokół badań nad rolą tzw. starych i nowych mediów w angażowaniu starszych ludzi do aktywnego uczestnictwa w zmediatyzowanym dyskursie publicznym. Por. www.uva.nl/over-de-uva/organisatie/medewerkers/content/1/o/e.f.loos/e.f.loos.html [dostęp: 26.06.2013].

Należy również wspomnieć o tym, w jaki sposób idea konferencji ICMMTD – integracji szerokiego środowiska badaczy zajmujących się wspomnianymi wcześniej sześcioma wymiarami z zakresu komunikacji, mediów, nowych technologii oraz designu – została sfunkcjonalizowana na poziomie stworzonych przez organizatorów paneli i sekcji, w których obradowali prelegenci. Otóż – zgodnie z założeniami konferencji – referaty prelegentów ICMMTD 2013 zostały zakwalifikowane do sześciu sekcji tematycznych (niestety, nienazwanych w programie). Pierwsza – nowe technologie – miała dotyczyć m.in. społecznych aspektów nowych technologii komunikacyjnych, konwergencji mediów, komunikacji CMC oraz mediów społecznościowych. Druga sekcja została poświęcona barierom komunikacyjnymi w edukacji oraz internetowemu nauczaniu, w mediach oraz w polityce, a trzecia sztukom wizualnym oraz komunikacyjnym aspektom designu, a więc m.in. nowej sztuki, sztuki zdigitalizowanej, grafiki, fotografii, teorii percepcji czy semiotyki. Czwarta sekcja dotyczyła komunikacji marketingowej, a więc zintegrowanej komunikacji marketingowej, reklamodawstwa, public relations i e-marketingu. W kolejnej, piątej sekcji skupiono wystąpienia poświęcone technologiom komunikacyjnym, a więc technologiom nauczającym, komunikacji w edukacji i wykorzystaniu technologii komunikacyjnych w nauczaniu. Ostatnia sekcja miała charakter otwarty – dopełniający i miała dotyczyć szeroko pojętego komunikowania i studiów medioznawczych. Jak widać, organizatorzy podjęli się trudnej sztuki pogrupowania tematów w wyróżnionych sekcjach w taki sposób, aby nie ograniczać interdyscyplinarności konferencji ICCMTD oraz aby badacze szeroko rozumianej komunikacji z różnych zakątków świata byli w stanie z łatwością odnaleźć się w „swojej” sekcji.

Jako przewodniczący jednej z sekcji ICCMTD 2013 muszę podzielić się jedną z na-

prawdę niewielu krytycznych uwag pod adresem organizatorów. Otóż, o ile podział na sekcje i wyróżnione w nich tematy na pierwszy rzut oka wyglądają przekonująco, o tyle w praktyce, kiedy przyszło – w niektórych sekcjach – do wygłaszania referatów i prowadzenia dyskusji oraz polemik, to często okazywało się, że dystans empiryczny, teoretyczny, metodologiczny, ale również i rozdźwięk w zainteresowaniach prelegentów był na tyle duży, że możliwość głębszej wymiany uwag/myśli była ograniczona. Być może organizatorzy powinni następnym razem nie tyle wyróżniać kolejne podsekcje wspomnianych sekcji, ile dokładniej przyjrzeć się poszczególnym tematom, prezentacjom, abstraktom i pogrupować je albo ze względu na cel (zwyczajnie przyjąć kryterium teleologiczne) lub zakres empiryczny i metodologiczny proponowanych referatów (kryterium funkcjonalistyczne). Dzięki takiemu podziałowi, który wcale nie musi zaprzeczać słuszności ustalonej już podczas I edycji ICCMTD w 2012 r. typologii sekcji, dyskusje i polemiki w poszczególnych panelach zwyczajnie nabrałyby rumieńców, a temperatura ewentualnych polemik byłaby nieco wyższa, przez co byłyby one ciekawsze dla wszystkich jej uczestników.

Przeglądając program konferencji, można było odnieść momentami wrażenie, że kryterium kwalifikowania prelegentów do poszczególnych sekcji miało charakter nie tyle tematyczny, co geograficzny. I tak np. w przedpołudniowej sesji drugiego dnia konferencji zdarzyło się tak, że w sekcji poświęconej komunikacyjnym barierom w polityce wystąpili sami polscy badacze, reprezentujący Uniwersytet Warszawski. Z referatem dotyczącym politycznego wizerunku, stanowiącego – jak się wydaje – istotę współczesnej komunikacji politycznej w czasach święcącej triumfy postpolityki, wystąpił autor niniejszego sprawozdania (*Political image as the substance of the political communication in the era of post-polity*

tics)¹². Następnie głos zabrał dr Łukasz Szurmiński, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa UW, który mówił o różnych – w znacznej mierze zbieżnych ze sobą – aspektach współczesnej oraz niegdysiejszej propagandy (*The various aspects of propaganda – formerly and now*)¹³. Wreszcie na zakończenie panelu prof. UW dr hab. Ewa Szczęsna, kierownik Zakładu Komparatystyki w Instytucie Literatury Polskiej, wystąpiła z referatem *Strategies of creation of meaning in digital art*¹⁴, poświęconym strategiom tworzenia znaczeń w sztuce cyfrowej, którego współautorami byli doktoranci – Piotr Kubiński i Mariusz Pisarski.

W programie konferencji znalazło się jeszcze jedno polskie wystąpienie. Podczas popołudniowych obrad pierwszego dnia konferencji, w sekcji, której miałem przyjemność przewodniczyć, wystąpił Piotr Kubiński, doktorant w Instytucie Literatury Polskiej Wydziału Polonistyki UW, członek Pracowni Badań Intersemiotycznych i Intermedialnych, który mówił o różnych aspektach grywalizacji procesu e-nauczania (*User participation and communication in e-learning – forms and functions*)¹⁵ – współautorami referatu byli prof. Ewa Szczęsna oraz doktorantka Joanna Szwechłowicz).

Pozostałe wystąpienia dotyczyły bardzo różnych problemów badawczych. I tak np. dr Sinem Tuna z Uniwersytetu Istambulskiego (İstanbul Gelişim University) mówiła o różnych sposobach przedstawiania (kreacji wizerunku) kobiet w tureckich edycjach zagranicznych magazynów, a w konsekwencji o ogromnym dystansie między rzeczywistym obrazem tureckich kobiet i ich medialnym wizerunkiem rodem z okładek kolorowych czasopism (*Reality fact and »the real!« re-created by wo-*

men's magazines in Turkey)¹⁶. Ove Christensen z University College Sjællands w Danii mówił z kolei o nowoczesnych metodach nauczania w ramach skandynawskiego programu ICT (*Virtual classroom in the cloud – transnational Scandinavian teaching with ICT*)¹⁷. Wreszcie dr Deimantas Jastramskis z Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Wileńskiego przedstawił ciekawe wyniki badań niepokojącego zjawiska wpływu medialnych doniesień o samobójstwach popełnianych przez znane osoby na wzrost liczby samobójstw wśród Litwinów w okresach następujących po danym zdarzeniu. Jak zauważył *keynote speaker* konferencji ICCMTD 2013 prof. Clarke L. Caywood, obecny wśród słuchaczy mojej sekcji, jest to problem niezwyklej wagi, gdyż – jak podał dr Jastramskis – Litwa jest krajem o największym w Europie odsetku samobójców na każde 100 000 osób, który jest trzykrotnie wyższy od średniej europejskiej i wynosi 31,5. Niestety, jak zauważył litewski prelegent, większość agend publicznych oraz samych mediów bagatelizuje rozpoznany problem. Dr Jastramskis – w toku prowadzonych badań dotyczących, z jednej strony, samego zjawiska samobójstw jako problemu społecznego współczesnej Litwy, z drugiej zaś sposobu ich relacjonowania przez media – szukał odpowiedzi na takie pytania, jak: dlaczego dziennikarze i wydawcy zachowują się w sposób społecznie nieodpowiedzialny w przypadku relacjonowania zachowań samobójców, zwłaszcza tych znanych i lubianych? Dlaczego ryzyko popełnienia samobójstwa wzrasta u osób skłonnych do naśladowania swoich idoli-samobójców w przypadku pojawienia się doniesień o ich postępkach w mediach? Autor zauważa, że teoretyczne ramy badawcze dla tego typu zachowań są w literaturze

¹² Zob. ICCMTD – 2013..., s. 135–140.

¹³ Tamże, s. 303–307.

¹⁴ Tamże, s. 236–242.

¹⁵ Tamże, s. 313–319.

¹⁶ Tamże, s. 181–186.

¹⁷ Tamże, s. 319–323.

cały czas wątle, fragmentaryczne i niespójne. Dla badań, które pozwoliłyby udzielić autorytatywnych odpowiedzi na postawione powyżej pytania niezbędny jest pewien konstrukt teoretyczny – matryca – która mogłaby pomóc w badaniu różnych stron tego samego problemu. Taką propozycję teoretycznego modelu analizy zarysowanego problemu złożył badacz w końcu swojego wystąpienia, wyróżniając siedem czynników. Pierwszy to komercyjny – większość mediów na Litwie jest prywatna, przez co są one przede wszystkim zorientowane na zysk, a informacja o gwieździe, która popełniła samobójstwo, jest niezwykle cenna. Drugi czynnik to dobór wiadomości. Tutaj autor przywołał bogatą literaturę przedmiotu, która traktuje o kryteriach kwalifikacji wiadomości jako newsa, który ostatecznie trafia na pierwszą stronę bądź na czołówkę telewizyjnego serwisu informacyjnego. Kolejny czynnik – psychologiczny. Tu zderzają się dwie logiki opisu zdarzenia. Z jednej strony medialna zasada 5W – kto/co, kiedy, gdzie, dlaczego i jak. Z drugiej zaś zalecenia ekspertów w dziedzinie zdrowia, dotyczące odpowiedzialności za sposób relacjonowania samobójstw, które stoją w sprzeczności z rzeczoną zasadą. Nie sposób opisać zdarzenia bez określenia miejsca oraz tego, jak do czegoś doszło, czyli w tym wypadku – gdzie oraz jak desperat dokonał skutecznego targnięcia się na własne życie. Czwarty czynnik – socjologiczny. Na Litwie od lat obserwowana jest akceptacja dla wszelkich podejmowanych decyzji – również samobójców. W imię niezbywalnego prawa do samostanowienia – prawa do wyboru. Ponadto medialne narracje w litewskich mediach ukazują samobójstwo jako jeden z możliwych sposobów rozwiązywania własnych problemów. Kolejny czynnik – edukacyjny. Dr Jastramskis zauważył, że edukacja dziennikarzy, wydawców oraz studentów dziennikarstwa na Litwie w zakresie potencjalnych efektów prezentowania samobójstw w określony sposób, w określonej ramie inter-

pretacyjnej w mediach, wciąż jest niesystematyczna, niespójna i niewystarczająca. Badacz postuluje, by najpierw uczyć studentów dziennikarstwa refleksji nad określonymi problemami i zjawiskami społecznymi – (takimi właśnie, jak coraz większa liczba samobójstw na Litwie), możliwymi sposobami ich postrzegania, „ramowania” w mediach, a dopiero później uczyć i dyskutować o imperatywnej piramidzie newsów medialnych 5W. Szósty czynnik – prawny. Litwa w swoim ustawodawstwie o ochronie nieletnich przed szkodliwym wpływem ogólnodostępnych informacji z 2009 r. zdefiniowała informację publiczną w taki sposób, że w istocie – zdaniem badacza – promuje ona samobójstwo przez konieczność informowania o środkach i okolicznościach jego popełnienia, abstrahując od ich negatywnego wpływu na młodego człowieka, wręcz odwrotnego do zamierzeń ustawodawcy. Biuro Inspektora Etyki dziennikarskiej oraz Komisja Radia i Telewizji na Litwie są zobowiązane do prowadzenia monitoringu mediów w zakresie ochrony małoletnich, jednak – jak pokazują przytaczane przez autora dane – nadzór nad mediami, z perspektywy prawnej, w odniesieniu do sposobów relacjonowania samobójstw jest niewystarczający. Wreszcie ostatni czynnik – etyczny. Jastramskis zauważa, że informacje o samobójcach w litewskich mediach stoją w sprzeczności z art. 49 Karty Etycznej Litewskich Dziennikarzy i Wydawców. Jednakże, jego zdaniem, Komisja Etyki Dziennikarzy i Wydawców w ogóle nie monitoruje zawartości mediów, mimo tak wielu niestosownych, nieadekwatnych relacji i materiałów dziennikarskich, jakie pojawiają się w litewskich mediach w związku z samobójstwami wielu osób, w tym gwiazd będących idolami dla rzeszy młodych ludzi.

Nie ulega wątpliwości, że przedstawione przez dr. Deimantasa Jastramskisa ustalenia dotyczą niezwykle ważnego problemu, który przez dekady nie stanowił przedmiotu refleksji ani socjologów, ani tym bardziej medioznaw-

ców. Warto tej kwestii również się przyjrzeć w Polsce, a zaproponowany konstrukt teoretyczny – czynniki powodujące nieodpowiedzialne zarządzanie zawartością przez media – stanowią kapitalny punkt wyjścia do naszkicowania obszarów analizy takiego badania. Oprócz dr. Deimantasa Jastramskisa w konferencji ICCMTD 2013 wzięli udział również inni zaprzyjaźnieni badacze z uniwersytetu w Wilnie – dr Algirdas Budrevičius oraz dr Andrius Šuminas¹⁸. Pierwszy mówił o roli symboliki w komunikacji wizualnej na przykładzie *Czarnego kwadratu na białym tle* Kazimierza Malewicza¹⁹, drugi zaś o komunikacji politycznej w przestrzeni mediów społecznościowych na Litwie²⁰.

Dokonania II edycji konferencji ICCMTD pozwalają z pełnym przekonaniem stwierdzić, że warto wziąć udział w kolejnej konferencji przygotowywanej w Istambule przez tureckich kolegów (24–28 kwietnia 2014 r.)²¹. Ich gościnność, życzliwość oraz dobre zorganizowanie sprawia, że co roku ponad sto osób z kilkudziesięciu krajów z całego świata decyduje się zabrać głos na tej jednej z najbardziej interdyscyplinarnych konferencji w basenie Morza Śródziemnego. Zaletą tej konferencji jest rozległość tematyczna, jej interdyscyplinarność i różnorodność kulturowa widoczna w każdym panelu, a jeśli organizatorzy więcej czasu po-

święcą doborowi poszczególnych referatów do określonych sekcji, dyskusja w pewności stanie się bardziej żywiłowa i pogłębiona.

Warto zatem pojechać do Istambułu na trzecią edycję ICCMTD, spotkać się z badaczami z doprawdy całego świata zajmującymi się na co dzień bardzo różnymi kwestiami, lecz cały czas związanymi z mediami, komunikacją, nowymi technologiami i designem. Dzięki takiemu doświadczeniu niektóre oczywiste wydawałoby się pojęcia stają się jakby głębsze, jakby pojemniejsze, a przez to również i niejednoznaczne. To z pewnością poszerza horyzont badawczy, empiryczny, teoretyczny, wreszcie horyzont naszego poznania, a przecież właśnie o to chodzi w międzynarodowych konferencjach, również w International Conference on Communication, Media, Technology and Design. Warto może rozważyć organizację tego typu międzynarodowej konferencji również na Uniwersytecie Warszawskim i spróbować wpisać ją na stałe na międzynarodową mapę światowych wydarzeń naukowo-badawczych, tak jak to uczynili koledzy z Turcji, którzy nie zapomnieli również o stworzeniu prelegentom ICCMTD możliwości publikowania swoich artykułów w recenzowanych periodykach, co w świetle filozofii „punktowania” nauki jest kolejnym motywem zachęcającym do uczestnictwa w następnym spotkaniu.

¹⁸ Instytut Dziennikarstwa UW nawiązał w ostatnich miesiącach współpracę ze swoim odpowiednikiem na Uniwersytecie Wileńskim w celu podjęcia wspólnych projektów badawczych poświęconych m.in. narracjom kryzysowym w mediach oraz sposobach opisywania Litwinów w polskich mediach oraz Polaków w litewskich. Konferencja na Cyprze stała się dobrą okazją do przedyskutowania z badaczami litewskimi wielu aspektów i parametrów naszej obecnej i przyszłej współpracy badawczej oraz podjęcia starań o dofinansowanie tychże projektów z narodowych instytucji rozwoju nauki.

¹⁹ *ICCMTD – 2013...*, s. 242–247.

²⁰ Tekstu nie uwzględniono w materiałach konferencyjnych.

²¹ Zob. *International Conference on Communication, Media, Technology and Design, 24–26 April 2014 – Istanbul Turkey*, www.cmdconf.net/ [dostęp: 10.05.2013].