

## Dr.Sc.-01 PRIJAVA TEME DOKTORSKOG RADA

## OPĆI PODACI I KONTAKT DOKTORANDA/DOKTORANDICE

Titula, ime i prezime doktoranda/doktorandice:	Dina Vozab, dipl. sociolog		
Nositelj studija:	Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti		
Naziv studija:	Politologija		
Matični broj doktoranda/doktorandice:	21-12/P-DR/MiP		
Odobranje teme za stjecanje doktorata znanosti: (molimo zacrniti polje):	<input checked="" type="checkbox"/> u okviru doktorskog studija	<input type="checkbox"/> na temelju znanstvenih dostignuća	<input type="checkbox"/> dvojni doktorat (cotutelle)
Ime i prezime majke i/ili oca:	Davorin i Ružica		
Datum i mjesto rođenja:	23.01.1986., Zagreb, Hrvatska		
Adresa:	Školska ulica 13, Zagreb, Hrvatska		
Telefon/mobitel:	0995900956		
E-mail:	dvozab@fpzg.hr		

## ŽIVOTOPIS DOKTORANDA/DOKTORANDICE

Obrazovanje (kronološki od novijeg k starijem datumu):	1. Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Sociologija, Dodiplomski, Hrvatska (2009./2010.)
Radno iskustvo (kronološki od novijeg k starijem datumu):	Znanstvena novakinja- od 1. srpnja 2011. na projektu "Medijska kultura u suvremenoj Hrvatskoj: pluralizam medija i medijske politike", voditeljica prof.dr.sc. Zrinjka Peruško, redovni profesor
Popis radova i aktivnih sudjelovanja na znanstvenim skupovima:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Peruško, Zrinjka; Vozab, Dina. Development of Communication as an Academic Field/Discipline in Croatia: Connections, Disconnections // International Communication Association Preconference "New Histories of Communication Study", London / ICA (ur.). London : ICA, 2013. (predavanje, međunarodna recenzija, sažetak, znanstveni).</li><li>2. Peruško, Zrinjka, Čuvalo, Antonija, Vozab, Dina. Comparing Media Systems in Southeastern Europe: Convergence, Divergence. // 4th European Communication Conference, ECREA, Istanbul, 24-27 October, 2012 / ECREA (ur.). Istanbul : ECREA, 2012. (predavanje, međunarodna recenzija, sažetak, znanstveni).</li><li>3. Peruško, Zrinjka; Vozab, Dina; Čuvalo, Antonija. Audience as agency in media systems: Post socialist Europe in comparative perspective // . (predavanje, neobjavljeni rad).</li><li>4. Peruško, Zrinjka; Vozab, Dina; Čuvalo Rašić, Antonija. Audience behavior as a dynamic variable in media system modeling: southeastern Europe in a comparative perspective // . (predavanje, međunarodna recenzija, neobjavljeni rad, znanstveni).</li><li>5. Čuvalo, Antonija; Vozab, Dina. Audience Developments in Southeastern Europe // . (predavanje, neobjavljeni rad, znanstveni).</li><li>6. Peruško, Zrinjka; Vozab, Dina; Čuvalo, Antonija. Digital mediascapes and audience practices // .</li></ol>



- (predavanje, neobjavljeni rad).
7. Vozab, Dina.  
Disaffected citizens in Croatia: Analysis of sociodemographic and media use influences on political participation // .  
(predavanje, međunarodna recenzija, neobjavljeni rad, znanstveni).
8. Vozab, Dina.  
Methodological problems and possible solutions in comparative larger-scale media systems studies // .  
(predavanje, neobjavljeni rad, znanstveni).
9. Peruško, Zrinjka; Vozab, Dina.  
Razvoj komunikacije kao znanstvenog polja/discipline u Hrvatskoj: 1969-2011 // .  
(predavanje, neobjavljeni rad, znanstveni).
10. Vozab, Dina; Peruško, Zrinjka; Čuvalo, Antonija.  
Fokus grupe – kako publika doživljava neprofitne medije, Studija 3., 2013.  
(studija).
11. Peruško, Zrinjka; Zember, Adela; Vozab, Dina.  
Kvaliteta neprofitnih medija, Studija 2., 2013.  
(studija).
12. Čuvalo, Antonija; Vozab, Dina; Peruško, Zrinjka.  
Publike neprofitnih medija u Hrvatskoj, Studija 1., 2013.  
(studija).
13. Vozab, Dina.  
Monitoring medija 1/2012: Press trends in Croatia 2011, 2012.  
(izvješće).
14. Vozab, Dina.  
Croatian civil society and media from the perspective of two civil society organizations, 2011.  
(ostalo).
15. Vozab, Dina.  
Monitoring medija 1/2011: Press trends in Croatia 2010, 2011.  
(izvješće).
16. Peruško, Zrinjka; Vozab, Dina; Čuvalo, Antonija.  
Digital Mediascapes, Institutional Frameworks, and Audience Practices Across Europe. // International Journal of Communication. 9 (2015) ; 342-364 (članak, znanstveni).
17. Vozab, Dina.  
Disaffected citizens in Croatia: Analysis of socio-demographic and media use influences on political participation. // Central European Journal of Communication. 7 (2014) , 2; 225-240 (članak, znanstveni).
18. Peruško, Zrinjka; Vozab, Dina.  
Povijest komunikacijskih i medijskih studija u Hrvatskoj: Politička misao u komparativnoj perspektivi. // Politička misao : Croatian political science review. 51 (2014) , 1; 133-170 (članak, znanstveni).
19. Peruško, Zrinjka; Vozab, Dina; Čuvalo, Antonija.  
Audiences as a Source of Agency in Media Systems: Post-socialist Europe in Comparative Perspective. // Medialni studia. 14 (2013) , 2; 137-154 (članak, znanstveni).
20. Vozab, Dina.  
Communication models of civil society organizations in Croatia. // Observatorio. Special issue, Networked belonging (2012) ; (članak, znanstveni).
21. Vozab, Dina.  
McChesney, R.W. Digital Disconnect: How Capitalism is turning the Internet against Democracy, The New Press, New York, 2013., 299 str. // Medijske studije. 4 (2013) , 8; 78-79 (prikaz, ostalo).
22. Vozab, Dina.  
Zrinjka Peruško, Tena Perišin, Martina Topić, Gordana Vilović, Nada Zgrabljic Rotar: Hrvatski medijski sustav prema UNESCO-ovim indikatorima medijskog razvoja. // Politička misao : Croatian political science review. 48 (2012) , 5; 255-258 (prikaz, ostalo).



	23. Vozab, Dina. Zrinjka Peruško (ur.): Uvod u medije, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2011, 361 str. (prikaz). // Medijske studije. 2 (2011) , 3-4; 182-183 (prikaz, ostalo).		
<b>NASLOV PREDLOŽENE TEME</b>			
<b>Hrvatski:</b>	Medijske publike i demokracija u Hrvatskoj: društvena stratifikacija kao prediktor upotrebe medija i njene uloge za političku participaciju		
<b>Engleski:</b>	Media audiences and democracy in Croatia: social stratification as a predictor of media use and its role for political participation		
<b>Naslov na jeziku na kojem će se pisati rad (ako nije na hrvatskom ili engleskom):</b>			
<b>Područje/polje/grana:</b>	Društvene znanosti / Politologija / Hrvatska politika / politika europske unije		
<b>PREDLOŽENI ILI POTENCIJALNI MENTOR(I)</b> (navesti drugog mentora ako se radi o interdisciplinarnom istraživanju ili ako postoji neki drugi razlog za višestruko mentorstvo)			
	<b>Titula, ime i prezime:</b>	<b>Ustanova, država:</b>	<b>E-Pošta:</b>
<b>Prvi mentor:</b>	prof. dr. sc. Zrinjka Peruško	Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti, Hrvatska	zrinjka.perusko@fpzg.hr
<b>KOMPETENCIJE MENTORA - popis do pet objavljenih relevantnih radova u posljednjih pet godina</b>			
<b>Prvi mentor:</b>	1) Peruško, Z. (2014) Great expectations. On experiences with media reform in post-socialist Europe (and some unexpected outcomes). <i>Central European Journal of Communication</i> , 7 (2) 241-252 2) Peruško, Z., Vozab, D., Čuvalo, A. (2013) Audiences as a source of agency in media systems: Post-socialist Europe in comparative perspective. <i>Medialni Studia (Media Studies)</i> (2) 137-154. 3) Peruško, Z. (2013) Rediscovering the Mediterranean characteristics of the Croatian media system. <i>East European Politics and Societies</i> . 27 (4), 709-726. 4) Peruško, Z. (2013) Media pluralism policy in a post-socialist Mediterranean media system. The case of Croatia. <i>Central European Journal of Communication</i> , 6 (2) 204-218. 5) Peruško, Z. (2013) Komparativna analiza post-socijalističkih medijskih sustava, <i>Politička misao</i> , 50 (2). 38-59.		
<b>OBRAZLOŽENJE TEME</b>			
<b>Sažetak na hrvatskom jeziku:</b> (maksimalno 1000 znakova s praznim mjestima)	Suprotstavljajući teorije medijske mučnine i kruga vrlina, u doktorskome radu namjeravam pokazati kako utjecaj medija na političku participaciju u suvremenom medijskom okolišu ne ovisi o pojedinačnom tipu medija, već o rasponu medija koje koriste pripadnici publike, a koji su, Bourdieovim rječnikom rečeno, snažno određene strukturalnom pozicijom u društvenom prostoru, odnosno sociodemografskim osobinama i posjedovanjem različitih oblika kapitala, pri čemu kulturni kapital ima najvažniju ulogu. Utjecaj upotrebe medija na političku participaciju djeluje preko političkog interesa i osjećaja političke djelotvornosti. Za one koji nemaju kulturni kapital mediji će djelovati u skladu s teorijom medijske mučnine, a za one koji posjeduju kulturni kapital, mediji će djelovati u krugu vrlina. Teorijske pretpostavke namjeravam empirijski provjeriti kombinacijom kvantitativnih i kvalitativnih metoda u istraživačkom dizajnu miješanih metoda, prvenstveno se oslanjajući na kvantitativne podatke dobivene anketnim istraživanjem.		

**Sažetak na engleskom jeziku:**  
(maksimalno 1000 znakova s praznim mjestima)

In the doctoral thesis I will test the media malaise and virtuous circle theses and explain the connection between media use and political participation. However, I will update these theories to contemporary media environment by employing the non-mediocentric approach to media use and Bourdieu's concepts of capital. The doctoral thesis proposes that the correlation between media use and political participation is stronger if the media repertoires of individual users (audience members) is used instead of the use of individual media. The media repertoires are shaped by- in Bourdieu's terms- structural position in social space, or socio-demographic determinants and possession of different forms of capital, with cultural capital as the most important predicting factor. Media use influences political participation through political interest and political efficacy. For those lacking the cultural capital media malaise thesis will be confirmed, and for those holding cultural capital virtuous circle thesis will be confirmed. Hypotheses and research questions will be empirically tested through quantitative and qualitative methodology in the mixed methods research design, but primarily focusing on quantitative data gained by survey research.

**Uvod i pregled dosadašnjih istraživanja** (preporučeno 7000 znakova s praznim mjestima)

Predloženi doktorski rad bavi se analizom odnosa medija i političke participacije što je jedan od ključnih problema u širem sagledavanju uloge medija u demokraciji. Normativne teorije demokracije pretpostavljaju dobro informiranog građanina koji će s dovoljno znanja moći donositi kvalitetne političke odluke u različitim oblicima građanskog angažmana. Mnogi politolozi izražavaju zabrinutost zbog pada političke participacije (primjerice, Putnam, 2000, u Livingstone, Couldry, Markham, 2008), a neki dio krivnje vide i u medijskom sustavu koji potiče alijeniranost građana od politike. Brz tehnološki razvoj i promjene medijskih sustava, multiplikacija medijskih sadržaja i formata, trebali bi povećati informacijski izbor, no mnoga istraživanja pokazuju da je u takvom okolišu građanima zapravo lakše distancirati se od političkih informacija (Prior, 2007), što podupire zabrinutost oko utjecaja na političku participaciju i budućnost demokracije. Pitajući se koja je zapravo uloga medija za političku participaciju u novom medijskom okolišu, te tko su građani koji se isključuju iz javne sfere, suprotstavljam teorije medijske mučnine i kruga vrlina i analiziram ih u odnosu na strukturalne faktore društvene stratifikacije, polazeći od Bourdieovih koncepata ekonomskog, socijalnog i kulturnog kapitala.

Odnos različitih elemenata političkog djelovanja i upotrebe medija u političkoj komunikaciji često se promatra kroz sukobljene teze o medijskoj mučnini (media malaise) i teorije o medijskoj mobilizaciji, odnosno krugu vrlina (virtuous circle). Prema teoriji medijske mučnine, veća izloženost medijima, a posebice televiziji, vodi alijenaciji i smanjenom povjerenju u političke i državne institucije (Delli Carpini, 2004: 400). Druga istraživanja pokazala su povezanost medijskih sadržaja s političkom djelotvornošću. Primjerice, negativno izvještavanje i medijsko uokviravanje događaja oko strategije, a ne stvarnog sadržaja političkih procesa, jača cinizam koji posredno djeluje na osjećaj političke djelotvornosti (Delli Carpini, 2004: 399). S druge strane, zagovornici teorije medijske mobilizacije smatraju da su praćenje informativnih medija i građanski angažman u istom "krugu vrlina"- više angažirani građani više će pratiti informativne medije koji će ih potaknuti da i dalje ostanu angažirani (Norris, 2000). Prema teoriji kruga vrlina građani koji najviše prate informativne medije su i oni s najviše političkog znanja, povjerenja u institucije te su spremniji sudjelovati u izborima.

Tehnološka transformacija medijskog i informacijskog okoliša učinila je istraživanja u ovom polju sve kompleksnijima. S multiplikacijom medija u post-televizijskom (post-broadcast) dobu građani bi trebali imati više informacija u okolišu "visokog izbora" (Prior, 2007). Bogatiji informacijski okoliš trebao bi smanjiti jaz u znanju različitih društvenih grupa, no efekti nisu jednaki za sve medije niti jednako distribuirani. Dok čitanje novina čini "informativni bogati" (Price i Zaller, 1993, u Jerit i dr., 2006: 267), uloga televizije za ujednačavanje političkog znanja je nejasna (Jerit i dr., 2006; Shehata, 2010). Utjecaj interneta promatra se kroz teorije mobilizacije ili pojačavanja (reinforcement). Prema teoriji mobilizacije, internet mobilizira manje privilegirane društvene grupe jer bi korištenje interneta trebalo imati pozitivni kognitivni učinak za sudjelovanje. Prema drugim autorima, internet angažira samo one koji već jesu aktivni te time postaje "oružje snažnih" (Schlozman, Verba, Brady, 2010, u Oser, Hooghe, Marien, 2012). Nedavna istraživanja pronašla su dokaze mobilizacije mladih i žena, ali i pojačavanja nejednakosti grupa različitog društveno-ekonomskog statusa (Oser, Hooghe, Marien, 2012). Prema Prioru (2007), veća mogućnost izbora informacija u suvremenom informacijskom okolišu može i povećati nejednakosti u političkom znanju, jer oni s nižim političkim interesom lakše mogu izbjeći izvore političkih informacija. S druge strane, različite konfiguracije medijskih sustava stvaraju strukturalne uvjete u kojima se pojavljuju različiti obrasci upotrebe medija. Primjerice, Shehata (2010) pokazuje kako je jaz u znanju niži u demokratsko-korporativnim medijskim sustavima za razliku od liberalnih ili mediteranskih. Demokratsko-korporativni medijski sustavi imaju najmanje građana "isključenih" iz političkih informacija zbog aktivnih medijskih politika tih zemalja, posve suprotno od mediteranskih zemalja (Blekesaune i dr., 2012: 114). Hrvatska pripada Južnom/Istočnom modelu medijskog sustava (koji odgovara mediteranskom modelu, Peruško, 2013) s nižom kvalitetom javnih medija, manje razvijenim medijskim tržištem i većim pritiscima na medije, što utječe na obrasce upotrebe medija (Peruško, Vozab, Čuvalo, 2013).



Međutim, još nije učinjena sustavna analiza o načinima na koji mediji utječu na političku participaciju u hrvatskom medijskom sustavu. U ovom radu ta će se praznina pokušati nadopuniti, a zbog prilagodbe teorija medijske mučnine i kruga vrlina konvergiranom medijskom okolišu, uvodi se pristup istraživača upotrebe medija koji polazi od perspektive korisnika medija, prateći raspon medijskih sadržaja koje korisnik prati na različitim medijskim platformama (primjerice, pristup medijskih repertoara Hasebrinka i Poppa, 2006, u Hasebrink i Domeyer, 2012). Također se uvode i Bourdieovi koncepti ekonomskog, socijalnog i kulturnog kapitala, koji se u medijskim i komunikacijskim studijama smatraju korisnima za analizu trans-medijske upotrebe u suvremenom medijskom okolišu i za "sustavni opis povezanosti medijske upotrebe pojedinca i njegove/njene pozicije u strukturiranom društvu" (Weiss, 2000/2001, u Hasebrink i Domeyer, 2012: 763). Prema Bourdieu (2011), kulturni kapital omogućava dominantnim društvenim grupama i da nameću svoj kulturni ukus kao legitiman, ali i da razvijaju svoje političke kompetencije i učvršćuju svoju hijerarhijsku poziciju kroz politički utjecaj. U predloženom doktorskome radu, koncept kulturnog kapitala smješten je u polje javne sfere u kojoj se akteri bore za kompetencije za političku participaciju, a njihova početna pozicija vezana je uz njihovu društvenu poziciju.

#### **Cilj i hipoteze istraživanja** (preporučeno 700 znakova s praznim mjestima)

Cilj doktorske dizertacije je opisati na koji način pozicija u društvenoj strukturi oblikuje obrasce korištenja medija, te kako ti obrasci utječu na političku participaciju, u skladu s teorijom o medijskoj mučnini ili krugu vrlina. Glavna je hipoteza da će postojati značajne razlike u rasponu medija koje korisnici upotrebljavaju ovisno o svojoj društvenoj poziciji. Također, hipoteza je da će te razlike biti snažnije u usporedbi s razlikama korištenja pojedinih tipova medija. Društvene pozicije određene su sociodemografskim osobinama, poput spola, dobi, mjesta stanovanja, te stečenim ekonomskim, kulturnim i socijalnim kapitalom. Očekuje se da će se teorije medijske mučnine potvrditi za manje privilegirane društvene grupe, a teorija kruga vrlina za privilegirane društvene grupe te da će se pokazati da teorija medijske mučnine vrijedi za mnogo veći broj građana nego krug vrlina.

H1: Publike različitog socioekonomskog statusa značajno će se razlikovati u rasponu medija koje koriste za informiranje.

H2: Publike različite dobi značajno će se razlikovati u rasponu medija koje koriste za informiranje.

H3: Publike različitog spola značajno će se razlikovati u rasponu medija koje koriste za informiranje.

H4: Publike različite usvojene razine kulturnog kapitala značajno će se razlikovati u rasponu medija koje koriste za informiranje.

H5: Publike koje koriste širi raspon medija za informiranje imat će značajno viši osjećaj političke djelotvornosti.

H6: Publike koje koriste širi raspon medija za informiranje imat će značajno viši politički interes.

H7: Publike koje koriste širi raspon medija za informiranje značajno će više politički participirati.

#### **Materijal, ispitanici, metodologija i plan istraživanja** (preporučeno 6500 znakova s praznim mjestima)

Pretpostavku da medijska mučnina i krug vrlina djeluju ovisno o rasponu upotrebe medija (a ne upotrebi pojedinačnog medija) koji je određen sociodemografskim osobinama i posjedovanjem ekonomskog, socijalnog i kulturnog kapitala, a koji na političku participaciju djeluju posredno preko političkog interesa i osjećaja političke djelotvornosti, empirijski ću obraniti koristeći kvantitativne i kvalitativne metode u istraživačkom dizajnu miješanih metoda, konkretno u sekvencijalnom eksplanatornom dizajnu (Creswell, Plano Clark, 2011). Sekvencijalni eksplanatorni dizajn miješanih metoda se prvenstveno oslanja na kvantitativne podatke koji se detaljnije nadopunjuju i objašnjavaju kvalitativnim podacima (Creswell, Plano Clark, 2011: 155). U prvoj kvantitativnoj fazi istraživanja koristit će se podaci prikupljeni anketnim istraživanjem na reprezentativnom uzorku hrvatske populacije. U znanstvenom projektu financiranom od Sveučilišta u Zagrebu "Medijske publike: nove medijske navike i politička participacija", pod vodstvom prof.dr.sc. Zrinjke Peruško, u 2014. godini provedeno je terensko istraživanje medijskih navika hrvatskih publika, kao nastavak europskog komparativnog istraživanja iz prethodne godine. Samo terensko istraživanje provela je agencija za istraživanje tržišta GfK na uzorku od 800 ispitanika u lipnju i srpnju 2014. Uzorak je kvotni i reprezentativan prema kategorijama spola, dobi i županije, a konačna baza podataka u SPSS-u ponderirana je prema kategoriji obrazovanja. Budući da će se analizirati i politička participacija, uzorak će se u analizi ograničiti na punoljetne ispitanike



(N=767). Teorijski model za razumijevanje odnosa komunikacije i ponašanja, u ovom slučaju upotrebe medija i političke participacije jest perspektiva O-S-O-R koja objašnjava kauzalne odnose različitih strukturalnih faktora, individualnih predispozicija, medija i bihevioralnih ishoda, a koja pretpostavlja da učinci medija djeluju posredno preko ostalih faktora (Shah i drugi, 2007: 220). U kvantitativnoj fazi istraživanja polazeći od ovakvog teorijskog modela testirat će se odnos strukturalnih faktora (sociodemografskih varijabli i oblika kapitala) na obrasce medijske upotrebe (koji određuju recepciju) te koji potom utječu na politički interes i osjećaj političke djelotvornosti koji utječu na bihevioralni ishod, političku participaciju.

Ekonomski kapital operacionaliziran je kroz prihode i posjedovanje imovine, kulturni kapital je operacionaliziran kroz institucionalni oblik kulturnog kapitala (stupanj obrazovanja i stupanj obrazovanja roditelja) i objektivirani kulturni kapital (posjedovanje knjiga). Socijalni kapital operacionaliziran je kao "generator resursa" kojim se ne mjeri samo broj društvenih veza, već i usluge koje se mogu dobiti putem tih veza. Upitnik sadrži velik broj pitanja koji se odnose na izvore informiranja i preferencije žanrova na različitim tipovima medija (televizija, radio, tisak, internet) te je moguće analizirati pojedinačne medije i raspon medija koje korisnik koristi. Politički interes, osjećaj političke djelotvornosti i politička orijentacija operacionalizirani su kroz standardne varijable koje se koriste u velikim komparativnim istraživanjima (primjerice European Social Survey i World Value Survey). Politička participacija operacionalizirat će se kao višedimenzionalni fenomen koji uključuje institucionalizirane i manje institucionalizirane oblike participacije (od glasanja, potpisivanja peticija, sudjelovanja u prosvjedima do sudjelovanja u nevladinim organizacijama i aktivnostima udruga). Podaci će se analizirati inferencijalnom statistikom, te će se koristiti klaster analiza za stvaranje tipologije medijskih korisnika u odnosu na raspon medija koji koriste. Teorijski model testirat će se hijerarhijskom regresijskom analizom da bi se odredio stupanj u kojem set nezavisnih varijabli pridonose objašnjenju zavisne varijable. Podaci će se analizirati u programu za statističku analizu podataka SPSS.

U sekvencijalnom eksplanatornom dizajnu kvalitativna faza istraživanja može se samo okvirno opisati jer istraživačka pitanja i uzorak ovise o rezultatima kvantitativne faze istraživanja. U kvalitativnoj fazi istraživanja provest će se intervjui s ispitanicima koji su sudjelovali u anketnom istraživanju. Za kvalitativni dio istraživanja razvio bi se polu-strukturirani intervju kojim bi se pratila i nadopunjavala pitanja iz anketnog upitnika. U kvalitativnom dijelu analize će se kroz koncept habitusa (Bourdieu, 2011) opisati mehanizmi koji stoje iza razlika društvenih grupa definiranih u kvantitativnom dijelu istraživanja, te kakva su značenja i koristi određenih medijskih praksi te informacijske potrebe korisnika medija u različitim društvenim pozicijama.

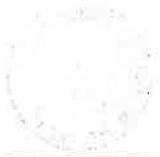
Budući da će se predloženim doktorskim radom analizirati nedovoljno istraženo područje u Hrvatskoj u disciplini koja se uglavnom gradi na teorijskim modelima razvijenim u političkim sustavima različitim od hrvatskog, potrebno je kombinirati kvantitativne i kvalitativne metode zbog dubljeg i pravilnog razumijevanja trendova definiranih u kvantitativnoj fazi istraživanja, ali i zbog provjere valjanosti i prilagodbe testiranog teorijskog modela drugačijem obliku političkog i medijskog sustava.

#### Očekivani znanstveni doprinos predloženog istraživanja (preporučeno 500 znakova s praznim mjestima)

Kao znanstveni doprinos očekuju se novi izvorni rezultati o odnosu upotrebe medija i političke participacije u Hrvatskoj. Kroz istraživački dizajn miješanih metoda analizirat će se primjenjivost već postojećih istraživačkih i teorijskih modela u novom području. Očekuje se i teorijski doprinos rada za teorije medijske mučnine i krug vrlina u smislu pozitivne ili negativne uloge umreženih digitalnih medija u demokraciji, te za koncept kulturnog kapitala u konvergiranoj medijskoj okolišu i u postsocijalističkom političkom sustavu.

#### Popis citirane literature (maksimalno 30 referenci)

- 1) Blekesaune, A., Elvestad, E., Aalberg, T. (2012) Tuning out the world of news and current affairs- an empirical study of Europe's disconnected citizens, *European Sociological Review*, Vol 28, No 1
- 2) Bourdieu, P. (2011) Distinkcija: društvena kritika sudjenja, Antibarbarus, Zagreb
- 3) Creswell, J.W., Plano Clark, V. (2011) *Designing and Conducting Mixed Methods Research*, SAGE Publications Inc, SAD
- 4) Delli Carpini, M.X. (2004) Mediating Democratic Engagement: The Impact of Communications on Citizens' Involvement in Political and Civic Life, in Lee Kaid (ur) *Handbook of Political Communication Research*, Lawrence Erlbaum Associates Inc, New Jersey, SAD
- 5) Hasebrink, U., Domeyer, H. (2012) Media repertoires as patterns of behaviour and as meaningful practices: a multimethod approach to media use in converging media environments, *Participations*, Vol 9, No 2

**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU**

DR.SC.-01 Prijava teme doktorskog rada  
 Obrazac je napravljen pomoću sustava OBAD

- 6) Jerit, J., Barabas, J., Bolsen, T. (2006) Citizens, Knowledge, and the Information Environment, American Journal of Political Science, Vol 50, 2
- 7) Livingstone, S., Couldry, N., Markham, T. (2007) Media Consumption and Public Engagement: Beyond the Presumption of Attention, Palgrave MacMillian, UK
- 8) Norris, P. (2000) A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies, Cambridge University Press, Cambridge, UK
- 9) Oser, J., Hooghe, M., Marien, S. (2012) Is Online Participation Distinct from Offline Participation? A Latent Class Analysis of Participation Types and Their Stratification, Political Research Quarterly, 66:91, 91-101
- 10) Peruško, Z. (2013) Rediscovering the Mediterranean Characteristics of the Croatian Media System, East European Politics and Societies and Culture, 27: 709
- 11) Peruško, Z., Vozab, D., Čuvalo, A. (2013) Audiences as a source of agency in media systems: Post-socialist Europe in comparative perspective, Medialni Studia, No 2, 137-154
- 12) Prior, M. (2007) Post-broadcast democracy: how media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections, Cambridge University Press
- 13) Shah, D.V., McLeod, D.M., Kim, E., Gottlieb, M.R., Ho, S.S., Breivik, H. (2007) Political Consumerism: How Communication and Consumption Orientations drive "Lifestyle Politics", The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 611 (1)
- 14) Shehata, A. (2010) Pathways to Politics: How Media System Characteristics can influence Socioeconomic Gaps in Political Participation, International Journal of Press/Politics, 15: 259

**Procjena ukupnih troškova predloženog istraživanja (u kunama)**

90000 (ostvareno, u projektu)

**Predloženi izvori financiranja istraživanja**

Nacionalno financiranje	Naziv projekta	Medijske publike: nove medijske navike i politička participacija, financira Sveučilište u Zagrebu (2013-2014)
	Voditelj projekta	prof.dr.sc. Zrinjka Peruško, redovni profesor
	Potpis	
Međunarodno financiranje	Naziv projekta	
	Voditelj projekta	
	Potpis	
Ostale vrste projekata	Naziv projekta	
	Voditelj projekta	
	Potpis	
Samostalno financiranje		
Sjednica Etičkog povjerenstva na kojoj je odobren prijedlog istraživanja (navesti samo ako je potrebno)	NA	

Suglasnost predloženog mentora i doktoranda s prijavom teme



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU**

- DR.SC.-01 Prijava teme doktorskog rada
- Obrazac je napravljen pomoću sustava OBAD

Odgovorno izjavljujem da sam suglasan s temom koja se prijavljuje.

Potpis

prof. dr. sc. Zrinjka Peruško

Potpis

Dina Vozab, dipl. sociolog

**IZJAVA**

Odgovorno izjavljujem da nisam prijavila/o doktorski rad s istovjetnom temom ni na jednom drugom sveučilištu. (Nije obavezno u slučaju dvojnog doktorata - Cotutelle de these)

U Zagrebu, 31.03.2015.

Potpis

Dina Vozab, dipl. sociolog