

SADRŽAJ

1. Utjecaj umjetne inteligencije na razvoj komunikacijskih strategija u akademskoj zajednici
Diana Ježina Radovanović
2. Uloga efikasne komunikacije u upravljanju projektom
Anthony Ban
3. Art worlds videoigara: identitet, zajednica i vrijednost u hrvatskom kontekstu
Karlo Tukša i Lucija Mihaljević
4. Putovanje prema personaliziranom iskustvu: korištenje podataka za unapređenje marketinške strategije u turizmu – studija iznajmljivača smještaja
Branka Ličanin
5. Digital literacy of elderly in Croatia
Lucija Milković, Vanesa Varga i Vladimira Rezo
6. Prikaz knjige „Anksiozna generacija” Jonathana Haidta
Vanesa Varga

U ovom broju donosimo niz izvornih znanstvenih članaka koji iz različitih perspektiva istražuju kako digitalne tehnologije, komunikacijske prakse i kreativne industrije oblikuju društvo te kako pojedinci i institucije odgovaraju na izazove i mogućnosti suvremenih promjena.

Diana Ježina Radovanović u članku „Utjecaj umjetne inteligencije na razvoj komunikacijskih strategija u akademskoj zajednici” otvara jedno od najvažnijih pitanja suvremene akademske zajednice. Često se pitamo kako umjetna inteligencija mijenja načine kojima visokoobrazovne institucije komuniciraju, organiziraju se i oblikuju svoje strateške procese. Polazeći od pregleda institucionalnih politika i teorijskih modela prihvaćanja tehnologije, autorica pokazuje da se izazovi i mogućnosti koje donosi umjetna inteligencija, ne očituju samo u tehničkoj inovaciji, već i u dubokim promjenama profesionalnih praksi, etičkih standarda i epistemoloških temelja sveučilišnog djelovanja. Članak potiče raspravu o tome kako akademska zajednica može razvijati komunikacijske strategije koje istodobno njeguju odgovornost, transparentnost i pluralizam.



Anthony Ban u članku „Uloga efikasne komunikacije u upravljanju projektom” donosi sveobuhvatnu analizu teorijskih polazišta, ključnih komunikacijskih modela i izazova s kojima se suočavaju projektni timovi u dinamičnim organizacijskim okruženjima. Posebnu vrijednost rada čini empirijsko istraživanje provedeno među zaposlenicima hrvatskih organizacija, koje potvrđuje da percepcija važnosti komunikacije značajno varira s dobi i razinom obrazovanja, istovremeno potvrđujući da je komunikacija prepoznata kao neizostavan preduvjet uspješnog projektnog menadžmenta. Članak upućuje i na nužnost sustavne prilagodbe komunikacijskih strategija različitim timskim strukturama, čineći ga relevantnim doprinosom, kako akademskoj zajednici, tako i praktičarima u području upravljanja projektima.

Karlo Tukša i Lucija Mihaljević u članku „Art worlds videoigara: identitet, zajednica i vrijednost u hrvatskom kontekstu” izlažu empirijski uvid u načine kojima kreatori videoigara žive i oblikuju svoje profesionalne identitete. Smještajući hrvatsku produkciju u okvir svjetova umjetnosti, kulturnog kapitala i kreativnog rada, članak pokazuje kako se kvaliteta i vrijednost videoigara oblikuju mrežama suradnje, zajedničkim konvencijama i pregovorima o značenju, što nadilazi tehničko-produkcijske procese. Članak predstavlja važan doprinos razvoju domaćih studija videoigara i otvara prostor daljnjim istraživanjima estetskih, društvenih i organizacijskih aspekata jedne od najdinamičnijih kreativnih industrija današnjice.

Branka Ličanin u svom članku „Putovanje prema personaliziranom iskustvu: korištenje podataka za unapređenje marketinške strategije u turizmu – studija iznajmljivača smještaja” donosi temeljitu analizu različitih izvora podataka, od demografskih pokazatelja i povijesti rezervacija do online ponašanja korisnika i recenzija, te ih spaja u koherentan model segmentacije gostiju. Time ne samo da pruža empirijski utemeljene uvide u preferencije suvremenih putnika, već i otvara perspektivu o moguć-

nostima koje personalizacija donosi malim pružateljima turističkih usluga. Članak pokazuje kako se transformacija turizma odvija podatkovno vođenim odlukama te je vrijedan doprinos raspravi o digitalnom razvoju i konkurentnosti turističkog sektora.

Lucija Milković, Vanesa Varga i Vladmira Rezo u članku „Digital literacy of elderly in Croatia” otvaraju pitanje kako osigurati da starije generacije ravnopravno sudjeluju u digitalnom okruženju. Autori istražuju razinu znanja, poteškoće, strahove, motivaciju i želju za učenjem starijih osoba. Rezultati pokazuju djelomičnu digitalnu pismenost starije populacije. Naime, dok su osnovne radnje na pametnom telefonu relativno savladane, kritičko vrednovanje informacija, sigurnost na internetu i snalaženje u složenijim digitalnim okruženjima ostaju izazov. Posebno je važno što rad potvrđuje da starije osobe žele učiti i napredovati u digitalnom okruženju, ali im je potrebno osigurati pristupačne programe i podršku. Ovaj zaključni prilog poziva na razvoj prilagođenih edukacijskih programa, međugeneracijsku suradnju i promišljanje načina kojima prenosimo digitalna znanja. Na samom kraju nalazi se prikaz knjige „Anksiozna generacija Jonathana Haidta”.

Pozivamo autore na dostavljanje znanstvenih i preglednih radova koji istražuju teme iz područja medija, kulture i odnosa s javnošću. Veselimo se doprinosima koji proširuju postojeća znanja, potiču stručnu raspravu i otvaraju nove perspektive proučavanja komunikacije i kulture.

Zahvaljujemo svojim autorima i recenzentima na doprinosu ovom broju časopisa *Media, Culture, and Public Relations*.

U ime uredništva
doc. dr. sc. Vanesa Varga
Glavna urednica