

TURIZAM KAO INTEGRALNI DIO MEDIJSKE SVJETSKE KULTURNE BAŠTINE

Međunarodni komunikološki, novinarski i publicistički odjeci, 53. Svjetskog kongresa FIJET-a (53.rd FIJET World Congress 2011 -World Cultural Heritage in Travel Press, Bucharest, Romania), su prošli u znaku zanimljivih teorijskih i stručnih rasprava o turizmu kao integralnom dijelu medijski posredovane svjetske turističke kulturne baštine. Kongres međunarodne federacije novinara i pisaca u turizmu je održan u Rumunjskoj (Bukurešt, 17.-25.09.2011) pod visokim pokroviteljstvom Rumunjske vlade u palači Rumunjskog parlamenta. Palača parlamenta je znakovita u povijesnom, političkom, kulturološkom, arhitektonskom i graditeljskom poduhvatu za izgradnju druge najveće zgrade na svijetu (nakon zgrade Pentagona u SAD-u). U njezinim impozantnim kongresnim dvoranama i pratećim studijskim radnim prostorijama od 1.100 soba povezanih s dvije velike podzemne garaže, sada, kao i u prošlosti, održavaju se svakodnevne protokolarne i službene funkcionalne aktivnosti rumunjske vlade.

Okotristotineuglednihnovinaraikomunikologa je suglasno da turizam, s komunikološkog pogleda, postaje integralni dio svjetske prezentirane turističke kulturne baštine u medijima. Svjetska turistička kuturna baština medijski postaje čovjekova holistička osobna svakodnevnica i kultura življenja. Slobodan čovjekov izbor svjetskih turističkih kulturnih destinacija je u korelaciji s medijskom zastupljenosti turističkih destinacija u globalnim, nacionalnim, regionalnim i lokalnim medijima. Čovjekovo turističko ponašanje, spram svjetske turističke kulturne baštine, u slobodnom svakodnevnom medijskom odabiru turističkih destinacija, ne dolazi apriori s povjerenjem ili pak bez njega, već je izbor turističke kulturne destinacije rezultat utjecaja integralne medijske zastupljenosti svjetske kulturne baštine u medijima na svim razinama turističkog medijskog komuniciranja. Medijski utjecaj na osobni odabir kulturne turističke destinacije snažno potiče svakog čovjeka da dublje analizira i promišlja povijesni okvir nacionalnih kulturnih naslijeđa i vrijednosti koje se građanima posreduju putem globalne konvergentne mulimedijalne mreže građana interneta (facebooka, twittera), novinara i turističkih pisaca, te brojnih svakodnevnih publicističkih i reklamnih zapisa. Svjetska turistička kuturna baština uz pomoć novih medijskih tehnologija, s bilo kojeg mjesta u svijetu, postaje građanima dostupna te antropološki i kulturološki zanimljiva. Kulturni turizam, kako su istaknuli sudionici kongresa, nije samo puko upoznavanje kulturne baštine i kulturnih vrijednosti,

već ono postaje izvor širenja znanja o različitim načinima i stilovima života na svim razinama globalne, nacionalne, regionalne i lokalne turističke destinacije. Turizam kao integralni dio medijskog promoviranja svjetske kulturne baštine postaje novi kulturološki obrazac građanskog ponašanja i ujedno novi model interkulturalnog medijskog suočavanja različitih kultura s osobnim kulturnim i povijesnim dimenzijama. Nova multimedijaska prezentacija svjetske turističke kulturne baštine postaje čovjekov novi virtualni svijet destinacijskog susretanja različitih kultura i povijesnih uvida u stvaranje i građenje svijeta obnovljenih i novih arhitektura, umjetnosti, religija, jezika, pisama i novih komunikacijskih stilova života.

Stručni dio kongresa je protekao u studijskom obilasku kulturnih znamenitosti glavnog i najvećeg grada Bukurešta, s 2.650.000 žitelja, čiji je utemeljitelj (1479) vlaški knez Vlad Dracula. Bukurešt je administrativno podijeljen na sedam dijelova (6 gradskih i jedan ruralni) kroz kojeg teče rijeka Dambovita. Kako su Bukurešt izgradili poznati francuski i talijanski arhitekti dobio je naziv »Balkanski Pariz«. Poznat je kao grad od 100 muzeja s prekrasnim parkovima, lijepom arhitekturom koja krase brojne gradske palače, kao što su: Palača parlamenta, Palača Pravde, Pantheon, Athenaum, Narodna banka, Predsjednička palača, Glavna sveučilišna knjižnica i Kraljevski dvorac. Studijski turistički boravak sudionika svjetskog kongresa novinara, komunikologa i pisaca završio je stručnim obilaskom grada Bacau u Moldoviji te gradovima i manastirima turistički razvijene regije Bukovina s prekrasnim znanjima manastirima Humorului i Voronet. U zaključku kongresa je istaknuto da turizam kao integralni dio medijske svjetske kulturne baštine u procesu medijske komunikacije dobiva novu dodatnu turističku vrijednost koja postaje osobni čovjekov motiv u izboru turističke kulturne destinacije. Istaknuto je kako suvremena globalna građanska turistička generacija u novom turističkom komunikacijskom društvu teži za višim spoznajama i vrijednostima svjetske turističke baštine. Svjetska kuturna baština postaje turistički spoznajni izazov za ostvarivanje svijeta turističkih snova u realnom svijetu upoznavanja svjetske turističke baštine. Za ispunjenje svijetova turističkih snova, upozoravaju komunikolozi, treba se držati osnovnih medijskih zakonitosti koje su neophodne za dobro i uspješno prezentiranje svjetske turističke kulturne baštine. Prezentirane medijske poruke i medijski turistički sadržaji moraju maksimalno izbjegavati informacijske i komunikacijske turističke neizvjesnosti. Iz svega iznesenog, možemo zaključiti, da je za svaku turističku informaciju

poželjno da je novinari i pisci kodiraju razumljivim i komunikacijski logičnim turističkim diskursom koji je razumljiv svim primateljima turističke poruke. U koliko je turistička medijska komunikacija djelomična, neizvjesna, onda turističko komuniciranje o vrijednostima svjetske turističke baštine nije ostvarljivo. Medijska komunikološka turistička teorija uvjeravanja, uz poštivanje kritičke profesionalne novinarske distance, je sposobnost i medijsko umijeće u prezentaciji građanima vrijednosti turističke svjetske kulturne baštine. Turističko vrijednosno medijsko prezentiranje svjetske turističke kulturne baštine (turistički pisci, novinari, komunikolozi, internetska komunikacija, multimedija, web-komunikatori, facebook, twitter, turistički jumbo plakati, prospekti, te brojni turistički newsletteri) postaju medijska umjetnost nove integralne svjetske turističke kulture i novog turističkog medijskog diskursa.

Kongres je izvrsno vodio ugledni Tunžanin gospodin Tijani Habid, predsjednik FIJET-a i specijalni savjetnik UNWTO (World Tourism Organization) uz poseban stručni suport gospođe Tine Čubrilo Eterović, predsjednice FIJET CROATIA i organizatora kongresa gospodina Victora Radulescu, predsjednika PressTour FIJET Romania.

Primljeno:
2011-09- 26

Prof.dr.sc. Mario Plenković
Doc.dr.sc. Vlasta Kučić
Hrvatsko komunikološko društvo,
Zagreb, Hrvatska

Matters of Journalism: Understanding Professional Challenges and Dilemmas Gdańsk, 14 – 15 September, 2012 , Poland

Journalism has experienced several transformation periods so far: every new medium brought new challenges for journalism practice. What is new this time, is the fact the audience members joined the newsgathering, producing and dissemination process. So-called 'citizen journalism' has been studied for a couple of years now. The findings showed that new technologies in the media allowed people to act like journalists and to some extent play their roles. However, the general conclusions seem to be rather optimistic for professional journalists. They may not be the only sources of information about the events around the world now, but they

are still major gatekeepers. In fact, since the international flow of information significantly extended in the last decade and the number of information is more overwhelming than ever before, most of the audience members desperately need someone who will be able to select and order the events for them.

The aim of this conference is to contribute to our understanding of powers that influence journalism standards and routines. Hence, the participants of the conference will concentrate on such 'traditional' issues as: relations between politics and journalism, market-related aspects of journalism, organizational and professional factors. Furthermore, the questions about digital challenges for the journalism practice will be raised. In order to do this, the conference will bring together a range of international scholars, drawn from representative disciplines in the media studies and journalism. The key questions during the debates would concern the roles of journalists. Who are they now? What are the audiences' expectations towards journalists? What is the future of this profession?

We invite paper and panel proposals that cover the main themes below:

1. Traditional and contemporary models of journalism
2. Professional standards and values
3. Professional roles and identities
4. Journalism and politics
5. The changing business of journalism
6. Journalism practice around the world
7. Digital challenges for journalism practice
8. Online journalism
9. Citizen journalism
10. Ethics in new media
11. Future of journalism
12. Local journalism

Conference submission

1. Individual paper: please submit a max 900 word abstract followed by the short biographical note (up words: name, surname, position, institution, address, e-mail) by **January 15, 2012**.
2. Panel submission: please submit a max 350 – word panel rationale, followed by 75 – word panel description and 150 word – abstracts of the papers (max 4 papers per panel) by 15 January, 2012.

Contact:

Please send your submission to: conference@ptks.pl
Notification of accepted papers will be sent out by **March 15, 2012**
More information: www.ptks.pl/conference