

# UVODNIK

## Editor's note



.....

**Dejan Gluvačević, PhD**

Editor-in-Chief



.....

**Ivana Schildenfeld**

Executive Editor

## Drage čitateljice i dragi čitatelji,

pred vama je još jedan broj znanstvenog časopisa *Communication Management Review*, a koji donosi zanimljive radove iz područja javne diplomacije, turističkog razvoja destinacija, odnosa s javnošću, ali još uvijek aktualne teme vezano uz korištenje medija tijekom pandemije COVID-19.

Martina Pandžić Skoko u radu *Uspón i pad američkog sna kao ključnog aduta meke moći Sjedinjenih Američkih država* donosi zanimljiv pregled kako je meka moć Sjedinjenih Američkih Država pridonijela njezinom međunarodnom pozicioniranju. Autorica ističe kako je SAD jedan od najboljih globalnih primjera uspješne komercijalizacije vlastitog identiteta uz pomoć kojeg su stvorili privlačnu priču o američkom snu koji je pozitivno utjecao na stvaranje brenda SAD-a, a samim time i na popularnost američkih proizvoda, uslužnih brendova pa čak i politike. Analizirajući razvoj situacije i komunikacijsku krizu SAD-a u 21. stoljeću, kao posljedica se javilo slabljenje meke moći i privlačnosti američkog sna što prema navodima autorice u konačnici utječe i na slabljenje američkog brenda.

Drugi rad u časopisu donose izv.prof.dr.sc. Ljiljana Zekanović-Korona i doc.dr.sc. Jurica Grzunov pod nazivom *Percepcija ključnih dionika o problemima u razvoju pametnih turističkih destinacija u Hrvatskoj*. Autori u radu propituju rješavanje problema sezonalnosti u hrvatskom turizmu kroz turističke trendove i održivi razvoj koji se nameće kroz pametni turizam. U tu svrhu autori donose rezultate istraživanja koji pokazuju u kojoj mjeri ključni dionici u hrvatskom turizmu surađuju s ostalim dionicima te kako percipiraju spomenutu probleme kako bi se pronašli rješenje u održivom turističkom razvoju.

Karlo Kanajet autor je rada pod nazivom *Communication Specifics of Today and Public Relations* u kojem autor donosi prikaz komunikacijskih specifičnosti i načina na koji iste utječu na rad praktičara u odnosima s javnošću. U tom smislu autor se bavi odnosima između odnosa s javnošću i novinarstva, komunikacijom u digitalno doba, ali i brzim promjenama koje nastupaju unutar same industrije.

Ovaj broj časopisa zatvaramo radom *Učestalost i svrha korištenja medija tijekom pandemije COVID-19*, autorice Paule Čatipović. Autorica se bavi još uvijek prisutnom temom zadovoljstva javnosti korištenjem medija tijekom pandemije COVID-19. Autorica u radu donosi rezultate istraživanja čija analiza daje važne zaključke o korištenju medija u kriznim situacijama te donosi određene sugestije.

Kao i u ranijim izdanjima, u ovome broju časopisa nastavljamo s prikazima novih i zanimljivih knjiga pa tako donosimo prikaz knjige doc. dr. sc. Dine Tomšić pod naslovom *Korporativna reputacija – interdisciplinarna paradigma*. Za sve one koji s nestrpljenjem iščekuju nove znanstvene i stručne konferencije, u ovom broju s ponosom najavljujemo te vas pozivamo na sudjelovanje na konferenciji *Bernays Forum 2023: Communication & Leading the Culture of Change* koja će se održati 8. i 9. prosinca ove godine u Zagrebu, u organizaciji Veleučilišta Edward Bernays.

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 2023. godini koji će izaći u prosincu.

Radujemo se budućoj suradnji!

Uživajte u čitanju!