



صناعة الرأي العام والإعلام الجديد

مفاهيمه، وتكوينه، وطرق قياسه

Creating public opinion & new media

الأستاذ الدكتور / مبارك بن واصل الحازمي
أستاذ الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز



بحمد الله وتوفيقه تمكنا خلال أكثر من عشرون عاماً من العطاء والاجتهاد في بناء دار نشر أصبحت صرح من صروح المعرفة، فقد أوكلنا على عاتقنا المساهمة الفعالة لجميع الجامعات والكليات والمعاهد العلمية وذلك بالوقوف جنباً الى جنب في نشر الكتب العلمية لجميع أعضاء هيئة التدريس، وتوصيلها للطلاب والطالبات والقراء في جميع أنحاء الوطن العربي، ويحدونا الأمل أن نساهم في تغيير الصورة النمطية للنشر في محاولة للاستثمار والإبداع في مجال النشر، وما نزال في تعاون مستمر مع المؤلفين لتحقيق أهدافنا السامية، ونحن على استعداد تام للتعاون مع كل صاحب علم يريد توصيله للمتعلم أينما كان.

منصة اكاديميك تيك بوك

www.academictechbook.com



انطلاقاً من رؤية المملكة 2030 ودعمها للتعليم الالكتروني فإن منصة (اكاديميك تيك بوك/ACADEMIC TECH BOOK) التابعة لخوارزم العلمية هي من اقوى المنصات التي تقوم بتحويل ودعم وتوفير الكتاب الالكتروني والتي تحتوي على الخدمات الالكترونية التالية:

1. الخدمات التفاعلية بين الطالب والكتب الالكترونية وتصفح المحتوى بطريقة e-pub.
2. خدمات شرح فيديو صوت وصورة لكل فصل على حد لكل كتاب من الكتب الالكترونية
3. بنك أسئلة وواجبات منزلية متكاملة
4. تفاعل الطالب مع عضو هيئة التدريس
5. ربط المنصة بالنظام التعليمي الالكتروني للجامعات LMS
6. إمكانية عمل اشتراكات سنوية عن طريق الدخول الذي
7. تقارير مفصلة تخدم المستخدم والمستخدم

اتصل بنا

المملكة العربية السعودية - جدة - بجوار مدارس دار الفكر الاهلية



0561005008



www.kh.sa



info@kh.sa



gm@kh.sa

متجر خوارزم العلمية الالكتروني

www.kh.sa



يعد متجر خوارزم العلمية (www.kh.sa) من أكبر المتاجر المختصة في توفير وبيع الكتب والمقررات الجامعية، ويولي المتجر كافة احتياجات الطلاب والطالبات بالجامعات السعودية بشكل مميز. حيث يتمتع المتجر الالكتروني بالميزات التالية:

- 1- توفير جميع المقررات الجامعية بالمتجر حسب الكليات والأقسام المختلفة.
- 2- إمكانية الشراء والدفع بخيارات دفع متعددة.
- 3- سهولة التصفح والتنقل بين اقسام الموقع وسهولة البحث عن الكتب والمؤلفين ودور النشر.
- 4- إمكانية وصول الطالب لجميع المقررات المقررة عليه
- 5- تقديم أفضل الأسعار وخدمات التوصيل مع أفضل شركات الشحن الى جميع مناطق المملكة.

حقوق الطبع محفوظة للناسر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لخوارزم العلمية ولا يسمح بطبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد هذا الكتاب أو أي جزء منه، أو تخزينه في أي نظام لحفظ المعلومات، أو نقله على أي هيئة، أو بواسطة أي وسيلة، سواء كانت الكترونية أو ميكانيكية أو تسجيلياً أو غير ذلك إلا بإذن كتابي مسبق من الناشر.

الفهرس

م	الموضوع	الصفحة
١	إهداء	٧
٣	صناعة الرأي العام	٩
٤	مقدمة	١١
٥	مدخل	١٤
٦	تمهيد	١٧
٧	الباب الأول الأسس النظرية لدراسة الرأي العام	١٩
	الفصل الأول: الرأي العام	٢١
٨	الوحدة الأولى: الرأي العام (نشأته - أهميته - تعريفاته - أنواعه - مكوناته).	٢٣
٩	الوحدة الثانية: الرأي العام (مصادره - خصائصه - مظاهره - وظائفه).	٨٣
	الفصل الثاني: الإعلام الجديد والرأي العام	١٢١
١٠	الوحدة الثالثة: الإعلام الجديد والرأي العام.	١٢٣
١١	الوحدة الرابعة: طبيعة الرأي العام وارتباطه بالإعلام الجديد.	١٦٧
	الفصل الثالث: تكوين الرأي العام	٢٠٣
١٢	الوحدة الخامسة: دور الحكومات والجماعات الضاغطة في تكوين الرأي العام.	٢٠٥
	الفصل الرابع: المؤثرات والتأثير والتأثر	٢٦٩
١٣	الوحدة السادسة: المؤثرات في الرأي العام.	٢٧١
١٤	الوحدة السابعة: الرأي العام ووسائل الإعلام... التأثير والتأثر.	٣٠٥
	الفصل الخامس: الرأي العام في العالم العربي والإسلامي	٣٣٥
١٥	الوحدة الثامنة: الرأي العام في العالم العربي والإسلامي.	٣٣٧
	الباب الثاني الجوانب المنهجية والتطبيقات العملية لقياس الرأي العام	٣٨١
	الفصل الأول: نشأة القياس وتطوره	٣٨٣
١٧	الوحدة التاسعة: قياس الرأي العام (نشأته وتطوره - مشكلاته - وتقسيماته الرئيسية).	٣٨٣

٤٢١	الفصل الثاني : العينات في بحوث الرأي العام	١٨
	الوحدة العاشرة: أنواع العينات واستخداماتها في استطلاعات وبحوث الرأي العام.	
٤٣٩	الفصل الثالث: الملاحظة في بحوث الرأي العام	١٩
	الوحدة الحادية عشرة: الملاحظة واستخداماتها في رصد الشائعات وجمع بيانات بحوث الرأي العام.	
٤٥٩	الفصل الرابع: تحليل المحتوى والاستقصاء	
٤٦١	الوحدة الثانية عشرة:	٢٠
٤٦١	أولاً: تحليل المحتوى واستخداماته في استطلاعات وبحوث الرأي العام.	
٤٧٥	ثانياً: الاستقصاء وعوامل نجاحه في استطلاعات وبحوث الرأي العام.	
٤٨٩	الفصل الخامس: مراكز قياس الرأي العام	٢١
	الوحدة الثالثة عشرة: نشأتها وتطورها وأهدافها ومهامها في العالم	
٥١٥	الباب الثالث	٢٢
	النماذج التطبيقية	
٥١٧	الفصل الأول: النماذج العملية	
٥١٩	النموذج الأول: سحب عينة طبقية بأسلوب التوزيع المتناسب.	٢٣
٥٣٣	النموذج الثاني: نموذج رصد شائعة	٢٤
٥٤٧	النموذج الثالث: تحليل مستوى الشائعة.	٢٥
٥٥٩	النموذج الرابع: استمارة تحليل محتوى مواد إعلامية.	٢٦
٥٧٣	الفصل الثاني: القوانين وتعليمات العمل الميداني	
٥٧٥	أولاً: القوانين المهنية التي تنظم عملية القيام باستطلاعات الرأي	٢٧
٥٨٩	ثانياً: تعليمات العمل الميداني في استطلاعات وبحوث الرأي العام	٢٨
٦٠٠	نظرة مستقبلية لدراسات الرأي العام	٢٩
٦٠٦	الخاتمة	٣٠
٦٠٨	قائمة المراجع العامة	٣١