

UVODNIK

Editor's note



Dejan Gluvačević, PhD
Executive Editor

Drage čitateljice i dragi čitatelji,

još jedan broj znanstvenog časopisa *Communication Management Review* je pred vama, a koji donosi zanimljive radove iz područja diplomacije, odnosa s javnošću, lobiranja, ali i komunikacije na društvenim mrežama. Uvjereni smo kako će svatko od vas pronaći zanimljive teme i naslove iz spomenutih područja.

Časopis donosi pet radova, a prvi po redu je rad *Uloga komunikacijskih kompetencija i interkulturene inteligencije u suvremenoj diplomaciji*, koji se bavi promjenama u načinu funkcioniranja suvremene diplomacije. Autor ovog rada analizira nove okolnosti u kojima se odvijaju diplomatski procesi te daje zaključna razmatranja o poželjnom profilu i kompetencijama suvremenog diplomata. Rad *The relationship between the perception of advertising, FOMO, social network fatigue and privacy concerns among social network users*, za cilj je imao ispitati odnos između čimbenika oglašavanja na društvenim mrežama, stavova na društvenim mrežama, brendovima i percepciji nametljivosti oglašavanja na društvenim mrežama koje je provedeno na online uzorku od 212 ispitanika u dobi od 18 do 45 godina. Rezultati provedenog istraživanja su pokazali pozitivne stavove prema oglašavanju kao i visoku razinu zabrinutosti za privatnost što ga čini vrlo dobrim temeljem i prijedlogom za sva buduća istraživanja na ovu temu. Rad *Sindrom sagorijevanja kod zaposlenih u odnosima s javnošću u Hrvatskoj* istražuje pojavu sindroma sagorijevanja kod zaposlenih u odnosima s javnošću, kao i korelaciju njegova pojavljivanja s uvjetima rada, doživljajem subjektivne dobrobiti, konfliktom radne i obiteljske uloge kao i doživljajem promjena u organizaciji rada za vrijeme COVID-19 pandemije. Rezultati istraživanja pokazali su kako je kod gotovo svakog šestog ispitanika detektiran visok stupanj sagorijevanja na poslu. *Lobiranje kao grana odnosa s javnošću* rad je u kojem se daje pregled postojeće literature analizira lobiranje koristeći se brojnim argumentima zbog čega bi se ovo područje trebalo usko definirati kao grana odnosa s javnošću. Ovaj broj časopisa zatvara rad *Analiza stavova čitatelja o lažnim vijestima u elektroničkim publikacijama tijekom COVID-19 pandemije* koji se bavi fenomenom lažnih vijesti koji je pojavom pandemije u medijskom prostoru bio poprilično prisutan.

U ovome broju časopisa nastavljamo s prikazima novih i zanimljivih knjiga, kao i poziva za sudjelovanjem na međunarodnim konferencijama. Ako i sami provodite istraživanja iz područja komunikacija, medija i odnosa s javnošću, politologije i srodnih disciplina pošaljite nam svoje radove. Upravo je u tijeku prikupljanje radova za drugi broj časopisa u 2022. godini koji će izaći u prosincu.

Radujemo se budućoj suradnji!

Uživajte u čitanju!