

## **Međunarodna online konferencija *Communication Management Forum - Post pandemijski svijet: loša slika ili dobra prilika?*, Edward Bernays Visoka škola za komunikacijski menadžment, Institut za društvena istraživanja i Institut za turizam, 19. i 20. ožujka 2021.**

Četvrto izdanje međunarodne znanstvene konferencije *Communication Management Forum* održano je u organizaciji Edward Bernays Visoke škole za komunikacijski menadžment, Instituta za društvena istraživanja i Instituta za turizam, uz pokroviteljstvo Ministarstva znanosti i obrazovanja. Konferencija pod nazivom *Post pandemijski svijet: loša slika ili dobra prilika?* održana je 19. i 20. ožujka 2021. godine, virtualnim putem. Na ovoj multidisciplinarnoj konferenciji sudjelovalo je preko 250 autora i sudionika iz nekoliko zemalja, uz dva plenarna izlaganja, okrugli stol i sto usmenih izlaganja podijeljenih u dvadeset tematskih sekcija. Stručnjaci iz područja komunikacija, turizma, sociologije, psihologije i ekonomije nastojali su dati odgovore na pitanja kako su promjene u 2020. godini utjecale na čovjeka, interpersonalnu komunikaciju i turizam te kakav nas svijet očekuje po završetku pandemije bolesti COVID-19 u spomenutim područjima i djelatnostima. Prvi dan konferencije otvoren je plenarnim izlaganjima ključnih govornika, od kojih je prvi bio Jeremy Samp-

son, izvršni direktor zaklade Travel, vodeće nevladine organizacije u sektoru putovanja i turizma. Sampson je u svom izlaganju na temu *Build Back Better? Re-defining Success so that Tourism Builds Forward* iznio svoje viđenje oporavka turizma kao jedne od industrijskih grana na koju je COVID-19 kriza imala najveći utjecaj. Posljedice koje je pandemija ostavila u području turizma vidljive su ne samo stručnjacima i djelatnicima u turizmu već i cijeloj populaciji zbog ograničenja putovanja u pandemiji. Industrija turizma poprima potpuno novu dimenziju, a jedan je od načina prilagodbe ponuda novih sadržaja putem virtualnih posjeta i šetnji muzejima, što je mnoge turističke destinacije približilo različitim ciljnim skupinama. Iako se doživljava u turizmu ne može nadomjestiti virtualnim iskustvom, mnoge su institucije i destinacije iskoristile različite digitalne platforme kako bi se i u pandemijskim okolnostima svjetskih razmjera repositionirali, rebrandirali i tako približili starima, ali i potencijalno novim posjetiteljima. Sampson je istaknuo kako je turizam prije pande-

mije bio fokusiran na masovnost, a kako se posljedično u samoj pandemiji potpuno promijenio koncept funkcioniranja turizma jer su se dio-nici fokusirali na što kvalitetniju ponudu kako bi privukli turiste koji će im se vraćati i u budućnosti.

Antropolog izv. prof. dr. sc. Dan Podjed sa Sveučilišta u Ljubljani, drugi ključni govornik, održao je predavanje na temu *Understanding Homo Covidensis – A Human of the Covid Age*, otkrivajući tko je Homo Covidensis i kako vidi budućnost čovjeka u 2050. godini. Čovjek se iz realnog života prebacio u *online* okruženje i tome se treba prilagoditi, ali se s tim ne treba u potpunosti pomiriti. Podjed ističe kako uvijek ostaje otvoreno pitanje na kakav će se način čovjek u antropološkom smislu prilagoditi novim okolnostima, lišenim socijalnih kontakata.

Što možemo očekivati nakon završetka pandemije, postoje li i koje su to dobre prilike i šanse koje se mogu iskoristiti, koji su izazovi funkcioniranja u *online* okruženju, koje se nove perspektive otvaraju u propulzivnim sektorima turizma i komunikacija te kako je pandemija bolesti COVID-19 promijenila medijski prostor, samo su neke od tema o kojima su na okruglom stolu raspravljali moderator i supredsjednik Programskog odbora konferencije doc. dr. sc. Branko Ančić i ključni govornici.

Uz rasprave vezane uz promjene i prilike koje nam je donijela pandemija

bolesti COVID-19, sudionici i izlagači konferencije predstavili su rezultate svojih istraživanja, kao i svoje istraživačke projekte, a neki od njih bavili su se pitanjima infodemije, odnosu pandemije i mentalnog zdravlja, učenja na daljinu, učinkovitosti *online* sastanaka, digitalnog turizma, strateške i krizne komunikacije tijekom pandemije i mnogim drugima. Prvi dan konferencije održano je 40 izlaganja, dok je drugi dan konferencije 160 autora izložilo čak 60 radova iz područja komunikacija, turizma, psihologije, ekonomije i politike.

Autori su osobito analizirali način medijskog izvještavanja o pandemiji, kao i zainteresiranost publike za istaknute teme pri čemu su veliku pozornost na konferenciji privukle teme o *online* nastavi i dezinformacijama u medijima, osobito onima vezanima uz samu pandemiju. S obzirom na nevakadašnje okolnosti u sektoru turizma, sudionici konferencije nastojali su istražiti i analizirati nove okolnosti u kojima su se našle i turističke destinacije. Promjenom paradigme iz masovnog u individualno, usmjerenost prema specifičnim potrebama gosta te kreiranje novih i kreativnih sadržaja u turističkoj ponudi samo su neki od mogućih odgovora na globalnu krizu koja zahtijeva brzu i inovativnu reakciju i adaptaciju.

Većina stručnjaka na konferenciji složila se sa zaključkom kako nas je pandemija naučila koliko je rizično predviđati promjene u budućnosti pa su u

skladu s tim i nove krize očigledna mogućnost. Prilagodba i otpornost dva su ključna pojma korištena tijekom izlaganja i rasprava, a da kriza može biti i izazovna prilika za promjenu u poslovnom i privatnom životu pojedinca, društva ili organizacije, zaključak je ovogodišnje *online* konferencije *Communication Management Forum*.

Odgovore na ključna pitanja postavljena na konferenciji iz više znanstve-

nih područja i najbolje recenzirane radove bit će moguće pronaći u čak četiri znanstvena časopisa, od toga tri indeksirana u znanstvenim bazama SCOPUS i Web of Science Core Collection – ESCI, odnosno posebnim izdanjima znanstvenih časopisa *Turizam, Sociologija i prostor, Medijska istraživanja* te *Communication Management Review*.

Mia Flander Tadić  
i Ivana Schildenfeld