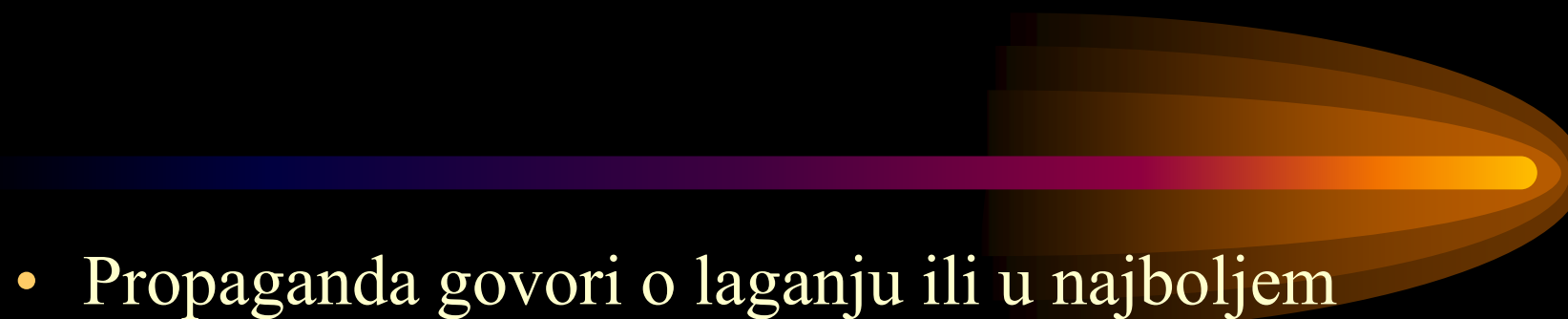


Propaganda



- 
- Propaganda govori o laganju ili u najboljem slučaju poluistinama
 - Radi se o igranju na emocije, a ne na razum
 - To je 'prljavi trik' koji je osmišljen da ljude natera da rade nešto što inače ne bi učinili
 - To čine samo 'oni', tj. Diktatori koji se boje javnog mišljenja - 'mi' kažemo istinu
 - U demokratijama se koristi samo u ratnim vremenima
 - To je zloupotreba komunikacijskih procesa

Šta je zapravo propaganda

- To je proces komunikacije / uveravanja između pošiljaoca i primaoca
- Kao takav, on je vrednosno neutralan
- Njegov uspeh zavisi od verodostojnosti
- Pozicioniran je u spektru komunikacije ko kaže šta, kada, kako i sa kojim efektom.
- Da bi ga razlikovali od ostalih oblika komunikacije, treba dodati i zašto
- Stoga je pitanje namere ključno

Zašto je namera tako važna?

- Jer ono što je razlikuje od drugih oblika komunikacije / uveravanja je to da je stvorena da koristi pošiljaocu više nego primaocu
- Stoga se mora vršiti vrednosna procena motiva pošiljaoca
- Govoriti o „dobroj“ ili „lošoj“ propagandi besmisleno je bez toga
- Zatim sledi 'efektivna' i 'neefikasna' propaganda u smislu da li je namera pretočena u željenu misao i / ili ponašanje

Vrste propagande

- Crna (ili prikrivena)
- Bijela (ili otvorena)
- Siva (nepoznati izvor)
- Kohezivna propaganda
- Politička
- Ekonomska
- Ratna

Domaća ili strana

- Domaća propaganda obično se maskira politikom „informisanja“ - „ljudima govorimo istinu“, „lažu o nama“
- Međunarodna propaganda: da li je to mešanje u unutrašnje stvari drugih naroda?
- Cenzura i propaganda su tradicionalne sluškinje – koje lakše funkcionišu u 'informativnom dobu'
- Zamagljivanje ili „domaće“ i „stranog“ u kontekstu globalizacije

Glavni teoretičari / praktičari propagande

- Vatikan je izmislio riječ!
- Razmnožavanje kultura / klijanje sjemena
- Autoritarni model (Mussolini, Sovjetski Savez, nacistička Njemačka)
- Demokratski odgovor („Strategija istine“)
- Lippmann, Bernays, Hitler, Ellul

PROPAGANDA – NATO

DEFINICIJA

SVE INFORMCIJE, IDEJE, DOKTRINE ILI
POSEBNE TVRDNJE/ZAHTEVI,
PROŠIRENI DA BI SE UTICALO NA
MIŠLJENJA, EMOCIJE, STAVOVE ILI
PONAŠANJA BILO KOJE SPECIFIČNE
GRUPE

U KORIST SPONZORA PROPAGANDE,
DIREKTNO ILI INDIREKTNO

KOHESIVNA PROPAGANDA

- KREIRANJE DOBRE VOLJE
- PROMOVISANJE PRIJATELJSTVA
- PODIZANJE MORALA
- NAGLAŠAVANJE ZAJEDNIČKIH INTERESA
- PODSTICANJE SARADNJE

PROPAGANDA KOJA DELI

- SLABLENJE MORALA
- STVARANJE APATIJE, DEFETIZMA & NEZADOVOLJSTVA
- PODSTICANJE PANIČNE SUBVERZIJE, OTPORA


PRINCIPI PROPAGANDE

ONA JE NAJEFEKTIVNIJA KADA JE

- ZASNOVANA NA KREDIBILNOJ ISTINI
- PREZENTIRANA U ATRAKTIVNOJ FORMI
- PROIZILAZI IZ POTREBA
- NAGOVEŠTAVA SATISFAKCIJU

VARIJETETI PROPAGANDE

- PSCOLOŠKO RATOVANJE/OPERACIJE
- PUBLIC RELATIONS/SPIN DOCTORING
- ADVERTISING/MARKETING (?)
- PUBLICITET
- NOVOSTI?

- 
- Prezentacija nije zamena za materiju iz udžbenika, već njegova dopuna