



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

الإعلام الجديد

Lecture 2

PRL 613

ماجستير العلاقات العامة

Prepared by
Dr. Hala Elalfy Fawzy

www.midocean.ae

إيجابيات وسلبيات توظيف الإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة



Chapter
02

نتناول في هذا الفصل:

1. الإيجابيات الخاصة بتوظيف الإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة.
2. السلبيات الخاصة بتوظيف الإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة.
3. الرأي العام مفهومه وعوامل تكوينه وطرق قياسه من خلال الإعلام الجديد.

مميزات استخدام الإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة

تطوير الاعمال



وفرت وسائل التواصل الاجتماعي العديد من المزايا للأشخاص للعاملين في مجال العلاقات العامة، ومن هذه المزايا الآتي

زيادة نسبة المبيعات، وخفض تكاليف التسويق والدعاية .

زيادة نسبة عدد الزيارات إلى الموقع الإلكتروني الخاص بالمشروع أو الشركة.

زيادة نسب وصول المنتجات أو الخدمات إلى الأسواق الدولية.

تطوير التواصل مع الزبائن أو العملاء أو الشركات الأخرى.

القدرة على تحصيل تغذية راجعة بسهولة.

إيجابيات توظيف الإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة

وسيلة لتشكيل رأي عام فعّال

تُعد مواقع التواصل الاجتماعي بما تؤمنه من تفاعل واسع بين المجموعات وسيلة لتشكيل رأي عام مساند لبعض القضايا، وهو الأمر الذي ينتج عنه تغيير إيجابي في بعض مناحي الحياة.

تقليل الحواجز التي تعيق الاتصال

يُمكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لنقل الأفكار والآراء المتعلقة بموضوع معين لعدد كبير من الأشخاص وبطريقة سهلة، وذلك من أي مكان، وفي أي وقت، كما تساعد خاصية مشاركة الرأي المتاحة على وسائل التواصل الاجتماعي على فتح الأبواب لتبادل الآراء وتوسيع فرص المشاركة في التعبير عن الرأي.

تقديم المعلومات

حيث يتم تقديم المعلومات والبيانات الخاصة بالمنظمة وأعمالها عبر هذه الوسائل لتعريف الجمهور بالأعمال التي تقدمها والمجال الذي تعمل به.

تابع إيجابيات توظيف الإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة

مساعدة رجال الأعمال والشركات

تُمكّن شبكات التواصل الاجتماعي رجال الأعمال والمنظمات المختلفة من التواصل مع العملاء، وبيع منتجاتهم، وتوسيع نطاق خدماتهم؛ فهناك الكثير من رجال الأعمال والشركات التي تزدهر بشكل كامل على الشبكات الاجتماعية، ولا تكون قادرة على العمل بدونها.

نشر الأخبار

حيث يتم نشر أخبار المنظمة وإحاطة الجمهور بالأحداث والفعاليات التي تقوم بها والمناسبات التي تشارك فيها وكذا الإنجازات التي تحقّقها.

وسيلة فعالة للترويج

تستخدم الشركات التجارية الشبكات الاجتماعية كأداة جيّدة من أجل الترويج لسلعها، حيث يوجد العديد من التطبيقات المُختصة بالترويج لخدمة أو سلعة معينة وبتكلفة أقل، ممّا يؤدي إلى زيادة الأرباح وبأقل التكاليف.

تابع إيجابيات توظيف الإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة



نشر صور وأفلام عن المنظمة

حيث يمكن نشر صور عن المنظمة وأحداثها وقياداتها وفعالياتها إلى جانب عرض أفلام وثائقية أو إعلانات تليفزيونية خاصة بالمنظمة أو تقارير إخبارية مصورة عن المنظمة أو وضع روابط لها.



التعرف على آراء الجمهور

حيث يمكن رصد آراء جمهور المنظمة والتعرف على انطباعاته واتجاهاته حول سياسات المنظمة وقراراتها ومنتجاتها وخدماتها عبر طرح الأسئلة وإنشاء الحوارات أو عمل استطلاعات للرأي.



الإرشاد والتوجيه والتوعية

حيث تساهم مواقع التواصل الاجتماعي للمنظمة في إرشاد الجمهور وتوجيهه وتشارك في برامج وحملات التوعية التي تنفذها المنظمة.

تابع إيجابيات توظيف الإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة



إدارة الأزمات وتحسين سمعة المنظمة

القدرة على الاستجابة السريعة
للأزمات والشائعات التي قد تضر
بسمعة المؤسسة. وبناء صورة ذهنية
إيجابية عن المؤسسة كونها متفاعلة
ومنفتحة على جمهورها



دمج جمهور المنظمة

وذلك من خلال إنشاء مجتمع افتراضي
يتشارك ويتفاعل فيه الجمهور ويدعم
لديهم الشعور بالانتماء للمنظمة.



تقديم خدمات إلى الجمهور

مثل خدمة العملاء بحيث يمكن
التواصل مع مسئولي خدمة العملاء
عبر وسائل التواصل الاجتماعي
للمنظمة وتلقي استفساراتهم أو
شكواهم

سلبيات توظيف الإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة



احتمال حدوث أزمات إعلامية سريعة الانتشار عبر منصات التواصل الاجتماعي.

انتقادات وتعليقات الجمهور على مواقع التواصل قد تؤثر سلبًا على سمعة المؤسسة.

تشتيت انتباه الجمهور بكثرة المحتوى المتداول على منصات الإعلام الجديد.

صعوبة السيطرة على المحتوى وانتشار الشائعات والأخبار المضللة بسرعة.

احتمال تسريب بعض المعلومات الحساسة للمؤسسة عبر منصات التواصل الاجتماعي.

إمكانية تعرض سمعة المؤسسة للتشويه بسبب سوء استخدام منصات التواصل الاجتماعي.

صعوبة مواكبة التغير السريع في وسائل وأدوات الإعلام الجديد.



مفهوم الرأي العام

اختلف العلماء في وضع تعريف محدد للرأي العام، ولكن هذه التعريفات تتقاطع في معظم الأحيان ومن ذلك:

الرأي العام ميول الأفراد إزاء قضية معينة في مجتمع معين.



الرأي العام اتفاق في وجهات النظر بين الناس حول موضوع معين باعتبارهم أعضاء في مجتمع واحد.

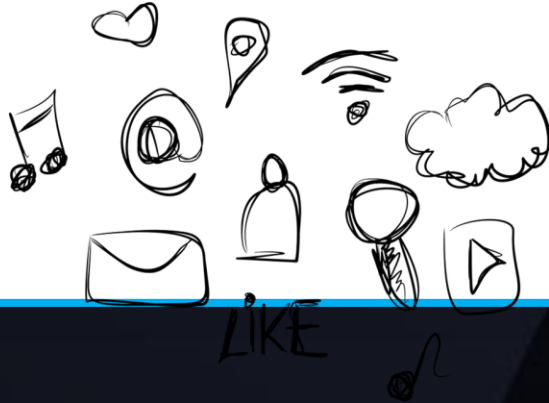
الرأي العام مجموعة من الأفكار والمعتقدات التي تكونها الشعوب عادة في مسألة معينة وفترة معينة



الرأي العام هو الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار عام بعد مناقشات علنية وافية

يقول شيفلي: الرأي العام تعبير عن آراء وأحكام ورغبات واتجاهات عامة الشعب أو جزء منه بالرغم من وجود مجموعات كثيرة، لكل مجموعة رأي عام وتختلف من مجموعة إلى أخرى.

يقول "روفيفات" مدير معهد الصحافة في برلين: الرأي العام هو: الرأي الظاهر من بين جميع الآراء المطروحة وتكون له الغلبة والسيادة في النهاية على بقية الآراء الأخرى.



نشأة مفهوم الرأي العام

نشأة مفهوم الرأي العام وتطوره:

مع أن الرأي العام public opinion من المصطلحات الحديثة التي لم تعرف إلا مع أواخر القرن 18م، إبان حرب الاستقلال الأمريكية والثورة الفرنسية.

القرن 18: 1 يناير 1701 - 31 ديسمبر 1800.

القرن 19: 1 يناير 1801 - 31 ديسمبر 1900.

في الحضارات القديمة:

وقد عرف **اليونان** المفاهيم القريبة من فكرة الرأي العام، كالاتفاق العام أو الاتجاهات السائدة وتحدث **الرومان** أيضا عن الآراء الشائعة بين الناس - صوت الجمهور أو صوت الشعب

في العصور الوسطى:

في **الإسلام** قد عُرف الرأي العام بالشورى
في **المسيحية** عرفوا عبارة الاتفاق العام أو الإجماع



تابع نشأة مفهوم الرأي العام

في العصور الحديثة:



كان **مكيافيللي** أول من وجه الأنظار إلى ضرورة الاهتمام بصوت الشعب واتجاهاته .
أشهر عباراته: "صوت الشعب هو صوت الله" .

إنجلترا: التوترات الأهلية في القرن السابع عشر

أمريكا: اندلعت حروب الاستقلال

فرنسا: شبت الثورة الفرنسية التي أطاحت بالإقطاع ورأس الملك لويس السادس عشر.
عبر الفرنسيون عن مفهوم الرأي العام بمسميات مختلفة: "إصلاح العقل العام" - "الإرادة العامة"

وفي خضم الثورة الفرنسية ظهر الاصطلاح الحديث وهو

الرأي العام Public opinion

طبيعة الرأي العام



الرأي العام يتميز بأنه ذو ثبات نسبي، وهو بذلك يقف في منطقة وسطى بين الثقافة والرأي الشخصي، فالثقافة أكثر ثباتاً منه، وهو أكثر ثباتاً من الرأي الشخصي، وسبب احتلاله لهذا الموقع، هو، أن الرأي العام يتكون في العادة تجاه قضايا معاصرة ومؤقتة، كرأي الناس في برنامج حزب من الأحزاب أو تجاه اتفاقية سلام أو نشوب حرب أو ارتفاع الأسعار، وما شاكل ذلك من القضايا الملحة والطارئة، ولذا فإن الرأي العام يتمحور في كل مدة زمنية معينة ليست طويلة حول قضية من القضايا، أما الثقافة فتأخذ صيغة الأسس والمرتكزات والعادات التي تدوم لفترات طويلة.

كما أن الرأي العام لا يمكن تشكيله حول قضية من القضايا إلا حيث ينشط التبادل الاجتماعي، ويكون المجتمع منفتحاً على بعضه واعياً بذاته، واضعاً لقضايا ومشكلاته تحت المجهر، حيث يولد ذلك نوعاً من الحركة الاجتماعية النشطة، ويوجد اهتمام الناس بكل ما يمس حياتهم ومصيرهم. أما حين يكون المجتمع فاقداً للحس الجماعي، خاملاً في تمازجه الثقافي، مشغولاً كل فرد فيه بلقمة العيش، أو غارقاً في شؤون الخاصة، فإن تكوين الرأي العام آنذاك يكون عسيراً.

قوانين الرأي العام

تُعد قوانين الرأي العام بمثابة ميول تتحدد من خلالها السمات المميزة للرأي العام، وإن كانت في نظر بعض العلماء مجرد افتراضات يُراد بها التعميم، إلا أنها تُمكن الخبراء في حقل الإعلام والرأي العام من محاولة فهم سيكولوجية الجماهير، وتضع أيديهم على مواطن الضعف والقوة فيهم، وتُمكن الخبراء من الوصول إلى الجذور المتشابكة للآراء الفردية الممتدة هنا وهناك، ذلك أن رجال السياسة والإعلام يستثمرون تقلب الرأي العام وما يُصيبه باستمرار من تغير وتحول لتحقيق أغراضهم في هذا الصدد، ويُمكن أن نُجمل هذه القوانين في النقاط الآتية:

من قوانين الرأي العام



الرأي العام شديد الحساسية



❑ إن الأحداث الاستثنائية قد تحول الرأي العام من النقيض إلى النقيض بصفة مؤقتة، كما قد تحوله من أقصى اليمين إلى أقصى اليسار، حتى تتضح الأمور أمام الجماهير، ذلك أن الرأي العام لا يصبح مستقراً حتى ينظر الناس إلى الأحداث بشيء من التعقل.



❑ فالرأي العام يتأثر بالأحداث أكثر من تأثره بالأقوال، إلا إذا تم تفسير هذه الأقوال على أنها أحداث.

❑ وتصبح التصريحات الشفهية بالغة الأهمية عندما يكون الرأي العام غير متبلور، وعندما يبحث الجمهور عن التفسير من مصدر موثوق به.

❑ الرأي العام بصفة عامة لا يتوقع الحوادث الطارئة مُقدِّماً، ولكنه يستجيب لها فقط من خلال رد الفعل.



تابع قوانين الرأي العام



ينبع من المصالح الذاتية



- ☐ يتقرر الرأي العام من الناحية النفسية على أسس من المصالح الذاتية، وبالتالي فإنه من الصعب تغيير الآراء أو تبديلها، فالحوادث والأقوال أو أي دوافع أخرى تؤثر فقط في الرأي بمقدار علاقتها بالمصلحة الذاتية الظاهرة للعيان، وبناءً على ذلك يصبح من الصعب تغيير الآراء المبنية على أسس المصالح الذاتية.
- ☐ عندما تتأثر المصلحة الذاتية، يحتمل أن يتقدم الرأي العام في المجتمع الديمقراطي السياسة الرسمية ويسبقه.
- ☐ لا يبقى الرأي العام منفصلاً لمدة طويلة إلا إذا شعر الناس أن المسألة تتعلق بمصالحهم الذاتية بشكل واضح جداً، أو إذا كانت الاستثارة القائمة تسندها الحوادث الجارية، أو إذا أيدت الأحداث الأقوال.



تابع قوانين الرأي العام



مبني على الرغبة والأهواء



□ الرأي العام شأنه في ذلك شأن الرأي الفردي قد تلونه الرغبة أو الهوى، وعندما يكون الرأي العام في مجمله مبنياً على الرغبة والهوى أكثر من بنائه على المعلومات، فإنه يحتمل أن يتغير تغييراً شديداً مع الحوادث ويتخذ موقفاً متطرفاً بالنسبة لها. □

□ إذا تم تزويد الناس في المجتمع الديمقراطي بالمعلومات الصحيحة وفرص التعليم، والوقوف دائماً على الحقائق، فإن الرأي العام يصبح أكثر تعقلاً وصلابة، وكلما زاد وعي الناس ومعرفتهم وثقافتهم، وإحاطتهم علماً بمجريات الأمور، فإنهم سيقفون دائماً موقف المعارضة للأحداث والمقترحات بسبب مصالحهم الذاتية، وهم أكثر استعداداً للموافقة على الآراء الموضوعية التي يُبديها الخبراء والأخصائيون.



العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام



أنواع الرأي العام

الكامن الظاهر

الثابت المؤقت

سلبي إيجابي

محلي وطني دولي نوعي

أغلبية أقلية ساحق

تابع أهمية قياس الرأي العام



لا شك ان القياس الدقيق لاتجاهات الرأي العام سيتيح الفرصة للمؤسسات المختلفة لاتخاذ قراراتها على ضوء الحقائق الموضوعية، وأن توجه الرأي العام توجهاً سليماً، وتحشد قوته وتركزها لتتجه اتجاهاً مساعداً لخطط التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها.

وتستهدف قياسات الرأي العام التعرف على الدوافع الكامنة وراء الآراء، والتعرف على شدة الرأي وعمقه إزاء القضايا والأحداث والأشخاص



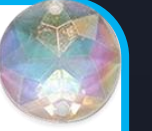
السمات التي تغلب على الرأي العام

وتتسم عملية قياس الرأي العام بالبطء النسبي في إنجازها واستخراج نتائجها وتحليلها، وهنا يصبح من الأهمية استخدام أساليب وطرق قياس مميزة، من حيث التصميم والمعالجة، لأن نتائج هذا النوع من القياس تعطي أبعاداً أكثر عمقاً، وتحليلاً شاملاً لاتجاهات الرأي العام من حيث قوتها وشدتها وكثافتها لدى كل فئة من فئات الجمهور المُستهدف بعملية القياس.

حيث تسعى بحوث الرأي العام إلى دراسة مشكلات المجتمع الملحة الراهنة، التي تُعد قضايا خلافية حساسة يُثار حولها النقاش بين أفراد الجمهور العام أو بعض فئاته وشرائحه، لذا فهي بحاجة إلى الدقة والموضوعية.



كيف يتكون الرأي العام



الاتصال المباشر (المناقشات
والخطابة)

اتصال الافراد بعضهم ببعض

وسائل التواصل الحديثة

الأبحاث والدراسات وتقييم الآراء
المعارضة والمؤيدة للاتفاق على
رأي واحد

وسائل الاتصال المطبوعة والمرئية
والمسموعة

أساليب تشكيل الرأي العام



- يتكون الرأي العام عبر مجموعة من العمليات الاتصالية يمكن حصرها على النحو التالي:
- جو من الحرية.
 - وقوع حدث مهم له صلة وثيقة بمصالح غالبية أعضاء المجتمع أو إحدى شرائحه أو يمس معتقداتهم وقيمهم أو مشاعرهم الإنسانية الأساسية.
 - وعادة ما يكون مصدر معلومات الفرد حول هذا الحدث إما أجهزة الإعلام الجماهيرية أو الاتصال المواجهي المباشر من خلال ممارسة الفرد لأنشطته اليومية كعضو في جماعات المجتمع المختلفة ابتداءً من الأسرة إلى المقهى أو النادي إلى العمل والمسجد... إلخ



الأساليب التقليدية لتغيير الرأي العام

Chapter

02

أسلوب التكرار
والملاحقة

أسلوب الإثارة
العاطفية

أسلوب عرض
الحقائق

أسلوب تحويل
انتباه الرأي العام

أسلوب البرامج
الإيجابية المحددة

أسلوب التعتيم
والتمويه الإعلامي

أسلوب التزوير
والخداع باستخدام
العلم وتطبيقاته

الاضطهاد والاجبار

الشائعة والرأي العام

فقد التماسك في
الجبهة الداخلية

هبوط الروح
المعنوية

رأي عام سلبي

شائعة

نفاذ الأعداء
للإضرار بمصلحة
الجمهور
المستهدف.

عسكرياً تراجع -
انحطاط الأداء
العسكري -
الهزيمة

أزمات حوادث
خسائر مادية
وبشرية

وسائل التعامل مع الرأي العام

تفعيل دور مراكز الأبحاث والدراسات

التخطيط الاستراتيجي والبرامج التكتيكية

تفعيل دور وسائل الاعلام التنموي ودور التقنية

تفعيل دور العلاقات العامة والتقارير المتسمة بالشفافية

تفعيل دور المراكز الإعلامية والمتحدث الرسمي

قياس الرأي العام



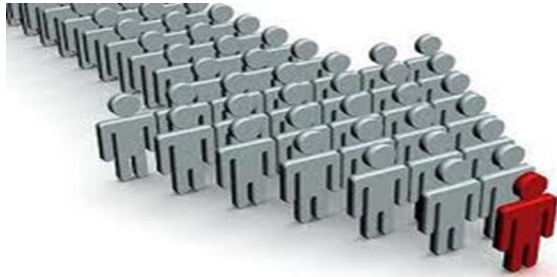
- يستخدم قياس الرأي العام لمعرفة طبيعة الواقع وحجمه في قضية ما من خلال معرفة آراء واتجاهات الرأي العام السائدة، وهو ما يساعد على اتخاذ القرار المناسب لدى الجهة المعنية بالرأي العام أو أصحاب القرار.
- نشأة قياس الرأي العام: أمير المؤمنين عمر بن الخطاب رضي الله عنه لجأ إلى التجوال في شوارع الدولة متخفياً لسماع آراء الناس والتعرف على أحوالهم ورد المظالم عنهم. وهو بذلك أسس بشكل فعلي مفهوم ضرورة معرفة الرأي العام والاهتداء به في الحكم.
- في مطلع القرن التاسع عشر بدأ الاهتمام الحقيقي بقياس الرأي العام بشكل منظم. حيث حاولت بعض الصحف والمؤسسات المهمة بالتسويق والإعلان استطلاع آراء الجماهير من خلال الاستفتاء، لكن هذه الطريقة في بدايتها كان ينقصها الدقة في اختيار العينة الممثلة. وبالتالي كان من الصعب التعامل معها بثقة أو تعميم نتائجها على المجتمع.



نشأة بحوث قياس الرأي العام



- تعود بدايات الاهتمام بالرأي العام إلى حوالي عام 1824م حينما حاولت بعض الصحف وغيرها من المؤسسات التي تهتم بالتجارة والتسويق استطلاع الرأي العام عن طريق عمل استفتاءات فيما كان يسمى بالاقتراع الأولى ولكن هذه الطرق كان ينقصها الدقة والتمثيل الصحيح لفئات الرأي العام.
- وأمكن بعد ذلك الانتقال من مرحلة التكهّن إلى مرحلة العلم في مجال قياس الرأي العام مع محاولة الحصول على عينات ممثلة للمجتمعات.



تطور بحوث قياس الرأي العام



- وقد شهد عقد الستينيات في القرن الماضي انطلاقا حقيقيا في مجالات استطلاعات الرأي العام تمثل في امتداد هذا النشاط العلمي إلى دول الاتحاد السوفيتي السابق وإلى العديد من دول أوروبا الشرقية حيث أنشئت هيئات علمية ومراكز لبحوث الرأي العام.
- ولعل مرحلة النضج التي بدأت منذ أوائل السبعينيات من القرن الماضي تبدأ بتناول استطلاعات الرأي العام وقياساته برؤية شاملة متكاملة.



نشأة مراكز قياس الرأي العام



- مركز غالوب لاستطلاعات الرأي: (Gallup poll) هي إحدى أقسام مؤسسة غالوب التي تجري بانتظام استطلاعات الرأي العام في الولايات المتحدة وأكثر من 140 دولة. غالوب لاستطلاعات الرأي حصلت على شهرتها من الإشارة إليها في كثير من الأحيان في وسائل الإعلام بوصفها مؤسسة موثوق بها وموضوعية لقياس الرأي العام.
- حيث تمكن جورج غالوب: أحد الرواد الأمريكيين في تقنية فحص العينات، أعد طريقة إحصائية ناجحة لفحص العينات من أجل قياس الرأي العام.



أنواع قياس الرأي العام

الاستماع لآراء الناس وأحوالهم (ورش العمل، الندوات، المقابلات المركزة)
الاقتراع (التصويت على اختيار احد الخيارات المطروحة على المستوى المحلي)
البحث العلمي من خلال:
العينة الممثلة
أسلوب الملاحظة
والاستفتاء
استطلاع
تحليل المحتوى

أساليب قياس الرأي العام

هناك ثلاثة طرق لقياس الرأي العام :

أولاً: الاستفتاء:

يعتبر الاستفتاء واحداً من أشهر طرق قياس الرأي العام، حيث يساعد على الإلمام باتجاهات الناس، وآرائهم بشكل فعال، وبالتالي الوصول إلى قرارات صحيحة، تتوافق مع المصالح المرجوة، هذا وتتبّع العديد من دول العالم أسلوب الاستفتاء في القضايا الحساسة والمصيرية؛ كتلك المتعلقة بدستور او تشريع قانون او وضع أنظمة إدارية، وغيرها.

تابع أساليب قياس الرأي العام

ثانياً: المسح:

تعتبر طريقة المسح أكثر عموميّة، وشموليّة من طريقة الاستفتاء؛ ذلك أنها تساعد على قياس كل من: الرأي العام الخفي، والظاهر. تعتمد طريقة المسح على وسيلتين اثنتين هما: وسيلة الملاحظة والتي تتطلب استطلاعاً غير مباشر للآراء، حيث يدوّن الشخص الملاحظ كل ما يتلقاه من آراء، وسلوكيات وتوجهات مختلفة. إلى جانب وسيلة المقابلة والتي تتم عادة من خلال وجود مقابلة بين كل من الشخص الباحث من جهة، وجماعة الناس المطلوب معرفة توجهاتهم من جهة أخرى، حيث يتم ذلك خلال مدة زمنيّة معينة.

تابع أساليب قياس الرأي العام

قياس الرأي العام عن طريق المسح من خلال الملاحظة والمقابلة:

أ (وسيلة الملاحظة :

وتستخدم هذه الطريقة في عديد من البحوث الاجتماعية والسيكولوجية ، التي تعتمد على عديد من الملاحظين والمراقبين ، لقياس الرأي العام عن طريق ملاحظة جمهور الرأي العام للوقوف على آرائهم عن طريق ملاحظة التصرفات السلوكية . من شائعات ونكات سياسية وتعليقات متداولة بين الجمهور حيال المشاكل العامة .

ب (وسيلة المقابلة :

وتستخدم هذه الطريقة في جمع المعلومات في بحوث الرأي العام وفي الدعاية والعلاقات الاقتصادية والتسويق . وتعني التبادل اللفظي وجها لوجه بين القائم بالمقابلة ، وبين الشخص أو الأشخاص المطلوبة معرفة آرائهم .

تابع أساليب قياس الرأي العام

ثالثاً: تحليل المضمون:

تعتبر هذه الطريقة واحدة من الطرق المهمة في التعرف على الرأي العام العالمي، وليس المحلي، مما يساعد على تحديد الاتجاهات العالمية الاقتصادية، والسياسية، والثقافية المختلفة. تعتمد هذه الطريقة على تحليل واستيعاب الاتجاهات المختلفة التي تتضمنها المواد التي يتم تقديمها عن طريق وسائل الإعلام، والاتصال كالتلفاز، إلى جانب العديد من وسائل الاتصال، والإعلام الأخرى، والتي جعلت الناس كلهم يشاركون فيها، ويعتبرونها كجزء أساسي، ورئيسي في حياتهم.

بحوث العينات وقياس الرأي العام

هي البحوث التي تتناول بعضاً يمثل الكل، ويتم اختيار هذا البعض بطريقة علمية، وهي البحوث التي يتم إجرائها على عينة من المجتمع بشرط أن تكون ممثلة له ومن مميزاته الحصول على نتائج دقيقة يمكن تعميمها في وقت قصير وتكلفة منخفضة.

أهمية قياس الرأي العام

- معرفة الواقع الفعلي ودراسة مشكلاته الملحة.
- اتخاذ القرارات الصائبة.
- توجيه الرأي العام توجيهها سليماً.
- لحشد قوته وتركيزه في مجالات معينة في إطار التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية.
- وهو يتمشى مع الاتجاهات الحديثة في الرأي العام على أساس قاعدة التوجيه نحو الأهداف القومية بالاستخدام الواعي للإعلام والاتصال.

الإعلام الجديد وقياس الرأي العام

- الرصد والتقييم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي يتيح للمسؤولين وسائل للتعلم من الخبرات السابقة، تحسين تقديم الخدمات، التخطيط وتخصيص الموارد وبيان النتائج في إطار المساءلة والتحسين.
- المسوحات الاستقصائية عبر شبكة الإنترنت تختلف عن تلك في الميدان بأنها تصل لأعداد أكبر من الأفراد وبوقت أقل، غير مكلفة دون حاجة لأفراد في الميدان لتعبئة وجمع الاستبيانات. أيضا جمع المعلومات ومقارنتها يكون أكثر سهولة.
- في حالة التقييم المسبق السريع، يتم استخدامها لإتاحة معلومات سريعة من أجل اتخاذ القرارات الإدارية أو إتاحة فهم نوعي وتفسير البيانات الكمية التي يتم جمعها. أحد الوسائل للقيام بذلك هو المشاهدة المباشرة والتدوين التفصيلي لردود الأفعال المتوفرة والذي تم التركيز عليه خلال هذا التقرير.

خلاصة الفصل

- الإيجابيات الخاصة بتوظيف الإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة.
- السلبيات الخاصة بتوظيف الإعلام الجديد في مجال العلاقات العامة.
- الرأي العام مفهومه وعوامل تكوينه وطرق قياسه من خلال الإعلام الجديد.





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY



Thank You

