

١٠. تلعب قيادات الرأي والزعامات دوراً أساسياً في تكوين الرأي العام، لا سيما في البلاد التي تحرص على تكوين هذه القيادات ورعايتها. وفي المواقف الحرجة أو الظروف الطارئة، تكون درجة حساسية الجمهور كبيرة بالنسبة لقدرة القيادة وكفاءتها، فإذا كانت ثقته فيها كبيرة يصبح استعداده أكبر لتحويلها سلطات وصلاحيات من تلك التي تعطى لها في الظروف الاعتيادية، أما إذا لم تتوافر هذه الثقة، فإن تردده سيكون بدرجة أكبر من التردد في الظروف الاعتيادية.

١١. يكون الرأي بارزاً عندما يصبح بؤرة الاهتمام، ويكون مهماً عندما يصبح موضع اهتمام. مثلاً قضية العلاقات الدولية بين دولتين جارتين قد تجلب إلى دائرة الضوء وتكون بارزة. بينما يكون اهتمام الناس بقضايا التوظيف لمعالجة البطالة التي تحظى باهتمام شريحة كبيرة من العاطلين عن العمل وبالتالي تعتبر ذات أهمية.

١٢. كمية المعلومات المتوفرة عن موضوع أو قضية أو مشكلة معينة تحدد مدى تبني الرأي العام، أي أن اعتناق مبدأ يبنى على معرفة حقيقية بالموضوعات والقضايا المثارة. وبذلك يمكن القول أن الرأي العام يتأثر أحياناً بما يعلنه الباحثون من نتائج الاستقصاءات عن القضايا التي تشغل اهتمام الجماهير.

١٣. قد تغير الأحداث الاستثنائية الرأي العام إلى النقيض بصفة مؤقتة حتى تتضح الأمور، ما لم تساعد الأحداث التالية في تدعيمه، بمعنى أن الأحداث ذات الأهمية تؤدي إلى تأرجح الرأي العام بشكل مؤقت، ولا يستقر الرأي العام حتى تصبح نتائج هذه الأحداث واضحة بدرجة كافية.

١٤. قد لا يرتبط ظهور الرأي العام بحدود دولة ما، إذ أنه قد يتكون من خارجها أيضاً كما يظهر في داخلها، أي أنه لا يرتبط بجنسية دولة ما وإنما قد يرتبط بمنطقة.

١٥. بعد تكوين الرأي العام، لا تكون هناك مرجعية إلى شخص معين، بل إلى المجموعة، ويكون الرأي هو العامل المشترك الذي يربط فيما بينهم، بمعنى أن الشخص المنتمي إلى جماعة عبرت عن رأيها ينكر ذاته ويتبنى رأي الجماعة.