

KOMUNIKOLOŠKA ŠKOLA

Matice hrvatske

2010.

Zagreb, Sljeme, Tomislavov dom

1-10. ožujka 2010.

 maticahrvatska



maticahrvatska

Komunikološka škola
Matice hrvatske
2010.

Zagreb, Sljeme, Tomislavov dom
1-10. ožujka 2010.

Suorganizatori:



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
HRVATSKI STUDIJI
STUDIA CROATICA

Organizacijski odbor:

Branko Lovrić, Zorislav Lukić, Igor Kanižaj, Danijel Labaš, Božo Skoko, Branko Hebrang

Tajnica projekta:

Klara Čičin-Šain

Podupiratelji:



ZAKLADADRIS



*Komunikološka škola MH 2010. realizirana je uz pomoć
Tiskare Vjesnik i Zaklade Konrad Adenauer.*

Komunikološka škola Matice hrvatske jednom godišnje najboljim studentima komunikologije i novinarstva pruža jedinstveno izvanfakultetsko multidisciplinarno stručno usavršavanje. Nositelji programa ugledni su svjetski i hrvatski znanstvenici, stručnjaci i medijski djelatnici. Cilj je Škole buduće nositelje hrvatskoga medijskog života dodatno osposobiti za obavljanje najodgovornijih zadaća u hrvatskom medijskom i komunikacijskom prostoru kao dijelu svjetskoga medijskog prostora.

Treća Komunikološka škola Matice hrvatske

Već tri godine traje najmlađa Škola Matice hrvatske – jedinstveni projekt koji okuplja perspektivne studente sa studija novinarstva Fakulteta političkih znanosti i Studija komunikologije Hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu.

Kada smo pokretali Komunikološku školu vjerovali smo da ćemo iz godine u godinu pronalaziti studente koji će se od ostalih isticati ne samo uspjehom, nego i svojim vještinama, društvenim angažmanom, ali i vrijednostima koje zastupaju. Za njih smo osmislili zahtjevan program koji im omogućuje da u deset dana otkriju nova znanja i izgrade načine razmišljanja kakve ne mogu sresti u redovnom studijskom programu.

Posebno nas raduje da je većina naših partnera u projektu od samoga početka – rektor prof. dr. sc. Aleksa Bjeliš, pravobraniteljica za djecu Mila Jelavić, brojni profesori s oba spomenuta fakulteta, novinari, ali i naši prijatelji iz Slovenije, Španjolske, Njemačke i Švicarske. Zahvaljujući njima Komunikološka škola MH postaje mnogo više od običnog projekta.

Ovogodišnji program okupio je 50 predavača, od kojih čak 27 novih.

Osim posebnih modula u kojima se bavimo komunikacijskim vještinama, odnosima s javnošću, lobiranjem i javnim nastupima, od 2010. Komunikološka škola donosi i jednu glavnu temu susreta, na koju se odnosi većina predavanja i radionica. Novost u programu je i novinarska večer s uglednim pojedincima koji su dali poseban doprinos razvoju novinarstva. Ove godine studenti će se moći upoznati s Antom Gavranovićem, doajenom hrvatskog novinarstva koji će govoriti o osobnim iskustvima i profesionalnom radu.

Susretljivost svih naših suradnika najbolje se odražava u njihovoj spremnosti da bez financijske naknade iz godine u godinu daruju svoje vrijeme studentima. Na isti način iznenađuje i ozbiljnost rada studenata, spremnost da prihvate nove pristupe i poglede kao i volja da se pridruže novim idejama i pothvatima. Matica hrvatska i ove će godine

osigurati sve preduvjete za uspješan rad, no ljudi koji sudjeluju u ovom projektu su ti koji određuju njegov smjer i ostvaruju njegove ciljeve.

Treća Komunikološka škola Matice hrvatske održava se neposredno nakon inauguracije novoizabranog predsjednika Republike Hrvatske, u vrijeme kada građani sve manje vjeruju medijima, dok povjerenje u političare i političke stranke nikada nije bilo manje. To je bio jedan od glavnih razloga zbog čega smo na ovogodišnjoj školi odlučili u središte staviti razmišljanja o odnosu medija i politike. Hans Mathias Kepplinger je još 1983. napisao kako mediji imaju ključno mjesto u političkim procesima: oni ne samo što komentiraju i kritiziraju političke odluke nego ih svojim izvješćima i pripremanju, definiraju okvir u kojem se te odluke drže prihvatljivima, s mogućnošću postizanja konsenzusa, tj. znatno utječu na legitimitet i provedbu političkih odluka.

Veliki broj stručnjaka, medijskih djelatnika i profesora u više će radionica i na okruglim stolovima nastojati odgovoriti na brojna pitanja koja se pojavljuju u odnosu novinara i političara: od važnosti svjetonazora i etike u medijima i politici, političkog lobiranja, preko medijalizacije politike, političkog komuniciranja, do uloge novih medija u javnom komuniciranju. Namjera je Komunikološke škole okupljati i znanstvenike i novinare, pa tako ove godine 12 novinara sudjeluje u ostvarenju projekta.

Program koji je pred vama nastajao je znatno ranije nego što je odabrano dvanaest studenata koji – do sada pojedinci – uz poticaj Matice hrvatske mogu postati tim i započeti zajedničke projekte. Radeći s prve dvije generacije prepoznali smo nevjerojatan potencijal mladih za nove projekte i vizije, a od nas se očekuje da ih u tome potičemo, usmjeravamo i ohrabrujemo. To je uloga Komunikološke škole.

dr. sc. Igor Kanižaj i doc. dr. sc. Danijel Labaš,
članovi Organizacijskog odbora

Predavači i sudionici

Igor Zidić (Matica hrvatska)

Igor Kanižaj (Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu)

Božo Skoko (Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu)

Aleksandra Korać Graovac (Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu)

Mila Jelavić, pravobraniteljica za djecu RH

Damir Zorić (Matica hrvatska / Euroherc osiguranje d.d.)

Zorislav Lukić (Matica hrvatska)

Vanesa Benković (Media metar)

Viktorija Car (Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu)

Mladenka Šarić (*Javno.hr*)

Neven Šantić (*Novi list*)

Ivan Miklenić (*Glas Koncila*)

Mislav Togonal (Hrvatska radiotelevizija)

Stefan Luft (Institut za politologiju Sveučilišta u Bremenu)

Dirk Förger, novinar i medijski stručnjak

Mate Maras, prevoditelj i pjesnik

Danijel Labaš (Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu)

Carmen Calvo del Valle (Navarrsko sveučilište, Pamplona)

Ivo Lovrić (Hina)

Ante Gavranović, novinar i publicist

Krešimir Mićanović (Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu)
Smiljana Leinert Novosel (Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu)
Marko Alerić (Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu)
Lana Hudeček (Hrvatski institut za jezik i jezikoslovlje)
Milica Mihaljević (Hrvatski institut za jezik i jezikoslovlje)
Marko Ivanišin (Institut za medijske komunikacije, Sveučilište u Mariboru)
Marijan Kostrenčić (Odjel za gospodarstvo Matice hrvatske)
Franjo Skoko (Coris Educa)
Darko Lovrić (Deloitte Consulting, Zürich)
Marijana Grbeša (Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu)
Nenad Prelog (Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu / Sveučilište u Zadru)
Domagoj Bebić (Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu)
Gordana Vilović (Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu)
Hloverka Novak Srzić (Hrvatska radiotelevizija)
Iva Gačić (Nova TV)
Ivan Lovreček (RTL)
Anto Mikić (Hrvatski katolički radio)
Boris Beck (*Nacional*)
Branko Hebrang (Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu)
Berto Šalaj (Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu)
Jelena Jurišić (Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu)
Suzana Žilić Fišer (Institut za medijske komunikacije, Sveučilište u Mariboru)

Sandro Baričević (Coca-Cola Adria)

Krunoslav Borovec (Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske)

Zlatko Mehun (Vlada Republike Hrvatske)

Daria Mateljak Bartulin (Hauska & Partner)

Akademik Josip Bratulić (Matica hrvatska)

Gordan Grlić Radman (Ministarstvo vanjskih poslova i europskih integracija
Republike Hrvatske)

Petra Cafnik (Institut za medijske komunikacije, Sveučilište u Mariboru)

Franjo Maletić (*Vjesnik*)

Akademik Davorin Rudolf

Aleksa Bjeliš (Sveučilište u Zagrebu)

Teme

- Kultura, mediji i politika na primjeru MH
- Sedma sila protiv novinarske profesije
- Upravljanje nacionalnim identitetom i imidžom: percepcija Hrvatske u regiji, Europi i svijetu
- Pravno uređenje oplodnje uz medicinsku pomoć – želje i ograničenja
- Djeca u projekciji medija
- Gospodarstvo u krizi
- Kultura i znanost u internetizaciji
- Istraživanja, izbori, mediji – utjecaj na kreiranje izbornih pobjednika i gubitnika
- Hrvatska politika u medijima
- Svjetonazori u medijima
- Balansiranje između pridobivanja legitimnosti i kompetencija za donošenje odluka: komunikacija vlade u demokratskoj javnosti
- Stranke – predizborna kampanja – mediji: Zašto strankama trebaju mediji i zašto ih koriste?
- Komuniciranje sa Shakespeareom
- Etička pitanja političke promidžbe i tendenciozno informiranje
- Potraga za etikom novinarske profesije
- Mediji i politička komunikacija – pogled s druge strane
- Standardnojezična norma i mediji
- Kreiranje imidža u javnom nastupanju
- Kultura govora i hrvatski jezik

- Jezik i stil medija – jezično-stilske vježbe
- Personifikacija politike i medija
- Političko lobiranje i njegova vjerodostojnost
- Osnove javnih nastupa
- Ljudski resursi u gospodarstvu i politici
- Kako ulagati u sebe?
- Popularizacija politike: trivijalizacija ili novi demokratski resurs
- Novi mediji i elektronička demokracija
- Cyberpolitika
- Budućnost medija i budućnost etike u medijima
- Politika na hrvatskim televizijama
- Prikrivena politička kampanja u predsjedničkim izborima (2009)
- Jesu li mediji igračka političara?
- Populizam vs. demokracija?
- Političko komuniciranje u hrvatskom tisku
- Uloga medija u demokraciji
- Odnosi s javnošću u praksi
- Očuvanje hrvatske kulturne baštine i nacionalnog identiteta te njihov utjecaj na medije
- Diplomatska praksa Republike Hrvatske
- Vizualna reprezentacija Orijenta
- Gospodari medija – prijatna demokraciji
- Politika u doba globalizacije: najizvrsniji put služenja općem dobru
- Doprinos sveučilišta zrelosti i funkcioniranju društveno-političkog života

Program

1. ožujka 2010, ponedjeljak

- 9:30 Tomislavov dom, Sljeme – Prijava sudionika
- 11:00 Otvaranje Škole i pozdravne riječi:
Igor Zidić, predsjednik Matice hrvatske
Zorislav Lukić, glavni tajnik MH
Branko Lovrić, pročelnik Odjela za medije MH
Vlatko Cvrtila, dekan Fakulteta političkih znanosti
Zvonimir Čuljak, voditelj Hrvatskih studija
- 11:30 Predstavljanje sudionika
- 12:00 Kultura, mediji i politika na primjeru MH
Igor Zidić, predsjednik Matice hrvatske
- 16:00 *Sedma sila* protiv novinarske profesije
Igor Kanižaj (Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu)
- 17:00 Upravljanje nacionalnim identitetom i imidžom: percepcija Hrvatske u regiji, Europi i svijetu
Božo Skoko (Fakultet političkih znanosti)
- 21:00 Filmska večer:
Svi predsjednikovi ljudi (All The President's Men),
redatelj Alan Jay Pakula

Prvi modul: **Mediji i društveno-politička stvarnost**

- 8:30 Radni doručak studenata i organizatora
- 10:00 Radionica: Pravno uređenje oplodnje uz medicinsku pomoć – želje i ograničenja
Aleksandra Korać Graovac (Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu)
- 11:30 Pauza
- 11:45 Djeca u projekciji medija
Mila Jelavić, pravobraniteljica za djecu RH
- 14:15 Gospodarstvo u krizi
Damir Zorić (Matica hrvatska/Euroherc osiguranje d.d.)
- 15:00 Kultura i znanost u internetizaciji
Zorislav Lukić, glavni tajnik MH
- 16:00 Istraživanja, izbori, mediji – utjecaj na kreiranje izbornih pobjednika i gubitnika
Vanesa Benković (Media metar)
- 17:15 Pauza
- 17:45 Okrugli stol – Hrvatska politika u medijima
Viktorija Car (FPZ)
Igor Kanižaj (FPZ)
- 20:30 Filmska večer:
Život je more (Mar adentro),
redatelj Alejandro Amenábar

3. ožujka 2010, srijeda

Drugi modul: **Mediji i svjetonazori**

*11:00 Okrugli stol – Svjetonazori u medijima (suorganizatori FPZ – HRT)

Mladenka Šarić, portal *Javno.hr*

Neven Šantić, *Novi list*

Ivan Miklenić, *Glas Koncila*

Moderator: Mislav Togonal (Hrvatska radiotelevizija)

*14:30 Balansiranje između pridobivanja legitimnosti i kompetencija za donošenje odluka: komunikacija vlade u demokratskoj javnosti / Im Spannungsfeld von Legitimationsgewinn und Entscheidungskompetenz: Regierungskommunikation in der demokratischen Öffentlichkeit

Stefan Luft (Institut za politologiju Sveučilišta u Bremenu,
po pozivu Zaklade Konrad Adenauer)

*15.10 Stranke – predizborna kampanja – mediji: Zašto strankama trebaju mediji i zašto ih koriste? / Parteien – Wahlkampf – Medien: Wozu brauchen die Parteien die Medien und wozu nutzen die Medien die Parteien?

Dirk Förger, novinar i medijski stručnjak,
po pozivu Zaklade Konrad Adenauer

*15:50 Rasprava

* mjesto održavanja: Fakultet političkih znanosti, Lepušićeva 6, Zagreb

16:30 Razgledavanje Moderne galerije

18:30 Večer u Matici hrvatskoj

Mate Maras: Komuniciranje sa Shakespeareom

4. ožujka 2010, četvrtak

Treći modul: **Medijska etika**

- 10:00 Etička pitanja političke promidžbe i tendenciozno informiranje
Danijel Labaš (Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu)
- 11:00 Pauza
- 11:15 Potraga za etikom novinarske profesije
Carmen Calvo del Valle (Navarrsko sveučilište, Pamplona)
- 12:00 Mediji i politička komunikacija – pogled s druge strane
Ivo Lovrić (Hina)
- 20:30 Novinarska večer s Antom Gavranovićem
Uvod: Jelena Gazivoda, studentica Komunikološke škole 2009.
Moderator: Igor Kanižaj (FPZ)

5. ožujka 2010, petak

Četvrti modul: **Komunikacijske vještine i medijski jezik**

- 9:00 Standardnojezična norma i mediji
Krešimir Mićanović (Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu)
- 10:00 Kreiranje imidža u javnom nastupanju
Smiljana Leinert Novosel (Fakultet političkih znanosti)
- 11:00 Pauza
- 12:00 Kultura govora i hrvatski jezik
Marko Alerić (Filozofski fakultet)

- 15:00 Radionica: Jezik i stil medija – jezično-stilske vježbe
Lana Hudeček i Milica Mihaljević (Hrvatski institut za jezik i jezikoslovlje)
- 17:00 Personifikacija politike i medija
Marko Ivanišin (Institut za medijske komunikacije, Sveučilište u Mariboru)

6. ožujka 2010, subota

Peti modul: Lobiranje i javni nastupi

- 10:00 Političko lobiranje i njegova vjerodostojnost
Marijan Kostrenčić, pročelnik Odjela za gospodarstvo MH
- 11:00 Pauza
- 11:15 Osnove javnih nastupa
Božo Skoko (FPZ)
- 12:15 Praktična radionica – javni nastupi (I. dio)
Božo Skoko (FPZ)
Igor Kanižaj (FPZ)
Franjo Skoko (Coris Educa)
- 14:30 Praktična radionica – javni nastupi (II. dio)
Božo Skoko (FPZ)
Igor Kanižaj (FPZ)
Franjo Skoko (Coris Educa)
- 19:00 Ljudski resursi u gospodarstvu i politici
Darko Lovrić (Deloitte Consulting, Zürich)
- 21:00 Večernja radionica – Kako ulagati u sebe?
Darko Lovrić (Deloitte Consulting, Zürich)

7. ožujka 2010, nedjelja

Izlet u Lepoglavu i Trakošćan

8. ožujka 2009, ponedjeljak

Šesti modul: **Budućnost medija i demokracije**

9:30 Popularizacija politike: trivijalizacija ili novi demokratski resurs
Marijana Grbeša (Fakultet političkih znanosti)

10:30 Novi mediji i elektronička demokracija
Nenad Prelog (Fakultet političkih znanosti / Sveučilište u Zadru)

11:30 Pauza

12:00 Cyberpolitika
Domagoj Bebić (Fakultet političkih znanosti)

14:00 Budućnost medija i budućnost etike u medijima
Gordana Vilović (Fakultet političkih znanosti)

*17:00 Okrugli stol – Politika na hrvatskim televizijama (suorganizator HS)
Hloverka Novak Srzić, Hrvatska radiotelevizija
Iva Gačić, Nova TV
Ivan Lovreček, RTL

Moderator: Anto Mikić (Hrvatski studiji – HKR)

* mjesto održavanja: Dvorana Zagreb – Hrvatski studiji, Učilišno-znanstveni kampus,
Borongajska 83d, Zagreb

Sedmi modul: Političko javno komuniciranje

10:00 Prikrivena politička kampanja u predsjedničkim izborima (2009)

Boris Beck, *Nacional*

11:00 Jesu li mediji igračka političara?

Branko Hebrang (Hrvatski studiji)

14:00 Populizam vs. demokracija?

Berto Šalaj (Fakultet političkih znanosti)

15:00 Političko komuniciranje u hrvatskom tisku

Jelena Jurišić (Hrvatski studiji)

16:00 Uloga medija u demokraciji

Suzana Žilić Fišer (Institut za medijske komunikacije, Sveučilište u Mariboru)

17:00 Pauza

17:30 Okrugli stol – Odnosi s javnošću u praksi

Sandro Baričević, direktor za odnose s javnošću Coca-Cole
za regiju Alpe-Jadran

Krunoslav Borovec, načelnik Ureda ravnatelja policije

Zlatko Mehun, glasnogovornik Vlade RH

Daria Mateljak Bartulin, Hauska & Partner

Moderator: Božo Skoko (FPZ)

10. ožujka 2010, srijeda

Osmi modul: Mediji i pitanje identiteta

- 9:00 Očuvanje hrvatske kulturne baštine i nacionalnog identiteta
te njihov utjecaj na medije
Akademik Josip Bratulić (Matica hrvatska)
- 10:00 Diplomatska praksa Republike Hrvatske
Gordan Grlić Radman (Ministarstvo vanjskih poslova
i europskih integracija RH)
- 10:45 Pauza
- 11:15 Vizualna reprezentacija Orijenta / Visual representation of the Orient
Petra Cafnik (Institut za medijske komunikacije, Sveučilište u Mariboru)
- 12:00 Gospodari medija – prijetnja demokraciji
Franjo Maletić, Vjesnik
- 13:00 Politika u doba globalizacije: najizvrsniji put služenja općem dobru
Akademik Davorin Rudolf
- 15:00 Doprinos sveučilišta zrelosti i funkcioniranju društveno-političkog života
Aleksa Bjeliš, rektor Sveučilišta u Zagrebu
- 19:00 Zatvaranje Komunikološke škole MH i podjela diploma

Treća generacija polaznika

Komunikološke škole Matice hrvatske

Izvršni odbor Odjela za medije Matice hrvatske odabrao je 12 perspektivnih studentica i studenata završnih godina Studija novinarstva Fakulteta političkih znanosti i Studija komunikologije Hrvatskih studija. Svi studenti pokazali su izrazito visoku motivaciju za sudjelovanje u programu, a odlikuju se i nizom dodatnih znanja i vještina, po čemu se ističu u svojim generacijama.



Danijela Beović (FPZ), studentica je treće godine preddiplomskog studija novinarstva, smjer Odnosi s javnošću. Dvije je godine uzastopce dobila priznanje za najbolju studenticu godine, a proglašena je i studenticom generacije. Sudjelovala je na skupu Regionalna sigurnost i multilateralna suradnja – Republika Hrvatska i Jugoistok Europe u organizaciji FPZ-a i Instituta za istraživanje i razvoj obrambenih sustava Ministarstva Obrane RH. Predana je volonterskom radu među kojim izdvaja sudjelovanje na manifestaciji Festival jednakih mogućnosti 2008. gdje je bila dio organizacijskog tima, a trenutno volontira u Institutu za razvoj i obrazovanje na mjestu asistentice za praćenje javnih politika. Cilj joj je magistrirati Političku komunikaciju.

Odmalena se bavi plesom – od klasičnog baleta do standardnih i latino plesova. Voli rješavanje sudoku i kakura, fotografiju, književnost. Govori engleski, talijanski i španjolski jezik a s posebnim entuzijazmom uči ruski.



Jasmina Černeka (HS), studentica je treće godine komunikologije, smjer radio i televizija. Završila je Govorničku školu, a dobitnica je i pohvalnice grada Buzeta 2005. za iznimne rezultate u učenju, izvannastavnim aktivnostima i vladanju, dok je 2006. sudjelovala u Školi ljudskih prava HHO-a u Varaždinu, te osvojila 4. mjesto na državnom ekološkom kvizu »Lijepa naša« u Tuheljskim Toplicama. Iste je godine osvojila 3. mjesto s dramskom družinom na županijskom susretu »Lidrano« u Puli.

Od srednje škole intenzivno se bavi novinarstvom. Novinarka je lokalnoga tromjesečnika »Buzetski list« i studentskoga časopisa »Oprez!« udruge Komuna na Hrvatskim studijima. Kao igračica Rukometnog kluba Buzet (od 1999. do 2005) osvojila je diplomu »Sportašice godine« (2002), a članica je i Biciklističkoga kluba Buzet. Uz brojne hobije i zanimanja, rekreativno se bavi aerobikom, pleše salsu, pjeva i fotografira. Govori talijanski, njemački i engleski.



Goran Galić (HS), student je treće godine komunikologije i kroatologije, koji se rado druži s riječima i fotografijom. Fotografija »Kažun« koju je snimio 2003. godine u Istri izabrana je za Izložbu Hrvatskog fotosaveza *Kulturna i prirodna baština*, koja je priređena za 27. kongres Međunarodne federacije fotografske umjetnosti u Kini.

U tom razdoblju sudjelovao je u projektu *Kalendar ljudskih prava Agencije lokalne demokracije Sisak* gdje je dobio nagradu Republike Francuske u konkurenciji s udrugama i institucija-

ma iz cijeloga svijeta, te je ekipno osvojio prvo mjesto na debatnom turniru u sklopu projekta *Youth building the path to Europe* 2007. Stipendist je Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa te prima državnu stipendiju, a član je i studentskih udruga – kroatologa *Cassius* i komunikologa *Komuna*, za čije časopise piše. Demonstrator je na kolegiju Hrvatska književnost moderne i postmoderne. Piše poeziju i kratke priče, bavi se novinarskim i publicističkim radom te fotografira.



Hrvoje Jakopović (FPZ), student je prve godine diplomskog studija novinarstva. Poseban interes pokazuje za komunikacijske vještine i bolje razumijevanje medija. Radeći u redakciji Nove TV dobio je priliku pobliže se upoznati s novinarskom strukom te unutarnjom organizacijom televizije. Sudjelovao je u televizijskim radionicama Garya Wortha i Sama Swana gdje je stekao praktično iskustvo u pripremi i snimanju televizijskih priloga.

Na međunarodnom atletskom natjecanju Alpe Adria u Pordeoneu 2000. osvojio je prvo mjesto, a na atletskim prvenstvima Hrvatske 2001. i Zagreba 2005. treće mjesto.

Kao hobije navodi tenis, snimanje i montiranje amaterskih filmova te pisanje bloga.



Matea Lay (HS), studentica je prve godine diplomskoga studija komunikologije, smjer mediji. Na fakultetu je aktivna u udruzi studenata komunikologije »Komuna« i piše za časopis »Oprez!«, a zbog izvrsnih postignuća dobitnica je i državne stipendije. Pohađala je Zimsku školu o europskim integracijama 2009. u organizaciji Ministarstva vanjskih poslova i europskih integracija. Ima diplomu turističkoga pratitelja. Služi se engleskim te uči španjolski jezik.



Vladimir Preselj (HS), student je treće godine komunikologije koji voli pisanje, fotografiranje, film i televiziju. Demonstrator je na kolegijima Osnove komunikologije i Semiotika u masovnom komuniciranju. Aktivno sudjeluje u radu studentske udruge »Komuna«, a 2009. sudjelovao je na Zimskoj školi europskih integracija u organizaciji Ministarstva vanjskih poslova i europskih integracija. Bavi se veslanjem i član je posade osmerca Hrvatskih studija. U slobodno vrijeme bavi se fotografijom i snimanjem video uradaka. Govori engleski jezik.



Anđelka Raguz (FPZ), studentica je prve godine diplomskog studija novinarstva.

Svoj interes pronalazi u odnosima s javnošću, pa je tako tijekom studija aktivno sudjelovala u studentskoj grupi za odnose s javnošću Fakulteta političkih znanosti. Dodatnu praksu s tog područja stekla je u agenciji Millenium promocija. Suradivala je na istraživanju pod naslovom "Odnos mladih u Hrvatskoj danas prema europeizaciji", a posebno se zanima za odnos politike i

medija. Govori engleski i njemački jezik. U slobodno vrijeme bavi se plesom, tenisom i trčanjem. Članica je HUOJ-a i Prijatelja životinja.



Kristina Tomašić (FPZ), na prvoj je godini diplomskog studija novinarstva, na smjeru odnosa s javnošću. Stipendistica je općine Baška. Izabrana je za sportašicu godine otoka Krka 2002. te je primila nagradu srednje škole za osvajanje državnog prvenstva u judu 2005.

Završila je Govorničku školu prof. Škarića gdje je i nagrađena za najbolju reklamu. Sudjelovala je u TV radionici na Hrvatskoj radioteleviziji te raznim konferencijama, poput one u sklopu *Weekend media festivala*. Odradila je praksu u agenciji za komunikacijski menadžment Media val. Polje njenog interesa su odnosi s javnošću i event management. Govori engleski, njemački i talijanski jezik.

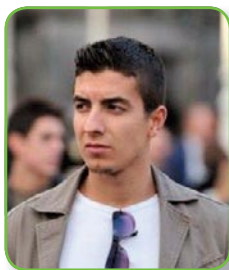
Bavi se oslikavanjem stakla a proizvode prodaje u vlastitoj suvenirnici tijekom ljeta.



Hrvoje Tomić (FPZ), student je prve godine diplomskog studija novinarstva. Demonstrator je u TV studiju FPZ-a te na kolegijima Osnove televizije, Televizijsko novinarstvo, Oblici televizijskog izražavanja i Televizijska redakcija. Dobitnik je stipendije za Školu novih medija na matičnom fakultetu. Sudjelovao je na nizu radionica (*Hard news workshop by Sam Swan*, *Television Workshop by Gary Worth and Hugo Perez*), konferencija

(*Weekend media festival*, Globalna financijska kriza: posljedice za Hrvatsku), okruglih stolova te na analizi izvještavanja dnevnih novina u predizbornoj kampanji za parlamentarne izbore 2003. i 2007.

Radio je na lokalnom radiju u Tomislavgradu kao novinar urednik, a praksu je odradio na Novoj TV. Član je dramske skupine "Frame", svira gitaru i bubnjeve a rekreativno se bavi sportom. Govori engleski i španjolski jezik.



Marko Valentić (HS), student je prve godine diplomskog studija komunikologije. Prediplomski studij završio je među najboljim studentima na godini. Kapetan je i voditelj veslačke sekcije Hrvatskih studija. Niz godina radi kao turistički animator te je šef animacije Makarskog primorja za agenciju Carpe diem. Govori engleski i njemački jezik, a pohađao je i tečaj ruskog jezika. Rekreativno se bavi trčanjem, košarkom i biciklizmom.



Vanesa Varga (HS), studentica je prve godine diplomskoga studija kroatologije (nastavnički smjer) i komunikologije (smjer mediji), a dvije je godine studirala arheologiju i povijest umjetnosti na Sveučilištu u Zadru. Bila je sudionica prve ljetne škole hrvatske kulture u Skradinu 2008, te je aktivna u udruzi studenata kroatologije »Cassius«, gdje radi kao tajnica. Članica je i udruge studenata komunikologije i novinarstva »Komuna«. Studentski je savjetnik na Odjelu kroatologije, voditeljica projekta Književnih večeri Hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu, te demonstratorica kod prof. dr. sc. Vesne Girardi Jurkić i dr. sc.

Diane Vukičević-Samaržija. Izvrsno igra šah, pa je 1999./2000. osvojila drugo mjesto pojedinačnog prvenstva Zagreba u šahu, a 1998. je bila četvrta. Volonterka je u udruzi za terapijsko jahanje »Kрила«. Na Hrvatskoj radioteleviziji honorarno surađuje u emisiji »Navrh jezika«. Govori engleski, talijanski i francuski.



Antonija Vezmarović (FPZ), studentica je prve godine diplomskog studija novinarstva. Među radno iskustvo ubraja rad u Agenciji MPG te izradu brojnih televizijskih priloga na fakultetu. Govori engleski, njemački i talijanski jezik. Administratorica je na forumu Vwclub Croatia, a u slobodno vrijeme bavi se boksom i snowboardingom.

Želja joj je postati izvrsnim novinarom.

Predavači i sudionici

Marko Alerić

Diplomirao na studiju kroatistike Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu 1995. Magistrirao te potom doktorirao na području filologije na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.

U veljači 2001. izabran u zvanje asistenta, a u srpnju 2009. u zvanje višeg asistenta za područje humanističkih znanosti, polje filologija, grana kroatistika, na Odsjeku za kroatistiku.

Kao autor izlaganja sudjelovao na desetak međunarodnih znanstvenih skupova, održao više javnih predavanja, osobito u okviru stručnih aktiva profesora hrvatskoga jezika i književnosti, objavio znanstvene i stručne radova iz područja jezikoslovlja.

Stručni suradnik obrazovnog, znanstvenog i kontakt-programa Hrvatske radio-televizije. Stalni stručni suradnik u emisiji Radio Sljemena *Hrvatski naš svagdašnji*.

Predavanja i seminare održava na Hrvatskim studijima, Učiteljskom fakultetu, Prirodoslovno-matematičkom fakultetu, Katoličkom bogoslovnom fakultetu i Akademiji dramskih umjetnosti Sveučilišta u Zagrebu.

Član Predsjedništva hrvatskoga filološkog društva, član Državnog povjerenstva za uvođenje državne mature u hrvatsko srednje školstvo, član Društva za promicanje novoga znanja (HAZU).

Kultura govora i hrvatski jezik

U okviru izlaganja raspravljat će se o hrvatskom jeziku i hrvatskom standardnom jeziku, o razlikama između govorenog i pisanoga teksta te vrednotama govorenoga jezika, o strukturi govorenog i pisanoga teksta, o pogreškama u govoru (pogreške koje govor čine netečnim; česte formalne, sadržajne, jezične i stilske pogreške) te o uočavanju pogrešaka na primjerima javnih govora.



Sandro Baričević

Diplomirao na Zagrebačkom sveučilištu Filozofiju te Engleski jezik i literaturu. Završio IgBS MBA program *Kelly School of Business* na Ekonomskom institutu u Zagrebu i bio izabran za predsjednika IgBS Alumni grupe. Od 1998. zaposlen u *Coca-Coli*. Trenutno je direktor za odnose s javnošću poslovne jedinice *Coca-Cole* za alpsku regiju i jugoistočnu Europu. Prije toga, četiri godine radio u uredu za odnose s javnošću *Croatia Airlinesa*. U razdoblju od 2000. do 2004. dva puta izabran na funkciju predsjednika Hrvatske udruge za odnose s javnošću (HUOJ), a od 2001. do 2004. bio je i direktor PR ogranka Hrvatskog oglasnog zbora (HOZ). Njegov rad na tržištu jugoistočne Europe usmjeren je ka stvaranju i izvođenju strategije korporativne održivosti, izgradnji reputacije tvrtke, razvoju poslovnog okruženja i regulatornog okvira kao i komunikaciji marketinških programa tvrtke. Aktivno sudjelovao u radu brojnih inicijativa zemalja srednje i jugoistočne Europe s ciljem približavanju standarda poslovanja onima u EU.



Domagoj Bebić

Završio studij novinarstva na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu. Na istom fakultetu radi kao viši asistent. Doktorirao na Filozofskom fakultetu u Zagrebu s temom predizborne kampanje; *Uloga interneta u političkoj komunikaciji i političkom djelovanju u Hrvatskoj: izborne kampanje*.

Područje su njegova interesa novi mediji i njihova uloga u političkim procesima u društvu te posebno međuodnos interneta i demokracije. Kao analitičar novih medija s Fakulteta političkih



znanosti proučavao odnos demokracije i novih medija u okviru projekta *Javnost, elite, mediji i komunikacijska strategija ulaska Hrvatske u EU*.

Vlasnik tvrtke Quintana komunikacije te glavni tajnik INMED-a, instituta za nove medije i demokraciju.

Cyberpolitika

Politika na internetu u Hrvatskoj prateći trendove u svijetu je postala medijski posredovana. Na nacionalnoj sceni dominira tabloidno novinarstvo koje u svojoj biti ima cinički odnos prema politici. Sa druge strane politički igrači, političke stranke i kandidati, pokušavaju logiku medija prenijeti u svoje aktivnosti: rade vizualno primamljiva događanja, aktivnosti su tempirane prema aktivnostima medija. Strategije spina i političkog marketinga zamagljuje sam politički sadržaj i održavaju pažljivo građani imidž sa manjim obzirom na sam program političke aktivnosti. Isto tako, u političkom marketingu se ozbiljno u obzir uzimaju kategorije robnih marki (*branding*) i uokviravanja (*framing*) koje se nameću kao važne za pozicioniranje politike i političara.

Neki autori ističu kako su ovi trendovi krivi za: slab izlazak birača na izbore, pad povjerenja u političke stranke i slične izraze nepovjerenja i slične trendove među građanima. Ali i trendove kao što su zatupljivanje javnosti, loša razina informiranosti, gdje birači nemaju 'pravu' već 'proizvedenu' sliku o političaru /stranci/ i političkom programu te se pretvaraju u skeptične, nezainteresirane i cinične građane.

Predavanje pokriva dio teorije koje smatra kako su upravo mediji ti koji mogu ponovno uspostaviti povjerenje između građana i politike te daje prijedloge u smislu pitanja što donose nove tehnologije u političkom ponašanju građana i njihovog uključenja u političke procese.

Boris Beck

Na Filozofskome fakultetu Sveučilišta u Zagrebu stekao zvanje profesora hrvatskog jezika i književnosti.

Od 2003. radi kao pomoćnik glavne urednice političkog tjednika Nacional gdje objavljuje članke iz područja kulture. Od 1999. do 2003. bio je urednik i kolumnist u dvotjedniku za kulturna i društvena zbivanja Zarez, a od 1997. do 1998. urednik i novinar u dvotjedniku za kulturu Vijenac Matice hrvatske.

Osim u spomenutim listovima, niz članaka o raznim pitanjima medijskog diskurza objavio je u časopisima Europski glasnik, Gordogan, Kolo, Op. a. i Tema. Tekstovi su mu objavljivani i u inozemstvu te preneseni u više zbornika.

Autor je više knjiga eseja i proze te dobitnik nekoliko nagrada kao i šestomjesečne potpore Ministarstva kulture Republike Hrvatske za poticanje književnog stvaralaštva za iznimno vrijedne projekte u području suvremene domaće publicistike.



Prikrivena politička kampanja u predsjedničkim izborima 2009.

Jedan od načina analiziranja uređivačke koncepcije i svjetonazora tiskanog medija jest frekvencija objavljivanja fotografija političara, a ovdje je izvršena kvantitativna analiza učestalosti objavljivanja fotografija predsjedničkih kandidata u *Jutarnjem listu* i *Večernjem listu* tijekom mjesec dana uoči prvog kruga predsjedničkih izbora, odnosno od 25. studenoga do 25. prosinca 2009.

Usporede li se postotci objavljivanja fotografija dolazi se do zaključka da su neki predsjednički kandidati u novinama bili zastupljeniji nego što je za njima vladao interes među biračima, a da su drugi bili manje zastupljeni.

Način pojavljivanja pojedinih kandidata pokazuje da su neki kandidati u oba lista nepovoljno tretirani, što ukazuje na to da su se uređivačke koncepcije preklapale u odnosu na tretman predsjedničkih kandidata – iste su favorizirali i iste ignorirali.

Iznošenjem postotaka pojavljivanja pojedinih kandidata u navedenom razdoblju i navedenim dnevnim novinama, autor će argumentirati svoje teze koje se odnose na utemeljenost tvrdnji da su neki kandidati favorizirani, a ostali ignorirani i na koji način to doprinosi ili šteti kampanji kandidata na predsjedničkim izborima.

Vanesa Benković

Završila Katolički bogoslovni fakultet (profesor glazbe), magistrirala Menadžment u zdravstvu na Medicinskom fakultetu, trenutno radi doktorsku disertaciju iz područja sociologije (Filozofski fakultet) i završava *European School of Health Economics*.

Trenutno je konzultant Hrvatskog društva za farmakoekonomiku i ekonomiku zdravstva, te direktorica kompanije za istraživanje tržišta.

Posjeduje značajno iskustvo na medijskom tržištu: tijekom svoje profesionalne karijere radila je kao glazbeni urednik i producent, kao voditelj marketinga i promocije u *Discovery filmu*, napisala i producirala niz radio i televizijskih spotova, bavila se *event menadžmentom*, izradom i implementacijom web stranica i DVD produkcijom kroz vlastitu marketinšku kompaniju.

Dvije godine provela je radeći u Dekanatu Medicinskog fakulteta kao PR i koordinator poslijediplomskog studija. U *Europapress holdingu* bila je Predsjednica Uprave *Metropolisa*, izdavača *Metro Expressa*, te je radila kao medijski konzultant za agenciju *Accent* i *Metro International*.

Kao predavač, održava niz predavanja o istraživanju tržišta, marketingu, upravljanju zadovoljstvom potrošača, fenomenom i poslovnim modelima besplatnih novina, konkurentskoj korporativnoj marketinškoj strategiji, te informatičkom marketingu na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, MBA Zagreb, FOI Varaždin, ZSEM. Osim medija intenzivno se bavi i publicira na području ekonomike zdravstva i farmakoeonomike, drži predavanja na doktorskom studiju Prav-



nog fakulteta, Visokom Zdravstvenom Učilištu, te je predavač na tečajevima farmakoekonomike RIF-a.

Istraživanja, izbori, mediji – utjecaj na kreiranje izbornih pobjednika i gubitnika

Od svih primijenjenih društvenih istraživanja, ispitivanja predizbornog raspoloženja i preferencija biračkog tijela pred parlamentarne, predsjedničke ili lokalne izbore, spadaju u najsloženija, najdelikatnija i najnezahvalnija istraživanja. Lokalni izbori u tome prednjače.

Ankete su *uvijek prikaz trenutnog raspoloženja* birača, bez obzira na konstrukciju pitanja: »Za koga ćete glasovati na predstojećim lokalnim izborima?« ili

»Da su danas izbori, za koga biste glasovali?«.

Složenost ispitivanja izbornih preferencija očituje se u prikupljanju i selekcioniranju podataka o stanovništvu za *konstruiranje uzorka* prema izbornim jedinicama odnosno gradovima i općinama u kojima se biraju gradska i općinska vijeća te članovi za županijsku skupštinu. Osim reprezentativnosti uzorka prema spolu, dobi, obrazovanju i teritorijalnoj pripadnosti, istraživač mora odrediti i veličinu uzorka, dakle ukupan broj ispitanika u svim gradovima i općinama gdje će se provoditi ispitivanje.

Još treba spomenuti činjenicu da je u svim predizbornim anketama *uvijek zabilježen veći udio onih koji izjavljuju da će izaći* na izbore od udjela birača koji su glasovali na izborima. No, naručitelji istraživačkih projekata na sve to uglavnom ne obraćaju pozornost. Nakon izbora, oni se ponašaju poput ostalih *samozvanih analitičara* i uspoređuju postotke iz anketa s postocima koje su političke stranke ostvarile nakon izbora i prema njihovu podudaranju vrednuju istraživanja. Pritom zanemaruju metodologijske napomene istraživača i njihov stručan način tumačenja prikupljenih podataka.

Što je s nevažecim glasovima, mogućim manipulacijama s glasačkim listićima, neažuriranim i netočnim popisima birača prema kojima redovito ima znatno više birača od registriranog punoljetnog stanovništva?

U svakom slučaju, rezultati glasanja nakon izbora uspoređuju se s rezultatima anketa provedenim mjesec ili u najboljem scenariju za istraživača, 5-7 dana prije izbora. Stoga su ove ankete i najnezahvalnija vrsta istraživanja. Uglavnom na nestručan način pokušava se provjeriti njihova točnost u predviđanju ishoda izbora.

Osim toga mediji su vrlo skloni površnoj interpretaciji i banalizaciji rezultata istraživanja.

Izlaganje će se baviti najčešćim greškama, lošim i dobrim primjerima izvještavanja i interpretaciji rezultata izbornih istraživanja. Cilj izlaganja je detaljnije upoznati polaznike s tipovima izbornih istraživanja, njihovim ograničenjima i svrhama, te načinima njihove interpretacije i prepoznavanju istih u medijima.

Aleksa Bjeliš

Diplomirao na Prirodoslovno-matematičkom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu gdje je magistrirao i doktorirao iz područja fizike.

Radio je na Institutu za fiziku Sveučilišta u Zagrebu kao asistent, znanstveni asistent, znanstveni suradnik te pročelnik Odjela za teorijsku fiziku, predsjednik Znanstvenog vijeća, te vršitelj dužnosti ravnatelja Instituta.

Na Prirodoslovno-matematičkom fakultetu zaposlio se na mjesto docenta nakon čega je izabran u zvanje izvanrednog profesora te je izabran u trajno zvanje redovitog profesora. Bio je prodekan, a od 2000. do 2002. dekan Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.

Obnašao je dužnost prorektora za znanost i razvoj Sveučilišta u Zagrebu, a godine 2006. izabran je za rektora Sveučilišta u Zagrebu koju dužnost i danas obnaša.

Do sada je objavio oko 70 znanstvenih radova, pretežito u međunarodnim otvorenim časopisima. Bio je pozvani predavač na petnaestak međunarodnih konferencija, radionica i škola te



sudjelovao na više od dvadeset međunarodnih skupova. U dvadesetak navrata bio je gostujući znanstvenik ili profesor na pojedinim sveučilištima u Francuskoj, SAD-u, Kanadi, Italiji, Švicarskoj i Mađarskoj. Bio je mentor za šest doktorskih disertacija (od kojih su tri dovršene) i četiri dovršena magistarska rada. Recenzent je za više vodećih svjetskih časopisa u području fizike.

Član je Europskog fizičkog društva i Hrvatskog fizičkog društva. Član je radne skupine za pripremu pregovora u poglavlju 26. – pravne stečevine Europske unije – Obrazovanje i kultura, imenovane 13. listopada 2005.

Krunoslav Borovec

Diplomirao na Edukacijsko-rehabilitacijskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu i stekao zvanje diplomirani defektolog – socijalni pedagog. Na istom je fakultetu obranio doktorat.

Kao načelnik Ureda ravnatelja policije bavio se odnosima s javnošću, međunarodnom policijskom suradnjom, razvojem i unapređenjem policije te kontrolom kvalitete rada policije. Nakon toga je načelnik odjela za odnose s javnošću, međunarodnu policijsku suradnju i izvještajnu analitiku.

Zaposlen je kao načelnik Ureda načelnika Policijske uprave zagrebačke gdje su mu zaduženja odnosi s javnošću, unutarnja policijska kontrola te policijska analitika.

Tijekom četiri studijska posjeta Njemačkoj i dva seminara u Hrvatskoj educirao se u području kriminalističke prevencije.

Autor je projekta »Informacijski centar za prevenciju kaznenih djela«. Bio je član istraživačke skupine na projektu »Žene i djeca kao žrtve nasilja, maloljetnička delikvencija«
Godine 2009. dodijeljen mu je *GrandPrix* za komunikatora godine.



Odnosi s javnošću u praksi: Policija i mediji

U državama s dugogodišnjom demokratskom tradicijom jedna od temeljnih značajki djelovanja policije je javnost rada. Upravo zbog tog razloga, a svjesni uloge i značenja odnosa s javnošću, i u ovom segmentu rada moramo planirati odgovarajuće promjene. Bez bitnih pomaka u kvaliteti komunikacije i promjeni stila komuniciranja policijskih službenika s građanima, nećemo moći ostvariti željene ciljeve u procesu transformacije, budući da u vremenu u kojem živimo mediji dominantno utječu na kreiranje javnog mnijenja.

Jedna od definicija odnosa s javnošću kaže da je to proces kojim se čovjek služi da bi utjecao na javno mnijenje. Da bi se utjecalo na javno mnijenje, tj. da bi se ljudi potaknuli da rade ono što se od njih traži, postoje tri osnovna načina: moć (sila, autoritet), zaštita (pomaganje u ugroženosti) i uvjeravanje (persuazija). Promotrimo li s te strane odnose policije s javnošću, jasno je da policija u svojem radu može koristiti prva dva načina, dok za treći treba pomoć medija.

Stoga je jedan od osnovnih ciljeva policije stvaranje modela djelovanja u odnosima s javnošću koji će omogućiti znatno unapređenje suradnje i stvaranje partnerskih odnosa između medija i policije. Suradjujući s medijima policija će prezentirati svoj rad onakvim kakav jest, demistificirati ga i učiniti bliskim i pristupačnim medijima i građanima.

Na isti se način, razvijanjem kvalitetnog odnosa s javnošću, želi otkloniti negativno nasljeđe i posljedice djelovanja policije u autoritarnom režimu u prošlosti, kao i prikazati stvarne i konkretne pozitivne promjene iz života i rada policije kojima se dokazuje proces promjena.

Da bi se to uspjelo potrebno je stalno i kvalitetno osposobljavati i usavršavati policijski menadžment i sve policijske službenike koji sudjeluju u poslovima odnosa s javnošću. Potrebno je poznavati bitne karakteristike i pravila pojedinih medija, ali i pravila ponašanja u i s medijima.

Josip Bratulić

Na Filozofskom fakultetu u Zagrebu završio studij hrvatskoga jezika i književnosti i komparativne književnosti. Na istom fakultetu magistrirao i doktorirao. Nakon završetka studija radio u Staroslavenskom institutu Svetozar Rittig. Na Filozofski fakultet prešao 1977, gdje je redoviti profesor na Katedri za stariju hrvatsku književnost. Dekan istog fakulteta u ratnom razdoblju.

Bavi se proučavanjem hrvatske književnosti, posebice starijih razdoblja, kao i studijem srednjovjekovnih slavenskih književnosti, pa je iz toga znanstvenog područja objavio niz rasprava i pojedinačnih knjiga. Uz monografiju o Istarskom razvodu (1978) objavio kritičko izdanje toga dragocjena hrvatskog spomenika srednjovjekovne Istre, koje je dosad doživjelo tri izdanja. Izdao i kritičko izdanje Vinodolskog zakona, kao i nekoliko vrlo važnih pretisaka starih hrvatskih knjiga poprativši ih pogovorima i tumačenjima.

Sudjelovao na brojnim velikim kulturološkim projektima: Pisana riječ u Hrvatskoj, Dva tisućljeća pisane riječi u Istri, Hrvatski narodni preporod, Pavlini u Hrvatskoj, Hrvati i kršćanstvo – kultura i umjetnost (Vatikan). Bio u brojnim organizacijskim ili znanstvenim odborima skupova koje je organizirala Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti (o Istarskom razvodu, o Matiji Vlačiću Iliriku, o Franji Glaviniću, o Šimunu Kožičiću – Benji). Član brojnih uredništava časopisa i biblioteka. Za seriju *Istra kroz stoljeća* priredio desetak knjiga. Autor brojnih scenarija za obrazovni program Hrvatske radiotelevizije.

U Razred za filološke znanosti Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti izabran je za člana suradnika prvi put 1988, a po drugi put 1998. Za člana HAZU izabran je na Glavnoj skupštini u svibnju 2000.

Predsjednik je Matice hrvatske od 1996. do 2002.

S profesorom Želimirom Janešom ostvario je jedinstveno spomen-obilježje *Aleju glagoljaša Roč-Hum*, za koju je napisao i vodič (dva izdanja).



Petra Cafnik

Assistant at the Institute of Media Communication, Faculty of Electrical Engineering and Computer Science, University of Maribor. She collaborates in courses such as Art and Media, Critical Thinking and Expression, and Intercultural Communication.

She completed Media Communication studies at University of Maribor in 2007. In 2008-2009 she worked on research considering the problem of veiling in Turkey and Europe at Gazi University in Ankara. She is finishing her master degree at Slovenian Academy of Science and Art. In her work she is trying to explain the problem of veiling, its political and historical importance, in a discourse of psychoanalysis. Her previous work concentrated on visual representation of the Other.

Her interests include topics such as media, identity, history, globalization, intercultural communication, and nationalism.



Visual representation of the Orient

Orientalism is fundamentally a political doctrine willed over the Orient, because the Orient was weaker than the West. And its still, in contemporary world, orientalism, that is shaping our thoughts, ideas, images and representations about the Other, especially if the other comes from the East.

We will show that the way Muslims are represented in the media nowadays did not change for centuries. The Mohammed cartoons, published in a Danish newspaper Jyllands-Posten on September 30th 2005 are just an example of an orientalistically shaped visual representation. As we will prove, with the help of other visual forms representing Muslim in Europe (graphics, drawings and paintings), dating from 15th till 19th century, the representation of Muslim men stayed faithful to the orientalist tradition, but the representation of women changed. This is not

making it any less orientalist, since, as we will see, its only intention is to fortify the negative representation of oriental men.

We also have to ask ourselves, why the visual representation of the Orient is orientalist as it is and why it is not changing. What is the reason for the proven latency of the orientalism?

Carmen Calvo del Valle

Završila novinarstvo i odnose s javnošću na Komunikološkom fakultetu Sveučilišta Navarra u Španjolskoj. Poslijediplomski studij Filozofije i društvenih znanosti završila na Međunarodnom institutu Villa Balestra u Rimu nakon čega u Zagrebu na Filozofskom fakultetu završava tečaj Croaticum za hrvatski jezik i kulturu.

Sudjelovala je na brojnim tečajevima i seminarima kao što su: Tečaj praktičnih slučajeva iz upravljanja kompanijama, IESE i Sveučilište Navarra; Tečaj iz Audiovizualnog marketinga (organizirala Školu za vizualne umjetnosti u Madridu), Santiago de Compostela; Tečaj iz Audiovizualnog govora kojeg je vodio Federico García Serrano, izvršni producent Španjolske radio-televizije, Madrid; Dani protokola (*Jornadas de Protocolo*), Sveučilište Navarra: ciklus konferencija u vezi protokola u firmama i organiziranja događaja; Tečaj praktičnih slučajeva iz upravljanja kompanijama, IESE i Sveučilište Navarra; Séminaire sur le programme du Service Volontaire Européen, Bruxelles.

Radila je u Centru za informatičku tehnologiju Sveučilišta Navarre, u Kulturnoj udruzi Mirasierra (Asociación cultural de Mirasierra), gdje je bila zadužena za funkcioniranje udruge i organizaciju aktivnosti za mlade, te u Međunarodnom institutu Villa Balestra u Rimu gdje je radila u upravi na organizaciji događanja i kulturnih aktivnosti;

Zaposlena je u Studentskom domu Harmica kao ravnateljica.



Potruga za etikom novinarske profesije

Neke misli koje pomažu u razumijevanju uloge etike u novinarstvu:

Odgovornost koju ima novinar prema društvu jer je on ponekad »ogledalo« stvarnosti, a ponekad ju i stvara.

Pluralizam i multikulturalizam ne znače isto što i moralni relativizam: kompatibilnost s istinom i pluralizmom.

Pravila koja postoje u svim profesijama (*Codigos de conducta*): u području komunikacija ovi su standardi profesionalnog ponašanja usko povezani s etičkom dimenzijom.

Tehnička savršenost u obavljanju posla ne jamči humanu kvalitetu posla.

»Smisao« i »sadržaj« profesionalne etike.

Mogućnost postizanja objektivnosti u slučaju kada su mediji posrednici.

Realna poteškoća: u našem vremenu se ne poznaje istina o čovjeku (bez obzira na kulturološke razlike).

Tradicija i kultura nisu dovoljne da bi odredile moralno dobro u životu čovjeka.

Ima smisla razgovarati o etici samo onda kada budemo svjesni toga da stvarnost ima svoj smisao kojeg trebamo priznati. Jedini jamac toga da će se netko etički ponašati u profesionalnom životu je da osobno traži istinu, da je odlučio činiti dobro, da njegova razboritost vodi tomu da se istinu ostavi pravednost.

Etika se ne rađa u izvanjskim normama. Zapravo one ju podrazumijevaju. Norme su samo smjernice koje zahtijevaju predanost činjenju dobra. Zahtijeva nutarnju predanost tomu da se shvati krajnji smisao naših čina. Ujedinjena je s ulogom u društvu koju profesionalni novinari imaju.

Novinar nije zabavljač nego intelektualac.

Mediji nemaju svoj vlastiti život nego im život daju ljudi koji rade u njima.

Potreba da se napusti paradigma objektivnosti da bi se »ušlo« u paradigmu prilagodbe stvarnosti.

Opasnost od manipuliranja medijima: novinari mogu postati žrtve predrasuda i političkih manipulacija zbog neznanja. Legitimno je zahtijevati da se novinar svaki puta kada uređuje vijest preispita ponavlja li neki stereotip; da preispituje svoje vlastite ideje i traži istinu.

Novinar treba znati promatrati bez predrasuda i biti refleksivan da bi sukobe u društvu mogao kritički promatrati (antiteza pasivnom primanju ideja ili predrasuda interesnih skupina).

Ako novinarstvo želi biti efikasno treba biti odgovorno i uključeno u razumijevanje i susret različitih kultura. Poboljšanje u komunikaciji vodi k razumijevanju i miru.

Odgovorno novinarstvo: više pažnje daje širenju informacija koje su u skladu sa stvarnošću nego širenju spektakularnih vijesti.

Uz zadaću formiranja kvalitetnih novinara nalazi se i zadaća formiranja građana – da se u njima razvije strast prema istini i slobodi uz kritički, aktivni duh te zalaganje. Da znaju prirodu medija i ograničenja istih.

Potaknuti građanski humanizam (koji potiče društvene kreposti) kako bi se kvalitativno razvijala društvena dinamika.

Pluralizam, sloboda izražavanja i potraga za istinom su vrijednosti koje nadilaze ograničenja i razlike.

Dijalog zahtijeva razum, potragu za istinom i reviziju argumenata. U odgovornom društvu zahtijeva se odgovorno novinarstvo.

Viktorija Car



Diplomirala je novinarstvo 2000. na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, a na istom je 2005. obranila magistarski rad. Doktorirala je 2009. iz područja komunikologije na Fakultetu društvenih znanosti Sveučilišta u Ljubljani, a tijekom doktorskog studija usavršavala se na Sveučilištu u Lundu, u Švedskoj, na odjelu Media and Communications Studies.

Viša je asistentica na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu gdje predaje na studiju novinarstva. Njezin znanstveni i istraživački interes usmjeren je na medije, javni medijski servis, naracije u medijskom tekstu, a posebno na televiziju kao medij, od njezina nastanka i razvoja do projekcija buduće transformacije unutar konvergiranoj medijskog okruženja.

Objavila je više znanstvenih radova, a svoje je radove i rezultate znanstvenih istraživanja izlagala na nekoliko međunarodnih i domaćih znanstvenih konferencija.

Kao novinarka i scenaristica radila je u Obrazovnom programu Hrvatske televizije, u odnosima s javnošću izdavačke kuće Školska knjiga, bila je ravnateljica Hrvatskog društva likovnih umjetnika te koordinatorica CARDS projekta Europske komisije *Radio-Television Student* ostvarenog na FPZG-u.

Hrvatska politika u medijima: Politika i političari u televizijskim vijestima

U modernoj politici mediji su neizostavni u procesu komuniciranja s javnošću. Političari su uglavnom svjesni činjenice da je medijska pažnja krucijalna za njihov izborni uspjeh i buduću karijeru. Stoga je biti u vijestima pitanje političkog »života ili smrti«.

Cilj predavanja je sudionicima predstaviti rezultate istraživanja koje je autorica provela na slučajnom i stratificiranom uzorku središnjih informativnih emisija, i to HTV-a za razdoblje od 1991. do 2009., a za NovuTV i RTL za razdoblje od 2005. do 2009.. Rezultati analize sadržaja

pokazuju da je novinarski diskurs izvještavanja u zavisnosti od složenog društveno-političkog i ekonomskog konteksta u kojem se Hrvatska u određenom razdoblju nalazila i nalazi. Na selekciju vijesti utječu također i uređivački trendovi, koji su od 2005. pod sve snažnijim utjecajem komercijalnih televizija i opće popularizacije vijesti. Stoga i ne čudi aktualni trend da su političke teme zamijenjene crnom kronikom i *infotainmentom*. Mjesto glavnih junaka televizijskih vijesti preuzimaju građani – slučajni prolaznici, slučajni svjedoci nekog događaja, običan čovjek na čiji život itekako utječu političke odluke, izmjene zakona, gospodarske politike, tehnološke inovacije, globalni trendovi itd.

Dirk Förger

Maturirao 1979. na Johannesgymnasiumu u Lahnsteinu. Godine 1988. u Mainzu završava studij biologije s diplomskim radom iz biogenetike, 1993. u Münchenu doktorira medicinsku genetiku.

Autor niza članaka i priloga u raznim medijima, urednik i korespondent na radiju i televiziji (ARD, SWF), časopisima (Die Welt i drugi), dnevnim novinama, godinu dana glavni urednik medicinskog časopisa TZ Gesundheitsm@gazin. Obnašao dužnosti ravnatelja za komunikaciju u farmaceutskoj tvrtki Bristol-Myers Squibb, glasnogovornika njemačkog energetskog udruženja te član brojnih radnih skupina i odbora iz područja medicine, etike i biotehnike.

Voditelj i sudionik brojnih seminara iz područja biotehnike i genske tehnike, medijske politike, novinarstva i odnosa s javnošću.

Od 2006. zaposlen u Zakladi Konrad Adenauer u sklopu programa za medije jugoistočne Europe.



Ante Gavranović

Sudirao na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.

Radni vijek proveo u *Privrednom vjesniku* kao novinar, urednik, glavni urednik i direktor novinsko izdavačke kuće.

Bio je član Upravnog odbora *Končar-elektroindustrija d.d.*, predsjednik Uprave *Horizont pressa* te predsjednik Uprave *Grupe Privredni vjesnik* i direktor nakladničke kuće *Binoza Press* te glavni urednik časopisa *Končarevac*. Tijekom radnog vijeka bio je predsjednik Hrvatskog novinarskog društva, prvi predsjednik Udruge novinskih izdavača u HUP-u, predsjedavajući Udruge novinara srednje Europe u okviru Europske udruge novinara, član Središnjeg odbora i potpredsjednik Skupštine Hrvatskog pokreta za Europu, jedan od osnivača i član Predsjedništva Zavičajnog kluba Imočana u Zagrebu, jedan od osnivača Hrvatskog Helsinškog odbora, predsjednik Skupštine Međunarodnog centra za obrazovanje novinara *ICEJ*. Predsjednik je Upravnog vijeća učilišta za odrasle *ProEduca*.



Marijana Grbeša

Diplomirala je na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu, a doktorirala na Fakultetu za društvene vede, Univerziteta u Ljubljani.

Bila je predstavnica Hrvatske u *Scientific Advisory Boardu* projekta *European Social Survey* Europske zaklade za znanost te članica pregovaračke skupine za pristupanje Hrvatske Europskoj Uniji, Radna skupina za poglavlje 25: Znanost i istraživanje.



Predavač je na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu gdje predaje *Političku komunikaciju, Politički marketing, Masovne medije i publike, Metode istraživanja medijskog teksta*.

Iz područja političke komunikacije usavršavala se na University of Tennessee, Knoxville u Sjedinjenim državama. Školu političke kampanje, internet i demokracija pohađala je na ljetnoj školi Amsterdam Maastricht University.

Sudjelovala je u brojnim znanstvenim projektima Republike Hrvatske koji se tiču javnosti, komunikacije, društva, komparativne politike te medija i komunikacijske strategije pristupanja Europskoj Uniji.

Članica je Vijeća GONG-a.

Gordan Grlić Radman

Završio studij agroekonomije na Agronomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu te studij menadžmenta u Institutu für Kaderschulung u Bernu, Švicarska. Poslijediplomski magistarski studij te doktorat završio na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.

Radio kao tajnik i savjetnik u Veleposlanstvu Republike Hrvatske u Bernu te u Veleposlanstvu Republike Hrvatske u Sofiji. Bio je zamjenik veleposlanika u hrvatskom veleposlanstvu u Budimpešti.

Kao opunomoćeni ministar radio je kao načelnik Odjela za kadrovske poslove u Ministarstvu vanjskih poslova te kao državni tajnik u Ministarstvu vanjskih poslova.

Bio je načelnik Odjela za Srednju Europu u I. Političkoj bilateralni – Upravi za EU, NATO i zemlje članice. Stalni je predstavnik Republike Hrvatske u Dunavskoj komisiji u Budimpešti.

Sudjelovao je na brojnim konferencijama i održao predavanja u zemlji i inozemstvu.



Diplomatska praksa Republike Hrvatske

Međunarodnim priznanjem Republike Hrvatske, 15. siječnja 1992., stvoren je i (pravni) legitimitet za uspostavljanje službe vanjskih poslova, iako je njen nastanak *de facto* vezan za prve višestranačke demokratske izbore 1990., budući da je institucionalni razvojni put tekao usporedno s procesom raspada bivše državne zajednice. Institucionalizacijom službe vanjskih poslova (ustrojstveno, personalno, komunikacijski, funkcionalno), sukladno iskustvima suvremene diplomacije i uobičajene međunarodne prakse zapadnoeuropskih zemalja, nastojalo se konceptijski prilagoditi novim međunarodnopolitičkim okolnostima, budući da je čin priznanja i državni kredibilitet trebalo i u praksi dokazati.

U jednom takvom dinamičnom i zahtjevnom integracijskom procesu trebalo je afirmirati hrvatske političke, kulturne i gospodarske vrijednosti, čime bi RH postala dokazani i vjerodostojni partner u međunarodnoj zajednici.

Usprkos nezavidnom položaju, Hrvatska je, zahvaljujući, u prvom redu entuzijazmu i zrelosti tadašnje vladajuće političke elite, uspjela uspostaviti institucionalne poluge diplomatskog predstavljanja. Ulaskom u NATO, u travnju 2009., kao i očekujući skorašnje članstvo u EU, Republika Hrvatska ostvarit će svoje najvažnije vanjskopolitičke ciljeve.

S oko 1300 zaposlenih i ukupnom bilancom od 81 diplomatskih misija i konzularnih ureda, te novim propisima službeničkog zakonodavstva, hrvatska služba vanjskih poslova ulazi u završno razdoblje profesionalizacije. Iako je služba prolazila kroz dobra i loša vremena, impresivna vanjskopolitička afirmacija RH na međunarodnoj sceni nadilazi i kompenzira sve one slabosti unutarnje strukture koje su imanentne svakoj zemlji u tranziciji. Donošenjem novoga zakona o vanjskim poslovima (koji je u pripremi) i ostalih normativnih akata, kao i funkcionalnom preobrazbom interne strukture, postići će se dugoočekivana ustrojstvena stabilnost.

Branko Hebrang

Završio je ekonomski fakultet, magistrirao na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu i doktorirao informacijske i komunikacijske znanosti na zagrebačkom Filozofskom fakultetu.

Savjetnik je u *Hini*, utemeljio je i predaje *Teorije i sustavi agencijskog komuniciranja* na Hrvatskim studijima Sveučilišta u Zagrebu te *Osnove teorije promidžbe* i *Istraživanje poslovnih obavijesti* na zagrebačkoj Visokoj školi za odnose s javnošću i studij medija *Kairos*. Proučava funkcioniranje medija, navlastito informacijskih agencija, suvremenu medijsku praksu i medijsku pismenost – kognitivni diskurs. Uže područje istraživanja usredotočio je na upravljanje javnim znanjem, navlastito na nadmoć političko-promidžbene medijske paradigme u interpretaciji stvarnosti i refleksiju na društveni i individualni integritet.

Autor je više projekata u medijskoj sferi, stručnih i znanstvenih radova te dvije knjige s područja informacijskih i komunikacijskih znanosti i politekonomike, publicističkih radova, koautor je scenarija dokumentarne televizijske serije. Suradnik je na dva znanstvena projekta.



Jesu li mediji igračka političara?

Suvremeni masovni mediji kao komunikacijski mehanizam efikasan su i neizbježan moderator političkih društava. Složeni odnos političara, novinara i drugih komunikatora u medijskoj areni obilježava sukob i suradnja, oduševljenje i ideološka omraženost, često i neprirodna simbioza u funkciji informiranja, kritike i kontrole, nadzora, socijalizacije, integracije, promicanja ideja. Sve ove funkcije trebala bi povezati društvena odgovornost medija i odgovornost za stvaranje javnoga znanja. Kada prevladaju interesi izvan konteksta općega dobra i predstavnici politike i predstavnici medija spremni su poigrati se komunikacijskim metodama pod okriljem odnosa s javnošću koje zamagljuju i/ili ubijaju istinu.

Razmotrit ćemo problem određivanja društvene odgovornosti medija, status novinara i prevladavajući komunikacijski diskurs u suvremenim masovnim medijima, područje informativnog sadržaja/poruka.

Društvena odgovornost medija u korelaciji je i uzročnosti s komunikacijskim namjerama medijskih poruka, njihovim utjecajem na stvaranje i upravljanje javnim znanjem. Takva odgovornost može se utvrditi se na dvije razine. Prvoj, opće prihvaćenoj, kao sustav međunarodnih i nacionalnih pravnih pravila koja se uz moral i kulturu društva tiču medijske sfere i drugoj, nedovoljno razvijenoj, kao konceptualni okvir funkcija masovnih medija koji se tiče područja samoregulacije. Na potrebu jačanja medijske etike prvi je puta upozoreno u američkom konceptu društvene odgovornosti medija još prije šest desetljeća, a kako hrvatska medijska sfera nema takve cjelovite koncepcije preuzeli smo kao poželjni okvir američke smjernice.

Funkcije medija interakcija su nakladničke i uređivačke politike koju autonomno utvrđuje vlasnik, a ostvaruje nakladnik u složenim medijskim sustavima. U stvaranju medijskog sadržaja trebala bi dominirati sfera novinarstva, ali tako da se ne ugrozi poduzetnička politika koja je odgovorna za ekonomiku poslovanja. U mnoge novinarske kodekse ugrađene su etičke vrijednosti kao smjernice za prilagođavanje medijskih sadržaja potrebama klijenata, ali novinarska struka nije se uspjela dovoljno profesionalizirati da bi bila sposobna ublažiti agresivne političko-tržišne utjecaje. Na ozbiljnost procesa služenja masovnih medija ponajviše carstvu tržišta upozoreni su političari u izjavi na godišnjoj konferenciji Europske novinarske udruge 2009.: »Više nije sigurno da se medijski pluralizam može održati. Privatni sektor više ne može jamčiti pružanje ključnih informacija za očuvanje i pospešivanje demokracije u Europi«.

Poziv političarima a ne novinarskoj struci odvraća od prepoznavanja stvarnosti u medijskoj sferi jer se pozornost usmjerava na vanjske čimbenike (politiku) a ne na unutarnje, strukovne. Novinarska struka takao je zanemarila da su od polovice prošloga stoljeća u medijskim informativnim programima prevladale medijske objave u diskursu informacijsko-komunikacijskog procesa uvjeravanja s prevladavajućim značajkama promidžbe, odnosno odnosa s javnošću. Naša pozornost bit će usredotočena na ono što je zajedničko sveopćim načinima oblikovanja poruka za uvjeravanje, metodama koje se poigravaju sa semantičkim vrijednostima pronesenim u javnim medijima i pragmatičnom dimenzijom uporabe znakova s namjerom da u korisnika mogu po-

taknuti pristajanje i usvajanje ili odbijanje elemenata obavijesti kao svoga znanja koje će im služiti za vjerovanje, percepciju, odlučivanje i akciju. Opisat ćemo sedam temeljnih metoda uvjeravanja, a na primjerima ćemo pokazati neke manipulacije semantičkim vrijednostima medijskih objava. Objasnit ćemo neke procese u medijskoj sferi i odgovoriti na pitanje zašto novinarima prijeti veća opasnost od politika nego od njihove nekompetencije?

Lana Hudeček i Milica Mihaljević

Lana Hudeček

Diplomirala na Filozofskome fakultetu u Zagrebu 1986. kada započinje raditi kao pripravnik u Zavodu za jezik Instituta za filologiju i folkloristiku. Magistrirala 1994., a doktorirala 2003. Područje njezinog interesa su: suvremena jezična norma, leksikologija, leksikografija, terminologija te povijest jezika.

Autorica je brojnih radova s tih područja. Sudjelovala na znanstvenim skupovima, okruglim stolovima, stručnim tribinama i u radijskim emisijama. Svojim predavanjima sudjelovala na doktorske studiju kroatistike na Filozofskome fakultetu u Zagrebu.

Na Hrvatskim studijima predaje *Jezično-stilske vježbe* studentima komunikologije.

Zaposlena je kao znanstvena savjetnica u Institutu za hrvatski jezik i jezikoslovlje u Zagrebu.



Milica Mihaljević

Diplomirala je engleski jezik, opću lingvistiku i fonetiku. Doktorirala je s kroatističkom temom *Lingvistička analiza računalnog nazivlja*, a prelaskom u Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje svoj je daljnji znanstveni rad definitivno usmjerila na kroatističko područje.

Posebno se bavi područjem terminologije te leksikologije i leksikografije kao i jezičnim dodirima (hrvatski i engleski). Leksikologiju i leksikografija predavala je i na Učiteljskoj akademiji u Zagrebu. Sudjelovala je na brojnim znanstvenim skupovima u Hrvatskoj i u inozemstvu (Debrečin, Budimpešta, Boca Raton), stručnim tribinama, radijskim i televizijskim emisijama.

Voditeljica je projekta *Hrvatsko strukovno nazivlje – projekt koordinacije*.

Zaposlena je na Institutu za hrvatski jezik i jezikoslovlje u Zagrebu.

Jezik i stil medija – jezično-stilske vježbe

Masovni mediji imaju velik utjecaj i na jezičnu kulturu svakoga pojedinca i to ne samo specijaliziranim emisijama kao što su *Govorimo hrvatski*, *Hrvatski u zrcalu*, *Jezikomjer*, *Navrh jezika* itd. Mnogo je veći utjecaj svakoga pojedinog novinara, voditelja i spikera koji se pojavi u kojoj gledanijoj emisiji.

Na radionici će predavačice dati kratak uvod te odrediti jezik medija kakav jest i kakav bi trebao biti te uputiti na temeljne jezične priručnike i udžbenike kojima bi se novinari trebali služiti. Posebna će se pozornost posvetiti onim žanrovima koji bi se trebali strože pridržavati norme. Nakon toga pozornost će se posvetiti najčešćim jezičnim pogreškama koje se susreću u medijima. Posebna će se pozornost posvetiti praktičnome radu. Predavačice su prikupile niz pojedinačnih rečenica, ali i članaka i tekstova iz medija u kojima se pojavljuju jezične pogreške te će polaznici i slušatelji praktično raditi na tekstovima. Pogreške će se analizirati na svim jezičnim razinama: pravopisnoj, fonološkoj, morfološkoj, sintaktičkoj, leksičkoj i stilskoj. Predavačice će također odgovarati na pitanja polaznika te potaknuti raspravu o stanju jezične kulture u medijima, potrebi jezične izobrazbe novinara te odnosu novinara i lektora.

Marko Ivanišin

Docent na Institutu za medijske komunikacije Fakulteta za elektrotehniku, računarstvo i informatiku Sveučilišta u Mariboru. Izvodi kolegije Komunikacijska kultura i Strateško komuniciranje.

Studirao na Institutu za novinarstvo i komunikacijske studije Sveučilišta u Beču.

Prije stjecanja diplome radio je u komunikacijskim poduzećima u Mariboru, Zagrebu i Beču kao projektni asistent te regionalni koordinator. Prije stjecanja doktorske titule radio je na bečkom sveučilištu kao koordinator međunarodnih projekata.

Njegov istraživački i znanstveni rad obuhvaća područja organizacijskih komunikacija, regionalizacije i regionalnog razvoja, transfera tehnologija, odnosa javnosti i znanosti, e-obrazovanja i u posljednje vrijeme međusobne komunikacije.



Personifikacija politike i medija

U pričama o personifikaciji politike često se spominju i mediji. Priča se da se politika promijenila zbog utjecaja medija. Imaju li mediji moć promijeniti politiku? Teoretski i nemaju, budući da su dio komunikacijske strukture, a politika je dio strukture koja donosi društvene odluke. Otkud onda toliki utjecaj medija?

Postoji teza o medijima kao četvrtoj grani vlasti – kako ona djeluje na politiku?

Personifikacija politike znači da su na mjesto politike stali političari. Što je politika, a što rade političari? U čemu se današnji političari (koji su »zamijenili« politiku) razlikuju od nekadašnjih? Kakav je odnos političara i novinara i kakav je odnos politike i medija?

Kada govorimo o personifikaciji politike i medija trebamo govoriti i o personalizaciji komunikacije (između politike i medija). Koja je razlika između osobne (personalne) i masovne (medijske) komunikacije? Kakav utjecaj ima personalizacija komunikacije na odnose politike i medija (i građana)?

I najvažnije pitanje: Na koji se način odgovori na navedena pitanja uključuju u komunikacijske i medijske teorije? Koje teorije, teze i perspektive trebamo uključiti da bi rasprava o personifikaciji politike i medija bila znanstvena rasprava, a ne rasprava koja se može odigrati u bilo kojem kafiću?

Mila Jelavić

Diplomirana pravnica, na mjesto pravobraniteljice za djecu imenovana u ožujku 2006. Cijeli njezin dosadašnji rad odvijao se na području zaštite prava djeteta, zaštite obitelji i osoba pod skrbništvom. Od 2001. do imenovanja na mjesto pravobraniteljice bila je načelnica Odjela za zaštitu djece, obitelji i skrbnništva Ministarstva zdravstva i socijalne skrbi.

Sudjelovala u radu radne skupine za pripremu Inicijalnog izvješća o stanju prava djeteta u Republici Hrvatskoj prema UN-ovoj Konvenciji o pravima djeteta. Bila je koordinatorica radne skupine koja je izradila Drugo izvješće o stanju prava djeteta u Republici Hrvatskoj i članica izaslanstva koje je predstavljalo i branilo to izvješće pred Odborom za prava djeteta UN-a u Ženevi u rujnu 2004.

Također je bila članica hrvatskog izaslanstva koje je predstavljalo i branilo Drugo i Treće periodično izvješće Republike Hrvatske prema Konvenciji o uklanjanju svih oblika diskriminacije žena, pred Odborom za ljudska prava UN-a u siječnju 2005. u New Yorku.

Sudjelovala u izradi brojnih zakonskih propisa koji se tiču zaštite prava i dobrobiti djece među kojima su Obiteljski zakon iz 1998. i 2003, Zakon o pravobranitelju za djecu iz 2003. i drugi. Objavila petnaestak stručnih članaka.



Jelena Jurišić



Diplomirala te magistrirala na Fakultetu novinarstva Moskovskog državnog Sveučilišta Lomonosov. Na istom je fakultetu upisala postdiplomski studij te doktorirala.

Tijekom boravka u Moskvi bila je stalni dopisnik *Slobodne Dalmacije* iz Rusije, a surađivala je i s nizom hrvatskih medija, poput *Nedjeljne Dalmacije*, *Obzora*, *Glasa Koncila*, *Radio Makarska Rivijera*, *Radio Dalmacija*, itd. Nakon toga bila je novinar *Jutarnjeg lista* i *Večernjeg lista* te magazina *Banka*.

U svojoj novinarskoj karijeri bavila se isključivo vanjskom politikom, te je objavila preko dvije tisuće tekstove posvećenih događajima iz Rusije i drugih zemalja s područja bivšeg SSSR-a.

Na Studiju novinarstva Hrvatskih studija predaje na preddiplomskom i diplomskom studiju komunikologije i diplomskom studiju sociologije.

Predvodila je reformiranje studija prema Bolonjskom procesu i jedan je od autora novog programa Studija komunikologije na Hrvatskim studijima.

Od akademske godine 2007./2008. obnaša dužnost Povjerenice za nastavu i studente Hrvatskih studija te ECTS koordinadora.

Danas je stalni vanjski komentator emisije HRT-a *Reporteri*.

Političko komuniciranje u hrvatskom tisku

Jedna od osnovnih funkcija novinarstva je posredovanje između vlasti, s jedne, te birača, ostalih političkih opcija i socijalnih instituta, odnosno javnosti, s druge strane. Mediji bi pri tome trebali vlasti prenositi stavove i potrebe javnosti, a potonjoj odluke i mišljenja vlasti. Dakako, u tom posredovanju mediji ne bi smjeli biti samo kanal preko kojeg, direktno ili indirektno komuniciraju vlast i javnost, nego aktivno sudjelovati u tom procesu, kritički propitujući obje strane, podržavajući dobre prijedloge, odbacujući loše te nudeći vlastita rješenja. Mediji pri tome tre-

baju pratiti važna društvena događanja, relevantna publici i svojim sadržajem ispunjavati njene potrebe i zahtjeve. Ispunjavajući sve te uloge novinari i mediji moraju se pridržavati i kriterija novinarske profesije i kvalitete, poput istinitosti, točnosti, objektivnosti, kao i normi profesionalne etike.

Gledajući hrvatske dnevne novine teško je za ijednu od njih reći da se ispunjavanje više navedene važne društvene funkcije primjećuje ne samo u tekstovima, nego i u uređivačkoj politici. Ako se kod nekih takvo što i nazire, onda se radi o tiskovinama čije su tiraže i čitanost na veoma niskoj razini.

Vjerodostojnost hrvatske dnevne novine gube i na provjeravanju podataka. Suvremena je tendencija da je izvor podataka sve rjeđe sam novinar, koji sve manje izlazi na teren. Osnovni izvor hrvatskih novinara danas su glasnogovornici, službe za odnose s javnošću, PR agencije, lobisti, svi, samo ne oni koji su kreirali neki događaj ili izravno sudjelovali u njemu. Drugi po zastupljenosti izvor su informativne agencije, internet portali i drugi mediji, čime hrvatsko novinarstvo postaje ujednačeno, identično, kršeći tako jedan od osnovnih kriterija slobode medija – medijску raznolikost. Sadržajna, urednička i politička raznolikost danas je prazna čežnja i nedostižan ideal za hrvatsko političko novinarstvo.

Igor Kanižaj

Diplomirao novinarstvo 2000, doktorirao 2010. na Fakultetu političkih znanosti. Nakon diplome radio kao novinar u informativnom programu Hrvatskoga katoličkog radija, gdje je dvije godine vodio informativnopolitičku emisiju *Argumenti*. Od 2001. godine zaposlen kao znanstveni novak-asistent na Fakultetu političkih znanosti.

Posljednje tri godine član uprave međunarodnog Tempusova projekta *Journalists Education And Training in Croatia*. Predavač



na Vojno diplomatskoj školi MORH-a i savjetnik za medije i edukaciju grupe MPR. Autor jedne knjige te jedanaest stručnih i znanstvenih radova objavljivanih u časopisima *Politička misao*, *Međunarodne studije* i *Društvena istraživanja*. Polja istraživanja: analiza medija, nacionalne manjine u medijima, tiskani mediji, tabloidizacija medija, medijsko vlasništvo i prikriveno oglašavanje. Član Glavnog odbora te Odjela za medije Matice hrvatske, Organizacijskog odbora Komunikološke škole, Hrvatskoga politološkog društva te tajnik Hrvatskoga komunikacijskog društva.

Sedma sila protiv novinarske profesije

Problemi unutar novinarske profesije više se ne mogu prikrivati. U reprezentativnom istraživanju koje su krajem prošle godine zajedno proveli Fakultet političkih znanosti i Media Metar građani su procijenili da su hrvatski novinari pod kontrolom vlasnika, politike i oglašivača te da su skloni manipulaciji, isticanju loših vijesti, a čak 84,8% građana smatra da bi novinari morali biti stručno osposobljeni za svoj poziv.

Javnost ima pravo znati temeljem čega oni koji upravljaju medijima ostvaruju svoju moć, da prate i nadgledaju između ostalog i političke elite. Mataušić i Valković ustvrdili su kako mediji, za razliku od političara, ne snose odgovornost za ono što se eventualno dogodilo zbog njihova djelovanja. Jean Claude Bertrand bio je još radikalniji kada je rekao: »Mediji mogu nanijeti grdne štete, a da uopće ne prekše zakon«. Navedeni autori ukazuju na slabosti komercijalnog modela koji ne priznaje društvenu odgovornost. Taj pojam koji inzistira na odgovornosti novinara i reakciji građana na propuste struke ne pojavljuje se ni u temeljnim dokumentima Hrvatskog novinarskog društva poput statuta ili kodeksa časti.

Novinarska profesija zbog pada povjerenja građana u medije proživljava najteže dane, a istodobno je postala samoprogllašeni suveren. Dok građani u dobroj vjeri biraju preostale tri vlasti, ova sila koja bi silom htjela biti četvrta vlast sama je sebe osnažila i opunomoćila za djelovanje. Istodobno, zastrašuje činjenica da kreator medijskog sadržaja u npr. tisku nitko ne nadzire i ne poziva na odgovornost. Javnost je, čini se, posrnula i postala obeshrabrena pred toliko silovitih vlasti.

No, vlasnici medija i dalje svakoga dana vježbaju svoju moć, pa u dogovoru s urednicima odlučuju o kome će se i kako pisati, odnosno koga će oglašavati i promovirati, vodeći se primarno zahtjevima tržišta. A za društvo nema ništa gore nego kada zavladaju prikriveni mali diktatori koje nitko ne kontrolira, neovisno o tome jesu li to političari ili privatni vlasnici od kojih neki zaslijepljeni tržištem trajno ruše povjerenje građana u medije i profesiju bez koje mnogi ni danas ne mogu zamisliti predstavničku demokraciju.

Aleksandra Korać Graovac

Diplomirala, magistrirala i doktorirala na Pravnom fakultetu u Zagrebu Sveučilišta u Zagrebu.

Zaposlena na Pravnom fakultetu u Zagrebu na Katedri za obiteljsko pravo. Gostujući je nastavnik na Pravnom fakultetu u Osijeku.

Središte njezinog interesa je obiteljsko pravo te ljudska prava.

Aktivnost u domaćim i stranim strukovnim organizacijama, članica je više radnih skupina za izradu obiteljskih propisa u Republici Hrvatskoj, članica je Akademije pravnih znanosti.



Pravno uređenje oplodnje uz medicinsku pomoć – želje i ograničenja

Tema radionice bit će pravno uređenje oplodnje uz medicinsku pomoć, s obzirom na pozitivno hrvatsko zakonodavstvo.

Polaznici će u materijalima dobiti Zakon o medicinskoj oplodnji, relevantne odredbe Obiteljskog zakona, te polazne, međusobno oprečne, teze s obzirom na način pravnog uređenja oplodnje uz medicinsku pomoć.

Polaznici će se podijeliti u dvije skupine te potaknuti da, na temelju materijala, problematiziraju pravni položaj pojedinih sudionika postupka oplodnje uz medicinsku pomoć, kao i prava djeteta začetog na taj način. Kao primjer medijskog praćenja ove osjetljive teme bit će izloženi i neki članci objavljeni u različitim domaćim tiskovnim medijima.

Radionica će biti okončana zajedničkom raspravom.

Marijan Kostrenčić

Diplomirao na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu te završio poslijediplomski studij međunarodnog prava na Sveučilištu u Zagrebu.

Predsjednik je nadzornih odbora *VIPnet d.o.o.*, *Večernji list d.d.*, *HOK-osiguranje d.d.* i *Generalturist d.d.* i *JSA Yachting d.o.o.-Marina*, član je Nadzornog odbora *Erste Card Club* i *Klementina d.o.o.* (Crveni križ).

Bio je direktor i većinski vlasnik *INTEL d.o.o.* Zagreb, jedne od najstarijih konzultantskih kuća u Hrvatskoj te direktor i suvlasnik u *LINTEL GmbH* konzultantskoj kompaniji u Beču, Austrija. Vodio je reorganizaciju Lura grupe te bio njezin potpredsjednik za pravne i organizacijske poslove. Bio je šef kabineta ministra vanjskih poslova te načelnik odjela za strana ulaganja i koncesije Ministarstva inozemnih poslova Republike Hrvatske. Bio je pravni savjetnik u *INA* Industrija nafte, *INA-Tours*, u *INGRA*, Poslovna zajednica za izgradnju investicijskih objekata, u Zajednici elektroprivrednih organizacije Hrvatske te privatni konzultant u raznim međunarodnim trgovačkim, financijskim te projektima zajedničkih ulaganja u bivšoj Jugoslaviji i Hrvatskoj.



Političko lobiranje i njegova vjerodostojnost

Izlaganje u osnovnim crtama prikazuje što je lobiranje, koja je ključna razlika između lobiranja i korupcije te osnovne uvjete za uspješno obavljanje posla lobiranja.

Uspješna karijera u bilo kojoj struci te ugled, preduvjeti su uspješnog obavljanjg tog posla.

Prednosti su znanje i iskustvo u administraciji i operativnoj politici.

Pored toga potrebni su najosnovniji *people's skills* – komunikativnost, emocionalna inteligencija i snalaženje u novim situacijama. To podrazumijeva spremnost na brzu akciju i izbjegavanje konflikata.

Posebno je važna poštovanje prema klijentu i projektu, te balans osnovnog interesa i interesa projekta.

Danijel Labaš

Teološki je studij završio 1990. na Papinskome sveučilištu Gregorijana u Rimu, a doktorat je u istome gradu postigao na Fakultetu znanosti društvene komunikacije Papinskoga sveučilišta Salezijana 1997. Po povratku u Hrvatsku bio je zaposlen kao zamjenik direktora *Informativne katoličke agencije – Zagreb*, urednik informativnog programa *Hrvatskoga katoličkog radija*, te kao novinar i urednik u *Glasi Koncila*, gdje je i dalje mentor mladim novinarima.

Pročelnik je Odjela za komunikologiju na Hrvatskim studijima. Predaje kolegije *Osnove komunikologije*, *Novinarska etika*, *Semiotika u masovnom komuniciranju*, *Medijska pedagogija*, *Sociološki aspekti masovnih komunikacija* te *Film i religija*. Područja njegova znanstvenoga zanimanja su deontologija medija i novinarska etika, semiotika i sociologija medija, medijska pedagogija, neverbalna komunikacija te odnos filma i religije. Objavio je više znanstvenih i stručnih



radova te sudjelovao na domaćim i međunarodnim znanstvenim skupovima, okruglim stolovima, stručnim tribinama i u televizijskim i radijskim emisijama.

Član je više strukovnih udruga, te Odjela za medije Matice hrvatske i Organizacijskog odbora Komunikološke škole.

Etička pitanja političke promidžbe i tendenciozno informiranje

Promidžbu se može definirati kao prozelitsko i sugestivno širenje ideja. Često se smatra da je etički štetna, budući da su joj ciljevi uvijek »sumnjivog« obilježja. »To je čista propaganda« ili »Nemoj u to vjerovati, to je samo propaganda« – rečenice su kojima se često izjednačavaju pojmovi promidžbe i propagande, a zapravo nam ukazuju na činjenicu da je cilj propagandistički iznesene informacije pridobiti što više pristaša i poklonika za neku ideju, a ne izreći i prenijeti istinu. Iako je to u mnogim slučajevima doista tako, pogotovo u nekim političkim kampanjama, promidžba nije nužno iskrivljavanje stvarnosti. Ipak, ne može se zanemariti činjenica da se politička pitanja koja su, primjerice, vezana za budućnost, rijetko tretiraju ozbiljno i objektivno. Dovoljno je pogledati bilo koju stranicu suvremene političke povijesti kako bismo se u to uvjerali, pogotovo u nekim političkim kampanjama u kojima je propagandistička tehnika dostigla svoje dramatične vrhunce.

Slično je i s pojmom tendencioznog informiranja. Tendencija, sama po sebi, nije ništa drugo doli pokretač koji teži nekom obliku ponašanja ili zauzimanju stava. Međutim, kada se govori o tendencioznom informiranju onda se obično misli na pristrano iznošenje neke informacije kojom se zavarava primatelja i umanjuje sloboda primatelja i javnosti, tako što se informacija plasira onako kako to zbog ideoloških, političkih ili privatnih razloga odgovara izvjestitelju ili mediju. U tom smislu, ali na drukčiji način, može se reći da su tendenciozno informiranje i političko-ideološka promidžba podudarne, a namjera im je uvjeriti javnost kojoj se upućuju u nešto što nije pouzdano i ne služi općem dobru, pa je nužno o njima etički promišljati i nedvojbeno ih smjestiti u okvir etički neprihvatljivog ponašanja.

Smiljana Leinert Novosel



Diplomirala, magistrirala i doktorirala na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.

Predaje na studijima Sveučilišta u Zagrebu i to na dodiplomskim studijima Fakulteta političkih znanosti, poslijediplomskom specijalističkom studiju na Ekonomskom fakultetu, doktorskom studiju na Fakultetu političkih znanosti, doktorskom studiju na Edukacijsko-rehabilitacijskom fakultetu, Građevinskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu te na diplomatskoj akademiji Ministarstva vanjskih poslova i europskih integracija Republike Hrvatske.

Vršila je dužnost prodekanice na Fakultetu političkih znanosti te dekanice na istom fakultetu.

Bila je predsjednica Etičkog povjerenstva Sveučilišta u Zagrebu kao i predsjednica Vijeća društveno humanističkog područja.

Redovita je profesorica na Fakultetu političkih znanosti.

Sudjelovala je u izvođenju više desetaka seminara na temu interpersonalnog komuniciranja za istaknute privredne subjekte, političke organizacije, javnu upravu, obrazovne institucije te nevladine organizacije. Nositeljica je više domaćih i međunarodnih projekata vezanih uz temu komuniciranja u sferi političkog djelovanja

Kreiranje imidža u javnom nastupanju

Posljednjih desetljeća intenzivne političke i društvene promjene, njihov opseg, brzina i daleko-sežne posljedice dovode u fokus interesa proučavanje komuniciranja kao preduvjeta uspješne interakcije među subjektima – na području politike, gospodarstva, obrazovanja, znanosti, djelovanja u medijima i za medije.

Uspjeh u životu i u profesiji sve se više dovodi u vezu s poznavanjem osnovnih načela komuniciranja te prakticiranja komunikacijskih vještina. Posebno važnu ulogu u tom pogledu imaju

osobe koje u svom djelokrugu rada ne komuniciraju samo s pojedincima u svojoj radnoj sredini nego i s brojnim javnostima. U tom je pogledu značajna komponenta komunikacijskog uspjeha vezana uz uspješno javno nastupanje. Danas je ono nezaobilazno za istaknute pojedince iz gotovo svih profesija – odvjetničke, profesorske, političarske, a pogotovo one novinarske i medijske. Kako uspješno iznijeti svoje ideje, kako prenijeti poruku i zainteresirati ljude za željene teme? Što je ključno u stvaranju odnosa s publikom i ostvarenju cilja?

Cilj ovog izlaganja je upoznati polaznike s ulogom i mjestom komunikacije u ostvarivanju uspješnog javnog nastupa; ukazati na ključna načela uspješnog komuniciranja, dimenzije komunikacijskog odnosa te refleksiju na ostvarivanje interesa pojedinačnog subjekta ali i društva u cijelosti; kreiranje imidža pojedinca ili cijele organizacije kao ključa uspjeha u javnom nastupanju, upoznavanje s ključnim elementima javnog komuniciranja – onog verbalnog i onog neverbalnog koji se koristi u te svrhe. Riječ je o kreiranju odnosa i brojnim vještinama potrebnim za razvoj i unapređenje poslovanja, reputacije u javnosti, uspješno komuniciranje s javnošću i medijima te samostalno organiziranje medijskih nastupa. Posebna pozornost bit će usmjerena na razradu faza komunikacijske interakcije, pripremu javnog nastupa te odgovarajuće načine slušanja.

Darko Lovrić

Diplomirao ekonomiju na Ekonomskom Fakultetu u Zagrebu te psihologiju na *Warwick University*.

Magistrirao na *Futures Studies, University of Houston*.

Bio je asistent u Školi za osobni i organizacijski razvoj (Sentia). Radio kao poslovni analitičar za Goldman Sachs (London/Zurich).

Trenutno zaposlen kao stariji konzultant za ljudski kapital za *Deloitte Consulting* (Zurich).



Ivo Lovrić



Mr. sc. Ivo Lovrić rođen je 1963. Studirao je političke znanosti, sociologiju i povijest na sveučilištima u Bochumu i Bonnu, a magistrirao je političke znanosti na sveučilištu u Bonnu 1996. Od 1988. do 1995. radio je kao novinar na Zapadnonjemačkom radiju u Kölnu (WDR), 1996. – 1997. bio je dopisnik Vjesnika iz Njemačke. Od 1998. radi kao urednik u Hrvatskoj izvještajnoj novinskoj agenciji (Hina). U međuvremenu je povremeno radio i za nekoliko drugih njemačkih i američkih medija. Od akademske godine 2007./2008. na Hrvatskim studijima Sveučilišta u Zagrebu predaje kolegije Politička komunikacija i Politološki aspekti masovne komunikacije, a predavao je i na Zagrebačkoj školi ekonomije i managementa. Stručni je suradnik *Prilike*, mjesečnog magazina *Glasa končila*. Sudjelovao je u nizu stručnih skupova u Hrvatskoj i inozemstvu (Njemačka, Austrija, Italija, Bosna i Hercegovina).

Mediji i politička komunikacija – pogled s druge strane

Mediji, kao čimbenik u procesima informiranja i oblikovanja javnog mnijenja izvrgnuti su različitim utjecajima, između ostalih i marketinškim strategijama političkih i gospodarskih čimbenika. Objektivnost u medijskom izvješćivanju pritom nije samo rezultat uspješne obrane od utjecaja sa strane, nego se temelji u prvom redu na stručnoj izobrazbi, poznavanju društvenog sustava i na vlastitom sustavu vrijednosti koja odlikuje svakog novinara. Pokušaji političkih čimbenika da iskoriste medije kako bi suoblikovali javno mnijenje nije ništa novo, oni su zabilježeni u cijeloj povjesti medija. Novi su mehanizmi kojima se posreduju političke ideje i rješenja, razvijeni usporedo s razvitkom medija. Trendovi u političkim kampanjama, primjerice personaliziranje kampanja i korištenje novih medija, stavljaju i medije pred nove izazove; oni moraju znati prikladno reagirati na impulse što dolaze od političkih struktura a istodobno moraju se i sami snaći u različitim dimenzijama multimedijskog prostora. Koje su norme što ih novinari trebaju

poštivati u sučeljavanju s medijskim strategijama? Kako se definira vrijednosni okvir novinarskog ponašanja? Steže se dojam da ni u medijskom svijetu u Hrvatskoj, slično kao ni u politici, ne postoji konsenzus o bitnim kriterijima pristupa zajedničkom, što je povezano sa stupnjem ukupnog razvitka hrvatskog društva. Hrvatskoj javnosti pritom nedostaju mjerila pristupa specifičnim pitanjima i autonomnog traganja za vlastitim odgovorima. Umjesto toga, proces pristupa Hrvatske Europskoj uniji izazvao je premiještanje izvora kriterija iz Hrvatske u Bruxelles, koji u znatnoj mjeri utječe i na profil javnih rasprava u Hrvatskoj i kad je riječ o pitanjima koja se tiču prvenstveno unutarnjih odnosa. Istodobno, političke i medijske strukture pokazuju nedostatke posebice u kontekstu kvalitetnog bavljenja složenim tematskim cjelinama. Hrvatska javnost nalazi se pred izazovom traganja za kriterijima u elementima vlastitog identiteta kao i u vlastitim političkim i uopće društvenim strukturama.

Stefan Luft

Studirao je povijest i politologiju na Sveučilištu Ludwig-Maximilian u Münchenu, gdje je i doktorirao.

Od 1992. do 1995. godine bio je povjerenik za promicanje mladih talentiranih novinara Zaklade Konrad Adenauer u Sankt Augustinu, a od 1995. do 2004. obnašao je razne važne službe u Senatu pokrajine Bremen.

Od listopada 2004. znanstveni je suradnik na Institutu za politologiju Sveučilišta Bremen. Iz politologije je habilitirao 2008., a od 2009. podučava i na Vojnom sveučilištu u Münchenu.

Objavio je više djela o vanjskoj politici, iseljeništvu i o pitanjima integracije, u kojima se bavi pitanjima njemačke vanjske politike, multikulturalizmom, integracijskom krizom, državnim odnosom prema iseljeništvu i useljeništvu, te integracijskim politikama.



Zorislav Lukić

Diplomirao povijest i etnologiju na Filozofskom fakultetu u Zagrebu 1984.

Godine 1985. zaposlio se u Historijskom arhivu u Karlovcu, i tamo radio do kraja 1989. Obradivao građu Kraljevske kotarske oblasti s kraja 19. i početka 20. stoljeća.

Prvoga siječnja 1990. zaposlio se u Tajništvu Hrvatske socijalno liberalne stranke i tamo radio do veljače 1995. Obavljao poslove tajnika za organizaciju i članstvo te pomoćnika glavnoga tajnika za organizacijske poslove.

Od veljače 1995. do kraja 1996. radi u Gradskoj knjižnici u Zagrebu, i to u informativnoj službi, odjelu za klasifikaciju i odjelu katalogizacije. U veljači 1996. priredio izložbu koja je bila postavljena u Gradskoj knjižnici u povodu stote obljetnice smrti Ante Starčevića.

Od siječnja 1997. zaposlen u Matici hrvatskoj – do 1999. na mjestu tajnika za članstvo, od 1999. do 2002. kao poslovni tajnik, a u lipnju 2002. te ponovno 2006. izabran za glavnoga tajnika. Od važnijih projekata Matice hrvatske u čijem je pokretanju i održavanju sudjelovao ističu se: *Hrvatski pravopis MH* (u kojem je bio tajnik projekta), ciklus od šest znanstvenih skupova *Hrvatska u XX. stoljeću*, glazbeni ciklus *Mladi glazbenici u MH*, *Komunikološka škola MH*, *Gospodarski susreti MH*, *Salon MH*, *Književni klub*, *Filozofska škola*, *Proljeće s knjigom* i dokumentarni filmovi o Matici hrvatskoj.



Franjo Maletić

Diplomirao na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Poslije-diplomski studij pohađao na Pravnom i Filozofskom fakultetu u Zagrebu, gdje je i doktorirao iz područja informacijskih i komunikacijskih znanosti.

U proteklom razdoblju radnu karijeru ostvaruje na rukovodećim poslovima kao direktor u brojnim tvrtkama u zemlji i inozemstvu, (*INA, GMTK, Večernji list*).

Od 2004. zaposlen u Vjesniku, gdje radi na poslovima upravljanja kao direktor tvrtke. Od početka 2007. suradnik u Europskom centru za napredna i sustavna istraživanja (ECNSI).

U suautorstvu i samostalno objavio više znanstvenih radova s međunarodnom recenzijom s područja informacijskih sustava. Sudionik brojnih znanstvenih i stručnih skupova o informacijskim i grafičkim sustavima. Posebno se bavi pitanjima nacionalnog pravnog uređenja medija, europskom regulacijom medija te razvojem međunarodne medijske politike.



Gospodari medija – prijetnja demokraciji

Vlasnici medija, novina i televizijskih postaja, medijski su tajkuni sami po sebi zanimljivi i često u središtu javnosti. Vlasnik medija je prije svega, ekonomskim rječnikom rečeno, osoba koja upravlja medijskim proizvodima, osigurava prihode i pazi na troškove, ali vlasnik je i personifikacija utjecaja i moći kojeg oblikuje pojedini medij. Neovisno radi li se o javnoj ili privatnoj tvrtci, pitanje utjecaja vlasnika na uređivački politiku tema je koja se kontinuirano propitkuje.

Hrvatski medijski prostor čije je oblikovanje započelo donošenjem *Zakona o informiranju* 1990., a ubrzano prvim privatizacijama hrvatskih medija 1993., svoje sadašnje stanje duguje gospodarskoj krizi ali i procesu globalizacije medijske scene.

Medijske usluge posebne su prirode. Povezane sa slobodom izražavanja a time i s raznovrсношću i medijskim pluralizmom, što objašnjava zašto sva nacionalna zakonodavstva imaju posebne sustave kontrole vlasništva nad medijima.

Iako su brojnim zakonima i aktima regulacije i samoregulacije unutar novinarske profesije učinjeni značajni iskoraci u zaštiti uređivačke politike od vlasnika, ipak je to samo u praktičnom životu » popis dobrih namjera «.

Svaki vlasnik utječe na svoj proizvod, oblikuje ga, financira te brine o njegovoj promociji i prodaji pa je onda razumljiv interes njegovog neodvajanja od utjecaja na sadržaj.

Hrvatska medijska scena danas je vlasnički izrazito globalizirana s dominantno stranim kapitalom u medijima. To najbolje ilustriraju sljedeći podaci: TV Nova (SAD), RTL (Njemačka), Styria grupa – Večernji list, 24 sata (Austrija), Novi list (Italija), Oglasnik (Turska), Grupa NCL (Austrija, Njemačka), Grupa EPH – Slobodna Dalmacija (Njemačka), Businesshr (BiH), TCom, Max tv i portal (Njemačka), Net hr (Češka) itd.

Situacija na svjetskoj razini je slična. Vidljiva je premreženost vlasništva kao posljedica spajanja i preuzimanja medijskih tvrtki što je dovelo do oblikovanja osam glavnih transmedijskih igrača: General electric, Time Warner, Walt Disney, Vivendi Universal, News corporation, Bertelsman, CBS, Viacom.

Svi oni djeluju internacionalno i svi oni su vlasnici televizije, interneta, izdavaštva, filma, radija, telekomunikacija. Bertelsman jedini djeluje u Hrvatskoj, (RTL).

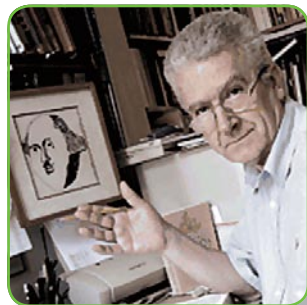
No, vlasnici nisu jedini koji utječu na uređivačku politiku medija. Utjecaj ostalih *stockholdera*, političkih elita, ograšivača, udruga civilnog društva danas se nameće više nego ikad prije.

Mate Maras

Hrvatski prevoditelj, urednik, diplomat i poliglot. Diplomirao matematiku i fiziku na Prirodoslovno-matematičkome fakultetu u Zagrebu. Na Kazališnoj akademiji u Zagrebu učio je i glumu. Radio kao geofizičar na naftnim poljima na sjeveru Kanade, zatim kao gimnazijski profesor matematike i fizike u Poreču, a radio i kao nadglednik tereta ploveći po Crnome moru. Godine 1980. dolazi u Zagreb te radi kao urednik u nakladničkim kućama. U Matici hrvatskoj od 1991. do 1994. obnaša tajničku a potom i potpredsjedničku dužnost. Godine 1995. postaje glavnim urednikom Trećeg programa Hrvatskog radija, a od 1996. do 1998. radi kao kulturni ataše Republike Hrvatske u Parizu, a od 1999. do 2002. i u Washingtonu.

Prevodi s engleskog (djela Williama Shakespearea, Waltera Scotta, Thomasa de Quinceya, Rudyarda Kiplinga, Virginie Woolf, Doris Lessing, Thomasa Wolfea, Roberta Frosta), sa staroengleskoga (Beowulf), s talijanskoga (djela Dantea, Cavalcantija, Petrarce, Boccacia, Machiavellija, Bruna, Fortisa, D'Annunzija), s francuskoga (djela Rabelaisa i Prousta), s rumunjskoga, provansalskoga, makedonskoga i starofrancuskog jezika.

Dobitnik je možda i najznačajnije međunarodne nagrade uručene nekomu hrvatskom prevoditelju: za prijevod François Rabelaisa uručena mu je nagrada Francuske akademije.



Daria Mateljak Bartulin

Diplomirala je opću lingvistiku, engleski jezik i književnost na Filozofskom fakultetu u Zagrebu te završava magisterij iz međunarodnih odnosa na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu. Svoj stručni profil upotpunila je specijalističkim obrazovanjem u području strateških i političkih komunikacija u SAD-u i Velikoj Britaniji te završila jednogodišnju specijalizaciju u političkim znanostima i semiotici u SAD-u.

Asistent je na smjeru komunikologije na Hrvatskim studijima te predavač na CIPR Diploma programu te ocjenjivač na CIPR programima u Hrvatskoj.

Bavi se odnosima s javnošću i savjetovanjem dvadesetak godina, od čega je prvih deset godina provela kao savjetnica i načelnica odjela u državnim tijelima (Ministarstvo informiranja Republike Hrvatske te Vlada Republike Hrvatske).

Savjetuje članove Upravnih i Nadzornih odbora velikih tvrtki u pitanjima upravljanja reputacijom, upravljanja promjenama, odnosima s javnošću, korporativnog upravljanja i komunikacija te upravljanja rizicima i krizama.

U posljednjih nekoliko godina kao konzultant radi s uglednim klijentima iz raznih industrijskih grana: u bankarstvu i financijama, telekomunikacijama i tehnologiji, građevinskoj industriji, energetskom sektoru, robi široke potrošnje i državnim organizacijama.

Posebno se bavi savjetovanjem u problematičnim situacijama te u upravljanju rizicima, pitanjima izgradnje i očuvanja reputacije, upravljanjem temama tijekom spajanja i akvizicija, izlaska na nova tržišta, restrukturiranja i pokretanja novih poslova, ali i političkim savjetovanjem.

Osim komunikacijama i obrazovanjem posebno se bavi temama diplomatske i vojne povijesti te međunarodnih odnosa.



Zlatko Mehun

Završio je Pravni fakultet Sveučilišta u Rijeci te studij novinarstva.

Sudjelovao na brojnim seminarima i studijskim putovanjima kao što su tromjesečni seminar na Londonskoj školi za odnose s javnošću (LSPR), studijski posjet bavarskom sjedištu Ministarstva vanjskih poslova te seminaru na PAI – Public administration International London u Velikoj Britaniji.

Radio je kao novinar na Radio-Varaždinu, reporter i urednik regionalnog studija Hrvatske radio-televizije u Varaždinu, u Ministarstvu unutarnjih poslova Republike Hrvatske i to kao načelnik odjela za odnose s javnošću i glasnogovornik Ministarstva unutarnjih poslova Republike Hrvatske.

Zaposlen je u Vladi Republike Hrvatske kao predstojnik Ureda i glasnogovornik Vlade Republike Hrvatske.

Organizirao i prisustvovao na više seminara i konferencija, te kao gost-predavač održao niz predavanja o odnosima s javnošću.



Krešimir Mićanović

Na Filozofskom fakultetu u Zagrebu završio studij kroatistike i južnoslavenskih filologija. Bio znanstveni novak na Katedri za hrvatski standardni jezik zagrebačkog Filozofskog fakulteta. Sada docent pri Katedri za hrvatski standardni jezik na Odsjeku za kroatistiku Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.

Od 2009. voditelj je Zagrebačke slavističke škole.



Standardnojezična norma i mediji

U uvodnom dijelu izlaganja pojasnit će se obilježja i funkcije standardnog jezika, posebice oblikovanje standardnojezične norme, te obilježja *jezika medija* i njegova mjesta unutar *općeg jezika* ili *jezika kao prostora varijeteta*. S tim u vezi bit će u glavnim crtama naznačena problematika raslojavanja jezika, i to prije svega funkcionalno raslojavanje rezultat kojega je, kako se to uobičajilo nazivati, funkcionalni stil, pojam nastao u okviru Praške lingvističke škole. Jedan je od tih stilova i žurnalistički (ili, kako se još naziva, publicistički, novinarsko-publicistički), koji se realizira u tisku, na radiju, televiziji, internetu.

Središnji dio izlaganja bit će usmjeren na odnos standardnojezičnih normi i jezične prakse sredstava javnog priopćavanja. Taj će se odnos nastojati problematizirati imajući u vidu stalnu napetost koja postoji između kodificirane standardnojezične norme, onako kako je ona propisana u temeljnim kodifikatorskim priručnicima, i realne, stvarne (naravno ne i ujednačene) jezične prakse, pa tako i jezične prakse sredstava javnog priopćavanja (npr. tiskana i internetska izdanja novina).

Nastojat će se dakle propitati u kojoj mjeri jezik medija slijedi i provodi standardnojezične norme, i time ih s obzirom na svoju veliku zastupljenost u javnoj komunikaciji uvelike potvrđuje i učvršćuje njihov status, a u kojoj je mjeri jezična praksa medija zapravo *test* uspješnosti i prihvatljivosti standardnojezičnih normi, preciznije rečeno pojedinih kodifikatorskih rješenja. Kad postoji više različitih, konkurentnih standardnojezičnih rješenja (npr. pravopisnih), a sva ta rješenja žele izboriti i potvrditi svoj standardnojezični status, jezik medija važan je segment jezične prakse koji sudjeluje u promoviranju jednih, odnosno odbacivanju drugih kodifikatorskih rješenja.

Anto Mikić

Diplomirao na Katoličkom bogoslovnom fakultetu u Zagrebu. Na Hrvatskim studijima Sveučilišta u Zagrebu pohađao je poslijediplomski doktorski studij Hrvatske kulture. Na istome fakultetu na Studiju komunikologije vodi praktični dio kolegija *Teorije i sustavi radijskoga komuniciranja*.

Kao novinar radio je i surađivao u brojnim medijima (*Glas Koncila, Kana, Pomak*), bio je suradnik i novinar *Informativne katoličke agencije* te novinar i kolumnist inozemnog *Večernjeg lista*.

Na televiziji je radio kao suradnik u emisiji *In medias res*, a na radiju kao novinar – urednik u Informativnom programu Hrvatskoga katoličkoga radija, gdje od 2005. djeluje kao glavni urednik. Član je Hrvatskog društva katoličkih novinara, Hrvatskog novinarskog društva, Upravnog odbora Akademije za politički razvoj i Odjela za medije Matice hrvatske.

Glavni je cilj okrugloga stola »Politika na hrvatskim televizijama« propitati programske politike triju nacionalnih televizijskih kuća: HTV-a, Nove TV i RTL-a, osobito s obzirom na njihovu *javnu funkciju*.

Od triju funkcija televizije kao medija – informativne, obrazovne i zabavne – fokus rasprave bit će na onoj prvoj, informativnoj. Razvoj suvremenog demokratskog društva nezamisliv je bez slobodnih medija koji će građane informirati o događajima od javnoga interesa, jer jedino informirani građani mogu kvalitetno participirati u životu društva. Uz to, masovni mediji u demokratskome društvu predstavljaju i arenu – prostor na kojem se odvija javni dijalog o pitanjima od zajedničkog interesa.

Kako po tom pitanju stojimo u Hrvatskoj? Ispunjavaju li hrvatske televizijske nacionalne kuće, a osobito HTV kao javni servis, u dovoljnoj mjeri tu svoju *javnu funkciju*? Trebamo li od komercijalnih televizija uopće očekivati stvaranje i razvijanje relevantnoga informativnog programa? Kojim se kriterijima vode urednici i novinari u stvaranju i selekciji televizijskih vijesti? Služe li televizijske kuće interesima politike, oglašivača ili gledatelja i javnosti? Prijete li televizijskome



novinarstvu komercijalizacija, poplava »žutila« i banalizacija programskih sadržaja, neke su od tema o kojima ćemo razgovarati s predstavnicima tri nacionalne televizijske kuće.

Ivan Miklenić

Diplomirao na Katoličkom bogoslovnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Pohađao specijalistički postdiplomski studij na Katehetskom institutu KBF-a u Zagrebu. Za svećenika zaređen 1980., od 2000. je kanonik Prvostolnog kaptola zagrebačkog, a od 2002. vrši i službu arhiđakona u Zagorskom arhiđakonatu Zagrebačke nadbiskupije. U više saziva vijećnik je Prezbiterskog vijeća Zagrebačke nadbiskupije. Pri HBK u više saziva član Komisije *Iustitia et pax* te Odbora za sredstva društvenog priopćivanja, član Upravnog odbora Hrvatskog katoličkog radija, član Upravnog vijeća Centra HBK za promicanje socijalnog nauka Crkve.

Od 1985. bio je zamjenik glavnog urednika, od 1990. do 1997. vršitelj dužnosti glavnog urednika, a od 1997. je glavni urednik *Glasa Koncila*. Autor je brojnih izvještaja, reportaža, intervjua, komentara i drugih članaka u *Glasi Koncila*. Radove je objavio i u *Vjesniku đakovačke i srijemske biskupije*, *Službenom vjesniku Varaždinske biskupije*, *Riječkom teološkom časopisu*, časopisu *Catholica* (Pariz), časopisu *Rhema*, katoličkim tjednicima srednjoeuropskih zemalja.

Svjetonazori u medijima

Dužnost je javnih medija u svojim programima i izdanjima dati prostor formalnim vjerskim zajednicama koje su kao takve i službeno registrirane, odnosno nereligioznim neformalnim svjetonazorskim zajednicama. Logika traži da količina prostora i vremena dana pojedinoj formalnoj vjerskoj zajednici bude razmjerna statističkoj zastupljenosti članova tih zajednica u društvu. Jav-



ni mediji dužni su u svim svojim programima i izdanjima omogućiti dijalog predstavnika različitih svjetonazora te izbjegavati prikriveno i suptilno razaranje svjetonazorskih vrijednosti odnosno izbjegavati favoriziranje bilo kojeg manjinskog svjetonazora koje bi moglo razarati vrijednosti drugih svjetonazora – no, to im vrlo često ne uspijeva.

Privatni mediji, koji danas čine većinu, u svojim programima i izdanjima nemaju zakonsku obvezu dati prostor formalnim vjerskim zajednicama ili nereligioznim neformalnim svjetonazorskim zajednicama, no samo tržište od njih zahtijeva da vode računa i o svjetonazoru svojih konzumenata. Ti mediji trebali bi omogućivati i poticati dijalog u društvu te nemaju pravo na otvoreno ili na suptilno razaranje svjetonazorskih vrijednosti ili na širenje nesnošljivosti prema svjetonazorima. Nije tajna da među svjetonazorima postoji suprotstavljenost čak i sukobljavanje, no mediji ne smiju biti u službi tih sukobljavanja nego dijaloga.

Nenad Prelog

Diplomirao sociologiju i filozofiju. Magistrirao na *University of Michigan (Ann Arbor)* iz područja zaštite okoline, a doktorirao na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.

Radio kao novinar (urednik i glavni urednik *Omladinskog tjednika*, časopisa *Byte* i dr.), utemeljio INDOK centar za zaštitu čovjekove okoline koji je vodio u razdoblju 1973-1979.

Obavljao dužnost direktora Referalnog centra Sveučilišta u Zagrebu, voditelja poslijediplomskog studija informacijskih znanosti.

Bio je pomoćnik ravnatelja Leksikografskog zavoda *Miroslav Krleža* te znanstveni savjetnik i redoviti profesor iz područja informacijskih znanosti na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu te na Sveučilištu u Zadru.



Od 2000. pomoćnik Ministra vanjskih poslova, a od 2003. do 2006. veleposlanik Republike Hrvatske u Irskoj.

Osnivač i dugogodišnji predsjednik Hrvatsko-američkog društva i Hrvatskog društva za promicanje informatičkog obrazovanja te osnivač i predsjednik *InMed-a*.

Novi mediji i elektronička demokracija

Elektronička demokracija kao oblik direktne demokracije u posljednje vrijeme sve više zaokuplja pozornost zakonodavaca (koji se nerijetko boje gubitka svoje uloge i moći koja proizlazi iz modela predstavničke demokracije...), i teoretičara medija i političke komunikacije, a konačno i samih građana. Oni osjećaju da modeli odlučivanja u društvu ni izdaleka ne slijede tehnološki razvoj koji omogućava sudjelovanje velikog broja ljudi u najrazličitijim procesima vezanim uz obrazovanje, kulturu, zabavu i slično, te mnogo manje u području svakodnevne politike i politike koja se odnosi na srednjoročno i dugoročno određivanje ciljeva i prioriteta.

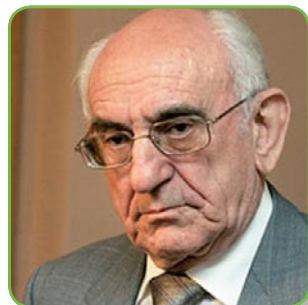
Stoga niz autora govori o neminovnosti ustanovljavanja novih modela upravljanja i odlučivanja, neki tim modelima daju naziv *Vlada 2.0* kako bi podcrtali važnost interakcije i participacije građana, proces koji je uvelike uzeo maha u medijima. Niz zemalja već je koristio informacijsku tehnologiju na izborima, parlamentarnim i lokalnim (npr. Estonija, Švicarska), ali se još uvijek provjeravaju različiti modeli kako bi se do kraja uklonila mogućnost sumnje u rezultate.

Ne smiju se podcijeniti ni određene opasnosti koje proizlaze iz želje pojedinih država da pod izlikom sigurnosti, borbe protiv kriminala ili terorizma ustanove mehanizme sve veće kontrole nad korištenjem interneta i različitih drugih uređaja i sustava za komunikaciju. Kao suprotnost razvoju e-demokracije stoga nam se nudi društvo *Velikog brata* koje nadgleda djelovanje svojih građana u sferi korištenja informacija.

Na koji način se tome suprotstaviti trebao bi postati zadatak svih onih koji danas razmišljaju samo o mogućnostima tehnologije bez da sagledavaju njezin utjecaj na društvo.

Davorin Rudolf

Znanstvenik i političar, redoviti član Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti, sveučilišni profesor međunarodnoga javnog prava u miru i doktor pravnih znanosti. Sudionik *Hrvatskoga proljeća* 1971. Djelovao na Pravnom fakultetu u Splitu od osnutka toga Fakulteta (1960-61) do 1990. Bio je dekan i prodekan, šef Katedre za međunarodno pravo, jedan od osnivača i svojedobno ravnatelj Poslijediplomskog studija prava mora, prvog poslijediplomskog znanstvenog studija pomorskog prava i međunarodnog prava mora u bivšoj Jugoslaviji.



Objavio znanstvene i stručne radove iz područja međunarodnog prava i međunarodnih odnosa, među kojima prvi cjeloviti sustav na hrvatskome jeziku *Međunarodno pravo mora* (1985) u izdanju Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti, u nas prvi *Enciklopedijski rječnik međunarodnog prava mora* (1989) na hrvatskome, engleskom, francuskom, ruskom i talijanskom, *Terminologiju međunarodnog prava mora* (1980), knjigu *Paksaktivnost i neutralnost* (1978) i *Morski gospodarski pojas u međunarodnom pravu* (1988). Bio je urednik i koautor knjige *Epikontinentalni pojas* (1978), redaktor i jedan od prevodilaca opsežnog teksta *Konvencije UN-a o pravu mora* (1982). Izlagao o problemima međunarodnog prava i međunarodnih odnosa na brojnim međunarodnim skupovima, predavao u Interuniverzitetskom centru za strane studente u Dubrovniku, poslijediplomskim studijima međunarodnog prava i međunarodnih odnosa u Zagrebu, Beogradu i Skoplju. Specijalizirao međunarodno pravo na američkim sveučilištima Princeton i New York. Bio je glavni urednik splitskog književnog časopisa *Peristil* (1951). Glavni je urednik znanstvenog časopisa *Adrias* Zavoda za znanstveni i umjetnički rad HAZU u Splitu i glavni urednik znanstvenog časopisa *Uporedno pomorsko pravo – Comparative Maritime Law* Jadranskog zavoda HAZU u Zagrebu.

Božo Skoko



Docent na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, gdje vodi kolegije iz odnosa s javnošću. Partner je i strateški savjetnik jedne od vodećih hrvatskih agencija za odnose s javnošću *Millenium promocije*.

Magistrirao je i doktorirao na problematici imidža država i međunarodnih odnosa s javnošću. Usavršavao se u zemlji i inozemstvu iz odnosa s javnošću i upravljanja komuniciranjem. Objavio je niz znanstvenih i stručnih radova s područja međunarodnih odnosa, odnosa s javnošću, medija i promocije.

Jedan je od vodećih hrvatskih stručnjaka za odnose s javnošću u praksi. Područja njegova interesa su: komuniciranje, promocija, međunarodni odnosi te problematika hrvatskog identiteta i imidža.

Gost je predavač na Diplomatskoj akademiji Ministarstva vanjskih poslova i europskih integracija Republike Hrvatske.

Radio je kao novinar i urednik na Hrvatskoj televiziji. Vodio je mnogobrojne PR projekte te je savjetovao menadžere, političke dužnosnike, korporacije i institucije u Hrvatskoj i susjednim zemljama, uključujući i Delegaciju Europske komisije u Hrvatskoj.

Upravljanje nacionalnim identitetom i imidžom: percepcija Hrvatske u regiji, Europi i svijetu

Tema izlaganja je identitet i imidž države te njihova uloga u suvremenim međunarodnim političkim i gospodarskim odnosima te mogućnosti njihovim upravljanjem, odnosno mogućnost upravljanja fenomenom *brendiranje*.

U tom će se kontekstu predstaviti kompleksnost nastajanja i mijenjanja nacionalnog identiteta i imidža te dosadašnja istraživanja vezana uz njihovu moć i utjecaj na sudbinu država i naroda –

od lakšeg postizanja vanjskopolitičkih ciljeva, jačanja izvoznih perspektiva i privlačenja stranih turista i ulagača do jačanja nacionalnog ponosa i njegova utjecaja na napredak države.

Uz analizu primjera iz svjetske prakse posebna će se pažnja posvetiti položaju Hrvatske kao buduće članice Europske unije te će se predstaviti najnovija istraživanja vezana uz imidž Hrvatske u Europi i susjednim zemljama.

Analizom primjene odnosa s javnošću, marketinga i javne diplomacije u upravljanju nacionalnim identitetom i imidžem, predstaviti će se mogućnosti stvaranja brenda *Hrvatska*.

Franjo Skoko

Diplomirani je pravnik i licencirani trener njemačkog *Scheelen instituta za Success Insights metodu* i unapređenje komunikacijskih vještina. Direktor je *Coris Educe* jedne od vodećih hrvatskih tvrtki specijaliziranih za razvoj ljudskih resursa i poslovno savjetovanje. Specijalizirao se za edukaciju, kreiranje obrazovnih programa, organizaciju seminara, konferencija i savjetovanja te provedbu analiza ljudskih potencijala prema *Success Insights metodi*.

Karijeru je započeo u Hrvatskom savezu mladeških udruga gdje je obnašao dužnost glavnog tajnika i predsjednika provedbenog odbora V. i VI. Svjetskog sabora hrvatske mladeži.

U *Millenium promociji* prošao sve segmente odnosa s javnošću, počevši od vođenja projekata, analize medija, event managementa, organiziranja edukacije do savjetovanja klijenata.

Kreirao je, organizirao i provodio različite edukacijske programe s područja komunikacijskih, menadžerskih i prodajnih vještina, osobnog razvoja te nastupa u medijima. Savjetovao je brojne hrvatske i strane tvrtke te različite institucije i organizacije. Od svibnja 2008. do rujna 2009. bio je jedan od ključnih starijih savjetnika na EU CARDS projektu BIZImpact – Poboljšavanje informiranosti hrvatske poslovne zajednice.



Berto Šalaj

Diplomirao je, magistrirao i doktorirao na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, gdje je trenutno i zaposlen u statusu docenta. Izvodi nastavu na kolegijima »Politička socijalizacija i političko obrazovanje« i »Demokracija i civilno društvo«. Objavio je više znanstvenih i stručnih studija u kojima se bavi pitanjem političke kulture, socijalnog kapitala, civilnog društva, političkog obrazovanja i obrazovne politike.



Neven Šantić

Diplomirao politologiju 1992. na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.

Profesionalnu karijeru novinara započeo je na *Radio Rijeci* 1983.

Kao novinar, komentator i kolumnist u *Novom listu* radi od 1991.

Bio je urednik priloga za europske integracije *Europa*. Od 2005.

do 2009. godine bio je zamjenik glavnog urednika, a od 2009. je

pomoćnik glavnog urednika. Član je Skupštine Hrvatskog novi-

inarskog društva, aktualni predsjednik Nadzornog odbora Hrvat-

skog novinarskog društva te član Izvršnog odbora Hrvatskog politološkog društva.

Područja su njegovog interesa političke stranke i politički sustavi, civilno društvo, europske in-

tegracije.



Svjetonazori u medijima

Od pojave masovnih medija rasprava o njihovoj ulozi spoticala se o istu dilemu: trebaju li mediji biti vrijednosno neutralni ili je stav protkan određenim svjetonazorom nemoguće izbjeći. Dilema je zapravo lažna.

Apstrahiramo li načas sve naglašeniju zabavnu dimenziju medija, »pomahnitalu estradizaciju«, koja zaslužuje poseban prostor rasprave o medijima u eri globalizacije, lako je razlučiti dvije glavne komponente medija bez obzira na njihovu mijenu u proteklih stotinjak godina. Riječ je o informativnosti i otvaranju prostora za javnu raspravu, koje zabavni sadržaji protkani tzv. *žutilom* nastoje potisnuti, ali još uvijek ne i potpuno istisnuti.

Posebno se tome odupiru novine. Štoviše, može se reći da su novine preživjele »najezdu« elektroničkih medija, radija i televizije, stoga što uz informativni sadržaj, (odavno izgubivši bitku u brzini objavljivanja vijesti s radijom, televizijom a u novije doba i internetom), mogu ponuditi analitičnost, sučeljavanje mišljenja i sve ono što služi javnoj raspravi o određenim društvenim (političkim, gospodarskim i inim) pitanjima i problemima. Usput budi rečeno, i to je tema za jednu posebnu raspravu, aktualna kriza novina diljem umreženog svijeta možda je upravo uzrokovana ne samo sklonošću mladih da se sve više služe internetom i drugim suvremenim medijima nego sve manjim interesom za javnu raspravu, i to ne samo kod čitatelja nego prvenstveno kod izdavača, vlasnika medija, svjesnih da otvorena javna rasprava o određenim problemima može dirnuti u interese određene korporacije, na čiji se novac od oglašavanja računa, pa se time krug zatvara.

Otvorenost medija koja pobuđuje pažnju čitatelja može stoga ugroziti prihode vlasnika koji ga onda nastoji kontrolirati, što, pak, dovodi do gubitka vjerodostojnosti medija, posljedično čitatelja i prihoda, i eto nas na početku priče o krizi novina.

Mladenka Šarić

Diplomirala politologiju na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu. Kao apsolventica počinje se baviti novinarstvom.

Prve članke objavljuje kao suradnica zadarskog dopisništva *Večernjeg lista*, a od 1988. radi u *Večernjakovoj* redakciji u Zagrebu. Kao i većina mladih novinara iz toga doba, zanat peče u gradskoj rubrici, gdje, nakon obrađivanja različitih životnih tema, počinje pratiti politički život u gradu Zagrebu. Nakon toga počinje pratiti parlamentarni život u mladoj hrvatskoj državi, koja je učila što znače praktično višestranačje i demokratski standardi.

O domaćoj je politici, njezinoj adolescenciji, nezrelosti i sazrijevanju objavila mnoštvo članaka, intervjuja, analiza, komentara, izvještaja... Političke kolumne *Lijepa naša politika* i *Brifing* objavljuje u *Večernjem listu*.

Kolumne je objavljivala i na političkom portalu *Drugi film*.

Sudjelovala je na okruglim stolovima o medijskoj sceni u Hrvatskoj, pohađala radionice koje su u suradnji s *Večernjim listom* organizirali predstavnici međunarodno priznate agencije IFRA koja se bavi medijima.

Svjetonazori u medijima

U totalitarnim režimima, kao što je bio jednopartijski sustav bivše Jugoslavije, relativno je lako odgovoriti na pitanje o svjetonazoru koji prevladava u medijima. U bivšoj su federaciji novinari bili definirani kao društveno-politički radnici, orijentacija određenog medija uvijek je morala biti na ispravnoj političkoj liniji, a oni koji tim pojednostavljenim i krutim kriterijima nisu zadovoljavali plaćali su visoku cijenu neposluha. U višestranačkoj demokraciji sloboda medija u svakom segmentu tog pojma, pa i u odabiru svjetonazora koji će se odražavati u uređivačkoj politici, jedan je od temeljnih društvenih postulata.



Za većinu vodećih medija u Hrvatskoj, i tiskanih i elektroničkih, može se konstatirati da su pro-europski orijentirani i da se zalažu za čvrstu pravnu državu koja će iskorijeniti korupciju i suzbiti organizirani kriminal. No, sve ostalo što bi činilo svjetonazor pojedinih medija vrlo je neuhvatljivo, pa nerijetko pate od svjetonazorskih lutanja između koncepta koji podržava tradicionalne obiteljske ili nacionalne vrijednosti i onog ekstremno liberalnog u kojemu se kao društvene zvižde prikazuju starlete koje u kratkim suknjicama plešu na narodnjačkim zabavama. Uređivačke politike u mnogim su medijima svjetonazorski nedefinirane. Nije potpuno jasno za što se zalažu i kome se obraćaju, jesu li im uopće bitne vrijednosti koje čine društvenu nadgradnju, sadržaj je postao roba, prezentacija je populističko-senzacionalistička...

Za razliku od krutog i po novinarstvo opasnog jednopartijskog režima, višestranačka je demokracija senzibilan sustav koji medijima nudi veliku slobodu, ali nameće i potrebu da i pojedinac i medij u cjelini razvijaju snažan osjećaj vlastite odgovornosti prema društvu. Upravo to, međutim, vrlo često izostaje, kako na vlasničkoj i uredničkoj, tako i na novinarskoj razini.

Mislav Togonal

Diplomirao na Filozofskom fakultetu u Zagrebu te stekao zvanje profesor hrvatskog jezika i književnosti.

Na Hrvatskoj televiziji urednik i voditelj emisije *Otvoreno*.

Radi i kao urednik i voditelj emisije *Poligraf* i vijesti na Hrvatskom radiju gdje je ujedno i zamjenik glavnog urednika Informativnog programa.



Svjetonazori u medijima

U dijelu hrvatske javnosti uvriježeno je mišljenje o dominantno lijevo-liberalnom svjetonazoru u medijima, osobito dijelu dnevnih novina. No, sve je tek na razini dojma i predstoji ozbiljna

analiza tiskanih i elektroničkih medija. U svijetu, primjerice u SAD-u, legitimno je da se cijela redakcija uglednih novina opredijeli za neku političku opciju ili pojedinog kandidata na izborima. No, preduvjet je da je u pitanju medij u privatnom vlasništvu i da je jasno odijeljena vijest od komentara.

U hrvatskom medijskom prostoru sve donedavno bila je prenaglašena uloga *opinion-maker*a; starijih, utjecajnijih novinara koji su svojim komentarima neizravno zacrtavali i naglaske u člancima mlađih redakcijskih kolega. Sveprisutan je i problem stalnih komentatora dnevnopolitičke zbilje koji postaju univerzalni stručnjaci za sva područja – od stranačkog nadjačavanja, preko korupcije i kriminala do najraznovrsnijih društvenih fenomena. Razloga za to je više. Jedan je činjenica da živimo u društvu s jednoznamenkastim brojem visokoobrazovanih u kojem je teško doći do sugovornika koji će pristati u roku od nekoliko sati sudjelovati u emisiji ili dati izjavu, odnosno intervju. No, dio problema je i u pristupu novinara koji će se linijom manjeg otpora radije odlučiti za provjerenog sugovornika od kojega može očekivati zanimljivu tezu, nego što će eksperimentirati s novim stručnjakom u eteru koje se u medijskoj komunikaciji može pokazati promašajem.

Upravo je stoga lista *dežurnih komentatora* svedena na *nogometnu momčad*. Kako to promijeniti i proširiti krug stručnih sugovornika? Zašto se komentatori konzervativnog svjetonazora nerado odazivaju u emisije elektroničkih medija? Postoje li uopće više klasične podjele na lijeve i desne? Je li u poplavi senzacionalizma postalo potpuno nebitno napraviti uravnoteženi i smisleni razgovor iz kojega će javnost nešto doznati ili se uspjehom smatra isključivo incident koji će pridonijeti većoj gledanosti/slušnosti/čitanosti? Kakav je stvarno dominantni svjetonazor hrvatskih medija?

Pitanja je mnogo, za odgovorima ćemo tragati...

Gordana Vilović

Gordana Vilović, (Makarska, 1957.) diplomirala je politologiju na Fakultetu političkih znanosti 1980, a paralelni studij novinarstva 1992; na istom je fakultetu magistrirala i doktorirala. Autorica je knjige Etički prijevori u Globusu i Nacionalu 1990-2000. (2004), te suautorica nekoliko knjiga iz etike medija, obrazovanja novinara i novinarstva.

Zaposlena je na Sveučilištu u Dubrovniku, na odjelu Mediji i kultura društva, a honorarno radi na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.



Igor Zidić

U Splitu završio klasičnu gimnaziju, a u Zagrebu diplomirao komparativnu književnost i povijest umjetnosti.

Od početka šezdesetih godina osniva i uređuje časopise, objavljuje eseje, kritike, polemike, oglede te studije o modernoj hrvatskoj likovnoj umjetnosti. Knjiga *Granica i obostrano (Studije i ogle-di o hrvatskoj umjetnosti XX. stoljeća)* 1996, nakon *Eseja* (1963) i *Tkalca na propuhu* (1972), treće je sabiranje te pozamašne, a raspršene građe. U izdanjima hrvatskih, slovenskih, njemačkih, engleskih i američkih nakladnika objavio je niz monografija, među kojima je i *Miljenko Stančić* (1979). Zajedno s Branimirom Donatom priredio je *Antologiju hrvatske fantastične proze i slikarstva* (1975). U zasebnim je svescima tiskao devet zbirki stihova i priredio izbor pjesama Vladimira Nazora (*Sveti lug*, 1975).



Priredio je – i uvodnim tekstovima popratio – mnoge izložbe.

Devedesetih predstavlja hrvatsku modernu i suvremenu umjetnost u inozemstvu; rezultat su izložbe *Paessagio nella pittura moderna croata 1890-1990*. u Milanu (1991); pa hrvatski nastupi na *XLV. Biennalu* u Veneciji (1993) na *5. međunarodnoj izložbi* u Kairu (1994/1995), na *XLVI. Biennalu* u Veneciji (1995) i na *4. Biennalu* u Istanbulu (1995). Izložbu *Grupe trojice* postavio je u Madridu (1994/1995), Zagrebu (1995), Wiesbadenu i Novom Mestu (1996). Veliku suvremenu hrvatsku izložbu (*Nuevo Arte de Craocia*) postavio je 1997. u Santiagu, Valdiviji i Cochabambi, 1998. u Buenos Airesu i (*Nova Arte de Croácia*) São Paulu.

Napisao je niz scenarija ili tekstova za dokumentarne filmove o hrvatskim umjetnicima, interpretirao – u različitim TV emisijama – djela mnogih naših značajnih majstora. Godine 1995. proizvedena je videokaseta s trima filmskim dokumentarnim zapisima na njegove tekstove (*Prvaci hrvatskog modernog slikarstva: Vlaho Bukovac – Mato Celestin Medović – Emanuel Vidović*).

Suosnivač i urednik časopisa *Razlog* (1961-1964), *Život umjetnosti* (1966-1970), glavni i odgovorni urednik *Kola* (1968-1971), pokretač *Hrvatskog tjednika* (1971), obnovitelj i urednik *Kola* (1991-1994).

Za knjigu *Eseji* dobio je nagradu *Mladosti* (1964); za knjigu *Strijela od stakla* primio je Nagradu DKH *Tin Ujević* (1986), a za film *Emanuel Vidović, slikar* s B. Žižićem i G. Trbuljakom, *Veliku nagradu zagrebačkog salona* (1989), 2007. *Nagradu grada Zagreba* za dugogodišnje vođenje Moderne galerije..

Od 1989. do 2008. obnašao je dužnost ravnatelja Moderne galerije u Zagrebu.

Za tajnika Matice hrvatske biran je 1966, a od 2002. predsjednik je Matice hrvatske.

Damir Zorić

Diplomirao i doktorirao na Filozofskom fakultetu u Zagrebu gdje je koncem osamdesetih i radio kao mladi znanstvenik i asistent. Od 1991. obavljao različite javne poslove i dužnosti u Vladi, Saboru i Ministarstvu vanjskih poslova. Od 2001. u privatnome poduzetništvu. Član Predsjedništva Matice hrvatske. Predaje na Sveučilištu u Zadru.

Predsjednik je uprave Euroherc osiguranja d.d.



Suzana Žilič Fišer

Završila studij novinarstva na Fakultetu društvenih znanosti na Sveučilištu u Ljubljani. Poslijediplomski studij političkih znanosti završila na Central European University u Budimpešti, a doktorat pripremala na University of Westminster u Londonu i Sveučilištu u Ljubljani. Docentica na Institutu za medijske komunikacije Fakulteta za elektrotehniku, računarstvo i informatiku Sveučilišta u Mariboru. Nositeljica kolegija Uvod u komuniciranje, Mediji i demokracija, Organizacija audio – vizualne produkcije, Priprema medijskog sadržaja i Medijski i programski žanrovi.

Prije akademske karijere deset godina djelovala u medijskoj produkciji. Kao novinarka i urednica radila u različitim medijskim ustanovama u Sloveniji.

Nakon istraživanja britanskih medija, kojima je posvetila velik dio istraživačkog rada, dvije godine predavala na sveučilištima u Londonu. Njezin istraživački i znanstveni rad obuhvaća područja elektronskih medija, javne televizije, medijskog menadžmenta i audio – vizualne produkcije.

Predsjednica komisije za medije u Ministarstvu kulture Republike Slovenije, koja se bavi pregledom i sufinanciranjem medijskog sadržaja u Sloveniji.





Ulica Matice hrvatske 2, 10000 Zagreb
tel. +385 (1) 48 78 352, fax. +385 (1) 48 19 319
e-mail: matica@matica.hr
www.matica.hr