

SARŽAJ:

UVOD (13)

PRVI DEO (17)

1. ODREĐENJE POJMA „KOMUNIKACIJA“ (17)

1.1. Etimologija pojma „komunikacija“ (17)

1.2. Značenja pojma „komunikacija“ (17)

0.3. Socijalna interakcija kao pojam *genus proximus* pojma komunikacije (19)

0.4. Komunikacija kao osnovna vrsta socijalne interakcije (21)

0.5. Definisanje pojma „komunikacija“ (22)

1.6. Kriterijumi klasifikacije definicije manipulacije (25)

2. OSNOVNE KOMUNIKOLOŠKE TEORIJSKE PARADIGME (29)

DRUGI DEO (35)

3. ODNOS KOMUNIKACIJE I MANIPULACIJE (35)

3.1. Elementi komunikacijskog lanca i manipulacija (35)

3.2. Dodirne tačke komunikacije i manipulacije (37)

TREĆI DEO (39)

4. ODREĐENJE POJMA „MANIPULACIJA“ (39)

4.1. Problemi definisanja manipulacije (39)

4.2. Klasifikacija definicija manipulacije (41)

5. OSNOVNE KARAKTERISTIKE MANIPULACIJE (61)

5.1. Kompleksnost manipulacije (62)

5.2. Sveprisutnost i neizbežnost manipulacije (63)

5.3. Dinamičnost (metamorfoznost, fluktoznost) manipulacije (65)

5.4. Univerzalnost manipulacije (65)

5.5. Dihotomnost manipulacije (65)

5.6. Suptilnost u delovanju (66)

5.7. Holističnost manipulacije (68)

5.8. Kauističnost manipulacije (68)

5.9. Dvosmernost manipulacije (68)

5.10. Polimofnost (diverzitetnost) manipulacije (69)

5.11. Komunikativnost manipulacije (69)

5.12. Psihologičnost manipulacije (70)

5.13. Nenasilnost manipulacije (70)

5.14. Medijativnost manipulacije (71)

5.15. Slojevitost manipulacije (73)

5.16. Ahativnost manipulacije (73)

5.17. Faznost manipulacije (73)

6. (NE)MOĆ MANIPULACIJE (75)

6.1. Antropološka priroda čoveka kao otpor manipulaciji (76)

6.2. Otpor institucionalnoj manipulaciji (77)

6.3. Strukturalne prepreke kao otpor manipulaciji (77)

6.4. Selektivnost ljudskog duha kao prepreka manipulaciji (7)

6.5. (Ne)zainteresovanost i školska sprema kao otpor manipulaciji (79)

6.6. Grupna norma kao otpor manipulaciji (79)

6.7. Karakteristike stavova kao prepreke manipulaciji (80)

11.11. Politička javna manipulacija i manipulacija (172)

7. ODREĐENJE POJMOVA: „PERSUAZIJA“, „SUGESTIJA“,

11. „UBEĐIVANJE“: SLIČNOSTI I RAZLIKE (83)

7.1. Etimologija pojmova (84)

7.2. Pojam „persuazija“ (84)

7.3. Definisane pojma „persuazija“ (85)

7.4. Istraživanja persuazije (85)

7.5. Uticaj karakteristika poruke na njeno prihvatanje (86)

7.6. Pojam „sugestija“ (87)

7.7. Sugestija i persuazija: sličnosti i razlike (89)

7.8. Oblici sugestije (90)

7.9. Sugestibilnost – podložnost sugestiji (90)

7.10. Sugestija i manipulacija: sličnosti i razlike (91)

7.11. Metoda larvirane sugestije kao pozitivna manipulacija (93)

7.12. Sugestibilnost i pamćenje (93)

7.13. Autosugestija (94)

7.14. Pojam „ubeđivanje“ (94)

7.15. Sugestija i ubeđivanje: sličnosti i razlike (95)

7.16. Mehanizam delovanja ubeđivanja (95)

7.17. Tehnike ubeđivanja (96)

7.18. Pripadnost grupi i mogućnost ubeđivanja (96)

7.19. Ubeđivanje mase (97)

7.20. Biblijski koncept ubeđivanja (97)

7.21. Ubeđivanje i manipulacija: sličnosti i razlike (97)

7.22. Manipulacija i iskrenost (99)

7.23. Automanipulacija (99)

5.1. Kompleksnost manipulacije (62)

8. MANIPULATIVNE STRATEGIJE, METODE I TEHNIKE (101)

8.1. Manipulativne taktike i strategije (101)

8.2. Osnovne karakteristika tehnika manipulacije (104)

8.3. Vrste tehnika manipulacije (105)

9. KRITERIJUMI PODELA METODA MANIPULACIJE (117)

9.1. Etički kriterijum klasifikacije metoda manipulacije (117)

9.2. Obim obuhvata kao kriterijum podela metoda manipulacije (117)

9.3. Posrednost kao kriterijum podela metoda manipulacije (118)

9.4. Priroda manipulacije kao kriterijum podela metoda manipulacije (118)

9.5. Ofanzivnosti/defanzivnosti kao kriterijum podela metoda manipulacije (118)

9.6. Vrste korišćenih sredstava kao kriterijum podela metoda manipulacije (118)

9.7. Priroda korišćenih sredstva kao kriterijum podela metoda manipulacije (118)

5.15. Slajevitost manipulacije (73)

10. SFERE PRIMENE MANIPULACIJE (121)

10.1. Primena manipulacije u obaveštajno-bezbednosnoj sferi (122)

10.2. Primena manipulacija u sferi lobiranja (124)

10.3. Primane manipulacije u sferi zavodenja i laskanja (126)

10.4. Primena manipulacije u sferi trgovanja (128)

10.5. Primena manipulacije u sferi religije (137)

5.3. Strukturalne promene kao uslov manipulacije (70)

11. MANIPULACIJA JAVNIM MNENJEM (147)

11.1. Pojam „javno mnjenje“ (148)

11.2. Teorijske konceptualizacije javnog mnjenja (159)

11.3. Osnovne karakteristike javnog mnjenja (162)

11.4. Značaj javnog mnjenja za funkcionisanje zajednice (166)

11.5. Vode javnog mnjenja (166)

11.6. Formiranje, učvršćivanje i promena javnog mnjenja (167)

11.7. Većinsko i manjinsko javno mnjenje (169)

11.8. Interaktivnost kao uslov formiranja javnog mnjenja (170)

11.9. Zainteresovanost kao uslov formiranja javnog mnjenja (170)

- 11.10. Promena javnog mnjenja (172)**
- 11.11. Političko javno mnjenje i manipulacija (172)**
- 11.12. Dva momenta manipulisanja javnim mnjenjem (173)**
- 11.13. Mediji kao sredstvo manipulacije javnim mnjenjem (183)**

ZAKLJUČAK (199)

BIBLIOGRAFIJA (202)

RECENZIJE (213)