

# 2<sup>ο</sup> Λύκειο Αμαρουσίου Project 2017- 2018 Α' Λυκείου

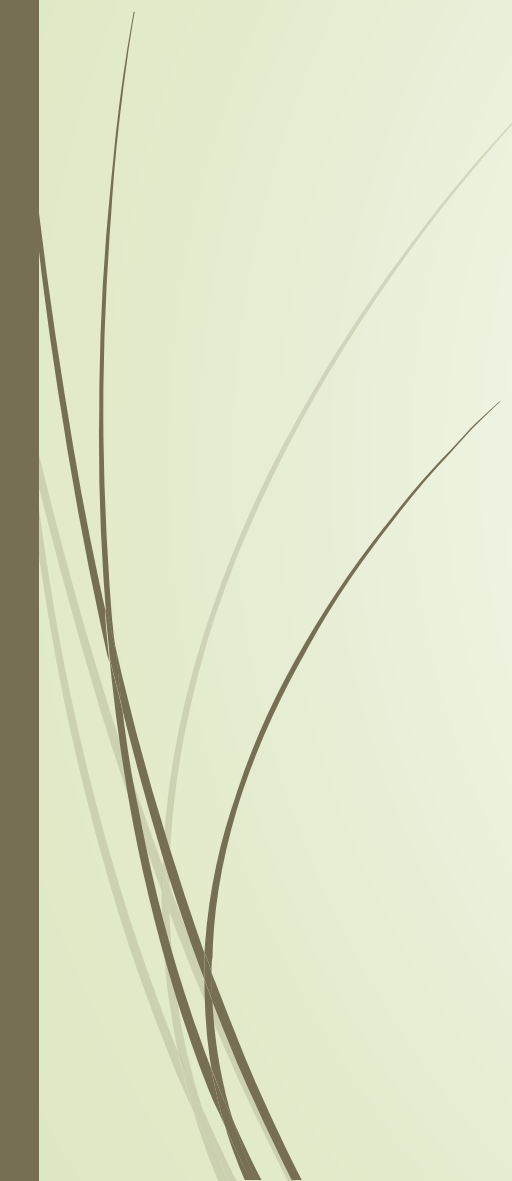


**ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ**



# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

➤ Εισαγωγή.....	03
➤ Σκοπός Προπαγάνδας.....	04
➤ Είδη Προπαγάνδας.....	05
➤ Χαρακτηριστικά Προπαγάνδας.....	06
➤ Η Προπαγάνδα Ιστορικά.....	07
➤ Επιρροή των ΜΜΕ.....	09
➤ Προπαγάνδα στη Διαφήμιση.....	11
➤ Πηγές.....	12



# ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- **Προπαγάνδα** θεωρείται η άμεση παρουσίαση ενός μηνύματος με έναν συγκεκριμένο τρόπο ώστε να μπορέσει να εξυπηρετήσει συγκεκριμένους σκοπούς. Ετυμολογικά, προπαγάνδα σημαίνει «διάδοση μίας φιλοσοφίας ή άποψης». Ιστορικά, ο όρος χρησιμοποιείται ως επί το πλείστον εντός πολιτικού περιεχομένου και ιδιαίτερα αναφορικά με συγκεκριμένες κινήσεις που προωθούνται από κυβερνήσεις ή πολιτικές ομάδες. Για την ακρίβεια, η διαφήμιση μπορεί και να οριστεί ως προπαγάνδα υπέρ κάποιου συγκεκριμένου προϊόντος.

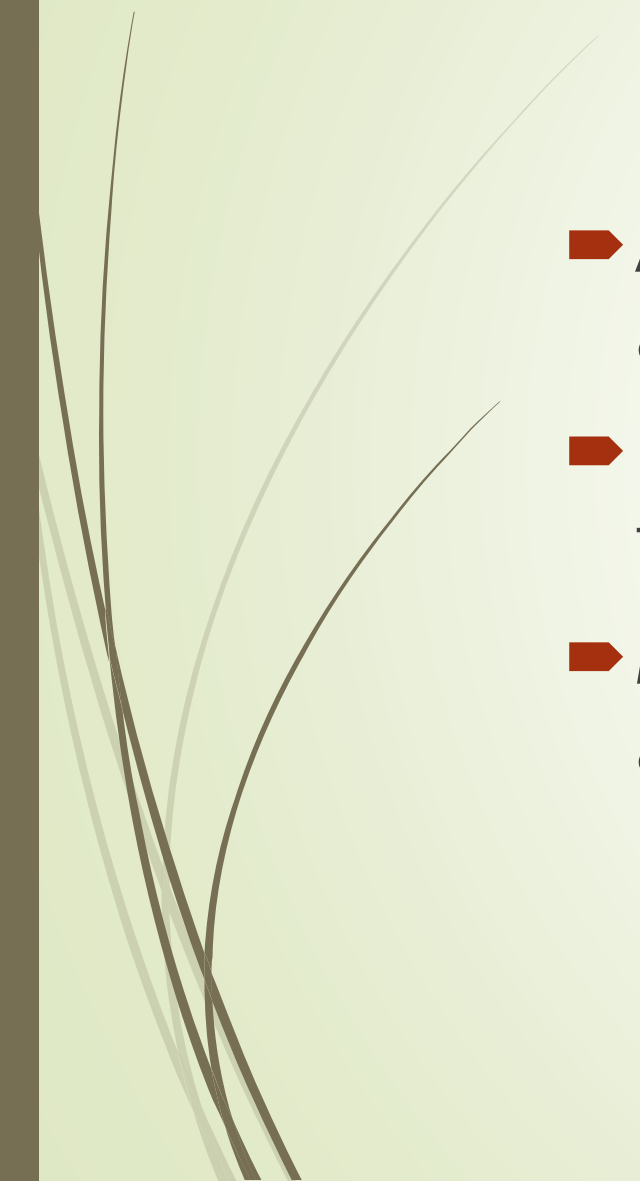


# ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ

- Σκοπός της προπαγάνδας είναι να αλλάξει δραστικά τις απόψεις των άλλων αντί απλώς να μεταδώσει γεγονότα. Για παράδειγμα, η προπαγάνδα μπορεί να κινητοποιηθεί προκειμένου να προϊδεάσει θετικά ή αρνητικά σε σχέση με κάποια ιδεολογική θέση, αντί να παρουσιάσει την ίδια την θέση. Η προπαγάνδα διαφοροποιείται από την «κανονική» επικοινωνία, επειδή επιδιώκει να διαμορφώσει απόψεις με έμμεσες και συχνά δόλιες μεθόδους.



# ΕΙΔΗ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ

- **Λευκή:** όταν αυτή που εμφανίζεται ως πηγή της, είναι και η πραγματική.
  - **Γκριζα (φαιά):** όταν δεν είναι δυνατόν να προσδιοριστεί η πηγή της.
  - **Μαύρη:** όταν αυτή που εμφανίζεται ως πηγή της είναι διαφορετική από την πραγματική.
- 



# ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ

- Αποτελεί μέθοδο επηρεασμού των ανθρωπίνων σκέψεων.
- Λαμβάνει υπόψη το πνευματικό επίπεδο του στόχου και προσαρμόζεται σε αυτό.
- Μεταχειρίζεται ψυχολογική βία (απειλές κλπ) πάνω στο στόχο της.
- Προσφέρει δήθεν έντιμη λύση στα προβλήματα.
- Προσπαθεί να διατηρήσει καλή φήμη για τον εαυτό της.
- Δημιουργεί στάση και συμπεριφορά που να ευνοεί τους σκοπούς της.
- Εκμεταλλεύεται τις αδυναμίες του στόχου της (διαφθορά, φτώχεια, φυλετικές και θρησκευτικές διακρίσεις).



# Η ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ ΙΣΤΟΡΙΚΑ

Η Β' Παγκόσμια Ανθρωποσφαγή είδε τη συνεχιζόμενη χρήση της προπαγάνδας ως ένα πολεμικό όπλο και από τη μεριά της Γερμανίας, αλλά και από τη μεριά Αγγλίας -Αμερικής.

Συγκεκριμένα, οι Ναζί θεωρούσαν ότι η προπαγάνδα αποτελεί σημαντικό εργαλείο για την επίτευξη των στόχων τους. Με την άνοδο του Χίτλερ στην εξουσία, το 1933, ο Γκέμπελς, τοποθετήθηκε στο Υπουργείο Διαφώτισης και Προπαγάνδας. Μέχρι το τέλος του πολέμου, η γερμανική προπαγάνδα έδινε έμφαση στην υπεροχή και στην υποτιθέμενη ανθρωπινότητα του γερμανικού στρατού, εικόνα η οποία προβαλλόταν κυρίως στους κατοίκους κατακτημένων περιοχών. Οι πιλότοι των Συμμαχικών Δυνάμεων παρουσιάζονταν ως δειλοί δολοφόνοι και οι Αμερικάνοι ως γκάνγκστερ στο στυλ του Αλ Καπόνε.

# ΓΙΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ...



- ▶ Ο Θείος Σαμ είναι ένα εθνικό σύμβολο των ΗΠΑ, η ύπαρξη του οποίου χρονολογείται από τον εμφύλιο πόλεμο του 1812, παίρνοντας τη θέση του προηγούμενου συμβόλου της Αμερικής, του «Αδερφού Τζόναθαν». Σήμερα, με πιθανή εξαίρεση το Άγαλμα της Ελευθερίας, ο χαρακτήρας του Θείου Σαμ είναι πιθανότατα η πιο γνωστή και πιο αναγνωρίσιμη προσωπικότητα στις Η.Π.Α, αλλά και ένα από τα πιο γνωστά και φωτεινά παραδείγματα προπαγανδιστικών τεχνικών εν καιρώ πολέμου.
- ▶ Κατά τη διάρκεια του Πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου, μια διάσημη αφίσα, εμπνευσμένη από τις αφίσες της Βρετανικής στρατολόγησης του 1914, απεικονίζει τον Θείο Σάμ να δείχνει προς τον θεατή με τα λόγια «Θέλω Εσένα» (I WANT YOU). Η αφίσα έχει επανειλημμένα αντιγραφεί και αποτελέσει οδηγό για αρκετές προπαγανδιστικές τεχνικές.





# ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΩΝ Μ.Μ.Ε

Τα ΜΜΕ απεικονίζουν την κοινή γνώμη, δίνουν «φωνή» στο λαό και παρουσιάζουν την επικρατέστερη γνώμη του «πλήθους». Αρχικά, μέσω της κυριαρχίας των μεγάλων εφημερίδων κι έπειτα με την ανάδειξη της τηλεόρασης, του ραδιοφώνου και σήμερα με την εξέλιξη του διαδικτύου· μέσω της χρήσης των κοινωνικών μέσων δικτύωσης. Κι έτσι έχουμε ποικιλία ακροατηρίων χάρη στις δομικές και λειτουργικές διαφορές των Μέσων.

Επιπλέον, η μεγάλη δύναμη των ΜΜΕ και κυρίως της τηλεόρασης, σε σχέση με την κοινή γνώμη, επηρεάζει άμεσα τα πολιτικοκοινωνικά δρώμενα κι αλλάζει το σκηνικό, προσωποποιώντας την ιδεολογία των κομμάτων και διαφόρων κοινωνικών ομάδων, όπως σωστά επισημαίνει κι ο επικοινωνιολόγος-δημοσιογράφος Διαμαντής Μπασαντής στο άρθρο του «Κοινή γνώμη - Τα ΜΜΕ της έδωσαν υπόσταση».





# ΓΙΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ...

- ▶ Η προπαγάνδα μέσω των Μ.Μ.Ε. χρησιμοποιήθηκε αρκετά και κατά τη διάρκεια του Ψυχρού πολέμου. Και οι δύο μεριές, Αμερική και Σοβιετική Ένωση, έκαναν εκτεταμένη χρήση του κινηματογράφου, της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου στην προσπάθεια τους να επηρεάσουν τους κατοίκους της χώρας αλλά και του λεγόμενου τρίτου κόσμου. Μέσω ραδιοφωνικών εκπομπών, κυρίως, έγινε εκτεταμένη χρήση της Γκρίζας και της Λευκής Προπαγάνδας από Αμερική και Ρωσία αντίστοιχα, ενώ επιστρατεύονταν και η χρήση της Μαύρης προπαγάνδας σε κρίσιμες περιόδους.

# ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ ΣΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

## Αρνητικές συνέπειες διαφήμισης:

- Η διαφήμιση παρουσιάζει το πρότυπο του ευτυχισμένου καταναλωτή. Ταυτίζει το <<έχειν>> με το <<είναι>>. Το άτομο διακατέχεται από πνεύμα υλικού ευδαιμονισμού.
  - Προσφέρει συχνά ευτελή θεάματα που προσβάλλουν την αισθητική και υποβιβάζουν το πνευματικό επίπεδο του δέκτη.
  - Διαμορφώνει συνθήκες ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων με αποτέλεσμα την ποιοτική βελτίωση και την πτώση της τιμής των προϊόντων προς όφελος του καταναλωτή.
  - Η επιλογή της παραγωγής και κυρίως η προώθηση ενός προϊόντος απαιτεί τη συνδρομή ερευνών ειδικών επιστημονικών κλαδών( ψυχολογίας, στατιστικής κ.α.) με τις οποίες συλλέγονται χρήσιμα στοιχεία για τις προτεραιότητες, τις επιλογές και τα ευρύτερα αγιολογικά κριτήρια της κοινωνίας ενώ σημειώνεται πρόοδος στους αντίστοιχους κλάδους.
- Σίγουρα, η προπαγάνδα ταυτίζεται στο μυαλό μας περισσότερο με τις αρνητικές συνέπειες της διαφήμισης, δεν είναι πάντα έτσι. Όταν όμως λειτουργεί στα πλαίσια των διαφημιστικών κανόνων (ευπρέπεια, τιμιότητα, κοινωνική ευθύνη, αλήθεια, προστασία της προσωπικότητας κλπ.), όταν δηλαδή η διάδοση των πεποιθήσεων και των αντιλήψεων δεν γίνεται αποσκοπώντας να επηρεάσει τον πολίτη-το άτομο, τότε μπορεί να θεωρηθεί 'ανάγκη' και ως τέτοια να παράγει κίνητρα. Συγκεκριμένα: Εκμεταλλευόμενη την έμφυτη τάση για χαρά, ψυχαγωγία , πανηγύρια, ικανοποίηση των αισθήσεων να οργανώσει φεστιβάλ τραγουδιών, χορών, ένα 38 ώστε το συναίσθημα να μην επισκιάζει τη λογική και την κρίση.

- 
- Οι μαθήτριες: Αθανασοπούλου Άννα  
ΛΩλη Κωνσταντίνα  
Μπινιάρη Αθανασία  
Πρόκου Μαργιάννα  
ΤριΑΝΤΑφυλλάκη Ελένη
- 



# ΠΗΓΕΣ

- <https://el.wikipedia.org/wiki/%>
- <https://anarchypress.wordpress.com>
- <http://commediama.blogspot.gr/2013/04/media.html>
- <https://www.slideshare.net/lykkarea/ss-36328120>
- <http://blogs.sch.gr/2lykamar/files/2011/10/propaganda.pdf>