

**Суспільна думка** – об'єднані оціночні судження (погляди, спонукання) соціальних груп, громад з питань, що представляють їхні спільні інтереси.

### *Сфери впливу суспільної думки*

*-духовна*

*- ідеологічна*

*- культурна*

*- соціально-економічна: виявлення масових суспільних оцінок (наприклад, задоволеності життям, працею, рівнем забезпеченості тощо)*

- *ідентифікація суспільної думки*
- *розуміння суспільної думки*
- *визначення цільових груп, які причетні до формування цієї думки*
- *визначення факторів, що сприяли формуванню суспільної думки*
- *розроблення заходів щодо корегування суспільної думки*

## КАТЕГОРІЇ ГРОМАДСЬКОСТІ ( з точки зору PR)

Громадськість – групи людей усередині організації або поза нею, з якими організація так чи інакше взаємодіє

- громада;
- громадські об'єднання;
- особи, що впливають на суспільну думку;
- профспілки;
- працівники медіа;
- співробітники підприємств;

- надзвичайно чутлива до значних подій.
- як правило, формується під впливом подій
- в більшості випадків «не передбачає» критичних ситуацій – вона лише реагує на них
- з психологічної точки зору визначається головним чином корисливими інтересами людей.
- не може довгий час перебувати «у збудженому стані»,
- її нелегко змінити, оскільки зачіпаються корисливі інтереси людей.

:

«Викарбовано в камені»

«Інтуїція підказує»

«Єдина суспільна думка»

«Словом можна гори зсунути»

«Братня підтримка»



Присвоєння готових штампів

Яскраві узагальнення

Зсув акценту

Свідчення

Підтасовування

Емоційні стереотипи

Заборонене замовчування

Підривна риторика

Приєм "звичайні люди"

Приєм "в одному човні"