



**ŠTA JE MNJENJE I
KOLIKO JE ONO JAVNO**

ODREĐENJA JAVNOG MNJENJA

- Javno mnjenje je **skup verovanja** i mišljenja pojedinaca o nekoj društveno važnoj temi
- Javno mnjenje je **agregat kompleksnih verovanja** odrasle populacije i zbir njihovih stavova o nekoj temi
- **Prost zbir?**
- Javno mnjenje ima **društveni**, a ne individualni značaj



JAVNOST (PUBLIKA)

- Geografski razbacana (ZA RAZLIKU OD MASE)
- Zainteresovana za neku temu u određenom trenutku i, najčešće, podeljena u vezi nje
- Ima mišljenje o tome da li se, i kako, može uticati na tu temu u budućnosti
- Ne postoji jedna Javnost, već veliki broj Javnosti (praktično za svako važno *društveno* pitanje)



Ali, što nam je važna ta javnost?!

- Ideal demokratije

MIŠLJENJE JAVNOSTI —————→ VLAST DELUJE U SKLADU SA TIM

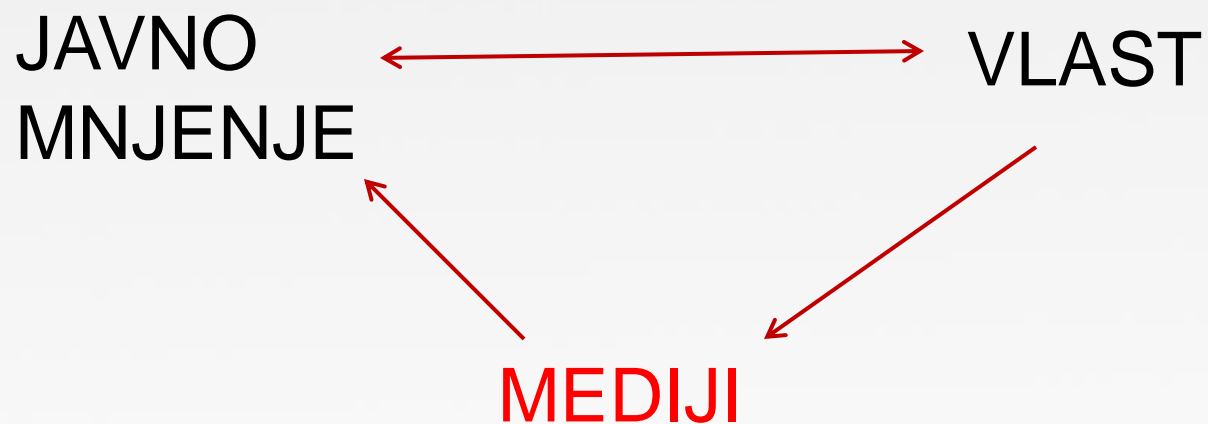
- Ovo podrazumeva da je javnost dobro informisana, stabilnih stavova, konzistentna u svojim zahtevima

• **Javnost čine ovce koje imaju ne-stavove i elite treba da samostalno donose odluke**
– Philip Converse

- Takođe, ova je veza povratna pošto i vlast utiče na formiranje javnog mnjenja



DAKLE...



FORMIRANJE I MENJANJE JAVNOG MNJENJA

- Roditelji
- Vršnjaci
- Veliki istorijski događaji (ratovi, krize, ekonomski napredak...)
- Mediji



AUTORITETI

Najsmešnji virus na svetu



oktobar 2010.

POLITIKA | PETAK 22.10.2010 | 13:56

SNS protiv prodaje "Telekoma"

IZVOR: BETA

Beograd – Srpska napredna stranka osudila je najavljenju prodaju Telekoma Srbije i ocenila da je takav potez vlasti "nepotreban i loš".

Recommend Share 137 Tweet 7 3+1 0



Zamenik predsednika SNS Aleksandar Vučić je rekao da je najavljena prodaja potez "nedomaćinske i neodgovorne vlasti".

"Neozbiljna je vlast koja ne zna kako da pokriva rupe koje je sama stvorila u budžetu i parabudžetskom sektoru", rekao je Vučić. Kako kaže, suštinski problem je nepostojanje privredne strategije i princip vlasti da, kako je naveo, krčmi ono što su prethodne generacije sticale.

"S obzirom na to da su premijer i ministar poljoprivrede okarakterisali poljoprivredu kao stratešku granu Srbije, zanimljivo je da je u Srbiji 2010. zasedano manje nego 1948.", naveo je Vučić i dodao da je današnji stočni fond Srbije manji nego 1910. godine.

Vučić je novinarima pokazao fotografije sa tablom koja najavljuje početak izgradnje autoputa "Beograd-juzni Jadran" na deonici Ub-Lajkovac i konstatovao da je umesto izgrađenih 13 kilometara autoputa na toj lokaciji trenutno samo raskopana zemlja u dužini 300 metara.

april 2014.

SARAJEVO | NEDELJA 27.04.2014 | 12:52

Vučić: Moramo da prodamo Telekom

IZVOR: BETA

Beograd – Mandatar za sastav nove Vlade Srbije Aleksandar Vučić kaže da će država morati da proda Telekom Srbije.

Recommend Share 134 Tweet 17 3+1 4



SPIRALA TIȘINE

Elisabeth Noelle-Neumann



PERCEPCIJA DA STE U MANJINI

- Posledica želje za prihvatanjem i straha od izolacije - konformiranje
- ako postoji većina, ili makar privid većine, osobe koje imaju drugačije mišljenje neće biti voljne da ga iskažu
- većina ne mora biti brojčana, ona može biti samo dovoljno glasna da se čini da je većina
- glasniji postaju još glasniji, manjina postaje sve nesigurnija i vladajuće mišljenje postaje sve jače



A GDE SU TU MEDIJI?

- Mediji kreiraju klimu mišljenja koja se prezentuje kao većinska
- naročito je snažan uticaj ako su mediji složni i ako se publici stalno prezentuje isti sadržaj
- nemogućnost selektivne percepcije (gašenjem nepodobnih medija) i najotpornije dovodi u sumnju ima li smisla biti stalno protiv
- Uniformnost medija onemogućava i jasnu artikulaciju suprotnog mišljenja, pa je ono još slabije prihvaćeno



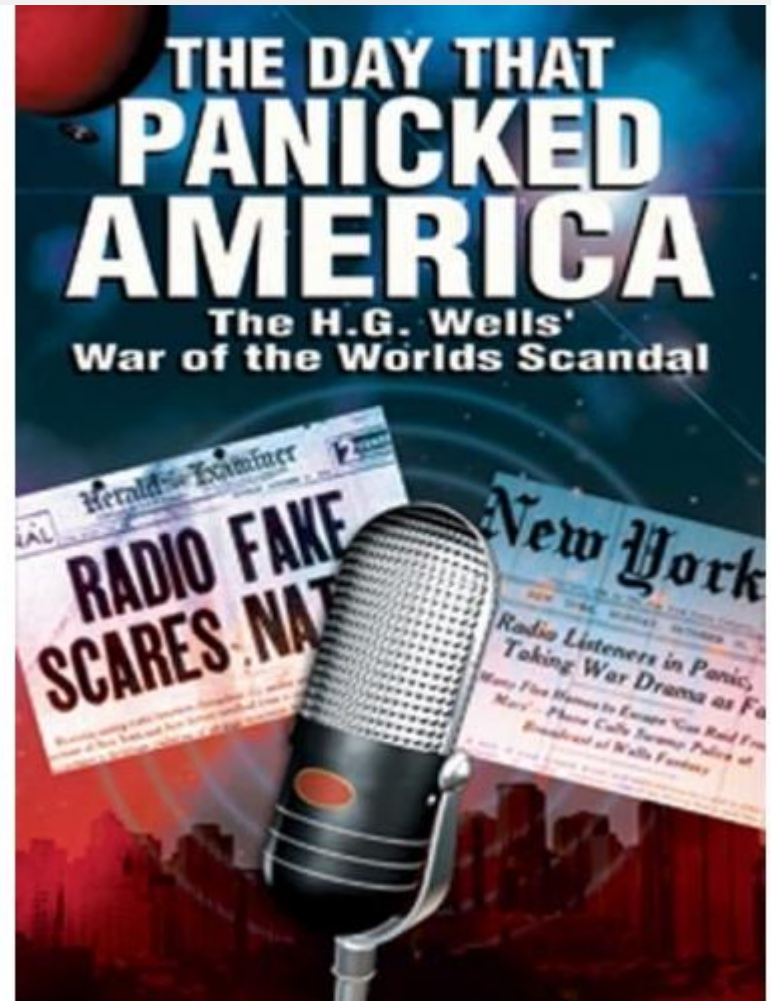
TEORIJE ISTRAŽIVANJA EFEKATA MEDIJA

• PRISTUP DIREKTOG PRENOSA

- nastao u vreme velikog uticaja radija na javno mnjenje
- rečenice i zahtevi izrečeni na radiju (reklame ili propaganda) se uvlače u mozak slušaoca i ispiraju ga čineći ga povodljivim
- Ruanda 1994.
- slušalac je pasivni primalac informacija



DAN KOJI JE UZDRMAO AMERIKU



TEORIJA UPOTREBE I ZADOVOLJENJA

- Pojedinac je *korisnik* medija, a ne više *pasivni posmatrač*
- Korisnik medija aktivno traga za sadržajem koji će zadovoljiti njegove potrebe
- Mediji, stoga, emituju sadržaj koji odgovara na potrebe korisnika
- Ovakva međuzavisnost dovodi i do većeg poverenja u neke izvore i manjeg u druge



TEORIJA KULTIVACIJE

- kumulativni efekat medija
- mediji duže vreme neguju, kultivišu, neke vrednosti i stavove
- **analizom sadržaja** koje emituju mediji se utvrđuju karakteristike publike
- no, za prave karakteristike publike u obzir moramo uzeti i **kognitivnu obradu informacija** – gledanje nasilnih scena će vas više uplašiti ako živite u mračnom delu grada i često se sami vraćate kući
- Mediji kao izvor zaplašivanja?
- Bowling for Columbine



TEORIJA AKTIVNE PUBLIKE

- Publika tumači sadržaj medija, a neretko i učestvuje u njegovom kreiranju (blogovi, X, Facebook, Youtube, Tik Tok i sl.)
- Nema teksta niti publike, sve je **GLEĐANJE I AKTIVNO UČESTOVANJE**
- Problem – ako se sve svodi na tumačenje publike, zašto bi se onda istraživali mediji i njihovi sadržaji?



YOUTUBE REVOLUTION

