|  |
| --- |
| مقطع تحصیلی:کاردانی🞏کارشناسی🞎 رشته:.روابط عمومی...کاردانی................ترم:..3.........سال تحصیلی: 1398- 1399  نام درس:...نظر سنجی....... نام ونام خانوادگی مدرس:.......آزاده نجفی.....................................  آدرس emailمدرس:.................drnajafi.99. تلفن همراه مدرس09122832242 |
| جزوه درس:......نظر سنجی.......... مربوط به هفته : ششم  text: دارد 🞎ندارد\*🞎 voice:دارد🞎 ندارد🞎 power point:دارد🞎 ندارد🞎  تلفن همراه مدیر گروه : ......................................09124058720......  **موانع فرهنگي و اجتماعي انجام نظرسنجي در ايران را در چه مي دانيد؟**  1 ـ  پايين بودن اعتماد اجتماعي ( بي اعتمادي )  2 ـ  تجربه تاريخي و فرهنگي ايران  3 ـ  شدت و شتاب تحولات در جامعه ايراني  4 ـ  در ايران شكاف سياسي ميان دولت و ملت، عامل مهمي در سنجش نگرش هاست.  5 ـ  شكل نگرفتن افكار عمومي ( افكار عمومي در ايران وجود ندارد )  6 ـ  پردامنه گي حوزه سياست.  **افكار عمومي و عوامل مؤثر بر افكار عمومي**             در هزاره سوم شاهد شتاب گرفتن تكنولوژي هاي نوين ارتباطي و اطلاعاتي هستيم كه چهره بسياري از مسائل و موضوعات را متحول كرده است. در جوامع مردم سالار و باز ( دموكراتيك ) افكار عمومي از جايگاه بالايي برخوردار است، پس مي توان نسبتي بين دموكراسي، آزادي و جوامع باز ايجاد كرد، يعني در جوامعي كه آزادي و دموكراسي هست، اهميت افكار عمومي دوچندان است.            لازم بذكراست كه افكار عمومي با فرهنگ نيز رابطه تنگاتنگي دارد.            پژوهشگران عرصه رسانه ها نيز از اهميت افكار عمومي غافل نبوده اند و قضاوت توده ها را خيلي بهتر و اساسي تر از هر قانون گذاري تلقي مي كنند.           حتي مي توان گفت: بين نظرسنجي و آزادي نيز رابطه پايداري هست، هرچه جامعه دموكراتيك تر و گشوده تر باشد، نظرسنجي ها از كارآيي بالايي برخوردارند. گرچه افكار عمومي ريشه در قرن 18 دارد، اما اوج شكوفايي اين مفهوم بيستم است.    **((((  اساس افكار عمومي بر نگرش ها استوار است   ))))**    **عوامل مؤثر بر افكار عمومي:**  **1 ـ  تكنيك هاي بررسي پيشرفته:**  تكنيك ها بسيار ظريف تر و دقيق ترمي شوند و به موازات آن پديده افكار عمومي رشد پيدا مي كند و باعث آگاهي بخشيدن به مردم مي شود. پس در اينجا روش شناسي در خدمت افكار عمومي است.  **2 ـ  براي افكار عمومي خوراك فراوان است:**  در هيچ برهه از زماني به اندازه زمان كنوني براي افكار عمومي خوراك وجود نداشته است. مثلاً: درگيري هاي سياسي،‌ درگيري هاي جناحي، انتقادات رسانه اي، همايش ها، هم انديشي ها، مسائل زيست محيطي، مسائل اقتصادي، تورم، معيشت، دانشگاه و ...  .  **3 ـ  مسائل بين المللي:**  در موضوع اقتصاد،‌ سياست، اجتماع، ادبيات و فرهنگ كسي موفق است كه به افكار عمومي و مسائل بين المللي توجه كافي داشته باشد.  **4 ـ  رشد بيش از حد روابط اجتماعي:**  روابط اجتماعي و افكار عمومي ارتباط نزديكي با هم دارند و رسانه ها نيز در اين ميان تأثيرگذارند، براي مثال: در زلزله بم اوج پيوند اجتماعي ديده شد.  **5 ـ  گسترش دموكراسي:**  با گسترش دموكراسي مراجعه به آراء عمومي برگزاري انتخابات و ... دولتمردان بايد به افكار عمومي توجه كنند تا حمايت مردم را داشته باشند.  **6 ـ  گسترش نهادهاي آموزشي:**  دانشگاه ـ مدارس ـ پيش دبستاني ـ مهدكودك و ساير كلاس هاي آموزشي.  **7 ـ  گسترش رسانه ها و ارتباطات:**  ماهواره ـ اينترنت  **8 ـ  شرايط اقتصادي:**  تورم ـ مراودات اقتصادي ـ سازمان تجارت جهاني  **منشأ تشكيل افكار عمومي و شرايط آن:**   در تعاريف افكار عمومي عموماً به چند ويژگي توجه مي شود، آشكاربودن، آگاهانه بودن، هوشيارانه بودن، و از وسعت كافي برخورداربودن.  براي افكار عمومي يك سري از موضوعات و شرايط بايد تبيين شود، يعني:  **1 ـ** بايد واقعه مركزي يا واقعه متناوب وجود داشته باشد تا مورد توجه افكار عمومي واقع شود. براي واقعه مركزي مي توان به ترور ـ سقوط هواپيما ـ زلزله ـ تصادف و انفجار ـ جنگ ايران و عراق ـ جنگ فلسطين و انتخابات و ... تمامي اين واقع در يك لحظه اتفاق مي افتد و افكار عمومي را مورد توجه قرار مي دهد.  واقعه متناوب بيانگر اين است كه وقايع كوچكي است كه در جامعه اتفاق مي افتد، باهم متفاوت اند و پشت سر هم رخ مي دهند و بر زندگي اجتماعي انسانها تأثيرگذارند و دولت بايد به اين مسأله رسيدگي كند يا اگر مشكل بود، حل كند. دولت و مردم يا با اين مشكلات مواجه مي شوند و آن را حل مي كنند يا در بعضي موارد عدم حل موضوع و ارائه راهكار باعث پديدايي مشكل جديدي مي شود.  **2 ـ** در شكل گيري افكار عمومي فضا بايد مساعد باشد.  **3 ـ** بايد افكار عمومي با فرهنگ جمعي انطباق داشته باشد ( فرهنگ و افكار عمومي ).  **4 ـ** بايد محتواي افكار عمومي پاسخگوي نيازهاي ظاهري و باطني افراد باشد.  **5 ـ** بايد افكار عمومي به واسطه رسانه ها گسترش يابد.  **6 ـ** بايد افكار عمومي با دخالت مستقيم مردم اشاعه يابد.      **جامعه و زبان مخفي:**   آيا براي شناخت جامعه و ارتباط مؤثر افراد با هم تا چه حدي مقوله ارتباطات كلامي و زبان شناسي مي تواند مؤثر واقع شود؟  بسياري از اقشار مختلف و افراد مختلف از زبان هاي مخفي خاصي استفاده مي كنند.  براي تحليل جامعه از نگاه زبان شناختي و واژه شناسي زبان رسمي، زبان عاميانه ( محاوره اي ) و زبان مخفي بايد مورد تحليل واقع شود. براي عينيت بخشي بيشتر به اين موضوع مي توان يك مقايسه اي درخصوص اين واژگان داشت. براي مثال:  1 )  اسامي بكاررفته در مورد فريب:  فريبكاري ـ دودره كردن ـ سرپيچ را به كسي دادن ـ مخ كسي را زدن ـ پيچوندن و ...  2 )  در مورد جنس مخالف ( زن ):  زاخار ( بيخودي ) ـ دوخي ـ تصادفي ـ كينگ كونگ ـ زيد و ...  3 )  در حوزه واژه هاي مربوط به امنيت و حفظ اسرار:  آنتن ـ سرمخف ـ آمار گرفتن ـ ريسيور ـ شيرين پلو ـ سان وايت و ...  4 )  در حوزه ارتباط و  ابراز عواطف:  اسيرتم ـ تو كار كسي بودن ـ تو نخ كسي بودن ـ چراغ سبز نشان دادن ـ حال پخش كردن ـ ترب لاوي شدن ـ فازدادن ـ آماردادن و ...  5 )  واژه هاي مربوط به مزاحمت و مزاحمين:  سيريش ـ آويزون ـ گير سه پيچ ـ كليدكردن و ...  6 )  مأمور:  كلان ـ نيرو ـ مغز و ...  7 )  افعال و تركيبات رواني:  بي كلاچ ـ روغن ريزي داشتن ـ تو حس بودن و ...  8 )  نام خودروها:  پژو روآ: جواد مخفي ـ پژو كارمندي ـ پژو حسرتي ـ حاصل ازدواج فاميلي ــ پژو پارس: عروس دهاتي  9 )  ادبيات خانواده:  زي زي و |