

UVODNIK

U kasnim modernim društvima komunikaciju oblikuju koncepti kao što su heterogenost, fragmentacija i individualizacija. Društvene mreže, blogovi i mikro-blogovi od nedavno su se priključili milijunima internetskih stranica koje omogućuju različitim individualnim i kolektivnim sudionicima, razasutim po različitim lokacijama, da sudjeluju u javnoj komunikaciji na mnoge načine koji nemaju presedana. Takvi internetski forumi komunikacijskog uključenja također su otvorili put ideji kolaborativnog i kolektivnog u suvremenom novinarstvu tradicionalnih medijskih organizacija. “Ljudi prije znani kao publika”, kako je ustvrdio Jay Rosen prije gotovo jednog desetljeća, počeli su aktivno pridonositi aktualnom procesu stvaranja internetskih vijesti u mainstream medijima te su postali uključeni u participativno novinarstvo na razne načine, što je poznato između ostalih fraza i kao “user-generated sadržaj”, “pro-am novinarstvo” i “citizen-engaged press”. Unatoč činjenici da ideja participativnog novinarstva angažira ljude, i u redakcijama vijesti, ali i izvan njih, za komunikaciju - i s novinarima i međusobno - postoje indikacije inkluzivističkih, ali i ekskluzivističkih načela i praksi u kolektivnom i kolaborativnom stvaranju vijesti.

Različiti načini sudjelovanja publike u novinarstvu u nekim su slučajevima eliminirali neke od tradicionalnih ideja novinarstva kao što su istinitost, načelo objektivnosti i nezainteresiranost za oblikovanje političkog života te ih zamijenili alternativama, kao što su rasprava, multirespektivnost i sudjelovanje u političkom životu. U tom smislu, obični su ljudi uz profesionalnu pomoć zabilježili i objavili svjetski važne fotografije, riječi ili videopriče te podijelili osobne svjetonazore ili osobna stajališta iz svojih malih zajednica o temama od veće važnosti, preoblikujući tako dinamiku između globalnog i (mikro-)lokalnog u javnoj komunikaciji.

U isto vrijeme, tradicionalne medijske organizacije razvile su model sudjelovanja publike koji ne uključuje neprofesionalce ravnopravno s profesionalcima, jer omogućuju profesionalnim novinarima da zadrže kontrolu u stvaranju vijesti. Iza onog što je, čini se, borba profesionalaca i neprofesionalaca za legitimnost u javnoj komunikaciji, često leži poslovni motiv, vezan za dodatni izvor prihoda, potencijal za prodaju ciljanog oglašavanja preko medija na internetu i izvan interneta i za preuzimanje sada fragmentirane masovne publike.

Uzevši u obzir mogućnosti i ograničenja sudjelovanja publike, možemo li govoriti o dominantnim modelima participativnog novinarstva ili o uobičajenim načinima stvaranja vijesti uz sudjelovanje publike preko različitih lokacija? Kako se promi-

jenio odnos novinara i publike s usponom participativnih oblika javne komunikacije? Kako se promijenilo shvaćanje sudjelovanja publike i novinara? Kako se promijenio način na koji ljudi shvaćaju novinara? Kako su te dinamike preoblikovale prevladavajuće uloge novinara u društvu? Kako se promijenila ideja publike u svijetu masovnih medija? Kako je reagirala društvena organizacija tradicionalnih medijskih institucija, a kultura vijesti pomaknula, s obzirom na ideje kolektivnog i kolaborativnog koje su ugrađene u participativno novinarstvo? Kako su interaktivnost publike i njezino sudjelovanje preoblikovali diskurs vijesti u tradicionalnim novinskim institucijama? Kako su vijesti kao kulturni proizvod preoblikovale račune participativnog novinarstva? Autori članaka koji su uključeni u ovo posebno izdanje *Medijskih istraživanja* smatraju ova pitanja polaznim točkama svojih istraživanja. Broj se sastoji od pet članaka: jedna teorijska rasprava o participativnom novinarstvu u internetsko doba i četiri studije slučaja iz Nizozemske, Slovenije, Srbije i iz Belgije.

U prvome članku Igor Vobič i Peter Dahlgren teorijski raspravljaju o kontekstu, praksama i dvojabama participativnog novinarstva u internetsko doba. Prihvaćaju da je participativno novinarstvo ugrađeno u šire dvojbe pristupa, interakcije i participacije, gdje se ono koristi kao opća rubrika za referiranje na sve vrste neprofesionalnih aktivnosti novinarskih postupaka koje obuhvaćaju ideje kolaborativnog i kolektivnog djelovanja. Autori ističu da su se veze između novinara i publike uvelike promijenile u proteklih deset godina, osobito s proliferacijom društvenih medija u život ljudi.

Dok su članovi publike počeli djelovati kao koproducenti vijesti, novinari su polako počeli razvijati nove ideje za reinovaciju sebe samih kao kreatora sadržaja. Uz to, gledajući naprijed u moguću budućnost istraživačkih agenda u participativnom novinarstvu, Vobič i Dahlgren organiziraju svoja razmišljanja oko meta-tema teorijskog horizonta, empirijskog fokusa i metodoloških inovacija.

Drugi tekst, čiji su autori Merel Borger, Irene Costera Meijer, Anita van Hoof i José Sanders, pruža uvid u razmišljanja vodećih nizozemskih novinara o sudjelovanju publike. Na temelju opširnih intervjua, ishodi istraživanja otkrivaju stajališta šest vodećih novinara u kojima se interpretiraju mogućnosti, ograničenja i dvojbe sudjelovanja publike. Istraživanje pokazuje da je novinarstvo možda još otpornije na promjenu nego što su to sugerirala prijašnja empirijska saznanja. Ne samo da se uredničko osoblje mainstream novinarskih organizacija drži klasičnih ideja o tome što se ubraja u novinarstvo, nego čak i vodeći pioniri prihvaćaju tradicionalne ideje o tome što se računa pod novinarstvo i koga se smatra novinarom.

Istražujući uvredljiv govor u komentarima ispod internetskih vijesti, te mišljenja novinara i urednika o uvredljivom govoru, Karmen Erjavec i Melita Poler-Kovačič pružaju teorijski informirano istraživanje o mogućnostima i ograničenjima participativnog novinarstva na slovenskim internetskim novinskim stranicama. Autorice spajaju kritičku analizu diskursa i intervjuiranje te ustvrđuju da urednici iskorištavaju ideju participativnog novinarstva – koristeći ispriku sudjelovanja publike, dopuštaju osobne napade na novinare u komentarima ispod vijesti, dok im je stvarni cilj povećati profit. Razloge relativno česte pojave uvredljivoga govora u komentarima na internetskim stranicama s vijestima Erjavec i Poler-Kovačič pronalaze u ključnome mjestu tržišnih imperativa u medijskim tvrtkama, problemima opće političke kulture u Sloveniji, te u općem nezadovoljstvu širim društvenim stanjima.

Sljedeći rad također je usredotočen na komentare publike na internetskim stranicama, ali postavlja drugačiji cilj. Jelena Kleut i Smiljana Milinkov ustvrđuju da su komentari na internetskim stranicama s vijestima tradicionalnih medijskih organizacija još uvijek vezani za asimetrični odnos između producenata mainstream vijesti i interaktivnih publika. Koristeći se kritičkom analizom diskursa, autorice ispituju odnos diskursa u mainstream vijestima i diskursa u komentarima korisnika o specifičnoj društvenoj temi – siromaštvu. Dok komentiranje kao praksa ponovnog čitanja i reformulacije onoga što je u vijestima dovodi u pitanje nekoć dominantan status medija kao stvaratelja stvarnosti, rezultati ovog istraživanja pokazuju visok stupanj propitivanja i pokazuju da su najosporavaniji aspekti priča iz vijesti granice siromaštva, legitimnost izvora i pripisivanje odgovornosti.

U svojem članku Nico Carpentier služi se ključnim idejama teorije diskursa Laclaua i Mouffe kako bi analizirao profesionalni identitet novinara u kontekstu sve složenijeg interaktivnog okruženja u komunikaciji. Autor ustvrđuje da se taj identitet smatra predeterminiranim, slučajnim i neprirodno izgrađenim, ali je u isto vrijeme postao predmetom hegemonijske artikulacije, na temelju četiriju nodalnih točaka, a to su objektivnost, autonomija, upravljanje resursima i odnos zaposlenik - poslodavac. Analizirajući emisije s telefonskim pozivima javne sjevernobelgijske tvrtke, istraživanje ilustrira kako slučajnost identiteta profesionalca, tako i rigidnost hegemonijske artikulacije. Vezano za sudjelovanje publike, autor ustvrđuje da urednički tim u početku odlučuje sudjelovati u participativnim tipovima novinarstva, traži nove položaje, a onda se vraća hegemonijskom položaju koji onemogućuje sudjelovanje publike.

Recenzije u ovom broju također su usredotočene na transformirajuće krajolike novinarstva, pa zato pridaju posebnu pozornost nedavnim monografijama o promjenama

novinarskih uzoraka i vijesti u kasnim modernim društvima, suvremene artikulacije između novinarstva i digitalne tehnologije, mnogostruke manifestacije društvene medijske komunikacije.

Gost urednik
Igor Vobič