

Общественото мнение: същност и социална роля в обществото. Публично изказване на група лица по отношение на въпроси, които представляват обществен интерес. Изказването представлява одобрение или неодобрение на поведение на публична личност или политическо решение. Това изказване придобива значение в условията на демокрация, законност, мандатност и избори. Социална роля на общественото мнение - форма на социален контрол, проява на доверие в определено лице или група в условията на избори. Формиране на Обществено Мнение –социологически модел: Комуникаторът изразява обобщеното мнение на първичните групи, които за него са референтни групи. Аудитория възприема съобщението, но неговото мнение се формира след обсъждане с неговите първични групи. Модели за формиране на общественото мнение: ПРОПАГАНДА: чрез пропагандата се разпространява информация, изразяваща интересите на (К), съзнателно насочена към формиране на определено мнение и поведение на (А), в съответствие с предварително поставени цели; характеристики на пропагандата: преднамереност, емоционално възприемане на реалността, изкуствено се подчертават определени качества. РЕКЛАМА: предлага информация с цел продаване на стока или услуга: рекламата е част от маркетинга; разходите за рекламата се включват в цената на стоката и се заплащат от потребителя по следните причини: рекламата информира за възможен избор; рекламата напомня постоянно това, което потребителя забравя; рекламата напомня за съществуването на нещо, което е необходимо; модел на действие:

рекламодател---à рекламна агенция---à масмедии. ВРЪЗКА С ОБЩЕСТВЕНОСТТА: целенасочени усилия за установяване и поддържане на взаимно разбиране между дадена организация и обществени групи с които тя влиза във взаимодействие. Основната цел връзките с обществеността е трансформиране на съществуващо отрицателно отношение относно лице или организация в положително отношение.