

مسرد المفاهيم والمصطلحات

قياس الرأي العام

استطلاع الرأي العام: دراسة علمية تعتمد على المنهج الإحصائي لمعرفة آراء المواطنين والمواطنات وتصوراتهم تجاه قضية معينة.

الاستفتاء: مسح لآراء أكبر عدد ممكن من المواطنين والمواطنات لمعرفة رأيهم في قضية محددة.

المقابلات الشخصية: لقاء مباشر مع أفراد العينة المستهدفة للإجابة عن أسئلة استمارة الاستطلاع.

المقابلات الهاتفية: اتصال هاتفي يجب خلاله أفراد العينة عن أسئلة الاستطلاع.

الاستمارة الإلكترونية: نموذج إلكتروني يُصمَّم ويُشارك عبر الإنترنت للحصول على آراء عدد كبير من المستخدمين.

مجتمع الدراسة: جميع الأفراد الذين يملكون صفة مشتركة وينوي الباحث تعميم نتائج الدراسة عليهم.

العينة العشوائية: عينة يكون لجميع أفراد مجتمع الدراسة فيها فرصة متساوية للاختيار.

العينة الممثلة: عينة تشمل تمثيلاً لجميع فئات مجتمع الدراسة بحيث يمكن تعميم النتائج بدقة.

الاستبانة: إحدى أدوات جمع البيانات وتتكون من جزء للمعلومات الشخصية وجزء للأسئلة المتعلقة بموضوع الدراسة.

الأسئلة المغلقة: أسئلة تكون إجاباتها محددة مسبقاً (مثل: نعم/لا، أوافق/لا أوافق).

الأسئلة المفتوحة: أسئلة تطلب من المشارك كتابة رأيه أو وجهة نظره بحرية.

أسلوب التكرار والملاحقة: أسلوب يعتمد على إعادة عرض المعلومات مرات عديدة للتأثير في الرأي العام.

أسلوب الإثارة العاطفية: أسلوب يستخدم العاطفة وإثارة مشاعر مثل الحقد أو الكراهية للتأثير في الجماهير.

أسلوب عرض الحقائق: أسلوب يقوم على تقديم الحقائق كما هي دون تزييف، ويُظهر احترامًا لعقل الجمهور.

شبكات التواصل الاجتماعي: وسائل حديثة للتواصل بين الناس، مثل: فيسبوك، تويتر، إنستغرام، سناب شات... وتؤثر في تشكيل الرأي العام.

الآلة الإعلامية: مجموعة الوسائل الإعلامية (تقليدية ورقمية) التي تنشر المعلومات والأخبار وتؤثر في اتجاهات الجمهور وصناعة الرأي العام.