

## 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.