

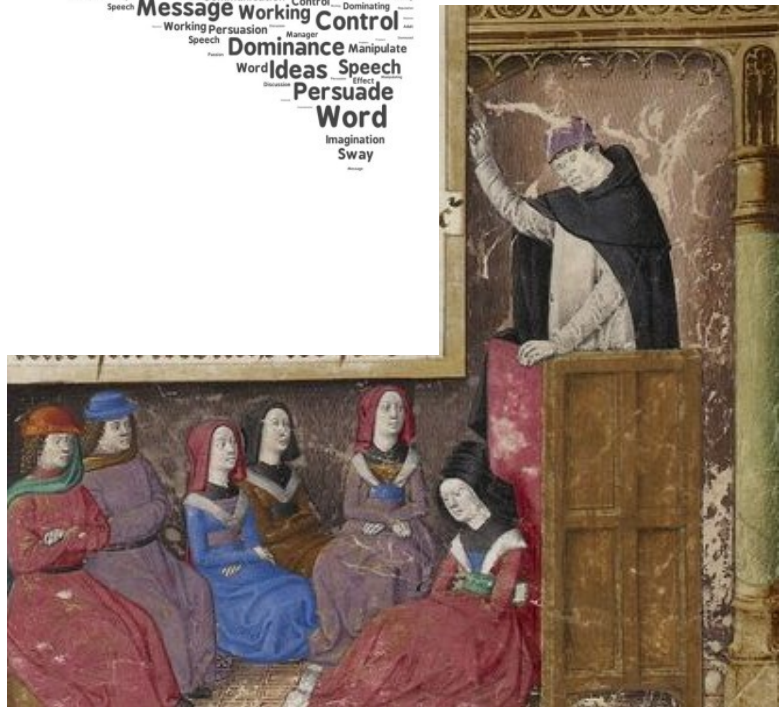


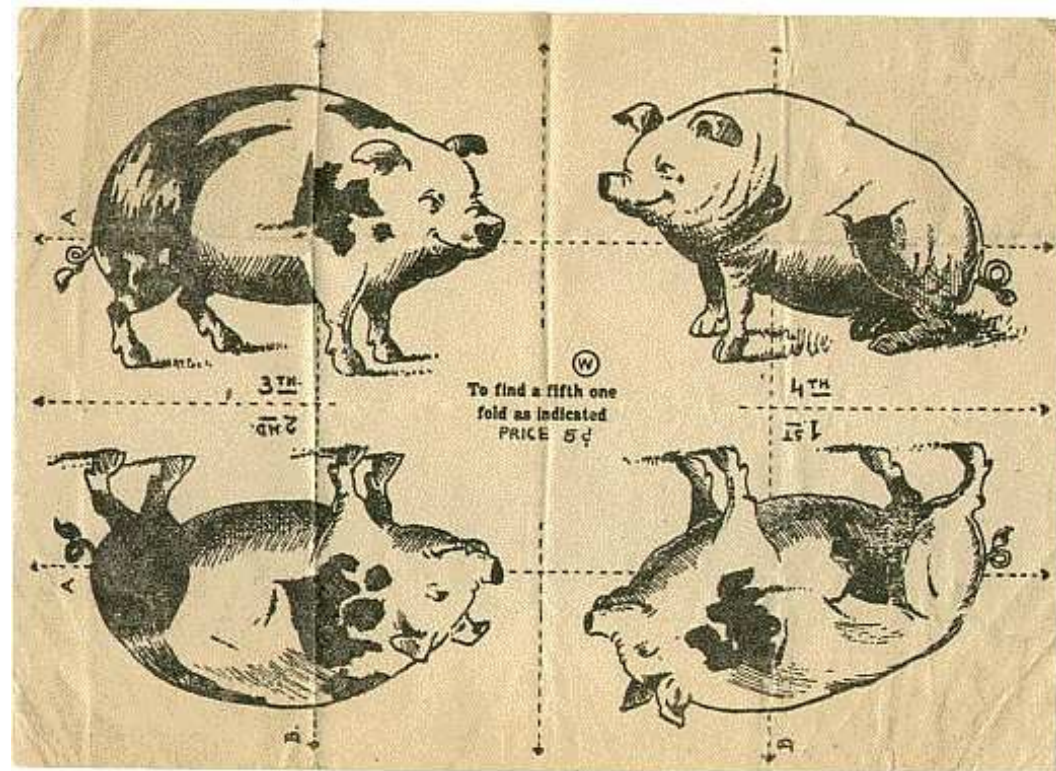
Metodika XII.

Středověká propaganda

VII. Jak funguje středověká propaganda?

II. Persuasivní Strategie





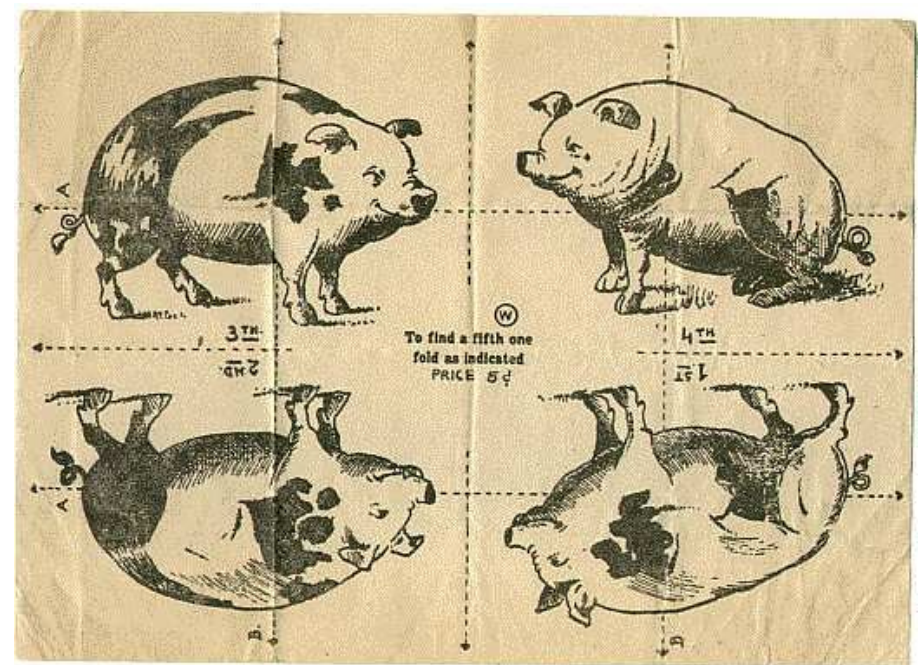
Úkoly 21.11.

Najdi páté prasátko!

1. **Medie Propagandy: Přečtěte si úvod do knížky od Olivera Thomsona („*Mass persuasion in History*“, S. 3-30); **persuasivní strategie!****
- **S. 18 – 22: S jakými persuasivními strategiemi pracuje propaganda?**

2. **Vyberte si jednu strategií, najděte k ní vlastní příklad (pramen)**
 - Přineste ho sebou,
 - Představte ho v rámci semináře (3-5 Min.)

2a. Najděte páté prasátko :o)



Úkoly 21.11.

1. Výběr Termínů pro prezentaci:

- 28.11. (5.12.= Workshop)
- 12.12. 19.12

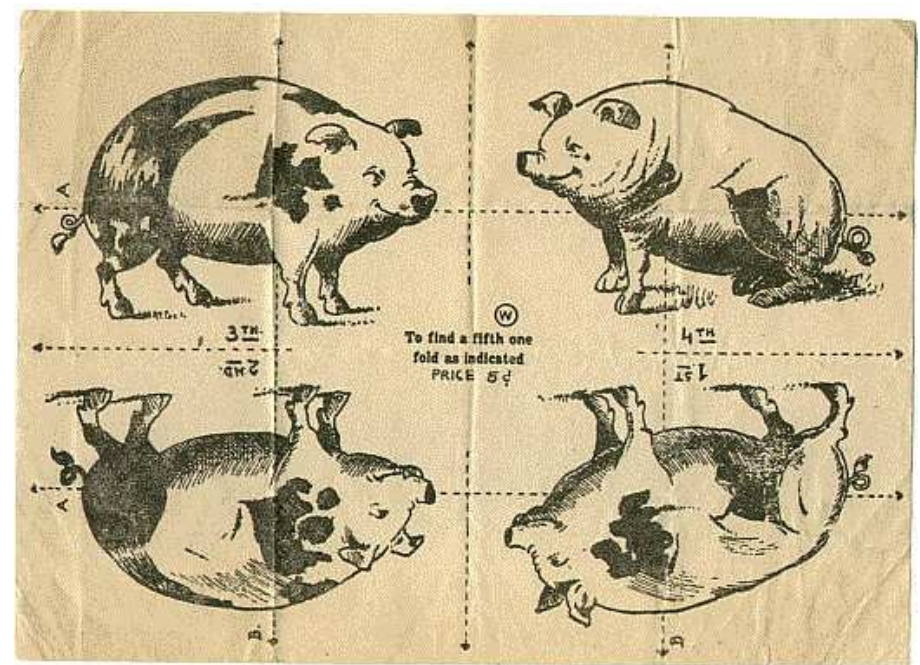
1. Medie Propagandy: Přečtěte si úvod do knížky od Olivera Thomsona („*Mass persuasion in History*“, S. 3-30); **persuasivní strategie!**

- S. 18 – 22: S jakými persuasivními strategiemi pracuje propaganda?

2. Vyberte si jednu strategií, najděte k ní vlastní příklad (pramen)

- Přineste ho sebou,
- Představte ho v rámci semináře (3-5 Min.)

2a. Najděte páté prasátko :o)



Úkoly 21.11.

1. Výběr Termínů pro prezentaci:

- 28.11. (5.12.= Workshop)
- 12.12. 19.12

1. Medie Propagandy: Přečtěte si úvod do knížky od Olivera Thomsona („*Mass persuasion in History*“, S. 3-30); **persuasivní strategie!**

- S. 18 – 22: S jakými persuasivními strategiemi pracuje propaganda?

2. Vyberte si jednu strategií, najděte k ní vlastní příklad (pramen)

- Přineste ho sebou,
- Představte ho v rámci semináře (3-5 Min.)

2a. Najděte páté prasátko :o)

FIND THE 5TH PIG PUZZLE

FIND THE FIFTH PIG.

Here is another funny rib tickler and rather appropriate just now. You show a large sheet of paper which has four nicely drawn pigs on it. You then ask someone to find the fifth pig. As much as he tries he can't, but you just get hold of it and by folding it two or three times, he is astounded to see a very funny drawing of that well known little dictator and paperhanger. Price only . . .

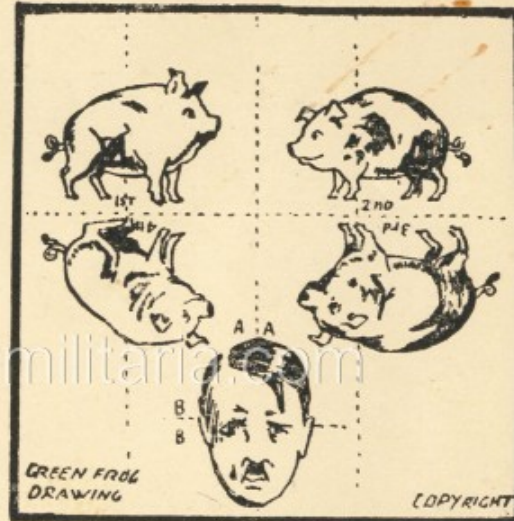
Green Frog Series Fun Novelties, No. 359.

EASY TO DO

BUY GENUINE
GREEN FROG
FUN NOVELTIES



PLENTY OF LAUGHS WITH THIS NOVELTY



Price 6d.

**Skládací
propaganda
japonské armády,
2. Světová válka
Leták byl shazován
nad Australskými
městy**



That unforgettable embrace under the beautiful moon with the warmth of HER shapely body nestled against yours; that blood-tingling kiss; that overpowering sense of passion that sweeps over you—these and many other pleasant memories you'll be able to relive again if you'll throw down your arms, surrender and prepare to get out of this hell-hole.

BUT if you continue to resist

Then, under the beautiful tropical moon, only **DEATH** awaits you.

Bullet-holes in your guts—agonizing death! You have the two alternatives.

Take your choice.

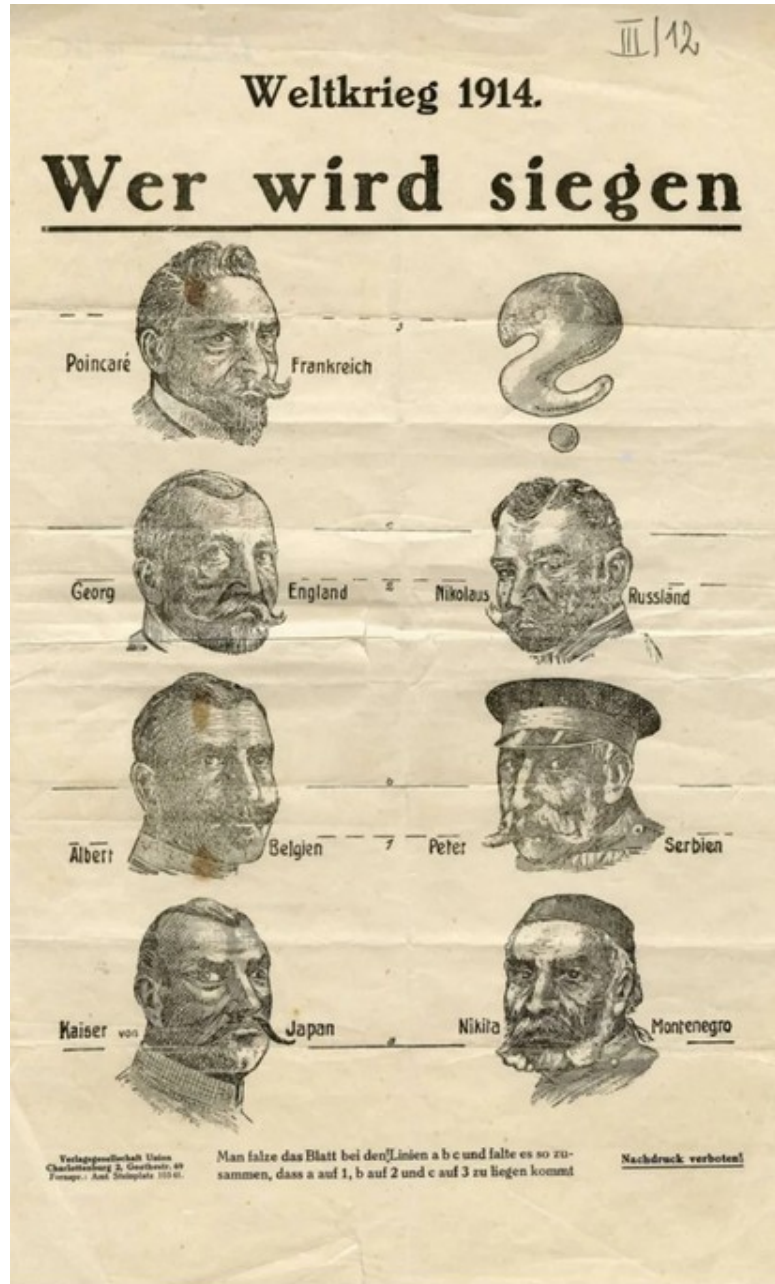


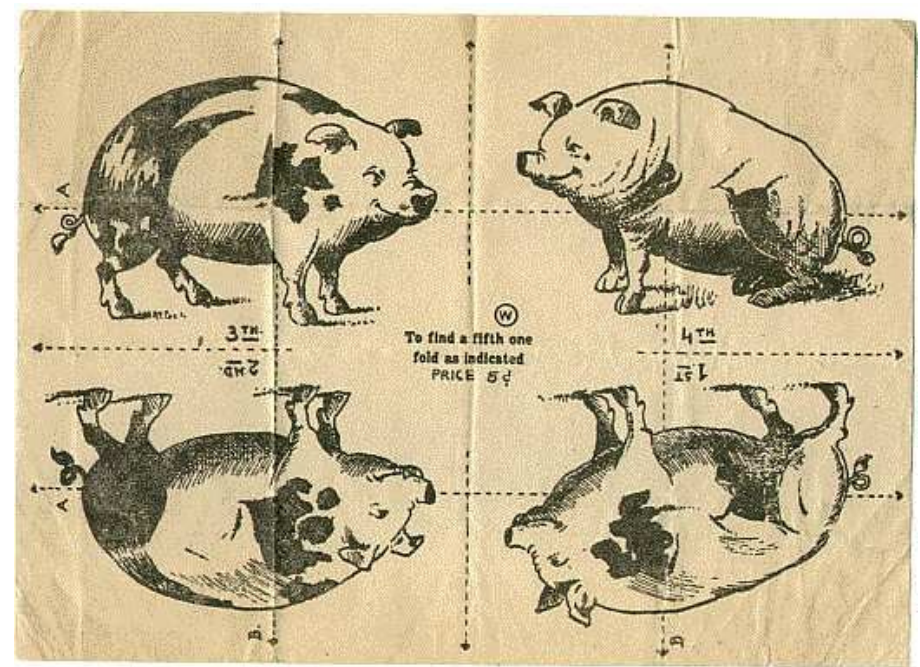
That unforgettable embrace under the beautiful moon with the warmth of HER shapely body nestled against yours; that blood-tingling kiss; that overpowering sense of passion that sweeps over you—these and many other pleasant memories you'll be able to relive again if you'll throw down your arms, surrender and prepare to get out of the hell-hole.



FACULTY
OF ARTS
Masaryk University

Skládací
propaganda
japonské armády,
1914,
Rakousko Uhersko





Úkoly 21.11.

1. Výběr Termínů pro prezentaci:
 - 28.11. (5.12.= Workshop)
 - 12.12. 19.12

1. **Medie Propagandy: Přečtěte si úvod do knížky od Olivera Thomsona („*Mass persuasion in History*“, S. 3-30); persuasivní strategie!**
 - S. 18 – 22: S jakými persuasivními strategiemi pracuje propaganda?

2. **Vyberte si jednu strategií, najděte k ní vlastní příklad (pramen)**
 - Přineste ho sebou,
 - Představte ho v rámci semináře (3-5 Min.)

2a. Najděte páté prasátko :o)



Propagandistické strategie:

Oliver Thompson
Historik – PR-specialista

Mass Persuasion in History (1977)
Easily Led-A History of Propaganda (1999)
Gods at War (2019)



**Jak předat zprávu (a její obsah)
- podle struktury stylu a tématu**

Styl:

I. Variace ve stylu propagandy závisí na persuasivních technikách:

1. Čistě racionální

- Faktická, informativní a logicky navazující

2. Jakoby-racionální/poloracionální

- využívá narážky a asociace, aby dodal sílu a důvěryhodnost jinak slabým argumentům.

3. Emocionální

- používání subjektivních myšlenek promítaných s nadšením, skutečným nebo umělým (třeba: kázání)
- vyznačuje se neustálým opakováním emotivních sloganů bez odkazu na fakta nebo logiku, ale doprovázených správným druhem emotivních podnětů, má tendenci mít rychlý a často hluboký konverzní potenciál.

Lineární vyprávění: dodržuje vzorce disciplín (dějepis, ekonomika, filozofie), stanovené příslušnými zásadami akademické argumentace

Parabolická struktura: Propagandista využívá romány, epiku, divadlo, aby vytvořil chutnou a účinnou propagandu, do které pak vkládá své názory

Struktura rituálu: Emocionální propaganda má tendenci hledat způsoby, jak očistit mysl, dosáhnout emocionálního vyvrcholení a pak implantovat skutečné poselství.



Propagandistické strategie:

Oliver Thompson
Historik – PR-specialista

Mass Persuasion in History (1977)
Easily Led-A History of Propaganda (1999)
Gods at War (2019)



Jak předat zprávu (a její obsah)
- podle struktury stylu a tématu

Styl:

II. Lingvistické techniky:

Rýmy/říkanky: pomůžou vám lépe si zapamatovat zjednodušené fráze

Slovní hříčky a hry ze slovy

Rytmus: pomáhá zapamatovatelnosti a je užitečný pro opakování frází

Klišé a stereotypy

Alliterace: slova začínající stejným písmenem; podporují též zapamatovatelnost

Metafory

Přirovnání

Paradox: využívá šokujícího efektu zdánlivého rozporu nebo překvapení

Personifikace: zjednodušuje, dává publiku něco konkrétního, co může milovat nebo nenávidět





Propagandistické strategie:

Oliver Thompson
Historik – PR-specialista

Mass Persuasion in History (1977)
Easily Led-A History of Propaganda (1999)
Gods at War (2019)



Jak předat zprávu (a její obsah)
- podle struktury stylu a tématu

Styl:

III. Typologie témat:

Hrdina a mučedník: rychlá metoda, jak získat pozornost posluchačů, funguje v politické ale též náboženské sféře

Konflikt: myšlenka boje mezi dvěma lidmi, skupinami nebo názory může poskytnout vzrušující, uspokojující a účinnou propagandu

Odhalení a překvapení: koncept tajemství, po kterém následuje vysvětlení

Obětní beránek: svalit vinu za neduhy společnosti na prvek s nejhorším veřejným jménem a využít jej k zvýšení popularity stávajícího režimu

obětní beránek: svalit vinu za neduhy společnosti na prvek s nejhorším veřejným jménem a využít jej k zvýšení popularity stávajícího režimu

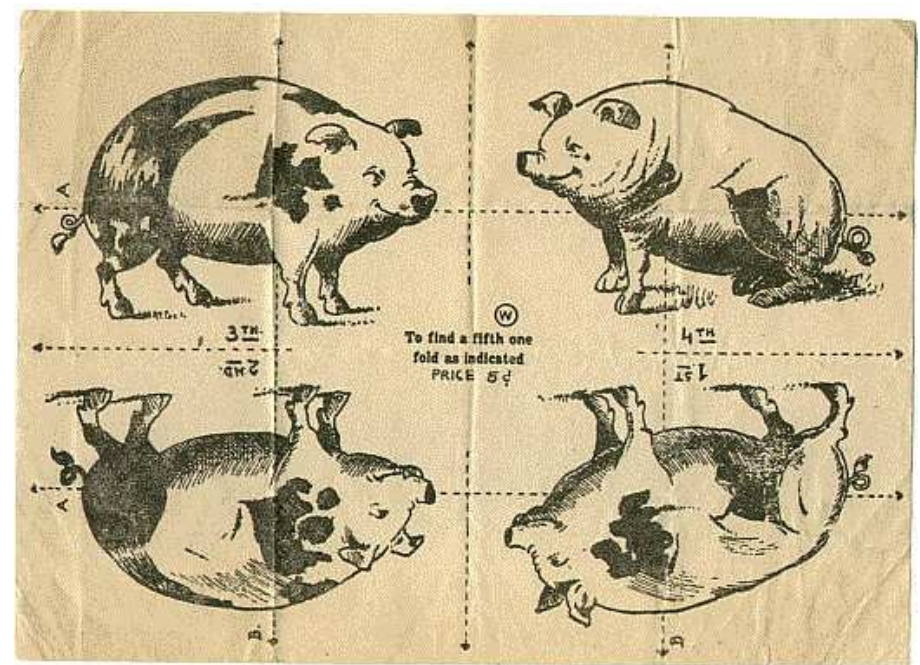
Milénialismus a proroctví: nabídka budoucího zlatého věku a představa soudného dne.

Zločin a trest: odměna za dobro a zlo, lidský trest a boží odplata

Nadpřirozené: strach z neznámého, duchové nebo obři, mořské příšery mají své místo v repertoáru emotivní komunikace

Sebeobětování: téma a cíl sociální propagandy; je užitečné kázat obecné téma sebeobětování pro kmen, klub, školu nebo národ

Parodie: humor je jedním z nejsilnějších témat negativní propagandy. Používá se ke snížení charismatu protivníka zesměšňováním jeho špatných stránek nebo zdůrazňováním jeho fyzických zvláštností



Úkoly 21.11.

1. Výběr Termínů pro prezentaci:

- 28.11. (5.12.= Workshop)
- 12.12. 19.12

1. Medie Propagandy: Přečtěte si úvod do knížky od Olivera Thomsona („*Mass persuasion in History*“, S. 3-30); persuasivní strategie!

- S. 18 – 22: S jakými persuasivními strategiemi pracuje propaganda?

2. Vyberte si jednu strategií, najděte k ní vlastní příklad (pramen)

- Přineste ho sebou,
- Představte ho v rámci semináře (3-5 Min.)

2a. Najděte páté prasátko :o)



FACULTY
OF ARTS
Masaryk University

Úkoly 28.11.

1. První prezentace

