

# UVODNIK

## EDITOR'S NOTE



.....  
**Lovro Matković**  
Executive Editor

Drage čitateljice i dragi čitatelji,

Živimo u razdoblju u kojem tehnološki napredak, predvođen razvojem umjetne inteligencije i ubrzanom digitalnom transformacijom, nepovratno mijenja način na koji komuniciramo, učimo i posluje. U svijetu gdje se granice između fizičkog i digitalnog okruženja sve više brišu, pitanja prilagodbe obrazovnih sustava, krizne komunikacije i sigurnosti, kao i očuvanja društvene kohezije, postaju imperativ za održivost modernog društva. Kako bismo bolje razumjeli ove složene procese, u prvom ovogodišnjem izdanju donosimo vam šest radova koji kritički propituju navedene izazove i nude nove, dubinske istraživačke perspektive.

Broj otvara rad *Obrazovanje kao ključ održivosti domaće i europske ekonomije*, autora Mislava Balkovića, koji analizira ulogu obrazovanja kao strateškog stupa opstanka u eri tehnoloških promjena. Rad propitkuje položaj Europe u globalnoj utrci za intelektualnim vlasništvom te nudi uvid u strateške inicijative poput „Unije vještina“ čiji je cilj transformacija obrazovnog sustava radi očuvanja ekonomske konkurentnosti i socijalne kohezije.

U drugom radu pod nazivom *Generativna umjetna inteligencija u visokom obrazovanju - uloga nastavnika u transformaciji nastavnog procesa*, autorica Ivana Ogrizek Biškupić razmatra disruptivne učinke primjene umjetne inteligencije u obrazovnom sustavu. Rad se fokusira na nastavnike kao ključne aktere, propitujući njihovu ulogu i potrebu za sustavnom institucionalnom podrškom te donosi rezultate istraživanja o izazovima i praksama primjene generativne umjetne inteligencije.

Slijedi rad autora Zlatana Morića pod nazivom *Asimetrična krizna komunikacija kao sigurnosno ograničenje u kibernetičkoj obrani uz djelomično dijeljenje informacija*. Autor uvodi koncept asimetrične krizne komunikacije kao analitički okvir u uvjetima

gdje je potpuno dijeljenje informacija onemogućeno zbog nacionalno-sigurnosnih klasifikacija. Rad pokazuje kako informacijska asimetrija nije nužno komunikacijski neuspjeh, već legitiman mehanizam upravljanja sigurnosnim rizikom.

Nadalje, u radu *Analiza modela angažmana potrošača i njihova utjecaja na različite marketinške ishode*, autori Lordan Kondić, Vatroslav Škare i Nada Kaurin Knežević, sustavno analiziraju modele angažmana potrošača i njihov utjecaj na poslovanje. Kroz analizu empirijskih radova autori potvrđuju kako angažman pozitivno utječe na lojalnost i vrijednost marke, naglašavajući pritom važnost strateškog usklađivanja aktivnosti s očekivanim tržišnim ishodima.

U radu *Od prijetnje do pripadnosti: konceptualizacija, mjerenje i povezanost prijetnji, društvenih identiteta i društvene kohezije*, autor Igor Mikloušić istražuje dinamiku multikulturalnih društava. Rad razmatra međudnose fuzije identiteta, društvene kohezije i percepcije prijetnje, ističući kako različite prijetnje aktiviraju specifične mehanizme koji mogu rezultirati pojačanom solidarnošću, ali i fragmentacijom unutar grupa.

Prvo izdanje ove godine zaključuju autori Branimir Felger i Paula Horvat radom *Percepcija persuazivnih elemenata u Top shop televizijskim reklamama*. Autori analiziraju kako vizualni i auditivni aspekti oglašavanja utječu na percepciju i odluke gledatelja o kupnji, pokazujući da kombinacija tih elemenata značajno pridonosi formiranju stavova i učinkovitosti televizijskog oglašavanja.

Osim navedenih radova, u ovom broju časopisa predstavljamo prikaz knjige *Moć komunikacije* autora Charlesa Duhigga, koji potpisuje Ivana Bilić. Autorica prikaza knjige ističe kako se komunikacija u ovoj knjizi promatra kao složen proces koji zahtijeva svjesno upravljanje i empatijsko slušanje. Knjiga može poslužiti kao iznimno vrijedan izvor profesionalcima u području komunikacija, menadžmenta i odnosa s javnošću za bolje razumijevanje svakodnevnih komunikacijskih praksi.

Za sve one koji žele sudjelovati na znanstvenim i stručnim konferencijama, u ovom broju najavljujemo *World Conference on Media and Communication*. Sedmo izdanje ove konferencije održat će se u periodu od 23. do 25. listopada 2026. godine u Oxfordu, u Ujedinjenom Kraljevstvu. Ovaj događaj znanstvenicima, istraživačima i studentima pruža izvrsnu međunarodnu platformu za razmjenu istraživačkih spoznaja i aktivno sudjelovanje u oblikovanju budućnosti medija.

Ako se bavite istraživanjima u društvenim znanostima, osobito u području komunikacija i srodnih disciplina, pozivamo vas da i dalje prijavljujete svoje radove za objavu u našem časopisu. Vaši doprinosi obogaćuju znanstvenu i stručnu raspravu te omogućuju razmjenu ideja, iskustava i inovativnih pristupa unutar šire akademske zajednice.

Zahvaljujemo svim autorima, mentorima i recenzentima na njihovom predanom radu i doprinosu razvoju znanstvene zajednice. Vjerujemo da će radovi objavljeni u ovom broju čitateljima ponuditi inspiraciju za daljnje promišljanje, istraživanje i kritičku raspravu.

Uživajte u čitanju!

Uredništvo časopisa Communication Management Review

## Editor's Note

Dear readers,

we live in an era in which technological advances, led by the development of artificial intelligence and accelerated digital transformation, are irreversibly changing the way we communicate, learn, and do business. In a world where the boundaries between the physical and digital environments are increasingly blurred, the issues of adapting education systems, crisis communication and security, as well as preserving social cohesion, are becoming imperative for the sustainability of modern society. In order to better understand these complex processes, in this first issue of this year we bring you six papers that critically examine the aforementioned challenges and offer new, in-depth research perspectives.

The issue opens with the paper *Education as the Key to the Sustainability of the Domestic and European Economy*, by Mislav Balković, which analyzes the role of education as a strategic pillar of survival in the era of technological change. The paper questions Europe's position in the global race for intellectual property and offers insight into strategic initiatives such as the "Skills Union", whose goal is to transform the education system in order to preserve economic competitiveness and social cohesion.

In the second paper, *Generative Artificial Intelligence in Higher Education - The Role of Teachers in the Transformation of the Teaching Process*, author Ivana Ogrizek Biškupić examines the disruptive effects of the application of artificial intelligence in the education system. The paper focuses on teachers as key actors, questioning their role and the need for systematic institutional support, and presents research results on the challenges and practices of applying generative artificial intelligence.

This is followed by a paper by author Zlatan Morić entitled *Asymmetric Crisis Communication as a Security Constraint in Cyber Defense with Partial Information Sharing*. The author introduces the concept of asymmetric crisis communication as an analytical framework in conditions where full information sharing is prevented due to national security classifications. The paper shows that information asymmetry is not necessarily a communication failure, but a legitimate mechanism for managing security risk.

Furthermore, in the paper *Analysis of Consumer Engagement Models and Their Impact on Various Marketing Outcomes*, authors Lordan Kondić, Vatroslav Škare, and Nada Kaurin Knežević systematically analyze consumer engagement models and their impact on business. Through the analysis of empirical works, the authors confirm that engagement has a positive impact on brand loyalty and value, emphasizing the importance of strategically aligning activities with

expected market outcomes.

In the paper *From Threat to Belonging: Conceptualization, Measurement and Connection of Threats, Social Identities and Social Cohesion*, author Igor Mikloušić explores the dynamics of multicultural societies. The paper examines the interrelationships of identity fusion, social cohesion and threat perception, emphasizing how different threats activate specific mechanisms that can result in increased solidarity, but also fragmentation within groups.

The first edition of this year is concluded by authors Branimir Felger and Paula Horvat with the paper *Perception of Persuasive Elements in Top Shop Television Commercials*. The authors analyze how visual and auditory aspects of advertising influence viewers' perceptions and purchasing decisions, showing that the combination of these elements significantly contributes to the formation of attitudes and the effectiveness of television advertising.

In addition to the aforementioned papers, in this issue of the journal we present a review of the book *The Power of Communication* by Charles Duhigg, signed by Ivana Bilić. The author of the book review emphasizes that communication in this book is viewed as a complex process that requires conscious management and empathetic listening. The book can serve as an extremely valuable resource for professionals in the fields of communication, management and public relations for a better understanding of everyday communication practices.

For all those who wish to participate in scientific and professional conferences, in this issue we announce the *World Conference on Media and Communication*. The seventh edition of this conference will be held from 23 to 25 October 2026 in Oxford, United Kingdom. This event provides scientists, researchers and students with an excellent international platform for the exchange of research findings and active participation in shaping the future of media.

If you are engaged in research in the social sciences, especially in the field of communications and related disciplines, we invite you to continue submitting your papers for publication in our journal. Your contributions enrich the scientific and professional debate and enable the exchange of ideas, experiences and innovative approaches within the wider academic community.

We thank all authors, mentors, and reviewers for their dedicated work and contribution to the development of the scientific community. We believe that the papers published in this issue will offer readers inspiration for further reflection, research, and critical discussion.

Enjoy your reading!

The Editorial Board of *Communication Management Review*