

**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 **OJS elektronskog sustava** za uređivanje časopisa na poveznici <https://hrcak.srce.hr/ojs/index.php/mediaresearch/login>.

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

**Oprema:** Nulta stranica treba sadržavati podatke o autoru/autorim na hrvatskome i na engleskome jeziku, dok iznad naslova članka odnosno teksta članka molimo ne pisati ime/imeni autora niti druge podatke.

1. ime, radno mjesto i znanstveni stupanj autora;
2. naziv i adresa institucije;
3. broj telefona i e-adresa;

**Upute o strukturi članka:**

4. članci trebaju imati naslov na hrvatskome i na engleskome jeziku;
5. trebaju imati sažetak na hrvatskome i engleskome jeziku, od 250 do 300 riječi i ključne riječi;
6. trebaju biti napisani u okviru 50 000 znakova (8 000 riječi);
7. koristiti font 12 Times New Roman; ne uvlačiti margine, ne koristiti zaglavlja (headers i footers);
8. podnaslove pisati fontom 14; ne numerirati i ne pisati velikim slovima;
9. treba biti dosljedno citiranje u harvardskom stilu;
10. trebaju biti lektorirani i na hrvatskome i na engleskome jeziku;
11. tablice, slike i dijagrami trebaju biti numerirani iznad te imati naslove na hrvatskome i na engleskome jeziku; ne pisati unutar slike ili dijagrama; u desnom kutu dolje navesti izvore;
12. bilješke moraju biti dosljedno numerirane kroz tekst i ispisane na kraju rukopisa;
13. fusnote ne koristiti za citiranje literature, nego literaturu ispisati na kraju članka;
14. popis literature na kraju članka treba sadržavati samo autore navedene u tekstu.

**Citiranje literature u tekstu:** *Medijska istraživanja* primjenjuju harvardski sustav citiranja, referiranja i navođenja bibliografskih jedinica. Npr. citirati izvore na ovaj način: (Castells, 2009: 45). Sva literatura navedena u popisu treba biti citirana u radu.

**Način navođenja literature:**

**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, 43–65. U: M. F. Moens, J. Li i T. S. Chua (ur.): *Mining User Generated Content*. London: Chapman and Hall. ISBN 9781466557406

**Članci u časopisima:** Hsueh, M., Yogeeswaran, 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.

**Grafikone slati u formatu zapisa onog programa u kojem su izvorno nastali** (npr. MS Excel i sl.).

**Recenzija:** Radovi prolaze dvostruku anonimnu recenziju. Autor je dužan popraviti rad prema uputama recenzenata i provesti lekturu hrvatskoga i engleskoga jezika u najkraćem roku i pismeno prikazati sve prihvaćene i unesene ispravke. Objavljivanje radova i recenzentski postupak se ne naplaćuju. Uredništvo zadržava pravo na temelju uredničke predrecenzije odbiti rad koji ne odgovara profilu i navedenim standardima časopisa ili nije u skladu s etičkim standardima.

**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 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!*

**Uredništvo**

---

## GUIDELINES FOR CONTRIBUTORS

### MEDIJSKA ISTRAŽIVANJA / MEDIA RESEARCH

#### Croatian journal for journalism and media

The journal *Medijska istraživanja/Media Research* is international in scope. It especially invites contributions of interdisciplinary, comparative and innovative nature that contribute to theoretical and methodological development of the communication field. The editors welcome theoretical contribution, empirical research, symposia proceedings, book reviews, information on future conferences and meetings. The key issues are: communication and media policy, normative theories in communication studies, implementation of international human rights standards for the field of media and journalism, journalism and public communication in the world of politics, education and media, media and culture, new media and traditional media. According to ethics of scientific publishing, we consider only papers that are not already published (in full or partly) elsewhere and that they are not in process of reviewing or publishing elsewhere. Media Research is under the CC (Creative Commons) license (CC BY NC ND). Author is the copyright holder, with the quoting of the source and in agreement with the publisher. Authors allow publisher to link their papers on web page *Media Research*. Contributions should be sent via the OJS electronic journal editing system at the link <https://hrcaj.srce.hr/ojs/index.php/mediaresearch/login>.

**Latest date** for submission of the contribution is at least 2 months before the issue is released.

**First page should contain:**

1. the name(s), position and degree of the author(s);
2. the name and brief institutional address(es);
3. phone number or e-mail;

#### Instructions on the structure of the article:

4. articles should have titles in Croatian and English;
5. all manuscripts should have a summary of about 250-300 words and keywords;
6. maximum length of articles is 50,000 characters (8,000 words);
7. use 12-point, Times Roman, a ragged (not justified) right margin; do not use headers and footers;
8. subtitles should be written in 14-point; do not add numbers or write in capital letters;
9. citation should be consistent to Harvard citation style;
10. all manuscripts should be proofread in both Croatian and English;
11. tables, pictures and diagrams should be numbered above and have titles in Croatian and English; do not write inside a picture or diagram; in the lower right corner, indicate the sources;
12. notes must be consistently numbered throughout the text and printed at the end of the manuscript;
13. do not use footnotes for references, but write the references the end of the article;
14. the list of references at the end of the article should contain only the authors mentioned in the text

**Citation of the references:** Media Research journal applies the Harvard system of citation, referencing and citing bibliographic units. References in the text should be cited in the following manner: (Castells, 2009: 45). All references mentioned in the reference list should be cited in the paper.

#### Reference list:

Books should be cited: Castells, M. (2009) *Communication Power*. New York: Oxford University Press. ISBN 9780199567041

**Chapters in books and almanac** should be cited: Yu, N. (2014) Sentiment Analysis in UGC, 43–65. In: M. F. Moens, J. Li i T. S. Chua (ed.): *Mining User Generated Content*. London: Chapman and Hall. ISBN 9781466557406

**Journal articles** should be cited: Hsueh, M., Yogeeswaran, K. & 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. **Web sources:** WAN-IFRA Staff (2016) The 2016 Global Report on Online Commenting: Executive Summary, *The World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA)*, available at <https://wan-ifra.org/2016/10/the-2016-global-report-on-online-commenting-executive-summary/>, downloaded on 19. 9. 2020.

When sending electronic contributions, **in case diagrams are added to the text, they should also be provided as separate file(s) in the format of the program used for creating them** (e.g. MS Excel or similar).

**Peer-review:** All articles undergo double-blind peer review. The author is obliged to correct the article according to the reviewers’ instructions, proofread the Croatian and English languages as soon as possible and present all accepted and entered corrections in writing. There is no charge for the publication of works and the review process. The editorial board reserves the right, on the basis of an editorial pre-review, to reject work that does not match the profile and standards of the journal or does not comply with ethical standards.

**Book reviews:** Book reviews can be up to 2000 words. The title must contain: Author’s name, title of the book, publisher’s name, place and year of publication, number of pages, ISBN (printed and another one for pdf – if available). Name of the author of the book review should be at the end of the text.

**Conference review:** Conference review can be up to 1000 words. The title should contain the name of the conference, the place and date of the event and the name of the conference organizer. Name of the author of a conference review should be at the end of the text.

*We are looking forward to your contributions!*

**Editorial board**