

OBSAH

ÚVOD	9
----------------	---

Kapitola I.

PROPAGANDA A JEJÍ TEORIE

1. PROPAGANDA — HISTORICKÝ JEV

1.1. Předběžné vymezení pojmu propaganda	11
1.2. Třídní podmíněnost jevu. Problém moci	15
1.3. Integrační a dezintegrační funkce propagandy	18
1.4. Historické příklady existence propagandy	23

2. VLIV TŘÍDNÍHO ASPEKTU NA PŘÍSTUP K PROPAGANDĚ

2.1. Leninské principy propagandy	27
2.2. Buržoazní teorie propagandy	34
2.3. Praxe buržoazní propagandy	41

3. PROPAGANDA — SOUČÁST IDEOLOGICKÉ PRÁCE STRANY

3.1. Vymezení pojmu ideologická práce	45
3.2. Tvorba ideologických hodnot	48
3.3. Řídící aspekt	52
3.4. Šíření idejí	56

4. VYMEZENÍ POJMU PROPAGANDA

4.1. Shrnutí marxistických definic propagandy soudobých československých autorů	59
4.2. Vymezení pojmu propaganda	64
4.3. Teorie propagandy	67
4.4. Proč studovat teorii propagandy	71

Kapitola II.

PODMÍNKY EXISTENCE PROPAGANDY

1. POLITICKÝ SYSTÉM SPOLEČNOSTI A PROPAGANDA

1.1. Kvalita politického systému československé společnosti	75
1.2. Integrační nástroje socialistického státu	78

1.3. Politický systém a systém propagandy	83
2. IDEOLOGIE A PROPAGANDA	
2.1. Vymezení pojmu ideologie	86
2.2. Stranickost ideologie marxismu-leninismu	91
2.3. Motivační a realizační funkce ideologie	94
2.4. Ideologie a propaganda	99
3. VEŘEJNÉ MÍNĚNÍ	
3.1. Vymezení pojmu veřejné mínění	102
3.2. Jak vzniká veřejné mínění	105
3.3. Společenská úloha veřejného mínění	109
3.4. Možnosti ovlivnit veřejné mínění	113
4. KONKRÉTNÍ ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ	
4.1. Konkrétní životní prostředí jako základní podmínka existence propagandy	117
4.2. Vliv hospodářské oblasti	120
4.3. Oblast politického vlivu	124
4.4. Oblast ideologicko-kulturní	127

Kapitola III.

ČLOVĚK, OBJEKT PŮSOBENÍ PROPAGANDY

1. ČLOVĚK VE SKUPINĚ	
1.1. Rozlišení skupin vnímatelů podle vztahu k propagandě .	131
1.2. Vliv propagandy na člověka integrovaného v souhlasné skupině	137
1.3. Vliv propagandy na jedince integrovaného v nesouhlasné skupině	141
1.4. Osobnost člověka a propaganda	145
2. NÁZORY A POSTOJE ČLOVĚKA	
2.1. Motivy společenského jednání	149
2.2. Postoje člověka	155
2.3. Politické postoje a propaganda	158
3. PROPAGANDA SOCIÁLNĚ SOUSTŘEDĚNÁ A ROZPTÝLENÁ	
3.1. Propaganda sociálně soustředěná	162
3.2. Formy propagandy sociálně soustředěné	166
3.3. Propaganda sociálně rozptýlená	172
3.4. Zprostředkované šíření idejí	176
4. VLIV PROPAGANDY NA ČLOVĚKA A NA SPOLEČNOST	
4.1. Pozitivní vliv propagandy na společnost, třídu a jedince	180
4.2. Nedostatky propagandy	184

Kapitola IV.

PROCES PROPAGANDY

1. ŘÍZENÍ PROPAGANDY

1.1. Řízení politiky a propagandy	188
1.2. Strategie propagandy	191
1.3. Zadání úkolu propagandě	195
1.4. Diferencovaná propaganda	198
2. PROPAGANDISTA	
2.1. Funkce a kvalifikace propagandisty	202
2.2. Osobnost propagandisty	206
3. PROCES ŠÍŘENÍ IDEJÍ	
3.1. Mechanismus propagandy	216
3.2. Komplexní působení propagandy	221
4. KONTROLA VÝSLEDKU PŮSOBENÍ	
4.1. Korektivní funkce organizace	224
4.2. Jednání objektu propagandy	229
4.3. Kontrolní činnost	231

Kapitola V.

METODIKA PROPAGANDY

1. ROZBOR OBJEKTU PROPAGANDY

1.1. Proč musíme znát svého vnímatele?	237
1.2. Co musíme vědět o svém vnímатели?	239
1.3. Obecné, zvláštní a jednotlivé na našem vnímатели	244
1.4. Jak poznávat svého vnímatele?	248
1.5. Jak naložit s poznatký o vnímатели?	250

2. ROZBOR OBSAHU PROPAGANDISTOVA SDĚLENÍ

2.1. Ideologická teze	252
2.2. Zaujetí pozice	257
2.3. Vtažení vnímatele do sporu	261
2.4. Diferencované působení	264

3. PŘÍPRAVA PROPAGANDISTY NA VYSTOUPENÍ

3.1. Plánování práce	266
3.2. Studium	270
3.2.1. Druhy učení	270
3.2.2. Podmínky učení	272
3.2.3 Práce s literaturou	275
3.3. Zpracování textu přednášky	279
3.3.1. Věcné rozvinutí a redukce problému	279
3.3.2. Práce na textu přednášky	281
3.4. Příprava na vedení semináře	286
3.5. Beseda	288
3.6. Názorné pomůcky v propagandě	290
3.7. Pomoc lektorské skupiny	292



4. ROZBOR PROPAGANDISTOVA VYSTOUPENÍ

4.1. Aktuální prostředí propagandistova jednání	295
4.2. Přednáška jako aktivní jednání	297
4.2.1. Navázání kontaktu a uvedení látky	297
4.2.2. Přednáška	298
4.3. Metodika semináře	303
4.4. Řeč propagandisty	309
4.5. Podněcovat zájem o sebevzdělání	316
ZÁVĚR	319
CIZOJAZYČNÝ SOUHRN	339
BIBLIOGRAFIE	343
REJSTRÍK	349



MILOSLAV CHLUPÁČ

Propaganda jako společenský jev

Obálku a grafickou úpravu navrhl Bohumil Střbal. Vydalo Státní pedagogické nakladatelství, n. p., v Praze, roku 1982 jako svou publikaci číslo 36—10—21/2. Ediční rada Učebnice pro vysoké školy. Odpovědná redaktorka dr. Albína Měchurová. Výtvarný redaktor Ivan Kincl. Technický redaktor Vladimír Kuchař. Z nové sazby písmem Public vytiskly: Východočeské tiskárny, n. p., Pardubice, provoz 11 Havlíčkův Brod. Formát papíru 86×122 cm. Počet stran 360. AA 25,38. VA 26,30. Tematická skupina a podskupina 02/84.

2. doplněné a rozšířené vydání.

Cena brožovaného výtisku Kčs 27,00.

14—537—82 Kčs 27,00