

obiteljskim i nacionalnim zadovoljstvom. Ova knjiga (priručnik) u tom smislu poučava turističke djelatnike (animatore, recepcionere, konobare, sobarice, marketing, servisne službe, turiste) o putevima koji vode do zadovoljnoga gosta. Možemo zaključiti kako globalno, regionalno, nacionalno i lokalno turističko komuniciranje postaje proces prijenosa turističkih informacija, podataka, mnijenja i vrijednosti koje nam priopćavaju (ne)zadovoljni turisti, turistički djelatnici, institucije, vlade, mediji, ICT tehnologije, Internet i Društvene mreže te Facebook, Twitter, YouTube. Komunikacijski putevi do zadovoljnoga gosta su interakcijski odnosi među turistima i građanima (posebno poslovnim ljudima) različitih osobnih i poslovnih kultura. Novo informacijsko i komunikacijsko turističko razdoblje donosi globalne, regionalne, nacionalne i lokalne promjene u turizmu i ugostiteljstvu (hotelskoj industriji). Turistička javnost nije nacionalno homogena javnost, već ona odražava specifičnosti pojedinih nacionalnih i političkih kultura (jezik, nacija, različiti identiteti, kulture, genetika, ekonomska moć, medijska moć, tradicija, te autonomija malih i velikih naroda). Putevi do zadovoljnoga gosta podrazumijevaju novi turistički diskurs na svim razinama razvojne turističke komunikacije (globalno, regionalno, nacionalno i lokalno). Ova knjiga (priručnik) nudi čitatelju nove mogućnosti za edukaciju o novim oblicima komunikativnog diskursa svih sudionika u turizmu i ugostiteljstvu. Turist (kao slobodan građanin) je svakodnevno izložen različitim informacijama (geografskim, klimatskim, kriznim, sigurnosnim, vojnim, političkim, gospodarskim i drugim).

Iz svega iznesenog možemo zaključiti da je ova knjiga **izvrstan razvojni turistički univerzalni komunikacijski priručnik** za edukaciju čitatelja o prikivenim komunikacijskim putevima koji vode do zadovoljnoga gosta. Nova ICT tehnologija, medijska konvergencija, medijska digitalizacija i društvene mreže (Facebook, Twitter, YouTube, Broadcast, Most popular, Music, Sports, Entertainment, Syllabus) otvaraju brojne skrivene komunikativne puteve u turizmu i ugostiteljstvu (na svim razinama hotelske industrije) koji vode do zadovoljnoga gosta. Možemo zaključiti da je ova knjiga (vrijedan stručni razvojni turistički komunikativni priručnik) dobrodošla u turizmu jer nam otvara nove mogućnosti za stjecanje novih razvojnih komunikativnih znanja koja su neophodna za

upravljanje ljudskim potencijalima u turizmu i ugostiteljstvu, a koji nas vode do zadovoljnoga gosta (kao korisnika turističkih usluga).

Prezentirana knjiga (**turističko razvojni komunikativni priručnik**) predstavlja i udžbeničko gradivo za sve studente turizma koji se educiraju na svim razinama visokoškolskog obrazovanja za turizam, ugostiteljstvo i hotelsku industriju novog doba.

Primljeno: 2012 - 09 - 16

Doc.dr.sc. Vlasta Kučič

Filozofski fakultet, Sveučilište u Mariboru, Maribor, Slovenija

MEDIA, CULTURE AND PUBLIC RELATIONS / MEDIJI, KULTURA I ODNOSI S JAVNOSTIMA, Media cult. Public relat. 4. 2013, 1, 1-100, Hrvatsko komunikološko društvo & MediaNet & PressCut & Alma Mater Europaea –ESM, Zagreb, 2013., 110 str.

Media, Culture and Public Relations je znanstveni časopis iz područja društvenih, humanističkih i interdisciplinarnih znanosti. Objavljuje znanstvene radove (izvorne znanstvene radove, prethodna priopćenja, pregledne radove, izlaganja sa znanstvenih skupova), kao i stručne radove, prikaze, recenzije, preporuke i znanstvene vijesti. Izdavanje časopisa financijski podupire Hrvatsko komunikološko društvo, IFCA

(International Federation of Communication Associations), MediaNet, PressCut i Alma Mater Europaea, koji su i nakladnici znanstvenog časopisa. Radovi koji se publiciraju u znanstvenom časopisu Media, Culture and Public Relations (prema znanstvenom području ili znanstvenom polju) se referiraju u referentnim bazama podataka Social Science Research Network, Hrčak, ERIH, EBSCO, IFCA, Scientific Commons. Časopis izlazi dva puta godišne u volumenu od 220 str. teksta formata A4.

U časopisu se tiskaju radovi na hrvatskom, njemačkom i/ili engleskom jeziku.

Urednički odbor čine ugledni znanstvenici koji interdisciplinarno pokrivaju znanstveno područje

društvenih, humanističkih i interdisciplinarnih znanosti (Slobodan Elezović, Jasmina Garaj-Golubiček, Ante Gavranović, Vitomir Grbavac, Slobodan Hadžić, Vlasta Kučič, Darija Kupinić, Daria Mustić, Mario Plenković, Goran Popović, Franko Rotim, Ludvik Toplak, Emil Vlajki i Zdravko Sordjan). Glavni i odgovorni urednik časopisa je prof.dr.sc. Mario Plenković, a izvršni urednik časopisa je dr.sc.Slobodan Hadžić.

Aktualni novi broj časopisa Media cult. Public relat.4. 2013, 1, 1-100. , redakcija je zaključila 27.03.2013. godinu u volumenu od 100 stranica teksta formata A4. Svi objavljeni radovi su prošli međunarodni znanstveni postupak.

Časopis je u sadržajnom smislu, podijeljen u osam tematskih rubrika (Uvodnik; Izvorni znanstveni radovi; Prethodna priopćenja; Pregledni radovi; Stručni radovi; Recenzije i prikazi; Novosti; i Kazalo autora).

Aktualni uvodnik pod naslovom „Mediji, novinarstvo i Europska Unija“ priredio je Mario Plenković, glavni i odgovorni urednik . Autor zaključuje svoju uvodnu poruku ... „ Medijska i novinarska budućnost Hrvatske u Europskoj uniji (EU) je već otpočela, a svoju punu komunikacijsku vrijednost, prema odredbama Ugovora o pristupanju Hrvatske u Europsku uniju (EU), Hrvatska očekuje u povijesno zadanom datumu 1.srpnja 2013. godine (pod uvjetom da sve države članice Europske unije (EU) kao i Republika Hrvatska do tada izvrše ratifikaciju Ugovora u skladu sa svojim ustavnim odredbama). Medijski i novinarski izazov je, kao što vidimo, velik, i nadamo se da će Hrvatsko novinarstvo i naši mediji biti još progresivniji u smislu traženja, implementacije, evaluacije, regulacije i pune afirmacije medijskih sloboda za promicanje istinskih građanskih i nacionalnih vrijednosti koje afirmiraju medije i novinarsku pluralističku demokraciju. Zacrane medijske i novinarske pluralne i demokratske dijaloške ciljeve je tek moguće ostvariti punopravnim članstvo Hrvatske u obitelji zemalja članica Europske unije (EU).

Rubrika „**Izvorni znanstveni radovi**“ donosi dva izvrsna izvorna znanstvena i referentna rada (1) Slavo Kukić: Konfliktna društva i temeljna pitanja Europske budućnosti (Bosna i Hercegovina) i Joško Sindik, Ljubica Bakić-Tomić, Ana Globočnik i Sonja Uzelac: Razlike u komunikološkim profilima menadžera u Hrvatskim veledrogerijama lijekova (Hrvatska).

Publiciran je izvrstan tematski rad u rubrici „**Pret-hodna priopćenja**“ uglednog komunikologa Zdravka Sordjana pod nazivom „Funkcija religijskog komuniciranja u procesu razvoja ličnosti“ (Srbija).

U kategoriji radova „**Pregledni radovi**“ publicirana su tri zanimljiva rada: (1) Danijela Subotić, Patrizia Poščić, Vanja Slavuj: OLAP alati u nastavi (Hrvatska); (2) Andrej Šafhalter: Učionica u oblaku (Slovenija) i (3) Rok Ovsenik, Damjana Vidic: Odnos starijih osoba prema slobodnom vremenu (Slovenija).

Za rubriku „**Stručni radovi**“ redakcija je odabrala kvalitetan stručni rad grupe autora: Martina Ašenbrener, Damir Šimunović, Zdravko Dovedan Han: Model informacijskog sustava planiranja TV emisija (Hrvatska).

Redakcija je za rubriku „**Recenzije**“ odabrala četiri knjige: (1) Danijel Koletić: PR, PUBLIC Relations, May way“; (2) Pavao Mikić, Mirko Gojmerac: Hrvatsko-njemački religijski riječnik; (3) Uredničku ediciju Sveučilišta u Zagrebu koju je priredila Gordana Dobrovac: Jezik i kognitivna neuroznost (Knjiga studija) i (4) Elektronički zbornik radova međunarodnog znanstvenog skupa „Društvo i tehnologija 2012 – Dr. Juraj Plenković“.

Rubrika „**Novosti**“ donosi zanimljive vijesti iz tematike medija, kulture i odnosa s javnostima s preglednim prikazom aktivnosti „Alma Mater Europea“, European Centre Maribor (Graduation ceremony at Alma mater Europea (ECM), Maribor, 12.03.2013.).

Časopis u rubrici „**Kazalo autora**“ donosi abecednim redom autorska imena koja su sadržajno znanstveno i stručno sudjelovali u ovom broju znanstvenog časopisa (Ašenberger Martina, Bakić-Tomić Ljubica, Dovedan Han Zdravko, Globočnik Žunac Ana, Kučič Vlasta, Kukić Slavko, Mustić Daria, Ovsenik Rok, Plenković Mario, Poščić Patrizia, Rosić Vladimir, Sindik Joško, Slavuj Vanja, Subotić Danijela, Šafhalter Andrej, Šimunović Damir, Šordjan Zdravko, Uzelac Sonja i Vidic Damijana).

Preporučamo svim relevantnim znanstvenicima, gospodarstvenicima, menadžerima, studentima i profesorima medija, kulture i odnosa s javnostima, te svima onima koji promišljaju strategiju medija, kulture i odnosa s javnostima da prezentirane radove u časopisu „**Media cult. Public relat.4. 2013, 1, 1-100**“ konzultiraju kao znanstvenu i stru-

čnu podlogu za strateško promišljanje medija, kulture i odnosa s javnostima u suvremenom globalnom komunikacijskom svijetu.

Primljeno: 2013 – 08 – 23

Mladen Kučiš
Hrvatsko komunikološko društvo

