

POLITIČKA PROPAGANDA I PRIMENA GLASINA U PROPAGANDI

Peti termin vežbi – 12. tematska oblast

29.04.2020.



Pojam političke propagande

□ *PROPAGARE* (lat.) – ubrzavati rast mladih biljaka;
širiti vesti, shvatanja, ideje...

“...putem **PERSUAZIVNE KOMUNIKACIJE**
...”

Dva shvatanja o suštini propagande

AMERIČKO SHVATANJE

- Uže određenje
- razlikuje PROPAGANDU i VASPITANJE
- propaganda predstavlja nastojanje širenja objektivno neispravnih shvatanja i mišljenja; nastoji se dezinformisati i obmanuti javnost

EVROPSKO SHVATANJE

- Šire određenje
- Propaganda – sistemska aktivnost usmerena na formiranje određenih stavova radi podsticanja aktivnosti
- Ne podrazumeva samo širenje štetnih ideja, već i ispravnih ideja i podsticaj korisnog postupanja

Vrste propagande

- Kriterijum **DRUŠTVENE VREDNOSTI I KORISNOSTI** –
 1. širenje objektivno istinitih i opravdanih ideja
 2. širenje netačnih i štetnih stavova i ideja
- Kriterijum **SADRŽAJA** –
 1. politička
 2. komercijalna
- Kriterijum **(NE)SAOPŠTAVANJA CILJEVA** –
 1. otvorena, bela propaganda
 2. zatvorena, crna propaganda
- Kriterijum **VRSTE SREDSTAVA KOJE SE KORISTE U PROPAGANDI:**
 1. propaganda putem štampe
 2. propaganda putem filma
 3. usmena propaganda



Principi i tehnike propagande

❑ ***PRINCIPI PROPAGANDE*** – osnovni uslovi koje treba zadovoljiti da bi propaganda uspela

❑ ***TEHNIKE PROPAGANDE*** – načini i postupci kojima se to postiže

PRINCIPI PROPAGANDE

- 1. obratiti pažnju na komunikaciju koja se koristi*
- 2. voditi računa o potrebama, željama i drugim osobinama adresata*
- 3. izazvati spremnost za prihvatanjem propagandnog saržaja apelovanjem na one motive koji se ostvaruju prihvatanjem stavova koje se propagandom predstavljaju i akcija koji iz tih stavova proističu*

TEHNIKE PROPAGANDE

1. **Bazični postupci** – *uprošćavanje sadržaja, selekcija momenata koji odgovaraju ciljevima, iskrivljavanje onih koji ne odgovaraju i izmišljanje novih*
2. *korišćenje pozitivnih i negativnih stereotipija*
3. **Tehnika identifikacije** – *građenje imidža „Čoveka iz naroda”, pozivanje na osobe koje predstavljaju autoritet za publiku na koju se želi uticati, nalaženje „dežurnog krivca”, identifikacija propagandnog sadržaja sa nečim što je publici vredno i blisko*