

Snežana Bajčeta

Doktorske studije medija i komunikacija

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

Platformizacija novinarstva u Republici Srbiji: strukturni preduslovi i izazovi za profesiju

Prijava teme doktorske disertacije

1. Predmet i cilj disertacije

1.1. Uvod

Ubrzani razvoj digitalnih platformi korjenito mijenja različite profesije i javne djelatnosti, potrošačku kulturu (Caliandro i dr, 2024), ali i cijelo društvo (Van Dijck i dr 2018). Infrastrukturne (*Google, Amazon, Meta* i dr.) i brojne sektorske platforme (*Uber, Booking, Virtual Doctor* i dr.) postale su novi proizvođači društvenih struktura, koji se infiltriraju u svakodnevni život, uključujući „neformalne interakcije ljudi, institucionalne strukture i profesionalne rutine“ (Van Dijck i Poell, 2013: 2). Iako je ovaj veliki tehnološki iskorak isprva praćen talasom optimističkih očekivanja u pogledu veće participacije građana, konkurentnosti, pluralizma, otvorenosti i jednakih mogućnosti, ubrzo se pokazalo da postoji čitav niz izazova koji povlači pitanja pouzdanosti, povjerenja, sigurnosti, nadzora, urušavanja demokratskih tekovina, kršenja ljudskih prava.

U svijetu javnog informisanja, medija i novinarstva uveliko su otvorena pitanja uloge platformi u širenju lažnih vijesti, dezinformacija, propagande, kreiranju filter balona, ali i sistemska pitanja poput promjene uloge medija u društvu i budućnosti informisanja usled velike migracije publika ka Fejsbuku, Tviteru (X), TikToku. Koji su to kriterijumi prema kojima se definiše informativni poredak u svijetu u kojem platforme prožimaju cjelokupan društveni život? Ko uspostavlja te kriterijume, „čuva kapije“ javne sfere, definiše teme od javnog značaja i osvjetljuje važne društvene probleme? Da li će to u budućnosti i dalje biti novinari? Budući da su novinarstvo i mediji tek jedni od korisnika usluga platformi, te da postepeno gube svoju institucionalnu ulogu posredovanja (informacija) u javnosti, Evropska unija prvi put donosi Evropski zakon o slobodi medija (*European Media Freedom Act*) sa ciljem da u okolnostima novih rizika sačuva medijske slobode, pluralizam i nezavisnost.

Novinarstvo u Srbiji je veliku globalnu transformaciju započelo u specifičnom ambijentu i okolnostima nedovršene tranzicije i nagomilanih problema ekonomske iscrpljenosti medija, tehnološke neosviještenosti i obrazovne samokritičnosti novinarske zajednice (Milivojević, 2011). Kada se „tranziciono novinarstvo“ u Srbiji sagleda kroz vrijeme, nalazimo da novinarski rad ne podriva samo potplaćenost i veliki obim posla, već i odsustvo etičkih standarda, koje se dijelom može smatrati i posledicom specifične „hijerarhije uticaja“, odnosno koruptivne kulture kojoj novinari i sami doprinose (Milojević i Krstić, 2018). Etički kodeksi u Srbiji „nemaju suštinsku vrednost ukoliko ne postoji volja novinara da ih poštuju, kao i šira profesionalna i društvena klima koja bi podržala njihovu primenu“ (Milojević i Krstić, 2016). Stoga, poslednje inoviranje Kodeksa novinara i novinarki Srbije koji obećava redefinisane etičke standarde profesionalnog postupanja kao odgovor na nove izazove, uključujući i vještačku inteligenciju, ostavlja dilemu o efektima ovog etičkog instrumenta u praktičnom normiranju novinarstva u Srbiji.

Istovremeno, publika se ubrzano seli u digitalno okruženje, gdje se opredjeljuje kako za sajtove tradicionalnih medija, tako i za društvene mreže, dok vijesti sve učestalije konzumira putem mobilnih telefona, uz veće povjerenje koje ima prema algoritamskoj selekciji vesti, nego kada taj odabir prave mediji (Milivojević i dr, 2020). Na evropskom kontinentu Srbija je na vrhu liste korisnika digitalnih platformi kao izvora vijesti, i to posebno kada su u pitanju mladi (Newman i dr, 2025). Međutim, pokazuje se da redakcije širom Srbije nisu spremne za digitalni iskorak, bilo da je riječ unutrašnjim kapacitetima zajednice, bilo da govorimo o širem društveno-političkom ambijentu. „Sistemska promena i prilagođavanje srpskog medijskog tržišta jednostavnim tehnologijama, konvergencija redakcija, profitabilan sadržaj i participativno novinarstvo, kao i mnogi drugi aspekti digitalne transformacije novinarstva u velikoj meri su ograničeni i nadjačani međuuticajem države i medija“ (Krstić, 2023: 11).

Postavlja se pitanje koliko duboko podijeljena novinarska zajednica ima kapacitet ali i šanse da se rekonoliduje u okolnostima ovih izazova. Uzimajući u obzir prijetnje, fizičke i verbalne napade, digitalno nasilje i odsustvo institucionalne podrške (Krstić i Jović, 2023), neriješena ubistva i odruagojačenje kritičkih novinara, uz strukturno defavorizovanje njihovog rada koje je podržano novim medijskim zakonima, dodatno se problematizuje pozicija novinarstva kao „centralne institucije javne sfere“ (Habermas, 1989). U tom smislu su dodatno ugroženi novinari na lokalnom nivou, i to oni koji kritički tretiraju aktuelne vlasti, a zabrinjava činjenica da su napadima posebno i još drastičnije izložene novinarke (Krstić,

2022). Srbija je 2025. godine prema indeksu Reporetra bez granica na 96. mjestu od 180 zemalja, a niski rang objašnjava se prvenstveno političkim pristiscima i napadima na novinare koji ostaju nekažnjeni (Reporters Without Borders, 2025)

Dok sa jedne strane digitalne platforme komplikuju društveno-političke okolnosti na globalnoj razini, uključujući najrazličitije sfere života, Evropska unija nastoji da uspostavi osnovna, „sistemska“ pravila koja bi omogućila očuvanje evropskih vrijednosti, sigurnost i ljudska prava na „jedinstvenom digitalnom tržištu“ (*Digital Single Market*).¹ Srbija ostaje izvan ovih okvira, bez jasne politike u vezi sa izazovima platformskog doba. Novinarska digitalna transformacija u Srbiji, koja je na svim nivoima „gone wrong“ (Krstić, 2023) susreće se sa novim spektrom strukturnih platformski-vođenih izazova.

Rad ispituje profesionalni kapacitet novinarstva i novinara u Srbiji iz prizme strukturnog okvira koji determiniše novinarski rad na izradi i distribuciji društveno značajnih vijesti i diskusija. Ovaj osnovni zadatak novinarstva kao centralne institucije javne sfere posmatramo u okolnostima u kojima digitalne platforme pokreću korjeniti institucionalni zaokret savremenog društva.

1.2. Predmet

Predmet rada je strukturni okvir platformizacije novinarstva u Srbiji, pri čemu se istražuje kako profesionalni kapaciteti novinara i novinarske zajednice, stanje i održivost novinarske industrije, i normativni okvir novinarstva oblikuju mogućnosti i ograničenja profesije u uslovima platformskog ekosistema.

1.3. Cilj

Glavni cilj rada je da objasni strukturni okvir platformizacije novinarstva u Srbiji, odnosno da ispita kako strukturni preduslovi institucionalne transformacije novinarstva u platformskom društvu djeluju na novinarsku profesiju u Srbiji. Posebni ciljevi rada su sledeći:

1. Cilj je objasniti kakav je profesionalni kapacitet novinarstva i novinarske zajednice u Srbiji u ostvarivanju društvene uloge novinarstva u platformskom okruženju.

¹ Početak ove decenije obilježava snažna regulatorna intervencija, budući da Evropska unija (EU) nastoji da nizom akata uspostavi normativni okvir kojim će na sistemski način i snagom zakona učiniti da sve što je nelegalno oflajn postane nelegalno i u digitalnom tržištu EU. Sudeći prema mehanizmu nedavno usvojenog „Digitalnog paketa“ (Akt o digitalnim uslugama (*Digital Services Act*), Akt o digitalnim tržištima (*Digital Markets Act*)), najviši nivo odgovornosti imaju upravo digitalne platforme, i to srazmjerno veličini, broju korisnika, uticaju koji ostvaruju.

2. Cilj je objasniti stanje novinarske industrije i socio-ekonomskog položaja novinara u Srbiji u pogledu spremnosti za uslove koje uspostavljaju digitalne platforme.

3. Cilj je objasniti normativni okvir za novinarstvo u Srbiji kao osnovu za izazove novinarske profesije usled razvoja digitalnih platformi.

1.4. Teorijski okvir

1.4.1. Platformizacija društva

Obimna literatura i brojni koncepti koji referišu na platforme tokom protekle decenije („platformska revolucija“ (Parker i dr, 2016), „platformski kapitalizam“ (Srnicsek, 2017), „platformski kooperativizam“ (Scholz, 2016; Scholz i Schneider, 2016), „platformsko društvo“ (Van Dijck i dr, 2018), „platformska ekonomija“ (Evans, 2003; Steinberg, 2019; Inozemstev i dr, 2022), „platformski ekosistemi“ (Tiwana, 2014), „platformativnost“ (Lamarre, 2017) „platformsko novinarstvo“ (Yin i dr, 2023)) svjedoče da je riječ ne samo o višeznačnom pojmu, „metafori“ ili „mitu“ (Gillespie, 2017, 2018), već o složenom konceptualnom čvorištu velikog epistemičkog značaja. Naime, platforme od 2016. godine postaju „ključna riječ našeg vremena“, kako u digitalnoj industriji tako i u akademskoj literaturi, kada je velikim paradigmatiskim zaokretom koncept *mreže*, koji je nakon koncepta *informacije* bio u središtu upotrebe i diskusije četvrt vijeka, ustupio mjesto pojmu *platformi* (Lovink, 2017).

Pojam platformizacije proizilazi iz potrebe za konceptualnim odgovorom na pitanje uloge tehnologije u društvu, uzimajući u obzir ubrzani rast i razvoj digitalnih platformi kao što su Google, Meta i slično, a koje su dramatično transformisale brojne javne djelatnosti. Istorijska trajektorija pojma ukazuje na pomijeranje od više tehnološki-orijentisanog pristupa (Xu i dr, 2010; Tiwana i dr, 2010; Yoo i dr, 2012; Ceccagnoli i dr, 2012; Ghazawneh i Henfridsson 2013; Spagnoletti i dr, 2015) ka razumijevanju platformi u ekonomskom ključu (Evans, 2003; Koh i Fichman, 2014; Tan i dr, 2015), do insistiranja na sveprožimajućem, karakteru platformi koje redefinišu okruženje društvenog života, bilo kao „infrastruktura“ ili „ekosistem“ (Alaimo i dr, 2019; Tiwana, 2014; Flew, 2021, Nerbel i Kreutzer, 2023), svakako uz oprezno distanciranje od tehno-determinizma. Najzad, za potrebe ovog rada posebno je značajno teorijsko sagledavanje ukupnog društva kao platformskog, koji dolazi iz promišljanja amsterdamske škole (Van Dijck i dr, 2018) i na njoj zasnovana dva teorijska kraka: institucionalni i kritički. Naime, ključne tri dimenzije koji teoretičari platformizacije mapiraju su tehnološka, ekonomska i normativna. Na institucionalnoj ravni se ove dimenzije

reflektuju kao infrastrukturna, tržišna, upravljačka promjena koju platforme donose, odnosno kreativna, radna, i demokratska, ako se zauzme kritičko polazište političke ekonomije (Poell i dr, 2019, 2022). Za potrebe ovog rada, ovaj tripartitni okvir predstavlja novi ekosistem za novinarstvo u kojem se propituju transformacija i izazovi novinarske profesije:

1. *Tehnološka dimenzija.* Pozicionira se u širokoj debati razmatranja odnosa između tehnologije i društva, koju Petrović sagledava u okvirima dvodimenzionalne Finbergove klasifikacije. Na koordinatama konceptualne osnove determinizam-konstruktivizam, prva dimenzija odnosi se na stepen autonomnosti tehnologije, a druga na vrednosnu određenost tehnologije. Tehnologija se, dakle, pozicionira između pune autonomije i društvene kontrole, odnosno njene neutralnosti i visokog stepena vrednosne određenosti, i to u četiri konceptualna okvira: tehnološki determinizam, instrumentalizam, supstancijalizam i kritički konstruktivizam (Petrović, 2022). Teoretičari platformizacije uglavnom odbijaju tehnizicam, tehnologiju ne posmatraju izolovano već u interakciji sa društvom, prepoznaju njenu vrednosnu određenost koja se uspostavlja u dinamici sa društvom u kojem se razvija i koristi a koje, kako kritički orijentisani autori naglašavaju, karakteriše dubuka strukturna nejednakost, pa stoga platforme služe interesima njihovih osnivača i vlasnika, kao i onima koji imaju najviše kapaciteta da koriste njihove mogućnosti. Determinističko-konstruktivističku dihotomiju autori nastoje da prevaziđu srednjim, ili „trećim putem“, usvajajući koncept afordansi (*affordances*) (Bucher i Helmond, 2018; Theocharis i dr, 2023; Oz i dr, 2023) koji ispituje kako ljudi stvaraju značenje kroz interakcije sa tehnologijom, uzimajući u obzir načine na koje materijalni kvaliteti tehnologija ograničavaju ili omogućavaju određene prakse (Hutchby, 2001a, 2001b).
2. *Ekonomska dimenzija.* Počeci istraživanja i konceptualizacije platformi u velikoj mjeri vezuju se upravo za ekonomski aspekt. Ekonomska teorijska trajektorija tokom prethodne dvije decenije nastoji da utvrdi „kako platforme kao tržišta posreduju u transakcijama među različitim grupama kupaca“ (Gawer, 2014: 1240), odnosno korisnika. U savremenoj ekonomskoj teoriji platformizacija se utemeljuje između „neoklasične ekonomije, institucionalne ekonomije (najčešće označene kao politička ekonomija) i kritičke političke ekonomije (inspirisane marksističkom tradicijom)“ (Mansell i Steinmueller, 2020: 7). Istraživači u neoklasičnoj ekonomiji nalaze konceptualni okvir za ispitivanje tržišnih

institucionalnih rekonfiguracija koje su rezultat uspona platformi, dok na bazi koncepta političke ekonomije problematizuju društvene implikacije platformске ekonomije, pitanja komodifikacije i korporativne koncentracije, kao i pitanje upravljanja na odgovarajući način. (Nieborg i Poell, 2018; Mansell i Steinmueller; 2020, Poell i dr, 2022)

3. *Normativna dimenzija*. Ova dimenzija uzima u obzir činjenicu da platforme imaju određana pravila, te da u skladu sa njima donose određne odluke o sadržaju i strukturi. Platforme, dakle, nisu mehanizmi koji u neutralnom maniru posreduju kao „obični provodnici“ (*mere conduits*) između korisnika, komplementara, oglašivača itd. Platforme, dakle, „intervenišu“ (Gillespie, 2015, 2018, 2023), a taj proces je oblikovan socio-ekonomskim i socio-tehnološkim strukturama i aktuelnim društvenim normama (Suzor, 2018: 3). Pregled literature ukazuje na dva podpravca koji se u okviru ove dimenzije dalje diferenciraju: 1. upravljanje platformama i 2. upravljanje na platformama. Prva se odnosi na „to kako javne institucije postavljaju zakonske granice onoga što se može razmjenjivati na platformama“, a druga na unutarplatformsko „strukturiranje načina na koji se sadržaj može kreirati, distribuirati, prodavati i monetizovati na mreži, utičući na regulaciju javnog prostora u opštem smislu“ (Poell i dr, 2022: 81). Pojam upravljanja, prema Fukujami, odnosi se na kapacitet vlada da donose i sprovede pravila i odluke, kao i da pružaju usluge (Fukuyama, 2013: 350), a danas se ovaj koncept uglavnom koristi u okviru „novog institucionalizma“, koji institucije poima tako što uključuje i tradicionalne institucionalne aktere i one koji to nisu, nacionalnog i nadnacionalnog nivoa, kroz različite forme samo-upravljačkih ili eksternih mehanizama. Hijerarhija njihove upravljačke moći nije determinisana institucionalnom snagom već, kako koncept globalnog upravljanja implicira, „različiti oblici upravljanja postoje jedan uz drugog“ (Dingwerth and Pattberg 2006, navedeno prema Gorwa, 2019: 6). Kako bi raspakovali kompleksan „multistakeholderizam“ (*multistakeholderism*), kakav je platformski, istraživači preuzimaju koncept „upravljačkog trougla“ (Abbott i Snidal, 2009), koji modelira upravljačku šemu u okviru koje se uspostavljaju eksterne i interne norme i procesi, u interakciji: industrije (*firms*- kompanije), aktera iz civilnog društva (*NGO* – organizacije civilnog društva, akademija, istraživači, međunarodne organizacije, aktivisti) i države (*states* - nacionalni nivo, kao i nadnacionalni, poput EU i UN) (Gorwa, 2019b: 5). Najzad, za razumijevanje pune

horizontalizacije normativnog okvira platformi, trebalo bi uzeti i četvrtu grupu zainteresovanih aktera, a to su korisnici odnosno građani.

Platformizacija predstavlja hibridni koncept koji prepliće više teorijskih perspektiva i škola mišljenja – softverske studije, biznis studije, kritičku političku ekonomiju, pravne nauke, kao i polja infrastrukturnih studija, platformskih studija i kulturnih studija (Van Dijck i dr, 2018; Poell i dr, 2019; Plantin i dr, 2018; Poell i dr, 2022). Koncept omogućava izučavanje načina na koji “tehnološke promjene koje su istovremeno društvene, ekonomske, kulturne i političke transformacije utiču na (ne)ravnotežu globalne moći dok se duboko infiltriraju u privatne živote i javne prostore” (Van Dijck, 2024: 1).

Društvo se datafikuje, komodifikuje i moderira prema novom platformskom mehanizmu (Van Dijck i dr, 2018) i ovaj pristup predstavlja veliki zaokret u sagledavanju društvenih posledica upotrebe novih tehnologija koji je u teorijski starijim konceptima informacionog i umreženog društva nastojao da ukaže na strukturne promjene u društvenom tkivu², dok platformizacija problematizuje institucionalnu osnovu društva kao refleksiju vrednosne promjene koju velike digitalne platforme donose. Budući da je riječ o permanentnom procesu, a ne o istorijskom trenutku u kojem se jedna struktura u cjelosti zamjenjuje drugom (Van Dijck i dr, 2018: 2), teorijski aparat za istraživanje platformi zaokružuje koncept platformizacije društva kao kontinuirane „penetracije infrastrukture, ekonomskih procesa, upravljačkih okvira digitalnih platformi u različitim ekonomskim sektorima i sferama života uključujući i reorganizaciju kulturnih praksi oko njih“ (Poell i dr, 2019: 5-6). U najnovijoj literaturi nalazimo i koncept deplatformizacije, koji razmatra specifične strategije i nastojanja sistemskog upravljanja ukupnim platformskim ekosistemom (Van Dijck i Lin, 2022, Van Dijck i dr, 2023).

1.4.2. Platformizacija novinarstva

Počevši od poslednje decenije 20. vijeka, novinarske studije prošle su kroz tri talasa: normativni koji deterministički pristupa „revolucionarnom karakteru tehnologije“ u cilju konceptualizacije novih „idealnih modela“ novinarstva, poput na primjer građanskog (Allan i

² U centru obimne literature o informacionom društvu u širem okviru heterogene ideje o postindustrijskom društvu je ideja da različiti društveni aspekti, poput političkog, ekonomskog i kulturnog, počivaju na informacijama, njihovoj proizvodnji, distribuciji i korišćenju. (Machlup, 1962; Tofler, 1980; Beniger, 1986; Bell, 1973, 1999; Ducatel et al, 2000; Rheingold, 2000; Duff, 2000; Cortada, 2002; Webster, 2003, 2014; May, 2002, 2003; Kumar, 1995; Fuchs i Sandoval, 2014). Postindustrijsko društvo izranja iz industrijskog i uprkos relokaciji aktera u društvenoj strukturi i tehnološkom razvoju ostaje hijerarhijska. Koncept umreženog društva problematizovaće ovaj pristup i afirmisati ideju o mrežnoj društvenoj morfologiji. (Castells 2000a, 2000b, 2000c, 2004, 2009; Van Dijck, 2006).

Thorsen, 2009) ili participativnog novinarstva (Singer i dr, 2011), koji podrazumijevaju demokratizujući uticaj tehnologija na novinarstvo (Negroponte, 1996; Shirky, 2009; Beckett, 2008; Gillmor, 2006; Jarvis, 2009). Zatim je uslijedio talas obeshrabrujućih empirijskih istraživanja koja su ukazala na jaz između normativnih pretpostavki o potencijalima tehnologija i (efekata) njihove realne upotrebe, ali i njeno kritičko problematizovanje, što je najzad istraživače usmjerilo ka konstruktivističkom poimanju tehnologije (Domingo, 2008; Steensen i dr, 2019). Promjena koncepta tehnologije u novinarskim studijama prepoznaje se kroz nekoliko zaokreta. Prvo, redefiniše se tehnološka dimenzija novinarstva: od dihotomije oflajn - onlajn/veb/multimedija, preko digitalne³, do platformske⁴ konceptualizacije. Drugo, rekonceptualizuje se struktura okruženja za novinarstvo: od ambijenta do ekosistema⁵. Zatim, mijenja se teorijsko-metodološka aparatura konceptualizuje novinarstva i definišu se „nova novinarstva“ („data novinarstvo“ (Bounegru i Gray, 2021), „umreženo novinarstvo“ (Van der Haak i dr, 2012), „sporo novinarstvo“ (Masurier, 2015), „robot novinarstvo“ (Carlson, 2015), „onlajn novinarstvo“ (Deuze, 2001) „digitalno novinarstvo“ (Eldridge II i dr, 2020),...) i najzad, usled novih tehnoloških mogućnosti i izazova, otvara se debata o samom pojmu novinarstva u nastojanju da se definiše – šta jeste, šta nije i gdje su granice novinarstva danas (Vos, 2018; Carlson i Lewis, 2015; Peters i dr, 2016).

Promišljanje novinarstva u novim strukturnim uslovima oslanja se na konceptualne kapacitete različitih disciplina, koji prema Zelizer obuhvataju političke nauke, sociologiju, istoriju, nauke o jeziku, teorije kulture (Zelizer, 2004). Stensen i Ahva dodaju ekonomiju, filozofiju, pravne i tehnološke nauke kao pristupe koji imaju sve značajnije mjesto u novinarskim studijama (Steensen i Ahva, 2017: 6). Uprkos sve izraženijoj teorijskoj diverzifikaciji, ovi autori primjećuju da sociološka perspektiva dominira među aktuelnim pristupima, ali i da se novije teorije imaju izraziti „težno-ekonomski diskurs“ (Ahva i Steensen, 2020: 41), i to usled svojevrstnih „kriza“ koja se duboko odražavaju na novinarstvo.

³ Kako objašnjavaju Stensen i saradnici ovaj veliki „diskurzivni zaokret“ započeo je knjigom *Digitizing the News* (Boczkowski, 2004) koja problematizuje vezu tehnologije i novinarstva kroz etnografska istraživanja novinarskih redakcija i uvodi teorije poput „akter-mreža teorije“ koja sagledava „tehnološke, ljudske i materijalne aktere i aktante kao jednako značajne u međusobnom oblikovanju“ (Steensen i dr, 2019: 322).

⁴ Teoretičari platformizacije sagledavaju infrastrukturne platforme (*Big 5*) kao cjelovitu tehnološku infrastrukturu za novinarstvo, koja za rezultat ima „institucionalnu promjenu“, čije se implikacije ispoljavaju u sferi „kreativnosti“ (Poell i dr, 2022)

⁵ Tokom prve faza razvoja Fejsbuka, Tvitera i drugih platformi, i usled njihovog poimanja prvenstveno kao „društvenih mreža“ aktuelizovan je konceptualni okvir koji ove „društvene mreže“ vidi kao novi specifični „ambijent“ u kojem se pored „profesionalnog novinarstva“ praktikuje i „para-novinarstvo“, među kojima se ključna razlika ogleda u profesionalnim znanjima i vještinama, prve su institucionalizovane i organizaciono vezane za redakcije, druge su – građanske. (Hermida, 2010). Paralelno, autori sagledavaju *koegzistenciju* profesionalnog i građanskog novinarstva, kao i tehnološkog i društvenog okruženja, kao ukupnog – ekosistema u kojem se novinarstvo razvija (Wiard, 2019).

Ekonomska produbljuje pitanje industrije, poslovanja, profitabilnosti novinarstva, distribucije moći i političko-ekonomske dileme rada i društvanog blagostanja. Druga kriza posledica je tehnološki izazvanih promjena koje duboko rekonponuju različite aspekte novinarstva – produkciju, distribuciju, oglašavanje, publike, organizaciju rada, institucionalni okvir, politike.

Veza tehnologije i novinarstva danas je intenzivna, dinamična i sveprožimajuća: novinarstvo se koncipira kao tehnološki „zavisno“ (Lewis i Westlund, 2016: 342). Međutim, veza tehnologije i novinarstva nije jednoznačna, ne objašnjava se determinističkim niti isključivo konstruktivističkim argumentom, već se problematizuju strukturne i institucionalne relacije i međuzavisnosti. Savremene novinarske studije adresiraju tenziju između „humanog“ i „mašinskog“ kao „kontinuum između manuelnog i kompjuterskog“ u novinarskom radu u stalnoj napetosti između „relativne gravitacije obje dimenzije u oblikovanju vijesti“ (Lewis i Westlund, 2014: 20). U skladu sa Laturovim stavom da tehnologija čini društvo trajnim (Latour, 1991), novinarstvo se sagledava kao *društveno-materijalna praksa*, čime se u centar odnosa tehnologije i novinarstva uvodi pojam materijalnog, kao „artefakta ili stvari“ fizičkog karaktera koji imaju „materijalne mogućnosti da ugrade, transformišu i učine dostupnim simbolički sadržaj kao što su vijesti“ (Gillespie i dr, 2014: 10). Koncept materijalnosti prevazilazi jaz između socioloških i tehnoloških studija i razlike „prirode“ i „društva“ na kojoj su brojni autori poput Habermasa insistirali, odnosno dihotomiju između linearnog poimanja tehnologije u novinarskim studijama kao procesno-komunikacione kategorije, i „tehnologija-kao-tekst“ pristupa. U tom smislu, tehnologija se u novinarskim studijama sve učestalije posmatra u okvirima koncepta afordansi, kao relaciona, funkcionalna, kulturna i iskustvena *tehnološka mogućnost* za novinarstvo, odnosno: percepciju vijesti (Park i dr, 2021), novinare i njihovu samo-reprezentaciju (Hedman, 2017), faktor vremena u novinarskoj praksi (Tenenboim-Weinblatt i Neiger, 2017), dezinformisanje (Molina i Sundar, 2019), izloženost vijestima na specifičnim platformama (Masip i dr, 2021).

Među teorijama koje nastoje da prevaziđu jaz između tehnološkog kao „ne-humanog“ i društvenog kao „humanog“ izdvaja se nekoliko posebno značajnih za izučavanje savremenog novinarstva: akter-mreža teorija (Ryfe, 2021), 4A teorija (Lewis i Westlund, 2016), promjena paradigme - ekosistemski zaokret i platformska zavisnost (Ahva i Stenseen, 2020; Jovanovic i dr, 2022).

Sa druge strane, ekonomska konceptualizacija komunikacija, medija i novinarstva u razvijala se kroz tri tradicije: teorijsku, aplikativnu i kritičku. Teorijska tradicija je zasnovana na neoklasičnoj ekonomiji i nastoji da objasni izbore, odluke i druge ekonomske faktore koji utiču na proizvođače i potrošače komunikacionih dobara i usluga. Aplikativna istražuje strukturu komunikacionih industrija i njihovih tržišta, sa naglaskom na razumijevanju trendova i promjena, a sve u cilju izrade politika i strategija za adekvatno reagovanje na izazove i promjene. Kritička tradicija proizilazi iz misli političkih ekonomista i kritičara usmjerenih na koncept ekonomije blagostanja. Ovi autori imaju snažnu kulturnu i društvenu orijentaciju sa fokusom na pitanja koncentracije i monopola u komunikacijama, pitanja kulturnih efekata, rada i zaposlenih i načinima kako se društvo mijenja. Dakle, identifikuje probleme i nastoji da nađe rešenja kroz javne politike (Albarran, 2010).

Ekonomske definisan pristup u savremenim novinarskim studijama tretira novinarstvo kao postindustrijski poslovni poduhvat (Ahva i Steensen, 2020: 48). Usled „cikličnih ekonomskih kriza“ i tehnoloških izazova (Nielsen i Levy, 2010) Pikard objašnjava zašto se ekonomska dimenzija novinarstva postavlja kao posebno važna: „(1) vijesti nikada nisu bile komercijalno održiv proizvod; (2) mnogi istraživači ne razgraničavaju kratkoročne probleme i dugoročne trendove; (3) promjena upotrebe medija je u srcu savremenih finansijskih problema novinarstva; i (4) novinske kompanije više ne mogu da izdrže velike organizacione strukture i finansijske aranžmane koji su stvoreni u doba izobilja“ (Picard, 2010: 17-18). Prema Nilsenu (Nielsen), „informaciono dobro“, materijalizovano kroz medijski sadržaj i vijesti, karakteriše nekoliko ekonomskih strukturnih odrednica, koje on naziva „kontekstualnim“: produkcija vijesti, vijesti kao dobro, tržište za vijesti (Nielsen, 2020).

Dakle, ekonomska teorijska perspektiva razvija se u dva ključna pravca. Jedan se bavi medijskom ekonomijom i medijskim institucijama: struktura tržišta (tržište konzumenata i tržište oglašivača); izvori finansiranja medija; doseg i diverzitet medijskog tržišta i struktura publike; tržišna kompeticija i konkurentnost; struktura fiksnih i varijabilnih troškova (McQuail i Deuze, 2020: 292-299). Drugi koristi konceptualno sočivo komplementarnih pristupa (kritičke) političke ekonomije novinarstva, pa je stoga u relaciji sa konceptima političke i ekonomske moći, kako smatraju politički ekonomisti (Shaw, 2018: 74), koji se pozivaju na kritiku kapitalizma, vlasničke koncentracije i komercijalizacije kao ključnih strukturnih izazova koji podrivaju demokratske kapacitete savremenih medija. Najzad, normativne teorije omogućavaju set koncepata i analitičkih kategorija za javno-interesno propitivanje ukupnih medijskih struktura. U tom teorijskom spektru, Albaran identifikuje

nekoliko značajnih teorija: S-C-P model, teorija preduzeća, princip relativne konstante, teorija niše, ekonomija pažnje, makroekonomski pristupi, politička ekonomija komunikacija/medija/novinarstva, normativne teorije (Albaran, 2002, 2010)

Novinarstvo se u uslovima platformizacije transformiše prema tri ključne dimezije, koje redefinišu 1. ulogu podataka u novinarskom radu, 2. ulogu novinarstva u društvu i 3. osnovne principe selekcije i uređivanja. U skladu sa tim, iz literature se preuzimaju pojmovi datafikacije, komodifikacije i moderacije, koji čine konceptualni okvir platformizacije novinarstva.

Datafikacija novinarstva

Kako navodi Porleca (Porlezza), jedan od najznačajnijih teoretičara koji se bavi konceptom datafikacije, objašnjava da se još od sredine 20. vijeka uspostavlja praksa korišćenja podataka u novinarskom radu. Danas su podaci u novinarstvu dvostruko relevantni – kao predmet izvještavanja i kao osnova za novi strukturni okvir u kojem se mijenja novinarski rad i pristup društvenoj stvarnosti. Datafikacija novinarstva obuhvata:

- (1) podacima-vođene inovacije u novinarstvu (*data journalism; user engagement/metrics; digital storytelling; fact-checking; journalism automation*) (Meier i dr, 2022);
- (2) novu paradigmu datafikovanog društva (Van Dijck, 2014; Loosen, 2018; Cheney-Lippold, 2017; Hintz i dr, 2019);
- (3) automatizaciju novinarstva (Graefe, 2016; Gitelman, 2013; Schapals i Porlezza, 2020; Van Dalen 2012; Lischka i dr, 2022; Ananny, 2016; Porlezza, 2019; Ananny i Crawford, 2018; Diakopoulos, 2014; Porlezza & Eberwein, 2022; Gutierrez Lopez i dr, 2022; Wu i dr, 2019; Porlezza i Ferri, 2022)

Datafikacija kao „sredstvo za *pristup, razumijevanje i praćenje* ponašanja ljudi“ (Van Dijck, 2014: 198) definiše se kao sposobnost platformi da mnoge aspekte života konvertuje u podatke i kvantifikuje (Mayer-Schönberger i Cukier, 2013). Nije riječ samo o demografskim podacima koje korisnici dobrovoljno dijele na platformama, već su u pitanju i metapodaci koji se automatski izvode iz korišćenja i boravka na platformama. Naime, „svaki oblik interakcije korisnika može se uhvatiti kao podatak: ocjenjivanje, plaćanje, upisivanje, gledanje, upoznavanje i pretraživanje, ali i prijateljstva, praćenje, lajkovanje, objavljivanje, komentarisanje i retvitovanje“ (Van Dijck i dr, 2018: 33). Na početku smatrani platformskom nuspojavom, „bihevioralni podaci“ (Zubof, 2020) vremenom su postali centralni resurs

platformi, koji omogućava dalje širenje njihove infrastrukture, a uz mogućnost algoritamske obrade postaju i nezamjenjiv resurs za platformске komplementare odnosno različite industrije koje koriste usluge platformi (Poell i dr, 2019: 6). Tehnike analitike i projekcije bazirane na datafikaciji od vitalnog su značaja za ciljano oglašavanje, kao i za strateška opredjeljenja poput uređivačkih politika i odluka ili strategija distribucije sadržaja u medijskim organizacijama (Van Dijck i dr, 2018: 33).

Pored datafikacije, novija literatura tretira podatke i sa stanovišta „ideologije“, kroz koncept dataizma. „Ideologija dataizma ukazuje na karakteristike široko rasprostranjenog vjerovanja u objektivnu kvantifikaciju i potencijalno praćenje svih vrsta ljudskog ponašanja i društvenosti putem onlajn medijskih tehnologija. Osim toga, dataizam takođe uključuje povjerenje u (institucionalne) agente koji prikupljaju, tumače i dijele (meta)podatke prikupljene sa društvenih medija, internet platformi i drugih komunikacionih tehnologija.“ (Van Dijck, 2014: 198).

Datafikacija se u sferi novinarstva odražava na nekoliko načina. Prvo, praksa izvještavanja o podacima odražava društvenu relevantnost ovog fenomena. Zatim, datafikacija se odnosi na preplitanje radnih praksi koje stimuliše „kompjuterski zaokret“, koji duboko transformiše novinarski tretman društvene stvarnosti. Najzad, kao društveni fenomen, datafikacija na funkcionalnom nivou mijenja odnos novinarstva i okruženja u kojem se razvija (uključujući i publiku), tako što stvara uslove za izjednačavanje novinarstva i nenovinarskih servisa i provajdera, poput pretraživača, društvenih mreža i tehnoloških kompanija za proizvodnju sadržaja. (Loosen, 2018: 6) Četiri su „forme datafikovanog novinarstva“: novinarstvo zasnovano na podacima (*data journalism*); algoritamsko novinarstvo (*algorithmed journalism*); automatizovano novinarstvo (*automated journalism*); metrikama vođeno novinarstvo (*metrics-driven journalism*). (Loosen, 2018: 8-9)

Najzad, teoretičari platformskog društva uviđaju dva modela datafikacije: 1. u *digital born* procesima proizvodnje i distribucije vijesti, poput *HuffPost* ili *BuzzFeed* u kojima su „uređivačke odluke djelimično automatizovane i prevedene u kvantifikovane procedure“, dok se u 2. tradicionalnim medijskim organizacijama uspostavlja hibridni model tradicionalnog uređivačkog i podacima-vođenog pristupa u produkciji vijesti (Van Dijck i dr, 2018).

Centralni zaokret koji donosi datafikacija novinarstva kao dio širokog procesa platformizacije je „kvantifikacija publike“ i korišćenje podataka koji u dinamici sa klasičnim novinarskim donosiocima odluka (novinari, urednici) postaju (potencijalno) novi vrednosni

orijentir u proizvodnji vijesti. Pojedini autori takvu korisničku „kontrolu kad selekcijom i prezentacijom sadržaja“ u svrhu „vijesti i informisanja“ vidjeli su kao „nastajuću profesiju“ „interaktivnog novinarstva“ (Usher, 2016: 18). Međutim, teoretičari platformskog društva ističu da datafikacija proizvodnje vijesti nije samo refleksija preferencija publike, već je determinisana ukupnom „platformskom perspektivom“, odnosno interakcijom novinskih organizacija koje u određenoj mjeri integrišu tehnike metrike, platformi, servisa podataka i reklamnih mreža koje sačinjavaju savremeni informativni pejzaž (Van Dijck i dr, 2018: 56).

Komodifikacija novinarstva

Budući da je istovremeno tržišna i društvena institucija, značajan korpus literature o novinarstvu bavi se lociranjem novinarstva između principa profita i javnog dobra, kao i između opštih okvira u kojima novinarstvo ima najviše mogućnosti da ostvari svoju demokratsku ulogu: između liberalnih principa slobode i vjere u tržište, i određenog stepena intervencionizma koji treba da bude garancija da će novinarstvo imati jasan okvir društvenog djelovanja, zadataka, odgovornosti. Kako Mekmanus (McManus) sumira, pozivajući se na Mekčesnija, liberalni glasovi prvenstveno dolaze iz industrije, čiji poslenici smatraju da novinarstvo jeste i treba da bude „roba“ kao i svaka druga, te da takav pristup zapravo doprinosi demokratiji u političkom i ekonomskom smislu – u skladu je sa principima slobode govora i štampe, konzumenti na slobodnom tržištu su ključni parametar kvaliteta „proizvoda“. Međutim, politički ekonomisti smatraju da tretiranje novinarskog proizvoda kao „robe“, u konačnici, zadržava društveni status quo (Murdock and Golding, 1974: 230). „Primarni sadržaj današnjih novina su komercijalne vijesti i sadržaji dizajnirani tako da privuku široku publiku, da zabave, da budu isplativi i da zadrže čitaoce čija se pažnja može prodati oglašivačima. Kao rezultat, potencijalno problematične priče se ignorišu u korist onih koje su prihvatljivije i zabavnije za veći broj čitalaca, zastupljenost zahtjevnih priča se smanjuje, a priče koje nose finansijske rizike se ignorišu.“ (Picard, 2004: 61).

U susretu liberalne i društveno odgovorne normative osnove novinarstva u platformskom društvu u kojem je komodifikacija dio društvenog mehanizma, novinarstvo predstavlja „sporni komoditet“. Naime, „u tržišnim terminima, komodifikovati znači pretvoriti nešto u predmet za prodaju, pripisati mu novčanu vrijednost“. Ovo je definicija teoretičarke Margaret Džejn Radin (Radin, 1996), koja je teoriju o komodifikaciji sagledala kroz problematizaciju „spornih komoditeta“ u širokom spektru između univerzalne nekomodifikacije i univerzalne komodifikacije. Prvi koncept problematizuje „hegemoniju

kupovine i prodaje“ i „maksimiziranja profita“ na štetu individualnih i društvenih potencijala, u kojem postoji jasna distinkcija „objekata trgovine (radnika) i samouveličavajućih maksimizatora profita i preferencija (vlasnika)“, dok drugi pojam univerzalne ili potpune komodifikacije zastupa vrednosni pristup prema kojem su dobra, usluge i ljudi „legitimna roba“ (Radin, 1996, navedeno prema Jackson, 2009: 148). Novinarstvo je „sporni komoditet“ jer je riječ o kategoriji rastrgnutoj između profita i javnog dobra: (kapitalističkih) tržišnih mehanizama medijske industrije, sa jedne strane, i uloge koju novinarstvo ima u društvu, kako u pogledu prava građana da budu informisani, uloge koju ima u definisanju društvene stvarnosti, tako i u smislu održavanja ukupnog društvenog poretka demokratskim. Stoga Džekson (Jackson) zastupa koncept „nepotpune komodifikacije“ za polje novinarstva koja treba da se odvija uz izvjesne normativno definisane uslovljenosti, uobličene kroz politike i regulatorne okvire (Jackson, 2009: 148-150).

Moderacija novinarstva

Treći aspekt platformizacije novinarstva teorijski se pozicionira u skladu sa konceptima selekcije i uređivanja novinarskog sadržaja (McQuail, 2003: 151) u skladu sa profesionalnim standardima, društvenim i javnim vrijednostima. Budući da i platforme „oblikuju razmjenu informacija i aktivnosti korisnika kroz odlučivanje i filtriranje“ (Zeng i Kaye, 2022: 81), socio-tehnološki fenomen „detektovanja, procjene i intervencije u sadržaje ili ponašanje“ (Gillespie i dr, 2020: 2) na platformama autori nazivaju moderacijom sadržaja. Ovaj aspekt platformizacije novinarstva otvara pitanja - ko/šta, kojim mehanizmima i prema kojim kriterijumima – neposredno i strukturno selektuje, uređuje ili moderira novinarski sadržaj u platformskom ekosistemu, te kako se ova promjena odražava na savremenu javnu sferu i demokratiju.

Literatura koja problematizuje moderaciju novinarskog sadržaja identifikuje nove aktere koji preuzimaju ulogu profesionalaca, odnosno novinara i urednika, koji su radeći u redakcijama „redovno proizvodili vijesti za štampu ili emitovanje“ (Singer, 2019: 1). Redakcijski ustrojen sistem donošenja uređivačkih odluka u okviru medijske organizacije rezultat je institucionalizacije novinarstva, normativno utemeljene u ideji o ulozi medija u deliberativnoj demokratiji i javnoj sferi (Peruško, 2011; Norris i Odugbemi, 2010) U platformskom ekosistemu moderiranje novinarskog sadržaja odvija se u međuigri platformi, korisnika i medijskih organizacija, dakle, u procesu u kojem simultano učestvuju novinarski i nenovinarski, humani i nehumani akteri. (Van Dijck i dr, 2018).

Kako objašnjava Gillespi (Gillespie), platforme su „najmoćniji urednici na svijetu“ (Gillespie, 2018: 3), tako što intervenišu u sadržaj bez obzira na to da li je proizveden od strane korisnika, teoretičara zavjere ili novinara renomirane medijske kuće: platforme označavaju i uklanjaju objave, algoritamski redukuju vidljivost „obmanjujućeg“, „rizičnog“ ili „uvredljivog“ sadržaja (Gillespie, 2022). Dodatno, kao svojevrsni ko-urednici platforme autonomno (re)definišu infrastrukturu diseminacije novinarskog sadržaja. Principi neposredne intervencije u sadržaj nisu koherentni niti su uvijek sasvim transparentni, pojedinačne platforme imaju različite norme i mehanizme intervencije (Gillespie i dr, 2020: 5), a taj proces uključuje brojne eksterne aktere, poput fektčeking i drugih organizacija koji u okviru različitih aktivnosti (uglavnom projektnih) predstavljaju „podršku u provjeri sadržaja“. Najzad, na prostoru Evropske unije razvija se složen (ko)regulatorni mehanizam koji nastoji da kroz uspostavljanje novih pravila za rad platformi sistemski uredi moderaciju sadržaja u skladu sa evropskim demokratskim vrijednostima. Gillespi tvrdi da platforme „oblikuju oblik javnog diskursa“ tako što definišu strukturne uslove moderacije sadržaja, koji proizilaze iz politika moderiranja sadržaja, socio-tehničkih mehanizama njegove primjene, poslovnih očekivanja kojima treba da služi i artikulacije opravdanja moderacije. (Gillespie, 2018: 13-23).

Dok sa jedne strane, istraživanja moderacije platformi teorijsku refleksiju nalaze u novinarskoj teoriji i konceptu javne informativne vrijednosti, sa druge strane centralni princip relevantnosti sadržaja na platformama u fokusu ima korisnike kao konzumente informacija. Veći broj pregleda, lajkova, klikova, dijeljenja, praćenja korespondira sa višim nivoima „personalizacije“, „viralnosti“ i „emocionalnosti“ sadržaja. Ukoliko informacije objavljene na platformama nemaju „kvalitet viralnosti koji provocira korisnike da ih dijele“ poput „lančanog pisma“ od korisnika do korisnika, neće zadobiti više od „veoma ograničenog kruga pristalica“ (Svensson i Klinger, 2014: 8). Istraživanja pokazuju da je „difuzija informacija“ na platformama više emocionalno nego racionalno uslovljena, bilo da su u pitanju izrazito pozitivni ili negativni sentiment i sa kojima se korisnici identifikuju (Hyvärinen i Beck, 2018: 1800). Dakle, korisničko-centrična perspektiva „transformiše tačnost i sveobuhvatnost vijesti iz javne vrijednosti u ličnu vrijednost“ tako što u centar postavlja individualne vrijednosti, potrebe, navike i očekivanja, ali i odgovornost korisnika za tačnost i sveobuhvatnost informisanja koji više ne pripadaju „profesionalnim urednicima“ (Van Dijck i dr, 2018: 66). Korisnički-vođen i algoritamski podržan mehanizam platformi transformiše informativnu vertikalu masovnih medija, čiji je zadatak bio da okupi raznovrsna interesovanja oko

centralnih pitanja i tema od opšteg značaja, o kojima bi se rezonovalo diskurzivno i na osnovu snage argumenata, a u korist platformske „monokulture“ dijeljenih interesovanja i emocija u filtiranim balonima i eho komorama (Bozdag, 2013: 209).

Zaokret ka korisnicima reflektuje se i na medijske organizacije, profesionalne uređivačke prakse i strukturu sadržaja. Prvo, kriterijumi viralnosti i individualnih interesovanja zahtijevaju sve veći obim produkcije sadržaja. Uprkos informativnom zasićenju, umjesto unutarredakcijskog filtriranja, novinarski sadržaj se prepušta (eksternim) korisničkim filterima i „individualnim“ principima koji treba da finalizuju uređivački proces. Drugo, *soft* sadržaj koji se pokazuje kao viralniji favorizuje zabavne naspram informativnih sadržaja, ali i dodatno hibridizuje informativni sadržaj, pa *infotainment* postaje minimalni kriterijum platformske optimizacije. Takođe, granice informisanja pod imperativom emocionalno vođene viralnosti nerijetko postaju propustljive i za lažne vijesti i dezinformacije. Treće, frekvencija objavljivanja i forme novinarskog izraza prilagođavaju se platformama. Vremenska kompresija i asinhrono konzumiranje sadržaja ubrzavaju novinarsku produkciju najčešće na štetu kvaliteta, a multiplatformska produkcija hibridizuje standardizovane forme novinarskog izraza. Kratki i učestali napisi, obilje video prikaza, infografici, ograničen obim sadržaja i druge platformske afodanse zahtijevaju i specifične vještine koje iz novinarskog domena zalaze u sferu tehnologije, grafičkog dizajna i slično. (Van Dijck i dr, 2018: 66-68) Novinarska „kreativnost“ koja je na platformama konkurentna kreativnim praksama velikog broja *producer*-a, kako smatraju Poel, Nieborg i Dafi, redefiniše se prema sledećim logikama: nišifikacija, metrifikacija, brendiranje, autentičnost (Poell i dr, 2022)

1.4.3. Novinarstvo kao profesija

Zelizer veliki broj definicija novinarstva klasifikuje u pet grupa: novinarstvo kao profesija, tekst, praksa, institucija, zajednica ljudi (Zelizer, 2004). Mnoštvo pristupa, teorijskih polazišta i načina na koji se poima novinarstvo teoretičare usmjerava u pravcu obuhvatnog definisanja koje nadilazi konceptualni diverzitet novinarstva. Tako Vos (Vos) nastoji da u svojoj „širokoj definiciji“ novinarstva pomiri navedena gledišta: „novinarstvo je društveno vrednovan i strukturiran rad na izradi i distribuciji društveno značajnih vijesti i diskusija“ (Vos, 2018: 4), a u nastojanju da „raspakuje“ strukture koje su u temelju i pokreću novinarski rad, autor nudi „teorijsku definiciju“ novinarstva kao „set vjerovanja, formi i praksi uključenih u izradu i distribuciju društveno značajnih vijesti i diskusija“ (isto: 9).

Pitanje da li je novinarstvo profesija predmet je polemike mnogo više nego konsenzusa kako u samoj zajednici tako i među istraživačima i teoretičarima. Profesionalni status i zamagljene „granice novinarstva“ (Carlson i Lewis, 2015) posebno su aktuelizovani u digitalnom dobu, ali ni prethodno nisu jasno definisali novinarstvo – da li je riječ o profesiji, zanimanju, pozivu, zanatu i slično. Brojni su argumenti zbog kojih se novinarstvu negira atribut profesije⁶, dok pojedini autori, poput Džejmisa Kerija, „profesionalnu orijentaciju“ označavaju „velikom opasnošću modernog novinarstva“ (Zelizer, 2004: 33), jer svaka vrsta „legitimacije“ novinarstva i novinara implicira protivljenje slobodi izražavanja u demokratskim društvima (Witschge i Nygren, 2009: 39).

Empirijski nalazi, a posebno komparativni, dodatno djeluju zbunjujuće ukoliko se konceptu novinarske profesije pristupa induktivno. Da je „sasvim moguće ponašati se kao profesionalac i ako niste nužno pripadnik profesije“ podstaklo je i ranije autore da novinarstvo definišu kao „poluprofesiju“ (Tunstall, 1971) koja ispunjava neke kriterijume profesije, kao što su specifična znanja potrebna za obavljanje novinarskog posla, ali bez formalne kvalifikacije ili obrazovanja koje je za to potrebno (Hanitzsch i Ornebring, 2020: 106). Percepcija novinara o sopstvenoj profesiji i profesionalizmu uglavnom je normativno utemeljena u ideji o društvenoj ulozi novinarstva u demokratiji, s tim da različite novinarske kulture sasvim drugačije definišu tu ulogu (objektivna, subjektivna, komercijalna (Donchbah, 2010: 41)). Čak i sasvim čvrsti kriterijumi, poput visokog obrazovanja za novinarstvo, u pogledu razvijenosti novinarskog profesionalizma daju nalaze suprotne pretpostavljenim. „Novinari u Španiji češće imaju univerzitetske diplome u oblasti novinarstva od svojih kolega u Njemačkoj, ali to ne znači da se za novinarstvo u Španiji može reći da je na višem nivou profesionalizma nego u Njemačkoj“ (Hallin i Mancini, 2004: 34). Slično je ako se visoko obrazovanje sagleda komparativno-istorijski. Činjenica da univerzitetski programi za novinarstvo u SAD postoje još od početka 20. vijeka, a da npr. u Velikoj Britaniji postoje tek od 70-tih godina, nikako ne znači da se američko novinarstvo može smatrati profesionalnijim niti profesionalizovanijim od britanskog (Hanitzsch i Ornebring, 2020: 106).

⁶ Kako navodi Dejvis (Davis), „(1) novinari nemaju licence, (2) novinarstvu nedostaje teorijsko znanje, (3) novinarstvo nema obavezujući nastavni kurikulum kroz koji svi (ili makar većina) moraju proći, (4) novinari ne mogu isključiti ne-novinare (dopisnike, blogere i tako dalje) iz izvještavanja, (5) (većina) novinara nisu nezavisni konsultanti već zaposleni (i stoga nemaju „profesionalnu autonomiju“), (6) novinari ne služe klijentima (samo poslodavcima ili javnosti), (7) većina novinara nisu članovi nijedne profesionalne organizacije (kao što je *Society of Professional Journalists*), i (8) novinari nemaju visok status niti visoka primanja (nekolicina ima)“ (Davis, 2010).

Profesionalni status novinarstva nerijetno se i normativno postavlja – etički ili pravno. Kako objašnjava Blek (Black), domen etike odnosi se na autonomne vrijednosti, norme, principe, koje u novinarstvu najčešće podrazumijevaju odgovornost, istinitost, nezavisnost u radu itd. Pravni domen, prema Bleku, temelji se na klasičnim liberalnim idejama poput autonomije i samoopredjeljenja, odnosno na minimalnoj intervenciji u pogledu prava na informisanje, obezbjeđivanje prostora za javnu debatu, višestrukost izvora i tome slično (Black, 2010).

Kako bi se razmotrio profesionalni status novinarstva u jednom društvu potrebno je raspakovati širi konceptualni okvir odnosa novinarstvo – profesija i definisati ključne pojmove teorijskog diskursa koji se oblikuju oko ovog problema. Prema Vik (Wiik), to su profesija, profesionalizacija i profesionalizam:

- Koncept *profesije* odnosi se na kriterijume prema kojima se neko zanimanje kvalifikuje kao profesija.
- *Profesionalizacija* se odnosi na razvoj zanimanja kroz sticanje akademskog statusa, diferencijaciju stručnog i laičkog, kao i razdvajanje od drugih polja uspostavljanjem profesionalnog monopola u oblasti.
- Pojam *profesionalizma* predstavlja centralni instrument i kriterijum kontrole radne snage unutar profesije, ali i sredstvo očuvanja status quo profesije i odupiranja izazovima i promjeni. (Wiik, 2010: 46)

Pri definisanju profesije⁷ sociolozi su često usmjereni na identifikovanje distinkcije između profesije i zanimanja. Pozivajući se na Mekajvera i Pejdža (McIver i Page), Radojković i Stojković ukazuju da dok se zanimanje definiše prvenstveno u ekonomskim kategorijama kao „obavljanje nekog posla u cilju zarade“, profesija se utemeljuje i „etički“ – „ona se u načelu ne obavlja radi *para* već da bi se ostvarile neke druge vrednosti ili opšte dobro (zdravlje kod lekara, pravda kod pravnika, itd.)“. Dakle vrednosna dimenzija, prema navedenim autorima, predstavlja definišuću kategoriju profesije spram zanimanja (McIver i Page, 1967, prema Radojković i Stojković, 2009: 138).

⁷ Kako objašnjava Evets, u sociologiji profesije razvila su se dva značajna polazišta: anglo-američki i evropsko-kontinentalni pristup. Prema prvom, profesija se odnosi na „zatvaranje zanimanja“ u tzv. „tržišna skloništa“, dok drugi pristup insistira na „profesionalnom identitetu, putanji karijere, profesionalnim obukama i ekspertizi, zapošljavaju u javnim organima“. Podjela prati Kolinsovu (Colins) dihotomiju škola sociologije: prvi „naglašava slobodu samozaposlenih praktičara da kontrolišu uslove rada“, a drugi idealni tip insistira na „elitnim administratorima“ sa „akademsom akreditacijom“ (Evetts, 2003: 398).

U sličnom pojmovnom okviru i Željka Šporer definiše profesiju, kao „zanimanje koje ima monopol nad nekim kompleksnim dijelom znanja i praktičnih vještina za koje je potrebno dugotrajno školovanje, tzv. visoko obrazovanje, te tako postaje jasno prepoznatljivo u društvu. ... Što članovi neke profesije znaju i mogu učiniti, izuzetno je važno i nitko drugi ne zna i ne može i ne smije to činiti“ (Šporer, 1990: 15). Sociološkinja preuzima četvrodimenzionalno poimanje profesije Tarnera i Hodža (Turner i Hodge), kao svojevrsna „područja profesije“ koja se izražavaju u „stupnjevima“: 1. stepen razvijenosti osnovnih teorija i tehnika koje čine sistematski zaokruženu celinu i osnova su za profesionalno djelovanje; 2. stepen monopola na stručnu ekspertizu; 3. stepen prepoznatljivosti profesije u javnosti; 4. stepen organizovanosti profesije; i ovim dimenzijama dodaje „skup normi, vrijednosti, ciljeva kojima bi se trebali rukovoditi pripadnici neke profesije u primjeni svog profesionalnog znanja“, što ona formuliše kao peto područje profesije: stepen razvijenosti profesionalne etike. U zavisnosti od stepena pojedinačnih dimenzija, ovaj konceptualni okvir mjeri „stupanj razvijenosti profesije i razlike između profesija, polu-profesija i zanimanja“ (Šporer, 1990: 16-38). Prema klasifikaciji ove autorke, novinarstvo bismo mogli da lociramo u poluprofesionalnom dijelu konceptualnog spektra, sa „slabo“ ili „srednje“ razvijenim dimenzijama profesije. „Poluprofesionalni“ status novinarstva nalazimo i u drugim sociološkim pristupima, kao što je polazište prema kojem su „autonomija u svakodnevnoj praksi“ i „kontrola nad sopstvenim radom“ centralni kriterijum distinkcije profesije i zanimanja, a dimenzije profesije sledeće:

1. monopol znanja: niko izvan profesije nema znanje i sposobnost obavljanja tog posla;
 2. jasna podjela rada i moć da drugi ostanu izvan profesije;
 3. profesionalno obrazovanje i istraživanje;
 4. jake profesionalne organizacije sa etičkim pravilima i standardima;
 5. ideologija koja potvrđuje veću posvećenost dobro obavljenom poslu nego ekonomskoj dobiti, odnosno kvalitetu a ne ekonomskoj efikasnosti rada.
- (Witschge i Nygren, 2009: 39).

Stanovište da nije „čista profesija“ nalazimo i među autorima koji novinarstvo nazivaju „mekom profesijom“ (Ruellan, 1997), „otvorenom profesijom“ (Korni, 1999) ili „zavisnom profesijom“ (Soloski, 1993), ali i da usled potencijalnog umanjenja kritičkog i slobodarskog kapaciteta novinarstva institucionalnom monopolizacijom, profesionalizacija novinarstva i nije poželjna, pa tako „novinarstvo i profesiju ne treba izjednačavati“, već

novinare treba posmatrati kao jednu od „profesionalnih grupa komunikatora“ (navedeno prema Radojković i Stojković, 2009: 136-141).

Sa druge strane, Džulija Evetts (Julia Evetts), autorka koje je značajno doprinijela ovom pitanju, ne insistira na distinkciji zanimanja i profesije, koliko je usmjerena na „njihove zajedničke karakteristike“, pa profesiju vidi kao kategoriju zanimanja koja su servisno i na znanju zasnovana, koja obično prati period tercijarnog obrazovanja, stručne obuke i iskustva. „Drugi način kategorizacije ovih zanimanja je posmatranje profesija kao strukturnih, profesionalnih i institucionalnih aranžmana za bavljenje poslom koji je povezan sa neizvjesnostima modernog života u društvima rizika“. (Evetts, 2003: 397).

Ovdje treba napomenuti da se konceptualizacija novinarstva kao profesije, prema Dejvisu, odvija u okvirima dvije velike teorijske škole: jedna je sociološka, druga filozofska. Sociologija profesije „nastoji da bude empirijska“, ne toliko da definiše pojam profesije, koliko da ustanovi šta je zajedničko „većini profesija“, a i sam pristup zahvata više tradicija: ekonomsku, političku i antropološku. U ekonomskoj tradiciji profesija se posmatra u odnosu na mogućnost kontrole tržišnih snaga u korist profesionalne zajednice, odnosno kao ostvarivanje kontrole nad proizvodnjom vijesti, medijima, novinarima. Politička tradicija novinarsku i svaku drugu profesiju tumači kao normama uslovljenu i zaokruženu, dok antropološka tradicija profesiju vidi kao skup kulturnih fakata, izražavanje određene društvene funkcije u određenim uslovima. Drugi, filozofski koncept Dejvis vidi kao rezultat „sokratovskog dijaloga“ percepcije novinara o tome šta novinarska profesija jeste, te koji su njeni „nužni i dovoljni uslovi“, sa „filozofima“ koji personifikuju problematizaciju i propitivanje važećih definicija novinarske profesije i stalne revizije sve dok se ne ustanovi „zadovoljavajuća definicija“ kao konačni proizvod rezonovanja (Davis, 2010).

Vik drugačije klasifikuje teorijske konceptualizacije novinarske profesije: tradicionalni (pozitivistički, modernistički pristup) i kulturni (kritički, konstruktivistički) pristup (Wiik, 2010: 52). Prateći teorijsku dihotomiju koji nalazimo kod Elison, prvi pripada korpusu strukturalno-funkcionalističkih teorija, dok je drugi kritički i u središtu koncepta ima pojam moći (Allison, 1986: 5-8). Prvi je utemeljen u „pristupu osobina“ profesije odnosno u ideji o kriterijumima o novinarstvu kao profesiji, u skladu sa atributima profesije koje je sistematizovao sociolog Goldstin (Goldstein, 1984):

1. *sistematizovani korpus znanja*, koji za novinarstvo ne mora biti potvrđen u okviru sistema obrazovnih institucija, kao u slučaju prava ili medicine, ali podrazumijeva specifičan skup znanja koji jeste potreban za „monopol nad pristupom medijima“;

2. *autonomija*, kao kriterijum koji se ne odnosi na pojedinačne novinare, već na cjelokupan korpus novinarske zajednice, koji je usko povezan sa kontrolnom funkcijom koju novinari imaju u društvu;

3. *altruizam*, dimenzija novinarske profesije koja podrazumijeva nadređenost servisnih ideala nad ekonomskim, koja se smatra fundamentalnom utoliko što ovaj ideal nadomješćuje nedostatak institucionalne potvrde ekskluzivnih znanja za ulazak u novinarsku profesiju;

4. *zajednička kultura* normi, vrijednosti i simbola, koji za pojedine autore predstavljaju „mitologiju zanimanja“, „profesionalnu ideologiju“, ili „profesionalni identitet“, a koji se ogleda u „zajedničkom viđenju šta profesija podrazumijeva i na koji način treba da se obavlja“ (Wiik, 2010: 48-50).

Strukturalno-funkcionalistički pristup, kako sumira Elison, definiše „kvalitete“ kao svojevrzne indikatore toga šta profesija jeste, a šta nije: ne samo da pravi distinkciju između profesije i zanimanja, već definiše kriterijume prema kojima zanimanje evoluira u profesiju. Stoga ovaj pristup predstavlja polazište za empirijsko „indeksiranje“ novinarstva kao profesije, odnosno „procesa“ profesionalizacije novinarstva kroz vrijeme (Allison, 1986: 6-7). Tako sve više autora profesiju propituje u skladu sa velikim konceptualnim zaokretom koji se dogodio tokom 60-tih i 70-tih godina 20. vijeka. Inspirisani Veberovim konceptima statusa i autoriteta, istraživači su redefinisali centralno pitanje - umjesto „Da li je nešto zanimanje ili profesija?“, teorijsku agendu su usmjerili ka pitanju „U kojim okolnostima ljudi zanimanje mogu da pretvore u profesiju i sebe u profesionalce?“ (Huges, 1965, prema Schudson i Anderson, 2009: 89) čime će izučavanje profesije nadalje u fokusu imati koncept profesionalizacije, odnosno pitanje šta profesionalci rade u svom svakodnevnom životu kako bi zadržali ovaj „specijalni status“. (Larson, 1977, prema Schudson i Anderson, 2009: 89).

U poimanju profesionalizacije svakako je nezaobilazna teorija diferencijacije koja svoj korijen nalazi u Dirkeovoj (Durkheim) ideji o modernim društvima, kao horizontalno diferenciranim prema funkcionalno razdvojenim specifičnim profesijama, bez kojih složena društva ne bi mogla da funkcionišu (Durkheim, 1893). Na tom tragu je razvijena i Parsonsova (Parsons) ideja o društvenoj evoluciji, koja se odvija upravo kroz razdvajanje jedinica

društvene strukture na manje, društveno funkcionalnije, profesionalizovanije jedinice (Parsons, 1971). Najzad, diferencijacija novinarstva je za autore poput Aleksandra (Alexander) centralni kriterijum modernih društava, a predstavlja rezultat potrebe za univerzalnim informacijama umjesto zastupničkim formama izraza koja karakterišu predmoderna društva, zatim podrazumijeva rast samoregulišućih normi kao osnov novinarske autonomije, uz ulogu koju takvo novinarstvo ima u pogledu univerzalizacije nacionalnih kultura (Alexander, 1981). Kako zaključuju Halin i Manćini na osnovu ideja navedenih teoretičara, „profesionalizacija je centralni koncept teorije diferencijacije i može se razumjeti kao stepen diferencijacije novinarstva od drugih zanimanja i formi društvene prakse“, kao što su političke partije, država, religijske organizacije, interesne grupe i slično (Hallin i Mancini, 2004: 76-80).

Među ključnim kritičarima teorije diferencijacije treba izdvojiti Habermasa (Habermas). Habermasova teorija upućuje na suprotan slijed - dediferencijaciju, koja se odvija kroz „kolonizaciju svijeta života“ odnosno javne sfere od strane političke i ekonomske moći. Naime, autonomija institucija javne sfere poput štampe garantovana je uslovima buržoaske javne sfere i ranih liberalnih institucija, dok usled „kapitalističkog rasta“ država i ekonomija postaju sve kompleksnije i „prodiru sve dublje u simboličku reprodukciju svijeta života“ (Habermas, 2006: 433). Stoga se novinarstvo usled omasovljenja javnosti i kolonizacije svijeta života ne profesionalizuje niti diferencira, već postaje centralni ekonomski i politički resurs javne komunikacije.

Kritičari strukturalnog funkcionalizma nastoje da na teorijsku agendu postave pitanje značaja moći u vezi sa profesijom, kojoj pristupaju kao kvalitativno superiorirnijoj formi zanimanja. „Borba za profesionalizam se posmatra kao složeni proces obezbjeđivanja privilegija i prestiža. Uzvišene norme profesionalizma posmatraju se u vezi sa normama tradicije koliko sa tehničkom stručnošću“ (Portwood i Fielding, 1981, prema Allison, 1986: 7). Dakle, kritičko polazište pretpostavlja „profesionalizaciju kao pozitivan cilj“, odnosno „polje novinarstva“ kao „ekskluzivno i samolegitimišuće, što znači da samo oni koji imaju specifične profesionalne kompetencije mogu da praktikuju i evaluiraju novinarstvo“. (Wiik, 2010: 51) Ova, ideološka perspektiva omogućava „kontinuirano prečišćavanje i reprodukciju konsenzusa o tome ko je „pravi“ novinar i koji (segmenti) informativnih medija se mogu smatrati primjerom „pravog“ novinarstva. Ove ocjene se suptilno mijenjaju tokom vremena; ali uvijek služe održavanju dominantnog osjećaja za ono što jeste (i trebalo bi da bude) novinarstvo“ (Deuze, 2005: 444). Pojam profesije kao ideološkog konstrukta, kako

primjećuje Evets, posebno je aktuelizovan usled nastanka novih zanimanja i potrebe da se njihova prepoznatljivost standardizuje kroz obrazovanje, obuke, dodatne kvalifikacije (Evetts, 2011). Ključne „idealtipske vrijednosti novinarske ideologije“ koji novinarima daju legitimitet i kredibilitet autori sistematizuju na sledeći način:

1. *Javni servis*: novinari su pružaoci javnih usluga (kao „psi čuvari“, aktivni sakupljači i diseminatori informacija);
2. *Objektivnost*: novinari su nepristrasni, neutralni, objektivni, poštenu i kredibilni;
3. *Autonomija*: novinari moraju biti autonomni, slobodni i nezavisni u svom radu;
4. *Neposrednost*: novinari imaju osjećaj za neposrednost, aktuelnost i brzinu (inherentno konceptu „vijesti“);
5. *Etika*: novinari imaju osjećaj za etiku, validnost i legitimitet. (Deuze, 2005: 447)

Najzad, Evets smatra da umjesto „profesije (kao distinktivne i generičke kategorije zanimanja)“ i „profesionalizacije (kao procesa razvoja i održavanja zatvorenosti zanimanja)“ značajno veći eksplanatorni potencijal ima „diskurs profesionalizma“ kao „posebno sredstvo organizacije rada i kontrole radnika, za razliku od hijerarhijskih, birokratskih i upravljačkih kontrola industrijskih i komercijalnih organizacija“ (Evetts, 2018: 44). Riječ je o normativnoj osnovi profesionalizma na kojoj počivaju radne prakse profesionalaca i njihova profesionalna socijalizacija, a ispoljava se kroz „vrednosni“ i „ideološki“ aspekt. Istraživači ukazuju da i novinari profesionalizam dominantno shvataju u okvirima „normativnog diskursa, a ne kao mehanizam kontrole“, odnosno kao formu simboličkog kapitala, koji se može tumačiti u okvirima Burdijeove teorije kao varijanta kulturnog kapitala koji stoji naspram ekonomskog (Wiik, 2010: 55).⁸

U objašnjenju kulturnog kapitala, Burdije navodi da jedna „društvena klasa nikada nije definisana samo svojom situacijom i položajem u društvenoj strukturi, odnosno odnosima koje objektivno ima sa drugim društvenim klasama. Niz svojstava takođe duguje činjenici da pojedinci koji je sačinjavaju namjerno ili objektivno ulaze u simboličke odnose koje, izražavajući razlike u situaciji i položaju prema sistematskoj logici, teže da pretvore u označavajuće razlike“ (Bourdieu (1966), prema Robbins, 2000: 31). „Inkorporirano stanje“ kulturnog kapitala, kao skup „trajnih dispozicija organizma“⁹ predstavlja osnovu *habitusa* –

⁸ Iako Burdije sasvim rijetko direktno referiše na medije (knjiga *On Television* (1998) jedino se direktno odnosi na medije) njegovi koncepti kulturnog kapitala, *habitusa* i polja često se upotrebljavaju kako konceptualni okvir u istraživanjima medija i novinarstva, a posebno novinarskog profesionalizma i autonomije novinarstva.

⁹ Pored inkorporiranog, postoje još dva „stanja“ kulturnog kapitala. „*Objektivizirano stanje*, u vidu kulturnih dobara, slika, knjiga, rečnika, instrumenata, mašina, kao obilježja ili ostvarenih teorija ili kritika ovih teorija, problema itd.; i konačno *institucionalizovano stanje*, oblik objektivizacije koji se mora držati odvojeno jer, kao

socijanog okruženja ili „druge prirode“ profesije koje se interiorizuje bez naknadnog rezonovanja, kao neupitna normativna osnova profesionalizma. „Habitus novinara određuju dve međusobno povezane celine: prvo ona praktično-zanatska koju čini čitav repertoar tehnika, umeća i znanja; i drugo, ona vrednosno-etička koja u sebi sadrži odnos prema objektivnosti, javnom interesu i javnosti, vlasnicima medija i kolegama novinarima (na osi konkurencija - solidarnost). Habitus podrazumeva ne samo poznavanje već i uvažavanje pravila igre tipičnih za polje novinarstva, kao i specifičan osećaj nelagodnosti (u odnosu prema sebi) i odbacivanja (prema drugima) ako su ta pravila prekršena“ (Radojković i Stojković, 2009: 143). Dakle, pretpostavljena „pravila igre“, standardi prakse i kriterijumi njihove evaluacije, novinarsko polje čine autonomnim odnosno heteronomnim, u mjeri u kojoj je struktura polja takva da distribucija profesionalnog kapitala ostaje u okvirima zaokruženog polja, uprkos neizostavnim heterogenostima koje karakterišu svako društveno polje, pa i novinarsko.

Prema Evets, u „servisnim“ i na „znanju zasnovanim“ oblastima u savremenim društvima moguće je identifikovati dvije forme profesionalizma – jedan utemeljen u Veberovom modelu organizacije i imperativu efikasnosti, drugi u Dirkemovim pojmovima organske solidarnosti i zanimanja kao „moralnih zajednica“ i „izvora identiteta“:

1. *organizacioni profesionalizam* zasnovan je na upravljačkoj kontroli, „uključuje racionalno-pravne forme autoriteta i hijerarhijske strukture odgovornosti i odlučivanja“, radne procedure i mjerenje učinaka su standardizovani i eksternalizovani;
2. *radni profesionalizam* konstruiše se „u okvirima profesionalnih grupa“ i bazira se na „kolegijalnom autoritetu“, a karakterišu ga autonomija i diskreciono procjenjivanje svih koji pripadaju profesionalnoj grupi. Ovaj tip profesionalizma temelji se u obrazovanju, stručnom osposobljavanju i radnoj socijalizaciji na osnovu kojih se razvijaju „snažni profesionalni identitet i radna kultura“, pa tako i sam kontrolni mehanizam ostaje u rukama profesionalaca koji se „rukovode kodeksima profesionalne etike koje prate profesionalna tijela i udruženja“. (Evetts, 2013: 787)

Prema Milivojević, navedeni vidovi profesionalizma u skladu su sa dominantnim objašnjenjima krize savremenog novinarstva „eksternim, onim koje krizu tumači spoljnim

što se može vidjeti u vezi sa školskim titulama, daje kulturnom kapitalu navodni kapacitet da garantuje potpuno originalna svojstva“ (Bourdieu (1979), prema Robbins, 2000: 34).

uticajima (korporacije željne profita, manipulativne vlasti, spin doktori, tehnološka konvergencija) i internim, onim koje odgovornost za krizu novinarstva pripisuju novinarskoj zajednici i opadanju profesionalnih kvaliteta i vrednosti koje određuju javnu ulogu novinarstva.“ Pozivajući se na Ornebringa (Ornebring, 2009), Milivojević u prvom redu navodi promjene koje „nova ekonomija“ donosi svim profesijama, pa i novinarstvu: „(1) deregulacija tržišta rada, (2) pojava novih oblika zapošljavanja (3) tehnologizacija radnog mjesta i (4) zabrinutost zbog ubrzanog gubitka kvaliteta velikih djelova radne snage“. Drugo, medijske kuće nastoje da pruže organizacioni, a ne individualni odgovor na nove izazove pa „pokušavaju da se prilagode i da iskoriste prednosti tehnološke konvergenije tako što će povezivanjem platformi, integrisanim redakcijama ili umreženim novinarstvom odgovarati na ove izazove“. Najzad, novi radni izazovi zahtjevaju nova znanja i vještine, pa potreba za „stalnim obrazovanjem“ integriše dio obrazovnog procesa u radni proces i pomijera ka različitim oblicima „personalizovanog i obrazovanja na daljinu“. Dakle, izazove novinarskog profesionalizma moguće je identifikovati na:

1. strukturnoj ravni – medijske organizacije i redakcije nastoje da se prilagode potrebama proizvodnje sadržaja za različite platforme;
2. kognitivnoj ravni – novinari kontinuirano stiču nova znanja i vještine, kako bi razvili kapacitete proizvodnje novinarskog sadržaja u novom okruženju;
3. etičkoj ravni – u izmijenjenim okolnostima se redefiniše okvir novinarskih standarda (Milivojević, 2012: 38-39).

Više od decenije nakon što su navedena tri aspekta identifikovana kao dimenzije transformacije novinarske profesije u *informacionom društvu*, postavlja se pitanje daljeg pravca ove promjene u okolnostima *platformskog društva*. Pojedini autori tvrdili su da „kombinacija demasifikacije, interaktivnosti i promjena u novinarskom radu ne potkopavaju nužno profesionalizam“, niti da alternative forme novinarstva poput „građanskog“ supstituišu profesionalno novinarstvo, već da pred novinarskom zajednicom stoji zadatak da u zajedničkim „granicama“ održe „jedinstvenu epistemologiju i zajedničke norme i prakse“ (Waisbord, 2013: 219-222). Da li novinarska profesija ovom zadatku može da odgovori u platformskom društvu? Odnosno, da li konsolidacija platformskog ekosistema predstavlja okvir za „post-profesionalnu eru“ novinarstva? Naime, novinarstvo kao profesija koja sada već decenijama prolazi kroz svojevrsnu transformaciju u trenutku intenzivne platformizacije različitih društvenih djelatnosti nailazi na specifičnu prekretnicu koja se oblikuje oko platformskog mehanizma datafikacija-komodifikacija-moderacija. Platformski ekosistem

predstavlja novo „raskršće profesije“ koju karakteriše niz izazova za novinarstvo: *profesionalni, ekonomski i normativni* (Milivojević, 2017), koji će kao novi strukturni okvir novinarstva definisati njegov dalji razvoj.

1.4.4. Tri strukturna izazova novinarske profesije u platformskom ekosistemu

Informaciono i umreženo društvo su istorijski i konceptualno redefinisali uslove novinarstva kao profesije, a najveća strukturna promjena je činjenica da od nastanka interneta novinarstvo više nije vezano isključivo za medijsku organizaciju, niti je konceptualno utemeljeno u instituciji medija. „Posmatrajući novinarsku profesiju kao javno zanimanje, može se zaključiti da tradicionalni novinari nemaju monopol nad događajima koje promatraju i o kojima izveštavaju. Danas je ovo poziv otvoren za sve građane, a nova tehnološka dostignuća omogućavaju gotovo svakom očevicu zbivanja da obavesti javnost o aktuelnom događaju“ (Milivojević, 2011: 19). Izlazak novinarstva iz novinarske redakcije i ruku novinara dalje, međutim, otvara pitanje kriterijuma – u skladu sa kojim vrijednostima, principima, normama – se vrši proizvodnja, diseminacija i recepcija sadržaja na osnovu kojeg stičemo sliku i značenja o svijetu u kojem živimo. Ukoliko pretpostavimo da je savremeno društvo ustrojeno prema platformskom strukturnom i vrednosnom mehanizmu, ova promjena adresira upravo profesionalni aspekt novinarstva: da li i na koji način redefinisani institucionalni okvir omogućava novinarstvu kao profesiji da ostvari svoju društvenu ulogu centralne institucije javne sfere. „Pucanje ekvilibrijuma“ ekosistema za novinarstvo pod uticajem platformizacije problematizuje postojanost strukturnih preduslova novinarstva da se održi kao profesija u novom okruženju.

Prvi preduslov novinarstva kao profesije je (unutrašnji) **profesionalni** i odnosi se na stepen konsolidovanosti novinarske profesije u jednom društvu, nivo profesionalizacije novinarstva, kao i stepen novinarskog profesionalizma na pragu platformskog društva. Ova transformacija istorijski se oslanja na niz promjena koje je donijelo informaciono društvo, mada svoje korijene ima i dublje u novinarskoj istoriji. Kako objašnjavaju Splihal i Dalgren (Splichal i Dahlgren), iako jeste intenzivirao proces deprofesionalizacije novinarstva, internet nije osnovni uzrok ove pojave. „Rani počeci deprofesionalizacije mogu se pratiti unazad do rutinizacije i tehniciziranja novinarskog rada krajem 19. vijeka, kada su ne samo komercijalna razmatranja tržišta zahtijevala tehničke, a ne intelektualne veštine, već je – paradoksalno – čak i ideja profesionalizma postala ideološka sila medijskog menadžmenta da odvoji novinare (*journalists*) od drugih medijskih poslenika (*newswriters*)“ (Splichal i

Dahlgern, 2016: 8). Transformacija novinarske profesije u uslovima informacionog društva ogledala se upravo u novom shvatanju novinara. „Tradicionalni pristup karakterišu čvrsti, formalni kriterijumi, koji podrazumevaju postojanje određene infrastrukture za širenje sadržaja, poznavanje tehnika svojstvenih različitim tipovima medija, puno radno vreme i vertikalnu organizaciju unutar medijske kuće. Moderni pristup obeležavaju meki kriterijumi, Web 2.0. kao sveprisutne infrastrukturne podloge, digitalne tehnologije koje objedinjuju sve tipove medija i horizontalne medijske organizacije“ (Milivojević, 2011: 18). Kao druga važna promjena identifikovana je transformacija piramidalnog redakcijskog ustrojstva u horizontalno u kojem „novinarski poziv postaje *one man show*“, a specijalizovani pozivi unutar medijske organizacije postaju stvar prošlosti (isto: 19). Ova praktično-zanatska i organizaciona transformacija novinarstva u informacionom društvu proširuje se na vrednosnu i institucionalnu ravan u platformskom društvu. Ukoliko u okviru platformskog društva posmatramo novinara kao centralnu varijablu novinarske profesije, platformizacija redefiniše ne samo aktere koji mogu sprovesti novinarski rad, obim novinarskog posla i vrstu zaduženja, već i institucionalne osnove novinarstva prema kojima proizvodnja i diseminacija informacija u vrednosnom smislu pripada „čuvarima“ javne sfere. „Čuvanje kapija“ prolazi kroz svojevrsnu „tranziciju“ na individualnom, rutinskom, organizacionom, institucionalnom i sistemskom nivou (Vos, 2015), čime se problematizuje i profesionalizam, ili normativna ravan kako unutar profesije tako i prema publici koja je sve većoj dilemi povjerenja među sve brojnijim „servisima vijesti“. Kako i na osnovu čega u „postprofesionalizmu“ biramo kojem proizvođaču vijesti da vjerujemo? (Milivojević, 2017: 171) **(De/Re)Profesionalizacija** novinarstva u širokoj konkurenciji novinara i svih koji prema modernom shvatanju to nisu (amateri, građani,...) predstavlja prvi aspekt ili dimenziju platformizacije novinarstva.

Drugi preduslov je **ekonomski**. Ulazak u informaciono društvo za novinarstvo je značio migraciju finansijskih resursa od proizvođača sadržaja (mas medija) ka agregatorima, mogućnost ukidanja (masmedijskih) posrednika i javnom informisanju, dok „masovnost kao osnova za generisanje novčane vrednosti danas pripada podjednako novim, koliko i tradicionalnim medijima“ (Milivojević, 2011: 20). „Kada se oglašavanje razvezalo od medija koji preusmeravaju novac u proizvodnju sadržaja, nestao je biznis model koji je garantovao neku vrstu medijske autonomije ... Reklame, na koje su svi bili ljuti, odjednom više nisu nužno zlo u gledanju filma ili čitanju vesti ... Međutim, sa odlaskom tih reklama i novac je migrirao negde drugde“ (Milivojević, 2017: 167). U okruženju koje se generiše oko nekoliko infrastrukturnih platformi, ovaj strukturni i organizacioni izazov ima dvostruku

institucionalnu refleksiju. Jedna ravan se odnosi na ekonomske kapacitete novinarstva kao profesije da kao jedan u nizu komplementara u profitno definisanom platformskom ekosistemu ostvari svoju društvenu ulogu. Ovo se odnosi na problem nalaženja odgovarajućih **modela poslovanja**. Druga ravan u fokusu ima (**prekarni**) **rad novinara**, odnosno činjenicu da se proizvodnja i diseminacija sadržaja u novom okruženju kontinuirano hibridizuje, te da *multitasking* postaje zanatski, a nesigurnost radni standard. Koliko takvo okruženje predstavlja radni izazov za novinara da odgovori svim profesionalnim zadacima?

Treći preduslov je **normativni**. U ekosistemu u kojem se institucionalni okvir definiše prema digitalnim platformama kao njegovim centralnim konstituentima, platformizacija problematizuje normativnu osnovu novinarstva, koja se u najkraćem mogla definisati kao javno-orijentisani servis – servis javnosti, od javnosti, za javnost (Splichal, 2007). Platformski ekosistem u kojem se odvija javno informisanje je nadnacionalni i uglavnom definisan u skladu sa liberalnim vrednosnim korporativnim okvirom. Takođe, ovaj ekosistem nadilazi okvire novinarskog polja kao profesije sa sopstevim normama koje sada konvergiraju sa platformskim. I najzad, same platforme imaju svoje norme i pravila, koje definišu i sprovode u skladu sa sopstvenim odlukama, koje nisu nužno vrednosno usklađene sa novinarskim profesionalnim standardima u demokratskim društvima. Međutim, centralna konstanta platformskog društva jeste promjena, praćena neizvjesnošću i inovacijama, kao i novi odnosi moći, u kojima tradicionalni kreatori javnih politika, odnosno države postaju „inferiorne“ u odnosu na „intelektualne i političke resurse“ kojima raspolažu „moćne korporacije“ (Milivojević, 2017: 170) Sa druge strane, platforme su se dogodile u vrijeme trijumfa argumenta „brige za kreativnost i slobodu“, nad principima „regulative“ i „javne intervencije u suptilnom medijskom svijetu“, ali i trenutku kada umjesto institucionalne ili sektorske, nastaje potreba za „sadržajno definisanom“ intervencijom (isto: 169-170) čime se napušta pojednostavljena ideja o „najmanje regulisanoj štampi“, „regulisanim elektronskim medijima“ i „najdalje regulisanom javnom medijskom servisu“, a u pravcu regulisanja „ukupnog“ novinarstva. Naposljetku, i sam koncept regulacije nije više isti, a spektar aktera koji u tim procesima učestvuju biva sve širi. Šta ovakva normativna destabilizacija, kao i nastojanja u pravcu **reinstitucionalizacije** znače za novinarsku profesiju, još je jedno pitanje koje platformizacija novinarstva otvara.

1.4.5. Institucionalna promjena novinarske profesije u platformskom društvu

Brojne teorije koje se bave društvenim promjenama nastoje da objasne preduslove, putanje i posljedice društvenih transformacija na pojedine javne djelatnosti. Za razumijevanje platformizacije novinarstva potrebno je preuzeti konceptualni i metodološki okvir novog institucionalizma. Prvo, u radu se propituje institucionalna ravan novinarstva, odnosno strukturne uslovljenosti za novinarsku profesiju da ostvari ulogu centralne institucije javne sfere u platformskom društvu. Drugo, u platformizacija se problematizuje sa stanovišta institucionalne promjene koju izaziva na polju novinarske profesije. Najzad, na metodološkoj ravni se koncept istorijskog institucionalizma (Peters, 2007; Hall i Taylor, 1996; Mahoney, 2000; Humphreys, 2012), „fokusira se na empirijska pitanja, istorijski je orijentisan i usmjeren na način na koji institucije strukturiraju i oblikuju ponašanje i ishode“ (Steinmo, 2008: 118).

Institucionalizam u fokusu ima institucije, u najširem smislu shvaćene kao pravila i predstavlja važno polazište u politikološkoj i sociološkoj misli kada je riječ o izučavanju društvenih promjena (Steinmo, 2008: 123, 129). Prema Holu i Tejloru, institucije podrazumijevaju „formalne i neformalne procedure, rutine, norme i konvencije, koje su ugrađene u organizacionu strukturu“ (Hall i Taylor: 1996: 938). Prema Kosterih (Kosterich) aktuelna promjena novinarske profesije ne predstavlja ni zamjenu nekom novom ili drugačijom institucijom koja obavlja novinarsku ulogu u društvu, niti institucionalni kolaps novinarstva. Naime, kako autorka objašnjava, riječ je o institucionalnoj augmentaciji novinarske profesije u platformskom društvu, što predstavlja “koegzistenciju kvalitativno i kvantitativno različitih, dopunskih institucija (*news nerds*)”, koji obuhvataju nove aktere i forme profesionalnih novinara, čime započinje novi “talas” novinarske transformacije (2022: 8-17). Iako polazi od teorijske pretpostavke da su novi akteri, čiji je prvenstveni zadatak da integrišu nove tehnologije odnosno znanja o platformskom okviru za novinarstvo, u službi novinarske profesije, postavlja se pitanje da li i na koji način njihov rad mijenja ukupnu novinarsku profesiju. “Mislim da se pojam o tome ko je novinar (i ko to može biti) proširuje. *News nerds* uključuju one koji praktikuju istraživačko izvještavanje zasnovano na podacima i interaktivni storiteling na platformama, kao i one koji koriste analitiku da pridobiju nove čitaoce. *News nerds* nisu samo novinari podržani tehnološkim razvojem, već su i isprepleteni s njima sve dok su institucionalizovani za novinarsku produkciju i distribuciju.” (isto: 18)

Pristup institucionalne promjene kao dio institucionalizma ispituje kako nove strukture postaju dio rutinizirajućih praksi. U pogledu platformizacije novinarske profesije, to bi značilo da platformski ekosistem i augmentacija aktera koji učestuju u novinarskom radu,

pozicioniraju novinarsku profesiju na novi i neizvjestan teren. Prema Grinvud (Greenwood), faze ove promjene su: inicijalni potres izazvan novim strukturama, zatim deinstitutionalizacija, preinstitutionalizacija, teoretizacija, difuzija i reinstitutionalizacija (2002), dok Kosterih svoj konceptualni okvir redefiniše u skladu sa specifičnostima novinarske profesije, pa faze institucionalne promjene mapira na sledeći način: “(1) izazivanje potresa i deinstitutionalizacija, (2) eksperimentisanje i evaluacija, (3) legitimizacija i (4) difuzija” (Kosterich, 2022: 21-22).

1.4.6. Istraživačko pitanje

Istraživačko pitanje disertacije je na koji način se novinarska profesija transformiše u platformskom društvu i koji strukturni činioci i na koji način usmjeravaju pravac te transformacije u Republici Srbiji?

Uzimajući u obzir institucionalni i kritički teorijski pristup, i trodimenzionalni okvir istraživanja, operacionalizacija istraživanja podrazumijeva sagledavanje specifičnih indikatora u procesu platformizacije novinarstva u Srbiji:

- Indikatori profesionalne dimenzije:
 - (1) Promjena aktera;
 - (2) Organizaciona promjena;
 - (3) Radno-profesionalna promjena;
 - (4) Uređivačka promjena.
- Indikatori ekonomske dimenzije:
 - (1) Promjena modela poslovanja;
 - (2) Promjena socio-ekonomskih uslova rada;
 - (3) Pucanje ekvilibrijuma novinarskog ekosistema.
- Normativna dimenzija:
 - (1) Promjene u samoregulaciji;
 - (2) Promjene u nacionalnoj regulaciji;
 - (3) Promjene u evropskoj regulaciji.

2. Hipoteze

Glavna hipoteza je da je razvoj novinarske profesije u platformskom društvu određen strukturnim okvirom novinarstva, odnosno da preduslovi novinarstva u Srbiji djeluju ograničavajuće na novinarsku profesiju u platformskom ekosistemu.

H1: Skromni profesionalni kapaciteti i dometi novinarske zajednice u Srbiji predstavljaju prepreku za ostvarivanje društvene uloge novinarstva u platformskom okruženju.

H2: Nedovoljna razvijenost novinarske industrije i socio-ekonomski izazovi novinara u Srbiji ograničavaju održivost modela poslovanja i rada u uslovima koje uspostavljaju platforme.

H3: Normativni okvir za novinarstvo u Srbiji nedovoljno je razvijen i ne pruža odgovarajuću osnovu za izazove novinarske profesije usled ekplanzije platformi.

3. Struktura rada i opis sadržaja

1. Uvodna razmatranja

- 1.1. Uvod u problem
- 1.2. Teorijski okvir i polazne hipoteze
- 1.3. Metodologija
- 1.4. Naučni i društveni doprinos rada

2. Platforme i platformizacija društva

- 2.1. Konceptualno određenje pojma
- 2.2. Teorijsko interdisciplinarno polazište koncepta
- 2.3. Platformsko društvo
- 2.4. Tri dimenzije platformizacije društva
 - 2.4.1. Tehnološka dimenzija
 - 2.4.2. Ekonomska dimenzija
 - 2.4.3. Normativna dimenzija
 - 2.4.3.1. Upravljanje na platformama
 - 2.4.3.2. Upravljanje platformama

3. Platformizacija novinarstva

- 3.1. Tehnološko-ekonomsko teorijsko pozicioniranje savremenog novinarstva i normativne dileme
 - 3.1.1. Novinarstvo u tehnološkim ključu
 - 3.1.2. Novinarstvo u ekonomskom ključu
 - 3.1.3. Novinarstvo u normativnom ključu
- 3.2. Tri aspekta platformizacije novinarstva
 - 3.2.1. Datafikacija novinarstva

3.2.2. Komodifikacija novinarstva

3.2.3. Moderacija novinarstva

4. Novinarska profesija u platformskom ekosistemu

4.1. Novinarstvo između *profesije, profesionalizacije i profesionalizma*

4.2. Tri strukturna izazova novinarske profesije u platformskom ekosistemu

4.3. Institucionalna promjena novinarske profesije u platformskom društvu

5. Platformizacija novinarske profesije u Republici Srbiji – nalazi istraživanja

5.1. Profesionalna dimenzija

5.2. Ekonomska dimenzija

5.3. Normativna dimenzija

6. Diskusija: Od digitalnog do platformskog novinarstva u Republici Srbiji

7. Zaključna razmatranja

8. Literatura

U uvodnom poglavlju se teorijski pozicionira i istraživački obrazlaže problem doktorske disertacije. Ovaj segment objašnjava značaj i aktuelnost teme, postavlja istraživačko pitanje i polazne hipoteze. Pored definisanja okvira istraživanja platformizacije novinarske profesije u Srbiji, u poglavlju se objašnjava metodologija rada, uključujući i izazove i ograničenja istraživačkog dometa. Najzad, ovo poglavlje ukazuje na naučni i društveni doprinos disertacije.

Drugo poglavlje razrađuje teorijsko i konceptualno određenje platformizacije društva. Prvo se definiše pojam platformizacije, a zatim se nudi pregled interdisciplinarnog teorijskog polazišta koncepta. Obrazlaže se pojam platformskog društva, kao ključna savremena konceptualna referenca koja problematizuje odnos tehnologije i društva. Takođe, detaljno se analiziraju tri ključne dimenzije platformizacije – tehnološka, ekonomska i normativna.

Treće poglavlje fokusira se na specifične procese platformizacije u novinarstvu. Najprije se kroz tehnološki, ekonomski i normativni ključ teorijski pozicionira savremeno novinarstvo i objašnjavaju dileme koje proizlaze iz njegovog funkcionisanja u platformskom okruženju. U nastavku se razrađuju tri glavna aspekta platformizacije novinarstva: datafikacija, koja ukazuje na centralnu ulogu podataka; komodifikacija, koja naglašava tržišne logike u novinarskom radu; i moderacija, koja problematizuje pitanje uređivanja u platformskom dobu.

Četvrto poglavlje razmatra kako platformizacija mijenja novinarsku profesiju. U prvom dijelu analizira se odnos između pojmova profesija, profesionalizacija i profesionalizam, a zatim se identifikuju tri strukturna izazova s kojima se novinarstvo suočava u platformskom ekosistemu. Na kraju, aktuelne promjene obrazlažu se u institucionalnom i kritičkom teorijskom okviru.

U petom poglavlju se predstavljaju nalazi empirijskoj istraživanja sprovedenog u Republici Srbiji. Analiza je strukturisana kroz tri dimenzije: profesionalnu, ekonomsku i normativnu. U profesionalnoj dimenziji ispituje se kapacitet novinarstva i novinarske zajednice u Srbiji da ostvaruje društvenu ulogu profesije. U ekonomskoj se razmatra održivost novinarske industrije u Srbiji i položaj novinara u uslovima koje nameću platforme. U normativnoj dimenziji istražuje se adekvatnost regulatornog i samoregulatornog okvira za novinarstvo u Srbiji kao i referentnog evropskog okvira, za suočavanje sa izazovima platformskog društva.

Diskusija u šestom poglavlju povezuje teorijski i empirijski dio rada, sagledavajući šire implikacije nalaza. U ovom poglavlju kritički se preispituje proces transformacije od digitalnog do platformskog novinarstva, pri čemu se naglašavaju specifičnosti konteksta Srbije, ali i ukazuje na univerzalne obrasce koji se mogu pratiti i u drugim društvima.

Zaključak sumira ključne uvide i potvrđuje ili odbacuje postavljene hipoteze. Ukazuje se na doprinos disertacije razumijevanju odnosa novinarske profesije i platformi, kao i na praktične implikacije za novinarsku zajednicu, industriju, digitalne i medijske politike u Srbiji. Takođe se identifikuju pravci za buduća istraživanja platformizacije novinarstva.

Poslednji segment sadrži popis svih korišćenih teorijskih, metodoloških i empirijskih izvora koji su korišćeni tokom istraživanja i pisanja disertacije.

4. Metodologija istraživanja

Metodološki pristup ove disertacije obuhvata više komplementarnih nivoa istraživanja. Najprije se sprovodi analiza glavnih teorijskih pristupa. Zatim, sprovodi se sekundarna analiza relevantnih rezultata empirijskih istraživanja u ovoj oblasti u svijetu i u Srbiji, kao što su studije, izvještaji, monitorinzi, analize javnih politika, i slični izvori koji daju uvid u aktuelne medijske, novinarske i digitalne prakse, trendove i politike.

U okviru originalnog empirijskog istraživanja u Srbiji primjenjuje se kombinacija kvantitativnih i kvalitativnih metoda: anketno istraživanje, polustrukturisani intervjui i analiza sadržaja.

Polazeći od teorijskih razmatranja institucionalne promjene novinarske profesije u Srbiji usred platformizacije i postojećih empirijskih nalaza, koncipiraju su instrumenti za prikupljanje podataka: (1) upitnik za anketu u eksploratornoj fazi istraživanja, i (2) vodič za polustrukturisani intervju sa predstavnicima novinarske zajednice, osmišljen prema tematskim oblastima koje su u fokusu rada.

Tehnika analize sadržaja koristi se za proučavanje normi, pravila, mehanizama i institucija koje neposredno ili posredno uspostvljaju pravila za novinarski rad u Srbiji. Kao izvori podataka u ovoj fazi koriste se relevantni dokumenti – akti Evropske unije, nacionalni zakoni, kao i samoregulatorni akti i drugi srodni izvori.

5. Naučna i društvena opravdanost istraživanja

Rad je naučno opravdan prvenstveno iz razloga što na teorijski inovativan način razmatra savremene promjene koje zahvataju novinarstvo i novinarsku profesiju u Srbiji. Promišljanje platformizacije novinarstva u specifičnim okolnostima Srbije doprinosi teorijskoj debati u čijem središtu su platforme i novinarstvo, i to iz perspektive nekonsolidovanih demokratija, novinarskih kultura i medijskih sistema sa nižim stupnjem razvoja novinarske profesije. Pored platformizacije, konceptualni okvir rada u okviru sve tri dimenzije razmatra nove teorijske pristupe u širokom interdisciplinarnom polju i takođe ih operacionalizuje u skladu sa specifičnim izazovima novinarstva u Srbiji.

Originalno empirijsko istraživanje pruža značajan uvid u savremeno novinarstvo u Srbiji, posmatrano iz prizme platformskog društva. Metodološki pristup, prikupljeni podaci istraživački nalazi mogu biti solidno polazište za dalja istraživanja u ovoj oblasti, ali i za praćenje trendova platformizacije novinarstva.

Društveni doprinos rada je u tome što njegovi rezultati prije svega mogu poslužiti u oblikovanju javnih politika u oblasti medija i novinarstva, od kreiranja šireg strateškog okvira do izrade posebnih akata koji se mogu odnositi na specifične aspekte procesa platformizacije novinarstva. Takođe, nalazi ovog istraživanja mogu biti polazište za utvrđivanje ključnih nedostataka i „zamki“ izazvanih tehnološkim inovacijama koje u složenom procesu platformizacije novinarstva onemogućavaju razvoj, već institucionalnom inercijom

zadržavaju stari aranžman, što je posebno važno za novinarske poslenike i cjelokupnu zajednicu koja se tek upoznaje sa pojedinostima platformskog ekosistema. Rad doprinosi i novinarskoj zajednici u pogledu mogućeg unapređenja praksi, ekonomskih i organizacionih modela novinarskog rada, samoregulatornih dokumenata.

6. Literatura

Abbott, K.W. i Snidal, D. (2009). The Governance Triangle: Regulatory Standards Institutions and the Shadow of the State. u: Mattli, W i Woods, N. (ur.) *The Politics of Global Regulation*. Princeton i Oxford: Princeton University Press. 44-88.

Adner, P. (2017). Ecosystem as Structure: An Actionable Construct for Strategy. *Journal of Management*. 43 (1). 39-58.

Ahva, L. i Steensen, S. (2020). Journalism Theory. u: Wahl-Jorgensen, K. i Hanitzsch, T. (ur.) *The Handbook of Journalism Studies*. 2nd edition. London i New York: Routledge. 38-54.

Alaimo, C. i Kallinikos J. (2017). Computing the Everyday: Social Media as Data Platforms. *The Information Society*. 33(4). 175-191.

Alaimo, C; Kallinikos, J. i Vallderama-Venegas, E (2019). Platforms as service ecosystems: lessons from social media. *Journal of Information Technology*. 35(1).1-46.

Albarran, A.B. (2010). *The Media Economy*. New York i London: Routledge.

Albury, K. (2018). Sexual expression in social media. *The SAGE Handbook of Social Media*. London: Sage. 444-462.

Aldgridge, M. i Evetts, J. (2003). Rethinking the concept of professionalism: the case of journalism. *British Journal of Sociology*. 54(4). 547–564.

Alexander, J.C. (1981). The Mass New Media i Systemic, Historical and Comparative Perspective. u: Katz, E. i Szecsko, T. (ur.) *Mass Media and Social Change*. Beverly Hills: Sage. 17-51.

Allan, S. i Thorsen, E. (2009). *Citizen Journalism. Global Perspectives*. New York: Peter Lang Publishing.

Allan, S. i Zelizer, B. (2004). *Reporting War: Journalism in Wartime*. London: Routledge.

Allison, M. (1986). A Literature Review of Approaches to the Professionalism of Journalists. *Journal of Mass Media Ethics*. 1(2). 5-19.

Alt, J.E. i Shepsle, K.A. (2011). Editors' introduction, u: Alt, J.E. i Shepsle, K.A. (ur) *Perspectives on Positive Political Economy*, Cambridge: Cambridge University Press. 1-5.

Alterman, E (2003). *What Liberal Media? The Truth About Bias and the News*. New York: Basic Books.

Andreessen, M. (2007a). Analyzing the Facebook Platform, three weeks in [Blog post]. Posjećeno: 11.09.2022. URL: https://web.archive.org/web/20071002070223/http://blog.pmarca.com/2007/06/analyzing_the_f.html

Andreessen, M. (2007b). The three kinds of platforms you meet on the Internet [Blog post]. Posjećeno: 11.09.2022. URL: <https://web.archive.org/web/20071002031605/http://blog.pmarca.com/2007/09/the-three-kinds.html>

Anderson, C.W; Bell, E. i Shirky, C. (2012). *Post-industrial journalism: Adapting to the present*. New York: Columbia School of Journalism, Tow center for digital journalism.

Anderson, C.W. (2016). News Ecosystems. u: Witschge, T; Anderson, C.W; Domingo, D. i Hermida, A. (ur.) *The SAGE Handbook of Digital Journalism*. London: Sage. 410-423.

Ananny, M. (2016). Toward an ethics of algorithms convening, observation, probability, and timeliness. *Science, Technology & Human Values*. 41(1). 93–117.

Ananny, M. i Crawford, K. (2018). Seeing without knowing: Limitations of the transparency ideal and its application to algorithmic accountability. *New Media & Society*. 20(3). 973–989.

Ananny, M. i Gillespie, T. (2017). Public platforms: Beyond the cycle of shocks and exceptions. Izlaganje: 'Interventions: Communication Research and Practice', the 67th annual conference of the International Communications Association. San Diego: 24–8 maj.

Ashley, S. D. (2011). *Ideology of the Air: Communication Policy and the Public Interest in the United States and Great Britain. 1896-1935*. Doktorska disertacija.

Bain, J.S. (1956). *Barriers to New Competition*. Cambridge: Harvard University Press

Baldini, T.B; Túñez-López, M. i Báez, A.B. (2021). Public Service Media in the Age of Platformization of Culture and Society. u: Túñez-López, M; Campos-Freire, F. i Rodríguez-Castro, M. (ur.) *The Values of Public Service Media in the Internet Society*. Switzerland: Palgrave Macmillan. 45-58.

Baldwin, C.Y. i Woodard, C.J. (2009). The architecture of platforms: a unified view. u: Gawer, A. (ur.) *Platforms, Markets and Innovation*, Cheltenham, UK i Northampton, MA, USA: Edward Elgar.

Bannerman, S. i Haggart, B. (2015). Historical Institutionalism in Communication Studies. U: *Communication Theory*. 25(1). 1-22.

Barbrook, R. i Cameron, A. (1996). The Californian ideology. *Science as Culture*. 6(1). 44–72.

- Barney, J.B. i Hesterly, W. (1996). *Organizational Economics: Understanding the Relationship between Organizations and Economic Analysis*. u: Clegg, S.R; Hardy, C. i Nord, W.R. (ur.) *Handbook of Organization Studies*. London: Sage. 115-147.
- Beckett, C. (2008). *Supermedia: Saving Journalism so It Can Save the World*. Malden: Wiley.
- Beer, D. (2020). *Social Power of Algorithms*. London, New York: Routledge.
- Bell, D. (1999) [1973]. *The Coming of Post-industrial Society. A Venture in Social Forecasting*, New York: Basic Books, 3rd edn.
- Beniger, J. R. (1986) *The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society*, US: Harvard University Press.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe, IL: The Free Press.
- Berman, P. (2000). Cyberspace and the State Action Debate: The Cultural Value of Applying Constitutional Norms to “Private” Regulation. *University of Colorado Law Review* 71. 1263–1310.
- Berry, D. (2011). *The Philosophy of Software: Code and Mediation in the Digital Age*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Belleflamme, P. i Peitz, M. (2021). *The Economics of Platforms. Concepts and Strategy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bimber, B. (1994). Three Faces of Technological Determinism. u: Smith, M.R. i Marx, L. (ur.) *Does Technology Drive History?* Cambridge: The MIT Press. 79–100.
- Black, J. (2010). Who Is a Journalist? u: Mayers, C. (ur.) *Journalism Ethics. A Philosophical Approach*. Oxford: Oxford University Press.
- Bolding, K.E. (1982). Opštito i poruka. u: Đorđević, S. (ur). *Makluanova galaksija. Makluan – za i protiv (drugo, dopunjeno izdanje)*. Beograd: Prosveta, 106-116.
- Boczkowski, P. J. (2004). *Digitizing the News. Innovation in Online Newspapers*. Cambridge, London: The MIT Press.
- Bonini, T. i Gandini, A. (2019). “First Week Is Editorial, Second Week Is Algorithmic”: Platform Gatekeepers and the Platformization of Music Curation. *Social Media + Society*. 1-11.
- Borden, S. L. (2007). *Journalism as Practice: MacIntyre, Virtue Ethics and the Press*. England i USA: Ashgate Publishing.
- Bounegru, L. i Gray, J. (ur.) (2021). *The Data Journalism Handbook. Towards a Critical Data Practice*. Amsterdam: Amsterdam University Press
- Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production*. Cambridge: Polity Press.

- Bourdieu, P. (1998). *On Television*. New York: New Press.
- Bozdag, E. (2013). Bias in algorithmic filtering and personalization. *Ethics and Information Technology*. 15(3). 209-227.
- Bucher, T. i Helmond, A. (2018) The Affordances of Social Media Platforms. u: Burgess, J, Marwick, A, Poell, T. (ur.) *The SAGE Handbook of Social Media*. London: Sage. 233-253.
- Bulut, E. (2020). *A Precarious Game: The Illusion of Dream Jobs in the Video Game Industry*, New York: Cornell University Press.
- Burdijs, P. (2000). *Narcisovo ogledalo*. Beograd: Clio.
- Burke, K. (1966). *Language As Symbolic Action: Essays on Life, Literature and Method*. US: University of California Press.
- Cage J. (2016). *Saving the Media*, US: Harvard University Press.
- Caliandro, A; Gandini, A; Bainotti, L. i Anselmi, G. (2024). The platformization of consumer culture: A theoretical framework. *Marketing Theory*. 24 (1). 3-21.
- Callcut, A. i Hammond, P. (2011). *Journalism Studies: A Critical Introduction*. New York: Routledge.
- Campbell, J. L. (2004). *Institutional change and globalization*. Princeton: Princeton University Press.
- Carey J.W. (1969). The Communications Revolution and the Professional Communicator. *The Sociological Review*. 13. 23–38.
- Carlson, M. i Lewis, S.C. (2015). *Boundaries of Journalism. Professionalism, Practice and Participation*. Abingdon: Routledge
- Carlson, M. i Lewis, S.C. (2018). Temporal reflexivity in journalism studies: Making sense of change in a more timely fashion. *Journalism*. 1-9.
- Carlson, M. (2015). The Robotic Reporter. *Digital Journalism*. 3 (3). 416–431.
- Carey, J. W. (1967). Harold Adams Innis and Marshall McLuhan. u: *The Antioch Review*. 27(1). 5-39.
- Carey, J.W. (1989). *Communication as Culture*. London: Unwin Hyman.
- Carr, N. (2008). *The Big Switch. Rewiring the World, From Edison to Google*. New York i London: W.W. Norton and Company.
- Castells, M. (2000a). *Informacijsko doba. Ekonomija društvo i kultura. Uspon umreženog društva. Svezak I*. Zagreb: Golden marketing.
- Castells, M. (2000b). *Informacijsko doba. Ekonomija društvo i kultura. Moć identiteta. Svezak II*. Zagreb: Golden marketing.

Castells, M. (2000c). *Informacijsko doba. Ekonomija društvo i kultura. Kraj tisutljeća. Svezak III*. Zagreb: Golden marketing.

Castells M. (2009). *Communication Power*. New York: Oxford University Press.

Castells M. (2010). *The Rise of the Network Society, Volume I (The Information Age: Economy, Society and Culture)*, Wiley-Blackwell: A John Wiley & Sons, Ltd, Publication.

Castells, M. (2004). *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*, UK: Edward Elgar Pub

Ceccagnoli, M; Forman, C; Huang, P i Wu, D. J. (2012). Cocreation of Value in a Platform Ecosystem: The Case of Enterprise Software, *MIS Quarterly*. 36 (1). 263–290.

Celeste, E. (2019). Digital constitutionalism: a new systematic theorisation. *International Review of Law, Computers & Technology*. 1-24.

Celeste, E. (2023). *Digital Constitutionalism. The Role of Internet Bills of Rights*. London i New York: Routledge.

Champlin, D. P. i Knoedler, J. T. (2006). The Media, the News and Democracy: Revisiting the Dewey Lippmann Debate. *Journal of Economic Issues*. 40 (1). 135-152.

Cheney-Lippold, J. (2017). *We Are Data. Algorithms and the Making of our Digital Selves*. New York: New York University Press.

Chirwa, E; Abbott, P. i Foster, J. (2021). Understanding the Interplay between Boundary Resources and Governance Practices in Influencing Ecosystem Value Co-Creation for Digital Platforms: A Case of Global South. *Proceedings of the 1st Virtual Conference on Implications of Information and Digital Technologies for Development*. 207-219.

Chong, D i J. N. Druckman (2007a). Framing Theory. u: *Annual Review of Political Science*. 10. 103-126.

Chong, D i J. N. Druckman (2007b). A Theory of Framing and Opinion Formation in Competitive Elite Environments. u: *Journal of Communication*. 57. 99–118.

Chun, W.H.K. (2011). *Programmed Visions: Software and Memory*. Cambridge, MA, London: The MIT Press.

Christians, C.G; Glasser, T.L; McQuail, D; Nordenstreng, K; White, R.A. (2009) *Normative Theories of the Media. Journalism in Democratic Societies*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.

Comunello F. i Mulargia S. (2022). Does the ‘Platform Society’ Mean the End of the ‘Network Society’? Reflections on Platforms and the Structure and Dynamics of Networks. *American Behavioral Scientist*. 1-13.

Conboy, M. (2013). *Journalism Studies: The Basics*. New York: Routledge.

- Conboy, M. (2020). Journalism History. u: Wahl-Jorgensen, K. i Hanitzsch, T. (ur.) *The Handbook of Journalism Studies (Second Edition)*. New York i London: Routledge. 21-37.
- Constantinides, P; Henfirdsson, O; and Parker, G. (2018). Platforms and infrastructures in the digital age. *Information Systems Research*. 29(2). 381–400.
- Cortada, J. (2000). *21st Century Business. Managing and Working in the New Digital Economy*. London: Pearson Education.
- Cortada, J.W. (2002). *Making the Information Society: Experience, Consequences and Possibilities*, US: Prentice Hall.
- Costa, C.T. (2013). *A Business Model for Digital Journalism. How Newspapers Should Embrace Technology, Social and Value Added Services*. US: Columbia Journalism School.
- Cottom, T.M. (2020). Where Platform Capitalism and Racial Capitalism Meet: The Sociology of Race and Racism. *Digital Society. Sociology of Race and Ethnicity*, 6(4): 441-49.
- Craft, S. i Charles N.D. (2016). *Principles of American journalism: An introduction*. Second edition. New York: Routledge/Taylor & Francis Group.
- Craft, S. i Davis, C.N. (2016). *Principles of American journalism: An introduction*. 2nd edn. New York: Routledge/Taylor & Francis Group.
- Clerwall, C. (2014). Enter the Robot Journalist. Users' perceptions of automated content. *Journalism Practice*. 8(5). 519–531.
- Curran, J. (1990). The new revisionism in mass communication research: a reappraisal. *European Journal of Communication* 5. 135–164.
- Čejko, M. (2018). *Superpovezani*. Beograd: Clio.
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication*. 22 (2). 147-162.
- Dahlgren, P. (2005). Introduction. u: Dahlgren, P i Sparks, C. (ur.) *Communication and Citizenship - Journalism and the Public Sphere*. London and New York: Routledge. 1-23.
- Davis, M. (2010). Why Journalism is a Profession. u: Mayers. C. (ur.) *Journalism Ethics. A Philosophical Approach*. Oxford: Oxford University Press.
- De Gregorio, G. (2022). *Digital Constitutionalism in Europe. Reframing Rights and Powers in the Algorithmic Society*. UK: Cambridge University Press.
- Deilen, M. i Wiesche, M. (2021). The Role of Complementors in Platform Ecosystems. *Wirtschaftsinformatik 2021. Proceedings*. 5.
- Deuze, M. (2001). Online Journalism: Modeling the First Generation of News Media on the World Wide Web. *First Monday*. 6 (10).
- Deuze, M. (2005). What Is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism*. 6(4). 442-464.
- Dewey, J. (1927). *The public and its problems*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

- Diakopoulos, N. (2014). Algorithmic Accountability. Journalistic investigation of computational power structures. *Digital Journalism* (3). 398-415.
- Dimmick, J.W. (2003). *Media Competition and Coexistence. The Theory of the Niche*. Mahwah, New Jersey i London: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Dimmick, J.W. i Rothenbuhler, E. (1984). The Theory of the Niche: Quantifying Competition Among Media Industries. *Journal of Communication*. Winter. 103-119.
- Domingo, (2008). Inventing Online Journalism: A Constructivist Approach to the Development of Online News. u Paterson, C. i Domingo, D (ur.) *Making Online News. The Ethnography of New Media Production*, New York: Peter Lang. 15-28.
- Domingo, D; Quandt, T; Heinonen, A; Paulussen, S; Singer, J.B. i Vujnovic, M. (2008). Participatory journalism practices in the media and beyond. An International comparative of initiatives in online newspapers. *Journalism Practice*. 2(3). 326–342.
- Donsbach, W. (2010). Journalists and Their Professional Roles. u: Allan, S. (ur.) *The Routledge Companion to News and Journalism*. London i New York: Routledge. 38-48.
- Doyle, G. (2002). *Understanding Media Economics*. London: Sage.
- Ducatel, K et al. (2002) *The Information Society in Europe: Work and Life in an Age of Globalization*. US: Rowman & Littlefield Publishers
- Duggan, J, McDonell, A, Sherman, U, Carbery, R. (2022). Work in the GIG Economy. A Research Overview. London, New York: Routledge.
- Duff, A.S. (2000). *Information Society Studies*. London and New York: Routledge.
- Dupagne, M. i Green, R.J. (1996). Revisiting the Principle of Relative Consistency: Consumer Mass Media Expenditures in Belgium. *Communication Research*. 23(5). 612-635.
- Dupagne, M. (1997). A Theoretical and Methodological Critique of the Principle of Relative Constancy. *Communication Theory*. 7(1). 53-76.
- Durkheim, E. (1893). *The division of labor in society*. New York: Free Press.
- Đorđević. J. (2009). *Postkultura: Uvod u studije kulture*. Beograd: Clio.
- Eldridge II, S.A; Hess, K; Tandoc Jr, E.C. (2020). *Definitions of Digital Journalism (studies)*. London and New York: Routledge.
- Emerson, R.M. (1962). Power-Dependence Relations. *American Sociological Review*. 27(1). 31-41.
- Engert, M; Evers, J; Hein, A. i Krcmar, H. (2022). The Engagement of Complementors and the Role of Platform Boundary Resources in e-Commerce Platform Ecosystems. *Information Systems Frontiers*. 1-19.
- Eubanks, V. (2018). *Automating Inequality: How High-Tech Tools Profile, Police, and Punish the Poor*. New York: St. Martin's Press.
- EuromediApp (2022). *Manifesto on the Quality of European News Ecology. A call to foster the quality of European news ecology in the future*. Elaborated in the EuromediApp Winter School, 21-25 February 2022. Strobl, Austria (URL: <https://euromediapp.org/wp-content/uploads/2022/10/EuromediApp-Winter-School-2022-Manifesto.pdf>)

- Evans, D.S. (2003). The antitrust economics of multi-sided platforms markets. *Yale Journal on Regulation*, 20, 325–382.
- Evans, D.S. i Schmalensee, R. (2016). *Matchmakers. The New Economics of Multisided Platforms*. Boston: Harvard Business School Publishing.
- Evetts, J. (2003). The Sociological Analysis of Professionalism: Occupational Change in the Modern World. *International Sociology*. 18(2). 395-415.
- Evetts, J. (2011). A new professionalism? Challenges and opportunities. *Current Sociology*. 59(4). 406–422.
- Evetts, J. (2013). Professionalism: Value and ideology. *Current Sociology Review Article*. 61(5-6). 778–796.
- Evetts, J (2018). Professions in Turbulent Times. Changes, challenges and opportunities. *Sociologia, Problemas e Práticas*. 88. 43-59.
- Fairclough, N. (1995) *Critical Discourse Analysis*, US: Addison Wesley.
- Fairclough, N. (2014) *Language and Power (3rd edition)*, London: Longman.
- Feenberg, A. (2022). *Transforming Technology. A Critical Theory Revisited*. Oxford: Oxford University Press.
- Flew, T. (2021). *Regulating Platforms*. Cambridge: Polity Press.
- Flew, T. i Martin, F.R. (2022). *Digital Platform Regulation. Global Perspectives on Internet Governance*. Palgrave Macmillan.
- Fitzgerald, B. (1999). Software as Discourse? A Constitutionalism for Information Society. *Alternative Law Journal* 24 (3): 144–149.
- Fishman, D.A. (2010). Review and Criticism: Research Pioneer Tribute—Rethinking Marshall McLuhan: Reflections on a Media Theorist. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 50(3), 567-574.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London: Methuen.
- Foerderer, J; Kude, T; Schuetz, S.W i Heinz, A. (2018). Knowledge boundaries in enterprise software platform development: Antecedents and consequences for platform governance. *Info Systems J.* 1–26.
- Fowler, R. (1991). *Language in the News*. London, New York: Routledge.
- Frabetti, F. (2015). *Software Theory. A Cultural and Philosophical Study*. London, New York: Rowman and Littlefield.
- Freedman, D. (2002). A 'Technological Idiot'? Raymond Williams and Communications Technology. *Information, Communication & Society*, 5(3), 425-442.

- Frenken, K. i Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3-10.
- Fuchs, C. i Sandoval, M. (2014). *Critique, Social Media and the Information Society*, London i New York: Routledge.
- Fuchs, C. i Unterberger, K. (2021). *The Public Service Media and Public Service Internet Manifesto*. London: University of Westminster Press.
- Fuller, M. (2008). Introduction. u: Fuller, M. (ur.) *Software Studies. A Lexicon*. Cambridge, London: The MIT Press. 1-15.
- Fukuyama, F. (2013). What is governance? *Governance*. 26 (3). 347-368.
- Galloway A. R. (2010). „Networks“, u Mitchell W.J.T. i Hansen Mark B.N. (ur.), *Critical Terms for Media Studies*, Chicago i London: The University of Chicago Press. 280-296.
- Galtung, J. i Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–91.
- Garnham, N. (1979). Contribution to a political economy of mass communication. *Media, Culture & Society*, 1, 123-146.
- Galtung, J. i Ruge, M.H. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*. 2 (1). 64–90.
- Gawer, A. (2014). Bridging differing perspectives on technological platforms: Toward an integrative framework. *Research Policy*, 43(7). 1239-1249.
- Ghazawneh, A., i Henfridsson, O. (2013). Balancing platform control and external contribution in third-party development: The boundary resources model. *Information Systems Journal*. 23(2). 173–192.
- Gehl, R.W. (2011). The archive and the processor: The internal logic of Web 2.0. *New Media & Society*, 13 (8), 1228-1244.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Cambridge: Polity Press.
- Gill, L; Redeker, D. i Gasser, U. (2015). Towards Digital Constitutionalism? Mapping Attempts to Craft an Internet Bill of Rights. Berkman Center Research Publication No. 2015-15.
- Gillespie, T. (2010). The politics of ‘platforms’. *New Media & Society*, 12(3), 347-364.
- Gillespie, T; Boczkowski, P.J. i Foot, K.A. (2014). Introduction. u: Gillespie, T; Boczkowski, P.J. i Foot, K.A. (ur.) *Media Technologies. Essays on Communication, Materiality, and Society*. US: The MIT Press. 1-17.

- Gillespie, T. (2015). Platforms intervene. *Social Media + Society*. 1(1). 1-2.
- Gillespie T. (2016). Governance of and by platforms. u: Burgess J, Poell T, Marwick A. (ur.) *SAGE Handbook of Social Media*. Los Angeles: Sage.
- Gillespie, T. (2017). The Platform Metaphor, Revisited. *Digital Society Blog*. Posjećeno 20.08.2022. URL: <https://www.hiig.de/en/the-platform-metaphor-revisited/>
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*, New Haven i London: Yale University Press.
- Gillespie, T; Aufderheide, P; Carmi, E; Gerrard, Y; Gorwa, R; Matamoros-Fernández, A; Roberts, S.T; Sinnreich, A. (2020). Expanding the debate about content moderation: scholarly research agendas for the coming policy debates. *Internet Policy Review*. 9 (4). 1-30.
- Gillespie, T. (2022). Do Not Recommend? Reduction as a Form of Content Moderation. *Social Media + Society*. 1-13.
- Gillespie, T. (2023). The Fact of Content Moderation; Or, Let's Not Solve the Platforms' Problems for Them. *Media and Communication*. 11 (2). 406–409.
- Gillmor, D. (2006). *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. Beijing; Sebastopol: O'Reilly.
- Giletman, L. (2013). *"Raw Data" Is an Oxymoron*. Cambridge i London: MIT Press.
- Godfrey, D. (1986). Foreword. u: Innis, H.A. (ur.) *Empire & Communications (Edited by David Godfrey)*. Toronto: Press Porcepic Limited. VII-XIV.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, US: Harvard University Press
- Goodin, R. i Klingemann, H. (1996). *A New Handbook of Political Science*, UK: Oxford University Press.
- Gorwa, R. (2019). What is Platform Governance? *Information, Communication & Society*. 22 (6). 1-18.
- Gorwa, R. (2019b). The platform governance triangle: conceptualising the informal regulation of online content. *Internet Policy Review*. 8 (2). 1-22.
- Gorwa, R; Binns, R. i Katzenbach, C. (2020). Algorithmic content moderation: Technical and political challenges in the automation of platform governance. *Big Data & Society*. 1-15.
- Graefe, A. (2016). *Guide to Automated Journalism*. US: Tow Center for Digital Journalism.
- Graves, L. i Amezeen, M.A. (2019). Fact-Checking as Idea and Practice in Journalism. u: Nussbaum, J. (ur.) *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford: Oxford University Press.
- Grimmelmann, J. (2015). The Virtues of Moderation, *Yale Journal of Law & Technology* 17 (42). 42-109.
- Gutierrez Lopez, M; Porlezza, C; Cooper, G; Makri, S; MacFarlane, A i Missaoui, S. (2022). A Question of Design: Strategies for Embedding AI-Driven Tools into Journalistic Work Routines. *Digital Journalism*. 1-20.

- Habermas, J. (1969). *Javno mnjenje*. Beograd: Kultura.
- Habermas, J. (1974) [1965]. The Public Sphere: An Encyclopedia Article. *New German Critique*. 3 (Autumn). 49-55.
- Habermas, J. (1984). *Theory of Communicative Action, Volume One: Reason and the Rationalization of Society*. Boston: Beacon Press.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (T. Burger & F. Lawrence, Trans.). Cambridge, MA: MIT Press. (Originalno objavljeno 1962)
- Habermas, J. (2006) [1987]. *Theory of Communicative Action, Volume Two: Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason*. UK: Polity Press.
- Hall, S. (1997). The centrality of culture: notes on the cultural revolutions of our time, u: Thompson, K. (ur.) *Media and Cultural Regulation*. London: Open University.
- Hall, P.A. i Taylor R.C.R. (1996). Political Science and the three new Institutionalisms. u: *Political Studies*. 44 (4). 936-957.
- Hallin, D. C. i Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hallin, D. C. i Mancini, P. (2012). *Comparing Media Systems Beyond the Western World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hamilton, J. i Morgan, F. (2018). Poor information: How economics affects the information lives of low-income individuals. *International Journal of Communication*, 12, 2832–2850.
- Humphreys, P. (2011). A Political Scientist's Contribution to the Comparative Study of Media Systems in Europe: A Response to Hallin and Mancini. u: Just, N. i Puppis, M. (ur.): *Trends in Communication Policy Research*. Intellect books i ECREA. Vol. 7.
- Hanitzsch, T. i Örnebring, H. (2020). Professionalism, Professional Identity and Journalistic Roles. u: Wahl-Jorgensen, K. i Hanitzsch, T. (ur.) *The Handbook of Journalism Studies: Second Edition*. New York i London. 105-122.
- Hanitzsch, T; Hanusch, F; Ramaprasad, J. i De Beer, A.S. (2019). *Worlds of Journalism. Journalistic Cultures Around the Globe*. New York: Columbia University Press.
- Hanseth, O. (2010). From Systems and Tools to Networks and Infrastructures-from Design to Cultivation: Towards a Design Theory of Information Infrastructures. u: Holmstrom, J, Wiberg, M, Lund, A. (ur.) *Industrial Informatics Design, Use and Innovation. Perspectives and Services*. Hershey, New York: information Science Reference. 122-156.
- Hardy, J. (2012). Comparing Media Systems. u: Esser, F. i Hanitzsch, T. (ur) *The Handbook of Comparative Communication Research*, ICA Handbook Series. London i New York: Routledge. 185-207.
- Hardy, J. (2014). *Critical Political Economy of the Media: An Introduction*. London: Routledge.
- Hartley, J. (1996). *Popular Reality: Journalism, Modernity, Popular Culture*. London: Arnold.

Havens, T, Lotz, A, Tinic, S. (2009). Critical media industry studies: A research approach, u: *Communication, Culture & Critique*, 2, 234-253.

Hayles K.N.(2005) *My Mother Was a Computer. Digital Subjects and Literary Texts*. Chicago i London: The University of Chicago Press.

Hedman, U. (2017). Making the most of Twitter: How technological affordances influence Swedish journalists' self-branding. *Journalism*. 21 (5). 1-18.

Hehdonvirta, V. (2022). *Cloud Empires. How Digital Platforms are Overtaking the State and How We Can Regain Control*. Cambridge, London: The MIT Press.

Helberger, N. (2020). The Political Power of Platforms: How Current Attempts to Regulate Misinformation Amplify Opinion Power. *Digital Journalism*, 1-13.

Helberger, N; Pierson, J. i Poell, T. (2018). Governing online platforms: From contested to cooperative responsibility. *The Information Society*. 34(1). 1-14.

Helmond, A. (2015). The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. *Social Media + Society*, 1(2). 1-11.

Herman, E. i Chomsky, N. (2002). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.

Hermida. A (2010) Twittering The News: The Emergence of Ambient Journalism. *Journalism Practice*. 4(3). 1-12.

Hermida, A; Domingo, D. Heinonen, A.A; Paulussen, S; Quandt, T; Reich, Z; Gurion; B; Singer, J.B i Vujnovic, M. (2011). The Active Recipient: Participatory Journalism Through the Lens of the Dewey-Lippmann Debate. International Symposium on Online Journalism 2011. University of Texas, Austin.

Hintz, A; Dencik, L. i Wahl-Jorgensen, K. (2019). *Digital Citizenship in a Datafied Society*. Cambridge: Polity Press.

Holt, J, i Perren, A. (2009). Introduction. Does the World Really Need One More Field of Study?. Holt, J, i Perren, A. (ur.) *Media Industries. History, Theory and Method*. UK: Wiley-Blackwell.

Humphreys, P. (2012). A Political Scientist's Contribution to the Comparative Study of Media Systems in Europe: A Response to Hallin and Mancini. u: Just, N. i Puppis, M. (ur): *Trends in Communication Policy Research*. UK: Intellect books i ECREA. 157-177.

Hutchby, I. (2001a). *Conversation and technology: From the telephone to the internet*. Malden: Blackwell.

Hutchby, I. (2001b). Technologies, texts and affordances. *Sociology*, (35) 441–456.

Hyvärinen, H. i Beck, R. (2018). Emotions Trump Facts: The Role of Emotions in on Social Media: A Literature Review. *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences*. 1979-1806.

Innis, H.A. (1986). *Empire & Communications (Edited by David Godfrey)*. Toronto: Press Porcep Limited.

Innis, H.A. (2008). *The Bais of Communication. Second Edition*. Toronto: University of Toronto Press.

Inozemstev, M.I, Khisamova, Z.I, Sidorenko, E.L. (2022). *The Platform Economy. Designing a Supranational Legal Framework*. Singapore: Palgrave Macmillan.

Jackson, P. T. (2009). News as a Contested Commodity: A Clash of Capitalist and Journalistic Imperatives. *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*. 24(2-3). 146-163.

Jarvis, J. (2009). *What Would Google Do?: Reverse-Engineering the Fastest Growing Company in the History of the World*. New York: Harper Collins.

Jarvis, J. (2021). Statement to the Judiciary subcommittee on antitrust. Medium, 13 February. <https://medium.com/whither294news/statement-to-the-judiciary-subcommittee-on-antitrust-54ffbc4d8b2e>

Jenkins, H. (2015). Introduction. u: Jenkins, H, Ito, M, boyd d. (ur). *Participatory Culture in a Networked Era*. Cambridge: Policy Press. 1-31.

Jin, D.Y. (2017). *Digital Platforms, Imperialism and Political Culture*. London, New York: Routledge.

Jovanovic, M; Kostić, N; Sebastian, I.M. i Sedej, T. (2022). Managing a blockchain-based platform ecosystem for industry-wide adoption: The case of TradeLens. *Technological Forecasting & Social Change*. 184. 1-15.

Klapper, J.T. (1960). *The effects of mass communication*. US: Free Press

Klinger, U. i Svensson, J. (2015). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New Media and Society*. 17(8). 1241-1257.

Kostelanec, R. (1982). Maršal Makluan – Prvosveštenik elektronskog sela. u: Đorđević, S. (ur). *Makluanova galaksija. Makluan – za i protiv (drugo, dopunjeno izdanje)*. Beograd: Prosveta, 47-89.

Kosterich, A. (2022). *News Nerds. Institutional Change in Journalism*. Oxford: Oxford University Press.

Karavas, V. (2010). Governance of Virtual Worlds and the Quest for a Digital Constitution. u: Graber, C.B. i Burri-Nenova, M (ur.) *Governance of Digital Game Environments and Cultural Diversity: Transdisciplinary Enquiries*. Cheltenham: Edward Elgar. 153–169.

Koh, T. K i Fichman, M. (2014). Multi-Homing Users' Preferences for Two-Sided Exchange Networks. *MIS Quarterly*. 38 (4). 977–996.

Kovach, B. i Rosenstiel, T. (2021). *The Elements of Journalism. What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. Revisited and updated 4th Edition*. New York: Crown.

Krstić, A. (2023). Digital transformation of journalism and media in Serbia: What has gone wrong? *Journalism*, 0(0). 1–17.

Krstić, A. i Jović, N. (2023). Kako se novinari u Srbiji bore sa onlajn napadima – normalizacija digitalnog nasilja kao posledica izostanka institucionalne podrške. *Politički život*. 24. 27-39.

Krstić, A. (2022). Disciplinovanje lokalnih medija u Srbiji: mehanizmi pritisaka, pretnji I političko-ekonomske instrumentalizacije. U: Kljajić, V. i Kulić, M. (ur.) *Novinarski I medijski identitet u doba krize – zbornik radova sa 11. naučne konferencije Verodostojnost medija*. Univerzitet u Beogradu: Fakultet političkih nauka. 11-26.

Kumar, K. (1995). *From Post-industrial to Postmodern Society: New Theories of the Contemporary World*, US: Blackwell.

Kunczik, M. i Zipfel, A. (2006) *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert

Lafuente, E, Ács, Z.J, Szerb, L. (2022). Analysis of the digital platform economy around the world: A network DEA model for identifying policy priorities. *Journal of Small Business Management*. 1-45.

Lamarre, T. (2017). Platformativity: Media Studies, Area Studies. *Asiascape Digital Asia*. (4) 285-305.

Latour, B. (1991). The Impact of Science Studies on Political Philosophy. *Science, Technology, & Human Values*. 16(1). 3-19.

Latour, B. (2005). *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press.

Lechner, F. J. (2012). *The Netherlands: Globalization and National Identity*. London i New York: Routledge.

Levine, D.P. (2001). *Normative Political Economy. Subjective freedom, the market, and the state*. London i New York: Routledge.

Lewis, S.C. (2012). The Tension between Professional Control and Open Participation: Journalism and its Boundaries. *Information, Communication & Society*. 836-866.

Lewis, S.C. i Westlund, O. (2016). Mapping the Human–Machine Divide in Journalism. u: Witschge, T; Anderson, C.W; Domingo, D. i Hermida, A. (ur.) *The SAGE Handbook of Digital Journalism*. London: Sage. 341-353.

Lewis, S.C. i Westlund, O. (2015). Actors, Actants, Audiences, and Activities in Cross-Media News Work. *Digital Journalism*, 3(1). 19-37.

Lievrouw, L.A. (2014). Materiality and Media in Communication and Technology Studies: An Unfinished Project. u: Gillespie, T; Boczkowski, P.J. i Foot, K.A. (ur.) *Media Technologies. Essays on Communication, Materiality, and Society*. Cambridge i London: The MIT Press. 21-51.

Lindblom, T; Lindell, J i Gidlund, K. (2022). Digitalizing the Journalistic Field: Journalists' Views on Changes in Journalistic Autonomy, Capital and Habitus. u: *Digital Journalism*. 1-20.

Lippman, W. (2020) [1920]. *Liberty and the News*. A Mediastudies.press.

Lippman, W. (1922). Public opinion. New York: Harcourt Brace Jovanovich.

Lischka, J.A; Schaetz, N. i Oltersdorf, A. (2022). Editorial Technologists as Engineers of Journalism's Future: Exploring the Professional Community of Computational Journalism. *Digital Journalism*. 1-19.

Loffelholz, M. (2008). Heterogenous – Multidimensional – Conneting. Theoretical Approaches to Journalism – An Overview. u: Loffelholz, M, Weaver D. (ur.) *Global journalism research: Theories, Methods, Findings, Future*. US: Blackwell Publishing. 15-27.

Loosen, W. (2018). Four forms of datafied journalism. Journalism's response to the datafication of society. *Communicative Figurations. Working Paper*. 18. 1-20.

Lovink, G. (2017). Foreword. u: Apprich, C. (ur.) *Technotopia. A Media Genealogy of Net Cultures*. (ePUB edition). London: Rowman & Littlefield International.

Lowrey, W. (2018). Journalism as Institution. u: Vos, T.P. (ur.) *Journalism*, Boston/Berlin: De Gruyter Mouton. 125-148.

Machlup, F. (1962) *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*, New Jersey: Princeton University Press.

MacIntyre, A. (2007). *After Virtue. Third edition*. Notre Dame: University of Notre Dame Press.

Maguadd, P. i Solaroli, M. (2020) Platform Studies and Digital Cultural Industries. *Sociologica. International Journal of Sociological Debate*. 14 (3), 267-293.

Mahoney, J. (2000). Path Dependence in Historical Sociology. u: *Theory and Society*. 29 (4). 507-548

Majchrzak, A; Faraj, S; Kane, G.C; Azad, B. (2013). The Contradictory Influence of Social Media Affordances on Online Communal Knowledge Sharing. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 38-55.

Makluan, M. (1971). *Poznavanje opštita: Čovekovih produžetaka*. Beograd: Prosveta.

Makluan, M. (1973). *Gutenbergova galaksija. Nastajanje tipografskog čoveka*. Beograd: Nolit.

- Manovich, L. (2013). *Software Takes Command*. New York, London, New Delhi, Sydney: Bloomsbury.
- Manović, L. (2015). *Jezik novih medija*. Beograd: Clio.
- Manovich, L. (2020). *Cultural Analytics*. Cambridge, London: The MIT Press
- Mansell, R. i Steinmueller, W.E. (2020). *Advanced Introduction to Platform Economics*. UK: Edward Elgar Publishing Limited.
- Marino, M.C. (2020). *Critical Code Studies*. Cambridge, London: The MIT Press.
- Masip, P; Suau, J; Ruiz-Caballero, C; Capilla, P i Zilles, K. (2021). News Engagement on Closed Platforms. Human Factors and Technological Affordances Influencing Exposure to News on WhatsApp. *Digital Journalism*. 9(8). 1-23.
- Mason, E.S. (1959). *The Corporation in Modern Society*. Cambridge: Harvard University Press.
- Masurier, M. (2015). What is Slow Journalism?. *Journalism Practice*. 9(2). 138–152.
- May, C. (2003). *Key Thinkers for the Information Society*, London i New York: Routledge.
- May, C. (2002). *The Information Society: A Sceptical View*. Cambridge: Polity.
- Mayer-Schönberger, V. i Cukier, K. (2013). *Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.
- McIntyre, D.P. i Srinivasan, A. (2016). Networks, Platforms, And Strategy: Emerging Views And Next Steps. *Strategic Management Journal*, 38 (1), 141-160.
- McChesney, R. (2007). *Communication Revolution: Critical Junctures and the Future of Media*. New York: The New Press.
- McChesney, R. (2008). *Bogati mediji, siromašna demokratija. Komunikacijske politike u mutnim vremenima*. Sarajevo: Šahinpašić
- McChesney, R. i Pickard, V. (2011). *Will the Last Reporter Please Turn Out the Lights*. New York: The New Press.
- McCombs, M. E. i Shaw, D.L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*. 36(2). 176 – 187.
- McCombs, M. (1972). Mass media in the marketplace. *Journalism Monographs*, 24.
- McDonald, P. (2022). Media, Industries, Research. Problematizing the Field. u: McDonald, P. (ur.) *The Routledge Companion to Media Industries*. London i New York: Routledge. 1-19.
- McLeod, J. M. i Hawley, S. E. (1964). Professionalization among newsmen. *Journalism Quarterly*, 41(4), 529–539, 577.

McLuhan, M. i Fiore, Q. (2005) [1967]. *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*. UK: Penguin Books.

McLuhan, E. i Zingrone, F. (1997). *Essential McLuhan*. Great Britain: Routledge.

McManus, J.H. (2009). The Commercialization of News. u: Wahl-Jorgensen, K. i Hanitzsch, T. (ur.) *The Handbook of Journalism Studies*. New York i London: Routledge. 218-233.

McManus, J.H. (2019). Commodification of News. u: Vos, T.P. i Hanusch, F. (ur.) *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. John Wiley & Sons, Inc.

McNair, B. (2018). Journalism as Public Sphere. u: Vos, T. P. (ur.). *Journalism*. Boston/Berlin: Walter de Gruyter Inc. 149-168.

McNair, B. (2009). *News and Journalism in the UK. Fifth Edition*. London and New York: Routledge.

McVeigh-Schultz, J. i Baym, N.K. (2015). Thinking of You: Vernacular Affordance in the Context of the Microsocial Relationship App, Couple. *Social Media + Society*. 1-13.

McQuail, D. (2003). *Media Accountability and Freedom of Publication*. Oxford: Oxford University Press.

McQuail, D. i Deuze, M. (2020). *Mcquail's Media & Mass Communication Theory. Seventh Edition*. London: Sage.

Mekčejnsni, R.V. (2015). *Digitalna isključenost: Kako kapitalizam okreće internet protiv demokratije*. Beograd: FMK.

Meier, K; Schützeneder, J; García Avilés, J.A; Valero-Pastor, J.M; Kaltenbrunner, A; Lugschitz, R; Porlezza, C; Ferri, G; Wyss, V; Saner, M. (2022). Examining the Most Relevant Journalism Innovations: A Comparative Analysis of Five European Countries from 2010 to 2020. u: *Journalism and Media*. 3(4). 698-714.

Meyrowitz, J. (1985). *No Sence of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press.

Meyrowitz, J. (1994). Medium Theory. u: Crowley, D. i Mitchell, D. (ur.) *Communication Theory Today*. California: Stanford University Press, 50-77.

Meyrowitz, J. (2001). Morphing McLuhan: Medium Theory for a New Millenium. *Proceedings of the Media Ecology Association*, Volume 2. NewYork: NewYork University. 8-22.

Miguel, C, Avram, G, Klimczuk, A, Simonovits, B, Balázs, B, Česnuityte, V. (2022). The Sharing Economy in Europe: From Idea to Reality. u: Česnuityte, V, G, Klimczuk, Miguel, C, Avram, G. (ur.) *The Sharing Economy in Europe: Developments, Practices, and Contradictions*, Switzerland: Palgrave Macmillan, 3-18.

- Mills, A. i Sarikakis, K. (2018). Politics and Policies of Journalism and Free Press. u: Vos, T. P. (ur.). *Journalism*. Boston/Berlin: Walter de Gruyter Inc. 297-319.
- Milivojević, S; Ninković Slavnić, D. i Bajčeta, S. (2020). Informisanje u digitalnom okruženju. Beograd: Centar za medije i medijska istraživanja (CMMI) Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu.
- Milivojević, S. (2015). *Mediji, ideologija i kultura*. Beograd: Fabrika knjiga.
- Milivojević, S. (2012). Novinarstvo i medijska industrija u Srbiji: izazovi i odgovori. *CM - Časopis za upravljanje komuniciranjem*. 24. 35–58.
- Milivojević, S. (2017). Šta je novo u novim medijima. *Reč*. 87 (33), 159-172.
- Milivojević, S. (2001). Istraživanje medijskih efekata. *Reč*. 10 (64). 151- 178.
- Milivojević, S. (2001). Javna sfera, mediji i javnost. *Reč*. 10 (64). 179- 213.
- Milivojević, S. (2008). Informaciono društvo i medijska kultura. *Godišnjak Fakulteta političkih nauka*. 2(2). 267-276.
- Milivojević, S. (2011). Profesija na raskršću – novinarstvo na pragu informacionog društva. Beograd: Centar za medije i medijska istraživanja (CMMI) Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu.
- Milojević, A i Krstić, A (2018). Hierarchy of influences on transitional journalism: Corrupting relationships between political, economic and media elites. *European Journal of Communication*. 33 (1). 37 – 56.
- Milojević, A. i Krstić, A. (2016). Demokratizacija medija u Srbiji: Etika novinarske profesije posmatrana kroz analizu naslova u dnevnoj štampi. U: Vujačić, I. i Vranić, B. (urs.), *Urušavanje ili slom demokratije/Decline or eclipse of democracy in Europe's new democracies*, zbornik radova sa međunarodne konferencije „Urušavanje ili slom demokratije“, Beograd, 24-26. Septembar 2016., Beograd: Udruženje za političke nauke i Fakultet političkih nauka, Univerziteta u Beogradu. 277-297.
- Milojević, A, Krstić, A. i Ugrinić, A. (2016). The Future of journalism as a system, profession and culture: the perception of journalism students, *Medijska istrazivanja/Media Research*. 22(2). 83-105.
- Molina, M.D i Sundar, S.S. (2019). Technological Affordances Can Promote Misinformation. What Journalists Should Watch Out for When Relying on Online Tools and Social Media. u: Katz, J.E. i Mays, K.K. (ur.). *Journalism and Truth in an Age of Social Media*. Oxford: Oxford University Press. 182-198.
- Montfort, N. i Bogost, I. (2009). *Racing The Beam. The Atari Video Computing System*. Cambridge i London: The MIT Press.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication (Second Edition)*. London: Sage Publications.

Murdock, G. i Golding, P. (1974). For a Political Economy of Mass Communications, u: Miliband, R. i Saville, J (ur.), *Socialist Register*, London: Merlin Press. 205-234.

Murdock, G. (2011). Political Economies as Moral Economies: Commodities, Gifts, and Public Goods, u: Wasco, J; Murdock, G; Sousa, H. (ur.) *The Handbook of Political Economy of Communications*, USA, UK: Blackwell Publishing Ltd, 13-40.

Myllylahti. M. (2019). Paying Attention to Attention: A Conceptual Framework for Studying News Reader Revenue Models Related to Platforms. *Digital Journalism*. 1-9.

Nagy, P. i Neff. G. (2015). Imagined Affordance: Reconstructing a Keyword for Communication Theory. *Social Media and Society*. 1 (2).

Negroponte, N. (1996). *Being Digital*. New York: Vintage Book.

Nerbel, J.F. i Kreutzer, M. (2023). Digital platform ecosystems in flux: From proprietary digital platforms to wide-spanning ecosystems. *Electronic Markets*, vol. 33, 1 (5)

Nerone, J.C. (1995). *Last Rights: Revisiting Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press.

Newman, N; with Arguedas, A.R; Robertson, C.T; Nielsen, R.K and Fletcher, R. (2025) *Reuters Institute Digital News Report 2025*. Reuters Institute and University of Oxford.

Neuendorf, K. (2002) *The Content Analysis Guidebook*, Thousand Oaks, Sage Publications.

Nieborg, D.B. i Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity, *New Media and Society*, 20 (11), 4275–4292.

Nieborg, D.B i Helmond, A. (2019) The political economy of Facebook's platformization in the mobile ecosystem: Facebook Messenger as a platform instance. *Media, Culture & Society*, 41 (2), 196-218.

Nielsen, R.K. i Levy, D.A.L. (2010). The Changing Business of Journalism and its Implications for Democracy. u: Nielsen, R.K. i Levy, D.A.L. (ur.) *The Changing Business of Journalism and its Implications for Democracy*. Oxford: University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism 3-17.

Nielsen, R.K. i Ganter, S.A. (2022). *The Power of Platforms. Shaping Media and Society*. Oxford: Oxford University, Press.

Nielsen, R.K. (2020). Economic Contexts of Journalism. u: Wahl-Jorgensen, K. i Hanitzsch, T. (ur.) *The Handbook of Journalism Studies (Second Edition)*. New York i London: Routledge. 324-340.

Ninan Thomas, P. (2023). Platform Regulation: Exemplars, Approaches, and Solutions. Oxford: Oxford University Press.

Noble, S.S. (2018). *Algorithms of Oppression. How Search Engines Reinforce Racism*. New York: New York University Press.

Norris, P. i Odugbemi, S. (2010). *Evaluating Media Performance*. u: Norris, P. (ur.) *Public Sentinel: News Media and Governance Reform*. Washington, DC: The World Bank. 3-30.

Oller Alonso, M; Shapiro, I; Andresen, K; Anikina, M; De Maio, M; Hamada, B; Hanusch, F; Hollings, J; Hildur Kolbeins, G; Hughes, S; Zeleza Manda, L; Mbozi, P. i Spyridou, L. (2019). *Defining the Worlds of Journalism Study Sample*. WJS 3 Working Paper. https://worldsofjournalism.org/wp-content/uploads/2020/03/WJS3_Definitions_working_paper.pdf

O'Reilly, T. (2005a). *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Posjećeno: 26.09.2022. URL: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

O'Reilly, T. (2005b). *Not 2.0?*. Posjećeno 26.09.2022. URL: <http://radar.oreilly.com/archives/2005/08/not-20.html>

Oz, M; Shahin, S; Greeves, S. (2023). *Platform Affordances and Spiral of Silence: How Perceived Differences between Facebook and Twitter Influence Opinion Expression Online*. *Technology in Society*. 76.

Padovani, C. i Santaniello, M. (2018). *Digital constitutionalism: Fundamental rights and power limitation in the Internet eco-system*. *The International Communication Gazette*. 1–7.

Pavlik, J. (2000). *The Impact of Technology on Journalism*. *Journalism Studies*. 1 (2). 229-237.

Pavlović, D. (2009). *Sociološke osnove normativnog institucionalizma u političkoj nauci*. u: *Sociološki pregled*. XLIII (2). 231–250.

Park, S; Sang Y; Jung, J; Stroud, N.J. (2021). *News Engagement: The Roles of Technological Affordance, Emotion, and Social Endorsement*. *Digital Journalism*. 9 (8). 1007-1017.

Parker, G.G., Van Alstyne, M.W., Choudary, S.P. (2016). *Platform Revolution: How Networked Markets are Transforming the Economy – and How to Make Them Work for You*. New York, London: W.W. Norton and Company.

Parsons, T. (1971). *The system of modern societies*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Parsons, C. (2007). *How to Map Arguments in Political Sciences*. Oxford: Oxford University Press.

Pasquale, F. (2015). *The black box society*. Harvard: Harvard University Press.

Perkin, H. (2002). *The Rise of Professional Society*. London i New York: Routledge.

- Peruško, Z. (2011). Što su mediji?. u: Peruško, Z. (ur.) *Uvod u medije*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo. 15-40.
- Peruško, Z. (2013). Komparativna analiza postsocijalističkih medijskih sustava. u: *Politička misao*. 50 (2). 38-59.
- Peruško, Z. (2019). Path dependency and critical junctures in comparative analysis of post-socialist media systems: the case of Southeast Europe“ (prezentacija) *8th Graduate Spring School and Research Conference on Comparative amedia Systems: 100 Years of Media Systems in Southeast Europe – The Legacy of Yugoslavia, IUC Dubrovnik, Croatia*
- Peruško, Z. Vozab, D. i Čuvalo A. (2021). *Comparing Post-Socialist Media Systems. The Case of Southeast Europe*. London i New York: Routledge.
- Peters, J. D. (1989). Democracy and American Mass Communication Theory: Dewey, Lippmann, Lazarsfield. *Communication*. 11: 199-220.
- Peters, G. (2005). *Institutional Theory in Political Science: The New Institutionalism* (2d edition), London: Continuum.
- Peters, C; Broersma, M; Broersma, M. (2016). Rethinking Journalism Again Societal role and public relevance in a digital age. New York: Routledge
- Peters, B.G. (2007). Institucionalna teorija u političkoj znanosti. Novi institucionalizam. u: *Politička misao*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti. 171-201.
- Petrović, D. (2007). Od društvenih mreža do umreženog društva: jedan osvrt na makro mrežni pristup u sociologiji. *Sociologija*. 49(2). 161-182.
- Petrović D. (2013). *Društvenost u doba interneta*. Novi Sad: Akademska knjiga.
- Petrović, D. (2022). *Sociologija e-komunikacija*. Beograd: Saobraćajni fakultet Univerziteta u Beogradu.
- Phillips, A. (2018). The Technology of Journalism. u: Vos, T. P. (ur.). *Journalism*. Boston/Berlin: Walter de Gruyter Inc. 321-334.
- Picard, R. (1989). *Media Economics: Concepts and Issues*. London: Sage.
- Picard, R. G. (2004). Commercialism and newspaper quality. *Newspaper Research Journal*. 25(1). 54–65.
- Picard, R.G. (2008). Historical Trends and Patterns in Media Economics. u: Albarran, A.B; Chan-Olmsted, S.M. i Wirth, M.O (ur.) *Handbook of Media Management and Economics*. New Jersey i London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. 23-36.
- Picard, R.G. (2010). A Business Perspective on Challenges Facing Journalism, u: Nielsen, R.K. i Levy, D.A.L. (ur.) *The Changing Business of Journalism and its Implications for Democracy*. Oxford: University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism 17.25.

- Picard, R.G. (2018). *The Economics of Journalism and News Provision*. u: Vos, T. P. (ur.). *Journalism*. Boston/Berlin: Walter de Gruyter Inc. 281-296.
- Picard, V. i Berman, D. (2019). *After Net Neutrality: A New Deal for the Digital Age*, London: Yale University Press.
- Picard, V. (2020). *Democracy without Journalism?* Oxford: Oxford University Press.
- Plantin, J., Lagoze, C., Edwards, P.N., Sandvig, C. (2018). Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook. *New Media and Society*, 20 (1). 293–310.
- Poell, T., Nieborg, D. i van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8 (4). 1-13.
- Poell, T. Nieborg, D. i Duffy, B.E. (2022). *Platforms and Cultural Production*. Cambridge: Polity.
- Porat, M.U. (1978) „Global Implications of the Information Society“ u *Journal of Communication* 28(1), 70-80.
- Porlezza, C. (2018). Deconstructing data-driven journalism. Reflexivity between the datafied society and the datafication of news work. *Problemi dell'informazione*. XLIII (3). 369-392.
- Porlezza, C. i Splendore, S. (2019). From Open Journalism to Closed Data: Data Journalism in Italy. *Digital Journalism*. 1-24.
- Porlezza, C. i Eberwein, T. (2022). Uncharted Territory: Datafication as a Challenge for Journalism Ethics. u: Karmasin, M; Diehl, S. i Koinig, I. (ur.) *Media and Change Management. Creating a Path for New Content Formats, Business Models, Consumer Roles, and Business Responsibility*. Switzerland: Springer. 343-361.
- Porlezza, C. (2019). Data Journalism and the Ethics of Open Source. u: Daly, A; Devitt, K.S. i Mann. M. (ur.) *Good Data*. Amsterdam: Institute of Network Cultures. 189-201.
- Porlezza, C. i Ferry, G. (2022). The missing piece: Ethics and the ontological boundaries of automated journalism. *#ISOJ Journal*. 12(1). 71-98.
- Powel, W.W. i DiMaggio, P.J. (1991). *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, US: The University of Chicago Press.
- Price, V. (1992). *Public Opinion*. Newbury Park, London, New Delhi: SAGE Publications.
- Quinn, K. i Papacharissi Z. (2018). Our Networked Selves: Personal connection and relational maintenance in social media use. *The SAGE Handbook of Social Media*. London: Sage. 353-371.
- Radin, M. J. (1996). *Contested commodities*. Cambridge: Harvard University Press.
- Radojković, M i Stojković, B. (2009). *Informaciono-komunikacioni sistemi*. Beograd: Clio.
- Rheingold. H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier (2nd Edition)*. UK: MIT Press.

- Rhodes, R. A. W et al. (2006). *The Oxford Handbook Of Political Institutions*. Oxford: Oxford University Press.
- Reporters Without Borders. (2025). *Serbia*. RSF. <https://rsf.org/en/country/serbia>
- Rettberg, J.V. (2018). Self-representation in social media. u: Burgess, J, Marwick, Poell, T. (ur.) *The SAGE Handbook of Social Media*. London: Sage. 429-443.
- Robbins, D. (2000). *Bourdieu and Culture*. London: Sage.
- Rochet, J.C. i Tirole, J. (2003). Platform Competition in Two-Sided Markets. *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990–1029.
- Rochet, J.C. i Tirole, J. (2006). Two-Sided markets: a progress report. *The RAND Journal of Economics*. 37 (3). 645-667.
- Rogers, E. (2003). *Diffusion of Innovations*. 5th ed. New York: Free Press.
- Rohlf, J. (1974). A theory of interdependent demand for a communications service. *The Bell Journal of Economics and Management Science*, 5, (1). 16-37.
- Rosenau, J.N. (1992). Governance, Order, and Change in World Politics. u: Rosenau, J.N. i Czempel, E. (ur.) *Governance Without Government: Order and Change in World Politics*. UK: Cambridge University Press: 1-30.
- Sayes, E. (2014). Actor–Network Theory and methodology: Just what does it mean to say that nonhumans have agency?. *Social Studies of Science*. 44 (1) 134–149.
- Savin, A. (2022). *Digitalna prav(d)a*. Beograd: Clio.
- Schaps, A.K. i Porlezza, C. (2020). Assistance or Resistance? Evaluating the Intersection of Automated Journalism and Journalistic Role Conceptions. *Media and Communication*. 8(3). 16-26.
- Schlesinger, P. i Doyle, G. (2015). From organizational crisis to multi-platform salvation? Creative destruction and the recomposition of news media. *Journalism*. 16(3). 305–323.
- Schmank, U. (1985). Der mangelnde Akteurbezug systemtheoretischer Erklärungen gesellschaftlicher Differenzierung - Ein Diskussionsvorschlag. u: *Zeitschrift für Soziologie*. 14. 421-434.
- Schmidt, Vivien A. (2006). *Democracy in Europe: The EU and National Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Shoemaker, P. i Reese, S. (1996). *Mediating the message: theories of influences on mass media content*, US: Longman.
- Schoentgen, A. i Wilkinson, L. (2021). Ethical issues in digital technologies. 23rd Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Digital societies and industrial transformations: Policies, markets, and technologies in a postCovid world", Online

Conference / Gothenburg, Sweden, 21st-23rd June, 2021, International Telecommunications Society (ITS), Calgary

Scholz, T. (2016). *Platform Cooperativism: Challenging the Corporate Sharing Economy*. New York: Rosa Luxemburg Stiftung.

Scholz, T. i Schneider, N. (2016). What This Is and Isn't About. U: Scholz T. i Schneider, N. (ur.) *Ours to Hack and to Own*, New York: OR Books. 11-13.

Schoentgen, A. i Wilkinson, L. (2021). Ethical issues in digital technologies. Conference Paper. 23rd Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Digital societies and industrial transformations: Policies, markets, and technologies in a post-Covid world", Online Conference / Gothenburg, Sweden, 21st-23rd June, 2021.

Schroder, K. (2002). Discourses of Fact. u: Jensen K.B. (ed.) *A Handbook of Media and Communication Research 1st edition*. London i New York: Routledge.

Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. New York i London: W.W. Norton and Company.

Schudson, M. (2008). The 'Lippmann-Dewey Debate' and the Invention of Walter Lippmann as an Anti-Democrat 1986-1996. *International Journal of Communication*. 2. 1031-1042.

Schudson, M. (2018). *Why Journalism Still Matters*. Cambridge: Polity Press.

Schudson, M. i Anderson, C. (2009). Objectivity, Professionalism, and Truth Seeking in Journalism. u: Wahl-Jorgensen, K. i Hanitzsch, T. (ur.) *The Handbook of Journalism Studies*. New York i London: Routledge. 88-101.

Shaw, I.S. (2018). The crisis of business and journalism: A Critical Political Economy Approach. u: Dourado, J; Mosco, V; Lopes, D; Teixeira, J. i Marques, R. (ur.) *Political Economy of Journalism. New (and old) logics of production and consumption*. Teresina: EDUFPI. 69-92.

Sheth, J. i Sisodia, R. (2002). *The rule of three: Surviving and thriving in competitive markets*. New York: Free Press.

Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. New York: Penguin.

Shoemaker, P. i Reese, S. (1996). *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. US: Longman.

Shoemaker, P; Vos, T.P. i Reese, S.D. (2009). Journalists as Gatekeepers. u: Wahl-Jorgensen, K. i Hanitzsch, T. (ur.) *The Handbook of Journalism Studies*. New York i London: Routledge. 73-87.

Siebert, F.S, Peterson, T, Schramm, W. (1956) *Four Theories of the Press. The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. Urbana, Chicago: University of Illinois Press.

Simon, H. (1971). *Designing Organizations for an Information-Rich World*. u Greenberger, M. (ur.) *Computers, Communication, and the Public Interest*. Baltimore: The Johns Hopkins Press. 37–72.

Singer, J.B. (2019). Journalists. Vos, T.P i Hanusch, F. (ur.) *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. John Wiley & Sons, Inc.

Singer, J.B; Hermida, A; Domingo, D; Heinonen, A; Paulussen, S; Quandt, T; Reich, Z; Vujnovic, M. (2011). *Participatory Journalism. Guarding Open Gates at Online Newspapers*. UK: John Wiley and Sons Ltd.

Skocpol, T. i Pierson, P. (2002). Historical Institutionalism in Contemporary Political Science. u: Katznelson, I. i Milner, H.V. (ur.) *Political Science: State of the Discipline*. US: W.W. Norton. 693-721.

Spagnoletti, P; Resca, A i Lee, G. (2015) A design theory for digital platforms supporting online communities: a multiple case study. *Journal of Information Technology*. 30 (4). 364–380.

Splichal, S. (2007). Does History Matter? Grasping the Idea of Public Service at Its Roots. u: Lowe, G.F. i Bardoel J. (ur.). *From Public Service Broadcasting to Public Service Media*. RIPE@2007.Göteborg: Nordicom. 237–256.

Splichal, S. i Dahlgren, P. (2016). Journalism between de-professionalisation and democratisation. *European Journal of Communication*. 31(1). 5–18.

Srnicek, N. (2017). *Platform Capitalism*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Starr, P. (2004). *The creation of the media: Political origins of modern communications*. New York: Basic Books.

Steinberg, M. (2019). *The Platform Economy. How Japan Transformed the Consumer Internet*, Minneapolis, London: University of Minnesota Press.

Steinmo, S. (2008). Historical institutionalism. U: Della Porta, D. i Keating, M. (ur.) *Approaches and Methodologies in Social Sciences – A Pluralistic Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press. 118 – 138.

Steinmo, S. i Thelen, K. (1992). Historical Institutionalism in Comparative Politics. U: Steinmo S, Thelen K, Longstreth F, (ur.) *Structuring Politics: Historical Institutionalism in Comparative Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press. 1-32.

Steensen, S. i Ahva, L. (2017). Introduction - Theories of Journalism in a Digital Age. An exploration and introduction, u: Steensen, S. i Ahva, L. (ur.) *Theories of Journalism in a Digital Age*. London i New York: Routledge. 1-18.

Steensen, S; Grøndahl Larsen, A.M; Hågvær, Y.B; i Kjos Fonn, B. (2019) What Does Digital Journalism Studies Look Like?. *Digital Journalism*. 7(3). 320-342.

Steensen, S. i Westlund, O. (2020). *What is Digital Journalism Studies?* London i New York: Routledge

- Stockmann, D. (2022). Tech companies and the public interest: the role of the state in governing social media platforms. *Information, Communication & Society*, Routledge. 1-15.
- Suzor, N. (2018). Digital Constitutionalism: Using the Rule of Law to Evaluate the Legitimacy of Governance by Platforms. *Social Media+Society* 4 (3): 1–11.
- Suzor, N. (2019). *Lawless. The Secret Rules That Govern Our Digital Lives*. UK: Cambridge University Press 2019.
- Svensson, J. i Klinger, U. (2014). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New Media & Society*. 1-17.
- Šporer, Ž. (1990). *Sociologija profesija: Ogled o društvenoj uvjetovanosti profesionalizacije*. Zagreb: Sociološko društvo Hrvatske.
- Tan, B; Pan, S. L; Lu, X. i Huang, L. (2015). The Role of IS Capabilities in the Development of Multi-Sided Platforms: The Digital Ecosystem Strategy of Alibaba.com. *Journal of the Association for Information Systems*. 16 (4). 248–280.
- Tenenboim-Weinblatt, K. i Neiger, M. (2017). Temporal affordances in the news. *Journalism*. 21 (5). 1-19.
- Theocharis, Y; Boulianne, S; Koc-Michalska, K. i Bimber, B. (2023). Platform affordances and political participation: how social media reshape political engagement. *West European Politics*. 46 (4).
- Tiwana, A; Konsynski, B. i Bush, A. A. (2010). Platform evolution: Coevolution of platform architecture, governance, and environmental dynamics. *Information Systems Research*. 21 (4). 675–687.
- Tiwana, A. (2014). *Platform Ecosystems: Aligning Architecture, Governance, and Strategy*. Morgan Kaufmann.
- Tofler, A. (1980). *Treći talas I i II*. Jugoslavija: Zenit.
- Touraine A. (1980). *Postindustrijsko društvo*. Zagreb: Globus.
- Trkulja, V. (2021). Overview of the most popular media business models. *Journalift*. <https://journalift.org/overview-of-the-most-popular-media-business-models/>
- Tumber, H. (2019). Journalism Studies. u: Vos, T.P i Hanusch, F. (ur.) *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. John Wiley & Sons, Inc.
- Tuchman, G. (1978). Professionalism as an Agent of Legitimation. *Journal of Communication*. 28(2). 106–113.
- Tyagi, K; Kamperman Sanders, A; Cauffman, C. (2024). *Digital Platforms, Competition Law, and Regulation*. US: Bloomsbury Publishing.

- Usher, N. (2016). *Interactive Journalism. Hackers, Data, and Code*. Urbana: University of Illinois Press.
- Vajdijanatan, S. (2018). *Antidruštvene mreže*. Beograd: Clio.
- Van Dijck, J. i Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*. 1 (1). 2-14.
- Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*. US: Oxford University Press.
- Van Dijck, J. (2014). Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology. *Surveillance & Society*. 12(2). 197-208.
- Van Dijck, J., Poell, T., De Wall, M. (2018). *The Platform Society. Public Values in a Connective World*, New York: Oxford University Press.
- Van Dijck, J. (2020). Governing digital societies: Private platforms, public values. *Computer Law & Security Review*, 36, 1-4.
- Van Dijck, J. i Lin, J. (2022). Deplatformization, platform governance and global geopolitics: Interview with José van Dijck. *Communication and the Public*. 7(2). 59–66.
- Van Dijck, J; De Winkel, T. i Schäfer, M.T. (2023). Deplatformization and the governance of the platform ecosystem. *New Media & Society*. 25(12) 3438–3454.
- Van Dijck, J (2024). Governing platforms and societies. *Platforms & Society*. 1. 1.
- Van Dijk, J. (2006). *Networked Society*, US: Sage Publications.
- Van Dijk, J. (2020). *The Digital Divide*. UK: Polity.
- Van Dijk, T. A. (1977). *Text and context. Explorations in the semantics and pragmatics of discourse*, London: Longman.
- Van Dijk, T. A. (1988). *News as Discourse*, Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and Context. A sociocognitive approach*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Van Dijk, T. A. (2014). *Discourse and Knowledge. A sociocognitive approach*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Van Der Haak, B; Parks, M; Castells, M. (2012). *The Future of Journalism: Networked Journalism. Rethinking Journalism in the Networked Digital Age*. *International Journal of Communication* 6. 2923–2938.
- Van Doorn, N. (2022). Platform capitalism's social contract. *Internet Policy Review*. 11(1).
- Visser, M. i Arnold, T.C. (2021). Recognition and Work in the Platform Economy: a Normative Reconstruction. *Philosophy of Management*, 21, 31–45.

Vos, T.P. (2015). Revisiting Gatekeeping Theory During a Time of Transition. u: Vos, T.P. i Heinderyckx, F. (ur.) *Gatekeeping in Transition*. London i New York: Routledge.

Vos, T. P. (2018). Journalism. u: Vos, T. P. (ur.). *Journalism*. Boston/Berlin: Walter de Gruyter Inc. 1-18.

Wasco, J. (2014). The study of the political economy of the media in the twenty-first century. *International Journal of Media & Cultural Politics*. 10 (3). 259–271.

Wasco, J; Murdock, G; Sousa, H. (2011). Introduction: The Political Economy of Communications: Core Concerns and Issues, u: Wasco, J; Murdock, G; Sousa, H. (ur.) *The Handbook of Political Economy of Communications*, USA, UK: Blackwell Publishing Ltd, 1-10.

Wasco, J. (2005). Studying the political economy of media and information. *Comunicação e Sociedade*. 7. 25-48.

Wahl-Jorgensen, K. i Hanitzsch, T. (2020). Journalism Studies: Developments, Challenges, and Future Directions. u: Wahl-Jorgensen, K. i Hanitzsch, T. (ur.) *The Handbook of Journalism Studies (Second Edition)*. New York i London: Routledge. 3-20.

Waisbord, S. (2013). *Reinventing Professionalism. Journalism and News in Global Perspective*. UK: Polity Press.

Webster, F. (2003). *The Information Society Reader*, New York i London: Routledge.

Webster, F. (2014). *Theories of the Information Society (Fourth Edition)*. New York i London: Routledge.

Weinthal, D.S. i O'Keefe, G. J. (1974). Professionalism among broadcast newsmen in an Urban area. *Journal of Broadcasting*. 18(2). 193-210.

Whipple, M. (2005). The Dewey-Lippmann Debate Today: Communication Distortions, Reflective Agency, and Participatory Democracy. *Sociological Theory*. 23(2). 156-178.

White, D. M. (1950). The Gatekeeper: A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*, 27(4), 383-391.

Wiard, V. (2019) News Ecology and News Ecosystems. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. US: Oxford University Press USA. 1-19.

Williams, R. i Edge, D. (1996). The social shaping of technology. *Research Policy* (25). 865-899.

Wiik, J. (2010). Journalism in Transition. *The Professional Identity of Swedish Journalists (Doctoral Thesis for PhD degree)*. Gothenburg: University of Gothenburg.

Winseck, D. (2011). The Political Economies of Media and the Transformation of the Global Media Industries. u: Winseck, D. i Jin, D.Y. (ur.) *The Political Economies of Media: The Transformation of the Global Media Industries*, London: Bloomsbury Academic, 3-49.

- Winseck, D. i Jin, D.Y. (2011). *The Political Economies of Media: The Transformation of the Global Media Industries*, London: Bloomsbury Academic.
- Witschge, T. i Nygren, G. (2009). Journalism: A Profession Under Pressure? *Journal of Media Business Studies*. 6(1). 37-59.
- Wu, T. (2019). Blind Spot: The Attention Economy and the Law. *Antitrust L. J.* 82. 771-806.
- Wu, S; Tandoc Jr, E.C; Salmon, C.T. (2019). When Journalism and Automation Intersect: Assessing the Influence of the Technological Field on Contemporary Newsrooms. *Journalism Practice*. 13. 1238-1254.
- Xu, X; Venkatesh, V; Tam, K. Y i Hong, S-J. (2010) Model of Migration and Use of Platforms: Role of Hierarchy, Current Generation, and Complementarities in Consumer Settings. *Management Science*. 56 (8). 1304–1323.
- Xue, C, Tian, W. i Zhao, X. (2020). The Literature Review of Platform Economy. *Scientific Programming*. 1-7.
- Yin, Q; Fu, Z. i Zheng. S. (2023). Meso News-Space in China: Peripheral News Production of Platform Journalism. *Digital Journalism*.
- Yoo, Y; Boland, R. J; Lyytinen, K. i Majchrzak, A. (2012). Organizing for Innovation in the Digitized World. *Organization Science*. 23 (5). 1398–1408.
- Zamith, R. i Braun, J.A. (2019). Technology and Journalism. u: Hanusch, F; Vos, T.P; Sehl, A; Dimitrakopoulou, D. i Geertsema-Sligh, M (ur.) *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. New York: JohnWiley & Sons, 1-7.
- Zelizer, B. (1993). Journalists as interpretive communities. u: *Critical Studies in Mass Communication*. 10(3). 219–237.
- Zelizer, B. (2004). *Taking journalism seriously: News and the Academy*. London: Sage
- Zelizer, B. (2009a). Journalism and the Academy. U: Wahl-Jorgensen, K. i Hanitzsch, T. (ur) *The Handbook of Journalism Studies*. New York and London: Routledge. 29-41.
- Zelizer, B. (2009b). Journalists as interpretive communities. *Critical Studies in Mass Communication*. 10(3). 219-237.
- Zelizer, B. (2012). On the shelf life of democracy in journalism scholarship. *Journalism*. 1-15.
- Zelizer, B. (2017). *What Journalism Could Be*. Cambridge i Malden: Polity Press.
- Zelizer, B. (2019). Why Journalism Is About More Than Digital Technology. *Digital Journalism*. 7(3). 343-350.
- Zeng, J. i Kaye, D.B.V. (2022). From content moderation to visibility moderation: A case study of platform governance on TikTok. *Policy & Internet*. 14. 79-95.
- Zhang, W. (2020). *The logic of platformization and News*. Doctoral thesis. Barcelona: Autonomus University of Barcelona.
- Zubof, Š. (2020). *Doba nadzornog kapitalizma*. Beograd: Clio.
- Zuckerberg, M (2019). Mark Zuckerberg: The Internet needs new rules. Let's start in these four areas. (Opinion). *The Washington Post*. Posjećeno: 17.10.2022. URL:

https://www.washingtonpost.com/opinions/mark-zuckerberg-the-internet-needs-new-rules-lets-start-in-these-four-areas/2019/03/29/9e6f0504-521a-11e9-a3f7-78b7525a8d5f_story.html

Zuckerman, E. (2021). Why study media ecosystems? u: *Information, Communication & Society*. 24:10, 1495-1513.

Snežana Bajčeta

Doktorske studije medija i komunikacija

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

Biografija

Snežana Bajčeta je rođena 1987. godine na Cetinju. Osnovnu školu i gimnaziju završila je u Budvi. Diplomirala je na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu, na odsjeku za novinarstvo i komunikologiju 2011. godine, sa prosječnom ocjenom 8.98, a diplomski rad pod nazivom „Uloga televizije u razvoju „nove politike““ odbranila je ocjenom 10. Master studije novinarstva završila je 2012. godine na istom fakultetu prosječnom ocjenom 10, odbranivši rad „Dokumentarna TV reportaža „Biljeg Živka Nikolića““ (ocjena 10). Doktorske studije medija i komunikacija na Fakultetu političkih nauka upisala je u školskoj 2023/2024 godini. Do sada je uspješno položila sve ispite i stekla uslove da prijavi doktorsku disertaciju pod nazivom „Platformizacija novinarstva u Republici Srbiji: strukturni preduslovi i izazovi za profesiju“, u konsultaciji sa mentorkom prof. dr Aleksandrom Krstić.

Oblasti njenog naučnog interesovanja su novinarske studije, platformske studije, uporedni medijski sistemi, mediji i demokratija. Članica je *ECREA European Communication*

Research and Education Association, kao i interdisciplinarnu istraživačku mrežu *OPINION* (CA21129 - *What are Opinions? Integrating Theory and Methods for Automatically Analyzing Opinionated Communication*).

Bila je polaznica međunarodnih doktorskih škola: ECREA European Media and Communication Doctoral Summer School (Španija); EuromediApp Winter School 'Quality of European news ecology, European Media and Platform Policy' – The Euromedia Research Group, Erasmus+ Programme of the European Union (Austrija); Spring School & Research conference on Comparative Media Systems, *100 Years of Media Systems in Southeast Europe – the legacy of Yugoslavia*, Inter-University Center u saradnji sa ECREA CEE Network (Hrvatska).

Od 2021. godine je angažovana kao saradnica u nastavi na Humanističkim studijama Univerziteta Donja Gorica u Podgorici (predmeti: Medijski sistemi, Javno mnjenje, Medijska istraživanja). Takođe, tokom 2013/2014 bila je saradnica u nastavi na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu (predmeti: Medijski sistem Srbije, Istraživačko novinarstvo, Radio novinarstvo).

Kao istraživačica i projektna koordinatorka učestvuje u međunarodnim naučnoistraživačkim projektima, primijenjenim istraživanjima u oblastima novinarstva i medija, kao i projektima usmjerenim na unapređenje javnih politika u oblastima medija i novinarstva koji se realizuju u saradnji sa međunarodnim organizacijama, akademskim institucijama i organizacijama civilnog društva (projekti sprovedeni uz podršku EU, SDC, UNICEF, OSF, FES, UN agencije,...). Takođe, učestvuje na međunarodnim akademskim i stručnim konferencijama (*ECREA Political Communication Section Interim Conference* Insbruk, (2025); *POINT Conference - Political Accountability and New Technologies*, Sarajevo (2024); *11th Biennial Conference of the SGEU*, Luiss University, Rim (2022), itd).

Od 2023. godine je zaposlena u SHARE Fondaciji u Beogradu, gdje sprovodi istraživačke i zagovaračke aktivnosti koje u fokusu imaju međudodnos digitalnih tehnologija i društva, uključujući oblasti evropskih digitalnih politika, digitalnih prava, i izazova medija u digitalnom okruženju na prostoru Zapadnog Balkana.

Prethodno je bila medijska istraživačica u Medijskom arhivu Ebart u Beogradu (2015-2021). Takođe, bila je savjetnica za komunikacije Tima za socijalno uključivanje i smanjenje siromaštva Vlade Republike Srbije (2019-2021). Kao projektna i medijska koordinatorka bila je radno angažovana u Mreži za afirmaciju nevladinog sektora – MANS u Podgorici (2018-2019). Takođe, bila je koordinatorka za komunikacije i istraživačica u SeConS grupi za razvojnu inicijativu u Beogradu (2016-2018). Radila je kao novinarka i usavršavala se u

oblasti dokumentaristike. Bila je jedna je od koordinatorki tima za Srbiju u okviru Globalnog projekta monitoringa medija „Ko pravi vijesti?“, koji sprovodi: World Association for Christian Communication (WACC)(2015, 2020).

Bibliografija

Bajčeta, S. (2025). "Evropski digitalni konstitucionalizam: ka normama slobodnog novinarstva na odgovornim platformama", *Politički život*, 28. Beograd: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu i Centar za demokratiju, str:7-23.

Bajić, M. i Bajčeta, S (ur.) (2025). *Digitalne hronike. Decenija slobode i represije na internetu u Srbiji*. Beograd: SHARE Fondacija.

Bajčeta, S. (ur.). (2024) *DSA, DMA, AIA and Western Balkans: Normative Foundation, Enforcement Mechanism and Institutional Framework*, Beograd: SHARE Fondacija.

Jarić, I; Balaban, D. and Bajčeta, S. (2022). (Mis)Use of Unnamed Sources in Media Reporting on Political Actors: The Role of the Media in the Populist Construction of the Enemies of the People. In: Dajč, H, Jarić, I. and Dobrovšak, Lj. (Eds.) *Contemporary Populism and Its Political Consequences. Discourses and Practices in Central and South-Eastern Europe*. ISBN 978-953-8404-16-0. Zagreb: Institute of Social Sciences Ivo Pilar. str: 203-212.

Milivojević, S; Ninković Slavnić, D. i Bajčeta, S. (2020). *Infornisanje u digitalnom okruženju*. Beograd: Centar za medije i medijska istraživanja (CMMI) Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu.

Bajčeta, S. (2018). Novinarstvo i sjećanje – prikaz knjige. U: *CM: Communication and Media* XIII (42), ISSN 2466-5452. str: 157-164.

Babović, M; Bajčeta, S; Veličković, K; Petrović, D; Stefanović S i Cvejić, S. (2017). *Da li Like-uješ protest?* ISBN 978-86-89515-10-7. Beograd: SeConS grupa za razvojnu inicijativu.

Bajčeta, S. (2015). Globalno istraživanje novinarstva – prikaz knjige. u: *CM: Časopis za upravljanje komuniciranjem* X (35), ISSN 1452-7405. str: 135-140.

Bajčeta S. i Milošević I. (2015). Etički i profesionalni aspekti izveštavanja na nacionalnim televizijama. U: Veljanovski, R. (ur.) *Indikatori profesionalnog/neprofesionalnog ponašanja novinara i medija: Mogućnosti za poboljšanje stanja*. ISBN 978-86-84031-90-9. Beograd: Fakultet političkih nauka. str: 57-69.

Bajčeta S. i Milošević I. (2014). Medijski sadržaj između javnog i vlastitog interesa: Analiza dnevnog lista Blic i televizije Pink. u: *Mediji i komunikacije* I (1), ISSN 2336-9981. str: 421-436.

Bajčeta, S. (2012). Al Jazeera kao akter u međunarodnom komuniciranju. U: *CM: Časopis za upravljanje komuniciranjem* VII (25), ISSN 1452-7405. str: 31-44.