

## KONCEPTUALIZACIJA ALTERNATIVNIH MEDIJEV: O POMENIH ALTERNATIVNEGA\*\*

*Povzetek. Besedilo se ukvarja z analizo pojmov, ki definirajo področje proučevanja alternativnih medijev. Pozornost je posvečena razmejitvi nekaterih najbolj uveljavljenih pojmov, kot so alternativni mediji, radikalni mediji in mediji družbenih gibanj ter mediji državljanov. Analiza vključuje tudi obravnavo manj uveljavljenih pojmov, in sicer avtonomni in taktični mediji. Namen obravnave je v opomenjanju alternativnega, v odpiranju prostora za proučevanje alternativnih medijev v uveljavljeni teoretski produkciji s področja medijev in komuniciranja. Besedilo se loteva področja, ki je v Sloveniji malo raziskano v teoriji kot tudi empirično, tako da ponudi konceptualno analizo alternativnih medijev in kritično refleksijo pojmovanja alternativnega. Obenem se besedilo sooča z argumenti, ki minimizirajo potencial alternativnih medijev, pokaže na nekatere omejitve alternativnih medijev in identificira teme, ki bi jih še veljalo upoštevati v raziskovanju s tega področja.*

*Ključni pojmi: alternativni mediji, radikalni mediji, mediji državljanov, skupnostni mediji, avtonomni mediji, taktični mediji*

### Uvod

Uveljavljene teorije s področja raziskovanja medijev in komuniciranja praviloma ne posvečajo posebne pozornosti obravnavi alternativnih in radikalnih medijev – oziroma je ta pozornost največkrat obrobna – pa čeprav se raziskave s tega področja pogosto spogledujejo s teorijami, ki so v medijskih študijah sicer dominantne. Marksistične analize na primer ponujajo prostor za tematizacijo alternativnih medijev kot kritike kapitalističnih procesov produkcije in prevladujočih ideologij. Gramscijev pojem hegemonije in Mattelartov premislek revolucionarnega tiska sta referenci za teoretizacijo radikalnih medijskih projektov in delavskega tiska, Habermasova

---

\* Dr. Mojca Pajnik, docentka na Fakulteti za družbene vede, Univerza v Ljubljani.

\*\* Izvirni znanstveni članek.

teorija javne sfere in komunikativnega delovanja pa je pogosto referenca za obravnavo medijev novih družbenih gibanj ali alternativnih javnosti. Demokratično komuniciranje, kot so ga na primer teoretizirali Dewey, Enzensberger, McQuail ali Williams, Bourdieujeva »uporniška kultura«, Traberjevo pojmovanje alternativnega novinarstva itd. so ideje, pogosto uporabljene za teoretiziranje alternativnih medijev.

Študijam alternativnih medijev se očita, da se spogledujejo z omenjenimi »starimi« teorijami in da nimajo za povedati nič bistveno novega. Takšni očitki ne upoštevajo, da alternativni mediji niso nekaj novega; za nove se jih prepozna, ker so bili v dominantnih teorijah spregledani in niso bili deležni analitične pozornosti. Problem torej ni v tem, da se teoretiki alternativnih medijev zgledujejo pri ustaljenih teorijah, ampak da interpretacije, ki jih ponujajo na podlagi teh teorij, niso (bile) prepoznane. Ključno je, da prepoznamo »starost« alternativnih medijev, na katero nas opozori Downingova (1984) zgodovinska analiza radikalnih medijev, karikature, stripa, pamfletov, zin kulture, delavskega in feminističnega tiska. Alternativni mediji sami po sebi torej niso novost, so pa relativno novo področje v polju uveljavljenega raziskovanja medijev in komuniciranja.

Tako kot alternativni mediji niso nekaj novega, tako niso novi poskusi njihove teoretizacije – ti so se vedno spogledovali z omenjenimi »starimi« idejami, povezanimi z demokratizacijo in politizacijo komuniciranja; so pa v zadnjem desetletju ti poskusi v porastu. Komunikološke in medijske študije, osredinjene na obravnavo množičnega komuniciranja, se z alternativnimi medijskimi projekti do nedavnega niso poglobljeno ukvarjale. Zagotovo je novo to, da postajajo študije alternativnih medijev prepoznavnejše, da se utrjujejo disciplinarno, da se (nekatero) univerze odpirajo za p(r)oučevanje alternativnih medijev, da je vse več empiričnih raziskav in znanstvenih revij, ki objavljajo s tega področja.<sup>1</sup> Novo je tudi to, da so nove informacijske in komunikacijske tehnologije (novi mediji) radikalno posegle v prakse (in teorije) alternativnih/radikalnih medijev.

Atton in Couldry (2003) v predgovoru tematske številke *Media, Culture & Society*, posvečene alternativnim medijem, navajata štiri strukturne razloge za razmah študij s tega področja: 1. pozna 90-ta leta so prinesla oživetev globalnega aktivizma, zlasti protiglobalizacijskih gibanj oziroma globalnega gibanja za socialno pravičnost, ki se razvija s pomočjo *nemainstream* medijske produkcije in na podlagi večje dostopnosti do novih tehnologij;

---

<sup>1</sup> Kljub temu nedavni poskus (iz leta 2008) skupine strokovnjakov, da bi ustanovili specializirano revijo, pri uveljavljenih mednarodnih založbah ni našel na pozitiven odziv, češ da to področje ni tržno zanimivo in da alternativne medije že obravnavajo nekatere obstoječe revije, kot so *New Media & Society*, *Media, Culture & Society*, *Journalism: Theory, Practice and Criticism*. Kljub Attonovi (2007: 1) optimistični napovedi, da do ustanovitve revije o alternativnih medijih ni več daleč, se je projekt vendarle pomaknil v prihodnost.

2. nekatere uveljavljene kritične tradicije v medijskih in kulturnih študijah (denimo vprašanje ideologije) so začele v 90-ih letih slabeti v ozračju metodološke negotovosti in partikularizmov; 3. prišlo je do devalvacije zahodnih modelov demokracije, depolitizacije in porasta neoliberalizma ter potrošništva; 4. nekatere globalne razvojne institucije so začele opozarjati na velik pomen izobraževalnega, socialnega in političnega opolnomočenja lokalnih skupnosti, v katerega da je smiselno investirati v prihodnje (Ibid.: 579-80). V 60-ih letih prejšnjega stoletja so konceptualizacije alternativnih medijev ponujale alternativne strategije institucionalnemu zapiranju množičnih medijev. Prinašale so tudi alternativo političnemu *mainstreamu*, ideologizaciji družbe in alternativo cenzuri. Danes, v času povečane koncentracije medijev na globalni ravni, premoči transnacionalnih korporacij, trendov komercializacije, komodifikacije informacij in kulture ter slabljenja javne sfere se ideje, ki jih ponujajo alternativni mediji za demokratizacijo komuniciranja in veljavnost civilne družbe, zdijo še toliko nujnejše. Avtorja (Ibid.) porast zanimanja za študije alternativnih medijev pripisujeta ravno dejstvu, da imajo alternativni mediji veliko povedati o teh spremembah, tako teoretično kot empirično.

Poskusov definiranja alternativnih medijev je veliko in običajno jim je skupna konceptualizacija medijev in komuniciranja v smeri participativne demokracije ter analiza vplivov alternativnega medijskega delovanja na spremembe družbenih procesov. Kompleksnost področja alternativnih medijev poleg številnih poskusov definiranja temeljnih izhodišč za proučevanje zaznamujejo tudi različni uporabljeni pojmi. Poleg alternativnih medijev so se uveljavili pojmi: radikalni mediji, mediji družbenih gibanj, mediji državljanov, skupnostni mediji, emancipatorni mediji, neodvisni mediji, participativni mediji, avtonomni mediji, taktični mediji, ki se pojavljajo bodisi za označevanje podobnega, tj. alternativnega v medijski produkciji in distribuciji, bodisi za vsebinsko razmejitev od ostalih pojmov (npr. specifičnost taktičnih medijev nasproti splošnejšemu pojmu alternativni mediji). Širok je tudi razpon medijskih form in vključuje časopise, revije, radio, televizijo, spletne strani, pamflete, posterje, karikature, fanzine, grafite, ulično umetnost, pesem in glasbo, neodvisno založništvo in video produkcijo.

V tem besedilu bomo razmejili najbolj uveljavljene pojme: alternativni mediji (Atton, 2002), radikalni mediji in mediji družbenih gibanj (Downing, 1984, 2001) ter mediji državljanov (Rodríguez, 2001). Obravnavali bomo tudi avtonomne in taktične medije (Lovink in Garcia, 1997; Waltz, 2001), ki so v teoretski produkciji bolj zapostavljeni. Namen obravnave je v opomenjanju alternativnega z upoštevanjem, da se posamezna pojmovanja med seboj bolj ali manj povezujejo. Konceptualizacije alternativnih medijev imajo denimo veliko skupnega s pojmovanjem radikalnih (alternativnih) medijev, medtem ko razumevanja skupnostnih medijev, še bolj pa avtonomnih

in taktičnih medijev temeljijo na skepsi do pojma alternativno. Besedilo se loteva področja, ki je v Sloveniji malo raziskano, tako da ponudi konceptualno analizo alternativnih medijev. Obenem je pozornost posvečena razpravi o pomenih alternativnega. Besedilo se kritično sooča z argumenti, ki minimizirajo potencial alternativnih medijev. Pokaže tudi na nekatere omejitve alternativnih medijev in identificira teme oziroma poglede, ki bi jih v prihodnje veljalo v večji meri upoštevati v raziskovanju s tega področja.

## Alternativni mediji

Pri opredelitvi alternativnih medijev je bistveno upoštevati, da nastajajo zunaj uveljavljenih medijskih institucij in mrež ter da jih praviloma ne ustvarjajo profesionalni novinarji, ampak angažirani državljani, člani skupnosti, predstavniki manjšin, aktivisti družbenih gibanj oziroma t. i. amaterji-novinarji, običajno s pičlimi ali nikakršnimi profesionalnimi novinarskimi izkušnjami. Velik delež alternativne medijske produkcije se usmerja v zadovoljevanje interesov in potreb marginaliziranih skupin. Te imajo otežen dostop do množičnih medijev, ki interese »šibkih javnosti« običajno zaobidejo ali jih predstavijo kot obrobne – gre za vsebine, ki ne prinašajo političnih točk ali profita. Ker ponujajo prostor za uveljavljanje alternativnih vsebin, je v alternativnih medijskih projektih alternativna tudi njihova organizacija, ki je praviloma nehierarhična, kolektivistično-demokratska in nekomercialna. S takšno orientacijo se alternativni mediji upirajo institucionalizaciji in poskušajo ohraniti neodvisnost od trga (Atton, 2007: 2; Atton, 2002). Alternativni mediji se upirajo marginalizaciji ali demonizaciji »šibkih javnosti«, predstavljajo mnenja, ki niso tako množična v primerjavi s tistimi, ki jih popularizirajo množični mediji, predstavljajo drugačen pogled na stvari v primerjavi z najpogosteje predstavljenim. Kritični so do izpuščanja politično ali ekonomsko nerentabilnih vsebin iz agende množičnih medijev, osredinjajo se tudi na problematiziranje dominantne medijske produkcije in opozarjajo na njeno premoč. Njihova pomembna značilnost je tudi, da ekspresivno zagovarjajo družbene spremembe oziroma si prizadevajo za družbene in politične reforme (Haas, 2004: 115) ter jih obenem zanimajo »informacije za delovanje« in ne »informacije za potrošnjo« (Waltz, 2005: 2).

Med definicijami alternativnega tiska Atton (2002: 12) navaja britansko *Royal Commission on the Press*, ki leta 1977 določi, da alternativne publikacije: 1. posvečajo pozornost mnenjem manjšine; 2. izražajo (marginalizirana) mnenja, ki so nasprotna splošno sprejetim družbenim normam; 3. predstavljajo mnenja, ki v *mainstream* medijih nimajo mesta ali pa je le-to omejeno. Po kriterijih *Comedie* (1984: 95) je za alternativne medije značilno, da: 1. niso del *establišmenta*; 2. ne gre za kapitalistični sistem produkcije,

ampak je ta demokratični, kolektivistični; 3. ne gre za *mainstream* ali za konvencionalen pogled na stvari, ampak za zavezo k inovativnosti in eksperimentalnosti pri vsebini in obliki ter da gre obenem za zavzemanje za družbene spremembe.

Odmevni mednarodni katalog knjig, pamfletov in avdiovizualnega materiala *Alternatives in Print* (1980) izdajatelje, ki jih uvrstijo na svojo stran, presojuje po treh merilih: 1. izdajatelj mora biti nekomercialni, dokazati mora, da mu gre v glavnem za ideje in ne za profit – ideje so primarna motivacija za izdajanje; 2. vsebina se mora osredinjati na družbeno odgovornost in kreativnost izražanja oziroma na kombinacijo obojega (na primer promocija trajnostnega razvoja, lokalnih skupnosti in lokalne demokracije nasproti globalizacijskim trendom koncentracije politične in ekonomske moči vlad in korporacij); 3. izdajatelj se mora sam definirati za alternativnega založnika (Atton, 2002: 13). Veljavnost omenjenih meril se v kontekstu razvoja medijev spreminja. Atton (Ibid.) problematizira predvsem njihovo ohlapnost, tudi v luči novih razvojnih trendov, ko se denimo komercialno usmerjeni založniki deklarirajo za alternativne, ker alternativno postaja marketinški trik za pridobivanje profita. Ozkost omenjenih meril se kaže tudi v tem, da ne prepoznajo alternativnih vsebin, ki jih objavljajo veliki založniki, da s skrbjo zgolj za načela tiskanja, ne iščejo obetavnih avtorjev, ali da se izognejo željam občinstva oziroma delujejo ne glede na interese občinstva (Abel, 1997).

Kljub zlorabam alternativnega v marketinške namene ostaja ključni kriterij za vrednotenje alternativnih medijev njihov prispevek k odgovornemu medijskemu delovanju. Ključno za presojanje alternativne medijske vsebine je upoštevanje izhodišča, motivacije za nastanek radikalnega novinarskega besedila. Traber izpostavlja, da se alternativni mediji zavzemajo za družbene, kulturne in ekonomske spremembe, v katerih posameznik ni reduciran na objekt medijev ali političnih elit; gre za ustvarjanje okolščin, ko se posameznik lahko izpolni kot človeško bitje. Avtor poudari, da alternativni mediji za razliko od *mainstream* medijske produkcije izpostavijo navadnega človeka, ne predstavnika elite, ampak delavca, delavko, pripadnika marginalizirane skupine, žensko in otroka. Njihova participativnost je v tem, da navadnega človeka vključijo v produkcijski proces in ne vztrajajo pri njegovi reprezentaciji (Traber v Atton, 2002).

Za razumevanje alternativnih, radikalnih medijev ali medijev državljanov je bistveno prepoznati, da niso omejeni na reakcionarnost, ampak so usmerjeni v produkcijo alternativnih vsebin (pravice manjšin, skrb za okolje, globalne neenakosti), novih medijskih form (fanzini, video, hibridne forme elektronske komunikacije) in alternativnih novinarskih praks (na primer načelo odgovornosti namesto načela nepristranskosti v novinarskem delu). Pri definiranju alternativnega ne gre zgolj za *nemainstream*, za slepo ali idealistično upornišvo množičnim medijem, kar se alternativnim

medijem pogosto očita, ampak za drugačno prakticiranje novinarstva, ki ga velja obravnavati na sebi in ne nujno v odnosu do profesionalnega novinarstva, kot ga prakticirajo množični mediji. Tako se zdi, da več obetajo študije (oziroma da več prispevajo k teoriji alternativnih medijev), ki raziskujejo potenciale v praksah alternativnega novinarstva, kot tiste, ki alternativne medije postavljajo ob bok množičnim medijem ter ugotavljajo njihovo relativno šibkost, fragmentiranost, nezmožnost ponuditi nekaj resnično novega in tudi njihovo nedemokracičnost.

Bailey et al. (2008) definirajo štiri pristope k proučevanju alternativnih medijev: 1. mediji, ki služijo interesom skupnosti; 2. mediji, ki prinašajo alternativo *mainstream* medijem; 3. mediji, ki aktivno prispevajo k civilni družbi; 4. mediji kot rizom (Ibid.: 3–34). Avtorji se pri opredeljevanju pristopov poslužujejo »starih« teorij. Alternativne medije definirajo na precepu »starega« in »novega«; upoštevajo, da gre pri alternativnih medijih za »odnos med kontinuiteto in spremembo« (Silverstone, 1999: 10). Pri opredelitvi alternativnih medijev kot medijev skupnosti (1) se avtorji sklicujejo na Tönniesovo teorijo skupnosti in družbe, medtem ko alternativno definirajo v nasprotju z *mainstreamom* (2) s pomočjo Gramscijeve hegemonije, Hallove reprezentacije in boja za prevlado pomenov ter Foucaultovega pojmovanja moči. Alternativne medije tematizirajo v kontekstu civilne družbe (3) s sklicevanjem na Hegla, Marxa, Gramscija in Habermasa, rizomatičnost alternativnih medijev (4) pa definirajo s pomočjo Deleuzejeve in Guattarijeve metafore rizoma kot spleta, ki mu ne moremo določiti središča (povezava s kratkotrajnostjo, minljivostjo alternativnih medijev).

Glavni pomen alternativnih medijev, ki služijo skupnosti (1), je, da prispevajo k opolnomočenju skupnosti; omogočajo participacijo članov skupnosti; ustvarjajo situacijo, ko o temah, relevantnih za skupnost, razpravljajo člani skupnosti; odpirajo komunikacijske kanale za stigmatizirane družbene skupine. Kot alternativa *mainstream* medijem (2) alternativni mediji prinašajo horizontalno, nehierarhično organizacijo medijev; ustvarjajo protihegemonične reprezentacije; spodbujajo načelo samoreprezentacije; eksperimentirajo z različnostjo formatov in žanrov. Pomembnost alternativnih medijev kot civilnodružbenih akterjev (3) je v tem, da z vključevanjem civilne družbe prispevajo k demokratizaciji medijev ter da demokratizacijo skozi medije spodbujajo s participacijo v javnih razpravah in z možnostjo za samoreprezentacijo v javni sferi. Rizomatičnost alternativnih medijev (4) pa omogoča ohranjanje njihove neodvisnosti (Bailey et al., 2008).

## Radikalni mediji in mediji družbenih gibanj

Knjiga Johna Downinga *Radical Media: The Political Experience of Alternative Communication* iz leta 1984 velja za prelomno v pojmovanju

radikalnih medijev. Izhodišče Downingove obravnave je definicija radikalnih medijev kot potencialnih akterjev za družbene in politične spremembe, kjer ne gre toliko za individualno akcijo, ampak za kolektivni angažma, ki kritično pretresa neenaka družbena razmerja. Radikalni mediji udeležujejo javno sfero kot prostor, kjer oblikovalci medijev in medijsko občinstvo komunicirajo horizontalno. Ti mediji naslavljajo relevantna vprašanja skupnosti in niso primarno platforma za predstavitev izdelkov, namenjenih potrošnji. Njihov potencial je v tem, da služijo interesu javnosti in ne oglaševalcem ali političnim elitam.

V revidirani izdaji iz leta 2001 *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements* avtor izostri pomen kolektivne medijske akcije z zgodovinsko obravnavo komunikativnega delovanja družbenih gibanj (politična karikatura v VB v 18. in 19. stoletju, politična satira v 19. in 20. stoletju v Nemčiji ali nemški delavski tisk iz 30-ih let 20. stoletja, afriški festivali, kultura *flajerjev*, fotomontaže, *muralov* in političnih grafitov v Južni Ameriki, radikalno gledališče v VB, performativna umetnost, svobodne radijske postaje v Franciji in Italiji v 70-ih letih, mediji migrantov idr.). Downing izpostavi, da radikalni mediji niso radikalni zgolj po svoji vsebini, ampak tudi po formi in načinu delovanja. »Uporniško komuniciranje« (*rebellious communication*) ne prevprašuje družbenega statusa quo zgolj z novicami in komentarji, ampak tudi s kritiko produkcije oziroma z ustvarjanjem alternativnih medijskih form.

Downingova teorija radikalnih medijev vzpostavlja dialog tako z idejo demokratičnega komuniciranja (Williams, Schudson, Habermas, Fiske, Bobbio), razrednega boja (Marx), revolucionarnega komuniciranja (Mattelart & Siegelau), protihegemoničnega boja (Gramsci), s praksami družbenih gibanj (Touraine) in alternativne javne sfere (Fraser), kakor tudi z anarhistično filozofijo (Bakhtin, Freire, Holloway), empirično pa je utemeljena z analizo radikalnih medijskih vsebin in form skozi zgodovino, še posebej radikalnega socialističnega tiska. Radikalni mediji so za Downinga povezani z inovativnim (demokratičnim) medijskim odzivom na neenakosti, zatiranja in prevladujočo logiko ekonomskega razvoja. Avtor ne vztraja pri množičnosti in organiziranosti delovanja, ampak, nasprotno, pozitivno vrednoti multiple alternativne javne sfere, ki, čepravčasne in relativno ozkega dosega, problematizirajo družbene realnosti. Organizacija radikalnega medijskega delovanja, forme in vsebine ima za Downinga prednost pred številčnostjo (množičnostjo) besed ali podatkov o (množičnosti) cirkulacije. Za radikalne medije je po Downingu ključno, da: 1. kot multiple alternativne javne sfere producirajo različna mnenja o družbenih neenakostih; 2. niso in ne smejo postati orodje političnih elit; 3. privilegirajo gibanja pred institucijami, s kreativnim in družbeno odgovornim delovanjem; 4. organizacija radikalnih medijev temelji na principih političnega delovanja in za predrukačenje politike (*prefigurativna politika*) (Downing, 1984: 17).

Radikalni mediji se od alternativnih načeloma razlikujejo po tem, da so povezani z organiziranim delovanjem družbenih gibanj oziroma da predpostavljajo zavezo h kolektivni akciji. To pa ni nujno pogoj alternativnega medijskega delovanja, ki je splošnejša oznaka za inovativno v medijski vsebini in produkciji. Kljub sicer prepoznavni ločnici sta pojma vendarle bolj povezana, kot je morda videti na prvi pogled. Downing sicer pravi, da je pojem alternativen postal skorajda oksimoron, češ da je nekaj vedno alternativa nečemu drugemu in da zato preferira pojem radikalni mediji (Downing, 2001: ix). Obenem pojem radikalni mediji uporablja izmenično s pojmom radikalni alternativni mediji (Downing, 2001), pri čemer ohranja povezavo z delovanjem družbenih gibanj, v nekaterih novejših tekstih pa avtor uporablja tudi pojem alternativni mediji (Downing, 2003; Pajnik in Downing, 2008). V analizi občinstva denimo pravi, da uporablja širšo definicijo alternativnih medijev in da se pri tem osredinja na »politično radikalno« (Downing, 2003: 625). Težava z uporabo pojma alternativni mediji je po avtorjevem mnenju v tem, da kar kliče po primerjavi z *mainstream* mediji, kar alternativne medije potiska v razmerje, v katerem vedno po nepotrebem podležejo kritikam (Ibid.).

## Mediji državljanov in skupnostni mediji

Teorija medijev državljanov je zaznamovala področje raziskovanja alternativnih medijev z izidom knjige Clemencie Rodríguez *Fissures in the Mediascape: An International Study of Citizens' Media* (2001). Avtorica, podobno kot Downing v tematizaciji radikalnih medijev, poudarja, da mediji državljanov omogočajo opolnomočenje navadnih ljudi, ki z novimi znanji in praksami učinkoviteje prezentirajo sami sebe in skupnosti, v katerih živijo. Tudi mediji državljanov niso primarno *nemainstream* mediji; njihova inovativnost je v produkciji novih moči, v participaciji, ki prinaša aktivno odločanje o identitetah, družbenem okolju oziroma življenju v skupnosti. Teorija medijev državljanov gradi zlasti na idejah radikalne demokracije (Mouffe) in kritične pedagogike (Freire), ki so avtorici v pomoč pri definiranju medijev državljanov kot prakse samoizobraževanja.

Rodríguez je kritična do pojma alternativni mediji in predlaga zamenjavo s pojmom mediji državljanov. Podobno kot Downing vidi avtorica (Rodríguez, 2001: 12–3) nevarnost, da alternativnih medijev skorajda ni mogoče obravnavati samih na sebi, češ da pojem predpostavlja nujno kontrastiranje z *mainstream* mediji. To pa je lahko ovira za prepoznavanje sprememb, ki jih ti mediji generirajo. Študije s področja medijev so predolgo analizirale alternativne medije z gledišča, kaj alternativni mediji niso, namesto da bi obravnavale, kaj so in kaj prinašajo. Takšna analitična strategija prinaša ujetost v opozicionalno mišljenje in reprodukcijo binarnih



kategorij, čemur se želi Rodríguez izogniti z obravnavo medijev državljanov na sebi.

Mediji državljanov umestijo študije alternativnih medijev na področje državljanstva, čeprav ta povezava še ni bila predmet podrobnejših analiz. Rodríguez izpostavlja, da pomeni prakticiranje medijev državljanov udeležanje državljanstva kot prakse oziroma delovanje državljanov kot kolektivitete. Mediji državljanov prinašajo: 1. intervenco v ustaljene medijske krajine; 2. prevračanje družbenih kod, uveljavljenih identitet in institucionaliziranih družbenih odnosov; 3. opolnomočenje skupnosti in njeno transformacijo (Ibid.: 20). Ker avtorica pojem povezuje z delovanjem državljanov kot članov skupnosti, se mediji državljanov kažejo tudi kot skupnostni mediji (*community media*), čeprav se zdi, da pojem državljanstva za razliko od skupnosti pušča več prostora za tematizacijo komunikativnega delovanja kot državljanske prakse. Podobno kot mediji državljanov tudi skupnostni mediji (skupnostni radio, televizija ali elektronske skupnostne mreže) povezujejo člane nekega lokalnega okolja, spodbujajo njihovo izražanje in participacijo v javnem razpravljanju, prispevajo k socialnemu in političnemu opolnomočenju skupnosti in se usmerjajo k »geografsko situiranim občinstvom« (Jankowski, 2003: 7–8). Podobno kot radikalne medije tudi skupnostne medije pogosto ustvarjajo marginalizirani državljani in uporniške skupine (Ibid.: 7). Pojemovne ločnice so torej tudi v primeru medijev državljanov deloma zabrisane, k čemur prispeva tudi odmevna mreža *OURmedia/ NUESTROS Medios*, ki so jo leta 2001 ustanovili Rodríguez, Downing in Coudry, in ki pokriva široko področje tako alternativnih, radikalnih kot tudi skupnostnih medijev.

## Avtonomni in taktični mediji

Poskusi podrobnejšega definiranja avtonomnih, kakor tudi taktičnih medijev so, z nekaterimi izjemami (Hadl in Jo, 2008),<sup>2</sup> redki. Obravnave avtonomnih medijev večinoma slonijo na teorijah socialnega anarhizma, marksizma, radikalnega feminizma in se zgledujejo po gibanju Zapatistov ter drugih globalnih gibanjih za socialno pravičnost. Spogledujejo se z radikalnimi mediji, ki jih še bolj radikalizirajo (Ibid.: 86), ter z avtonomizmom, političnim gibanjem iz 60-ih let v Italiji, in sicer z Guattarijem in Negrijem kot vidnejšima predstavnikoma. Po teoriji avtonomnih medijev je razvoj novih tehnologij oslabil delavsko gibanje, ki ga je v odgovor na tehnološki razvoj treba izobraziti in mobilizirati za uporabo tehnologij v družbenih

<sup>2</sup> Avtorja definirata tri pristope k proučevanju alternativnih medijev v angleški literaturi, tj. pristopi, ki uporabljajo: 1. skupnostne medije in alternativne medije; 2. avtonomne, taktične medije in medije civilne družbe; 3. novejšje pristope k proučevanju *OURMedia* (Hadl in Jo, 2008: 83–102).

bojih. Med vidnejšimi novodobnimi avtonomnimi mediji se omenja svetovna mreža *Indymedia*, ki je, manj v teoretskih kot v empiričnih obravnavah deležna veliko pozornosti. Pogosti primeri avtonomnih medijev so tudi prakse kulturnega blokiranja (*culture jamming*), ulični časopisi, piratske radijske postaje idr.

Protagonisti avtonomnih medijev (Deleuze, Guattari) pogosto zavračajo konceptualizacijo alternativnega (pri tem pa ne zavračajo same dihotomije *mainstream*/alternativno) in poudarjajo, da avtonomni mediji niso samo nekomercialni in *nemainstream*, ampak so tudi protikomercialni, *protimainstream* in protivladni. Pojem avtonomni mediji na novo definira marginalno, okvirja ga kot novi *mainstream* (Hadl in Jo, 2008: 88). Avtonomistični pristop izhaja iz razumevanja skupnega kot prostora, s katerim najbolj upravljajo tisti, ki ga uporabljajo. Prostor medijskega delovanja je tisti prostor, ki ga »živijo« njegovi ustvarjalci in uporabniki. Po avtonomističnem pristopu je internet preširok prostor, preveč uporabljen in izrabljen (*overused*). »The commons« je, nasprotno, možen v marginalni medijski produkciji, denimo v primeru organizacije piratskega radia.

Kritike izpostavljajo, da teorija avtonomnih medijev ne posveča dovolj pozornosti dejstvu, da se patriarhalne strukture, neenaka razmerja moči ne končajo pred vrati avtonomnih medijev in da se reproducirajo tudi znotraj njih. Očitek je, da je separacija od večinskega preveč radikalna, češ da takšna drža sama po sebi ne prinaša sprememb oziroma ni zagotovilo za drugačne relacije znotraj avtonomnih medijev (na primer kritika, da piratski radio enako poustvarja delitev dela po patriarhalnih vzorcih). Med argumenti, ki problematizirajo ozkost avtonomnih medijev, je prepoznati tudi opozorila na nevarnost politične izolacije in politične irelevantnosti ter nezmožnost teoretizacije širših prizadevanj k medijski demokratizaciji.

Razprave o pomenu in delovanju taktičnih medijev so dobile bolj strukturirano obliko konec 90-ih let z abecedarijem Garcie in Lovinka (1997). Teorije s tega področja se sicer spogledujejo s situacionisti, z Debordovo družbo spektakla, z idejo prakticiranja politike skozi na videz trivialna dejanja in popularno kulturo (Waltz, 2005) oziroma s praksami kot je estetizacija politike (kulturno blokiranje, grafiti). Za prelomne dogodke v opomenjanju taktičnih medijev šteje serija festivalov *Next 5 Minutes* (N5M), ki so se zgodili v obdobju 1993–2003 v Amsterdamu in so začrtali pragmatistično politiko nizozemskega *squat* gibanja. Organizatorji N5M definirajo taktične medije kot kritično uporabo medijev za doseganje nekomercialnih ciljev in za spodbujanje potencialno subverzivnih političnih tem (CAE, 2001: 5). Pomemben prispevek v teoriji in empiriji k opredelitvi taktičnih medijev imata delovanje Critical Art Ensemble (CAE) in indijske organizacije Sarai, ki je taktične medije definirala zunaj anglo-ameriške perspektive ter jih opredelila kot kritične kulturno-umetniške prakse, ki odpirajo javni prostor, kot

antagonistično, parazitsko in heterogeno prakticiranje medijev (Hadl in Jo, 2008: 90). CAE definira taktične medije kot situacionistične, kratkotrajne in samoukinitvene medijske akcije. Taktični mediji so oblika »digitalnega intervencionizma«, ki izziva dominantni semiotični režim, prinaša intervenco v prostor avtoritarne kulture tako, da omogoča nove poglede in nova razumevanja obstoječega sistema (CAE, 2001: 8). Med prakse taktičnih medijev štejejo denimo različne umetniške akcije, hektivizem, kulturno blokiranje, strategije smešenja. Primer je denimo spletna stran GWBush.com, sicer imitacija uradne Busheve strani, kjer nekdanji ameriški predsednik obljublja javnosti, da se bo opravičil za vojno v Iraku. Drugi znani primer taktičnega medija je film *The Yes Man*, ki prikazuje delovanje antikorporativističnih aktivistov pri imitiranju spletne strani korporacij, denimo Svetovne trgovinske organizacije. Film prikazuje, kako obiskovalci ne opazijo, da je spletna stran parodija, in njene avtorje vabijo na konference, kjer govorijo v imenu korporacij. Ti se odzovejo in obiskovalce šokirajo s satirami na temo neenakosti na globalnem trgu.

Taktično je definirano v nasprotju s strateškim. Pomeni odsotnost jasnosti, čistosti, finančne rentabilnosti. Taktični mediji se zoperstavljajo ozkim, konvencionalnim pogledom s smešenjem, ironijo, humorjem in zabavo. Nekateri protagonisti taktičnih medijev zavračajo alternativne medije, češ da so tako resni in *mainstream* kot sami *mainstream* mediji; da so vzvodi delovanja obojih podobni. Kritični pogledi problematizirajo pogosto politično nejasnost taktičnih medijev, njihovo evrocentričnost in obsedenost s tehnologijo. Očitajo jim tudi elitizem in uporabo obrabljenih strategij, na primer kulturno blokiranje, ki jih uporabljajo marketinška podjetja. Podobno kot avtonomnim medijem se jim očita zanemarjanje razredne in spolne neenakosti, kot tudi heroiziranje posameznikov (aktivist, heker ipd.).

### Alternativno v alternativnih medijih

Raziskavam alternativnih medijev se v kontekstu domnevne novosti teh medijev pogosto očita odsotnost teorije. Kritike običajno ne ločijo novih od alternativnih medijev (radikalnih medijev, medijev novih družbenih gibanj ali državljskih medijev) oziroma ne upoštevajo zgodovinskih in konceptualnih specifik. Z razvojem novih IKT so se razmahnile študije s področja novih medijev. Pojem novi mediji se je konec 80-ih let najprej začel pojavljati kot sinonim za IKT; poudarjalo se je tehnološke zmožnosti medija kot specifične nove tehnologije, konceptualne obravnave novih medijev in obravnave novih medijskih praks so se pojavile pozneje, sredi 90-ih let. Različne pojavne oblike alternativnih medijev skozi zgodovino kažejo, da to niso primarno novi mediji, kljub temu, da razmah študijskega področja alternativnih medijev sovpadel z razvojem IKT. Alternativni mediji torej niso

primarno povezani, tako kot novi mediji, s pojavom interneta ali mobilnega telefona. Pamfleti, karikature, stripi, satira, revolucionarni tisk ipd. niso izum novih tehnologij. Prva razlika med novimi in alternativnimi mediji je torej v njihovi različni časovni umeščenosti: nove medije povezujemo z razvojem IKT v 80-ih letih prejšnjega stoletja, medtem ko umeščamo prve pojavne oblike radikalnih medijev v 16., 17., še posebej pa v 18. in 19. stoletje (Downing, 1984). Prva razlika pogojuje drugo: medtem ko nove medije povezujemo z najrazličnejšimi uporabniškimi praksami, ki jih je prinesel razvoj IKT, vključno s potrošništvom, uporabo za zabavo, klepetanjem, igranjem, druženjem ali z vzpostavljanjem socialnih omrežij, radikalne medije povezujemo s političnim delovanjem, z delovanjem za nenasilje in proti izključevanju. Razlika z novimi mediji, torej »starost« alternativnih medijev in njihova vsebinska specifičnost v primerjavi z novimi mediji, sta bistveni za razumevanje alternativnih medijev. V kritikah alternativnih medijev se ta pomembna razlika izgubi; očitek o odsotnosti teorije na področju novih medijev postane očitek o odsotnosti teorije alternativnih medijev.

Med pogostimi kritikami medijev, ki uporabljajo nove tehnologije, vključno z alternativnimi mediji, je kritika, da se javna sfera pod vplivom novih tehnologij razkrajaja zaradi konvergence vsebin: novi mediji ponujajo veliko število podobnih vsebin in povečajo možnost njihove izbire, ko ta ni več vezana na fizično prisotnost ali časovne smernice. Vse več ljudi uporablja iste vsebine ob istem času, posameznik lahko prilagaja porabo vsebin lastnim potrebam. Paradoks povečane dostopnosti in manjše odvisnosti od specifične medijske distribucije (časopisi) pa je v tem, da morajo posamezniki sprejemati več odločitev, pričakuje se več predhodnega znanja in večja angažiranost za osmišljanje komunikacije (Rice, 1999: 29). Pričakovanja, da so ljudje željni interaktivnosti in večje izbire, so pogosto pretirana. Vse več je posameznikov, ki nimajo želje, znanja ali možnosti za aktivni angažma v komuniciranju z uporabo tehnologij. Poleg tega lahko spreminjanje ustaljenih programskih medijskih shem na račun povečevanja interaktivnih programov vodi v negotovost, zmedo in izgubo skupnih pomenov. Medtem ko se lahko bolj ali manj strinjamo z uredniško politiko nekega časopisa ali njegovo ideološko orientiranostjo, ta še vedno ponuja informacije v skladu s prepoznavnimi profesionalnimi standardi; bralci vsebine razmeroma brez težav povezujejo s ponudnikom teh vsebin in se z njim bolj ali manj identificirajo. Nasprotno anonimni internetni forumi, diskusijske liste ali klepetalnice, preplavljene s fabriciranimi identitetami, ne omogočajo odgovornega komuniciranja in težko ponudijo kredibilnost (Ibid.: 28–9).

Nekatere ideje o demokratizaciji komuniciranja iz 90. let prejšnjega stoletja interpretirajo politiko širjenja možnosti porabe IKT kot udejanjanje demokracije same na sebi, čeprav dejstvo samega tehnološkega mreženja še ne prispeva k bolj demokratičnemu pojmovanju javne sfere. Sama

pojavnost IKT še ne pomeni njihove demokratičnosti ali enakopravnosti dostopa. Kljub porastu uporabe tehnologij se ohranja prepad med t.i. razvitim in nerazvitim svetom, demokratizacija običajno zaobide revnejše predele sveta, medtem ko se neenakosti v medijih reproducirajo s stratifikacijo na podlagi razreda, spola in etničnosti (Pajnik, 2007: 40). Nove tehnologije širijo možnosti potrošnje medijev, medtem ko neenak dostop do medijev, diskriminacija na podlagi osebnih okoliščin, pomanjkanje tehničnih znanj k medijski produkciji pripuščajo le majhno skupino medijskih producentov (McChesney, 1999).

Nekateri (Hamilton, 2000: 358) tovrstne analize, tipične za kritični premislek novih medijev, aplicirajo na alternativne medije in ugotavljajo, da so ti mediji dolgo kritizirali trende neenakosti, da pa so se sami ujeli v isto past. Na eni strani poskušajo alternativni mediji spremeniti komercialni medijski sistem, na drugi strani pa ga reproducirajo z uporabo strategij, tipičnih za medije množičnega komuniciranja, ki omejujejo participacijo državljanov na pičlo manjšino (Ibid.). Med kritikami se pojavlja tudi argument o nesmiselnosti vztrajanja alternativnih medijev pri uporništvi in apriorni opoziciji ne glede na okoliščine, kakor tudi očitek o njihovem relativno šibkem vplivu na življenje večine državljanov oziroma se jim očita nemožnost ali neuspešnost mobilizacije širšega kroga ljudi (Ibid.).

Med možnimi izhodi iz »krize« alternativnih medijev se ponuja njihov premislek za v prihodnje, češ da bo morda šele konsolidacija družbenih gibanj in alternativnih medijev enkrat v prihodnosti uspela ponuditi zadovoljivo alternativo strukturam dominantnega neoliberalnega režima, ki prežema sfero medijev, tudi alternativnih. Kot drugi izhod se predstavlja rekonceptualizacija alternativnih medijev, da bodo ti omogočali večjo participacijo in da ne bodo obtičali v vlogi zgolj kritičnega ogledala množičnih medijev. Za to je, kot pravi Hamilton, treba predlagati teorijo alternativnih medijev »drugega tipa« (Ibid.: 361). Ni jasno, kakšen naj bo ta tip kritike, prav tako ni povsem jasna domnevna šibkost obstoječih teorij oziroma so argumenti, ki jih te teorije ponujajo, spregledani.

Tovrstne kritike so zgrajene na več predpostavkah, ki ne ponujajo jasnega odgovora, zakaj obstoječe strategije alternativnih medijev niso prave, predvsem pa, kaj bi bile »prave« strategije. Vprašanje je, ali obstoječe teorije – nekaj smo jih našli v uvodu – na katere se sklicujejo teoretiki alternativnih medijev, res ne morejo ponuditi »pravih« okvirov, zakaj je temu tako in kakšna naj bo »prava«/»nova« alternativna teorija. Argument, da lahko pravo kritiko strukturnih razmerij množičnih medijev iščemo samo tako, da njihove prakse povsem zaobidemo, se prav tako ne zdi zadovoljiv, pa čeprav so alternativni mediji (tudi) alternativa množičnim medijem. Med značilnostmi alternativnih medijev so ravno prakse, ki jih ne najdemo v *mainstream* medijih, in ki predstavljajo izziv institucionaliziranim in

profesionaliziranim odnosom moči, ki zaznamujejo delovanje množičnih medijev: nehierarhična organizacija, eksistenca zunaj korporacij in logike kapitala, aktivistično novinarstvo, ki eksperimentira z nerutiniziranimi, neprofesionalnimi novinarskimi praksami, izmenjava vloge akterja in opazovalca (aktivno občinstvo).

Obenem teh praks ne velja romantizirati. Medtem ko so bistvo delovanja za nekatere družbene skupine, jih druge hitro zaobidejo in podležejo reprodukciji neenakosti, ki jo sicer očitajo množičnim medijem. Downing je na primeru refleksije svojega zgodnjega dela (Downing, 1984) opozoril na posledice pretirane zavezanosti binarizmu alternativnen/*mainstream*. Binarno pozicijo so torej zavrnilo sami protagonisti alternativnih medijev, češ da ta: 1. ne omogoča misliti poskusov demokratizacije korporatističnih in komercialnih medijev; 2. ne obravnava resno ekstremizmov politične desnice, ki so v stavi zgolj na alternativno potisnjeni na stran kot manj pomembni oziroma obrobni problem; 3. spregleda spremembe, ki se lahko zgodijo v množičnih medijih kot posledica delovanja marginaliziranih skupin; 4. spregleda raznolikost samih radikalnih medijev (Downing, 2001: ix).

V odgovor na predstavljene očitke alternativnim medijem velja omeniti opozorilo (Downing, 1984: 152), da kritike alternativnih medijev izhajajo iz ideje, da so učinkovita gibanja lahko le množična gibanja z uniformno agendo, taktiko in jasno definiranimi cilji. Pogost očitek gibanjem pri njihovi uporabi alternativnih medijev je namreč njihova neenotnost in fragmentiranost, ki da preprečuje učinkovitost alternativne komunikacije in zmanjšuje njen mobilizacijski demokratični potencial, alternativne medije pa spreminja v individualizirane projekte, ki ne zmorejo konstituirati večje politične protijavnosti za širše družbene spremembe. Nasprotno je mogoče trditi, da »proliferacija subalterniranih protijavnosti« (Fraser, 2005) povečuje participacijo in je ne zmanjšuje ter s tem prispeva k demokratizaciji komuniciranja. Mediji državljanov, skupnostni mediji, katerih delovanje ima neposredne učinke v opolnomočenju posameznikov in skupin, so pokazatelj demokratizacije komuniciranja, sicer z disperznim učinkom. Kljub učinkovitosti delovanja disperznih protijavnosti, ki nastajajo kot artikulacija heterogenih elementov v družbi, ostaja relevantno vprašanje, kako poenotiti pluralnost subjektivnih pozicij skozi politično artikulacijo.

Lahko se strinjamo, da je javna razpoznavnost alternativnih medijskih projektov ter njihova povezanost pomembna za širše prepoznavanje potrebe po kritiki kapitalizma in prizadevanj za politično transformacijo obstoječih družbenih razmerij (Sandoval in Fuchs, 2009: 3). Problem nastane, ko odsotnost enotne javnosti postane edini kriterij za presojanje učinkovitosti delovanja alternativnih medijev. Tisti, ki vztrajajo pri edinstvenosti tega kriterija (Haas, 2004: 115, 118), si namesto vprašanja o demokratičnem potencialu alternativnih medijev zastavljajo vprašanje, kako vključiti

prakse alternativnih medijev v *mainstream* medije in s tem prispevati k skrbi za javno dobro in k obujanju praks javnega novinarstva. Tako kot je za teoretizacijo alternativnih medijev relevantno vprašanje, kako iz heterogenosti ustvariti relativno enoten emancipatorni subjekt, je prav tako treba prepoznati nasprotno relacijo, da namreč enotnost subjekta sestoji iz heterogenih praks.

## K alternativam v raziskovanju

S prepoznanjem, da imajo alternativni mediji svojo zgodovino tako v empiriji kot v teoriji, lahko relativiziramo očitke o njihovi »nenovosti«, kar pa ne pomeni, da se študije ne soočajo z nekaterimi omejitvami. Kljub konsolidaciji teoretskih prijemov (Downing, 1984; Atton, 2002; Rodríguez, 2001), številnim študijam radikalnih medijev<sup>3</sup> in porastu zgodovinskih esejev ostajajo nekatera področja neraziskana. Malo je študij, ki bi povezale alternativne medije s popularno kulturo (primer fanzin kulture) (Atton, 2007: 6) ali z glasbo in literaturo. Privilegiranje participacije v pojmovanju alternativnih medijev ima za posledico marginalizacijo študij občinstva, področja, ki mu z redkimi izjemami (Downing, 2003; Rauch, 2007) ni namenjena raziskovalna pozornost. Kako alternativni mediji učinkujejo na občinstva, kdo so občinstva, kako jih mediji mobilizirajo (Atton, 2007: 6) in ne nazadnje, koliko je pojem, vključno s teorijami aktivnega občinstva, sploh uporaben za študije alternativnih medijev – vse to so vprašanja, ki jim teorije alternativnih medijev posvečajo premalo pozornosti.

Relativna novost (Downing, 2001: 88–96; Atton, 2006) so tudi obravnave vse bolj številnih medijev, ki jih Downing kot represivne medije loči od progresivnih radikalnih medijev. Medijski aktivizem torej ni prinesel zgolj progresivnega medijskega delovanja za demokratizacijo medijev, t. i. »demokratskega medijskega aktivizma (Carroll in Hackett, 2006), ampak so nove tehnologije tudi orodje za spodbujanje rasizma, ksenofobije in drugih oblik izključevanja. Omeniti velja tudi, da so se teorije alternativnih medijev šele pred kratkim lotile študij s področja novinarstva (Atton in Hamilton, 2008). Šele v zadnjem času nastajajo besedila, ki teoretizirajo alternativno/državlansko novinarstvo, ugotavljajo specifičnosti prakse in etike alternativnega novinarstva, proučujejo načela javnega novinarstva v povezavi z alternativnimi mediji in vrednotijo razlike z nekaterimi profesionalnimi praksami novinarstva množičnih medijev, kot so ekspertnost, zavezanost načelu objektivnosti in nepristranskosti ipd.

<sup>3</sup> Najbolj odmevne so na primer analize Indymedia, alternativnega novinarstva Zapatistov in študije medijev v povezavi s protesti, na primer proti zasedanju Svetovne trgovinske organizacije v Seattlu 1999, znanih kot »The Battle of Seattle«.

Pomanjkljivost aktualnega proučevanja alternativnih medijev je tudi, da je največ pozornosti namenjene obravnavi empiričnih primerov iz ZDA in Zahodne Evrope. Primanjkuje raziskav, ki bi se lotile obravnave alternativne medijske produkcije v Srednji, Vzhodni Evropi ter na Balkanu, tako z zgodovinske perspektive kot z analizo aktualnih praks delovanja. Z redkimi izjemami, denimo Downingova (2001: 354–87) obravnava radikalnih medijev v obdobju komunizma, ki vključuje razpravo o *underground* medijih v času praške pomladi, primer poljske Solidarnosti in alternativne kulture *samizdat*, ter aktualna analiza radia B92 (Ranković, 2008: 125–37) oziroma obravnava videoaktivizma v Sloveniji (Babič, 2006) ostaja ta prostor marginaliziran v teorijah, ki se predimenzionirano sklicujejo na primere iz ZDA in VB.

Študije alternativnih medijev v zadnjem desetletju prinašajo pomembne alternative podrejanju množičnim medijem kapitalskim in političnim interesom. Prakse množičnih medijev se vse bolj kažejo kot zgolj ena od oblik spravljania svetnih zadev »v red«, s pomočjo profesionalnih uredniških in novinarskih praks, ki zanemarijo komunikacijske pravice kot pravice državljanov (in ne korporacij), da objavljajo mnenja. Kritike taktičnih in avtonomnih medijev, denimo kritike projekta *Indymedia* pokažejo, da se lahko tudi alternativni mediji manifestirajo v *mainstream* postavitev, ko se denimo začnejo pojavljati kot primer vseh primerov v alternativni medijski produkciji ali ko minimizirajo razredne in spolne delitve v lastnem delovanju. Seveda alternativnih medijev ne gre absolutizirati kot praks, ki nimajo nič opraviti z ekonomskim sistemom. Obstaja pa bistvena razlika v primerjavi s komercialnimi in javnimi množičnimi mediji: ti namreč vse manj problematizirajo predpostavke o ekonomski nujnosti (povečevanje gledanosti, boj za občinstvo, boj za oglaševalce ipd.) in jo jemljejo za družbeno dejstvo, s čimer legitimizirajo ideologijo povečevanja dobička kot referenčnega okvira, ki določa delovanje medijev. Tudi alternativni mediji niso imuni pred kapitalskimi pritiski in vplivi oglaševalcev, kljub temu pa ravno ti mediji pokažejo, da je delovanje, izražanje in objavljanje mnenj posameznikov in posameznic v medijih treba premišljati (tudi) zunaj aktualnih menedžerskih, uredniških in novinarskih praks množičnih medijev.

#### LITERATURA

- Abel, Richard (1997): An Alternative Press. Why? Publishing Research Quarterly 12 (4): 78–84.
- Atton, Chris (2002): Alternative Media. London: Sage Publications.
- Atton, Chris (2006): Far-right Media on the Internet: Culture, Discourse and Power. New Media & Society 8 (4): 573–87.
- Atton, Chris (2007): Current Issues in Alternative Media Research. Sociology Compass 1: 1–11.



- Atton, Chris in Nick Couldry (2003): Introduction. *Media, Culture & Society* 25 (5): 579-86.
- Atton, Chris in James F. Hamilton (2008): *Alternative Journalism*. London: Sage.
- Babič, Jasna (2006): *Kultura kamere: Video kot del političnega aktivizma*. *Časopis za kritiko znanosti* 34 (226): 151-60.
- Carroll, William K. in Robert A. Hackett (2006): *Democratic Media Activism through the Lens of Social Movement Theory*. *Media, Culture and Society* 28 (1): 83-104.
- Comedia (1984): *The Alternative Press: The Development of Underdevelopment*. *Media, Culture & Society* 6 (2): 95-102.
- Critical Art Ensemble (2001): *Digital Resistance: Explorations in Tactical Media*. New York: Autonomedia.
- Deleuze, Gill in Felix Guattari (1987): *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Downing, John (1984): *Radical Media: The Political Experience of Alternative Communication*. Boston, Mass.: South End Press.
- Downing, John, T. Ford, G. Villareal in L. Stein (2001): *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Downing, John D. H. (2003): *Audiences and Readers of Alternative Media: The Absent Lure of the Virtually Unknown*. *Media, Culture & Society* 25 (5): 625-45.
- Downing, John D. H. (2008): *Social Movement Media and Democracy: Achievements and Issues*. V Mojca Pajnik in John D. H. Downing (ur.), *Alternative Media and the Politics of Resistance: Perspectives and Challenges*, 49-60. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Fraser, Nancy (2005): *Transnacionaliziranje javne sfere. Teorija in praksa* 43 (1-2): 276-84.
- Garcia, David in Geert Lovink (1997): *The ABC of Tactical Media*. Dostopno preko <http://www.waag.org/tmn/abc.html>, 10. 11. 2009.
- Guedes, Bailey, Olga, Bart Cammaerts in Nico Carpentier (2008): *Understanding Alternative Media*. Maidenhead: Open University Press.
- Hadl, Gabriele in Jo Dongwon (2008): *New Approaches to Our Media: General Challenges and the Korean Case*. V Mojca Pajnik in John D. H. Downing (ur.), *Alternative Media and the Politics of Resistance: Perspectives and Challenges*, 81-109. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Haas, Tanni (2004): *Alternative Media, Public Journalism and the Pursuit of Democratization*. *Journalism Studies* 5 (1): 115-21.
- Hamilton, James (2000): *Alternative Media: Conceptual Difficulties, Critical Possibilities*. *Journal of Communication Inquiry* 24 (4): 357-78.
- Jankowski, Nicholas W. (2003): *Community Media Research: A Quest for Theoretically-grounded Models*. *Javnost-The Public* 1 (5): 5-13.
- McChesney, Robert (1999): *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. Urbana: University of Illinois Press.
- Pajnik, Mojca (2007): *Nomadaska javnost*. *Javnost-The Public, Supplement* 14: 39-53.

- Pajnik, Mojca in Joh D. H. Downing (2008): Introduction: The Challenges of »Nano-media«. V Mojca Pajnik in John D. H. Downing (ur.), *Alternative Media and the Politics of Resistance: Perspective and Challenges*, 7-16. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Ranković, Larisa (2008): The Prospects for the Development of Alternative Media in Serbia. V Mojca Pajnik in John D. H. Downing (ur.), *Alternative Media and the Politics of Resistance: Perspective and Challenges*, 125-37. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Rauch, Jennifer (2007): Activist as Interpretative Communities: Rituals of Consumption and Interaction in an Alternative Media Audience. *Media, Culture & Society* 29 (6): 994-1013.
- Rice, Ronald E. (1999): Artifacts and Paradoxes in New Media. *New Media & Society* 1 (1): 24-32.
- Rodríguez, Clemencia (2001): *Fissures in the Mediascape: An International Study of Citizens' Media*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Sandoval, Marisol in Christian Fuchs (2009), v tisku: *Towards a Critical Theory of Alternative Media*. *Telematics and Informatics*.
- Silverstone, Roger (1999): What's New About New Media? *New Media & Society* 1 (1): 10-20.
- Waltz, Mitzi (2005): *Alternative and Activist Media*. Edinburgh: Edinburgh University Press.