الانتخابات وقياس الرأى العام

ناهد صالح *

منذ عقود عدة، تجرى الدول الديمقراطية فى العالم استطلاعات الرأى الخاصة بالانتخابات، للتنبؤ وبدرجة عالية من الدقة بنتائج الانتخابات الرئاسية وغيرها من الانتخابات ذات الأهمية. وتتناول هذه الورقة موضوع الانتخابات واستطلاعات الرأى من نقاط ثلاث: استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب، واستطلاعات الرأى التى تجرى فى يوم الانتخاب عند خروج الناخبين من مقار الانتخاب، والصمت الانتخابى.

وتتميز استطلاعات الرأى التى تجرى بعد الاقتراع مباشرة بأنها أكثر دقة فى التنبؤ بالنتيجة الفعلية للانتخاب من تلك التى تجرى فى فترة سابقة للانتخاب، حيث إنها تسأل الناخبين فور إدلائهم بأصواتهم بينما الأخرى تسألهم عن لمن سيعطون صوتهم.

ويتمثل جوهر الصمت الانتخابى فى إعطاء الناخبين فترة هدوء تتاح لهم فيها فرصة التروى وتحديد لمن سيدلون بصوتهم. ولكن تظل هناك بعض الأسئلة التى يثيرها الصمت الانتخابى ومنها: هل الصمت الانتخابى له فاعليته فى عالم الإنترنت؟ هذه هى بعض من المسائل التى يتناولها موضوع الانتخابات واستطلاعات الرأى.

يدرك الأكاديميون المتخصصون فى بحوث وقياسات الرأى العام الدور الذى لعبته الانتخابات فى نشأة هذا التخصص العلمى الدقيق، وفى مراجعة وتطوير منهجياته، وفى إثراء نظرياته، وفى إثارة العديد من القضايا الأخلاقية المتعلقة بممارساته؛ وفى مقدمتها القضايا المرتبطة بتشويه، بل بتهديد العملية الديمقراطية من منظور حقوق الإنسان. وعلى رأسها الحق فى التعبير عن الرأى، والحق فى الحصول على المعلومات، والحق فى ممارسة العمل العلمى، والحق فى المعرفة بعامة.

سنحاول فى هذه الورقة إلقاء الضوء على هذه الموضوعات والقضايا من خلال تناول العلاقة بين قياس الرأى العام والانتخابات فى مجالات ثلاثة.

نتناول فى أولها: قضية توقع نتائج الانتخابات أو التنبؤ بها من خلال نمط استطلاعات الرأى العام السابقة للانتخابات الفعلية Pre-Election Polls.

* أستاذ علم الاجتماع، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية.

ونناقش فى ثانيها: قضية الصمت الانتخابى Election Silence ، وبالتحديد نشر نتائج استطلاعات الرأى فى فترة سابقة مباشرة لإجراء الانتخابات الفعلية.

ونطرح فى ثالثها: نمط استطلاعات الرأى التى تجرى فى يوم الانتخابات نفسه، فور إدلاء الناخبين بأصواتهم، وعند خروجهم من مقار الانتخابات والمعروفة باسم Exit Polls .

ومن خلال تناول هذه المجالات الثلاثة التى تتجسد فيها علاقة قياس الرأى العام بالانتخابات، سنعالج ما أثارته، ولا تزال تثيره، من قضايا وإشكاليات فى سياقات سياسية ديمقراطية، بل فى دول عريقة فى الديمقراطية، ساعد المناخ السائد فيها على دعم الجوانب الإيجابية المنهجية والأخلاقية، والتصدى للجوانب السلبية فيها والتى تهدد قياس الرأى العام، ليس فقط كتخصص علمى له منهجياته وأخلاقياته وجاهد كثيرًا لاكتساب مصداقيته، وإنما أيضًا كممارسة اكتسبت طابعها السياسى كأحد مظاهر النظام الديمقراطى، وكمؤشر لمصداقيته، وكأداة من أدوات إرساء دعائمه.

أولا: استطلاعات الرأى السابقة للانتخابات

تشغل استطلاعات الرأى السابقة للانتخابات مكانة متميزة بين أنماط استطلاعات الرأى والرأى العام وقياساته، سواء عند التأريخ لنشأة استطلاعات الرأى العام وبداياتها المبكرة على المستوى العالمى[١]، أو عند بحث علاقة استطلاعات الرأى العام بالعملية الديمقراطية، أو عند الاستناد إليها أو الاستدلال بها فى الجدل والمناقشات التى أثارتها – وتثيرها حتى الآن– بشأن منهجية وأخلاقيات ومصداقية قياسات الرأى والرأى العام بعامة.

فمن حيث الدور الذى قامت به استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب فى نشأة استطلاعات الرأى العام وقياساته، فإنه يكاد يكون هناك إجماع، فى الأدبيات التى تناولت نشأة هذا التخصص العلمى الدقيق، إلى الرجوع بها إلى عام ١٨٢٤، وبالتحديد إلى نمط استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب، والتى أطلق عليها اسم

Straw Polls، كما يؤرخ الكثيرون بالبداية العلمية الحقة لاستطلاعات وقياسات الرأى بعام ١٩٣٦، حيث نجح كل من چورج جالوب George Gallup وإلمو روبير Elmo Roper وأرشيبالد كروسلى Archibald Crossley فى استطلاعاتهم السابقة للانتخاب بالتنبؤ بنتيجة الانتخابات، فى الوقت الذى فشلت فيه فى ذلك صحيفة Literary Digest، والتى كان لها السبق فى إجراء هذا النمط من استطلاعات الرأى، وفى الوصول إلى تنبؤات صحيحة كان آخرها فى عام ١٩٣٢ حيث نجحت فى التنبؤ بانتخابات الرئاسة الأمريكية بفارق قدره ١,٤٪ فقط [٢] .

فى الوقت الذى شكل فيه نجاحًا چورج جالوب بالتحديد فى التنبؤ بنتيجة الانتخابات الرئاسية لعام ١٩٣٦- وأيضًا تنبؤه مسبقًا بفشل صحيفة Literary Digest فى التنبؤ بنتيجة الانتخاب، بل بتقديره الدقيق للنتيجة التى ستصل إليها هذه الصحيفة قبل إجرائها للاستطلاع- علامة مميزة فى التأريخ لاستطلاعات الرأى السابقة للانتخابات، فقد أرسى أيضًا قناعة بعلمية هذه الاستطلاعات، مهدت لها المناقشات التى تساءلت عن أسباب نجاح چورج جالوب فيما فشلت فيه صحيفة Literary Digest ، رغم نجاحها فى تنبؤات سابقة[٣].

لم يقف انعكاس نتائج استطلاعات الرأى السابقة لانتخابات الرئاسة الأمريكية لعام ١٩٣٦ على الاهتمام العلمى بمنهجية هذا النمط من استطلاعات الرأى وإنما انعكست أيضًا على المناخ السياسى والإعلامى ممثلاً فى الصحافة، الأمر الذى أدى إلى توقف صحيفة Literary Digest تمامًا عن إجراء استطلاعات الرأى، بل أكثر من ذلك، إلى توقفها بعد أقل من عامين عن الصدور نهائيًا[٤].

لا أدل على المكانة التى أصبحت تشغلها استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب، والقيمة التى أصبحت تمثلها منذ ذلك التاريخ على المستوى العلمى والسياسى والإعلامى، من رد الفعل العنيف- بل القاسى أحيانًا – الذى تواجه به فى كثير من الأحيان ليس فقط فى حالة فشلها فى صحة التنبؤ بالفائز فى الانتخاب، وإنما أيضًا فى حالة عدم الدقة فى تقدير نسبة تنبؤها بفوزه، ويدلل أيضا على مكانتها

هذه المشاركة الجادة للمؤسسات السياسية والأكاديمية والإعلامية فى مناقشة وفحص وكشف أسباب الفشل هذه، ويكفى أن نستشهد بما تعرض له چورج جالوب ومؤسسته، طوال مسيرته فى إجراء استطلاعات الرأى السابقة لانتخابات الرئاسة الأمريكية منذ عام ١٩٣٦ حتى عام ٢٠١٢.

فى الوقت الذى طغى فيه نجاح جالوب فى عام ١٩٣٦ فى التنبؤ بفوز روزفلت Roosvelt بنسبة ٥٥,٧٪، وهزيمة منافسة لاندون Landon بنسبة ٤٤,٣٪ فى انتخابات الرئاسة الأمريكية، على الاهتمام بدقة التنبؤ– حيث بلغت نسبة الأصوات التى حصل عليها كل منهما فى الانتخابات الفعلية ٦٢,٥٪ و٣٧,٥٪ على التوالى، وذلك بفارق ٦,٨٪ عما وصلت إليه نتيجة الاستطلاع بالنسبة لروزفلت و٦,٨٪ بالنسبة للاندون– فإن الوضع كان على خلاف ذلك بالنسبة للاستطلاعات التى أجراها جالوب السابقة لانتخابات عام ١٩٤٠ وعام ١٩٤٤، على الرغم من صحة تنبؤه فيهما بفوز روزفلت فى الأول على ويلكى Willkie وفى الثانى على ديوى Dewey، فضلاً عن أن الفروق فى تنبؤاته هذه تراوحت بين– ٣٪ و+ ٣٪ فقط وهى حدود خطأ للمعاينة مقبولة، رغم ذلك فقد قللت عدم الدقة فى تنبؤه من الاهتمام بصحة تنبؤه هذا بالفائز فى انتخابات الرئاسة.[٥] لاشك أن هذا الوضع الأخير يعد مؤشرًا لتصاعد الاهتمام من جانب المؤسسات السياسية والأكاديمية والإعلامية بهذا النمط من استطلاعات الرأى، وتوقعاتها العالية والطموحة بالنسبة للدقة والمصداقية المتوقعة فى نتائجها، فعندما توقع جالوب فوز روزفلت فى انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام ١٩٤٤ بنسبة ٥٢٪، فى حين أنه فاز فى الانتخابات بنسبة ٥٥٪ قام الكونجرس الأمريكى باستدعاء چورج جالوب لجلسات استماع أمامه ليشرح لماذا، وللمرة الثانية، جاء تقديره للأصوات التى سيحصل عليها مرشح الحزب الديمقراطى فى انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام ١٩٤٤ أقل مما حصل عليه فعلاً، وهو نفس الشىء الذى حدث بالنسبة لانتخابات عام ١٩٤٠، ومن هنا فإن الأمر لم يعد قاصرًا على عدم الدقة المنهجية وإنما تجاوز ذلك إلى شبهة الانحياز السياسى[٦] ولا أدل على الاهتمام

البالغ الذى أولاه الكونجرس الأمريكى لاستطلاعات الراى السابقة للانتخاب ولمردودها السياسى، من أنه لم يكتف بجلسات الاستماع التى استدعى لها چورج جالوب، وبأقواله وبشهاداته وبالتقرير الذى قدمه له مفسرًا فيه أسباب اختلاف نتائجه عن النتيجة الفعلية للانتخاب، وإنما شكل لجنة علمية متخصصة، تضم أساتذة متخصصين فى المسوح الاجتماعية وفى العينات، فكان من بين أعضائها موريس هانسن Morris Hansen، ورينسيس ليكرت Rensis Likert وفيليب هوسر Phillip Hauser، وذلك لإجراء فحص علمى للاستطلاع الذى أجراه جالوب، وقد أوضحت اللجنة أوجه القصور المنهجية التى شابت استطلاع الرأى لعام ١٩٤٤، والتى جاء على رأسها تفضيل جالوب استخدام العينات الحصصية على العينات الاحتمالية لاعتبارات مالية محضة، والتى كانت وراء عدم الدقة فى تنبؤاته، ثم كانت بشكل مباشر وراء كارثة استطلاعات الرأى السابقة لانتخابات الرئاسة الأمريكية لعام ١٩٤٨[٧].

تنبأ جالوب فى استطلاع الرأى السابق لانتخابات الرئاسة الأمريكية لعام ١٩٤٨ بفوز ديوى Dewey بنسبة ٤٩,٥٪ على منافسة ترومان Truman الذى توقع حصوله على نسبة ٤٤,٥٪ فقط من أصوات الناخبين، تم جاءت نتيجة الانتخابات الفعلية على عكس ذلك تمامًا، حيث فاز ترومان بنسبة ٤٩,٥٪، فى حين لم يحصل ديوى سوى على ٤٥,٤٪ فقط من الأصوات [٨].

كان من الطبيعى أن يفوق الهجوم الذى تعرضت له استطلاعات الرأى السابقة لانتخابات عام ١٩٤٨ التى فشلت فى التنبؤ بنتيجة الانتخابات، وفى مقدمتها الاستطلاع الذى أجراه جالوب، الهجوم الذى نال منها وتعرض له جالوب فى عام ١٩٤٤، حيث لم يكن الخطأ هنا هو مجرد اختلاف فى تقدير نسبة الأصوات الذى سيحوز عليها كل من الفائز والخاسر فى الانتخاب، ومن ثم إثارة شبهة الانحياز السياسى لحزب لحساب الحزب الآخر، وإنما كان الخطأ أكبر من ذلك، متمثلاً فى التنبؤ بعكس ما جاءت به الانتخابات الفعلية بالنسبة للفائز والخاسر فى سباق

الرئاسة الأمريكية، الأمر الذى اعتبر آنذاك "كارثة" فى تاريخ قياس الرأى العام، استدعت المؤسسات الصحفية والسياسية والأكاديمية لتقف موقفًا متفحصًا وحازمًا فى الوقت ذاته فى مواجهتها.

فإزاء فشل استطلاعات الرأى السابقة لانتخابات عام ١٩٤٨، جاء رد الفعل من جانب الصحافة عنيفًا، بل شرسًا مشككًا فى علمية استطلاعات الرأى وفى إمكانية الاعتماد عليها كأداة من أدوات الديمقراطية، علمًا بأنها هى الصحافة نفسها التى طالما احتفت باستطلاعات الرأى، وأكدت علميتها، وأفردت لها مكانًا متميزًا فى صفحاتها الأولى، واستندت فى الكثير من تحليلاتها وتعليقاتها إلى نتائجها[٩].

لم يقف الأمر عند حد الهجوم القاسى من جانب المؤسسة الصحفية، كرد فعل لفشل استطلاعات الرأى السابقة لانتخابات عام ١٩٤٨، وإنما شاركها فى ذلك الكونجرس الأمريكى مرددًا للمرة الثانية شبهة انحياز جالوب للحزب الجمهورى، وبشكل صارخ فى هذه المرة، حيث تنبأ بفوز مرشحه على عكس ما جاءت به نتيجة الانتخابات الفعلية، ومن هنا لم يكتف الكونجرس الأمريكى بعقد جلسات استماع لمعرفة الأسباب وراء فشل استطلاعات الرأى هذه، أو بعقد لجان علمية لمراجعة كل خطواتها المنهجية، وإنما تجاوز الأمر ذلك حيث طرحت مشروعات قوانين لتنظيم العمل فى مهنة استطلاعات وقياسات الرأى العام[١٠].

وإزاء هذا الموقف الخطير، كان من الطبيعى ألا تقف المؤسسة الأكاديمية مكتوفة الأيدى، خاصة وأن الخطر لم يعد قاصرًا على تهديد سمعة ومكانة استطلاعات الرأى السابقة للانتخابات، واستطلاعات الرأى العام بعامة، بل امتد إلى تهديد شرعية المنهج الذى تعتمد عليه المسوح الاجتماعية بتنوعاتها، لذلك شكل مجلس بحوث العلوم الاجتماعية (SSRC) فور ظهور نتائج الانتخابات الرئاسية لعام ١٩٤٨ لجنة كلفت بتقصى أسباب فشل استطلاعات الرأى السابقة لهذه الانتخابات، وقد أدانت اللجنة فى تقريرها العلمى القائمين باستطلاعات الرأى هذه، وأرجعت فشلهم إلى تقصير من جانبهم، أكثر من كونه قصورًا فى الأساليب المنهجية المتاحة آنذاك،

وقد جاء تقرير اللجنة متسمًا بالجدية وبالموضوعية، وبالحرص على إظهار جميع أوجه النقض والقصور والإهمال والتحيز دون مواربة، ونظرًا لأهمية هذا الحدث فى تاريخ استطلاعات الرأى السابقة للانتخابات بخاصة، من حيث تأكيده لدور المؤسسة الأكاديمية وإزاء أى قصور منهجى أو أية تجاوزات أخلاقية، لم يكتف مجلس بحوث العلوم الاجتماعية بهذا التقرير، بل نشر الدراسة التفصيلية التقييمية لاستطلاعات عام ١٩٤٨ فى كتاب صدر عام ١٩٤٩، وهو العام نفسه الذى شهد عقد المؤتمر الرابع للرابطة الأمريكية لبحوث الرأى العام (AAPOR)، الذى طرح فيه باستفاضة استطلاعات الرأى السابقة لانتخابات عام ١٩٤٨، وتمت دعوة المسئولين عن هذه الاستطلاعات للاستماع إلى تبريراتهم وتفسيراتهم ورؤيتهم لمستقبل استطلاعات الرأى العام، وجاءت تعقيبات الأكاديميين المتخصصين، وفى مقدمتهم دانييل كاتز Daniel Katz وأنجس كامبل Angus Campbell وفريدريك ستيفان Fredrick Stephan لتلقى المزيد من الضوء على الأخطاء التى شابت استطلاعات الرأى السابقة لانتخابات ١٩٤٨، ولتطرح كيفية مواجهتها والحد منها[١١]. كان للخبرات السيئة التى مرت بها استطلاعات الرأى السابقة للانتخابات فى تاريخها، والتى كان من أبرزها إخفاقات استطلاعات عام ١٩٤٨، مردودًا إيجابيًا تمثل فى تطوير منهجية إجراء هذه الاستطلاعات، بدءًا من إحلال العينات الاحتمالية محل العينات الحصصية، مرورًا بتحسين أدوات جمع البيانات وظروف وتوقيتات جمعها، وانتهاءً بالاستناد إلى الأسس العلمية فى معالجة نتائجها للوصول إلى تنبؤات أو توقعات سابقة لنتيجة الانتخاب تتميز بدرجة عالية من الدقة.

وإذا كنا قد رصدنا بدء نشأة استطلاعات الرأى السابقة للانتخابات فى الولايات المتحدة الأمريكية، وأخذنا الاستطلاعات التى تجريها مؤسسة جالوب نموذجًا لها، فإنه يمكننا أن نقرر أنه رغم مرور ثمانين عامًا على بدء هذا النمط من استطلاعات الرأى، ورغم الخبرة المتراكمة والتقدم العلمى الذى أحرزته، فإن هذه الاستطلاعات لا تزال عرضة للفشل بين الحين والآخر، وإن كان هذا يحدث بنسبة أقل، وباختلافات

محدودة بين تقديرات الأصوات التى سيحصل عليها المرشحون والأصوات الفعلية التى يحصلون عليها فى الانتخاب.

فمن بين عشرين استطلاعًا للرأى سابقة للانتخابات الرئاسية أجراها جالوب فى الفترة من عام ١٩٣٦ إلى عام ٢٠١٢، لم ينجح جالوب فى التنبؤ بنتائج انتخابات ٢٥٪ منها فقط، وهى نتائج انتخابات أعوام ١٩٤٨- ١٩٧٦-٢٠٠٠-٢٠٠٤-٢٠١٢. إلا أنه يلاحظ انخفاض نسبة حدود الخطأ، حيث كانت بالنسبة للفائز فى الانتخابات الفعلية فى استطلاعات جالوب فى تلك الأعوام ٥٪، ٢,١٪، ٢,٤٪، ١,٧٪، ٢٪ على التوالى، وهى وإن كانت جميعها، باستثناء الخطأ فى توقع نتيجة استطلاع الرأى الخاص بانتخابات ١٩٤٨، فى حدود الخطأ المقبول للمعاينة، إلا أن النقد الذى وجه لهذه الاستطلاعات لا يقبل هذا المبرر العلمى، فالمطلوب من استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب هو التنبؤ مسبقًا بالنتيجة الفعلية للانتخاب، وهو المطلب الأساسى لجدوى هذه الاستطلاعات، والذى ظل مصاحباً لها منذ نشأتها وحتى آخر استطلاع للرأى السابق لانتخابات الرئاسة الأمريكية لعام ٢٠١٢، والذى كشف عنه الهجوم الذى تعرضت له بعض مؤسسات قياس الرأى العام، وعلى رأسها مؤسسة جالوب، نتيجة لفشلها فى التنبؤ بفوز باراك أوباما Barack Obama على منافسه مت رومنى Mitt Romney، حيث توقعت حصول رومنى على ٥٠٪ من الأصوات فى مقابل حصول أوباما على ٤٩٪ من الأصوات، فى حين جاءت الانتخابات الفعلية معلنة فوز أوباما بواقع ٥١٪ من الأصوات، وحصول رومنى على ٤٧٪ من الأصوات[١٢]. وكما هو موقف المؤسسات السياسية والصحفية والأكاديمية من فشل مؤسسة جالوب بالذات فى التنبؤ بالفائز فى سباق انتخابات الرئاسة الأمريكية، جاء الهجوم عليها قاسيًا ومطالبًا بوضع تقريرًا مفسرًا لأسباب فشلها هذا، خاصة وأن هناك العديد من مؤسسات قياس الرأى العام الأخرى والمؤسسات الصحفية ومؤسسات التسويق نجحت بدقة فى التنبؤ بالفائز. فمن بين خمس وعشرين مؤسسة، نجحت أربع عشرة مؤسسة فى التنبؤ بفوز باراك أوباما، فى حين لم تستطع

سبع مؤسسات تحديد الفائز حيث تعادلت الأصوات التى توقعت حصول كل من المرشحين عليها، بينما ذهبت مؤسسة جالوب ومعها ثلاث مؤسسات أخرى فقط إلى أن الفائز فى الانتخابات هو رومنى، وهو عكس ما جاءت به النتائج الفعلية للانتخاب [١٣]، ومن ثم كان على مؤسسة جالوب أن تقدم تقريرًا موضحًا ومبررًا أسباب فشلها، ومحددًا فى الوقت ذاته الإجراءات المنهجية، التى سنتبعها مستقبلاً حتى لا يتكرر هذا الفشل، خاصة وقد حدث هذا ثلاث مرات فى الألفية الثالثة، وقد استطاعت مؤسسة جالوب أن تحدد أربعة أسباب رئيسية أرجعت إليها فشل استطلاع رأى عام ٢٠١٢ تضمنتها فى تقرير حرصت أن تعرض ملخصًا له – يقع فى ١٧ صفحة – فى بيان صحفى تم نشره وإذاعته، وهى أسباب ترجع إلى الخطأ فى تحديد المواطنين الذين يتوقع أن يدلون بأصواتهم، وتمثيل بعض المناطق أو الولايات بأعداد أقل مما كان يجب أن تمثل بها، وهى مناطق ترتفع بها نسبة المنتمين للحزب الديمقراطى، وكذلك أيضًا الخطأ فى تمثيل عينة المواطنين للجنس وللعرق نتيجة لعدم ملاءمة الأسئلة المطروحة عليهم لتحديد ذلك، وأخيرًا عدم ملاءمة الأطر التى تم منها اختيار عينة المواطنين الذين تم استطلاع رأيهم [١٤].

ولعل أهم ما جاء فى هذا البيان هو ما ذكره فرانك نيوبورت Frank Newport رئيس التحرير بمؤسسة جالوب والذى ألقى البيان، هو عزم المؤسسة فى عام ٢٠١٣ إجراء ما أسماه مسوحًا تجريبية Experimental Surveys، يشرف عليها عالم السياسة المعروف والمتخصص فى منهجيات المسوح ميشيل تروجوت Michael Traugott، للاسترشاد بها فى تقييم استطلاع رأى عام ٢٠١٢ وتجنب أسباب الفشل مستقبلاً[١٥].

وفى نهاية تناولنا لموضوع استطلاعات الرأى السابقة للانتخابات التى حرصنا أن يأتى تناولنا لها فى نطاق الولايات المتحدة الأمريكية بالتحديد، نظرًا لأنها أول دولة عرفت هذا النمط من استطلاعات الرأى، ومارسته وحرصت على استمراريته، وتصدت سياسيًا وأكاديميًا وإعلاميًا لأية تجاوزات أو أخطاء شابت هذه الممارسات،

فضلاً عن أنه يوجد بها أهم مؤسسات استطلاعات وقياسات الرأى العام، التى أبدعت هذا النمط من استطلاعات الرأى وكان لها دور ريادى فى انتشاره فى كل الدول العريقة فى الديمقراطية، والدول الديمقراطية بعامة، بل تلك التى بدأت تخطو خطوات فى طريق الأخذ بها أو ببعض مظاهرها، وهو ما سيتضح عند تناولنا للموضوع التالى الخاص بالصمت الانتخابى إزاء استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب، الذى يعد مؤشرًا دالاً لموقف الدول من هذا النمط من استطلاعات الرأى، من منظور العملية الديمقراطية بالتحديد.

ثانياً: الصمت الانتخابى

لم يقف الاهتمام باستطلاعات الرأى السابقة للانتخاب على نجاحها أو فشلها فى التنبؤ بالنتيجة الفعلية للانتخاب، وعلى مدى الدقة، فى تنبؤاتها هذه، وإنما امتد الأمر إلى أبعد من ذلك، إلى الاهتمام بتأثير نشر نتائجها على السلوك الانتخابى للناخبين من جهة، وعلى تصرفات وأفعال السياسيين وغيرهم من النخب من جهة أخرى، وأثر ذلك كله على العملية الديمقراطية فى بعدها الانتخابى، من حيث شرعيتها، فضلاً عن الحفاظ على منزلتها وعدم الإضرار بها. ومن هنا ظهر على الساحة، ومرتبط باستطلاعات الرأى السابقة للانتخاب، مصطلح الصمت الانتخابى Election Silence، أو ما عرف باسم فترة التعتيم Blackout Period، حيث يعنى ذلك منع نشر نتائج استطلاعات الرأى هذه فى فترة سابقة لتاريخ التصويت الفعلى للانتخاب، والتى يحددها القانون أو القرارات المنظمة للانتخابات فى كل دولة، وقد تقتصر هذه الفترة على يوم الانتخاب، أو يحدد لها عدد من الأيام أو الأسابيع، أو تمتد طوال فترة الدعاية الانتخابية وحتى انتهاء الانتخاب[١٦].

ومع انتشار تنفيذ الصمت الانتخابى فى العديد من الدول، بما فيها دول عريقة فى الديمقراطية، وكان لابد أن تطرح قضية الصمت الانتخابى من جانب الجمعيات المهنية والعلمية المتخصصة فى مجال الرأى العام، وفى مقدمتها الرابطة العالمية

لبحوث الرأى العام (WAPOR)، وأن يتصدى لمعالجة هذه القضية العلماء والأساتذة والأكاديميون المتخصصون، والذين لهم إسهاماتهم النظرية والمنهجية فى نظريات وبحوث واستطلاعات الرأى العام، منطلقين فى بحوثهم ومعالجاتهم هذه من محاولة الإجابة عن التساؤل الآتى: من يخاف من استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب؟[١٧].

فى محاولة الإجابة عن السؤال السابق، تضافرت جهود الروابط والجمعيات العلمية لبحوث الرأى العام مع جهود العلماء المنضمين إليها وأيضًا مع المؤسسات المعنية بالمعلومات، فى بحث موضوع الصمت الانتخابى من أبعاد ثلاثة.

البعد الأول: يرصد مدى انتشار الأخذ بإجراء الصمت الانتخابى على المستوى العالمى، وعن ارتباطه بطبيعة النظم السياسية السائدة فى الدولة.

البعد الثانى: يناقش النظريات أو المنطلقات النظرية التى يستند إليها فى الأخذ بإجراء الصمت الانتخابى، استنادًا إلى نتائج البحوث العلمية فى هذا المجال.

البعد الثالث: يبحث عن موقف النخب والجمهور العام من قضية الصمت الانتخابى، ومبررات القبول أو الرفض التى يبدونها.

أ- موقف الدول من تطبيق الصمت الانتخابى

جاء الاهتمام برصد مدى انتشار إجراء الصمت الانتخابى على المستوى العالمى من جانب الرابطة العالمية لبحوث الرأى العام (WAPOR)، ويرجع ذلك إلى سببين:

السبب الأول: يرجع إلى الدور المنوط بها القيام به، وفقًا لوثيقة إنشائها وهو حفز كل دولة من دول العالم ومساعدتها على إجراء البحوث العلمية فى مجال الرأى العام والعمل على تطويرها وإتاحة نشرها على المستوى العالمى.

ويرجع **السبب الثانى** إلى: الإمكانات المتاحة لها لإجراء هذا النمط من المسوح العالمية التى ترصد اتباع الدول أو عدم اتباعها للصمت الانتخابى إزاء استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب، وذلك نظرًا لأنها تضم فى عضويتها عددًا كبيرًا

من الأعضاء ينتشرون فى كل القارات، فى العديد من دول العالم، نجحوا فى أن يقوموا بدور فعال فى جمع بيانات هذه المسوح[١٨].

كان أول مسح أجرى برعاية الرابطة العالمية لبحوث الرأى العام، فى سلسلة مسوحها المتتابعة عبر الدول عن الحرية فى نشر نتائج الاستطلاع فى عام ١٩٨٤، ثم توالت المسوح فى أعوام ١٩٩٢، و١٩٩٦، و٢٠٠٢، ٢٠١٢، وارتفع عدد الدول التى شملها المسح من ٤٩ دولة فى عام ١٩٨٤، إلى ٥٧ دولة فى عام ١٩٩٢، وإلى ٧٨ دولة فى عام ١٩٩٦، وإلى ٦٦ دولة فى عام ٢٠٠٢، وإلى ٨٥ دولة فى عام ٢٠١٢، موزعة على مستوى قارات العالم [١٩].

ورغم أن هذا المسح الأخير الذى أجرى عام ٢٠١٢ لا يعد مسحًا شاملاً للدول، أو يعتمد على عينة ممثلة لها، فإن التمعن فى النتائج التى كشف عنها يقدم مؤشرًا دالاً على أن هناك ميلاً من جانب الدول الديمقراطية إلى عدم الأخذ بنظام الصمت الانتخابى، على عكس الحال بالنسبة للدول غير الديمقراطية، أو الحديثة العهد بها، حيث تميل إلى تطبيق الصمت الانتخابى. ففى مقدمة الدول الديمقراطية التى شملها المسح والتى لا تأخذ بالصمت الانتخابى، الولايات المتحدة الأمريكية وانجلترا وبلجيكا، واستراليا، والسويد، فى حين أن البعض الآخر يطبق الصمت الانتخابى ومنها، كندا واليونان والنرويج وإيطاليا وأسبانيا، ولكسمبورج [٢٠].

فى الوقت ذاته نجد أن غالبية الدول التى تأخذ بإجراء الصمت الانتخابى هى دول غير ديمقراطية، أو دول لم تكتمل لديها ملامح النظام الديمقراطى، أو دول حديثة العهد بالديمقراطية منها، روسيا، صربيا، رومانيا، بولندا، مقدونيا، تايوان، سيريلانكا، أورجواى، فنزويلا، المكسيك، وأيضًا كوريا الجنوبية، ومع ذلك هناك ما يندرج تحت هذا النمط من الدول ولا يطبق الصمت الانتخابى ومنها سلوڤاكيا، وسلوڤينيا، ونيچيريا[٢١].

وبالنسبة للدول التى تسبق الانتخابات بها فترة صمت انتخابى، فإن فترة الصمت الانتخابى تختلف من دولة لأخرى وفقًا للنتائج التى تضمنها هذا المسح،

حيث تقصرها بعض الدول على يوم واحد مثل النرويج وبولندا والبرتغال وسنغافورة، وقد تمتد هذه الفترة إلى خمسة أيام كما هو الحال فى روسيا وأسبانيا، أو إلى سبعة أيام كما فى تركيا وسيريلانكا وڤنزويلا، أو إلى خمسة عشر يومًا كما فى إيطاليا واليونان والإيكوادور وأوكرانيا، أو إلى ثلاثة أسابيع كما هو الحال فى كوريا الجنوبية، وتصل إلى خمسة وأربعين يومًا فى هندوراس[٢٢].

وقد أوضحت نتائج هذا المسح المقارن الذى أجرى عام ٢٠١٢ أنه بينما أن هناك موقفًا ثابتًا من غالبية الدول الديمقراطية التى شملها المسح من رفض إجراء الصمت الانتخابى فلم تطبقه طوال مسيرتها الانتخابية الممتدة، فإن هناك من بين هذه الدول من كانت تأخذ به ثم قللت من مدة تطبيقه، وأخرى عدلت عنه تمامًا، فى مقابل قلة من هذه الدول الديمقراطية اتجهت لزيادة مدته[٢٣].

وبجانب أن مسح ٢٠١٢ قد ألقى الكثير من الضوء على الاتجاه العام لعلاقة النظام السياسى السائد فى الدولة بأخذها أو بعدم أخذها بإجراء الصمت الانتخابى، فقد أوضح– فى حدود عينة الدول التى شملها – أنه على الرغم من أن النسبة الأكبر من الدول لا تطبق هذا الإجراء (٥٤٪)، فإن النسبة التى تطبقه لا تزال نسبة مرتفعة (٤٦٪) أيضًا [٢٤].

ب- المنطلقات النظرية للأخذ بنظام الصمت الانتخابى

إذا تتبعنا الأسس التى تستند إليها جميع النظريات، أو بالأحرى التصورات أو المنطلقات النظرية التى تستند إليها الدول فى مواقفها من الأخذ بنظام الصمت الانتخابى أو رفضه، والمبررات التى تطرحها لدعم موقفها هذا، نجد أنها جميعاً تنطلق من الحفاظ على الديمقراطية، وبالتحديد الحفاظ على واحدة من أهم دعائم النظام الديمقراطى وهى العملية الانتخابية.

فتحت شعار الحفاظ على الديمقراطية وصونها، ترفض غالبية الدول الديمقراطية، وفى مقدمتها الدول العريقة فى الديمقراطية، الأخذ بنظام الصمت

الانتخابى، وتحت الشعار نفسه تبرر قلة من دول ديمقراطية، قبولها لنظام الصمت الانتخابى، ويشاركها فى هذا دول حديثة العهد بالديمقراطية، والعديد من الدول التى يصعب وصف نظمها السياسية بأنها نظم ديمقراطية [٢٥].

ويستند موقف كل من الدول الرافضة للأخذ بنظام الصمت الانتخابى والدول الداعمة للأخذ به، إلى رفضها أو قبولها للنظريات أو التصورات النظرية المطروحة بشأن تأثير نشر نتائج استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب على توجهات الناخبين فى الإدلاء بأصواتهم فى الانتخابات الفعلية، وتأتى فى مقدمة هذه النظريات النظرية المعروفة باسم Bandwagon Effect، أى تأثير من هو فى مقدمة السباق الانتخابى، أى الفائز فى الانتخاب.

فوفقًا لهذه النظرية، فإن الناخبين، وخاصة الذين لم يقرروا بعد لمن سيعطون صوتهم، يؤثر فيهم تنبؤ استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب باسم الفائز، بحيث يتجهون للتصويت لصالحه فى يوم الانتخابات الفعلية أيًا كانت دوافعهم لذلك، سواء لكى لا يضيع صوتهم سدى، أو حتى يسايرون رأى الأغلبية فلا يشعرون بالعزلة، أو ليزيدوا من تعزيزهم للأغلبية ولقوتها[٢٦].

وفى مقابل هذه النظرية التى ترى أن استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب تدفع جانبًا من الناخبين إلى اللحاق فى الانتخابات الفعلية بمن تنبأت بفوزه هذه الاستطلاعات، توجد نظرية أخرى على العكس منها تمامًا عرفت باسم Underdog Effect حيث تذهب إلى أن تأثير تنبؤات استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب يأخذ شكل التعاطف مع الخاسر، ومن ثم تصويت بعض الناخبين لصالحه فى الانتخابات الفعلية أيًا كانت دوافعهم لذلك، سواء لمجرد التعاطف مع الخاسر، أو الحد من القوة التى يستند إليها الفائز سواء كان فردًا أو حزبًا، أو لغير ذلك من الأسباب[٢٧].

استنادًا إلى أى من هاتين النظريتين يأتى تبرير الدول التى تأخذ بنظام الصمت الانتخابى، وبالتحديد منع نشر نتائج استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب خلال فترة محددة سابقة لتاريخ الانتخاب الفعلى، حتى لا تؤثر هذه النتائج على القرار

التصويتى للناخب، سواء الذى يأخذ شكل اللحاق بالفائز، أو يأخذ صورة التعاطف مع الخاسر، وفى كلتا الحالتين فهو تبرير يستند إلى الصورة الذهنية لهذه الدول عن الناخب كشخص سهل الانقياد والتأثير عليه، ويفتقر إلى الإرادة الحرة والوعى الذى يدفعه إلى تحديد اختياراته بناء على قناعاته واحتياجاته ومصالحه، ومن هنا يجب حجب تأثير تنبؤات استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب عنه لفترة محدودة تسمح بأن يأخذ قراره التصويتى دون تأثير عليه، وهذا يحافظ فى نظر هذه الدول على البعد الديمقراطى فى العملية الانتخابية.

وعلى خلاف موقف الدول الآخذة بنظام الصمت الانتخابى، يأتى موقف الدول الرافضة له تمامًا، فهى ترفض هاتين النظريتين أو تقلل من شأنهما، أو ترى أنهما لا يؤثران على البعد الديمقراطى فى العملية الانتخابية، بل يرى البعض أنهما يدعمانه(٢٨).

يستند موقف هذه الدول إلى الصورة الذهنية لديها عن الناخب، فهو شخص له إرادته الحرة ولديه درجة من الوعى فلا يسهل التأثير عليه، وتتحدد اختياراته بناء على قناعاته واحتياجاته ومصالحه بجانب خصائصه، وقبل هذا وذاك فإن نظام الصمت الانتخابى يتعارض مع الإعلان العالمى لحقوق الإنسان، وبالتحديد مع المادة التاسعة عشرة منه والتى تنص على الآتى(٢٩):

"لكل شخص الحق فى حرية الرأى والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أى تدخل، واستقاء الأنباء والأفكار وتلقيها وإذاعتها بأية وسيلة كانت دون تقيد بالحدود الجغرافية.

ويرى العلماء المتخصصون فى بحوث واستطلاعات الرأى العام، والداعمون لموقف هذه الدول من رفض نظام الصمت الانتخابى، إنه بجانب كونه يتعارض مع كل المواثيق والمعاهدات التى تنص على حرية البحث العلمى والمواثيق العلمية المنظمة لها، والتى تنص على العلانية وعدم السرية وتجرم حجب نتائج البحوث العلمية، فإن نظام الصمت الانتخابى يتعارض أيضًا مع المواثيق والمعاهدات التى

تنص على حرية الصحافة والنشر عمومًا لأسباب عدة تأتى فى مقدمتها أنها تتيح حرية المعلومات للجمهور وبالتالى صياغة الرأى الديمقراطى(٣٠).

ويستمر العلماء الرافضون لنظام الصمت الانتخابى فى تقديم مبرراتهم لموقفهم هذا من منطلق الحفاظ على الديمقراطية، فهم يرون نظام الصمت الانتخابى من شأنه أن يقسم المجتمع إلى طبقتين، طبقة النخبة السياسية والإعلامية التى يتاح لها الاطلاع على نتائج استطلاعات الرأى التى يحجب نشرها، سواء بحكم كونهم هم الذين قاموا بإجرائها أو أجريت لحسابهم، أو بحكم مواقعهم السياسية والإعلامية، بينما تحجب تمامًا هذه النتائج عن الطبقة الكبرى التى تضم الجمهور العام. وبهذا يكون أمام هذه النخبة فرصة الاستفادة منها، بينما يحرم الجمهور العام من ذلك تمامًا. وهذا ما يتعارض تمامًا مع مبادئ الديمقراطية وتكافؤ الفرص وإتاحة الحصول على المعلومات.

ومن المنظور نفسه، وفى إطار تقديم مبررات رفض الأخذ بنظام الصمت الانتخابى، يستند الرافضون له إلى أنه بجانب استحالة تطبيق هذا النظام تمامًا فى عصر انتشار شبكة التواصل الاجتماعى، فإن فرص الوصول إلى نتائج استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب مباشرة تكون متاحة فقط للطبقات أو الفئات التى تتعامل مع هذه الشبكة دون الطبقات أو الفئات الأخرى من الجمهور التى لا تتعامل معها، مما يصب أيضًا فى تهديد أحد مبادئ الديمقراطية والخاص بتكافؤ الفرص فى الحصول على المعلومات، فضلاً عن خطر انقسام المجتمع أيضًا إلى طبقتين(٣١).

ج- البحث العلمى والموقف من الصمت الانتخابى

لم يكتف العلماء المتخصصون فى بحوث وقياسات الرأى العام بالطرح النظرى للمبررات الداعمة لمواقفهم– أيًا كانت هذه المواقف – من نظام الصمت الانتخابى، وإنما لجأوا إلى البحث العلمى لاختبار المنطلقات النظرية التى يستند إليها المؤيدون لهذا النظام أو الرافضون له، والتى صاغها البعض فى شكل فروض علمية تختبر

تأثير نشر نتائج استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب على السلوك التصويتى للناخبين فى الانتخابات الفعلية.

ورغم محدودية هذه البحوث، فقد تعددت منهجياتها، فبجانب البحوث المسحية أجريت بحوث تجريبية أو شبه تجريبية، وفى الوقت الذى اتخذت فيه بعض البحوث من النخبة عينة لها، هناك بحوث اختارت عينتها من الجمهور العام، وأخرى اعتمدت على الدولة كوحدة لتحليلاتها وعلى الإخباريين كمصدر لبياناتها.

وبجانب البحوث التى انطلقت من فروض محددة لبحث تأثير نتائج استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب على السلوك التصويتى الفعلى للناخبين، فإن بحوثًا أخرى استندت فى ذلك، بشكل غير مباشر، إلى مدى الاهتمام الذى تحظى به استطلاعات الرأى لدى الناخبين ومن جانب الدولة والإعلام، بينما اتجهت بعض البحوث مباشرة إلى النخبة أو إلى الناخبين لمعرفة رأيهم بالنسبة لتطبيق نظام الصمت الانتخابى والأسباب التى يستندون إليها فى رأيهم هذا.

تعد سلسلة البحوث التتبعية التى تجرى تحت رعاية الرابطة العالمية لبحوث الرأى العام (WAPOR) عن الحرية فى نشر استطلاعات الرأى، من أهم البحوث المسحية التى اتخذت من الدولة وحدة لعينتها، ومن الإخباريين مصدرًا لمعلوماتها، وقد اعتمدت هذه المسوح على استمارة قام الإخبارى بنفسه بالإجابة عن أسئلتها، وأهم ما يميز هذا النمط من المسوح التتبعية (أجريت فى أعوام ١٩٨٤- ١٩٩٢- ١٩٩٦- ٢٠٠٢- ٢٠١٢) أنه إذ يرصد موقف الدول من الصمت الانتخابى، فإنه يتناول هذا الموقف فى سياق أوسع يرصد وضعية استطلاعات الرأى العام فى هذه الدول من عدة جوانب، يأتى فى مقدمتها تحديد الموضوعات أو القضايا التى تتناولها استطلاعات الرأى العام والتى يحظر نشر نتائجها، أو إرجاء نشرها، مع توضيح الأسباب الأساسية لوضع قيود على هذه الموضوعات أو القضايا المحددة، هل هى للحفاظ على الخصوصية، أم لحماية العملية الديمقراطية، أم للحفاظ على الأمن القومى، أو غير ذلك من الأسباب؟ وما موقف الدولة من الصمت الانتخابى وأيضًا

من إجراء استطلاعات الرأى التى تجرى عند خروج الناخبين من مقار الاقتراع Exit Polls ؟ هل هناك قيود على إجرائها أو على نشر نتائجها؟

وعموماً فإن هذا النمط من المسوح التتبعية، فى معالجته لموضوع حرية نشر استطلاعات الرأى، وموضوع الصمت الانتخابى بالتحديد، يضع معالجته هذه فى سياق أوسع، يرصد اهتمام الدولة بالاعتماد على إجراء استطلاعات الرأى فى ترشيد سياستها من جهة، ويرصد فى الوقت ذاته، من جهة أخرى، مستوى جودة استطلاعات الرأى السائدة فى الدولة، ومدى التمسك بالمواثيق الأخلاقية المنظمة لإجرائها ولنشر نتائجها وخاصة على المستوى الإعلامى، وأهم المشكلات المنهجية التى تعانى منها استطلاعات الرأى، وحدة المشكلات التى يشكلها نشر نتائج استطلاعات الرأى غير المهنية وغير العلمية، وبهذا يضع هذا النمط من البحوث، فى معالجته لموضوع تأثير نتائج استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب على السلوك الانتخابى للناخبين، فى سياق أشمل ينطلق من وضعية استطلاعات الرأى هذه فى الدول المختلفة [٣٢].

وبجانب البحوث التى اهتمت برصد موقف الدول من قضية الصمت الانتخابى فى سياق وضعية استطلاعات الرأى فى هذه الدول، هناك بحوث أخرى اتجهت مباشرة إلى عينات من النخبة لتستطلع رأيها فى هذه القضية، بالتحديد فى تطبيق نظام الصمت الانتخابى بالنسبة لنشر نتائج استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب.

وكمثال لهذه البحوث، البحث الذى أجرى فى أربع دول أوربية، لا يطبق بها نظام الصمت الانتخابى هى: بلچيكا وهولندا والسويد والنرويج، واختير من كل دولة عينتان، عينة من الصحفيين المعنيين بالشأن السياسى وعينة من أعضاء البرلمان. وتضمنت استمارة استطلاع الرأى عددًا محدودًا من الأسئلة جاء على رأسها سؤال بشأن الموافقة أو عدم الموافقة على منع نشر نتائج استطلاعات الرأى فى الفترة السابقة للانتخابات الفعلية، أعقبه سؤال مباشر عن الموافقة أو عدم الموافقة على

كون استطلاعات الرأى تؤثر على السلوك الانتخابى، ثم توالت الأسئلة التى تتناول إبداء الرأى بالنسبة لاستفادة السياسيين من استطلاعات الرأى فى تحديدهم لاستراتيچيتهم الانتخابية، وأيضًا فى تحديدهم للسياسات، والرأى فى الأهمية التى تمثلها استطلاعات الرأى الجيدة، وفيما إذا كانت استطلاعات الرأى تعبر عن اتجاهات الجمهور، وما إذا كانت تتميز عادة بالثبات ويمكن الاعتماد عليها، فضلاً عن الرأى فى كيفية تناول وسائل الإعلام لاستطلاعات الرأى(٣٣).

وقد انتهى هذا البحث إلى أن غالبية الصحفيين وأيضًا أعضاء البرلمان فى الدول الأربع، يرون أن استطلاعات الرأى لها وقعها على كل من الناخبين والسياسيين، وقد كان لهذا الرأى تأثيره على موقف السياسيين من أعضاء البرلمان من تأييد تطبيق نظام الصمت الانتخابى، ولعل الأمر المثير للدهشة أن حوالى نصف أعضاء البرلمان فى عينة الدول الأربع– وهى دول لا يطبق بها هذا النظام– كانوا من مؤيدى حظر نشر استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب. فقد بلغت نسبة السياسيين من أعضاء البرلمان المؤيدين لتطبيق نظام الصمت الانتخابى بالنسبة لجميع أعضاء البرلمان فى العينات المختارة فى الدول الأربع على النحو الآتى: ٥٩٪ فى بلچيكا، و٤٨٪ فى هولندا، و٤١٪ فى النرويج، و٤٥٪ فى السويد، فى الوقت ذاته ارتفعت نسبة الذين أجابوا صراحة بأن نتائج استطلاعات الرأى تؤثر على السلوك الانتخابى بين أعضاء البرلمان فى عينات هذه الدول إلى ٧٧٪ فى بلچيكا، و٨٤٪ فى هولندا، و٨٤٪ فى النرويج، و٨٩٪ فى السويد (٣٤).

ورغم عدم وجود اختلاف بين آراء السياسيين بين أعضاء البرلمان وآراء الصحفيين بالنسبة لتأثير استطلاعات الرأى على السلوك الانتخابى، فإن نسبة غير الموافقين على تطبيق نظام الصمت الانتخابى كانت أكثر وضوحًا بين الصحفيين عنه بين السياسيين، حيث بلغت ٤١٪ فى بلچيكا، و٥٧٪ فى هولندا، و٨٢٪ فى النرويج، و٥٨٪ فى السويد (٣٥).

وقد انتهى البحث إلى أنه عندما تختلف رؤى النخب السياسية عن رؤى الصحفيين فى هذه الدول فإن هذا يعكس التوتر الموجود بين المجتمع المدنى وبين النظام السياسى، مشيرًا إلى أن حرية نشر استطلاعات الرأى ربما لا تفيد النظام السياسى، ولكنها تساعد أعضاء المجتمع المدنى بعامة، مفسرًا عدم أخذ الديمقراطيات الأوربية الشمالية بنظام الصمت الانتخابى، رغم الموقف المؤيد للأخذ به من جانب نسبة مرتفعة من أعضاء البرلمان كما أوضحها البحث، وظل تأييدهم هذا عند مستوى الرأى ولم ينتقل إلى مستوى التشريع هو بجانب إدراك هذه الدول أن هناك ما هو أخطر على الرأى العام بالنسبة للتأثير عليه؛ متمثلاً فيما تنشره أو تبثه وسائل الإعلام، وقبل هذا فهى تدرك أنه فى عصر الإنترنت يصبح الحظر أمرًا يصعب الحفاظ عليه واقعيًا (٣٦).

بجانب هذه البحوث المسحية التى اهتمت برصد وضع الصمت الانتخابى فى عدة دول وفقاً لنظامها السياسى ولأحوال استطلاعات الرأى العام بها، وتلك البحوث التى تهتم باستطلاع رأى النخبة فى تطبيق نظام الصمت الانتخابى، أجرى العديد من البحوث التى انطلقت من عدة فروض محددة من أهمها: أن تأثير نشر نتائج استطلاعات الرأى يؤدى إلى ما يعرف باسم Bandwagon Effect، حيث يتجه الناخب للتصويت لصالح من توقعت استطلاعات الرأى فوزه فى الانتخاب، والفرض الثانى: أن نشر نتائج استطلاعات الرأى يؤدى إلى ما يعرف باسم Underdog Effect، حيث يتجه الناخب للتصويت لمن توقعت استطلاعات الرأى خسارته فى الانتخاب، والفرض الثالث: أن نشر نتائج استطلاعات الرأى يؤدى إلى أن الناخب المؤيد لمن توقع خسارته لا يذهب إلى الانتخاب، ويوصف بالانهزامى Defeatist، وأن الناخب المؤيد لمن توقع فوزه لا يذهب إلى الانتخاب وتوصف حالته باللامبالاة Lethargy، ويأتى الفرض الرابع: على خلاف الفرض الثالث، حيث يفترض أن يؤدى نشر نتائج استطلاعات الرأى إلى ما يسمى بحالة حراك Mobilization، حيث

يهتم كل من مؤيدى من توقع فوزه أو من توقع خسارته بالإدلاء بأصواتهم لمن يؤيدونه[٣٧].

ومن بين هذه الفروض وغيرها استحوذ الفرض الأول على الاهتمام الأكبر من جانب الباحثين، فالناخبون، بالذات الذين لم يكونوا قد حددوا بعد لمن سيعطون أصواتهم، يتأثرون بنتائج استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب، ومن ثم يصوتون لصالح من توقعت الاستطلاعات فوزه فى السباق الانتخابى، فالناس يريدون عادة أن يكونوا فى الجانب الفائز[٣٨].

وفى دراسة دونزباخ Donsbach، القيمة التى تناولت نماذج من هذه البحوث، انتهى إلى أن الدراسات العديدة التى بحثت موضوع تأثير استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب على السلوك التصويتى لم تصل إلى نتائج حاسمة فى هذا الشأن، وأن ما وصلت إليه من نتائج يتوقف إلى حد كبير على منهجية البحث، وعلى الظروف السياسية الخاصة التى أجرى فيها البحث فى ذلك الوقت. وقد أشارت هذه الدراسة إلى أفضلية البحوث التجريبية والبحوث التى تعتمد على التقارير الذاتية Self-reports للمستجيبين، وأنه إذا كان هناك ثمة تأثيرات لاستطلاعات الرأى السابقة للانتخاب على التوجه التصويتى للناخبين فإنه يكون فى صالح من توقعت استطلاعات الرأى فوزه فى الانتخابات.

وعمومًا فإن أهم ما انتهت إليه هذه الدراسة هو تقديرها أنه بصفة عامة فإن هذه التأثيرات تظل أولا وقبل كل شىء محدودة للغاية، وثانيًا أنه يمكن النظر إليها باعتبارها غير ضارة بالمرة[٣٩].

لعل أهم ما يتضح لنا فى تناولنا لقضية الصمت الانتخابى أن الأخذ بنظام الصمت الانتخابى، وبالتحديد حظر نشر نتائج استطلاعات الرأى فى فترة سابقة على إجراء الانتخاب الفعلى، ظاهرة ترتبط بالنظام السياسى للدولة، حيث تكون الدول الديمقراطية هى الأكثر رفضًا لهذا النظام، بينما تكون الدول غير الديمقراطية هى الأكثر قبولاً له.

كذلك أيضًا فإن الجمعيات الخاصة ببحوث وقياسات الرأى العام، وأيضًا العديد من العلماء الذين أجروا بحوثًا ودراسات تتناول تأثيرات استطلاعات الرأى على السلوك الانتخابى، انتهوا إلى أن تأثيرها إن وجد، فهو محدود للغاية، ولا يعد تأثيرًا ضارًا بالديمقراطية، بل ذهبوا إلى أن ما يضر بالديمقراطية هو حجب نتائج استطلاعات الرأى عن الجمهور العام، والتى تتيح له، معلومات علمية وموضوعية، فى الوقت الذى تغرقه وسائل الإعلام بالمعلومات المتحيزة أو غير العلمية أو السطحية التى تؤثر على توقعاته بشأن مناخ الرأى. فاستطلاعات الرأى تعد داعمة للديمقراطية حيث تعمل على أن يكون تصويت المواطنين أكثر رشادًا واستنادًا إلى المعلومات التى تتيحها لهم، والتى يرغب فى الحصول عليها الناخبون فى الدول الديمقراطية، ومن ثم يعد حظر استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب أمرًا لا مجال له، فالديمقراطيات الدستورية الحديثة يجب أن تؤمن بمسئولية مواطنيها، ويتضمن هذا أن تؤمن أيضًا بقدرة مواطنيها على الاختيار المستقل للمعلومات التى تلائمهم، وأن يستخدمونها بشكل عقلانى، فى الوقت ذاته فإن حجب استطلاعات الرأى قبل الانتخابات يخلق – ربما بشكل مقصود– امتيازات للأحزاب السياسية وللجماعات ذات النفوذ كتأثير جانبى لهذا الحجب(٤٠).

ثالثاً: استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب

بدأ منذ النصف الثانى من ستينيات القرن العشرين ظهور نمط جديد من استطلاعات الرأى المرتبطة بالانتخابات عرف باسم Exit Polls، أى استطلاعات الرأى التى تجرى على عينة من الناخبين بعد خروجهم من مقار الانتخاب التى أدلوا فيها بأصواتهم.

وكما كان الحال بالنسبة لاستطلاعات الرأى السابقة للانتخاب، كانت بداية استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب أيضًا فى الولايات المتحدة الأمريكية. ففى عام ١٩٦٧ قام وارن متوفسكى Warren Mitofsky، بإجراء استطلاع لرأى عينة من

الناخبين عند خروجهم من مقار الانتخاب بعد الإدلاء بأصواتهم وذلك لحساب شبكة CBC News [٤١]

ونظرًا للتكلفة الضخمة لهذا النمط من استطلاعات الرأى، فقد شهدت الولايات المتحدة الأمريكية عدة تحالفات بين الشبكات الإخبارية الشهيرة بها لإجراء استطلاعات رأى ما بعد الانتخاب، من أهمها التحالف الذى تكَّون فى منتصف عام ١٩٦٤ والذى عرف باسم News Election Service (NES) ، والتحالف الذى تشكل فى عام١٩٩٠، وضم أهم الشبكات الإخبارية بالولايات المتحدة الأمريكية وعرف باسم Voter Research and Surveys (VRS)، ثم لم يلبث أن انضم التحالف الأول للتحالف الثانى فى عام ١٩٩٣وعرف باسم Voter Service (VNS) News، إلا أن الطبيعة التنافسية للسبق فى إعلان نتائج الانتخابات مبكرًا، أدت إلى حدوث انشقاقات داخل هذه التحالفات[٤٢].

ولعل اللافت للاهتمام، أن استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب لم تعرف هذه الصورة الضخمة من التحالفات بين الشبكات الإخبارية لإجرائها، والذى يكاد يسود استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب، ويرجع ذلك أساسًا إلى التكلفة الضخمة لهذا النمط الأخير من استطلاعات الرأى، حيث تضم عيناته مئات الآلاف من الناخبين، فى الوقت ذاته فقد آثار انفراد جهة، أو جهات محدودة، بإجراء استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب الكثير من أوجه النقد التى توجه لها، وفى مقدمتها تمسكها بعدم الكشف عن بعض من أهم المعالم المنهجية لاستطلاعات الرأى التى تجريها بعد الانتخاب، وهذا يدعونا إلى البدء بتناول الإجراءات المنهجية المتبعة فى استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب قبل أن نرصد مدى انتشار هذه الاستطلاعات دوليًا وموقف الدول من منعها أو وضع قيود على ممارستها.

أ-منهجية استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب

تهدف استطلاعات الرأى التى تجرى بعد إدلاء الناخبين بأصواتهم وعند خروجهم من مقار الانتخاب إلى ثلاثة أهداف أساسية:

الهدف الأول: وتتفق فيه مع استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب، وهو إعلان النتيجة المتوقعة للسباق الانتخابى قبل الإعلان الرسمى لنتيجة الانتخابات الفعلية بساعات وربما بأيام أو بأسابيع، مع كل ما يترتب على هذا السبق من نتائج؛ بدءًا من إشباع الفضول لدى الجمهور العام والإعلاميين والسياسيين وغيرهم من القوى السياسية والاجتماعية، مرورًا بطرح التحليلات المفسرة لهذه النتائج، وانتهاءً باتخاذها فى بعض الدول– خاصة الدول غير العريقة فى الديمقراطية– مؤشرًا للدلالة على مدى صحة وسلامة ونزاهة الانتخابات الفعلية(٤٣).

الهدف الثانى: ويأتى من تميز استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب بكم البيانات التى تجمعها من الناخب الذى أدلى بصوته، إذ لا تكتفى هذه الاستطلاعات بسؤاله عن لمن أعطى صوته أو الأسباب التى دعته للتصويت لصالح مرشح بعينه، وإنما تهتم أيضًا بالبيانات الخاصة به من حيث النوع، والسن، والجنس، والحالة التعليمية، والدخل، الاتجاه الأيديولوچى، (ليبرالى– معتدل– محافظ)، والانتماء الحزبى، بالإضافة إلى هذه البيانات فإنها تهتم أيضًا بموقف المستجيب من بعض القضايا ذات الأهمية فى السياق الانتخابى؛ مثل الموقف من بعض القضايا الاقتصادية والاجتماعية، وتحديد الأكثر ثقة من بين المرشحين، والأكثر قدرة فى رأيه على إدارة الاقتصاد وتناول الشئون الخارجية ... وعادة يكون عدد الأسئلة التى تتضمنها أداة استطلاع الرأى عددًا محدودًا لا يتجاوز ٢٥ سؤالاً، ولا تستغرق الإجابة عنها سوى خمس دقائق(٤٤).

ومن هذه البيانات يتحقق الهدف الثانى، أو الوظيفة الثانية، لاستطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب وهى تحديد خصائص وأنماط الناخبين الذين أدلوا بأصواتهم فعلاً بالنسبة للأحزاب والمرشحين، وأيضًا بالنسبة لكل القضايا المطروحة، وإجراء

التحليلات للعوامل التى وراء فوز حزب أو مرشح وخسارة آخر، ليس فقط على مستوى الدولة ككل وإنما أيضًا على مستوى قطاعاتها أو أقاليمها أو ولاياتها المتعددة، وأيضًا على مستوى طبقاتها الاقتصادية وجميع فئاتها الاجتماعية، وهو ما يميزها عن نتائج وتحليلات نتائج الانتخابات الفعلية التى لا تتوافر لها جميع هذه البيانات والمعلومات.

الهدف الثالث: بجانب ما تنتجه البيانات والنتائج التى تسفر عنها استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب، من تعميق رؤى وتحليلات الإعلاميين والسياسيين وغيرهم من المهتمين بالتعقيب على نتائج الانتخابات، فإنها تدعم المزيد من الجهود البحثية الأكاديمية المتعمقة فى هذا المجال الذى لا يزال يفتقر إلى المزيد منها.

ولتحقيق هذه الأهداف الثلاثة، تتبع استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب عدة خطوات وإجراءات منهجية؛ تبدأ بالاختيار العلمى لعينة احتمالية ممثلة لمقار الانتخاب، وتحديد عدد الناخبين المتوقع إدلائهم بأصواتهم فى كل مقاراتها، وبناء على ذلك يتحدد حجم العينة المنتظمة المتوقع اختيارها من كل مقر، وتحديد المدى الذى يفصل بين وحداتها المختارة– مثلاً كل خامس شخص يخرج من مقر الانتخاب بعد الإدلاء بصوته– ويعطى الناخب المحدد اختياره استمارة استطلاع الرأى التى يقوم بملئها بنفسه، ثم إيداعها فى صندوق استطلاع الرأى، تمامًا كما هو الحال فى الانتخاب الفعلى، وبهذا تتميز استطلاعات الرأى التى تتبع هذه المنهجية عن نظيرتها التى تجرى بواسطة الهاتف، فهى بجانب كونها تعتمد على عينات احتمالية ممثلة لجمهور الناخبين– خلاف الحال بالنسبة لاستطلاع الرأى بواسطة الهاتف، حيث تتلافى ميل بعض المستجيبين ممن لم يدلوا بصوتهم فى الانتخاب إلى ادعاء أنهم صوتوا فى الانتخاب، وفضلاً عن العيوب الأخرى، أو أوجه النقص المعترف بها بالنسبة لاستخدام الهاتف فى جمع بيانات استطلاعات الرأى، والتى لا يعرفها نمط استطلاعات الرأى حيث يقوم المستجيب بنفسه أو بواسطة الباحث الميدانى بملء بيانات أداة الاستطلاع– فإن حجم عينات استطلاعات الرأى التى تجرى مباشرة عقب

خروج الناخبين من مقار الانتخاب يزيد مئات المرات عن تلك التى تستخدم الهاتف فى إجرائها، كما أنها تمكن الباحث الميدانى من تحديد أهم بيانات غير المستجيبين؛ وهى الخاصة بالنوع والسن واللون والجنس[٤٥].

ولعل أهم ما يميز منهجية استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب هى أنها لا تكتفى بالبيانات التى يتم جمعها من الناخبين فور مغادرتهم مقار الانتخاب، وإنما كونها تعتمد فى إعداد نتائجها النهائية على نماذج إحصائية تضيف بمقتضاها إلى هذه البيانات ؛ معلومات تاريخية عن التصويت السابق فى مقار الانتخاب المختارة فى العينة، ونتائج استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب، والنتائج الفعلية للتصويت، فضلاً عن الاستعانة بآراء الخبراء والمتخصصين فى المسائل المتعلقة بالانتخابات[٤٦]. كذلك تحرص أيضًا، نظرًا لارتفاع نسبة عدم الاستجابة، إلى الاستعانة بالبيانات التى يجمعها الباحثون الميدانيون بالملاحظة عن الناخبين الذين رفضوا ملء أداة استطلاع الرأى. وقد نجحت المنهجية التى تستخدمها استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب، وبالنماذج الإحصائية والأوزان التى تستخدمها فى تحليل نتائجها، طوال العقود الثلاثة الأولى من تاريخها، فى اكتساب سمعة طيبة بشأن دقتها فى التنبؤ بنتيجة الانتخاب، فطوال تسعينيات القرن العشرين استطاع اتحاد الخدمة الإخبارية للناخب (UNS) أن يصل إلى نتائج متميزة؛ حيث من بين سبعمائة تنبؤ بنتيجة الانتخابات لم يخطئ سوى مرة واحدة فقط [٤٧].

وإذا كانت استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب تعتبر أكثر مصداقية من الناحية العلمية، على أساس أنها ترصد التصويت الفعلى لا النية أو الاتجاه للتصويت فى المستقبل القريب، كما هو الحال فى استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب، إلا أنها تخضع لنفس احتمال الخطأ فى التنبؤ بالنتائج، مثلها فى ذلك مثل استطلاعات الرأى الأخرى، وخاصة فى حالة التقارب فى السباقات الانتخابية.

وقد شهدت بدايات الألفية الثالثة، وبالتحديد عام ٢٠٠٠وعام ٢٠٠٤، انتقادات عنيفة لاستطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب، والخاصة بانتخاب الرئاسة الأمريكية،

والتى أجريت فى هذين العامين، نظرًا لفشلهما فى التنبؤ بالنتيجة الفعلية للانتخاب. وقد بلغت حدة هذا النقد إلى حد المطالبة بوقف إجراء هذا النمط من استطلاعات الرأى، وقيام المفوضية القومية لإصلاح الانتخابات الفيدرالية The National Commission on Federal Election Reform بمطالبة المواطنين بعدم المشاركة فى هذه الاستطلاعات، فى الوقت الذى قام فيه الحزبان الديمقراطى والجمهورى بتقديم تقرير عن استطلاعات الرأى ما بعد الانتخابات التى أجريت عام ٢٠٠٠ فى الكونجرس الأمريكى. وقد أشرف على إعداد هذا التقرير الرئيسان السابقان، چيمى كارتر Jimmy Carter وچيرالد فورد Gerald Ford.

ولعل أهم ما أسفر عنه فشل استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب لعام ٢٠٠٠، والذى وصف بالكارثة، وأيضًا استطلاعات رأى انتخابات عام ٢٠٠٤، هو الاهتمام الجاد من جانب الأكاديميين والمؤسسات الأكاديمية المتخصصة فى دراسة أسباب هذا الفشل للعمل على تجنبها بإبداع الأساليب المنهجية، أو إدخال التعديلات على الأساليب المنهجية المتبعة؛ سواء فى جمع بياناتها أو فى تحليل نتائجها، وذلك لملاحقة التغيرات التى أدخلت على النظام الانتخابى فيما أصبح يعرف بالتصويت المبكر Early Voting، حيث يتاح للناخبين الإدلاء بأصواتهم، قبل عدة أيام أو أسابيع قد تصل إلى الشهر، قبل اليوم المحدد للانتخاب الفعلى، بجانب التصويت عن طريق البريد والبريد الإلكترونى، بحيث لم تعد مقار الانتخاب صالحة بمفردها لأن تكون الإطار الشامل لاختيار العينات الممثلة لجمهور الناخبين. ومن ثم بدأ تدعيم المنهجية التقليدية والأساسية لاستطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب، والتى تعتمد على عينات احتمالية لجمهور الناخبين عند خروجهم من مقار الانتخاب بعد الإدلاء بأصواتهم، باستخدام الهاتف للوصول إلى عينة من الناخبين الذين أدلوا بأصواتهم، كأحد المصادر التى تساعد على التنبؤ المسبق بنتيجة الانتخاب [٤٨].

لم تكن منهجية إجراء استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب، بعد كارثة فشلها فى انتخابات الرئاسة الأمريكية فى عامىّ ٢٠٠٠ و٢٠٠٤ بالتحديد، هى الإشكالية

الأساسية التى واجهت كل المعنيين باستطلاعات الرأى وبالانتخابات بعامة– سواء السلطة التشريعية ممثلة فى الكونجرس الأمريكى، أو اللجان المسؤولة عن تنظيم الانتخابات، أو وسائل الإعلام والقائمين بهذه الاستطلاعات، وقبل هؤلاء جميعًا الجمعيات العلمية والمهنية المعنية ببحوث الرأى العام والمؤسسات الأكاديمية والعلماء المتخصصين فى هذا المجال– وإنما كان توقيت نشر نتائج استطلاعات الرأى هذه يمثل الإشكالية الأساسية التى واجهت هذا النمط من استطلاعات الرأى، وزاد من حدتها عدم إجراء الانتخابات الفعلية فى يوم واحد على مستوى الدولة، مما انعكس على مواقف كثير من الدول من استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب، ووضع قيود على توقيت إعلان نتائجها، والصورة التى يتم بها إعلان هذه النتائج، والتى اجتهدت الجمعيات والروابط العلمية والمهنية المتخصصة، وبالتحديد الرابطة العالمية لبحوث الرأى العام (WAPOR) بدراستها ونشر الأدلة الإرشادية المنظمة لها.

ب- موقف الدول من استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب

فى أخر مسح أجرى فى عام ٢٠١٢ برعاية الرابطة العالمية لبحوث الرأى العام (WAPOR)، تحت عنوان "الحرية فى نشر نتائج استطلاعات الرأى"، والذى شمل ٨٥ دولة، بلغ عدد الدول التى تمنع تمامًا إجراء استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب سبع دول فقط هى: الصين، وشيلى، وكولومبيا، والدومنيكان، والأردن، وسنغافورة، نيوزيلندا. بجانب هذه الدول السبع توجد سبع دول أخرى لا يجرى بها هذا النمط من استطلاعات الرأى، رغم عدم حظر إجرائه من جانب الدولة. وبهذا تصبح نسبة الدول التى لا تجرى بها استطلاعات رأى ما بعد الانتخاب١٧,١٪ من الدول التى شملها المسح (بعد استبعاد ثلاث دول لم ترد بيانات بشأنها)، بينما ارتفعت نسبة الدول التى تجرى هذا النمط من استطلاعات الرأى إلى ٨٢,٩٪ أى ٦٨ دولة. وفى غالبية هذه الدول تخضع عملية إجراء استطلاعات الرأى هذه ونشر نتائجها لقوانين تصدرها

الدولة لتنظيمها؛ سواء بالنسبة لمكان جمع بياناتها من الناخبين فور الإدلاء بأصواتهم فى مقار الانتخاب أو فى محيطها، أو بالنسبة لتحديد متى يتم نشر نتائجها [٤٩].

فمن بين الدول التى أوضح المسح أنها تجرى استطلاعات للرأى ما بعد الانتخاب، وأمكن جمع بيانات عن القيود أو الشروط القانونية التى تنظم مكان جمع بيانات هذه الاستطلاعات، وعددها ٦٥دولة، بلغت نسبة الدول التى لا تضع قيدًا بالنسبة لمكان جمع البيانات ٣٦,٩٪، فى حين اشترطت ٣٥,٤٪ من الدول عدم جمع بيانات الاستطلاع من الناخبين فى أثناء وجودهم بمقار الانتخاب، وبلغت نسبة الدول التى حظرت جمعها فى كل من مقارات الانتخاب والأماكن القريبة منها ١٨,٥٪ [٥٠].

هذا ونشير إلى أن بعض الدول حددت الحد الأدنى للمسافة التى تفصل بين مقر الانتخاب والأماكن التى يمكن استطلاع رأى الناخبين بعد خروجهم منه، وتختلف هذه المسافة من دولة لأخرى، وفى الدولة الواحدة من ولاية إلى أخرى كما هو الحال فى الولايات المتحدة الأمريكية، حيث حددت بعض الولايات هذه المسافة بمائة قدم، وانخفضت فى ولايات أخرى إلى خمسة عشر قدمًا.

جاء وضع شروط لنشر نتائج استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب نتيجة للأخطاء فى توقعاتها بالنسبة لنتائج الانتخابات، وردود الفعل تجاهها؛ جماهيريًا وسياسيًا وإعلاميًا وأكاديميًا، بل أيضًا من جانب المؤسسة التشريعية حيث عقد الكونجرس الأمريكى جلسات استماع بشأن محاولة تنظيمها.

تبلورت هذه المواقف جميعها فى مشكلة نشر نتائج استطلاعات الرأى قبل انتهاء التصويت الفعلى للانتخاب وإغلاق مقار الانتخاب، ومن ثم تأثير نشر هذه النتائج على اتجاهات ومواقف الناخبين الذين لم يكونوا قد أدلوا بعد بأصواتهم وقت نشرها، وخاصة بالنسبة لانسحاب العديد من الناخبين وعدم الإدلاء بأصواتهم، دون إغفال لتأثيرها على البعض بما يعرف باللحاق بالفائز Bandwagon Effect أو بدعم الخاسر Underdog Effect، ومن هنا جاء الحل من جانب بعض الدول فى

حظر نشر نتائج استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب قبل انتهاء التصويت الفعلى، وغلق جميع مقار الانتخاب على مستوى الدولة، وتخفف بعض الدول من هذا القيد فتقصره على الولايات أو المناطق التى لم يتم انتهاء التصويت الفعلى بها، ففى هذه الحالة يمكن نشر نتائج استطلاعات الرأى الخاصة بالولايات أو بالمناطق فقط التى تم الانتهاء من التصويت الفعلى بها.

وفى الوقت الذى لا تضع فيه بعض الدول أى قيد على توقيت نشر نتائج استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب، فإن هذه الدول نفسها تلتزم فى ذلك بالتنظيم الذاتى وبالمواثيق الأخلاقية والتى تحظر نشر نتائجها قبل انتهاء التصويت الفعلى. وقد جاءت نتائج المسح السابق الإشارة إليه موضحة أن من بين الدول التى تجرى بها استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب (٧٨ دولة)، فإن نسبة الدول التى لا يوجد به أى تنظيم قانونى لنشر نتائج هذه الاستطلاعات بلغت ٣٨٪، بينما خضعت غالبية الدول لقيد قانونى أو أكثر بالنسبة لنشر هذه النتائج، فقد تبين أن ٦٪ من الدول لا تجيز نشر نتائج الاستطلاعات فى وسائل الإعلام، وعدد هذه الدول محدود للغاية وهو خمس دول، بينما أن ٤٩٪ من الدول لا يجوز فيها نشر نتائج استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب قبل غلق جميع مقار التصويت على مستوى الدولة، بينما تبين أن ١١٪ من الدول تشترط غلق مقار التصويت فى الولاية أو المنطقة الانتخابية قبل نشر نتائج الاستطلاع الخاصة بهذه الولاية أو المنطقة، وعدم الانتظار حتى غلق جميع مقار الانتخاب [٥١].

كان من الطبيعى إزاء عاصفة الغضب، أو على الأقل عدم الرضاء، التى أثارتها استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب، سواء بالنسبة لفشلها فى التنبؤ بنتيجة الانتخاب، أو بالنسبة لنشر تنبؤاتها قبل انتهاء التصويت الفعلى للانتخاب، خاصة بعد انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام ٢٠٠٤، أن قامت الرابطة العالمية لبحوث الرأى العام (WAPOR) فى عام ٢٠٠٦ بإصدار دليل إرشادى خاص باستطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب وبتنبؤات الانتخاب، حددت فيه الوظائف الأساسية لهذه

الاستطلاعات، والمبادئ الأخلاقية التى يجب الالتزام بها فى إجرائها، وأوردت بالتفصيل البنود المنهجية التى يجب أن يتضمنها أى تقرير لاستطلاع الرأى ما بعد الانتخاب وأى نشر لنتائجه. وقد استحوذ موضوع نشر نتائج استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب على جزء مهم فى هذا الدليل، فبجانب تحديد البنود التى يجب أن يتضمنها نشر أى نتيجة أو بيان بشأن هذه الاستطلاعات، فقد نصت صراحة على إلزام الأحزاب السياسية– التى تعتبر عادة أن استطلاعات الرأى التى تجريها ملكية خاصة لها– بنفس البنود متى نشرت أو أعلنت أيه نتيجة من هذه الاستطلاعات، وهو الأمر الذى ينطبق على كل الجهات التى تدَّعى ملكيتها لهذه الاستطلاعات [٥٢].

ومن أهم ما جاء فى الدليل الإرشادى للرابطة العالمية لبحوث الرأى العام، هو ما يتعلق بتوقيت نشر نتائج استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب، فبعد أن أوضحت الرابطة رفضها من حيث المبدأ لأى تدخل فى إجراء استطلاعات الرأى أو فيما يتعلق بتقارير هذه الاستطلاعات، إلا أن الرابطة أعلنت أنها ترفض نشر أى بيان أو تصريح عن نتيجة أى انتخاب بناء على استطلاع للرأى ما بعد الانتخاب، وذلك قبل أن يتم غلق كل مقار الاستطلاع فى مجال المنافسة، الأمر الذى يعنى أنه فى حالة الانتخابات الرئاسية لا يجوز نشر توقع نتيجة الانتخاب قبل إغلاق جميع مقار الانتخاب على مستوى الدولة، بينما فى الانتخابات البرلمانية يجوز النشر بعد غلق جميع مقار الانتخاب على مستوى المنطقة أو الدائرة محل الصراع أو المنافسة الانتخابية[٥٣].

الخاتمة

لا يسعنا فى نهاية هذه الدراسة، والتى تناولت قياس الرأى العام فى مجال من أهم المجالات ارتباطًا بالديمقراطية، وهو مجال الانتخابات، إلا أن نشير إلى أن الإشكالية الأساسية، والتى كانت بمثابة البؤرة التى جذبت اهتمامات السياسيين والإعلاميين

الأكاديميين، بل المؤسسات التى ينتمون إليها هى: تأثير استطلاعات الرأى العام التى تتناول الانتخابات على التصويت الفعلى للناخبين فى يوم الانتخابات، متى تم إعلان نتائجها قبل انتهاء هذا التصويت.

هذه الإشكالية تخص استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب Pre- Election Polls وأيضًا استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب Exit Polls. حاول البعض مواجهة هذه الإشكالية فى الحالة الأولى بفرض ما عرف بالصمت الانتخابى، ومواجهتها فى الحالة الثانية بحظر نشر نتائج استطلاعات الرأى قبل انتهاء التصويت الفعلى وغلق مقار الانتخاب.

ولعل ما يثير الاهتمام أيضًا، أنه سواء المؤيدون أو الرافضون لأسلوب مواجهة هذه الإشكالية فهم جميعًا يستندون فى تأييدهم أو فى رفضهم إلى نفس المنطلقات النظرية، وهى الحفاظ على الديمقراطية وعلى حقوق الإنسان، وإن كان استخدامهم لهذه المنطلقات، يختلف فى الغالب، وفقًا لكونهم سياسيين أو إعلاميين أو أكاديميين أو ممارسين لمهنة استطلاعات الرأى، حيث تؤثر على مواقفهم هذه انتماءاتهم ومصالحهم وقيمهم المهنية(٥٤).

ففى الوقت نفسه الذى يقف فيه الإعلاميون الذين يجرون هذا النمط من استطلاعات الرأى موقفًا رافضًا من نظام الصمت الانتخابى، ومن عدم نشر نتائج استطلاعات ما بعد الانتخاب إلى حين انتهاء الانتخاب الفعلى، وذلك من منطلق الحق فى المعرفة والحق فى إذاعة المعلومات ونشرها، فإن السياسيين يميلون إلى تأييد الأخذ بنظام الصمت الانتخابى وأيضًا بحظر نشر نتائج استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب قبل انتهاء الانتخاب الفعلى، من منطلق عدم التأثير على الإرادة الحرة فى اختيارات الناخبين، بما يفسد العملية الديمقراطية ويتعارض مع حقوق الإنسان(٥٥).

فإذا انتقلنا إلى مستطلعى الرأى من غير الأكاديمين، نجد أن مواقفهم تتحدد وفقًا لموقف الجهة التى يجرون استطلاعات الرأى لحسابها؛ سواء جهة إعلامية أو

جهة سياسية، وينطبق هذا أيضًا على الأكاديميين الذين يعملون لحسابها، وفى جميع الأحوال سواء نشروا نتائجهم قبل انتهاء الانتخابات أو بعد غلق مقار الانتخاب، فهم يمتنعون عن الإفصاح الكامل عن منهجية إجراء استطلاعات الرأى التى أجروها، وكيفية الوصول إلى النتائج التى قاموا بنشرها، تحت ادعاء أنها ملكية خاصة لهم، الأمر الذى انعكس على مصداقية استطلاعات الرأى الخاصة بالانتخابات التى يجريها هؤلاء، والأغراض المتحيزة التى تهدف إليها[٥٦].

أما عن موقف الأكاديميين من الممارسين أو المتخصصين فى استطلاعات وبحوث الرأى العام، وأيضًا الجمعيات العلمية التى تضمهم، والمراكز البحثية التى ينتمون إليها، فهو موقف يتميز، فى اجتهادهم فى تحديد موقفهم من هذه الإشكالية، إلى الاستناد أولاً إلى التحليل العلمى للمنطلقات النظرية التى يستندون إليها؛ سواء الخاصة بالحفاظ على الديمقراطية، أو بعدم خرق مبادئ حقوق الإنسان والحقوق المتعلقة بالبحث العلمى وبالمعرفة بعامة، ثانيًا: الاعتماد على البحث العلمى وعلى أنماط متعددة من البحوث، لمعرفة تأثير نشر نتائج استطلاعات الرأى ما قبل الانتخاب على نتائج الانتخابات الفعلية، حيث انتهت نتائج هذه البحوث، أولاً: إلى أن تأثير هذه الاستطلاعات محدود للغاية وثانيًا: أنه يمكن النظر إليه باعتباره غير ضار بالمرة من منظور النظرية الديمقراطية والمنظور القانونى. ومن هنا جاء موقف الكثير من الأكاديميين المعارض للصمت الانتخابى، فى حين على خلاف ذلك جاء موقفهم المؤيد لحظر نشر نتائج استطلاعات الرأى ما بعد الانتخاب، قبل انتهاء التصويت الفعلى للناخبين وغلق مقار الانتخاب على مستوى الدولة، استنادًا أيضًا إلى النظرية الديمقراطية والمنظور القانونى، وعدم خرق مبدأ تكافؤ الفرص فى الحصول على المعلومات والمعرفة[٥٧].

المراجع

١- لمزيد من التفصيل عن نشأة استطلاعات الرأى السابقة للانتخاب انظر:
ناهد صالح، البدايات المبكرة فى تاريخ قياس الرأى العام. المجلة الاجتماعية القومية، مجلد ٢٩، عدد ٢،١٩٩٢، ص ص ٢٩-٥٧.

٢- Gallup, George and Rae, Saul Forbes, The Pulse of Democracy: The Public Opinion Poll and How it works, New York, Simon and Schuster, 1940, p.41.

٣- ناهد صالح، قياس الرأى العام: الماضى والحاضر والمستقبل، القاهرة، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٩٢، ص ص ٢٧-٢٩.

٤- Field, Mervin, Political Opinion Polling in the United States of America, In Worcester, Robert (ed.), Political Opinion Polling: An International Review, New York, St. Martin's Press, 1983, pp. 198-199.

٥- لمزيد من التفصيل عن الفروق فى التنبؤات الخاصة بانتخاب الرئاسة الأمريكية ونتائج الانتخابات الفعلية سواء بالنسبة لمؤسسة جالوب أو غيرها من المؤسسات، انظر:
Gallup, George Election Polls- Accuracy Record in Presidential Elections, 2016, pp.1-3.
http://www.gallup. com/poll/9442/election- Polls- accuracy- record presidential-elections.aspx.

٦- Moor, David, M. The Super Pollsters: How They Measure and Manipulate Public Opinion in America, New York, Four Walls Eight Windows, 1992. pp. 65-69.

٧- Loc. Cit.

٨- Gallup, George, Election Polls_Accuracy Record in Presidental Elections. op.cit, p. 3.

٩- ناهد صالح، قياس الرأى العام: الماضى والحاضر والمستقبل، مرجع سابق، ص٦٢.

١٠- Moor, David, op.cit., pp. 70-71.
Gallup Goorge The Changing Climate for Public Opinion Research, P.O.Q., Vol. 27, 1957, pp. 23-35.

١١- SSRC.Committee on Analysis of Pre-Election Polls and Forcasts: The Pre-Election Polls of 1948 (1950), In Beretson, Bernard and Janowitz, Morris (eds.) Reader in Public Opinion and Commarication, Glenco Illinois: The Free Press, 1950, pp. 584-594.

لمزيد من التفصيل انظر:
ناهد صالح، قياس الرأى العام: الماضى والحاضر والمستقبل، مرجع سابق، ص ص ٦٣-٧٠.

١٢- Gallup, George, Election Polls- Accuracy Record in Presidental Elections, op. cit., pp. 2-3.

١٣- Trougott, Michael W. Problems With The Pre-Election Polls in Comparative Perspective, 2014, pp. 22.

http://www.elections. Ssrc.org.

١٤- Blumenthal, Mark and Edwards- Levy.Ariel, Gallup Poll Reveals 4 Reasons it Got 2012 Election Wrong, 2013, pp. 1-4.
http//www. Huffing post .Com/2013/6/4/gallup-poll-2112 no-3384882.html.

١٥- Loc. Cit.

١٦- Orr, Graeme, and Levy, Ron Regulating Opinion Polling: A Deliberative Democratic Perspective, UNSW Law Journal, Vol. 39, No.1.2016, pp. 326-328.

١٧- Donsbach,Wolfgang, Who's Afraid of Election Polls? Normative and Empirical Arguments For the Freedom of Pre- Election Surveys, 2001, pp. 1-31.

http://www. esomar. org/ Content/ pdf.

١٨- لمزيد من التفصيل عن الدور الريادى للرابطة العالمية لبحوث الرأى العام (WAPOR) انظر تقديم دونزباخ للمسح الخاص بحرية نشر استطلاعات الرأى الذى نشر عام ١٩٩٧.
Donsbach, Wolfgang Forword From WAPOR, In the Freedom to Publish Opinion Polls: Report on a Worldwide Study, Amsterdam, Foundation of Information, 1997.

١٩- Chung, Robert, The Freedom to Publish Opinion Poll Results: A Worldwide update of 2012, p.1.
http://www. Wapor. Unl-edu/up-content.

٢٠- Ibid. 6-8.

٢١- Loc. Cit.

٢٢- Loc. Cit.

٢٣- Loc. Cit.

٢٤- Loc. Cit.

٢٥- Article 19 Global Campaign for free Expression Comparative Study of Laws and Regulations Restricting the Publication of Electoral opinion Polls, 2003, pp. 1-12.

https://www.article 19 org/pdfs/publications/opinion polls- paper. Pdf.

Chung, Robert, op.cit., pp. 6-8.

٢٦- Hoffmann, Hanna Effects of Opinion Polls and Media Reporting Voters: A Multilevel Analysis, 2011, pp. 1-4.
http://www. Paper room. Ispa. Org/papers/ paper- 7327 Pdf.

Donsbach, Wolfgang, 2001, op.cit., p. 22.

Orr, Graeme and Levy, Ron, op.cit., p.324.

٢٧- Donsbach, Wolfgang 2001, op.cit., p. 22.

Hoffmann, Hanna, op.cit., pp.1-4.

٢٨- Donsbach, Wolfgang, 2001, op.cit.

٢٩- الإعلان العالمى لحقوق الإنسان. اعتمد بموجب قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة فى ١٠ ديسمبر ١٩٤٨.

Peterson, Olaf, Regulating election Polls, 2003.

http://www. Election. Org/docs. 6-G-4-4a-10. aspx.

٣٠- Donsbach, Wolfgang, 2001, op. cit., pp.7-8.

٣١- Ibid, p.31.

٣٢- Chung, Robert, op.cit., pp. 21-26.

٣٣- Aalborg, Torrid and Ales, Peter Van Who is Afraid of Reelection Polls? How Perceptions of Polls Influence Support for Polling Regulations among Elites, International Journal of Public Opinion Research, Vol. 26, No. 4, 2014, pp. 517-530.

٣٤- Ibid., pp. 521-525.

٣٥- Ibid., pp.525.

٣٦- Ibid, p. 526.

Musial- Karg, Magdalena, The Election Silence in Contemporary Democracies: Questions about the Sense of Election Silence in the Age of Internnet, 2013.
https://www.ceeol. Com. Search/article-detail 2id= 229013.

٣٧- Donsbach, Wolfgang, 2001, op.cit., p.22.

٣٨- Loc. Cit.

٣٩- Ibid, p. 1.

٤٠- Ibid, p. 3.

٤١- إذا كان وارن ميتوفسكى Warren Mitofsky يطلق عليه Father of Exit polling فإن مارسيل فان دام Marcel Van-Dam السوسيولوچى الهولندى والسياسى السابق، هو من أبدع هذا النمط من استطلاعات الرأى، وأول من استخدمه فى الانتخابات التشريعية فى هولندا فى فبراير ١٩٦٧. انظر:

Sproul, Robin, Exit Polls: Better or Worse Since the 2000 Elections?, 2008, p. 2.

http://www. Shorensteincenter. Org/exit-polls.430849766.

Wikipedia (2016). Exit Poll. 1.
https://en. Wikipedia. Org. wiki/Exit-poll.

٤٢- Sproul, Robin, op.cit., pp.2-5.

٤٣- انظر على سبيل المثال الدور الذى قامت به استطلاعات رأى ما بعد الانتخاب فى صربيا بالنسبة لانتخابات عام ٢٠٠٠، وفى الفلبين فى عام ١٩٨٦، وأيضًا فى كشف تزوير الانتخابات فى فنزويلا بالنسبة لاستفتاء عام ٢٠٠٤ والانتخابات الرئاسية فى أوكرانيا عام ٢٠٠٤.

Smith, Tom, op. cit., p .227.

Wikipedia. op.cit., p.4.

٤٤- Radcliff, Benjamin, Exit Polls, In Best, Samuel J. and Radcliff, Benjamin (eds.). Polling America: An Encyclopedia of Public Opinion, Vol.1, Westport Connecticut,Greenwood Press, 2005, p. 206.

AAPOR (2007). Explaining Exit Polls.2007, p. 1

http://www. Aapor.org/ Education- Resources/ aspx7.

٤٥- Ibid., p. 2

٤٦- Sproul, Robin, op.cit., p.5.

٤٧- Ibid., p.3.

٤٨- Ibid., p. 7.

٤٩- Radcliffe, Bengamin. op.cit., p. 208.

انظر أيضًا العرض القيم لهذا الموضوع فى:

Sproul, Robin. op. cit., pp. 8-12.

٥٠- Chung, Robert. op.cit., pp. 11-13.

٥١- Ibid., p. 12.

AAPOR, op.cit., p.2.

٥٢- Chung, Robert, op.cit., p.12.

٥٣- WAPOR Exit Poll Committee WAPOR Guidelines for Exit Polls and Election Forcasts, 2006, pp.1-3.

http://www. Wapor/org/exit-polls

٥٤- Chung, Robert, op.cit., p.2.

٥٥- هناك عدد غير محدود من الصحفيين الذين يؤيدون الأخذ بالصمت الانتخابى، حيث يرون أن استطلاعات الرأى هذه تعد منافسًا لهم، فهم الذين يعبرون عن الجمهور وآرائه وما يفكر فيه وما يريده، ولهذا السبب يؤيد الكثير من الصحفيين تلجيم استطلاعات الرأى. انظر:

Smith, Tom, op.cit., p. 217.

Donsbach, Wolfgang, 2001, op.cit., p.11.

٥٦- Traugott, Michael, op. cit., p. 3.

٥٧- Donsbach, Wolfgang, 2007. op.cit., p. 3.

Abstract

ELECTIONS AND OPINION POLLS

Nahed Saleh

For decades, opinion election polls have been used in democracies around the world to predict the outcomes of important elections with a high degree of accuracy.

This article tackles: pre-election polls, exit polls, and pre-election silence. Exit polls are more precise than pre-election polling in successfully predicting the outcome of the election. This is because the conductors are asking voters immedi ately after they have casted their ballot, rather than asking potential voters before the election who they might support.

The essence of pre-election silence period is to give voters a peaceful condition and a chance for reflected and deliberation on whom to vote in the election. But the Questions are: Do polls really influence voting behavior? Is a total or a partial ban on opinion polls compatible with basic democratic principles? Could a national embargo on the publication of pre- election polls be effective in a world of Internet?