المحاضرة الثانية : خصائص وأنواع ووظائف الرأي العام

Characteristics and types and tasks of public opinion

تقديم : الدكتور : عبد المالك صاولي

مقياس : تقييم الرأي العام

السنة الأولى ماستر –اتصال وعلاقات عامة- 2024/2023

خصائص الرأي العام :

يمكن تلخيص أبرز خصائص الرأي العام فيما لخصه الدكتور رفيق سكري بقوله :

"من أبرز خصائص الرأي العام أنه واع ، ويدعي العقلانية ، ويحمل بذاته رغبة بالصوابية ، وهو نقيض الكلية ، ويفترض التعددية ، ويأخذ بعض صفات القانون الأخلاقي في مجتمع ما ، ويتجاوز التأكيد النظري وأنه سريع التبدل" .

تناول الباحثون خصائص الرأي العام من زوايا متعددة ومختلفة ، ونسلط الضوء على أهم هذه الخصائص:

***1-عدم الثبات*:الرأي العام ظاهرة غير ثابتة ، فهو متقلب ومتغير بحسب الظروف والأحوال ، بالنظر إلى الظروف والعوامل المحيطة بالإنسان –ظروف اقتصادية ، سياسية ، أمنية ، ...، والناس يميلون إلى ذلك حسب إيمانهم وقوة الشخصية ، فمن الناس من لا يعير اهتماما لما يقال ، ومنهم من يحاول إرضاء الآخرين ، ولذلك تعتبر الدراسات في ميدان العلوم الإنسانية من أعقد الدراسات ، لأن الناس يغيرون آراءهم بين الصباح والمساء، ومن ظرف لآخر ، فينتقلوا بين الحب والكره ، والفتور والحماسة ، والتبني والتنكر ، والولاء والعداء ، وهذا كله بفعل المؤثرات الحياتية والموروثات الفكرية والدينية والأحداث المختلفة .**

***2- التبرير والإبدال :* وهو محاولة تفسير وتوضيح وتحليل المواقف وتبني القضايا ، وإعطاء مبرر لذلك مستندين إلى تغير الظروف والأحوال ، ووجوب التكيف مع ذلك ، تماما مثلما يفعل البعض عند الانتقال من تشكيلة سياسية معينة إلى أخرى ، أو من مساندة مرشح إلى مساندة مرشح آخر وهو ما يسمى بالإبدال .**

***3- الإسقاط :* وبمجرد تغيير الرأي فإن الشخص يستحضر مجموعة من العيوب ، فيحاول إسقاطها على ذلك التنظيم حتى يجعل من موقفه الصواب ، وهذا يؤدي إلى الاستعداء وخلق الصراعات بين الجانبين ، وهذه طبيعة الأحزاب المتنافسة .**

4- *التقمص ثم التطابق* : ومن جهة أخرى يسعى الشخص الذي غير رأيه ، أي تبنى أفكار التنظيم الذي انتقل إليه ، ويحاول أن يجعل نفسه مؤيدا ، سواء امتلك قناعة داخلية في ذلك أو يتقمص ، ويمثل لأغراض يراها تناسب اتجاهه ، كوجود شخص من أقاربه في ذلك التنظيم ، أو شخصا قد وعده بشيء ما ...وهكذا ، كما يمكن لإنسان أن يتبنى رأي مجتمعه ولو كان رأيه مخالفا له وهذا شيء محمود –أحيانا- سيما في القرارات الحاسمة.

***5- التبسيط :* إن سيكولوجية الفرد تجعله يميل إلى قبول وتبني الآراء والمواقف التي تقدم له بطريقة بسيطة ومن مصادر موثوقة ، فالفرد يميل إلى تبني أفكار في مستوى تفكيره ، فقد ورد في الحديث أن (خاطبوا الناس على قدر عقولهم).**

***6- رأي جماعي وليس شرطا أن يكون إجماعي* : أي يتبلور في وسط جماعة ، وليس شرطا أن يحقق الإجماع ، وإنما تكفي أغلبيته أي ما زاد عن النصف.**

***7- الحرية* : فالرأي العام يتشكل في ظل الحرية ، أي حرية المناقشة وإبداء الرأي ، حتى يحقق الاقتناع وبالتالي الاستمرار ، ولا يتأثر بالعوامل المحيطة به ، كأجهزة الإعلام والدعاية ومختلف الإشاعات .**

8- يتأثر في تكوينه بالعديد من الأشياء :-يتأثر بالعادات والتقاليد ، كما بالعقائد والسياسات العامة ، والنظم الثقافية والتربوية ، كما يتأثر أيضا بالمستوى التعليمي والثقافي في البلاد ، وكذا بالمستوى المعيشي للمجتمع ، ومن ناحية أخرى يتأثر بقادة الرأي وبالجماعات الضاغطة ، وبالواقع الدولي والإشاعات والدعاية المغرضة...وغير ذلك من الأساليب .

تكوين وتشكيل الرأي العام :

على غرار هذه الخصائص يتشكل الرأي العام ويتبلور بشكل جيد حتى يضمن الاستمرار ، ويتصدى لمختلف عوامل زواله.

شروط التكوين: **يشترط أن يكون هناك فريق كبير من الخبراء لتكوين الرأي العام بشروط عديدة أهمها:**
1- حدوث مناقشات كافية حول الموضوع المثار ، من خلال الندوات العامة ، والمناقشات التي تتم في المجال العام.
2-تجميع كل الحقائق حول الموضوع ، من خلال قادة الرأي والإعلام والبيئة المحيطة.
3-أن يكون الاتجاه للرأي العام في هذا الموضوع متفقاً على التاريخ والقيم والمعتقدات العامة للناس.

خطوات ومراحل التكوين:

أولا : مرحلة الإحساس بالفكرة :
إن الفرد المتابع للأحداث بوعي لابد أن يكون له رأي في الموضوع ، طالما أن الموضوع قابل للمناقشة ، وليس قانونا إلهيا أو وضعيا ، وهذا الرأي لا يعدو أن يكون في إطار مقياس ليكرت الخماسي أو الثلاثي ، بين مؤيد ومعارض ومحايد .
ثانيا : مرحلة الرأي الفردي : **يتبلور هذا الإحساس في شكل رأي علني خاص بذلك الفرد .**
ثالثا :مرحلة صراع الفرد مع الجماعة : **مرحلة الصدام مع آراء أخرى من الجماعة المحيطة به بمجرد طرحه ، حيث يجد صعوبة في إقناع أي كان به ، وربما وجد من يؤيد فكرته ، فيستعين الجميع بالوسائل المحيطة به من وسائل الإعلام وقادة الرأي ،وأهل العلم والثقافة .**
رابعا : مرحلة تبني الفرد لرأي الجماعة : **وهي المرحلة الأخيرة ، حيث يسعى الفرد للانتصار لرأيه ، ولكن في حضور أهل الخبرة ، لا يجد إلا أن يتنازل عن رأيه كليا أو جزئيا ، وإن وافق رأيه رأي الجماعة كانت تلك نقطة تحسب له ، حيث تتغير النظرة تجاهه ، وأنه صاحب رأي ، وإن تكرر ذلك لمرات ، فإنه يصبح شخصية محورية ويستشار ، وهكذا حتى يصبح من قادة الرأي.**

نماذج الاتصال الجماهيري :
إن النموذج عبارة عن الآلة الفكرية تزود الباحث بإطار الافتراضات ، وتشخيص المتغيرات الأساسية.
أو قُل هو ذلك البناء الشكلي للعلاقة بين العناصر والمتغيرات في الظاهرة المبحوثة، لمساعدة الباحث على تفسير هذه الظاهرة.
ونماذج الاتصال تعرف بأنها النماذج التي تشرح عملية الاتصال وتفسرها ، وتبين كيفية حدوثها ، وهي باختصار :
1- *نموذج الخبرة المشتركة :* ينظر نموذج الخبرة المشتركة إلى الجمهور على أساس أنهم عبارة عن تجمعات ، ووسائل الاتصال نادرًا ما تؤثر على الجمهور بشكل مباشر ، ويكون تأثير وسائل الاتصال أكبر إذا ما غذّت المجموعات الصغيرة بالأفكار والمعلومات ، عبر(قادة الرأي) ، وهم يقومون ببث تلك الرسائل إلى الأفراد الآخرين.
وتؤكد هذه النظرية على وجوب وجود خبرة مشتركة ، بمعنى وحدة المواقف والأفكار والرموز بين المرسل والمستقبل ، وأن فاعلية الاتصال تتحدد بذلك ، بما يحقق الشروط التالية:
أ – أن تكون الرسالة جديرة بالانتباه.
ب – أن تحمل علاماتها خبرة مشتركة ، وتجارب مشتركة مع المتلقي.
ج – يجب أن تكون ذات صلة باحتياجات المتلقي.
د – يجب أن تحتوي الرسالة على وسيلة لتحقيق هذه الاحتياجات.
2-*نموذج الفعل الاقناعي* : الذي أقره لاسويل وبحسب هذا النموذج فعملية الاتصال تتم بالأسئلة التالية:
أ – من يقول ؟ ب – ماذا يقول ؟ جـ – لمن يقول ؟ د –بأية وسيلة ؟ هـ – بأي تأثير ؟
ومن عيوب هذا النموذج : هو أنه يسير في خط مستقيم ، أي أنه يفترض بأن عملية الاتصال هي عملية ديناميكية آلية ، عبارة عن فعل واستجابة فقط ، أي أنه لا ينظر للاتصال باعتباره عملية ذات تغذية مرتدة بين المرسل والمستقبل.
3-*نموذج حارس البوابة:*
يفترض هذا النموذج أن تدفق المعلومات من خلال وسائل الإعلام يمر بعدة بوّابات ، وكل بوابة تسيطر عليها جهة ما يشبه دورهم دور حارس البوابة ، إذ أنهم يمررون من المعلومات ما يتوافق مع مصالحهم ، ويساهم في تأييدهم وتأييد الأيدلوجية التي ينطلقون منها،ويمنعون مالا يتماشى مع مصالحهم وذوقهم.
4-*نموذج الوسيلة هي الرسالة:*
ينظر هذا النموذج إلى أن الوسيلة التي يستخدمها الناس في الاتصال هي أهم من المضمون الإعلامي نفسه ، إذ أن الوسيلة هي التي تشكل مدركات الإنسان ، وتؤثر في اتجاهاته ، لأن الوسيلة هي التي تحدد كيفية تلقي الفرد للمضمون الإعلامي.

أنواع الرأي العام :

ويقسم الرأي العام إلى أنواع متعددة طبقا للعديد من المعايير التي تعتمد في التصنيف ، أو التقسيم مع ملاحظة تشابه وتكرار الأنواع طبقا لأسس التقسيم:

أولا: تقسيم الرأي العام حسب طبيعته:

1- الرأي العام الكامن : يحدث أن يتكون رأي عام كامن وغير ظاهر ، لأسباب سياسية أو اجتماعية ...

2- الرأي العام الظاهر: فتشترك فيه أجهزة الإعلام ، أو المنظمات المختلفة ...

ثانيا: تقسيم الرأي العام حسب ثباته:

1- الرأي العام الثابت: وهو الذي يرتكز على قاعدة ثقافية وتاريخية ودينية ، ويمتاز بالثبات حيث لايتأثر بالأحداث الجارية إلا نادرا.

2- الرأي العام المؤقت: فهو الذي يرتبط بمشكلة طارئة ، أو حادث عرضي أو برامج ذات أهداف زمنية محددة ينتهي بانتهائها.

ثالثا: تقسيم الرأي العام حسب تأثيره ومشاركته السياسية:

1- رأي عام سلبي : هناك جمهور سلبي يكتفي بتلقي وجهات النظر والانسياق وراءها ، ويسمى هذا النوع بالرأي العام السلبي.

2- الرأي العام الايجابي : يمثله المثقفون وقادة الرأي ، والذين يملكون خلفية فكرية ويستطيعون فهم حقائق الأمور ومناقشتها.

رابعا: تقسيم الرأي العام حسب الانتشار الجغرافي:

1- الرأي العام المحلي: وهو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية ، في منطقة جغرافية معينة .

2- الرأي العام الوطني : يرتبط هذا النوع من الرأي بالوطن أو الدولة ، لمعالجة المشاكل الوطنية على أساس أنها تعنيه .

3- الرأي العام الإقليمي : الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب والدول المتجاورة جغرافيا حول قضية ما ، في فترة زمنية معينة يحتدم النقاش فيها والجدل وتمس مصالحها أو قيمه الإنسانية الأساسية مسا مباشرا ، مثل دول الخليج العربي أو أقطار المغرب العربي أو دول جنوب شرق آسيا وغير ذلك .

4- الرأي العام العالمي: وهو السائد بين أغلبية شعوب العالم في فترة معينة ، ونحو قضية معينة ، ويحتدم حولها الجدل وتمس مصالح الشعوب أو قيمها .

خامسا: تقسيم الرأي العام حسب حجم الجمهور :

رأي الأغلبية : وهو رأي أغلبية الجماعة الفعالة ذات التأثير ، ويمثل هذا الرأي ما يزيد عن نصف الجماعة .

رأي الأقلية : وهو رأي ما يقل عن نصف الجماعة .

الرأي الائتلافي : وهو ائتلاف بعض الآراء في المجتمع إزاء مشكلة معينة في وقت معين تحت ضغط ظرف معين .

سادسا: تقسيم الرأي العام حسب عنصر الزمن:

الرأي العام اليومي: وهو الذي يتأثر بالأحداث اليومية .

الرأي العام المؤقت: وهو الرأي العام الذي يدور حول حدث طارئ لمدة محدودة وظرفية وينتهي بانتهائه .

الرأي العام الدائم: وهو الرأي العام الثابت الذي يدوم فترة طويلة ويتصف بالاستقرار ويتأثر بالعوامل الاجتماعية ويكون أكثر رسوخا من الأنواع الأخرى .

سابعا: تقسيم الرأي العام حسب درجة صراحته:

الرأي العام الصريح (المعلن): وهو الذي يعبر بصراحة عن أراء الناس واتجاهاتهم وشعورهم .

الرأي العام الباطني (المستتر): وهو الذي لا يظهر إلا في حالات، وعادة لا يتم الإفصاح عنه.

ثامنا:تقسيم الرأي العام حسب طريقة التوافق و الاجتماع:

رأي عام عن طريق التراضي: وفي الرأي العام عن طريق التراضي يتنازل كل فريق عن جزء من رأيه نحو موضوع معين ، مع علمه التام بصواب رأيه وذلك في سبيل الوصول إلى رأي واحد ، وحل مشكلة هذا الموضوع .

رأي عام عن طريق التصويت : و الرأي العام عن طريق التصويت هو رأي الأغلبية الذي يسود ، وهذه الدرجة من الرأي العام ينتج عنها كبت أراء خفية معارضة ، قد تؤدي إلى عدم استقرار المجتمع.

رأي عام عن طريق الضغط : وقد يأتي الرأي العام عن طريق الضغط كأن يضغط قائد الجماعة على أفراد جماعته ، ويحملهم على قبول رأي معين ، وهذه الدرجة أقل درجات الرأي العام دواما .

تاسعا: تقسيم الرأي العام حسب وجوده:

1- *الرأي العام الموجود بالفعل :* وهو الرأي العام الذي يحدث نتيجة بعض الأحداث ، وتظهر آثاره في التعليقات والمناقشات ويكون هذا الرأي الموجود واحد من ثلاثة أنواع:

- الرأي العام الدائم الذي يتسم بالاستمرارية.

- الرأي العام المؤقت ، الذي يظهر عندما تظهر مشكلة وقتية.

- الرأي العام المحدد بعوامل زمنية ومكانية ، وتمثله منظمات معينة كالأحزاب السياسية والهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة ، وينتهي أجل هذا النوع من الرأي العام إذا ما تغير أحد هذه العوامل.

2- *الرأي العام المتوقع ظهوره :* وهو الذي لم يكن موجودا أصلا ولكن يتوقع ظهوره ، أو وجوده عقب موضوع معين أو حادثة معينة ، وتؤدي مراكز بحوث الرأي العام دورا هاما في التنبؤ بالرأي العام المتوقع ظهوره.

عاشرا: الرأي العام حسب درجة تأثيره وتأثره:

1- *الرأي العام القائد أو المسيطر*: ويمثل هذا النوع من الرأي صفوة المجتمع ، وهؤلاء نسبته في المجتمع قليلة ، ولكنهم هم الذين يقودون المجتمع ويوجهونه الوجهة المطلوبة .

2- *الرأي العام المثقف:* ويمثل رأي الفئة المثقفة في المجتمع ، ويختلف حجمه حسب درجة التعليم والثقافة .

3- *الرأي العام المنساق* : وهو رأي السواد الأعظم من الناس ، وخصوصا الأميين أو قليلي التعليم والثقافة .

الحادي عشر: تقسيم الرأي العام حسب حركته:

***الرأي العام (المستقر) أو (غير المتحرك):* ويستمد قوته من التقاليد والأعراف والقيم الاجتماعية المتعارف عليها .**

***الرأي العام (الديناميكي) أو (النشط)* : وهو الذي ينشأ عن رغبة الناس في التغيير ويعتمد على توفر الحيوية والتعقل والتمحيص أكثر من العادات و التقاليد. ..**

أثر الرأي العام:

يهدف الرأي العام إلى تحقيق مقاصد وأهداف في مختلف المجالات ، والرأي العام له قدرة تأثيرية كبيرة في الأنظمة التي تقدِّر شعوبَها ، فقد يغير أو يعدل بعض القرارات أو القوانين أو السياسات، كما يمكنه أن يتجاوز ذلك لإحداث قوانين أو قرارات جديدة بل وسياسات ، لكن أثر الرأي العام في الشأن السياسي - سواء السياسة الداخلية أو الخارجية - يعتمد على مدى اعتبار النظام السياسي بحرية الشعوب وكرامتها وحقهم في أن يكون لهم دور مؤثر وفعال في كل ما يمر بمجتمعاتهم ، وفي حالة إهمال النظام السياسي وتجاهله لمكانة الشعوب ودورها يتحول الرأي العام إلى موقف عدائي كامن تجاه النظام ، ويظل مكبوتاً ينتظر اللحظة المناسبة التي يجد فيها متنفساً حتى يخرج إلى العلن ، وما حدث في الربيع العربي خير دليل على ذلك ، -طبعا تحت الرعاية السامية للنظام الدولي- .

وعلى أنظمة الحكم الحكيمة أن تحرص على التعرف على اتجاهات الرأي العام وقياسه إزاء أي قانون أو قرار تريد اتخاذه ، حتى تعلم ردَّ الفعل المتوقع حياله ، وذلك عن طريق الاستطلاعات أو الاستبيانات والتحقيقات ، وربما أحياناً من تسريب بعض المعلومات ونشر الشائعات بغرض معرفة ردِّ فعل الشعوب ، وبالتالي ضرورة إشراكه في أي عملية سياسية أو اجتماعية ... ، وهو ما يعبر عنه في الديمقراطيات الحديثة بالديمقراطية التشاركية .

أولا : في المجال السياسي :

1- المساهمة في صناعة القرار السياسي:

يهدف الرأي العام في أي دولة إلى التأثير على القرار السياسي ، حيث أن الدول التي تلتزم بالديمقراطية ، واحترام رأي الأغلبية تجدها تأخذ الرأي العام الجماهيري بعين الاعتبار في مختلف القضايا السيادية ، وذلك حتى يكون المسؤول الأول والسلطة السياسية في سعة من الأمر عند استشارة القاعدة الشعبية .

2- دعم قادة الرأي :

يعتبر قادة الرأي لسان حال الجماهير والناطقين باسم الشعب ، في مختلف القضايا ذات الاهتمام المشترك ، في مختلف مجالات الحياة ، وعليه فإن التوافق بين الجماهير وقادتهم يخضع السلطة السياسية للقاعدة الشعبية ، حيث تحترم رأي الجمهور وتستشيرهم في القضايا المصيرية ، وقادة الرأي بدورهم يستشفون آراءهم من عموم الشعب ويعبرون عنها بلغتهم الراقية ، على اعتبار أن قادة الرأي هم من الصفوة ، والعلماء والحكماء ، فيساعدون بذلك الساسة على اتخاذ مواقف حكيمة ، وقادة الرأي يعبرون عن آرائهم من خلال وسائل الإعلام ، ومن خلال الندوات

والتجمعات الشعبية ، وكذا المشاورات التي تحدث بينهم وبين السلطة السياسية ، ويتولون توجيه الجمهور وتوعيتهم في بعض الظروف الاستثنائية .

3- التأثير على العملية الانتخابية :

حيث يؤخذ رأي الأغلبية في اختيار ممثلي الشعب ، سيما القاضي الأول للبلاد ، حيث يجب تفعيل الأدوات القانونية والسياسية للتعريف بالمترشحين ، وإعطاء فرص متوازنة في الحملة الانتخابية للتعريف بالبرامج ، حتى يتسنى للشعب أن يختار ممثليهم على الوجه الصحيح .

4-التأثير على السياسة العامة في الدولة:

وتحديد الخطط السياسية والاقتصادية وغيرها على وجه أكمل ، باعتبار أن الشعب يتفاعل مع مخططات الدولة ، وهو الذي ينفذها في الميدان ، فيجب مراعاة الرأي العام في مختلف العمليات بالحملات الإعلامية والإعلانية لإنجاح أي خطة.

5-محاولة إقناع الجماهير العريضة بسياسة الدولة الخارجية :

حتى يكون الجمهور سندا لدولته في أي موقف من المواقف ، كما لا يمكن بعد ذلك استغلال المعارضة لإحداث خلل في توازن الدولة وربما حدوث انقسامات خطيرة.

6- المساهمة في إصدار القوانين :

حيث أن الحوادث والأزمات المختلفة ، والتحولات الاجتماعية وغيرها التي تحدث في أوساط الجماهير هي التي تساهم في تنشيط المنظومة القانونية بما يتناسب ومطالب الجمهور.

ثانيا : في المجال الاجتماعي :

يساهم الرأي العام في تنشيط الحياة الاجتماعية ، بالسعي إلى المحافظة على العادات والتقاليد ، والقيم الاجتماعية ، وعليه فإن أي قانون أو موقف داخلي أو خارجي يسعى إلى المساس بهذه المنظومة فإنه يجد الرأي العام معبأ ضده ، وعلى السلطة السياسية أن تراعي كل هذا في أي تشريع وإلا وقع صدام بينهما ، وهو ما يضر باستقرار المجتمع ، ومن حين لآخر تقوم مراكز سبر الآراء بمسوح جماهيرية لمعرفة مدى رضا الجمهور على التسيير وإدارة السلطة السياسية ، وأي خلل يقع في قطاع ما يجب الإسراع إلى معالجته فورا قبل أن ينتفض الجمهور ، وهو ما يحدث في بعض الأحيان عندما يتبين فشل مسؤول ما عن إدارة أزمة معينة أو يخطئ في إدارة الأمور فإنه يتعرض للعقوبة ، بالمحاسبة أو الإقالة من منصبه ، وذلك أدنى ما يرضي الجماهير قبل اللجوء إلى أساليب الخروج عن السلطة والعصيان ، وهذا ما يعزز من سلطة الشعب ويحقق مبدأ الرقابة الشعبية سيما في عصر التكنولوجيا ، حيث سهولة الاتصال بين الجماهير عبر وسائل الاتصال الجماهيري ، فقد أكدت الكثير من الدراسات أن شبكات التواصل الاجتماعي كانت السبب الرئيسي في ما يسمى بالربيع العربي .

السلطة والتعبئة الجماهيرية :

حيث يجب على السلطة السياسية أن تسعى إلى مواجهة الشائعات ، وقتلها في المهد قبل أن تتحول إلى رأي عام ، ويكون ذلك بإقناع الجماهير بالمؤامرات التي تحاك ضد السلطة واستقرارها ، كما يجب أن تعالج الأوضاع بما هو متاح ، خاصة ما يتعلق بالجانب الاقتصادي ، وجانب الحريات العامة ... وغيرها ، فيجب على السلطة السياسية أن تكون لها القدرة على تعبئة الجماهير ضد هذه الأزمات باستغلال مختلف الأحزاب والمنظمات ، بإشراكهم في العملية السياسية والاجتماعية وصناعة القرار بصفة عامة

تقسيم مسوح الرأي العام : يمكن تقسيم مسوح الرأي العام بحسب الاستخدام إلى ثلاثة أقسام :

الأول : استطلاع الرأي العام : ويتم بطريقة سطحية وسريعة بغرض معرفة رأي الجمهور في قضية معينة ، أو رصد الشائعات أو غير ذلك ، حيث يكتفي فيه الباحث باستخدام التكرارات والنسب المئوية دون الدخول في تفاصيل أعمق.

الثاني : قياس اتجاهات الرأي العام : وهو أسلوب أعمق من الاستطلاع، حيث يتعرف من خلاله الباحث على الآراء والدوافع من وراء ذلك، ويستخدم فيه التحليل الإحصائي.

الثالث : بحوث الرأي العام : وتكون أعمق حيث تستهدف تحليل المضامين الإعلامية ، والدوافع من وراء الأحداث ، وأراء قادة الرأي وتوجهاتهم من خلال الإجابة على الاستمارات البحثية .

أساليب تضر بالرأي العام :

ونحن نعمل على صناعة الرأي العام وجب التخلص من جملة من الأساليب غير اللائقة التي قد تأتي على الاستقرار تماما، بغض النظر عن الجهة التي تمارسها نذكر منها :

1- *تجنب فقه التبرير :* حيث نجد أحيانا من يقوم بتصرفات غير لائقة وهو أمر واضح للعيان ، ولكن تجده يبرر أفعاله بدعاوي كثيرة ، فتجد مثلا السلطة تقمع الحريات بدعوى الحفاظ على الاستقرار ، والجمهور يخرب –مثلا – بدعوى التأثير على النظام ، وكلا الأسلوبين لا طائل من ورائهما سوى إيقاع الضرر والفساد .

2- *ضرب القيم المشتركة بين الجمهور* : مما قد يسيء إلى الوحدة ، ويشتت الرأي العام ، حتى ولو كان بالهمز والإشارة .

3-*انحراف المنظومة المطالبية :* حيث يبدأ الرأي العام يطالب بأشياء محدودة ومحددة ، ولا يلبث أن تحرف مطالبه أثناء المسيرة ، وهو ما قد يخلق شكوك ، ويضرب بالوحدة.

4-*تجنب المطالب الانحيازية :* حيث نجد في بعض الأحيان المجموعة لها مطالب معينة ، ولكن عند بدء الحوار ينخزل البعض ويستحوذ على المطالب ، سيما في غياب الأطراف الأخرى ، وهو ما قد يخلق شكوكا وتصدعات في المستقبل ، وتنعدم الثقة بين الجمهور وينهار الرأي العام.

5- *الحذر من الشائعات* : في مثل هذه الظروف تبدأ الشائعات تعمل عملها ، فتبدأ الشكوك تراود الجمهور ، ما قد يؤدي إلى حدوث تصدعات في وحدة الصف.

6-*الحذر من بعض وسائل الإعلام* : التي قد تنحاز إلى جهة معينة ، على حساب أخرى فتجدها تعتمد أسلوب التكرار لبعض المواقف- ايجابية كانت أو سلبية ، والغرض من ذلك هو توجيه الجمهور بالإيعاز لقضايا ما على حساب أخرى.