



**OBAVEZNA LITERATURA AK. GOD 2022/23. (DRUGI CIKLUS STUDIJA)**

**ODSJEK ŽURNALISTIKA/KOMUNIKOLOGIJA**

Rb	NASTAVNI PREDMET	LITERATURA
1	<b>Savremene komunikološke teorije</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. McQuail, D. (2010): <i>Mass Communication Theory</i>, (6th edition) London, part II Theories.</li><li>2. McQuail, D. (1994): <i>Stari kontinent – novi mediji</i>, Beograd: NOVA: I dio Da li teorija medija može da odgovori izazovu novih komunikacionih tehnologija?, III dio Kako informisati informaciono društvo: zadatak nauke o komunikacijama.</li><li>3. Vreg, France (1991): <i>Demokratsko komuniciranje</i>, FPN, Sarajevo. (Funkcionalističke, sistemske i kritičke teorije komuniciranja, komunikacijskih sistema i komunikacijskih procesa)</li><li>4. Sefo Mustafa (2022). <i>Uvod u komunikologiju</i>. DTP Perfecta, Sarajevo.</li><li>5. Kunczik, M. i S. Malović u zborniku <i>Masovno komuniciranje (2014)</i>, Golden marketing, Sveučilište Sjever, Zagreb: M. Kunczik i S. Malović (nastavnik će studentima dostaviti u pp formatu)</li><li>6. <i>Laughy, Dan (2009): The Media Studies Guide. Harpenden: Kamera Books.</i> (nastavnik će studentima dostaviti u pp formatu)</li></ol>
2	<b>Mediji i politika</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Crouch, C. (2007), <i>Postdemokracija: političke i poslovne elite u 21. stoljeću</i>, Izvori, Zagreb (Poglavlje „Zašto postdemokracija“)</li><li>2. Kokotović, D. (2007.) <i>Društvo i medijski izazovi</i>. Novi Sad (poglavlje „Mediji između slobode i manipulacije“)</li><li>3. Lloyd, J. (2008), <i>Šta mediji rade našoj politici</i>, SAMIZDAT, B92, Beograd (Uvod i poglavlje „Slobodni koliko i društvo“)</li><li>4. McNair, B. (2003), <i>Uvod u političku komunikaciju</i>, Zagreb (poglavlje „Politički mediji“)</li><li>5. Radojković M, Stojković B, Vranješ A. (2015). <i>Međunarodno komuniciranje u informacionom društvu</i>. Clio, Beograd. (Poglavlja: Geneza međunarodnog komuniciranja, Prostorna i vremenska dimenzija međunarodnog komuniciranja, Efekti međunarodnog komuniciranja, Borba za novi svjetski informacioni i komunikacijski poredak)</li></ol>

3	Javno mnijenje	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nuhanović Asad, <i>Fenomen javnosti</i>, Sarajevo, 2005.</li> <li>2. Jurgen Habermas, <i>Javno mnijenje</i> (4), Beograd, 1969.</li> <li>3. Vesna Lamza – Posavec, <i>Javno mnijenje</i> (I dio), Zagreb, 1995.</li> <li>4. Walter Lippmann, <i>Javno mnijenje</i>, Zagreb, 1995.</li> <li>5. Sefo Mustafa (2022). <i>Uvod u komunikologiju</i>. DTP Perfecta, Sarajevo.</li> </ol>
4	Religije suvremenog svijeta	<p><b>Cvitković</b>, Ivan (2010.). <i>RELIGIJE SUVREMENOG SVIJETA</i>. Sarajevo: «DES».</p> <p><b>Cvitković</b>, Ivan (2005.). <i>RJEČNIK RELIGIJSKIH POJMOVA</i>. Sarajevo: «DES»</p> <p>ili</p> <p><b>Colledge</b>, Ray (1999): <i>MASTERING WORLD RELIGIONS: Macmillan Master Series</i>, Macmillan Press Ltd, London.</p> <p><b>Allan</b>, John et al. (1999): <i>RELIGIJE SVIJETA: ENCIKLOPEDIJSKI PRIRUČNIK</i>. Kršćanska sadašnjost: Zagreb. 1999</p>
5	Uvod u mediologiju	<p><b>Studentima će na početku semestra biti dostavljen Reader/Hrestomatija sa tekstovima/dijelovima knjiga za pripremu ispita. Reader/Hrestomatija se sastoji od sljedećih knjiga:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Debre, Režis (2000): <i>Uvod u mediologiju</i>, Clio, Beograd.</li> <li>2. Čaćinović, Nadežda (2001): <i>Doba slika u teoriji mediologije</i>, Jesenski i Turk, Zagreb.</li> <li>3. Tjurou, Džozef (2012 i 2013): <i>Mediji danas I i II, Uvod u masovne komunikacije</i>, Clio, Beograd.</li> <li>4. Poter, Džejms (2011): <i>Medijska pismenost</i>, Clio, Beograd.</li> <li>5. Alić, Sead (2016): <i>Medij jezika, Filozofija razumijevanja</i>, Medijska kultura, NVO Civilni formun, Nikšić.</li> <li>6. Šušnjić, Đuro (2008): <i>Ribari ljudskih duša</i>, Čigoja štampa, Beograd.</li> <li>7. Božović, Ratko (2015): <i>Paradoksi medijske slobode</i>, Medijska kultura, NVO Civilni formun, Nikšić.</li> </ol>
6	Istraživačko novinarstvo	<p><b>Obavezna literatura:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bešker I. et al. (2004) <i>Istraživačko novinarstvo</i>, HND, Zagreb</li> <li>2. De Berg H. (2007) <i>Istraživačko novinarstvo</i>, Clio, Beograd</li> <li>3. Milosavljević M. Vilović G. i Kunczik M. (2009) <i>Istraživačko novinarstvo</i>, FES, Sarajevo, dostupno na: <a href="http://library.fes.de/pdf-files/bueros/sarajevo/06911.pdf">http://library.fes.de/pdf-files/bueros/sarajevo/06911.pdf</a></li> <li>4. Horgan, John, <i>Kraj znanosti</i>, Jesenski i Turk, Zgb. 2001. (The end of Science: facing the limits of knowledge in the twilight of the scientific age, 1996. Copright by John Horgan)</li> </ol> <p>(Odgovorni nastavnik će studentima na nastavi dati precizne upute koji dijelovi knjiga su obavezni za ispit)</p>

		<p><b>Dodatna literatura:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Greenwald m, Bernt J. (2000) <i>The Big Chill: Investigative Reporting in the Current Media Environment</i>, Iowa State University Press</li> <li>2. Plevnik, D. (2003), <i>Praksa etičkog novinarstva</i>, Masmmedia, Zagreb</li> <li>3. Spark D. (1999) <i>Investigative Reporting: A Study in technique</i>, Focal Press, Oxford</li> <li>Todorović Neda (2002) <i>Interpretativno i istraživačko novinarstvo</i>, Čogoja štampa, Beograd</li> </ol>
7	<b>Mediji i kulturni identiteti</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Anderson (1998): <i>Nacija: zamišljena zajednica</i>, Sarajevo,</li> <li>2. Beck, U. (2003): <i>Šta je globalizacija?: zablude globalizma</i>, Vizura, Zagreb,</li> <li>3. Beck, U. (2004): <i>Moć protiv moći u doba globalizacije: Nova svjetska politička ekonomija</i>, Školska knjiga, Zagreb,</li> <li>4. Brigs, A., Kobli, P. (2005): <i>Uvod u studije medija</i>, Clio, Beograd,</li> <li>5. Čengić– Fejzić, F. (2009): <i>Medijska kultura u Bosni i Hercegovini</i>, Connectum, Sarajevo,</li> <li>6. Curran, J. (ed.) &amp; Morley, David (2006): <i>Media And Cultural Theory</i>, Routledge, Oxon &amp; NY,</li> <li>7. Ellis, D. G. (1999.): <i>Crafting Society: Ethnicity, Class, and Communication Theory</i>, LEA's Communication Series Lawrence Erlbaum Associates, Inc.,</li> <li>8. McChesney, R. (2008): <i>Bogati mediji siromašna demokratija – komunikacijske politike u mutnim vremenima</i>, Šahinpašić, Sarajevo,</li> <li>9. McQuail, D. (2010): <i>Mass Communication Theory</i>, (6th edition), Sage, London,</li> <li>10. Perse, M., E. (2001): <i>Media Effects and Society</i>, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Mahwah, New Jersey, London,</li> <li>11. Postman, N. (1992): <i>Technopoly: The Surrender of Culture to Technology</i>, New York, Vintage Books,</li> <li>12. Smith (1998): <i>Nacionalni identitet</i>, Beograd,</li> <li>13. Taylor, P. A., Harris, J. L. (2008): <i>Critical Theories of Mass Media: Then and Now</i>, Open University Press, McGraw-Hill Education, Shoppenhangers Road, Maidenhead, Berkshire, England</li> </ol> <p><b>(Odgovorni nastavnik će studentima dati prevedene i/li prerađene dijelovi knjiga koje nisu na maternjem jeziku, a obavezne su za ispit.)</b></p>
8	<b>Mediji i društvo</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zrinjka Peruško - Čulek: <i>Demokracija i mediji (III i IV)</i>, Zagreb, 1999.</li> <li>2. France Vreg: <i>Demokratsko komuniciranje (V)</i>, Sarajevo, 1991.</li> <li>3. Anthony Giddens: <i>Sociologija (str. 454-490)</i>, Beograd, 2003.</li> </ol>

9	<b>Propagandno komuniciranje</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Castels, M. (2014), <i>Moć komunikacija</i>, Clio Beograd</li> <li>2. Kunczik, M., Zipfel, A. (2006), <i>Uvod u znanost o medijima i komunikologiju</i>, Zaklada Friedrich Ebert, Zagreb</li> <li>3. Mihailović, V. (1984), <i>Propaganda i rat</i>, Vojnoizdavački zavod, Beograd</li> <li>4. Panjeta, L. (2004), <i>Industrija iluzija: Film i propaganda</i>, Heft, Sarajevo</li> <li>5. Prajs, S. (2011), <i>Izučavanje medija</i>, Clio, Beograd</li> <li>6. Šiber, I. (1992), <i>Politička propaganda i politički marketing</i>, Alinea, Zagreb</li> <li>7. Šiber, I. (2000), <i>Politički marketing i politički sustav</i>, objavljeno u: <i>Politička misao</i>, vol.XXXVII, br. 2, str. 149-167</li> <li>8. Tihi, B. (red.) (1999), <i>Osnovi marketinga</i>, Ekonomski fakultet, Sarajevo</li> <li>9. Tucaković, Š. (1999), <i>Propagandno komuniciranje</i>, Studentska štamparija Univerziteta Sarajevo</li> <li>10. Zvonarević, M. (1976), <i>Socijalna psihologija</i>, Školska knjiga, Zagreb</li> </ol>
10	<b>Oglašavanje</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Duraković, Jasna (2016) <i>Hrestomatija – Oglašavanje</i>, FPN, Sarajevo.</li> <li>2. Džefkins, Frenk (2003): <i>Oglašavanje</i>, Clio, Beograd.</li> </ol>
11	<b>Kreacija imidža i identiteta</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jasna Duraković (2011) <i>Uloga odnosa s javnošću u kreaciji pozitivnog imidža države</i>, FPN, Sarajevo.</li> <li>2. Božo Skoko (2004) <i>Hrvatska: (Identitet, image i promocija)</i>, Školska knjiga, Zagreb.</li> </ol>
12	<b>Metodologija komunikoloških istraživanja</b>	<p><b>Obavezna:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Popadić, D., Pavlović, Z. i Žeželj, I. (2018). <i>Alatke istraživača</i>. Beograd: Clio.</li> <li>2. Mejovšek, M. (2007). <i>Metode znanstvenog istraživanja u društvenim i humanističkim znanostima</i>. Zagreb: SLAP.</li> <li>3. Petz, B., Kolesarić, V. i Ivanec D. (2012). <i>Petzova statistika – Osnovne statističke metode za nematematičare</i>. Zagreb: Naklada Slap.</li> <li>4. Coakes, S. (2013). <i>SPSS – Analiza bez muke</i>. Čačak: Kompjuter biblioteka.</li> </ol>