

## مقدمه :

روابط عمومی (Public Relations)، رابطه‌ی دوطرفه‌ای با افکار عمومی (Public Opinion) دارد. در راستای این تعامل و ارتباط، هم بر افکار عمومی تأثیر می‌گذارد و هم از آن نقش می‌پذیرد. مسئول روابط عمومی برای پیشبرد دستگاه و سازمان اداری و خصوصی خود و آگاهی از نحوه‌ی قضاوت جامعه در مورد فعالیت‌های مربوطه، نیازمند توجه به افکار عمومی است که در قبال آن، استراتژی مناسب و مطلوب به گونه‌ای طراحی گردد که با کمترین تنش، وصول به اهداف سازمانی محقق گردد. از طرف دیگر روابط عمومی، با ارائه اطلاعات و مستندات به جامعه و مخاطبان، می‌تواند در شکل‌گیری وجهت‌دهی به افکار عمومی تأثیر گذار باشد. بنابراین، نقش روابط عمومی در این زمینه، ایجاد تعامل مطلوب و کارآمد با افکار عمومی است.

## مفهوم افکار عمومی:

برای پی بردن به راهکارهای تأثیرگذاری بر افکار عمومی و رابطه متقابل روابط عمومی با افکار عمومی، بایستی ابتدا درک درستی از مفهوم افکار عمومی داشت. با توجه به اینکه تعاریف متعددی از «افکار عمومی» وجود دارد، نمی‌توان تعریف واحدی که مورد قبول همگان باشد ارائه داد. در اینجا چند تعریف و توضیح در مورد افکار عمومی ذکر می‌شود، شاید به کمک آن‌ها بتوانیم به شناختی نسبی از مفهوم «افکار عمومی» برسیم :

- افکار عمومی، پدیده‌ای روانی - اجتماعی و خصیلتی جمعی است و عبارت است از ارزیابی و نظر مشترک گروهی اجتماعی در مسئله‌ای که همگان به آن توجه و علاقه دارند و در لحظه‌ی معینی، بین عده‌ی زیادی از افراد و اقشار مختلف جامعه نسبتاً عمومیت می‌یابد و عامه مردم آن را می‌پذیرند. افکار عمومی به صورت تأیید یا مخالفت با یک عمل، نظر، شخص و واقعه با خواسته، مطالبه، پیشنهاد و توصیه تجلی می‌یابد