ISPITNA PITANJA

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