

# المحاضرة الحادية عشرة : استطلاع الرأي العام public opinion

## poll

تقديم : الدكتور : عبد المالك صاوي

مقياس : تقييم الرأي العام

السنة الأولى ماستر ، تخصص-اتصال وعلاقات عامة 2024\*2023

استطلاع الرأي : بالإنجليزية (Opinion poll ، وبالفرنسية : sondage d'opinion هو استقصاء لرأي عام لعينة ما أو عمليات سبر الآراء ، أو الاستقصاء .

مفهوم استطلاع الرأي : هو طريقة لجمع المعلومات الأولية ، بواسطة الإجابة على أسئلة تسأل عن موضوع محدد ، بحيث تجيب عن هدف الاستطلاع ، أو سؤال بحيث ، توجه الأسئلة لفئة معينة من الناس ، وتدعى هذه الفئة "عينة الاستطلاع".

يتم اختيار الفئة بحيث تعبر عن مجموع السكان الذين نريد أن نعرف آراءهم حول قضية معينة ، يبحث عنها الاستطلاع ، وتمكن من تنفيذ الاستطلاع ، واستنتاج معلومات دقيقة بقدر الامكان.

يمكن الرد على الأسئلة شفها مثل مقابلة شخصية او هاتفية ، أو كتابيا وعندها يتم تسجيل الإجابات على يد منفذ المقابلة ، أو بواسطة نماذج توزع على أفراد العينة ، وعندها يسجل كل فرد اجابته على تلك النماذج ، ثم تعالج احصانيا ، وإلى نتائج الدراسة.

يتم تنفيذ الاستطلاع لفحص آراء مفردات العينة التي تم اختيارها نحو اشخاص ، منتجات، خدمات، سلوكيات او غيرها.

الاستطلاع لا يفحص جميع افراد المجتمع ، وإنما يتم اختيار فئة وهي عينة الاستطلاع والتي تُحدد لتعبر عن جميع أفراد المجتمع الذي نريد فحصه.

أنواع العينات ي بحوث استطلاعات الرأي العام :

معلوم أن العينات قسمان :

العينات الاحتمالية ، والعينات غير الاحتمالية :

ومن أهم العينات التي تطبق في عمليات سبر الآراء أو لاستطلاعات المختلفة :

العينة العارضة : أو عينة الصدفة ، أي يجري الاستجواب مع كل من يصادفه في المكان العام .

العينة القصدية : أي يختار الباحث عينة ممن يرى بأنهم مقصودون في الدراسة ، مثلا كونهم ممن يتابعون قناة معينة ، أو برنامجا معيناً ، غير أنه إذا كان عددهم كثير فإنهم يصبحون بمثابة مجتمع البحث ، ويختار منهم عينة مناسبة بالطرق المعروفة للعينات ، ويتم اختيار العينات بهذا الشكل لتسهيل إجراء الدراسة أو استطلاع الرأي ، الذي يتطلب السرعة في التنفيذ .

العينة الحصصية : أي بطريقة الحصص ، حيث يقسم الباحث المجتمع إلى فئات أو طبقات ، ومن ثم يعطي لكل فئة ما يناسبه من حصته ، مثل اختيار حصة للذكور وحصة للإناث ، ويختار ما يناسبه في تلك الدراسة السريعة حتى يعطي نتائج أسرع .

تاريخ سبر الآراء : بدأ التفكير في سبر الآراء مع بداية القرن العشرين ، وأجري 85 تحقيقا في 1920 بمناسبة الانتخابات الرئاسية الأمريكية ، ستة من هذه التحقيقات كانت على مستوى وطني ، غير أن البوادر الحقيقية لاستخدام هذه التقنية ترجع إلى 1824 في الولايات المتحدة الأمريكية دائما ، وذلك بمناسبة الانتخابات الرئاسية ، حيث طبقت طريقة "الانتخاب بالجملة Vote de paille" تمهيدا لمعرفة مقاصد المنتخبين ، والتنبؤ بنتائج الانتخابات ، وتمت هذه العملية من خلال وضع صناديق انتخاب صورة في الميادين العامة وطلب من المارة التعبير عن رأيهم الانتخابي.

وكان لا بد من انتظار 1936 لثجري المؤسسة الأمريكية للرأي العام التي أنشأتها مؤسسة "غالوب" ، Gallup أول تحقيق علمي، نجحت في استخدام عينة من 3000 ناخب للتنبؤ بانتخابات روزفلت.

منظمة غالوب " جالوب " للأبحاث ومؤسسها :

هي مركز لتقديم الاستشارات والبحوث الإحصائية ، لها مقرات في مختلف دول العالم ، بلغت أكثر من 140 مركز تعني بالجوانب الإحصائية واستطلاعات الرأي ، مقرها العام في واشنطن .

مؤسسها : هو : جورج هوراس جالوب George Horace Gallup من مواليد 1901 ، وهو صاحب فكرة الاستبيانات والعينات وفحصها ، survey sampling techniques تخرج في جامعة أيوا عام 1918 أنشأ المعهد الأمريكي للرأي العام ، ثم أنشأ هذه المنظمة التي سميت باسمه ( منظمة غالوب ) سنة 1958 . توفي غالوب في 1984 عندها باعت عائلته المؤسسة في العام 1988 إلى شركة البحوث الانتقائية (Selection Research Incorporated) ، التي لم تُغيّر اسم غالوب لما له من شهرة ومصداقية.



### قواعد لنجاح الاستطلاع:

- 1- يتم تحديد هدف الاستطلاع : ينبغي أن يكون الهدف من الدراسة واضحاً.
- 2- تحديد عينة الاستطلاع : وتكون مناسبة للدراسة.
- 3- يجب أن تكون أسئلة الاستطلاع قصيرة وواضحة ، بحيث يمكن معالجتها فيما بعد ، وتفسيرها دون احتمالات.
- 4- عدم الإنحياز في الإجابة ، أي لا تؤثر على الإجابة ولا توجهها.

- 5- ترتيب أسئلة النموذج في مجموعات بحسب نوع الأسئلة: أسئلة مفتوحة ، أسئلة نعم أو لا ، أسئلة متعددة الإجابات وغيرها.
- 6- جرب الاستطلاع على فئة صغيرة من الناس ، وذلك للتأكد من صحة الأسئلة ، ومن وضوحها للكشف عن صعوباتها.
- 7- صحح ما في الأسئلة من نقائص .
- 8- وَرِّع النماذج ، أو أجر المقابلة مع أفراد العينة واهتم بتسجيل الإجابات ، أو بجمع النماذج من أفراد العينة.
- 9- عالج المعلومات من الإجابات ، وحولها إلى استنتاجات تناسب هدف الاستطلاع.
- 10- عرض النتائج والاستنتاجات بشكل واضح ، وفي صورة أرقام تصلح للعد والقياس.
- الملاحظة كأداة هامة لجمع المعلومات في استطلاعات الرأي العام :**

تعتبر الملاحظة أداة علمية لجمع المعلومات والبيانات في استطلاع الرأي العام ، إذا توفرت لها شروط :

1- أن يكون لها غرض بحثي هادف ، وكونها الأداة المناسبة في ذلك الموضوع ، خاصة بعض المواضيع الحساسة ، كالمواضيع ذات الطابع الأمني ، حيث يخاف من المتظاهرين -مثلا -

2- أن توضع لها خطة محكمة ، وبالتنسيق بين عدد من الملاحظين ، بين من يسأل ، وآخر يسجل الإجابات ، وآخر يرصد ويحصى ، وهكذا.

### **إيجابيات الملاحظة في استطلاعات الرأي :**

- 1- تمكن من ملاحظة السلوك بشكل مباشر ، وهو يحدث بطريقة عفوية ، كما تمكن من ملاحظة ردود الأفعال ، حتى تتمكن من معرفة قوة اتجاه القضية .
- 2- تخلص الموضوع من أي شائعات محتملة ، خاصة وأننا نعرف دور الشائعات في توجيه الرأي العام وتضليله .
- 3- تتمكن الملاحظة من رصد حتى الحركات التي يقوم بها الأشخاص ، كدرجة الانتباه وحركات عدم الرضا ، وغيرها مما لا نستطيع حصره في الاستبيان .
- 4- تجنب الباحث ردود الفعل السيئة تجاه أي استجواب ، فمن المستجوبين من له مقاومة ورفض تام لأن يكون محل دراسة ، واعتماد الملاحظة يجعل الأشخاص يتصرفون ب عفوية ، وهذا هو الشيء المهم في أي دراسة .
- 5- تمكن الملاحظة من متابعة أولئك الأشخاص الذين لا يستطيعون التعبير عن رأيهم ، مثل الأطفال وذوي العاهات .
- 6- يمكن للملاحظ استنتاج بعض السلوكيات من خلال التصرفات التي تصدر من بعض الأشخاص ، كأن يلاحظ الباحث أثر بعض الدروس على سلوك التلاميذ أو المواطنين ، لأن الإستبيان قد لا يصل إلى هذه الحقيقة ، كون الإجابات تخالف السلوك.

### **تطبيقات حول استطلاعات الرأي العام :**

يمكن متابعة استطلاعات الرأي العام في بلد المنشأ - الولايات المتحدة الأمريكية - ، لنذكر مدى صلاحية هذه الأداة في التعرف على الرأي العام الأمريكي نحو مختلف القضايا ، إذ وجد أنه قد تنجح وقد تخفق هذه الاستطلاعات.

كانت استطلاعات غالوب في الانتخابات الرئاسية الاثنتي عشر التي عُقدت بين عامي 1936 و1984 دقيقة إلى حد كبير، مع معدل خطأ في تقييم غالوب النهائي للانتخابات أقل من ثلاثة نقاط مئوية.

البداية العلمية الحقيقية للاستطلاعات بدأت عام 1936 عندما قام جورج غالوب بتطبيق الأسلوب المنهجي الدقيق في تمثيل المجتمع من خلال عينات شاملة فنجح في التنبؤ بنتائج الانتخابات الأميركية لأعوام 1936 و1940 و1944، بينما أخفق في توقع نتائج انتخابات 1948 بين توماس ديوي وهاري ترومان ، وتعرض لهجوم شرس حول مصداقية الاستطلاع ، واتهمه البعض بالانحياز لصالح الجمهوريين ، ثم أعاد الثقة إليه مرة أخرى بنجاحه في التنبؤ بنتيجة انتخابات 1960 بين كينيدي ونيكسون ، رغم الانتقادات التي وُجّهت له ، لكنه كرّر الخطأ مرة أخرى عام 1976 عندما تنبأ بفوز جيرالد فورد على منافسه جيمي كارتر.

في انتخابات عام 2008 ، أظهرت نتائج الاستطلاعات المبكرة قلق الناخبين من محدودية خبرة المرشح الديمقراطي باراك أوباما، بقضايا السياسة الخارجية، في الوقت الذي أظهرت فيه قلقًا من كبر سن المرشح الجمهوري جون ماكين، وهو ما استجاب له كلا المرشحين ، بتعيين أوباما لجوزيف بايدن، ذي الخبرة الممتدة لثلاثين عامًا في الشؤون الخارجية نائبًا له ، كما اتجه ماكين لترشيح حاكمة ألاسكا، سارة بالين، لصغر سنها (44 عامًا).

وقد أظهرت نتائج انتخابات 2008 صدق التوقعات التي قَدِّمتها الاستطلاعات ، إذ حسم المصوّتون أمرهم مُبكرين في تأييد المرشح الديمقراطي ، بينما تقاسم المرشحان أصوات من حسموا أمرهم متأخرين ، فأصحاب التأييد المبكر أيدوا الديمقراطي بنسبة 53% والجمهوري بنسبة 46% في النتائج النهائية للانتخابات ، لكن النتائج التي أسفرت عنها انتخابات 2016 سارت في الاتجاه المعاكس تمامًا لتوقعات استطلاعات الرأي التي أجرتها المؤسسات الإعلامية المختلفة.

### طريقة إجراء الاستطلاع :

أجرى المستطلعون في غالوب أوائل استطلاعات الرأي بشكل شخصي ، باختيار أماكن الإقامة من كافة المناطق الجغرافية المحتملة داخل البلاد ، ومن ثم الانتشار في كافة أنحاء البلاد ، بقرع أبواب الأميركيين . كانت هذه الطريقة القياسية لإجراء مقابلات لمدة ما يقرب من 50 عاماً ، بين عام 1935 حتى منتصف ثمانينيات القرن الماضي.

مع مرور الوقت أصبح واضحاً وجود مشاكل في أخذ العينات المنزلية مع إجراء مقابلة في المنزل ، الأمر واحد ، أنه كان مكلفاً على نحو متزايد ، و أصبح الأمريكيون بشكل متزايد معارضين للسماح لدخول للمستطلعين إلى منازلهم لإجراء مسوحات، والحاجة للبيانات التي تم جمعها بشكل سريع ، جعل إجراء مقابلة في المنزل أقل وأقل جاذبية.

ثم حولت مؤسسة غالوب انتباهها إلى الهاتف ، بحلول عام 1986 ، كان لدى عدد كاف من الأسر الأمريكية هاتف واحد على الأقل لإجراء مقابلات هاتفية متاحة ، وتكون بديلاً أقل تكلفة بشكل كبير لطريقة المقابلة الشخصية ، ومع نهاية ثمانينيات القرن الماضي ، كانت مؤسسة غالوب تجري الغالبية العظمى للمسوحات الوطنية عن طريق الهاتف ، وخاصة بظهور الهاتف المحمول ، حيث أصبحوا يستخدمون الإتصال المباشر أو الرسائل النصية.

من الناحية الإجرائية: وللسماح لكل أسرة أمريكية وكل البالغين الأميركيين الحصول على فرصة متساوية ليكونوا ضمن العينة:

1- في البداية ، تحدد غالوب بشكل واضح السكان الذين يحاول استطلاع للرأي معين تمثلهم ، ثم تختارهم بشكل عشوائي.

2- تستند نتائج الأبحاث من عمليات المسح الهاتفية إلى دليل باستخدام تصميم عينة طبقية متناسبة.

3- وتبدأ هذه العملية بقائمة الكترونية لكافة المراكز الهاتفية في أمريكا، باستخدام عملية: الاتصال بأرقام عشوائية (RDD).

ومع مرور السنين، طور خبراء الإحصاء أساليب محددة لقياس دقة العينات ، طالما أنه يتم الالتزام بالمبدأ الأساسي للاحتمالات المتساوية أو المعروفة للاختيار عندما تُخصص العينة.

### استطلاعات الرأي الإلكترونية :

ومع التوسع الكبير في استخدام الكمبيوتر والإنترنت في الولايات المتحدة ، بدأ التفكير في إجراء استطلاعات فورية إلكترونية on-line polling ، وبدأت بعض الشركات في استخدام هذا النوع من الاستطلاعات ، وأطلقت عليه استطلاع البريد الإلكتروني E.Poll ، وقد أسس أفراد وشركات مواقع على شبكة الإنترنت متخصصة في إجراء وتحليل هذا النوع من الاستطلاعات وتوزيع نتائجه ، ولعل من أول وأشهر هذه المواقع موقع E.poll الذي تم تأسيسه عام 1997 في مدينة لوس انجلوس الأمريكية على يد شركة تحمل نفس الاسم ، بهدف نشر وترويج استخدام استطلاعات ومسوح الرأي العام الفورية الإلكترونية .

### ومن الصعوبات التي صادفتهم في هذه العمليات:

1- سحب عينة عشوائية بسبب أن أجهزة الكمبيوتر والاشترك في خدمة الإنترنت غير متاحة لكل الأسر في كثير من دول العالم ، خاصة في مجتمعات دول الجنوب مثل المجتمعات الأفريقية .

2- عدم إمكانية تحديد إطار مجتمع العينة .

3- وصعوبة الوصول لغاوين البريد الإلكتروني لكل المشتركين ، خاصة مع وجود أكثر من عنوان للمشارك الواحد .

4- صعوبة التحقق من شخصيات المشتركين وخصائصهم الديموغرافية.

ومع التطورات الحاصلة في ميدان التكنولوجيا يمكن الوصول إلى بناء أداة للمسح التفاعلي ، وتصميم إطار للعينة الفورية الإلكترونية ، وابتكار أدوات تمكن من تحديد عناوين البريد الإلكتروني للمشاركين في هذا الاستطلاع ، والتعرف على خصائصهم الشخصية ، من حيث النوع والعمر والتعليم والمهنة...

