

Боривоје Балтезаровић

МУЛТИНАЦИОНАЛНЕ КОМПАНИЈЕ
И МЕДИЈСКА МАНИПУЛАЦИЈА

Боривоје Балтезаревић
Институт за српску културу Приштина – Лепосавић
ORCID 0000-0002-6798-6981

Научна монографија
МУЛТИНАЦИОНАЛНЕ КОМПАНИЈЕ
И МЕДИЈСКА МАНИПУЛАЦИЈА

Издавач
Институт за српску културу Приштина – Лепосавић

За издавача
Главни и одговорни уредник
Проф. др Драган Танчић

Рецензенти
Проф. др Миливоје Павловић, емеритус,
Факултет за културу и медије, Мегатренд универзитет
Проф. др Драган Никодијевић, емеритус,
Факултет за културу и медије, Мегатренд универзитет
Проф. др Бобан Томић, редовни професор,
Висока школа за комуникације Београд

Уредник
Др Петар Ристановић

Лектор
Муниба М. Дрековић

Припрема за штампу
Миодраг Панић

Штампа
ГИД „Pi-press“, Пирот

Тираж
150

ISBN 978-86-89025-99-6

Боривоје Балтезаровић

Мултинационалне компаније и медијска манипулација



Институт за српску културу Приштина – Лепосавић
2024.

Монографију је суфинансирало Министарство науке, технолошког развоја и иновација РС по Јавном позиву за 2024.

Монографија је написана у оквиру научноистраживачког рада НИО по Уговору склопљеним са Министарством науке, технолошког развоја и иновација РС број: 451-03-66/2024-03 од 26.01.2024. године.

САДРЖАЈ

УВОД	7
------------	---

Први део

ТЕОРЕТСКИ ПРИСТУП МЕДИЈСКОЈ МАНИПУЛАЦИЈИ	9
1.1. Медији, масовни медији и медијска манипулација	11
1.2. Масовно друштво и медијска комуникација	22
1.3. Мултинационалне компаније	36
1.4. Генетски модификовани производи	30
1.4.1. Историјат ГМО	33

Други део

МЕДИЈСКА МАНИПУЛАЦИЈА	37
2.1. Теорије медијске манипулације	42
2.1.1. Утицај медија на публику	47
2.1.2. Манипулативна моћ медија	50
2.1.3. Медији као технолошко средство манипулације	51
2.1.4. Медијски садржај као средство манипулације	54
2.2. Технике медијске манипулације	56
2.2.1. Утицај телевизије на публику	59
2.2.2. Утицај рекламе на публику	66
2.2.3. Психолошки језик рекламе	77
2.2.4. Симболи рекламе	83
2.3. Јавно мњење и вештине уверавања	88
2.3.1. Психологија, ставови и навике јавног мњења	90
2.3.2. Вештине уверавања	91
2.3.3. Мењање ставова	93
2.3.4. Навике	101

Трећи део

ПРОМОТЕРИ ГЕНЕТСКИ МОДИФИКОВАНЕ ХРАНЕ	105
3.1. Codex Alimentarius	107
3.2. Импликације Codex-а и његове примене	113

Четврти део

УПОРЕДНА РАЗМАТРАЊА ЕВРОПСКИХ ЗЕМАЉА И САД	117
4.1. Искуство Немачке	121
4.2. Искуство Аустрије	125
4.3. Искуство Велике Британије	126
4.4. Искуство САД-а	129
4.5. Праћење ГМО у Европској унији	133
4.5.1. Лобији за и против ГМО у оквиру Европске уније	135
ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА	139
ЛИТЕРАТУРА	155
ИНДЕКС ПОЈМОВА	163