

Ovaj 16. broj *Medijskih studija* uređivala sam za vrijeme svog istraživačkog boravka u SAD-u, u Centru za istraživanja u društvenim znanostima (Social Science Research Center, SSRC) pri Sveučilištu Mississippi State. U jesen 2017. u SAD-u su mediji gotovo svakodnevno izvještavali o temama i događajima koji su najintenzivnije bili komunicirani na društvenim mrežama. Prva skupina tema odnosila se na objave američkog predsjednika Donalda Trumpa na Twitteru. Druga se tema odnosila na fenomen lažnih vijesti objavljenih na društvenim mrežama zbog čega su predstavnici iz Facebooka, Twittera i Googlea bili pozvani na saslušanje u Kongres SAD-a krajem listopada 2017. U obje društvene mreže identificirano je nekoliko desetaka tisuća lažnih korisničkih računa koje su koristili trolovi iz tzv. Agencije za istraživanje interneta (Internet Research Agency) sa sjedištem u Rusiji. Treći niz događaja bio je povezan uz #MeToo kampanju na društvenoj mreži Twitter koja je bila reakcija, odnosno podrška ženama koje su se ohrabrile javno progovoriti o pretrpljenom seksualnom nasilju ili uznemiravanju, a među zlostavljačima u SAD-u bili su i u javnosti poznati muškarci iz Hollywooda i američkih medija.

Društvene mreže – virtualan i javan prostor za komuniciranje različitih informacija i ideja – postale su nezaobilazna, globalna platforma za različite javne kampanje, pa i one subverzivne kojima je cilj pojačati podjele u društvu, poticati na ljutnju i mržnju usmjerenu prema različitim društvenim skupinama. Anonimnost koju društvene mreže omogućuju ohrabrila je mnoge i s dobrim i s lošim namjerama i ciljevima da se upuste u raznovrsne komunikacijske kampanje ili ratove.

Zbog intenzivne prisutnosti u svakodnevnom životu brojnih pojedinaca na globalnoj razini, društvene mreže sve su češće u fokusu znanstvenih istraživanja u području medijskih i komunikacijskih studija. Tako su i u ovom broju *Medijskih studija* dva rada usmjerena na istraživanje komunikacije (političke i privatne) na društvenim mrežama. Iako se tiskanim medijima već dugo predviđa kraj, oni su i dalje predmet interesa mnogih istraživača i istraživača pa je jedan članak posvećen tome kako su žene predstavljene na novinskim naslovnica, a drugi je posvećen analizi načina na koji su ovisnost i ovisnici o psihoaktivnim tvarima reprezentirani u dnevnim novinama. U članku autora iz Turske opisano je kako su novinari prikazani u turskim filmovima, a posljednji članak govori o sve prisutnijoj temi u komunikaciji – hrani, koja postaje sve zastupljenija i u diplomaciji pa govorimo o gastrodiplomaciji.

Ovaj 16. broj *Medijskih studija* ujedno je i moj posljednji broj u ulozi glavne urednice. Poslije osam godina (dva mandata) uređivanja časopisa mogu samo izraziti veliku zahvalnost i zadovoljstvo što sam 2010. godine zajedno s kolegicama i kolegama iz Uredništva pokrenula tada novi časopis u Hrvatskoj koji je već u sljedećih pet godina dobio potvrdu međunarodne prepoznatljivosti i akademske relevantnosti time što je prihvaćen za indeksiranje u dvije najveće svjetske baze znanstvenih časopisa Scopus i Web of Science. Predanim, volonterskim radom u časopisu izgradili smo akademski relevantnu platformu koja je u ovih osam godina omogućila mnogim kolegicama i kolegama iz područja medijskih i komunikacijskih studija, iz Hrvatske i iz inozemstva, da njihovi članci, ideje i rezultati istraživanja budu objavljeni i dođu do zainteresirane javnosti. Brojne suradnice i suradnici pomogli su nam u tome i ovo je prilika da im svima od srca zahvalim, a časopisu *Medijske studije* poželim još mnogo uspješnih godišta i izvrsnih članaka koji će poticati na rasprave i nova istraživanja te će tako doprinostiti razvoju znanosti u području medijskih i komunikacijskih studija.

Viktorija Car
glavna urednica

It was during my research stay in the United States of America, at the Social Science Research Center (SSRC), Mississippi State University that I edited this issue of *Media Studies* – Number 16. In the autumn of 2017, the U.S. media reported almost every day on the topics and events that were communicated most intensely on social networks. The first group of topics concerned the U.S. President Donald Trump's tweets, while the second group was related to the phenomenon of fake news published on social networks – the reason why Facebook, Twitter and Google representatives were asked to appear at a hearing at the U.S. Congress at the end of October 2017. Thousands of fake user accounts run by trolls from the so-called Internet Research Agency, based in Russia, were identified on both social networks. The third series of events was related to the #MeToo campaign on Twitter which was a reaction, namely support to women who had mustered the courage to go public with their testimonies of sexual assault or harassment they had experienced. Among the sexual harassers and assaulters there were male celebrities from Hollywood and the American media.

Social networks – virtual and public space for communicating diverse information and ideas – have become an unavoidable, global platform for various public campaigns, even the subversive ones – those whose aim is to strengthen the divisions in society, to stir up anger and hatred towards different social groups. Anonymity provided by social networks has encouraged many people – be it with good or bad intentions and goals – to embark upon various communication campaigns or wars.

Due to their strong presence in many people's lives on a global scale, social networks are increasingly coming into the focus of scientific research in the field of media and communication studies. Thus, in this issue of *Media Studies* two papers focus on research of (political and private) communication on social networks. Although the demise of print media has long been predicted, these media still represent the matter of interest for a number of researchers. Consequently, one article is dedicated to the topic of how women are represented on newspaper front pages and yet another one to an analysis of the ways of representing drug addicts in daily newspapers. In the article written by our contributing author from Turkey the patterns of depicting journalists in Turkish films are described, while the last article deals with an issue which is becoming increasingly topical in communication – food. Namely, food is getting more and more represented even in diplomacy; therefore, we can talk about 'gastro diplomacy'.

Moreover, *Media Studies*, Number 16 is coming out as my last issue as Editor-in-Chief. After eight years (two mandates) of editing the journal, it only remains for me to express my profound gratitude and great satisfaction for the fact that, back in 2010, I launched, together with my colleagues from the Editorial Board, a new journal in Croatia – the same journal that would receive, within only five years, the acknowledgement of international recognisability and academic relevance by being accepted for indexing by the two world's largest databases of scientific journals: *Scopus* and *Web of Science*. It was through our committed and voluntary work for the journal that we managed to build an academically relevant platform – the one that made it possible for a great number of our colleagues in the field of media and communication studies – both Croatian and foreign – to have their articles, ideas and research results published, thus getting them across to the interested public. As numerous collaborators helped us to achieve this goal I will take this opportunity to express my heartfelt gratitude to all of them and to give *Media Studies* my best wishes for many more successful publishing years, invariably marked by excellent articles and new research and always with a view to contributing to the field of media and communication studies.

Viktorija Car
Editor-in-Chief
