ISPITNA PITANJA

1. Politika u doba medijskog posredovanja
2. Teorija liberalne demokratije i mediji
3. Demokratija i mediji: kritika
4. Proizvodnja „pristanka“ , Čomski i Herman, *Manufactoring consent*
5. Metodološki problemi u istraživanju političkih učinaka komunikacije
6. Tri osnovna empirijska pristupa istraživanju učinaka političke komunikacije
7. Povećanje troškova vođenja kampanje i komercijalizacija politike
8. Politika i postmoderna
9. Politički mediji
10. Kritike političkih medija
11. Mediji i hegemonija
12. Politika i medijska produkcija
13. Definisanje političke stvarnosti
14. Mediji kao politički akteri: osnovne novinarske forme
15. Političko oglašavanje
16. Uspon imidža u političkom oglašavanju
17. Negativni spotovi
18. Politički odnosi s javnošću
19. Interna politička komunikacija
20. Upravljanje informacijama
21. Politička komunikacija i industrijski odnosi
22. Politička komunikacija i grupe za pritisak
23. Politička komunikacija i terorističke grupe
24. Međunarodna politička komunikacija
25. Međunarodni sukobi i politička komunikacija
26. Političko-sociološki pristup razumijevanju ponapanja birača
27. Političko-psihološki pristup razumijevanju ponapanja birača
28. Političko-ekonomski pristup razumijevanju ponapanja birača
29. Participacija i mobilizacija
30. Politički stavovi