

7. Granieri, G., BLOG generation, Prefazione di D. de Kerckhove, Roma-Bari: Laterza, 2005.
8. Karch, C. and Dann, G., Close encounters of the Third World, *Human Relations*, 34 (4), 981; Desforges, L.: *Traveling the World, Identity and travel biography*, *Annals of Tourism Research*, 2000.
9. Lanfant, M-F., Expose introductif: *Le Tourisme International entre Tradition et Modernite*, Nice: Laboratoire d Ethnologie de l Universite de Nice, 1994.
10. Lepore, D., *Comunicazione in internet ed usi linguistici del tedesco*. Tesi di laurea Universita Roma Tre, 2003.
11. Levy, P., *L intelligenza collettiva, Per un antropologia del cyberspazio*, Milano: Feltrinelli, 1996.
12. McCabe, S., *The tourist experience and everyday life*, 2002.
13. McLuhan, H.M., *Understanding Media*, Routledge & Kegan, London, 1964.
14. McLuhan, M., *Understanding media, The extensions of man*, London: Sphere Books, 1967.
15. Paccagnella, L., *Sociologia della comunicazione*, Bologna: Il Mulino, 2004.
16. Ribarović, O., *Model interakcija javnih medija i turizma na primjeru Primorsko goranske županije*, Doktorski znanstveni rad, Sveučilište u Zadru, 2009.
17. Wearing, S., *Re-centring the self in volunteer tourism*, 2002.
18. Wiener, N., *Kibernetika i društvo*, Beograd, 1964.

INFLUENCE OF MEDIA CONVERGENCE ON THE PROCESS OF CROATIAN MEDIA
DIGITALIZATION
UTJECAJ MEDIJSKE KONVERGENCIJE NA PROCES HRVATSKE MEDIJSKE
DIGITALIZACIJE

Mario Plenković, Daria Mustić, Vlasta Kučić, Juraj Plenković**, Goran Popović, Slobodan Hadžić, Goran Radoš, Vitomir Grbavac***, Tina Tomažić*****

Katedra za komunikologiju, Grafički fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska;

Odsjek za prevoditeljstvo, Filozofski fakultet, Sveučilište u Mariboru, Maribor, Slovenija*; Sveučilište u Rijeci, Rijeka, Hrvatska; Agronomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska; Institut za medijske komunikacije, Fakultet za elektrotehniku, računarstvo i informatiku, Sveučilište u Mariboru, Maribor, Slovenija****

Department of Communication Studies, Faculty of Graphic Arts, University of Zagreb, Zagreb, Croatia; Department of Translation Studies, Faculty of Social Studies and Humanities, University of Maribor, Maribor, Slovenia*; University of Rijeka, Rijeka, Croatia**; Faculty of Agriculture, University of Zagreb, Zagreb, Croatia; Institute for Media Communications, Faculty of Electrical Engineering and Computer Science, University of Maribor, Maribor, Slovenia

Abstract

The paper is presenting a two-year research achievements of the scientific project "Croatian media communication in a converging environment." All obtained theoretical and empirical research results have application character and they are usefull to government departments and media administrations as a basis for planning policies on media convergence and convergent media digitalization of croatian and european venues until 2012. The main research achievements of the project are systematic communication analysis of the impact of media convergence on the process of croatian and european media digitization in terms of concentration of media ownership, media law, media regulation, the role of public media in a convergent environment in order to achieve the maximum degree of coverage of convergent digital network in croatian communications space. Communicational and social dimensions of the existing Croatian model of communication and their impact on the application and development of media convergence at European (1996.- 2006.) and croatian region (2007.- 2009.) have been explored. The study results confirmed the research goals, objectives and research hypothesis from which it is clearly that Croatia (by signing Treaty of Accession with the European Union) has chosen convergent, open and complementary communication media system, which provides transparent media freedom, media democracy and the introduction of new media and

Sažetak

U radu se prezentiraju dvogodišnja istraživačka postignuća na znanstvenom projektu »Hrvatska medijska komunikacija u konvergentnom okruženju«. Svi dobiveni teorijski i empirijski istraživački rezultati su aplikativnog karaktera, te služe nadležnim vladinim resorima i medijskim upravama kao podloga za planiranje medijskih politika i konvergentne medijske digitalizacije na hrvatskim i europskim prostorima do 2012.g. Glavna projektna istraživačka postignuća su sustavna komunikološka analiza utjecaja medijske konvergenije na proces hrvatske i europske medijske digitalizacije s aspekta koncentracije medijskog vlasništva, medijskog zakonodavstva, medijske regulacije, uloge javnih medija u konvergentnom okruženju u cilju postizanja stupnja maksimalne pokrivenosti konvergentnom digitalnom mrežom hrvatskog komunikacijskog prostora. Istražena je komunikološka i socijalna dimenzija postojećih hrvatskih modela komuniciranja, te njihov utjecaj na primjenu i razvoj medijske konvergentne digitalizacije na europskim (1996.- 2006.) i hrvatskim prostorima (2007.- 2009.). Rezultati istraživanja potvrdili su postavljene istraživačke ciljeve, svrhu i istraživačku hipotezu iz koje je razvidno i nedvojbeno da se Hrvatska opredijelila (Ugovorom o pridruživanju s Europskom unijom) za konvergentni, otvoreni i komplementarni komunikacijski medijski sustav, koji osigurava transparentne medijske slobode, medijsku demokraciju i uvođenje

new standards of digital convergence technologies for the benefit of Croatian citizens and achieving social justice and media cohesion in the region of Republic of Croatia. Two-year study has confirmed the initial research hypothesis that media convergence is a continuous and evolutionary process which enables broadcast and reception of the new media convergent digital content (new public and private media services) and the introduction of new multidimensional programme distributive media channels with new media content at all levels of croatian media communication. Croatian media convergent digital future is no longer viewed only in terms of technical transfer and adaptation of analog signals to digital, but in the context of new social, cultural, artistic, scientific, sporting, economic, political and communication impact on the recipients of and new media content. With use of comparative media analysis, social and communicational effects of the implementation of digital public television (HRTV) and experimental digital television (MaxTv) in the croatian communication region have been explored. Media convergent digitalization in Republic of Croatia is technological, communicational and political future of Croatia, for involvement in European and Euro-Atlantic integration processes. Two-year research project achievements are with applicative vocational and professional character, and they become helpful to government departments, media administrations, newsrooms, and all of those who directly or indirectly are planning media policy and media development of Croatia. Based on the current two-year research project period, we can conclude that the future of digital media convergence in Croatia is in a full technological and programme swing.

Key words

media, convergence, digitalization, communication

novih medijskih standarda i novih digitalnih konvergentnih tehnologija za dobrobit hrvatskih građana, te postizanja građanske socijalne pravde i medijske kohezije na prostorima Republike Hrvatske. Dvogodišnje istraživanje je potvrdilo postavljenu polaznu istraživačku hipotezu da je medijska konvergencija kontinuirani i evolucijski proces koji omogućuje emitiranje i prijem novih medijskih konvergentnih digitalnih sadržaja (novi medijski javni i privatni servisi), te uvođenje novih višedimenzionalnih programskih distributivnih medijskih kanala s novim medijskim sadržajima na svim razinama hrvatske medijske komunikacije. Hrvatska medijska konvergentna digitalna budućnost, više se ne promatra samo u tehničkom smislu prijenosa i prilagodbe analognog signala u digitalni, već u kontekstu novih socijalnih, kulturnih, umjetničkih, znanstvenih, športskih, gospodarskih i političkih i komunikoloških utjecaja na primatelje novih medijskih sadržaja. Komparativnom medijskom analizom istraženi su društveni i komunikološki efekti uvođenja digitalne javne televizije (HRTV) i eksperimentalne digitalne televizije (MaxTv) na hrvatskim komunikacijskim prostorima. Medijska konvergentna digitalizacija na prostorima Republike Hrvatske je tehnološka, komunikološka i politička budućnost Hrvatske za uključivanje u europske i euro-atlantske integracijske procese. Istraživačka projektna dvogodišnja postignuća su aplikativno stručnog i profesionalnog karaktera, te postaju pomoć nadležnim Vladinim resorima, medijskim upravama, redakcijama i svima onima koji na direktan ili indirektan način planiraju medijsku politiku i medijski razvoj Republike Hrvatske. Na temelju dosadašnjeg dvogodišnjeg projektnog istraživačkog razdoblja možemo zaključiti da je medijska konvergentna digitalna budućnost Hrvatske u punom tehnološkom i programskom zamahu.

Cljučne riječi

mediji, konvergencija, digitalizacija, komunikacija

THE PLAGUE OF THE MEDIA OR THE MEDIUM FLU POŠASTI MEDIJA ILI MEDIJSKA GRIPA

Mira Morić, Slavoljub Hilčenko

Elementary School „Nikola Vukićević“, Sombor, Serbia; College for Teacher Education, Subotica, Serbia
Osnovna škola „Nikola Vukićević“, Sombor, Srbija; Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje nastavnika, Subotica, Srbija

Abstract

The Lord sent to the Ancient Egypt all kinds of pestilences as a warning to man's arrogance and violent temper but he has not learnt the lesson yet... Anxious to reach the mighty God, man has during his short history of civilization already created and sent off lots of little, big, crazy, silly, dangerous or self-styled people, rulers or individuals whose greed for power (authority), fame and wealth had in their service more sophisticated servants. Long time ago such servants were blood-thirsty and frightening while nowadays they are innocent looking, clean, disguised, invisible and ubiquitous. Today the media have that role more than ever before and even Hitler was well aware of their destructive powers and so were Orson Wells, Bill Gates and Richard Nixon... The newest pestilences of the media behind which stand the interests of huge multinational pharmacological companies, today sow and cure illnesses and death at the same time playing all the times the role of God all over again. Countries in transition, their governments and people, read "guinea-pigs", are the best "partners" or "polygons" for making profit with some "collateral damage" because the one who works also makes mistakes.

Key words

Sažetak

Drevnom Egiptu Bog posla pošasti kao opomeni ljudskoj oholosti i osionosti ali on do danas ne nauči svoju lekciju... Željan da dosegne i samog Boga, čovjek je tijekom svoje neduge ljudske civilizacije iznedrio i ispratio mnoge male, velike, lude, šašave, opasne ili sarnozvane narode, vladare i pojedince, čija je pohlepa za vlašću, slavom i bogatstvom u svojoj službi imala sve prefinjenije sluge. I dok su nekada bile krvoločne i zastrašujuće, danas su čedne, umivene, prikrivene, nevidljive i sveprisutne. Danas su to mediji, više nego ikada ranije, a svesni njenih razornih moći bio je i sam Hitler, Orson Vels, Bill Gates ili Ričard Nixon... Poslednje Pošasti medija iza kojih stoje interesi velikih multinacionalnih farmakoloških kompanija, danas istovremeno seju smrt i iscjeljuju svijet, igrajući se ponovo i uvijek iznova Boga, Zemlje u tranziciji, njihove vlade i narodi, čitaj "zamorčad", najbolji su "partneri" ili "poligon" da se profita uz poneku "kolateralnu štetu", ma, ko radi taj i grije(s)ši!?

Cljučne riječi

Moć medija, novac i interes, zdrav razum narodski

4. LITERATURA

16. Hilčenko, S.: The power of the Message, International Conference of Education, Research and Innovation (ICERI 2009), virtual publication (CD), Madrid, Spain, 16th, 17th and 18th of November, 2009.
17. www.sr.wikipedia.org/sr
18. www.leksikonzdravlja.com
19. www.kontra-punkt.info/modules.php?op
20. www.youtube.com/watch?v=bhFvcXbZ8-g&feature=related
21. www.conopljanews.net/let_na_mesec.html
22. www.dw-world.de/dw/article/0,,5064264,00.html
23. www.politika.rs/rubrike/Svet/Hitler-ponovo-prodaje-novine.lt.html
24. www.magazine-deutschland.de/de/artikel/artikelansicht/article/medien-der-zukunft-zukunft-der-medien.html
25. www.kontra-punkt.info/modules
26. www.forum.b92.net/index.php?showtopic=51515
27. www.B92.Beta.Tanjug

SYSTEM OF PUBLIC RADIO TELEVISION – MANAGERIAL DISCOURSE TO EXIT
THE MANAGEMENT AND ORGANISATIONAL CRISIS (CASE STUDY: CROATIAN
RADIO TELEVISION / CRT /)
SUSTAV JAVNE RADIOTELEVIZIJE – MENADŽERSKI DISKURS IZLASKA IZ
UPRAVLJAČKO - ORGANIZACIJSKE KRIZE (PRIMJER: HRVATSKA
RADIOTELEVIZIJA /HRT/)

Goran Radoš

Department of Communication Studies, Faculty of Graphic Arts, University of Zagreb, Zagreb, Croatia
Katedra za komunikologiju, Grafički fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska

Abstract

CRT is a public institution established by the Republic of Croatia and governed by the Croatian Radio Television Act from February 2003. Its activities encompass production and broadcasting of radio and television programme, and music production. The national institution of public radio television is in the situation of accession of the Croatian state to the EU. The position of the institution is determined by internal and external factors, which have effect with different intensity on its form and organisational behaviour. Having in mind the rapid changes, CRT is in a dynamic and variable environment. Dynamic environment is perpetuated by the globalisation process where demands for knowledge, capabilities and skills increase more rapidly and extensively and which are not comparable to those of earlier times of minimal, irrelevant and almost negligible changes in the environment. CRT and its leadership are aware of the recent environment governed by certain and ruthless struggle for determining its position of a successful promoter of public interests and interests of the general public. They are equally aware of the necessity of the existence of a viable national business system for production, broadcasting, traffic and sales of a quality radio and television programmes (core business) on a national, regional, local, and at the same time dynamic global media market which is marked with a rapidly invasive effect of the private commercial media competition and more demanding expectations of

Sažetak

HRT kao javna ustanova, čiji je osnivač Republika Hrvatska, regulirana je Zakonom o HRT usvojenim u veljači 2003., čija djelatnost obuhvaća proizvodnju i emitiranje radijskog i televizijskog programa, te glazbenu proizvodnju. Nacionalna javna radiotelevizijska ustanova nalazi se pred ulaskom hrvatske države u EU. Položaj ustanove određen je unutarnjim i vanjskim čimbenicima okoline koji različitim intenzitetom utječu na njezin oblik i organizacijsko ponašanje. S obzirom na brze promjene, HRT je u dinamičnoj i promjenljivoj okolini. Dinamična okolina perpetuirana je globalizacijom u kojoj sve brže i više rastu zahtjevi za znanjima, sposobnostima i vještinama koja su neusporediva sa istima u ranijem vremenu minimalnih, nevažnih i gotovo zanemarih promjena u okolini. HRT i njezino vodstvo prepoznaju recentnu okolinu kojom vlada nedvojbeno i nemilosrdna borba za utvrđivanje njezina položaja uspješnog promicatelja javnih interesa i interesa javnosti, ali i jednako tako nužnost postojanja vitalnog nacionalnog poslovnog sustava za proizvodnju, objavljivanje, promet i prodaju kvalitetnih rtv programa (core business) na nacionalnom, regionalnom, ali i lokalnom, ujedno i dinamičnom globalnom medijskom tržištu obilježenom rapidno invazivnom uplivu konkurencije privatnih komercijalnih medija i sve zahtjevnijim očekivanjima klijenata (audio/vizualnim potrošačima). HRT kao najutjecajniji masmedij napušta (stari) nekomercijalni

the clients (audio/visual consumers). CRT, as the most influential mass media, relinquishes (old) non-commercial character and is in the phase of de-regularisation or re-regularisation of the media system. Thus, CRT, and particularly Croatian television, modifies its activities to commercial ones, and its leadership enables that the CRT system recognises and uses opportunities and threats. An opportunity, and equally a threat, is the process of the concentration, which takes place in other industries as well, and for CRT it is essential to recognise the concentrations in the mass media. The noted media profiling is evident from the competition for the increase of the number of audience as well as in the growth of the financial support to media.

Key words

Croatian Radio Television, Management, Crisis, Mass media, Opportunities, Threats, Environment

karakter i nalazi se u fazi deregulacije ili reregulacije medijskog sustava. Stoga HRT, posebno HTV svoje aktivnosti modificira u komercijalne, a njezino vodstvo omogućava da sustav HRT-a prepozna i iskoristi prilike i prijetnje. Prilika, ujedno i prijetnja, jest proces koncentracije koji se odvija i u ostalim industrijama, a za HRT je bitno prepoznavanje koncentracije u masmedijima. Uočena medijska profilacija ogleda se u natjecanju za povećanjem brojnosti publike kao i rastom financijske potpore medijima.

Ključne riječi

Hrvatska. radiotelevizija, upravljanje, kriza, masmediji, prilike, prijetnje, okolina

1. Plan organizacije, statusa i tržišnog djelovanja

Uspješnom prevladavanju neizravnih i izravnih nasrtaja medijske konkurencije (posebno na tv produkciju), te donošenja optimalnih poslovnih odluka - prethodi dijagnostika medijske okoline/³⁰⁰/ po prostornom kriteriju, s usporednim procjenama stupnja tehnološkog razvoja u kontekstu pružanja nove kvalitete/³⁰¹/ usluga klijentima. Potencijal je u novim informacijsko-komunikacijskim tehnologijama (širokopojasne mreže za pristup internetu, kabela tv, digitalizacija tv-e, multimedijiska proizvodnja programa, izravni satelitski rtv prijenosi, 3DTv) i njihova implementacija u nove usluge (sadržaje) ili novo tržište. Nova tehnologija kreira i međusobno približavanje medijske industrije, spajajući računala, programiranje i distribuciju. U konačnici, komercijalizacija i uporaba novih tehnologija zajednički je cilj i javnih i komercijalnih medija. Time HRT ne gubi ulogu informiranja i pružanja zabavnih sadržaja, osnivaču i sebi pribavljanja profita, a oglašivačima pristup na tržišta/³⁰²/. U ovom razdoblju djelovanja, vodstvo HRT-a, *inter alia*, sustavno provodi anticipaciju i pripremanje za unutarnje i vanjske probleme koji mogu ozbiljno urušiti organizacijsku uspješnost, *image* i profitabilnost. Bolji *image* u javnosti gradi se raznim projektima i akcijama poput *corporate citizenship* koje se manifestiraju kao razne dobrotvorne akcije, sponzoriranja, dobra djela itd. Ravnatelj(stvo) inaugurira nužnost uspostavljanja i upravljanja metrikom kojom se koristi za prikupljanje kvantitativnih podataka za donošenje optimalnih odluka i kojom se određuje prema stupnju ispunjavanja postavljenih ciljeva.

1.1. Organizacijski dizajn

HRT-ov model najbližnji je kontinentalno-njemačkom modelu korporativnog upravljanja/³⁰³/ i mješovit organizacijski sustav (*conglomerate organization*) s teritorijalnim i osjetnim birokratskim

³⁰⁰/ Medijska okolina je jedan od tipova različitih okolina (pravna, politička, društvena, tehnološka i dr. okolina).

³⁰¹/ Glasser, W: *Rukovoditelj i teorija izbora*, HarperBusiness, Varaždinska poslovna škola, Varaždin, 1997., str. 18. - *Kvaliteta stradava ako ostaje ista. Proizvod ili usluga moraju dugo vremena biti loši, prije nego što će vjerni kupac odustati od njih, no kad kupac jednom promijeni svoje mišljenje i odluči da proizvod/usluga više nisu kvalitetni, tada je veoma teško, gotovo nemoguće, pridobiti kupca(e) da promijeni svoje mišljenje.*

³/ Prijedlog (novog) Zakona o HRT iz 2010. godine predviđa uvođenje instituta nadzornog odbora koji je *de facto* tijelo kontrole, u prvom redu menadžmenta u ustanovi. (O tomu confer: Werder, v. A. et. al.: *Handbuch Corporate Governance* (Hrsg.), P. Hommelhoff, J. K. Hopt, A. v. Werder, Verlag Dr. Otto Schmidt KG, Schäffer-poeschel Verlag, Stuttgart; Köln, 2003., str. 207.).

⁴/ Sadžak, M: *Europski menadžment –Europsko poduzeće u globalnoj ekonomiji*, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2006., str. 37.

⁵/ Veličina je raspon djelovanja organizacije, a osim broja zaposlenih, kao mjera veličine organizacije može se uzeti i vrijednost njezine ukupne imovine, omjer prihoda i rashoda, kao i kombinacija tih parametara.

elementima u strukturi. Teritorijalnom komponentom lakše svladava lokalne običaje i zahtjeve potrošača. Veći troškovi teritorijalne strukture (od funkcijske ili divizijske strukture) moraju se kompenzirati nižim troškovima nabave u segmentu u kojem je to isplativije sa stajališta ekonomije veličine narudžba. U HRT-u, kao golemom sustavu po kvantumu zaposlenika/³⁰⁴/ i teritorijalnoj razmještenosti nekretnina, postiže se neprijeporno značajna racionalizacija planiranih sredstava za troškove nabave/6/ ukoliko objedini poslovnu funkciju nabave s (iz) jednog mjesta, a to pokazuje da je trenutačna organizacijska struktura neprimjerena situaciji. Razlika nastala uštedom (do 40%), preusmjerava financijski tijek prema razvoju novih proizvoda i usluga kojima, zbog većeg zadovoljstva većeg broja klijenata, HRT smanjuje utjecaj konkurencije. Novi (u pripremi) Zakon o HRT/7/, posebice će omogućiti redizajn organizacijske strukture, a posljedično podzakonskim aktima, statutom, pravilnicima i protokolima, te promoviranjem i provođenjem nove organizacijske i korporativne kulture – vodstvo HRT-a će biti jamac transparentnosti financiranja i upravljanja javnim prihodima usmjerenim na pružanje javnih usluga, ali i prva moralna barijera nedopuštanju izuzeća u nabavi roba/usluga mimo postupaka javne nabave. Vodstvo (Ravnateljstvo HRT-a) se sve više susreće s potrebom donošenja velikog broja različitih odluka (po sadržaju, posljedicama, kakvoći i brzini učinka). Čest slučaj je da nemaju dostupnih informacija i stručnih znanja što za posljedicu ima značajan izostanak stvarnog i (nešto manje) formalnog autoriteta. Razgradnja autoriteta kod vodstva, uzrokuje premještanje težišta moći na ekspertne grupe, pri čemu se javljaju dodatni problemi u upravljanju poslovnim sustavom, po silaznoj vertikali, a naglašeno po horizontali. Organizacija je ovdje moćan i precizan menadžerski alat kojim vodstvo pravodobnom i prikladnom primjenom projektira, potom i harmonizira odgovarajuću organizacijsku dubinu i raspon rukovođenja oblikovanjem organizacijskih cjelina (jedinica), kontrolom i sustavom transparentnog i dostupnog nagrađivanja.

2. Proizvodi i usluge

HRT je regionalno značajan proizvođač i emitent radijskog i tv programa, te glazbene proizvodnje. Opsežnijom metrikom, češćim uvođenjem ispitivanja javnog mnijenja (*customer satisfaction*), jačanjem dvosmjerne komunikacije između publike i tv-a kada su u pitanju teme od nedvojbenog javnog interesa; digitalizacijom, te naprednijim (DVBT2) sustavom digitalne zemaljske televizije omogućuje veći broj novih rtv kanala i programa; ohrabriranjem kreativnih programskih orijentacija koje se mogu ozbiljno nositi s konkurencijom privatnih televizija; kabelska tv; online kupnja – samo su neki od servisa i usluga kojima HRT može proširiti bazu klijenata. Veliki medijski projekti za koji je HRT kapacitiran i posjeduje *know-how* (popraćeni prikladnim marketing i media planovima), omogućuje da elastičnošću i poduzetničkim pristupom stručnih timova, HRT prije i bolje od ostalih konkurira za njihovo izvođenje i autorstvo. Ustanova posjeduje i *know who* u pogledu ljudskog kapitala, jer (čak) samim brojem zaposlenika (3600 stalno zaposlenih + cca 1500-1700 ugovorom o djelu) jamči da iznadprosječne sposobnosti ima oko 0,06 – 0,6% zaposlenika, što bi, računajući samo stalno zaposlene, bilo između 1,2 – 12 ekstra kompetentnih zaposlenika HRT-a./8/.

/6/ Recentralizacija provedbe postupka javne nabave (i njezina nadzora) s (iz) jednog mjesta u potpunosti je ekonomski opravdana. U okolnostima kada je menadžment ustanove podosposobljen za djelotvorno rukovođenje, recentralizacija je izravna, empirijski djelotvorna mjera menadžmenta s ciljem troškovne efikasnosti. Centralizacija je stupanj koncentracije moći u organizaciji koju obilježavaju precizna pravila, protokoli i ovdje nužan, jak nadzor. (O tomu confer: Mraović, B: *Pobjednici i gubitnici*, NZ Globus, Zagreb, 1995., str. 275.).

/7/ Trenutno važeći Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji donešen je 13. veljače 2003., a Statut Hrvatske radiotelevizije (pročišćeni tekst) – 26. lipnja 2008. U veljači 2010. osnovana je radna skupina za izradu nacrtu prijedloga (novog) Zakona o HRT.

/8/ Kompetentnost uključuje znanje, volju i vještine – profesionalne, socijalne i komercijalne. (O tomu confer: Edvinsson, L: *Korporacijska longituda*, Difer, Zagreb, 2003., str. 93. i 105.).

3. Upravljanje imovinom i finacijskim tijekovima

Preduvjet za odgovorno i racionalno gospodarenje pokretnom, a posebno nepokretnom imovinom, u ostalom kao i kod budžetiranja, te donošenje ispravnih poslovnih odluka - podrazumijeva izradu katastra nekretnina (zajedno s osnivačem). Donošenje odluke vodstva HRT-a o ovom prevažnom segmentu nadziranja finacijskih tijekova od svih vidova uporabe nekretnina (zakup, leasing, suboptimalno korištena, nekorisštena ili pravno sporna imovina, potencijalna imovina) u pravilu je obrnuto razmjernan dužini trajanja izrade katastra. Stoga, vodstvo HRT-a izuzetno vodi računa o upravljanju vremenom (*time management*) u provedbi svih projekata. Prihodi od pristojbe/8/ kao 75% ukupnih prihoda HRT-a stabilan su finacijski input. Visinu pristojbe, njezin nominalni finacijski iskaz, osnivač, odnosno odgovorno, stručno i sposobno vodstvo javne ustanove predlaže razmjernim proračunavanjem socijalnih, ali i profitnih parametra. Ostali poslovni prihodi, poglavito od marketinga i prihodi od uporabe vlastitih proizvoda i usluga zahtijevaju temeljitu evaluaciju razloga njihova podbačaja i skromnog udjela u ukupnom prihodu, a kako bi se preokrenuo trend. Primarni i dostiživi, znači realan cilj HRT-a je: povećanje efikasnosti i djelotvornosti ustanove – sustava. Djelotvornost je varijabla kojom se ocjenjuje opseg u kojem će strateški ciljevi biti ostvareni pomoću raspoloživih resursa. Efikasnost je postizanje odgovarajuće aktivnosti kojom se umanjuju ili uklanjaju prazni hodovi, te reduciraju troškovi povezani s produkcijom, komunikacijom i provođenjem – operacionalizacijom od menadžmenta donesenih odluka.

4. Upravljanje eksternom i internom komunikacijom

Vodstvo je svjesno i odgovorno za oblikovanje strategije i ciljeva, te trajno osigurava (pisanim protokolima, statutom) jasnoću, brzinu protijekanja i relevantnost informacija koje u obliku odluka i uputa vertikalnim komunikacijskim kanalima šalje hijerarhijski nižem menadžmentu. Odgovara Vijeću HRT-a, a od neposredno niže hijerarhijske razine traži i dobiva dosljedno provođenje do najniže razine, te po horizontali. Ravnateljstvo upravlja prikladnom komunikacijom - otvorenosću prema „gore“ i javnostima, a utjecaj birokratizacije suspendira jasnoćom i brzinom komuniciranja prema „dolje“ i horizontalno, jer je ona (prikladana komunikacija) kritični faktor uspjeha za upravljanje kvalitetom i očekivanjima klijenata. Menadžment ustanove uspješno komunicira ako je s njim lako razgovarati i ima razumnu dozu spremnosti za razgovor o „škakljivim“ temama. Široko razumije elastičnost i nestalnost organizacijskog dizajna u skladu s promjenama u okolini, a pokazuje povjerenje i kolegijalnost prema nižim hijerarhijskim razinama

5. Ljudski potencijali u funkciji razvoja

Interna okolina definirana je i zaposlenicima i korporacijskom kulturom. HRT nema višak zaposlenih na neodređeno vrijeme. HRT ima važne ljudske potencijale svih stupnjeva obrazovanja, sposobnosti i znanja, uz djelomični broj privremeno podzaposlenih i/ili suboptimalno raspoređenih mimo optimalno popunjenih radnih mjesta. Vodstvo HRT-a predlaže i provodi organizacijske prilagodbe mijenjanjem organizacijske strukture da bi svi organizacijski dijelovi sustava mogli usklađeno i homogeno djelovati kao međusobno povezana i integrirana cjelina. Širinom raspona kontrole i dubinom organizacijske piramide utječe na zadovoljstvo zaposlenika. Koordinirani i motivirani zaposlenici vode prema ostvarivanju ciljeva HRT-a. Ravnatelj HRT-a predlaže i traži da u *top management* HRT-a, kao i na operativnu razinu rukovođenja, budu imenovani obrazovani, sposobni i stručni, po mogućnosti ljudi iz sustava s izraženijim poduzetničkim talentom, ali koji ne zastupaju ili vlasnički/upravljački ne sudjeluju u

tvrtkama koje posluju s HRT-om. U tom pogledu, Ravnateljstvo administrativno i djelatno potiče pretvaranje kadrovske (evidencijske) službe u moderan menadžment ljudskih potencijala (*HR management*) kojeg prati odgovarajuća financijska podrška zaposlenicima za cjeloživotno obrazovanje (*long life learning*). S jednakim mjerilom, radi li se o *core businessu* ili logistici.

6. Zaključak

Članovi Ravnateljstva moraju imati diferencirano i često transdisciplinarno znanje, a oblikovati organizacijski dizajn ustanove na način da osigurava osobni razvoj svojih članova, kako bi oni mogli bolje razumijeti poslovanje kompanije, zaposlenike, klijente, dobavljače, tržište i trendove. Ravnateljstvo mora uspostaviti izravnu i neprekidnu, te na dnevnoj osnovi u realnom vremenu vezu s informacijsko-komunikacijskim sustavom i portalima u ustanovi, kako bi bili pravodobno i kvalitetno informirani o tekućem poslovanju ustanove, a radi donošenja optimalnih i brzih odluka. Ravnateljstvo se poglavito usredotočuje na strateške probleme, a *time managementom* minimizira utrošak vremena za rasprave o operativnim, financijskim i kadrovskim informacijama i problemima. U pogledu eksternog i internog sustava komunikacije, Ravnateljstvo posebnu brigu vodi radi osiguravanja prikladne zaštite protijeka informacija. Uspješno Ravnateljstvo je komplementaran tim sastavljen od ljudi različitih stilova ponašanja. Stilovi moraju odgovarati zadaćama koje osobe izvršavaju ili su odgovorne za njihovo izvršavanje. Razmimoilaženje u mišljenjima je neizbježno, ali i poželjno i posljedično konstruktivno, jer uz kvalitetno vodstvo osigurava opstanak ustanove, njezin razvoj i harmonizaciju utjecaja i odgovornosti između interesa javnosti i osnivača (Vlada).

Literatura

- Adizes, I: *Kako riješiti krizu upravljanja*, Globus, Zagreb, 1989.
- Edvinsson, L: *Korporacijska longituda*, Difer, Zagreb, 2003.
- Drucker, F. P: *Post-Capitalist Society*, New York, 1994.
- Glasser, W: *Rukovoditelj i teorija izbora*, HarperBusiness, Varaždinska poslovna škola, Varaždin, 1997.
- HRT – Ravnateljstvo HRT-a; Broj: 220/08: *Dopisnička mreža HRT-a u inozemstvu*
- HRT - *Račun dobiti i gubitka 2008. godine*.
- Mraović, B: *Pobjednici i gubitnici*, NZ Globus, Zagreb, 1995.
- Puljić, A.; *Mikroekonomija*, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet Zagreb, SPS „Organizacija i menadžment“, Zagreb, 2007.
- Radoš, G: *State administration: changes in decision making (Croatian example)*, Education-Technology-Computer Science (Vol. XI), (Edited by: Furmanek, W., Walat, W.), University of Rzeszow, Rzeszow, 2009, ISBN 978-83-7586-025-2
- Ridderstrale, J., Nordstrom, K. A: *Funky Business*. Kapital pleše samo s darovitima, Difer, 2002.
- Sadžak, M: *Europski menadžment – Europsko poduzeće u globalnoj ekonomiji*, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2006.
- Sikavica, P., Bahtijarević-Šiber, F., Pološki Vokić, N: *Temelji menadžmenta*; Školska knjiga, Zagreb, 2008.
- Statut Hrvatske radiotelevizije* (pročišćeni tekst), 26. lipnja 2008.
- Werder, v. A. et. al.: *Handbuch Corporate Governance* (Hrsg.), P. Hommelhoff, J. K. Hopt, A. v. Werder, Verlag Dr. Otto Schmidt KG, Schaffer-poeschel Verlag, Stuttgart; Köln, 2003.
- Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji*, 13. veljače 2003.
- Žilić, F., S: *Traditional television and its role in a dynamic media field*, Informatologia 39, 4, Zagreb, 2006.

SOCIETY AND TECHNOLOGY

28.6. - 30.6. 2010 ZADAR CROATIA



DRUŠTVO I TEHNOLOGIJA 2010. SOCIETY AND TECHNOLOGY 2010

Zadar, June 28-30 2010

Edited by

Juraj Plenковиć

President of the Organizing committee and Scientific committee

A handwritten signature in black ink, which appears to read "Juraj Plenковиć".

(Printed as manuscript)



HRVATSKO KOMUNIKOLOŠKO DRUŠTVO
CROATIAN COMMUNICATION ASSOCIATION
Zagreb, 2010

Prof.dr.sc. Juraj Plenković
DRUŠTVO I TEHNOLOGIJA 2010

Nakladnik/*Published by*

HRVATSKO KOMUNIKOLOŠKO DRUŠTVO I NONACOM

Glavni i odgovorni urednik / *Editor-in-Chief*

Prof.dr.sc. Mario Plenković

Recenzenti / *Reviewers*

Prof.dr.sc. Marcello Cherini (Italija/Italy)

Prof.dr.sc. Slobodan Elezović (Hrvatska/Croatia)

Prof.dr.sc. Waldemar Furmanek (Poljska/Poland)

Prof.dr.sc. Vladimir Lvov (Rusija/Russia)

Prof.dr.sc. Mirko Pšunder (Slovenija/Slovenia)

Prof.dr.sc. Vladimir Rosić (Hrvatska/Croatia)

Prof.dr.sc. Franko Rotim (Hrvatska/Croatia)

Prof.dr.sc. Emil Vlajki (Bosna i Hercegovina/Bosnia and Hercegovina)

Prof.dr.sc. Minka Zlateva (Bugarska/Bulgaria)

Oblikovanje i prijelom / *Layout*

Daria Mustić

Tisak / *Printed by*

HKD & Nonacom

Tiskano u 200 primjeraka / *Printed in 200 copies*

Izdano u 200 primjeraka CD-a / *Published in 200 copies of CDs*

(Printed as manuscript)

CIP zapis dostupan u računalnom katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu pod brojem
738950

ISBN 978-953-6226-22-1

Nacionalna i sveučilišna knjižnica – Zagreb

UDK: 061:681.5-0008 (49713)

**Projekt br.128-000000-3620: HRVATSKA MEDIJSKA KOMUNIKACIJA U
KONVERGENTNOM OKRUŽENJU
(Knjiga 3)**

Glavni istraživač: Prof.dr.sc.Mario Plenković, znanstveni savjetnik

PROGRAM/ PROGRAMME

**DRUŠTVO I TEHNOLOGIJA 2010.
SOCIETY AND TECHNOLOGY 2010**

**XVII. MEĐUNARODNI ZNANSTVENI SKUP
XVII. INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE**

28. – 30.6.2010.

**HRVATSKA
ZADAR – HOTEL KOLOVARE**

Organizatori/ Organized by:

**Hrvatsko komunikološko društvo-HKD/ Croatian Communication Association- CCA
Međunarodna udruga komunikoloških društava/ International Federation of
Communication Associations- IFCA**

Suorganizatori/ Co-organizers:

**Katedra za komunikologiju, Grafički fakultet, Sveučilište u Zagrebu / Department of
Communication Science, Faculty of Graphic Arts ,University of Zagreb
Visoka škola za poslovanje i upravljanje „Baltazar Adam Krčelić“/ College of Business
and Management „Baltazar Adam Krčelić“**

**Internacionalni univerzitet & ESM / International University & ESM
Media net/ Media net & Radio Dalmacija/ Radio Dalmacija**

Pokroviteljstvo/Sponsorship:

**Međunarodna udruga komunikoloških društava/ International Federation of
Communication Associations- IFCA & Hrvatska gospodarska komora/ Croatian Chamber of
Economy**

**Svečano otvaranje skupa i radni početak u Uponedjeljak 28. 6. 2009. u 11:30 satiUU u hotelu «Kolovare», Zadar
Openinig and beginning of the conference on UMonday 28th of June at 11:30 a.m.UU at the hotel «Kolovare», Zadar
www.hkd-cca.hr, <http://www.ifedca.org/>**

(TROGIR) / COMPARATIVE ANALYSIS OF PRIMARY STUDIES OF TOURIST-CULTURAL DEVELOPMENT OF UNESCO SITES (T R O G I R)

Neven Garača, Zrinka Blažević, Irena Bosnić (Hrvatska/Croatia):
ULOGA I ZASTUPLJENOST KOMUNIKACIJSKIH VJEŠTINA U SREDNJOŠKOLSKOM OBRAZOVANJU KADROVA U TURIZMU / THE ROLE AND THE REPRESENTATION OF COMMUNICATION SKILLS IN SECONDARY SCHOOL'S EDUCATION OF PERSONNELS AT TOURISM

Snežana Strbad (Hrvatska/Croatia):
MEDIJSKA FREKVENCIJA I PERCEPCIJA ZRAČNE LUKE ZAGREB / MEDIA FREQUENCIES AND PERCEPTION OF AIRPORT ZAGREB

Viktorija Kunštek (Hrvatska/Croatia):
JAVNOST, ODRŽIVOST I DODANA VRIJEDNOST / PUBLIC, SUSTAINABILITY AND ADDED VALUE

Filip Matošić (Hrvatska/Croatia):
NEVERBALNA KOMUNIKACIJA U POSLOVNOM PREGOVARANJU / NON-VERBAL COMMUNICATION IN BUSINESS NEGOTIATION

Mario Plenković, Tina Tomažič*, Vlasta Kučić*, Daria Mustić (Hrvatska/Croatia, Slovenija/Slovenia*) :
KOMUNIKACIJSKI MENADŽMENT I OGLAŠAVANJE U SMISLU ETIČKE PRIHVATLJIVOSTI/ COMMUNICATION MANAGEMENT AND ADVERTISING IN TERMS OF ETHICAL ACCEPTABILITY

DISKUSIJA/DISCUSSION

UTORAK / TUESDAY 29.6.

09:15-11:15

DVORANA A / ROOM A

INFORMACIJSKO DRUŠTVO I NOVE ICT TEHNOLOGIJE / INFORMATION SOCIETY AND NEW ICT TECHNOLOGIES

Voditelji/Chairman: Vlastimila Ptačnikova (Češka/ Czech Republic), Željko Hutinski (Hrvatska/Croatia), Nevenka Tatković (Hrvatska/Croatia), Goran Popović (Hrvatska/Croatia)

Željko Hutinski, Boris Aurer, Tonimir Kišasondi (Hrvatska/Croatia):
ICT I RAZVOJ DRUŠTVA / ICT AND SOCIETY DEVELOPMENT

Nevenka Tatković, Iva Čatić (Hrvatska/Croatia):
ULOGA ICT- a U OBRAZOVANJU UČITELJA ZA ODRŽIVI RAZVOJ / THE ROLE OF ICT IN THE TEACHERS' EDUCATION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Antun Šundalić, Josip Mesarić, Željko Pavić (Hrvatska/Croatia):
SUVREMENI SELJAK I INFORMACIJSKA TEHNOLOGIJA / TODAY'S PEASANT AND INFORMATION & COMMUNICATIONS TECHNOLOGY

Suzana Bračić, Majda Pšunder (Slovenija/Slovenia):
POTPORNE TEHNOLOGIJE ZA E-UČENJE OSOBAMA S POSEBNIM POTREBAMA / ASSISTIVE TECHNOLOGIES IN E-LEARNING FOR PEOPLE WITH DISABILITIES

Mirjana Radetić – Paić, Maja Ružić-Baf (Hrvatska/Croatia):
UPORABA ICT-A I NEPRIMJEREN UČINAK KORIŠTENJA RAČUNALA IZ PERSPEKTIVE BUDUĆIH UČITELJA I ODGOJITELJA / USE OF ICT AND INAPPROPRIATE EFFECTS OF COMPUTER USE – FUTURE PERSPECTIVES OF TEACHERS AND CHILD-CARE TEACHERS

Jacinta Grbavac, Goran Popović, Vitomir Grbavac (Hrvatska/Croatia):
MJESTO I ULOGA KOMUNIKACIJSKIH SUSTAVA U FUNKCIJI UPRAVLJANJA POSLOVNIH KORPORACIJA/ PLACES AND ROLE THE COMMUNICATION SYSTEMS IN CORPORATIONS BUSSINES MANAGEMENT FUNCTION

Jovan Savičić (Srbija/Serbia):

UČENJE U 3D VIRTUALNIM SVIJETOVIMA I AVATARI / LEARNING IN 3D VIRTUAL WORLDS AND AVATARS

Svetlana Mihić(Srbija/Serbia):
ON LINE TRŽIŠTE – NOVA TEHNOLOGIJA I NJEN UTJECAJ NA RAZVOJ SUVREMENOG DRUŠTVA / ON LINE MARKET – NEW TECHNOLOGY AND ITS IMPACT ON MODERN SOCIETY DEVELOPMENT

Vladimir Štambuk(Srbija/Serbia):
MICROSOFT I GOOGLE – DVA KONCEPTA RAZVOJA INTERNETA / MICROSOFT AND GOOGLE – TWO CONCEPTS OF INTERNET DEVELOPMENT

Iris Luarasi (Albanija/Albania):
ALBANIJA U PODRUČJU TEHNOLOGIJE. KAKO PRENOSIMO INFORMACIJE?/ ALBANIA IN THE AREA OF TECHNOLOGY. HOW DO WE CONVEY INFORMATION?

Đilda Pečarić (Hrvatska/Croatia):
DOKTORI INFORMACIJSKIH ZNANOSTI - OD ZNANSTVENE PROMOCIJE DO ZNANSTVENE PRODUKCIJE / DOCTORS IN INFORMATION SCIENCES – FROM SCIENTIFIC PROMOTION TO SCIENTIFIC PRODUCTION

DISKUSIJA/DISCUSSION

09,15 - 11,15

DVORANA B / ROOM B

MEDIJI I KULTURA RELIGIJSKOG KOMUNICIRANJA / MEDIA AND CULTURE OF RELIGION COMMUNICATION

Voditelji/Chairmen: Nikola Skledar (Hrvatska/Croatia), Iris Luarasi (Albanija/Albania), Zdravko Šordan (Srbija /Serbia), Peter Olekšák (Poljska/Poland), Mevlud Dudić (Srbija/Serbia)

Zdravko Šordan (Srbija/Serbin):
MJESTO I ULOGA RELIGIJE U RAZVOJU ETIKE KOMUNICIRANJA / PLACE AND THE ROLE OF THE RELIGION IN THE DEVELOPMENT OF COMMUNICATION ETHICS

Peter Olekšák, Albert Kulla (Slovačka/Slovakia):
RELIGIJSKE TEME U MASOVNIM MEDIJIMA I NAČINI NJIHOVOG PRAČENJA / RELIGIOUS TOPICS IN THE SPHERE OF MASS MEDIA AND WAYS OF THEIR COVERAGE

Juraj Plenković (Hrvatska/Croatia):
VJERA I KOMUNIKACIJSKO POVJERENJE MEĐU NARODIMA / FAITH AND COMMUNICATION RELIANCE AMONG NATIONS

Juraj Považan, Juraj Holdoš (Slovačka/Slovakia):
MOGUĆA VEZA IZMEĐU UPOTREBE INTERNETA I DUHOVNOSTI. FIKCIJA ILI STVARNOST?/ POSSIBLE CONNECTION BETWEEN USING INTERNET AND SPIRITUALITY. FICTION OR REALITY?

DISKUSIJA/DISCUSSION

11.45 - 13,30

DVORANA A / ROOM A

INTERKULTURALNA KOMUNIKACIJA / INTERCULTURAL COMMUNICATION

Voditelji/Chairmen:
Šime Pilić (Hrvatska/Croatia), Mevlud Dudić (Srbija/Serbin), Emil Vlajki (Bosna i Hercegovina/Bosnia and Herzegovina), Vlasta Kučić (Slovenija/Slovenia), Goran Radoš (Hrvatska/Croatia)

Slavo Kukić(Bosna i Hercegovina/Bosnia and Herzegovina):
REFORME U UVJETIMA ETNIČKI KONFLIKTNIH DRUŠTAVA – PRIMJER BOSNE I HERCEGOVINE / REFORMS UNDER CONDITIONS OF ETHNICALLY CONFLICTED SOCIETIES - THE EXAMPLE OF BOSNIA AND HERZEGOVINA

Šime Pilić, Mateja Bošnjak (Hrvatska/Croatia):
HOĆE LI MOSTAR OSTATI PODIJELJEN GRAD? / WILL MOSTAR
REMAIN DIVIDED TOWN?

Nevenka Jeftić Šarčević (Srbija/Serbia):
KOMUNICIRANJE KULTURA / INTERCULTURAL COMMUNICATION

Vlastimila Ptáčniková (Češka/Czech Republic):
INTERKULTURALNA PROFESIONALNA KOMUNIKACIJA IZMEĐU
KORISNIKA SVJETSKIH I KORISNIKA MANJINSKIH
JEZIKA/INTERCULTURAL PROFESSIONAL COMMUNICATION AMONG
USERS OF MAJOR AND MINOR LANGUAGES

Vesna Bedeković (Hrvatska/Croatia):
INTERKULTURALNA KOMPETENCIJA KAO POLAZNICA
RAZVIJANJA INTERKULTURALNIH ODNOSA / INTERCULTURAL
COMPETENCE AS A STARTING POINT FOR INTERCULTURAL
RELATIONSHIP DEVELOPMENT

Jelena Šimić (Hrvatska/Croatia):
ULOGA ENGLESKOG JEZIKA U INTERKULTURALNOJ
KOMUNIKACIJI /THE ROLE OF THE ENGLISH LANGUAGE IN
INTERCULTURAL COMMUNICATION

DISKUSIJA/DISCUSSION

11,45 – 13,30
DVORANA B / ROOM B

MEDIJSKA KONVERGENCIJA, DIGITALIZACIJA I ELEKTRONIČKI
MEDIJI / MEDIA CONVERGENCE, DIGITALIZATION AND
ELECTRONIC MEDIA

Voditelji / Chairmen: Drago Kušić (Hrvatska/Croatia), Stanislav Kink
(Slovenija/Slovenia), Goran Radoš (Hrvatska/Croatia), Gentiana
Skura (Albanija/Albania), Slobodan Hadžić (Hrvatska/Croatia), Goran Popović
(Hrvatska/Croatia)

Vlado Galičić, Mislav Šimunić (Hrvatska/Croatia) :
ANALIZA KVALITETE WEB STRANICA HOTELA S 5 ZVJEZDICA U
REPUBLICI HRVATSKOJ / ANALYSIS OF THE WEB-SITE QUALITY OF
FIVE-STAR HOTELS IN THE REPUBLIC OF CROATIA

Stanislav Kink (Slovenija/Slovenia):
UPORABA MOBILNOGA TELEFONA MEĐU MLADIMA / YOUTH AS
MOBILE TELEPHONES USERS

Ivan Balabanić, Marko Mustapić (Hrvatska/Croatia):
POLITIČKA KOMUNIKACIJA INTERNETOM U HRVATSKOJ 2009.
ANALIZA WEB PORTALA IZBORNIH KANDIDATA ZA
GRADONAČELNIKA: ZAGREBA, SPLITA, RIJEKE I OSIJEKA/
POLITICAL COMMUNICATION ON INTERNET IN CROATIA 2009.
ANALYSIS OF WEB PORTALS OF ELECTION CANDIDATES FOR
MAYORS: ZAGREB, SPLIT RIJEKA AND OSIJEK

Slobodan Ivanović, Vlado Galičić, Odrí Ribarović (Hrvatska/Croatia):
INTERAKTIVNI MEDIJI U FUNKCIJI RAZVOJA SUVREMENE
TURISTIČKE KOMUNIKACIJE I REDEFINIRANJA TURISTIČKOG
IDENTITETA /THE ROLE OF INTERACTIVE MEDIA IN
DEVELOPMENT OF CONTEMPORARY TOURIST COMMUNICATION
AND IN REDEFINITION OF TOURIST IDENTITY

Mario Plenković, Daria Mustić, Vlasta Kučić*, Juraj Plenković, Goran
Popović, Slobodan Hadžić, Goran Radoš, Vitomir Grbavac, Tina Tomažić*
(Hrvatska/Croatia, Slovenija/Slovenia):
UTJECAJ MEDIJSKE KONVERGENCIJE NA PROCES HRVATSKE
MEDIJSKE DIGITALIZACIJE / INFLUENCE OF MEDIA
CONVERGENCE ON THE PROCESS OF CROATIAN MEDIA
DIGITALIZATION

Mira Morić, Slavoljub Hilčenko (Srbija/Serbia):
POŠASTI MEDIJA ILI MEDIJSKA GRIPA/ THE PLAGUE OF THE
MEDIA OR THE MEDIUM FLU

Goran Radoš (Hrvatska/Croatia):
SUSTAV JAVNE RADIOTELEVIZIJE – MENADŽERSKI DISKURS
IZLASKA IZ UPRAVLJAČKO - ORGANIZACIJSKE KRIZE (PRIMJER:
HRVATSKA RADIOTELEVIZIJA /HRT) / SYSTEM OF PUBLIC RADIO
TELEVISION – MANAGERIAL DISCOURSE TO EXIT THE
MANAGEMENT AND ORGANISATIONAL CRISIS (CASE STUDY:
CROATIAN RADIO TELEVISION / CRT /)

Helena Pavličiková (Češka/Czech Republic):
SPECIFIČNI FILOZOFSKI I ETIČKI ASPEKTI KOMUNIKACIJSKOG
PROCESA/SPECIFIC PHILOSOPHICAL AND ETHICAL ASPECTS OF
COMMUNICATIONS PROCESS

Krešimir Lacković (Hrvatska/Croatia):
UTJECAJ INTERNETA NA SEGMENTACIJU TRŽIŠTA MASOVNIH
MEDIJA / INFLUENCE OF INTERNET TO SEGMENTATION OF
MARKET OF MASS MEDIAS

Gentiana Skura (Albanija/Albania):
DIGITALB I DRUŠTVENI UTJECAJ NA ALBANIJU I EMIGRANTE /
DIGITALB AND SOCIETY IMPACT AT ALBANIA AND THE EMIGRANTS

Jelica Stefanović-Štambuk (Srbija/Serbia):
DIPLOMATSKO UPRAVLJANJE INTERNETOM: KREIRANJE
DOMENE GNOSTIČKE MOĆI U INTERESU GLOBANIH KORISNIKA
/ DIPLOMATIC GOVERNANCE OF INTERNET: CREATING THE GNOSIS
POWER DOMAIN IN THE INTERESTS OF GLOBAL USERS

Nikola Vukalović, Marko Kosi, Daria Mustić (Hrvatska/Croatia):
MEDIJSKA PREZENTACIJA EUROPSKE UNIJE U REPUBLICI
HRVATSKOJ / MEDIA PRESENTATION OF EUROPEAN UNION IN
THE REPUBLIC OF CROATIA

DISKUSIJA/DISCUSSION

17,00 – 19,30
DVORANA A / ROOM A

INTERDISCIPLINARNI ASPEKTI RAZVOJA DRUŠTVA I
TEHNOLOGIJE / INTERDISCIPLINARY ASPECTS OF SOCIETY AND
TECHNOLOGY DEVELOPMENT

Voditelji/Chairman: Daria Mustić (Hrvatska/Croatia), Drago Kušić
(Hrvatska/Croatia), Slobodan Elezović (Slovenija/Slovenia), Gerhard Wazel
(Njemačka/Germany), Slobodan Hadžić (Hrvatska/Croatia), Eduard
Pavlović (Hrvatska/Croatia)

Eduard Pavlović, Marija Vučić Peitl i Ines Torić (Hrvatska/Croatia):
STAVOVI SPRAM RAZLIČITIH OBLIKA OBITELJSKOG ŽIVOTA U
SHIZOFRENIH I DEPRESIVNIH BOLESNIKA (U RELATIVNO
DOBROJ REMISIJI) I KOD ZDRAVIH POJEDINACA / ATTITUDES TO
VARIOUS TYPES OF FAMILY IN SCHIZOPHRENIC AND DEPRESSED
PATIENTS (IN THEIR GOOD REMISSION) AND IN THE GROUP OF
HEALTHY INDIVIDUAL PERSONS

Ivo Jakovljević, Marinko Jakovljević (Hrvatska/Croatia):
ANALIZA CESTOVNOG PROMETA, ENERGIJE I OKOLIŠA /
ANALYSIS OF ROAD TRANSPORT, ENERGY AND ENVIRONMENT

Mario Plenković, Daria Mustić (Hrvatska/Croatia): UTJECAJ EKOLOŠKE
KRIZE NA RAZVOJ NOVIH KONVERGENTNIH GRAFIČKIH
TEHNOLOGIJA / INFLUENCE OF ECOLOGICAL CRISIS ON THE
DEVELOPMENT OF NEW CONVERGENT GRAPHIC TECHNOLOGIES

Stjepan Posavec, Jozo Franjić, Željko Škvorc, Marko Lovrić
(Hrvatska/Croatia):
KOLIKO CIJENIMO OPĆEKORISNE FUNKCIJE ŠUMA?/ HOW MUCH
DO WE APPRECIATE BENEFICIAL FUNCTIONS OF FORESTS

Drago Kušić (Hrvatska/Croatia):
TEHNOLOŠKE OVISNOSTI /TECHNOLOGICAL DEPENDENCE