

UNIVERZITET CRNE GORE
FAKULTET POLITIČKIH NAUKA

TIPOVI JAVNOSTI

II TEMA – 2. ČAS
DR ZLATKO VUJOVIĆ

Tipologija javnosti

1. **Opšta javnost** - cijela populacija nekog određenog geografskog područja.
2. **Glasačka javnost** - socijalno-politički relativno neizdiferenciran kolektivitet.
3. **Zainteresovana javnost** - dio glasačke javnosti koji je dobro informisan i kontinuirano posvećuje manju ili veću pažnju političkim zbivanjima.
4. **Aktivna javnost** - veoma ograničena grupa politički aktivnih pojedinaca koji pripadaju nekoj organizovanoj političkoj grupi (partiji ili drugoj političkoj organizaciji). Olmond:
 - a) Političke elite;
 - b) Birokratske elite;
 - c) Interesne elite;
 - d) Komunikacijske elite.
5. **Tematska javnost (specijalna javnost)** - posebne javnosti koje se formiraju na temelju interesa za posebne trajne ili trenutne - aktuelne teme.

Društveni aktivizam

Podrazumijeva spremnost na djelovanje, odnosno pojedinačno učešće u cjelini neke društvene aktivnosti; radi se o oblicima ljudske djelatnosti kojima je cilj obavljanje društvene funkcije, u cilju zadovoljenja određene društvene potrebe.

TIPOVI I NIVOI POLITIČKOG AKTIVIZMA

GLADIJATORSKE AKTIVNOSTI /Gladijatori/	<ol style="list-style-type: none">1. Spremnost za prihvatanje javne ili stranačke funkcije;2. Sakupljanje sredstava za političke aktivnosti3. Posjećivanje skupova gdje se donose odluke4. Aktivano učešće u radu političke stranke
PRELAZNE AKTIVNOSTI	<ol style="list-style-type: none">1. Posjećivanje političkih skupova (sastanaka, promocija, tribina...)2. Davanje novčanih sredstava političkoj stranci3. Kontaktiranje političkih vođa
POSMATRAČKE AKTIVNOSTI /Posmatrački/	<ol style="list-style-type: none">1. Nošenje bedževa ili oznaka sa političkom porukom2. Uvjeravanje drugih kako da glasaju3. Započinjanje političkih razgovora4. Izlazak na biralište5. Izlaganje političkim uticajima
APATIČNI	Apatičnost - apsolutna nezainteresovanost za politiku i zbivanja povodom politike

Motivacijske dimenzije političkog ponašanja

Konkretni zadaci politike u odnosu prema motivaciji jesu:

1. zadovoljiti potrebe - ili stvoriti privid da se iste zadovoljavaju;
2. aktivirati i oblikovati potrebe;
3. ponuditi alternativne sadržaje zadovoljavanja potreba;
4. kanalisati ponašanje izazvano određenim egzistirajućim potrebama;
5. stvoriti nove potrebe, odnosno nove oblike zadovoljenja postojećih potreba.

Kada je u pitanju potreba da se slijedi lider/vođa treba imati u vidu da ona proističe iz dva temeljna motiva:

1. pomoć u rješavanju problema - podrazumijeva prisutnu saznavnu komponentu da vođa, u određenim uslovima važnim za grupu, doprinosi grupnom napretku i ostvarivanju grupnih ciljeva pa je prema tome instrumentalan za grupu i njene članove.
2. potreba pripadanja - psihoanalitička teorija izrazito naglašava da je odnos vođa-sljedbenici, svojevrsan nadomjestak odnosa otac-dijete. Na taj način vođa poprima ulogu transfera osjećaja potrebe pripadanja, sigurnosti i podređenosti formirane u porodičnoj situaciji.

Da bi neko bio vođa poželjno je da ga sljedbenici percipiraju kao:

- jedan od nas - uspješan vođa mora imati karakter članstva u grupi kojom pokušava da rukovodi;
- većina nas - on predstavlja otjelovljenje do naročitog stepena normi i vrijednosti koje su od centralne važnosti za grupu;
- najbolji od nas;
- neko ko odgovara našim očekivanjima.

Kad se interakcijski odnos pojedinac - grupa (vođa) posmatra sa stanovišta dvije dihotomne dimenzije, homocentričnost / ideocentričnost i racionalnost / iracionalnost, onda je moguće razlikovati četiri tipa sljedbenika u politici. To su:

1. racionalni homocentrik
2. iracionalni homocentrik
3. racionalni ideocentrik
4. iracionalni ideocentrik