

Sudjelovati u stvaranju znanstvenog časopisa privilegij je koji s razvojem časopisa postaje sve veći izazov. Istovremeno, pozivajući na suradnju nove autore iz Hrvatske i iz inozemstva te razvijajući međunarodnu mrežu recenzenata, poseban je izazov prepoznati radove koji će potaknuti čitatelje na raspravu, na redefiniranje pojmova i koncepata, na preispitivanje pristupa istraživanju. Cilj *Medijskih studija* jest reflektirati, ali i poticati razvoj medijskih i komunikacijskih znanosti. Cilj mu je biti platformom za nove istraživačke pristupe, nove koncepte, za preispitivanje tradicionalnih koncepata i pristupa promišljanju i analiziranju medija i komunikacije, a potom, što je najvažnije, za kritiku i jednih i drugih.

Uređujući tekstove za ovaj dvobroj, upravo smo se susreli s takvim izazovom koji nam je i potvrdio smisao postojanja *Medijskih studija*. Članak Helene Popović „Medijski tekst i publike: diskurzivne konstrukcije obožavateljskih praksi (*fandom*)“ izazvao je polemike na nekoliko razina: na razini teorije kulture, na razini metoda analize medijskih publika, u ovom slučaju obožavatelja, te čak na razini znanstvene relevantnosti izabrane teme istraživanja. Kritike su počivale na gotovo potpuno suprotnim stajalištima što je i u Uredništvu otvorilo raspravu o različitim tradicijama proučavanja društvenih fenomena. Upravo zbog toga što je i prije objavljivanja ovaj članak isprovocirao vrlo konstruktivnu znanstvenu raspravu, Uredništvo je zaključilo da je vrijedno njime otvoriti ovaj dvobroj. Radovi koji slijede problematiziraju internet kao društvenu platformu na kojoj postojeći društveni problemi (nasilje) poprimaju nove oblike, internet u funkciji političke komunikacije te prikriveno oglašavanje u medijima.

U svibnju 2011. na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu organizirali smo međunarodnu konferenciju „Women in Media“ koja se pokazala inspirativnom kako za sudionice i sudionike konferencije tako i za širu aktivističku zajednicu te je potaknula nekoliko istraživanja. U ovom broju, u tematskom bloku „Žene u medijima“, donosimo dva rada inspirirana temom konferencije te dvije rasprave s konferencije. Posljednji blok u ovom dvobroju čine radovi s konferencije „Vjerodostojnost medija“ koja je predstavljena u dvobroju *Medijskih studija* iz 2010. godine. Nadamo se da će izabrani tekstovi biti inspirativni i našim čitateljicama i čitateljima.

Na kraju, moramo naglasiti da u vrijeme opće financijske krize, kada u hrvatskom društvu znanost nije baš visoko na listi razvojnih prioriteta, iznimno smo zahvalni kompaniji Pliva te agenciji Fina koje su prepoznale vrijednost akademskog promišljanja o medijima i komunikaciji te svojom financijskom potporom omogućile tiskanje ovoga dvobroja.

Viktorija Car
glavna urednica
