

# Субъект пропагандистской деятельности

Выполнил: мл. л-т вн. сл. Яковлев  
А.Д.

# **Основные элементы процесса пропаганды:**

- субъект (социальная группа, интересы которой выражает пропаганда);**
- содержание;**
- формы и методы;**
- средства или каналы пропаганды (радио, телевидение, печать, система лекционной пропаганды и т. д.);**
- объект (аудитория или социальные общности, на которые направлена пропаганда).**

Решающим для понимания процесса пропаганды являются социальные интересы её субъекта, их соотношение с интересами общества в целом и отдельных групп, к которым обращена пропаганда. Это определяет её содержание и оказывает существенное влияние на выбор форм, методов и средств пропаганды

**Надежность источника – ЭТО**

**показатель квалификации и доверия источнику с точки зрения получателя сообщения.**

**Надежным считается источник, который рассматривают как компетентный, и верят в то, что он не искажает правду в собственных интересах.**

**Привлекательность источника** можно рассматривать в плане сходства, симпатий и антипатий и чего-то близкого, хорошо знакомого получателю. Считается, что, чем сильнее сходство между источником и получателем, тем убедительней коммуникация. Это происходит в том случае, если тот, кому предназначается информация, идентифицирует себя с тем, кто передает информацию, и они имеют общие ценности и взгляды. Поэтому одной из главных задач коммуникатора является создание впечатления, что источник информации стоит "на стороне" получателя сообщения, оказывает ему помощь и отстаивает его интересы.

**Третьей важной для  
получателя  
характеристикой  
источника сообщения  
является его **сила,  
влиятельность.****

**Совпадение (хотя бы приблизительное) целей источника с целями адресата.** Вступая в коммуникацию, ее участники ставят перед собой разнообразные цели: самовыражение, оповещение, ориентирование, коррекция отношения и поведения, программирование поведения и др. Чаще всего выделяют так называемые информационные цели, которые охватывают восприятие сообщения, его понимание и удержание в памяти целевой группой; установочные цели, которые направлены на модификацию отношения аудитории к какой-либо личности, проблеме или явлению, и поведенческие цели, направленные на формирование или стимулирование нового поведения, закрепление или интенсификацию существующего благоприятного поведения, изменение отрицательного поведения и т.п.

**Спасибо  
за  
ВНИМАНИЕ**