

# TKO I KAKO ISTRAŽUJE MEDIJE

---

**Sažetak:** *Znanstvena istraživanja u području masmedija, koliko su rijetka toliko su usmjerena gotovo isključivo na ove segmente (mas) medijskog sudjelovanja u oblikovanju zbilje, koji gotovo ništa neće dovesti u pitanje. Nerijetko to ide do razine svjesnog neistraživanja tema bitnih za filozofiju medija kao takvu. Pitanje znanstvenih (ne)istraživanja u području (mas)medija, usko je povezano s utjecajima koji na medije imaju oglašivači i politika. Većina istraživanja povezana je s narudžbama pojedinih korporacija koje, proizvođači za tržište, moraju istraživati očekivanja, odnosno pratiti odnose na tržištu, kao i realizaciju. Istraživanja koja bi pratila negativne trendove (primjere u području farmaceutike), ili koja bi stavila u pitanje proizvodnju agresivnosti zbog utjecaja (mas)medija na iskustvo mladih – indikativno su rijetka. Prostor ovog promišljanja poklanja se propitivanju postojećih, te propitivanju profila i oblika poželjnih istraživanja u području filozofije medija.*

**Ključne riječi:** *mas-mediji, znanstvena istraživanja, tržište, filozofija medija*

## *Znanstveni pragmatizam i pragmatizam znanstvenih istraživanja*

Znanstvena istraživanja dijele danas sudbinu same znanosti.<sup>1</sup> Nisu više neupitna, jer ni sama znanost nije neupitna. Od vremena stvaranja nuklearnog naoružanja, preko sudjelovanja znanosti u svim igrama farmaceutske industrije, do „znanstvenih“ opravdanja industrije nezdrave hrane, kao i mnogih drugih aktualnih

---

1 Jergović B. i Juračić M., Evolucija, smrt, život i dugovječnost: Znanost, službe za odnose s javnošću i mediji, *Društvena istraživanja* br. 4-5, Vol.18, Zagreb 2009, str. 102-103. Rad obrađuje prisutnost znanstvenog otkrića Dr. Miroslava Radmana, *Deinococcus Radiodurans* u medijima. Ukupni uzorak obuhvatio je 41 novinski članak i 23 TV izvještaja. Analiza je bila usredotočena na način na koji mediji kreiraju znanstvenu vijest. Istraživanje je pokazalo da su najčešći korišteni izvori informacija za znanstvene članke – znanstveni časopisi, internet, novinske agencije, kontakti sa istraživačima.

nam slučajeve, pojavljuje se općeprihvaćeno mišljenje o tome kako se na znanost i rezultate znanstvenih istraživanja ne smije više gledati nekritički i bespogovorno. Benjaminovski rečeno – aura je pala. Nakon umjetnosti i umjetnika, na red su došli i znanost i znanstvenici.

Zapadnoeuropska iskustva uključivanja znanosti u razvoj velikih korporacija, otvorili su mogućnost uključivanja znanosti u sve moguće tokove razvoja zapadnoeuropskih ekonomija. Pitanje koje se nadaje, pitanje je neutralnosti znanosti, njenoj razdvojenosti od interesa korporacija, te o dignitetu znanstvenika kao osobe čija istraživanja bivaju financirana od strane korporacija ili politika.

Naravno da brak iz interesa znanosti i korporacija ne mora završiti nesretno. Posebno ne za one koji u taj brak ulaze. No, kako se stvar može reflektirati na potrebe građana ovoga svijeta, pitanje je koje sa strahom sve češće postavljamo.

Onako kako je mecena nekada bio naručitelj umjetničkog djela, tako danas politika, mediji ili korporacije mogu naručivati znanstvena istraživanja. Onako kako su umjetnici nekada idealizirali portrete svojih mecena, tako i danas znanost ima mogućnost izlaziti u susret svojim naručiteljima. Ovisnost znanosti o kapitalu koji se ulaže u znanstvena istraživanja bitno utječe i na uvjetovanost rezultata. No, uvjetovanost se ne završava na utjecajima na rezultate istraživanja. Pitanje je, naime, hoće li se ikad i pokrenuti neka ozbiljna istraživanja u pojedinim područjima ukoliko to nije u interesu korporacija ili politike, odnosno ukoliko takva istraživanja čak idu protiv interesa potencijalnih ulagača u istraživanje.

Često se, tako, primjera radi, govori o lošem utjecaju mas-medija i mas-medijskih igrica na iskustvo djeteta, od načina percepcije, smanjene mogućnosti koncentracije, razvijanja krivih mehanizama rješavanja problema, do stvaranja ovisnosti i priprema za depresivne osjećaje. No, premda svi teoretičari manje-više uviđaju te opasnosti, nema nekog posebnog interesa da se cijela stvar istraži i da se dadu konkretni pokazatelji, da se cijela stvar izmjeri i nekim ozbiljnim istraživanjem verificira.

Još uvijek je sve u okvirima neformalnih istraživačkih grupa, odnosno inicijativa različitih internetskih zajednica.<sup>2</sup> Naravno da je to indikativno.

---

<sup>2</sup> Dio napora razvija se u okvirima American Psychological Association <http://www.apa.org/research/action/games.aspx>, a akcije i upozorenja mogu se naći na stranicama udruga, institucija i grupa građana: [http://www.techaddiction.ca/effects\\_of\\_violent\\_video\\_games.html](http://www.techaddiction.ca/effects_of_violent_video_games.html). Od važnijih radova dobro je pogledati: Child Development Institute, 2003, Video Games and Children, <http://www.childdevelopmentinfo.com/healthsafety/>

Temeljno pitanje ovog rada je zašto ima tako malo relevantnih istraživanja medija i utjecaja medija na ljudsko iskustvo. Treba li tražiti razloge u nestručnosti, ideologiji, nespremnosti medija da budu istraživani, u nesretnim ratnim zbivanjima, ili je razlog nešto neočekivano?

Znanstvena istraživanja u području (mas)medija, koliko su rijetka toliko su isto usmjerena gotovo isključivo na one segmente (mas)medijskog sudjelovanja u oblikovanju zbilje, koje gotovo ništa neće staviti u pitanje. Nerijetko to ide do razine svjesnog neistraživanja tema bitnih za filozofiju medija kao takvu. Pitanje znanstvenih (ne)istraživanja u području (mas)medija, usko je povezano s utjecajima koji na medije imaju oglašivači i politika.

Većina istraživanja povezana je s naručenim istraživanjima pojedinih korporacija, koje proizvođači za tržište, moraju istražiti očekivanja tržišta, odnosno pratiti odnose na tržištu kao i realizaciju. Istraživanja, koja bi pratila negativne trendove (primjerice u području farmaceutike), ili koja bi stavila u pitanje proizvodnju agresivnosti zbog utjecaja (mas)medija na iskustvo mladih – indikativno su rijetka.<sup>3</sup> Prostor ovog promišljanja poklanja se propitivanju postojećih, te propitkivanju profila i oblika poželjnih istraživanja u području filozofije medija.

Eksplוזija komunikacije relativno je nova pojava. U usporedbi s dužinom trajanja usmene, pisane i tiskane povijesti, mi smo na početku kratkog perioda *big banga* komunikacijskih kanala i sredstava komunikacije. Svako od nas proživljava na svoj način šok tehnologije. Svakome se od nas nameću pitanja vezana uz nezadrživi, uvijek sve snažniji, nalet novih tehnologija komunikacije, kao i novih medija. U tom zatrpavanju novim tehnologijama zasigurno leži i jedan od razloga što se ovo područje relativno malo istražuje.

S druge strane, vremena prijelaza iz socijalističkog društvenog uređenja, koji je razvijao društveno vlasništvo, u uređenje

---

videogamesandchildrens.html, Accessed October 26, 2003; Ivory, James D., 2001, „Video Games and the Elusive Search for their Effects on Children: An assessment of Twenty Years of Research“, <http://www.unc.edu/~jivory/video.html>. Accessed November 16, 2003; Villani, Susan, 2003, „Media Violence: More than Just Child’s Play? Facts of Life: Issue Briefings for Health Reporters“, Vol. 8, no. 10. <http://www.cfah.org/factssoflife/vol8no10.cfm>. Accessed Oct 26, 2003.

3 Ilišin V., Marinović Bobinac A. i Radin F., *Djeca i mediji*, Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži, Zagreb 2011. Jedno od rijetkih cjelovitih istraživanja koje je obuhvatilo 10000 djece osnovnih škola. Istraživanje se bavi svim aspektima utjecaja, međutim stavlja naglasak na ono vrijeme koje se uobičajeno naziva „slobodno vrijeme“. Također, istraživanje ruši i neke predrasude o odnosu medija i slobodnog vremena mlade populacije, te o važnosti i zastupljenosti ostalih medija u toj dobi.

nominalno kapitalističkog tipa, ali sa specifičnostima ove regije, donio je odnose koji nerijetko nisu voljeli biti transparentni. U području mas-medija posebno. Svako bi istraživanje djelomice bilo i svojevrsno propitivanje stupnja realiziranosti preuzetih zadataka, a samim tim kao takvo i nepoželjno. Tranzicijsko doba ne voli istraživanja, osim ako se ne radi o pukom prebrajanju.

Sloboda komuniciranja može opstati samo u uzajamnosti sloboda, dok pravna podloga predstavlja temelj slobodi. Zemlje tranzicijskog okruženja, prolaze uz sve ostale procese promjene i navikavanje na medije pluralističkog društva.

Posebna je uloga politike i političara u zadnja dva desetljeća. Povezanost interesa mas-medija i politike zasigurno je utjecala na izostajanje jedne vrste istraživanja, odnosno istraživanja koja bi mogla pokazati jasnu sliku ovisnosti, odnosno neovisnosti medija o politici i interesima velikih političkih stranaka. Sustavi financiranja istraživanja gotovo su u potpunosti vezani uz odluke nadležnih državnih (političkih) tijela. Politička tijela odlučuju što se može, a što ne može istraživati. U tom smislu ideologija i politički utjecaji, zasigurno su utjecali na profiliranje postojećih istraživanja u području medija.

### *Korporacije 'istražuju' na kupcima svojih proizvoda*

Okrenutost mas-medija prema tržištu dovelo je do prepoznavanja zajedničkih interesa velikih korporacija (velikih oglašivača) i masmedija. Ovisnost mas-medija o oglašivačima, određuje još uvijek uvelike i medijske interese i stavove vlasnika medija o istraživanjima medija u području utjecaja velikih korporacija. Time je još jedan veliki mogući segment istraživanja izgubljen.

Medijske i gospodarske korporacije radije bi da budu neistražene, nego da na vidjelo dana ispliva neki neočekivani, iznenađujući, kompromitirajući podatak.

Industrije poput farmaceutske, dobro su razradile sustave medijskog utjecaja na svoje kupce. Suradnja farmaceutske i medijske industrije određena je interesima jedne i druge strane, i obje se strane pridržavaju pisanih ili nepisanih pravila o nenapadanju i neistraživanju. Rijetko se u medijima govori o nusproduktima, štetnim lijekovima, lošim iskustvima, kampanjama izazivanja histerije straha od bolesti za koje već postoji lijek, etc.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Kao izuzetak izdvaja se knjiga liječnice Lidije Gajski, *Lijekovi ili priča o obmani*, Pergamena, Zagreb 2009., gdje autorica kao rezultat vlastitih istraživanja razotkriva medicinu kao industriju zdravlja, te vezu sa farmaceutskom industrijom. Pretvorbu zdravih u bolesne, te manipulaciju

Teško je jednako tako, kako u Hrvatskoj tako i u svijetu, prove-  
sti ozbiljna relevantna istraživanja o utjecaju medija, industrije  
zabave, PC igrice, filmske industrije, pa i informativnih progra-  
ma sve sličnijih crnim kronikama, na iskustvo djece i odraslih.

Istraživanja su dobrodošla, ali negdje drugdje.

### *Zašto su istraživanja neophodna?*<sup>5</sup>

Sve češće smo u situacijama kada nam se na tržištu pojavljuju  
poluproizvodi, koje ćemo mi, kupci, korištenjem tih proizvo-  
da usavršiti. Svaka se greška prijavljuje i time smo uključeni u  
sustav isprobavanja proizvoda. Ono što se trebalo obaviti prije  
puštanja u prodaju, sada se obavlja zajedno s nama (odnosno  
na nama). Što ako tako nije samo s novim spravicama za ko-  
munikaciju, nego i s novim lijekovima i njihovim medijskim  
posredovanjima koja takvu situaciju prešućuju?

Živimo u vremenu koje nam omogućuje stalnu, svakodnevnu  
kritičku djelatnost i vlastiti utjecaj na zbivanja oko nas. Rijet-  
ko to koristimo, ali, načelno, mogućnost i sredstva komunika-  
cije su tu. Mnoga istraživanja, da su obavljena, mogla su za-  
ustaviti neke negativne trendove, čije posljedice svi osjećamo.  
Čovjek zagledan u popise istraživanja, ne može se oteći dojmu  
da se najvećim dijelom radi o istraživanjima kojima se rezul-  
tat praktički zna unaprijed, odnosno koje može dobro poslužiti  
u određene, nažalost više političke nego znanstvene, svrhe. Ja-  
sno da je sve lijepo upakirano u znanstveno-istraživačko ruho i

---

dobivenim rezultatima istraživanja velikih farmaceutskih industrija, kako bi  
se proizvodnjom bolesti proširilo tržište potencijalnih pacijenata.

- 5 Nekoliko primjera dobrih istraživanja medija preuzeto sa [www.hrcaak.srce.hr](http://www.hrcaak.srce.hr) Benković V. i Balabanić I., *Analiza sadržaja najposećenijih hrvatskih Internet portala, Medijska istraživanja*, god. 16, br. 2, Zagreb 2010. Sadržaj priloga dnevno informativnih internetskih portala analiziran je kroz kategorije tematike, vrijednosnih sudova, teritorijalne orijentiranosti radnje priloga, te autorstvo nad sadržajem. Zaključak rada je da se vrlo malo koriste tehnološke mogućnosti interneta kao multimedijalnosti, te da u uglavnom orijentirani zanimljivostima, show biznisu, kao i tabloidni tisak. Bubaš G. i Kermek D., *Komparativna procjena Interneta u odnosu na tisak i Tv, Medijska istraživanja*, god. 6, br. 1, Zagreb 2000. Cilj istraživanja bio je istražiti kako osobe koje se služe internetom promatraju ga u odnosu na tisak i TV. Istraživanjem je obuhvaćeno 262 ispitanika, a metode istraživanja su anketa i skala procjene. Rezultati govore da se za zabavu najviše koristi Internet, za znanost i obrazovanje prvo knjige, a tek onda Internet, a za informiranje o različitim temama prvo tisak, zatim TV, a tek zatim Internet, s time da razlike nisu velike. Brautović M., *Zaštita privatnosti kod hrvatskih on-line medija, Medianali*, vol. 1, br. 1, Zagreb 2007. Postoje dva temeljna načina privatnosti on-line medija, tajno i dobrovoljno prikupljanje podataka. Metoda istraživanja je bila analiza sadržaja od 11. do 30. 8. 2006. godine, a istraživao se 31 klasičan medij koji ima on-line izdanje. Utvrđeno je da čak 98,4% analiziranih on-line medija prikuplja podatke o korisnicima i to najčešće putem „kolačića“, a tek zatim registriranjem. Izjavu o zaštiti podataka upotrebljava samo 32,8%.
-

zaodjeveno metodološkim pristupima, no, što bi rekao Hegel, tim gore po znanost.

*Znaju li se rezultati istraživanja unaprijed?*

Istraživanje medija kao posrednika između takozvanih elita i javnosti (elita koje se smatraju stvarateljima javnoga mnijenja, kako Peruško piše u najavi programa Mediji i konstrukcija društvene zbilje: Identiteti i integracije) ne može dovoljno kvalitetno ući u propitivanje medija, uloga, utjecaja, odgovornosti, zbog toga što medijima pristupa kao neupitnim, etabliranim, svevremenskim činjenicama.

Tamo gdje je istraživanju cilj analizirati medijske sadržaje o temama interesantnima politici (primjerice pitanja vezana uz integraciju s EU), granica je istraživanjima unaprijed određena.

Nitko, naravno, ne tvrdi da i ovakva istraživanja nisu potrebna. Želja je sugerirati kako profil istraživanja govori o intenciji, a ono što se ne istražuje otkriva razloge koji su bitni.

Istraživanje *Javnost elite mediji i komunikacijska strategija ulaska Hrvatske u EU* voditelja Ivana Šibera, istražuje također medije u (pojednostavljeno rečeno) njihovoj ulozi stvaranja slike o Hrvatskoj kao novoj članici Unije.

Slično je i s projektom *Metaforizacija političke zajednice u javnom diskursu*, voditelja Ive Žanića. Ovo istraživanje zalazi u područje analize diskursa pojedinih političkih subjekata, istovremeno uzimajući medijsku dimenziju kao paletu neprikosnoveno objektivnih sadržaja koji se analiziraju.

Mnoga istraživanja medija okrenuta su analizama promjene ponašanja potrošača i analizama uloge medija u tim promjenama.<sup>6</sup> Medijski utjecaj kod promjene naših ponašanja zasigurno je veliki, no riječ je o ograničavanju istraživanja na područje koje može biti interesantno korporacijama ili politici, ali koje nije

---

6 Nekoliko primjera dobrih istraživanja o odnosu tržišta i medija preuzetih sa [www.hrcak.srce.hr](http://www.hrcak.srce.hr) Jurišić J. i Kanižaj I., Manipulacija čitateljima – prikriveno oglašavanje u hrvatskim novinama, *Politička misao*, vol 44, br. 1, Zagreb 2007, str. 117 – 135. Rad polazi od teze da se sve veća rasprostranjenost oglašivača manifestira i u prikrivenom oglašavanju. Istraživanje je rađeno u prosincu 2006., na temelju dviju najutjecajnijih hrvatskih dnevnih novina, u kojima je otkriveno 327 teksta sa elementima prikrivenog oglašavanja. Šundalić A. i Heteši I., Mediji i nove vrijednosti društva slobodnog tržišta, *Informatologia*, vol. 39, br. 4, Zagreb 2006. Rad daje prikaz povjerenja u institucije istraživane 1992. Istraživanje je pokazalo da je povjerenje u medije vrlo nisko, te da je to tipičan sindrom tranzicijskih društava pred kojima je navikavanje na medije pluralističkog društva.

postavljeno tako da analizira sam fenomen promjene ponašanja, neovisno o utilitarnosti mogućih rezultata.

Autorice Anči Leburić i Maja Sladić s Filozofskog fakulteta u Zadru (odsjek sociologija), u tekstu *Metode istraživanja interneta kao novog medija* bave se on-line i off-line analizama interneta, odnosno općenito istraživanjem interneta kao medija znanja, koji mnoge metode istraživanja, pa i one sociološke, stavlja na kušnju.

*(Ne)pristranost u predizbornoj kampanji na hrvatskim televizijama: ravnoteža i raznolikost*, rad je Zrinjke Peruško koji je nastao na temelju istraživačkog praćenja medija uz izbore 2007. godine u Hrvatskoj. Gotovo pa idealnoj slici medija u istraživanju i ovom znanstvenom radu, suprotstavila se kasnije dolazeća zbilja istine o korupcijskim primjerima, kupnjama medija i novinara, te otkrića trgovina između politike i medija.<sup>7</sup> Nije, naravno, istraživanje koje propituje pristranost ili nepristranost medija u jednoj političkoj kampanji zaduženo otkrivati korupcijske afere. No, slučajevi koji su se dogodili otvaraju pitanje odabira teme istraživanja. Možda se doista u zemlji premreženoj korupcijom, u zemlji problematičnih vlasništva medija, u zemlji gotovo otvorenih utjecaja politike na medije, etc., baviti se glazurum, pitanje ravnoteže u terminima kada je ravnoteža gotovo pa propagandna strategija samoprezentiranja svakog medija, čini se premalo važnim.

### *Kakva istraživanja još nisu zaživjela?*

Na filozofiji je medija zagovarati takvu vrstu istraživanja koja neće samo služinski izlaziti u susret politici, korporacijama ili medijima. Istraživanja ne smiju biti opravdanja za političke odluke, pokriće korporacijama za uvođenja nezdravih proizvoda ili tehnika, a još manje za pokrivanje prostora u koji bi trebala

---

7 Nekoliko primjera korektnih istraživanja preuzetih sa [www.hrcak.srce.hr](http://www.hrcak.srce.hr), koja međutim pokazuju istu orijentaciju povezanosti s politikom i izlaženja politici u susret. Plenković M., Hadžić S. i Kučić M., *Dijalektika medijske moći i izbornog građansko ponašanje* (Hrvatski parlamentarni izbor 2003), *Informatologia*, vol. 39, br. 1, Zagreb 2006, str. 1 – 21. Istraživanje se bavi ispitivanjem međusobnih korelacija između medijske zastupljenosti političkih opcija, osoba i izbornog građanskog ponašanja. Rezultati pokazuju da postoji korelacija između medijske zastupljenosti i izbornog građanskog ponašanja. Analizom je bio obuhvaćen sav hrvatski tisak u periodu istraživanja od 1. rujna do 23. studenog 2003., ukupno 257 tiskovina. Bagić D., *Društveni rascjepi i stranačke preferencije na izborima za hrvatski Sabor 2003*, *Politička misao*, vol. 44, broj 4, Zagreb 2007, str. 93 – 115. Empirijsko istraživanje provedeno je na uzorku od 2 000 građana Hrvatske, dva dana prije izbora. Može se prepoznati razmjerno plitki društveni rascjep, koji stoji u pozadini biračkog ponašanja. Rezultati pokazuju da od 13 analiziranih stavova, samo 3 značajno objašnjavaju dio varijance stranačkih preferencija, među kojima je najznačajnije ona o suradnji sa Haškim sudom.

---

ulaziti ozbiljna znanost, znanost koja nije zaboravila svoje filozofijske korijene, koja pitanja smisla uvijek ima pri svijesti, te koja svoje rezultate provjerava propitujući njihove utjecaje na čovjeka, njegov dignitet, ljudsku slobodu, na mogućnost izgradnje pravednijeg svijeta.

Suvremene znanosti okrenute učinku, uspješnosti i rezultatu kao takvom, trebaju plemenitost filozofsko-medijskog kritičkog mišljenja. Ukoliko ono izostane, onda možemo i dalje očekivati istraživanja u obliku pokrića ove ili one odluke, naručena i neobjektivna istraživanja, koja u neka područja nikada neće niti ući, jer se znanstvenici takvih pristupa ne žele zamjeriti potencijalnim financijerima.

Tim značajnije postaje izvaninstitucionalno povezivanje i volonterski istraživački rad. Ono kritičko suvremene znanosti treba se povezivati i uznastojati da se prostori neovisnosti šire, da se istražuju do sada nepokrivena područja, da se u pitanja stavljaju ona područja koja do sada, zbog interesa financijera, nisu istraživana. Ukoliko ne bude takve orijentacije, i dalje ćemo imati sjajne rezultate istraživanja neke političko-medijske situacije, nakon kojih će se, već za nekoliko mjeseci, pokazati da gorega mulja od mulja u istraživanoj političko-medijskoj situaciji, nikada nije bilo. Osim toga, istraživači bi morali snositi (znanstvene) konzekvence svojih istraživanja. Ukoliko se rad glavnog medija jedne države ocijeni izvanrednim, a gotovo cjelokupna javnost te države, uključujući i druge medije, i medije drugih zemalja, i neovisne kritički orijentirane tekstove, pa čak i sudstvo te države, svojim kaznama dokažu suprotno, onda nešto s tim istraživanjima, s takvom znanošću, s tom kulturom u kojoj je to moguće, s dignitetom tih znanstvenika, nije u redu.

Čini se da vrijeme koje je došlo omogućuje i zahtijeva empirijska istraživanja medija koja bi obuhvatila zemlje regije, što će pružiti priliku za suradnju i komparativnu analizu dobivenih rezultata, istraživanja koja će se usidriti u dobroj volji znanstvenika i novim oblicima suradnje, istraživanja koja se moraju izboriti za nove, do sada možda i manje poznate ili nepoznate, oblike autonomije znanstvenoga rada, odnosno neovisnosti.

#### LITERATURA:

Gavranović A., *Mediji – Mit i stvarnost*, Sveučilišna knjižnica, Solin 2009.

Hedges C., *Carstvo opsjena: Kraj pismenosti i trijumf spektakla*, Algoritam, Zagreb 2011.

Lipovčan S., *Mediji – druga zbilja?*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb 2006.



Malović S., *Etika novinarstva*, Izvori, Zagreb 1998.

Peruško Z., *Uvod u medije*, Jesenski i Turk, HSD, Zagreb 2010.

Vuković Peović K., *Novomedijska pismenost*, Sveučilište u Zagrebu, FF, Zagreb 2010.

Zbornik *Slaba društva i nevolje s pluralizmom*, priredili Dvornik S. i Horvat V., Fondacija Heinrich Boell, Zagreb 2005.

Zbornik *Novi Mediji*, priredio Labaš D., Zagreb 2009.

Zbornik *Znanost i javnost*, priredila: Blanka Jergović, Izvori, Zagreb 2002.

Zbornik *Hrvatski medijski sustav: prema UNESCO-vim indikatorima medijskog razvoja*, priredila Peruško Z., Fakultet političkih znanosti, Zagreb 2011.

**WEBOGRAFIJA:**

[www.apa.org](http://www.apa.org)

[www.techodiction.ca](http://www.techodiction.ca)

[www.hrcak.srce.hr](http://www.hrcak.srce.hr)

Livia Pavletić

Center for Philosophy of Media and Media Research, Zagreb, Croatia

THE SCIENTIFIC-RESEARCH TYPE  
APPROACH TO MEDIA

Abstract

Scientific research in the area of (mass)media no matter how rare is also focused on almost exclusively those segments of (mass)media participation in the shaping of reality that puts almost nothing into question. It often reaches the level of conscious non research of themes relevant to the philosophy of media as such. The question of scientific (non) research in the area of (mass)media is closely related to the impact the advertisery and politics have on the media. Most of the research is associated with the ordered studies of individual corporations who by producing for the market must investigate the market expectations that is, follow the relationships on the market as well as the realization.

**Key words:** *Massmedia, scientific research, market, philosophy of media*