

## عنوان مقاله:

نقش روابط عمومی در گسترش افکار عمومی

## محل انتشار:

ششمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم تربیتی، روانشناسی و مشاوره ایران (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسنده:

امید رجایی - مسئول روابط عمومی دانشگاه فرهنگیان کرمانشاه

## خلاصه مقاله:

خاص گرایی های فرهنگی، قشری، قومی، جنسی در اغلب جوامع توسعه نیافته یا در حال توسعه از جمله جامعه ما به مثابه یک مانع اساسی در توسعه روابط عمومی خود نمایی میکند. گویا اصراری است که نگرش عموم مردم نسبت به مسایل یک سازمان یا وزارتخانه یا شرکت، متأثر از نگرشهای سنتی یا نگرشهای تعیین شده، توسط یک قشر یا گروه، بدون هیچ تغییری ادامه پیدا کند. غافل از این که اگر نگرشی در تعارض با سایر نگرشها قرار نگیرد، در بستر افکار عمومی جای نمی گیرد و اگر در بستر افکار عمومی قرار نگیرد در تعامل با جامعه واقع نخواهد شد. به عبارتی شفافتر برای رسیدن به تفاهم در یک نگرش، باید در جامعه ایجاد ذهنیت کرد و این ذهنیت را در تعارض و تطابق با ذهنیت های متمایز هم موضوع هدایت کرد تا به عینیت تبدیل شود و چون در این حرکت خود موضوع، مسیرتعالی و توسعه را میپیماید، دایم در معرض نو شدن و در چالشهای علمی و منطقی زنده و پویا باقی میماند.

## کلمات کلیدی:

روابط عمومی، افکار، عموم، نقش واثر، گسترش

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/854127>

