

OBSAH

VSTUP

Není jiné cesty 7

Sedm iluzí o informacích 7

ÚVOD 9

A. INFORMACE

Co informace jsou a co nejsou 14

Informace jak se nám jeví a čím na nás působí 17

Jak se informace třídí 18

B. VZNIK A ROZVOJ INFORMACÍ

Informace – kde se vzaly, jaký mají původ a osudy 19

Vznik a vývoj informací

Informace zaplavují svět 21

Šíření informací

C. PSYCHOSOCIÁLNÍ ASPEKTY INFORMACÍ

Bez komunikace nejsou informace 25

Komunikace v lidské společnosti

Informace by byly bez problémů, kdyby nebyly vázány na lidi 27

Informace a člověk

Jak společnost zvládá informace, jak informace ovládají společnost . 31

Informace a společnost

D. HODNOTA INFORMACÍ

Nadnormativní zásoby informací 34

Rozsah informací v poměru k jejich potřebě

Informace užitečné, ale jak pro koho, jak pro co 36

Informace pro nás – informace proti nám

Bez funkce informace nemají význam 40

Funkce a disfunkce informací

Čím je dána kvalita informace 42

Kvalita informace

E. POLARITA NABÍDKY A ZÁJMU O INFORMACE	
Jak informace putují od pólu k pólu	45
Nabídka informací a zájem o ně	
Nevyčerpatelné lidské zdroje informací	46
Okruh zdroje a nabídky informací	
Kdo neví nic, neví ani, co vědět potřebuje	49
Okruh zájemců o informace	
Informace zajímají obě strany – ale každou jinak	51
Poměr nabídky informací a zájmu o ně	
F. ZÁMĚRY V INFORMACÍCH	
Nerozlučné spojení: informace a jejich záměry	56
Úloha záměrů v informacích	
Informace je jen informace. Záměr jí dodává moc.	57
Záměr jako takový	
Jak záměry přicházejí na svět	59
Původ záměrů	
Kde záměry hledat, kde záměry nehledat	60
Oblasti záměrných informací	
Jak působit na lidi a získávat je pro své záměry	61
Působení informací na adresáta	
Také pro informace platí optimální doba jejich působení	64
Časový faktor záměrných informací	
Jak to dopadne, když se v informaci střetne záměr se sdělením	67
Záměr ve vztahu ke sdělení	
Persuaze jako metoda ovlivňování jednoho druhým	71
Ovlivňování jednoho subjektu druhým	
G. ORIENTACE ZÁMĚRŮ NA SUBJEKTY	
Kam jsou záměry orientovány	73
Záměry orientované na subjekty	
O co půjde původci v záměrech, které vztahuje na sebe	73
Původce orientuje záměry na sebe	
Jak působit na lidi a získávat přátele – nebo i nepřátele	77
Původce orientuje záměr na druhé subjekty	
Terčem záměrných informací je ten třetí	83
Původce orientuje záměr na jiné subjekty	

H. ZPŮSOBY UPLATNĚNÍ ZÁMĚRŮ V INFORMACÍCH

Jak se uplatňují a co dokážou záměry v informacích	86
Vazba záměrů na informace	
Záměr se týká informace, ale nemění ji	86
Záměrné podání informace bez zásahu do ní	
Něco říci a nic neříci – to je také záměr	90
Záměr promítnutý do prezentace informace	
Jak hledat v informaci záměr	92
Záměr se promítá do obsahu informace	
Slova ve službách záměrů	101
Záměr promítnutý do způsobu vyjádření v informacích	

I. SOUSTŘEDĚNÉ PŮSOBNÍ ZÁMĚRŮ V INFORMACÍCH

Kde záměrné informace působí nejvíce	104
Intenzivní působení záměrných informací	
Propaganda – rozhodující faktor v politice	105
Propaganda a její vliv	
Jak nás reklama dostává	110
Neodbytná reklama	
Jak na nás působí tajemné a záhadné	121
Paranormální jevy	

J. VYUŽITÍ ZÁMĚRNÝCH INFORMACÍ

Jaké záměry je možno v informacích nalézt	128
Analýza záměrných informací a jejich kvalit	
Jak vysledovat v informacích záměry	130
Vysledování záměrů	
Jak může příjemce informací využít jejich záměry	131
Využití záměrných informací jejich příjemcem	

ZÁVĚR

Jak dál s informacemi	133
-----------------------------	-----

POUŽITÁ LITERATURA	135
--------------------------	-----