

még nem regisztrált települések települési statisztikái között. Melyek azok a közösségek, akik lemaradónak számítanak az új technológiák használatában.

A továbbiakban, a felhasználói profilok publikus adatainak vizsgálatával mutattuk ki, hogy melyek azok a társadalmi csoportok, akik újítként, elsőként használják az új lehetőséget, egy új szolgáltatást. Szintén fontos kérdés, hogy az újítók honnan kapják az információt, vagyis a diffúzió területileg honnan érkezett az adott településre.

**Totosy, Steven de Zepetnek<sup>155</sup>, PhD**

### **Education, Interculturalism, and the New Europe** (Pedagógia, interkulturalizmus és az új Európa)

In his paper "Education, Interculturalism, and the New Europe," Steven Tötösy de Zepetnek discusses how intermediality may influence negotiations of culture and education, and how, in turn, cultural and educational practices can employ new media with the result of an increase in social impact and significance. While along other notions and practices, work towards interculturalism with new media against exclusion and away from cultural essentialisms represents a small part for the development of a Europe of inclusion, it nevertheless offers significant potential. Intermediality refers to the blurring of generic and formal boundaries among different forms of new media practices and it means the employment of theoretical presuppositions in application for the betterment of society against essentialisms and towards inclusion and interculturalism. Thus, the notion and potential of intermediality is associated with the incorporation of digital media in a wide variety of loci and spaces of representation and production in the transfer of information, the creation of knowledge, and the implementation of inclusive social practices and policy in education. The trajectories of intermedial spaces between new media and the proliferation of texts, intertexts, hypertexts, and similar acts of remediation, transmediality, multimediality, hypermediality, etc., reveal and offer possibilities about how culture can be negotiated in the context of social and technological change towards a new Europe.

**Urbán Zoltán<sup>156</sup>**

### **Szervezeti kommunikáció a digitális korban** (Corporate communication in the digital era)

A szervezeti kommunikáció számos lehetséges fajtája közül – szervezeten belüli, szervezetek közötti, szervezet és célcsoportjai közötti, szervezet és média közötti – az előadás elsősorban ez utóbbival kíván részletesen foglalkozni. A médiával, annak képviselőivel folytatott nem reklámcélú kommunikáció alapvetően azt a célt szolgálja, hogy a szervezetek közleményei, sajtótájékoztatói és egyéb sajtórendezvényei révén a médiát néző/olvasó csoportok számára a szervezeti üzenetek eljussanak, és a címzettekben elérjék a megfelelő hatást (pl.: bizalom a szervezet iránt, a szervezeti innováció bemutatása, tájékoztatás a szervezet életében végbemenő (pozitív) változásokról). A gyakorlati példákat felvonultató előadás rámutat arra, hogy a szervezetek milyen módon tudják hatékonyan szervezni a különböző médiacsoportokat, hogyan, milyen eszközökkel tudják üzeneteiket dinamikus szegmentálni,

<sup>155</sup> National Sun Yat-sen University, Taiwan University of Halle-Wittenberg, Germany

<sup>156</sup> *INCOSYS Kft. – informatikai igazgató*