

**Red.prof.dr.sc. Vidoje Vujić:**

### ZNANSTVENA I KOMUNIKACIJSKA EPOHA UPRAVLJANJA ZNANJEM I POLITIKOM

Posebno je zadovoljstvo predstaviti javnosti uglednog sveučilišnog profesora, gospodarstvenika, političara i teoretičara upravljanja ljudskim potencijalima prof.dr.sc. Vidoja Vujića, člana Europske akademije i red.profesora Sveučilišta u Rijeci. Vidoje Vujić je svoju znanstvenu misao i akademsku karijeru ugradio u brojnim knjigama, projektima te znanstvenim i stručnim radovima. U međunarodnim znanstvenim i akademskim krugovima, uz njegove brojne znanstvene i publicističke radove te projektne studije, posebno su prepoznatljive tri zanimljive i vrijedne knjige, koje su nastale kao rezultat njegovih autorskih projektnih istraživanja, i to: »Menadžment promjena« (Rijeka, 2008), »Upravljanje znanjem i ljudskim razvojem u turizmu« (Opatija, 2010) te »Poslovna etika i multikultura« (Rijeka, 2012). Ugledni sveučilišni profesor, prof.dr.sc.V. Vujić je regionalno prepoznatljiv interdisciplinarni znanstvenik te poslovno - komunikacijski stručnjak u znanstvenom području strategija upravljanja turizmom i ljudskim potencijalima. Prepoznatljiv je i kao uspješan političar, gospodarstvenik, publicist, komunikolog te bard hrvatskog i europskog razvoja ljudskih potencijala u turizmu. Za prof.dr.sc.Vidoju Vujića turizam, gospodarstvo i upravljanje ljudskim potencijalima je tripartitna povezujuća znanstvena sinergijska nit u razvoju turizma i boljitka svakog društva. Njegova znanstvena misao i znanstveno-publicistički diskurs kontinuirano i sustavno predstavlja rezultate provedenih projektnih istraživanja u području upravljanja i turističkog managementa. Vidoje Vujić u svojim radovima teorijski analizira i empirijski potvrđuje svoju zacrtanu i osmišljenu istraživačku znanstvenu i humanističku misaonu hipotezu koja ostavlja duboki trag kod svih čitatelja, znanstvenika, političara i studenata diplomskih i doktorskih studija. Vrijedno je spomenuti njegova vrijedna i visoko vrednovana međunarodna predavanja na novim doktorskim studijima »Strateški komunikacijski management« (Alma Mater Europaea, Maribor, 2016 -2018) gdje je samostalni nositelj i voditelj predmeta »Management i upravljanje ljudskim potencijalima«. Kao ugledni sveučilišni profesor, znanstvenik i publicist Vidoje Vujić je svojom znanstvenom produkcijom (knjigama, projektnim studijama,

stručnim i projektnim člancima te publicističkim priložima) je postao široko cijenjeni regionalni znanstvenik. Svojim posebnim znanstveno-publicističkim i turističkim razvojnim diskursom poučava čitatelje, turističke djelatnike, gospodarstvenike, političare, te studente diplomskih i doktorskih studija kako je razvoj i upravljanje ljudskim znanjem, posebno u turizmu, znanstvena i prakseološka svakodnevnica koja je u razvojnom smislu teško usporediva s onim što je bilo jučer. Za prof.dr.sc. Vidoja Vujića turizam 21. stoljeća se transformirao u veliku upravljačku turističku industriju koja se temelji na tvrdim tržišnim i gospodarskim zakonitostima. Treba istaknuti njegovo autorsko i znanstveno zalaganje za implementiranje medijske industrije i komunikologije u znanstveno područje turizma. Na čvrstim znanstvenim postavkama Vidoje Vujić je gradio upravljanje znanjem i ljudskim razvojem u turizmu. Kao (su)organizator brojnih međunarodnih znanstvenih konferencija na temu razvoja, medija, komunikologije i turizma, svojim je znanstvenim prinosima ostavio duboki trag u razvoju turizma na prostorima Republike Hrvatske. Znakovito je spomenuti njegov znanstveni doprinos, koji je dva desetljeća sustavno gradio zajedničkom suradnjom s prof.dr.sc. Jurjem Plenkovićem, u organizaciji međunarodnih znanstvenih skupova pod nazivom »Društvo i tehnologija / Society and Technology« (Rijeka, Opatija, Zadar, Split i Maribor od 1994 -2018). Njegov znanstveni credo možemo sažeti u sedam temeljnih razvojnih zasebnih vrijednosnih zakonitosti u turizmu a to su znanje, profesionalnost, etički standardi, turistička vjerodostojnost, odgovornost, nove IT tehnologije u turizmu i suvremena medijska komunikacija. Vrijedno je istaknuti zalaganje Vidoja Vujića za sinergijsku i korelacijsku povezanost njegovih osam vrijednosnih temeljnih zakonitosti u turizmu. Za Vidoja Vujića turizam i razvoj društva je u korelaciji s nadolazećim valom nove četvrte digitalne informacijske i komunikacijske revolucije koja holistički integrira turizam i razvoj suvremenog društva. Upravljanje znanjem i ljudskim potencijalima u turizmu za Vidoja Vujića je komunikacijski proces koji se nalazi na raskrižju razvoja nove mobilne, konvergentne i digitalizirane medijske industrije. Analizirajući njegovu znanstvenu misaonu hipotezu i njegove vrijednosne zakonitosti u turizmu možemo zaključiti da upravljanje znanjem i ljudskim razvojem u turizmu traži nove razvojne reformske oblike javnog i profesionalnog

ponašanja u turizmu. Nova digitalna tehnologija nalaže i afirmira nove oblike odgovornog ponašanja u turizmu koji afirmira i potiče uvođenje novih modela upravljanja u turizmu. Novi modeli upravljanja u turizmu, prema promišljanju Vidoja Vujića, su temeljna pretpostavka za implementiranje novog komunikativno - upravljačkog diskursa u turizmu koji se temelji na novim tehnologijama komuniciranja i logičkom komunikativnom turističkom diskursu kojeg donosi nova informacijsko-komunikacijska implementacija društvenih mreža u turizmu (Social Network) koje postaju osnovno komunikativno djelatno sredstvo komuniciranja u turizmu (Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, blogeri, mobilne aplikacije, chat servisi, iPhone, instant poruke (IM), nove IM aplikacije, Whats App, Facebook Messenger...) kao nova upravljačka potpora ljudskim potencijalima na svim razinama globalne, regionalne, nacionalne i lokalne komunikacije u turizmu.

Raspravljajući o politici, kulturi, etici te multikulturalnoj komunikaciji Vidoje Vujić, kao interdisciplinarni znanstvenik, zalaže se za konstruktivnu i poštenu komunikativnu gospodarsku i političku zajednicu pod geslom »biti pošten čovjek i pošten političar«. Gospodarstvo, politika i političar danas se nalaze pred novim komunikativnim izazovom izgradnje kreativne Babilonske kule koja će smanjiti komunikativne nesporazume u suvremenom svijetu virtualne informacijske i digitalne tehnologije.

Možemo zaključiti, u skladu s iznesenim recentnim sintetskim interdisciplinarnim razmišljanjima, uglednog sveučilišnog profesora, gospodarstvenika, političara i člana Europske akademije prof.dr. sc.Vidoja Vujića, a koja su sadržana u njegovim znanstvenim i stručnim raspravama, da će uglednom profesoru pripasti trajno zasluženo povijesno mjesto u razvoju turizma na svim razinama upravljanja znanjem i ljudskim razvojem u turizmu.

Red. prof.dr.sc. Mario Plenković,  
Univerza v Mariboru & Alma Mater Europaea  
e-mail: mario.plenkovic@almamater.si  
mplenkovic2@yahoo.com

Maribor, 20.06. 2018.

**Markus Pflugbeil, Nicole Jähnichen (ur.): Erfolgreich mit Social Media - Soziale Netzwerke professionell nutzen, 1. izdaja, Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Freiburg 2016, 240 str.**

Markus Pflugbeil si je v obdobju 1991–1996 pridobil izobrazbo na Ludvik-Maksimiljanovi univerzi v Münchnu, kjer je diplomiral iz novinarstva, VWL (ekonomskih političnih znanosti) in politike. Od leta 2007 je zaposlen kot izvršni direktor in svetovalec za odnose z javnostmi v Agenturleitung vibrio Kommunikationsmanagement dr. Kausch. Za PR-svetovanje in podporo med pravnim sporom v Nemčiji je leta 2013 skupaj s Haraldom Gessnerjem (Oracle) prejel nagrado Oracle EMEA PR Award Best Issue Management (podatki so izvzeti iz osebnega profila Markusa Pflugbeila na družabnih omrežjih LinkedIn in XING). Leta 2016 je izdal knjigo z naslovom Uspeh z družabnimi mediji – uporaba družabnih mrež v poslovne namene (Erfolgreich mit Social Media - Soziale Netzwerke professionell nutzen), s katero nas kot PR-strokovnjak skuša popeljati v svet družabnih medijev in nam prikazati možnosti uporabe le-teh na poklicni poti.

Pflugbeil navaja, da trenutno več kot milijarda ljudi po svetu uporablja družabne medije, kot so Facebook, LinkedIn, XING, Instagram, Twitter, YouTube ali druge platforme. Težnja po njihovi uporabi vse bolj narašča, uporaba pa več ni omejena samo na ohranjanje stikov z družino, prijatelji in znanci, saj jih je mogoče uporabiti tudi za večji ugled in možnosti v poklicnem oziroma profesionalnem smislu. Zaradi tega v knjigi, namenjeni tako poznavalcem kot tudi »novincem« na področju družabnih medijev, predstavlja pravilno izbiro, uporabo in možnosti družabnih omrežij, podaja nasvete, bralca opozarja na morebitne pasti in pravna načela, celotno vsebino pa podkrepljuje s praktičnimi primeri.

Knjiga je razdeljena na sedem poglavij, ki so razčlenjena na več podpoglavij. Znotraj besedila se pojavljajo posebej označena polja s pomembno in strnjeno vsebino, vsako poglavje pa se zaključuje še s kratkim povzetkom. Za lažje razumevanje in branje knjige je na koncu podano kazalo po abecedi razvrščenih pomembnih in morebiti nejasnih besed.

Knjiga se začne s prikazom načina, kako nam lahko Facebook, Twitter in YouTube, ki jih veliko ljudi pozna in tudi vsak dan uporablja, pomagajo na poti do službenega uspeha. Zahvaljujoč družabnim omrežjem lahko različne vsebine objavljajo kdorkoli, ne le za to izobraženi strokovnjaki