

**UPUTE AUTORIMA**  
**MEDIJSKA ISTRAŽIVANJA / MEDIA RESEARCH**  
**Hrvatski časopis za novinarstvo i medije**

Časopis *Medijska istraživanja / Media Research* je međunarodno orijentiran. Poziva na suradnju autore koji svojim radovima na interdisciplinarni i inovativan način pridonose teorijskom i metodološkom razvoju komunikacijske discipline. Uredništvo očekuje teorijske i empirijske znanstvene radove, izlaganja sa znanstvenih skupova, recenzije knjiga i prikaze medijskih konferencija. Ključne teme su: komunikacijska i medijska politika, razvoj normativne teorije, razvoj komunikacijskih studija, primjena međunarodnih standarda ljudskih prava u području medija i novinarstva, novinarstvo i mediji i politika, mediji i edukacija, kultura i mediji, digitalna tehnologija u komunikacijama, novi i tradicionalni mediji. Sukladno etici znanstvenog publiciranja, uzimaju se u obzir samo članci i radovi koji nisu već bili objavljeni integralno ili u dijelovima u nekom drugom časopisu, elektroničkoj publikaciji ili na webu te koji nisu u postupku recenziranja ili objavljivanja. *Medijska istraživanja / Media Research* prihvaćaju uvjete licence Creative Commons (CC BY NC ND). Autori zadržavaju pravo copyrighta na integralni rad uz navođenje izvornika i uz dogovor s izdavačem. Autori dopuštaju nakladniku postavljanje svojih radova na web stranicu časopisa *Medijska istraživanja / Media Research*. Prilozi se zaprimaju putem putem OJS elektronskog sustava za uređivanje časopisa na poveznici <https://hrcak.srce.hr/ojs/index.php/mediaresearch/login>.

**Rokovi:** Datum za dostavu članka je najmanje tri mjeseca prije izdavanja časopisa.

**Prihvat radova:** Svi radovi prolaze predrecenzijski urednički postupak. Uredništvo zadržava pravo na temelju uredničke predrecenzije odbiti rad koji ne odgovara profilu i navedenim standardima časopisa ili nije u skladu s etičkim standardima. Može također i vrtiti rad autoru na doradu ako nije uređen prema Uputama autorima Medijskih istraživanja.

**Recenzija: Prihvaćeni radovi šalju se kao anonimni na dvije recenzije. Recenzenti pišu recenzije prema standardiziranim obrascima i definiraju klasifikaciju članka.** Autor će popraviti rad prema uputama recenzenata i provesti lekturu hrvatskoga i engleskoga jezika u najkraćem roku. Zatim pismeno prikazati sve prihvaćene i unesene ispravke te vratiti članak za objavu.

**Oprema:** Članak mora biti opremljen na sljedeći način:

1. nulta stranica treba sadržavati podatke o autoru/autorim na hrvatskome i na engleskome jeziku, znanstveni stupanj, naziv i adresa institucije, broj telefona i e-mail adresa
2. na prvoj stranici teksta članka molimo **ne pisati** ime/imena autora niti druge podatke (ostaje anonimnan zbog recenzenata)

**Upute o strukturi članka:**

1. članci trebaju imati naslov na hrvatskome i na engleskome jeziku;
2. članci trebaju imati sažetak na hrvatskome i engleskome jeziku, do 300 riječi uključujući i ključne riječi;
3. članci trebaju biti napisani otprilike u okviru 50 000 znakova (8 000 riječi), uključujući i sažetak;
4. treba koristiti font 12 Times New Roman, prored 1,5; ne uvlačiti margine, ne koristiti zaglavlja (headers i footers); obavezno pisati brojeve stranica;
5. naslov pisati velikim slovima a podnaslove pisati fontom 14; **ne numerirati** podnaslove i ne pisati podnaslove velikim slovima;
6. treba biti dosljedno citiranje u harvardskom stilu (prema uputama koje slijede);
7. sve kratice u tekstu moraju prilikom prve upotrebe biti napisane u punom značenju, a kasnije u tekstu se može koristiti kratica (npr. Hrvatska radiotelevizija - HRT) ili ih treba objasniti u fusnoti;
8. prije predaje zadnje verzije članka provesti englesku lekturu (potvrda obavezna);

9. tablice trebaju biti numerirane iznad, a slike i dijagrami **ispod** te trebaju imati naslove na hrvatskome i na engleskome jeziku;
10. ne pisati unutar slike ili dijagrama; u desnom kutu dolje prema potrebi navoditi izvore;
11. fusnote dosljedno numerirati kroz tekst i ne koristiti za citiranje literature;
12. popis literature na kraju članka treba sadržavati samo autore navedene u tekstu;
13. bibliografija mora biti pisana dosljedno prema uputama koje slijede.
14. grafikone slati u formatu zapisa onog programa u kojem su izvorno nastali (npr. MS Excel i sl.).

**Citiranje literature u tekstu:** *Medijska istraživanja* primjenjuju harvardski sustav citiranja, referiranja i navođenja bibliografskih jedinica. Npr. citirati izvore na ovaj način: (Castells, 2009: 45) ili (Castells 2009).

#### **Način pisanja bibliografskih jedinica:**

**Knjige:** Castells, M. (2009) *Communication Power*. New York: Oxford University Press. ISBN 9780199567041

**Poglavlje u knjizi ili zborniku:** Yu, N. (2014) Sentiment Analysis in UGC. U: M. F. Moens, J. Li i T. S. Chua (ur.): *Mining User Generated Content*. London: Chapman and Hall, 43-65.

Članci u časopisima: Hsueh, M., Yogeewaran, K. i S. Malinen (2015) "Leave Your Comment Below: Can Biased Online Comments Influence Our Own Prejudicial Attitudes and Behaviors?", *Human Communication Research*, 41 (4), 557–576. doi: 10.1111/hcre.12059.

**Mrežni izvori:** WAN-IFRA Staff (2016) The 2016 Global Report on Online Commenting: Executive Summary, *The World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA)*, dostupno na <https://wan-ifra.org/2016/10/the-2016-global-report-on-online-commenting-executive-summary/>, preuzeto 19. 9. 2022.

**Prikazi knjiga:** Prikazi knjiga mogu biti opsega do 2000 riječi. Naslov mora sadržavati: Ime autora, naslov knjige koja se prikazuje, naziv izdavača, mjesto i godinu objavljivanja, broj stranica, ISBN (tiska i posebno za pdf – ako postoji). Ime prikazivača knjige treba navesti na kraju teksta.

**Prikaz konferencije:** Prikaz konferencije može biti do 1000 riječi. Naslov treba sadržavati naziv konferencije, mjesto i datum održavanja i naziv organizatora konferencije. Ime prikazivača navesti na kraju teksta.

*Radujemo se suradnji s Vama!*

**Uedništvo**