

Živimo u vremenu u kojem se komunikacija odvija unutar digitalnog sustava u kojem se i novinarstvo kao struka digitalizira. Vrijednosti koje čine odgovorno novinarstvo i odnose s javnošću, kao i potreba građana za pouzdanim i dostatnim informacijama, određuju smjer onima koji pokušavaju razumjeti aktualne promjene unutar medijskog sustava i djelovati u skladu s njima. U ovom broju *Medijskih studija* odlučili smo se usredotočiti na proizvođače sadržaja – novinare i djelatnike u odnosima s javnošću, pritom ističući problem regulacije i profesionalizacije tih dviju struka, kao i percipiranje istih kao javno dobro. Međutim iako je digitalizacija potaknula redefiniranje uloge novinarstva i odnosa s javnošću, ne možemo očekivati da će industrija tražiti i pronaći poslovni model koji će podržati kvalitetno novinarstvo. Stoga ne iznenađuje kako nekoliko autora dolazi do sličnog zaključka: sustav visokokvalitetnog obrazovanja ostaje najvažnija karika u informacijskom lancu.

Ovaj broj *Medijskih studija* otvaramo člankom Zlatana Krajine "Media and Social Solidarity: Assessing Dayan and Katz's 'Media Events'" koji propituje integrativnu funkciju medija u suvremenim društvima, kao i relativizam onoga što se često spominje kao 'zajedničke vrijednosti'. Krajina ističe da je u kontekstu proliferacije tzv. novih medija i globalnih komunikacija medijske događaje potrebno shvatiti skromnije – kao tehnološki posredovane susrete s medijskom reprezentacijom društvene integracije koja u osnovi zavisi od interdiskurzivne interakcije s emisijom (prijenosom) događaja.

Ostali radovi propituju odnose između medija i javnog mnijenja iz perspektive teorije *agenda setting*, političke komunikacije, kao i mogućnosti građanskog angažmana kroz društvene medije. Budući da proces informiranja javnosti uključuje i komunikaciju između društveno-političkih te gospodarskih dionika i javnosti, odgovornost za točnost i vjerodostojnost je i na proizvođačima sadržaja i na korisnicima.

Iznimno smo zahvalni Zakladi Adris i Ministarstvu kulture Republike Hrvatske koji nas podupiru u nastojanjima akademskog promišljanja o medijima, komunikaciji, novinarstvu i odnosima s javnošću. Svojom financijskom potporom omogućili su tiskanje ovog broja.

Viktorija Car
glavna urednica
