

## استطلاعات الرأي العام في مصر:

### التجارب والإشكاليات وفرص التطوير

## Public opinion polls in Egypt:

### Experiences, problems , and opportunities

هشام عطية عبد المقصود\*

[Hisham.attia@must.edu.eg](mailto:Hisham.attia@must.edu.eg)

### الملخص

ارتباطاً باتساع وتطور المجتمعات ونمو السكان داخلها وما يتزامن مع ذلك من توسع في عدد وأدوار المؤسسات المختلفة العاملة في هذه المجتمعات في مجالاتها الاجتماعية والسياسية، والاقتصادية، والثقافية، والفنية.

ومع كل ذلك تنمو حاجة ماسة للتعرف المستمر استطلاعاً ودراسة لأولويات اهتمامات الجمهور وتشكل كل هذه المعارف مورداً ومدخلاً لا غنى عنه في عالمنا المعاصر لعملية صناعة القرار على مختلف المستويات.

ويمثل النقاش العلمي عن تجارب مراكز استطلاعات الرأي العام تأكيداً على مساحة الدور الذي أصبحت تقوم بها، وكمؤشر مهم على تزايد الاعتماد عليه في مجال صناعة القرار.

ونظراً لحدائثة تجربة وخبرات مراكز ووحدات الرأي العام في المجتمعات النامية، فإنه نموها واستمرارها وأيضاً مصداقيتها تواجه تحديات كثيرة ومتنوعة، ويكون من المهم هنا بناء حالة نقاش بين الخبراء والهيئات العاملة في مجال

---

\* عميد كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال – جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

استطلاعات الرأي العام من أجل ترشيد وتطوير الأداء، ومنحه شفافية وارتباطاً أكبر بتوجهات الرأي العام.

وتعنى هذه الدراسة بتقديم قراءة بحثية لمختلف تجارب مراكز استطلاعات الرأي العام في مصر، والدراسة تعتمد على خبرات الباحث الممتدة في هذا المجال عبر ما يزيد عن عشرين عاماً، والدراسة تمد نطاقها التحليلي لتدرس تجارب عمل هذه المراكز في فترات أبعد زمنياً من الفترة الحالية لتجربة عمل مراكز استطلاعات الرأي العام في مصر، من أجل إتاحة الفرصة لعقد مقارنات تأسيسية تسعى نحو تحليل واستخلاص عدد من الإشكاليات والتحديات التي تواجه عمل مراكز استطلاعات الرأي العام، كما تسعى إلى وضع منظومة مؤشرات تشكل خطة عمل مستقبلية تدعم وتطور من تجربتها في إطار توسيع قاعدة الاستفادة من مخرجاتها، وعبر شروط من المهنية والتقاليد العلمية الراسخة التي تعمل بها مراكز استطلاعات الرأي العام العالمية.

**الكلمات المفتاحية:** استطلاعات الرأي العام؛ أولويات الجمهور؛ الرأي العام وعملية صناعة القرار؛ مراكز استطلاع الرأي العام في مصر.

### **Abstract:**

As a result of expansion and development of societies and the huge increase of the population, and the continuous increase of the number and roles of the social, political, economic, and cultural institutions, an urgent need is growing for study of the priorities of the public.

All this knowledge constitutes an indispensable resource and input in our contemporary world to the decision-making process at various levels.

The scientific discussion about the experiences of public opinion poll centers is an affirmation of the scope of the role that they have become and an important indicator of the increasing reliance on them in the field of decision-making.

Given the recent experience and expertise of public opinion polling centers in developing societies, their growth, continuity, and credibility face many and varied challenges, so it is important to rationalize and develop performance to assure its transparency and greater connection with the priorities of public opinion.

This study is concerned with providing a vision based on the various experiences of public opinion poll centers in Egypt and relies on the researcher's experiences in this field over more than twenty years .

It develops an analytical scope of outputs of different public opinion polling centers in Egypt, in order to provide an opportunity to make fundamental comparisons that seek to analyze and derive a number of challenges facing the public opinion polling centers.

**Keywords:** Public opinion polls, priorities of the public, Public opinion and the decision-making process, public opinion poll centers in Egypt.

## مدخل تأسيسي: نحو دور فعال لاستطلاعات الرأي في مجال صناعة

### القرار:

مع اتساع نطاق عمل وتطور المجتمعات ونمو الخريطة البشرية داخلها وما يتزامن معها من توسع عدد وأدوار المؤسسات المختلفة العاملة فيها، ارتباطا بحجم الأنشطة والخدمات في سياقاتها السياسية والاقتصادية والثقافية والفنية والمجتمعية عامة، وحيث ينمو مع كل ذلك حاجة ماسة للتعرف المستمر استطلاعاً ودراسة لأولويات اهتمامات قطاعات الجمهور المختلفة وفق طبيعة كل مؤسسة وجهة تتعامل مع وتعنى بالجمهور، وتمتد من ثم تلك القياسات والاستطلاعات لتشكل ما صار يعرف عالمياً بحالة نشطة من القياسات الدورية والمستمرة للرأي العام وما يرتبط به من استطلاعات ومسوح مختلفة تعنى بقياس الاحتياجات والتوقعات بشأن مختلف القرارات والأنشطة والخدمات.

وتشكل كل هذه المعارف مورداً ومدخلاً لا غنى عنه في عالمنا المعاصر لعملية صناعة القرار على مختلف المستويات والأصعدة، حيث تقدم مستويات من المعلومات تساعد على فهم الحالة المجتمعية في سياقاتها السابق الإشارة إليها وتعمل على بناء مسارات التفاعل معها وفق رؤية كل جهة ومؤسسة معنية، ويتطور دور تلك الاستطلاعات أيضاً لأن تقدم مدى من المعارف يمتد إلى طرح سيناريوهات إدارة مواقف أو إشكاليات ما من واقع ما تحصل عليه من معلومات ومعارف مباشرة من الجمهور.

ويمثل النقاش العلمي عن وظائف تجارب مراكز ووحدات استطلاعات الرأي العام في الدوائر العلمية والبحثية في العالم تأكيداً على مساحات الدور الذي

أصبحت تضطلع به، وأيضا كمؤشر مهم على تزايد الاعتماد عليها من قبل الجهات المختلفة في مجال صناعة القرار، من أجل التعرف على التوجهات الخاصة بقطاعات الرأي العام المعنية بموضوعات الاستطلاع للاستعانة بها في تخطيط ووضع السياسات المختلفة وبناء المواقف نحو القضايا والأحداث.

ويمكن القول أن هذا الاهتمام بدور الاستطلاعات هو وثيق الصلة بتطور منظومة أداء المجتمعات ذاتها، حيث تمثل آلية لبناء النقاش داخلها عن الأولويات والخطط، وتعبيرا عن درجة ومستوى العمليات التفاعلية الإيجابية الدائرة في هذه المجتمعات، وهكذا تمثل استطلاعات الرأي في المجتمعات المعاصرة عنصرا مهما في توفير معلومات شاملة عن اتجاهات وتطورات مدركات الرأي العام لمختلف الشؤون والسياسات العامة.

وتظل نشأة ونمو مراكز ووحدات استطلاعات الرأي العام في المجتمعات انعكاسا لدور جديد ومهم مطول من استطلاعات الرأي تتحول فيه إلى آلية ومدخل ضروري في عملية صناعة القرار، وتجعل من قطاعات الرأي العام فاعلا مركزيا في العمليات السياسية والاقتصادية والخدمية في المجتمعات، ويكون ذلك مرتبطا بشروط موضوعية تتحول فيها مراكز ووحدات الرأي العام إلى هيئات بحثية يتأسس عملها على قاعدة العلم وشروط الضبط المنهجي المتعارف عليها دوليا كمؤشرات لمدى مصداقية الأداء.

ونظراً لحدائثة تجربة عمل ومحدودية الخبرات لمراكز ووحدات الرأي العام في المجتمعات النامية، فإنه تواجه تجربة نموها وعملها واستمرارها وأيضا مصداقيتها تحديات كثيرة ومتنوعة، يمكن التعامل معها من خلال تطوير

مجالات اهتمامها ودعم منجز وشمول تقاريرها، وهو ما يزيد من مساحة ما تحققه من مصداقية لدى مختلف قطاعات الرأي العام، ويكون من المهم والحيوي في هذا الصدد بناء حالة نقاش عام بين الخبراء والهيئات العاملة في مجال استطلاعات الرأي العام من أجل ترشيد وتطوير الأداء ومنحه شفافية وارتباطا أكبر بتوجهات الرأي العام.

وتعنى هذه الورقة البحثية بتقديم قراءة بحثية لمختلف تجارب مراكز ووحدات استطلاعات الرأي العام في مصر خاصة ما يتعلق بتجارب المراكز التي نشأت وفق مبادرات مختلفة كهيئات بحثية، أو داخل مؤسسات عامة أو خاصة أو أهلية أو ما يتعلق باستطلاعات رأى قامت بها هيئات إعلامية ومواقع مختلفة، وذلك دون إهمال السياق العام المتعلق بتجربة استطلاعات الرأي العام عموما، حيث أن معالم الشروط الموضوعية التي تعمل في إطارها تظل الى حد كبير متجانسة كما أن تجاربها تتقاطع في التحديات والإشكاليات.

وتسعى هذه الورقة البحثية التي تعتمد على خبرات الباحث الممتدة في هذا المجال وعبر ما يزيد عن عشرين عاما الى أن تمد نطاقها التحليلي الى تجارب عمل هذه المراكز في فترات أبعد زمنيا من الفترة الحالية لتجربة عمل مراكز استطلاعات الرأي العام في مصر، من أجل ربط مسارات الحاضر بما تم فيما قبل، ومن ثم إتاحة الفرصة لعقد مقارنات تأسيسية تسعى لرصد وتحليل واستخلاص عدد من الإشكاليات والتحديات التي تواجه عمل وحدات ومراكز استطلاعات الرأي العام، كما تسعى الى وضع منظومة مؤشرات تشكل خطة وخريطة عمل مستقبلية تدعم تطور تجربتها في إطار ضبط وتوسيع قاعدة

الاستفادة من مخرجاتها، وعبر شروط من الاستقلالية والمهنية والتقاليد العلمية الراسخة لمراكز استطلاعات الرأي العام العالمية.

### إشكاليات أداء وحدات ومراكز استطلاعات الرأي العام في مصر:

عند تحليل تجارب استطلاعات الرأي العام المصري عبر هيئات ومراكز وجهات قياسها المختلفة، ومن خلال متابعة وتحليل مختلف ما هو منجز فعلياً من هذه الاستطلاعات في مجالاتها المعرفية وعبر اهتماماتها الموضوعية المتنوعة أمكن استخلاص عدد من المؤشرات تمثل مجموعة من إشكاليات استطلاعات الرأي العام في مصر كما تشكل مدخلاً لفرص تطويرها في ذات الوقت، وذلك على النحو التالي:

### أولاً/ إشكالية أنماط استجابة قطاعات الرأي العام وتأثيرها على نتائج الاستطلاعات:

#### 1/ خصائص الثقافة الاجتماعية والسياسية للجمهور:

لا شك أن واحداً من أهم الإشكاليات ذات الصلة بدقة ومصداقية استطلاعات الرأي في مصر وغيرها من المجتمعات إنما تتعلق بخصائص الثقافة الاجتماعية والسياسية لمختلف فئات الجمهور، خاصة ما يتعلق منها بما يسمى حدود تلقائية وطوعية التفاعل الإيجابي مع قياسات الرأي العام، والتي تتعلق بما يحدث أثناء رصد الآراء والمواقف والتوجهات إزاء مختلف القضايا والأحداث موضع

الاستطلاعات، وهو أمر مؤثر بشكل واضح في تحديد طبيعة ومدى استجابات الجمهور لأسئلة استطلاعات الرأي ومن ثم بناء شكل النتائج.

حيث أن الخبرة الحياتية المتوفرة لدى المواطن والمتناقلة عبر أجيال وما يرتبط بها من محاذير داخله وربما ما قد يشاغله من أن رأيه ليس مهما لهذه الدرجة حتى يتم استطلاعاه، فإن كل ذلك يصنع تأثيره في الوعي الخاص بالجمهور ويحول دون اتساع نطاق الاستجابة فضلا عن دقتها وثباتها، ويبدو الأمر واضحا بشكل أكبر في مجال الاستطلاعات ذات الموضوعات الإشكالية التي تستنفر لديه استشعارا بخطورة نسبية لما قد يقول وحتى لو كان من يقوم بالاستطلاع جهة رسمية وموثوق فيها.

وحيث يترسخ مما لمسناه في التجارب قدرا من شعور مستقر نسبيا لدى قطاعا من المبحوثين خاصة في القرى بلا جدوى مثل هذه الاستطلاعات، وينجم عن ذلك قدر أقل من الجدية في التفاعل يتزامن معه قدر مواز من محدودية الثقة خاصة في التفاعل مع أسئلة تستدعي خيارات واختيارات ما محددة يراها قد تحمله مسؤولية ما.

يمثل أيضا السياق التاريخي لعلاقة تلك الاستطلاعات بفكرة ومفهوم الاستجواب لدى الجمهور غير المتابع أو غير المشارك من قبل في استطلاعات قدرا من الحواجز وتمثل جزءا من ميراث العزوف والشك عن المشاركة في استطلاعات الرأي المختلفة.



## 2/ المتغيرات المتعلقة بمستويات الاهتمام بالشأن العام لدى الجمهور:

تمثل أيضا نسب مشاركة الجمهور والمواطنين في الفعاليات المجتمعية واستحقاقاتها عبر الوقت وعبر مراحل التاريخ تعبيراً عن الثقافة المجتمعية والسلوك المعوق لمزيد من المشاركة في الاستجابة لاستطلاعات الرأي العام والدفع نحو عدم التفاعل الإيجابي مع قياساتها، حيث أن هناك محدودية نسبية تظهر عبر العقود وتمتد لأجيال كثيرة لنسب المشاركة في الفعاليات المجتمعية، وهي أمور تتعلق عموماً بحدثة تجربة التحول الديمقراطي في المجتمع وعوامل اقتصادية واجتماعية متنوعة أخرى، وهو أمر ينعكس بالتأكيد على أحد مظاهر المشاركة المجتمعية ممثلة في الإقبال على استطلاعات الرأي العام المختلفة.

هناك بعد آخر يؤثر في مدى المشاركة والتفاعل مع استطلاعات الرأي يتعلق بالأحوال الاجتماعية والاقتصادية لجمهور المواطنين، حيث تظهر بعض خبرات استطلاع الرأي أن هناك قطاعات كبيرة من الجمهور لا تؤهلها معارفها ومدرجاتها السياسية والاجتماعية عن الواقع للمشاركة بصدق في استطلاعات الرأي، نتيجة ظروف محدودة التعليم أو غيابه كلية، وغياب أدوات ووسائل التنقيف والمشاركة والدمج في الحياة العامة، فضلا عن تأثيرات الفقر الاقتصادي والانشغال بتوفير مقدرات الحياة يوما بيوم، تجعلهم خارج سياق المعرفة والمتابعة والنشاط السياسي الذي يتيح لهم المشاركة بفاعلية وصدق في الاستجابة لقياسات الرأي العام.

وتظهر خبرة الاستطلاعات الميدانية لهذه القطاعات تركزها خارج حدود المدن وعواصم المحافظات بشكل واضح، وهو ما يستدعي برامج توعية موجهة

الى هذه القطاعات مما قد يدعم ويرفع من وعى المشاركة في استطلاعات الرأي العام.

### 3/ محدودية برامج وحملات التوعية بالمشاركة العامة والمجتمعية:

تظهر المؤشرات التحليلية أن قطاعاً كبيراً من الجمهور المفترض لاستطلاعات الرأي العام عندما يواجه باحثين ميدانيين يطلبون التعرف على رأيه بشأن قضايا الرأي العام تكون مساحة الشك والارتياح كبيرة وقائمة تؤثر في مختلف أوجه استجابته، ولعل أبرز مظاهر ذلك في التطبيق الميداني لاستطلاعات الرأي يتعلق بأن المبحوث وخلال مرحلة استجابته يتوقف أحيانا عند بعض الأسئلة أو البدائل التي يختار من بينها متخوفاً أو متهرباً أو رافضاً الاستجابة تحت دواعي شتى، وهو ما يحتاج جهداً أكبر ومحاولات منهجية لتلافي التأثير الضار على مخرجات الاستطلاع.

### ثانياً/ إشكالية تزايد حجم كتل الرأي العام المتأرجحة في استطلاعات

#### الرأي:

هذه الكتل المترددة أو المتأرجحة تمثل واحدة من أهم الإشكاليات المتعلقة بدور الجمهور وقطاعات الرأي العام في تحديد نتائج الاستطلاعات، وخاصة ما يتعلق منها بالاستطلاعات السياسية المعنية بقياس آراء سياسية وتقييم فرص الأفراد والأحزاب والكتل والقوى السياسية في الانتخابات، وما ارتبط بذلك من تفاوت للنتائج وتباين نوعي في المخرجات، وما ارتبط بذلك أيضاً من نقاش عام عن حدود ثقة ودقة الاستطلاعات عامة وسلامة تعبيرها عن الرأي العام.

وحيث تثور هنا قضية مهمة يدركها القارئون على هذه الاستطلاعات فيما يخص رصد توجهات الناخبين أزاء المرشحين سواء كأفراد أو كأحزاب وكتل وفق طبيعة الفاعليات الانتخابية التي يتم الاستطلاع بشأنها، وبينما توجد قطاعات من الرأي العام استطاعت خلال فترة الانتخابات أن تحسم توجهاتها التصويتية بشكل حاسم نحو شخصيات أو قوى محددة، لكن نتائج الاستطلاعات تظهر تيارا كبيرا داخل العينات المختلفة وتصل أحيانا الى نسب مهمة ربما يحمل بعضها توجهات أولية غير متبلورة ولا يقينية بشأن الترشيح واتجاه التصويت، في حين أن نسب أخرى داخل ذات الكتلة لم تتوصل بعد الى المشاركة في التصويت أساسا من عدمه فضلا عن تحديد المرشحين.

هذه الكتل المتأرجحة المتغيرة تصنع فروقا مهمة في النتائج عبر مختلف استطلاعات الرأي، وتصنع فروقا نوعية ما بين استطلاع وآخر وبينها جميعا وبين تجربة ونتائج الانتخابات في الواقع.

ومشكلة هذه الكتل المتأرجحة في جمهور استطلاعات الرأي العام لها صلة وثيقة بانخفاض درجة تسييس المصريين نتيجة أبعاد تاريخية نجم عنها محدودية المشاركة في عضوية الأحزاب، وهو ما يساهم في صناعة حالة تأرجح بعض قطاعات الرأي العام ويجعل التأرجح وعدم التحديد حالة واقعية تؤثر على سلوك التفاعل مع استطلاعات الرأي العام والإجابة على أسئلتها الحرجة، وهكذا تحضر حالة الاختلاف في النتائج عبر الاستطلاعات نتيجة الفروق الزمنية لإجرائها وكذلك دور وسائل الإعلام والاتصال الشخصي في بلورة توجهات قطاعات من تلك الكتلة الكبيرة من الناخبين وقبل الانتخابات مباشرة.

## ثالثاً/ إشكالية دور بعض وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي

### في مجال بناء ونشر الاستطلاعات:

رغم أهمية نشر وتوسيع نطاق معرفة الجمهور والقوى المؤسسية المختلفة بنتائج استطلاعات الرأي العام المختلفة، وما يؤدي إليه ذلك من دعم قوة وجودها كأحد مظاهر الفعل الديمقراطي في المجتمعات وبناء مجال نقاش عام حول نتائجها ودورها وحدود مصداقيتها، إلا أن هناك جانبا ومساحة أخرى سلبية في هذا الصدد، حيث تلعب بعض وسائل الإعلام المختلفة دورا في التأثير السلبي على مصداقية وتطوير تجارب استطلاعات الرأي العام أحيانا لدى الجمهور العام، وأيضا لدى هيئات صناعة القرار ومؤسسات المجتمع المدني وتضع حدودا على تطوير التجربة نحو مزيد من الدقة والمصداقية، ويتنوع تأثير حدود هذا الدور على النحو التالي:

### 1/ البعد الأول في هذا الصدد يتعلق بعشوائية تنظيم ما يطلق عليه

استطلاعات الرأي العام على بعض بوابات الصحف الإلكترونية المختلفة وغيرها من مواقع وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث غالباً ما تطرح سؤالاً محدداً بشأن قضية ما على جمهور المتصفحين للموقع، وهو أمر غير منضبط علمياً وانتقائياً في مجال الطرح والتصويت تتجم عنه نتائج لا يمكن الوثوق بتعبيرها عن عينة ممثلة للجمهور، وهو ما يؤدي في سعة انتشاره وتطبيقاته ومتابعة الجمهور له ولنتائجها الى تنمية احساس بعدم الجدية والثقة لدى الجمهور حين يطلب منه الاستجابة والتفاعل مع استطلاعات رأى عام منضبطة نتيجة الخبرات والمدرجات التي تشكلت من هذه المواقع.

**2/ البعد الثاني يخص العرض المقتضب وأيضاً السريع لاستطلاعات الرأي في بعض الصحف ووسائل الإعلام والمواقع عبر إيجاز يكون مخلاً ومقتضياً، ودون أن يتزامن مع النشر تفاصيل تخص الجهات التي قامت بالاستطلاعات ومصادر التمويل ونوع العينات وطريقة سحبها وهامش الخطأ الإحصائي الذي تتحرك في ظله النتائج، خاصة إذا تزامن مع هذا النشر نوع من التوظيف المتعمد الذي يقوم بانتقاء نتائج "استطلاعات" محددة ، وحيث يتم نشر النتائج التي تتوافق مع توجهات التوجهات الإعلامية للوسيلة ارتباطاً بالأحداث والقضايا المثارة، مما قد يكرس ربما احساساً ما لدى بعض الجمهور بأن الاستطلاعات عامة موجهة وتستهدف إعلاء وجهة نظر ما محددة.**

**3/ البعد الثالث في مجال دور وسائل الإعلام في مجال عرض استطلاعات الرأي العام هو ما يتعلق بعدم الاهتمام بالاستطلاعات التأسيسية العامة المنضبطة التي لا تحمل ظلاً لمواقف سياسية أو ترتبط بشخصيات ما أو جهات ما، فنتيجة عدم اهتمام هذه الاستطلاعات بفكرة الإثارة في عرض النتائج، وربما خلوها من فكرة تقديم مخرجات تتوافق مع جهة ما ممولة محددة تظل نتائجها التي تخلو من فكرة الإثارة والعمل على تقوية شخص أو جهات محددة خارج نطاق العرض والتقديم الموسع.**

**4/ ويبدو الحل في هذا الصدد ممكناً من خلال وضع ضوابط محددة تمنع نشر مثل نتائج هذه الأسئلة باعتبارها استطلاعات للرأي العام، وتلزم الجهات والمواقع بتوعية الجمهور بأنها تتلقى فقط آراء متصفحها بشأن سؤال محدد تطرحه عليهم، وأن نتيجة الاستجابة لا تعبر موضوعياً سوى عن الشريحة من المتصفحين التي استجابت دون إمكانية تعميم أو توسيع نطاق الاستجابات لتشمل من هم خارج دائرة المستجيبين.**

## رابعاً/ إشكالية انخفاض الطلب المجتمعي والمؤسسي على المعرفة العلمية يجعل من استطلاعات الرأي العام آلية نخبوية:

كثيراً ما يظهر تعليق بعض الشخصيات والمؤسسات المجتمعية يحمل تقليلاً من جدوى وأهمية الاستطلاعات، وهو خطاب ينتقل بالسلب الى تقدير ورؤية الجمهور لدور وأهمية استطلاعات الرأي العام خاصة ذات المصادقية منها، فلاشك أن جزءاً مهماً من نمو منظومة العلم في المجتمعات المختلفة وتعاضم دوره في تطوير مختلف عناصر الحياة إنما يرتبط بوجود تقدير مجتمعي عام للعلم، ولأهميته في صناعة التحولات وبناء حالة المستقبل الأفضل، ولاشك أن هذا الدور يشهد حضوراً ينمو مع الوقت وإن كان لازال منخفضاً في المجتمعات النامية، حيث تحل أولاً فكرة الإدارة اليومية لمشاغل الحياة وتبعاتها نتيجة كثرة وتتابع المشكلات ومحدودية الموازنات فيتراجع نسبياً التخطيط وقياس المتوقع وبناء الخطط على المدى الطويل، مما ينجم عنه دور بيروقراطي للعلم يحصره في زاوية التنفيذ دون الرؤية الأبعد والأشمل ويعتمد بالتالي على منظومة بيروقراطية وليست بحثية مبدعة.

كل هذا التصور حين ننقله الى مجال البحث الاجتماعي والإنساني يكشف ضعف الاهتمام الموجه لمجال استطلاعات الرأي في المجتمع من قبل كل من النخب والجمهور العام، وهو ما يضع معوقات في مجال تطوير تجربتها في هذه المجتمعات.

## خامساً/ إشكالية عدم تراكم خبرات بحثية موسعة في مجال تصميم

### وأجراء استطلاعات الرأي العام:

#### 1/ محدودية التجربة ونقص الخبرات التأسيسية:

تمثل أيضا فكرة تراكم الخبرات في تصميم وتطبيق استمارات استطلاعات الرأي وقياساته بصفة عامة بعدا مهما في فهم إشكاليات عمل مراكز استطلاع الرأي المحلية في مصر، والحديث هنا عن تراكم الخبرات لا يقف فقط عند حدود المعنى العلمي والمعرفي للباحثين ولمراكز استطلاعات الرأي ذاتها، بل المقصود به أيضا الحرية الأكاديمية والمناخ المجتمعي العام الداعم.

ذلك أن غالبية مراكز استطلاع الرأي ذات النقل والتي عملت في مصر اقتصرت بشكل واضح على مؤسسات لها طابع حكومي فضلا عن هيئات جامعية، وهو الأمر الذي أثر على عملية تراكم خبرات بناء وتصميم وتطبيق قياسات الرأي العام في مجالات موضوعية متنوعة وقلل من دائرة اتساع دور الاستطلاعات لترتاد مجالات استطلاع احتياجات غير تقليدية.

كما أدى نمو غير مقنن في نهاية تسعينات القرن العشرين لبعض مراكز استطلاع رأي غير معلنة الجهة والخبرات لمزيد من عرقلة تطور تجربة استطلاعات الرأي، حيث شارك في اجراء تلك الاستطلاعات بعض الشخصيات والهيئات وعدد من وسائل الإعلام وبعض من هيئات المجتمع المدني، في حين كانت البنية البشرية التي تقوم بذلك غير كافية وبعضها غير مؤهل بشكل محدد للقيام بذلك، مما أسفر عن دخول قطاعات متنوعة لا يملكون خبرات معتبرة

توهل لإجراء استطلاعات الرأي وضبط منهجياتها تلبية للطلاب المتزايد عليها، فشهد الواقع تضخماً وتكراراً لاستطلاعات رأى تقوم بها جمعيات مدنية وصحف وقنوات فضائية وهيئات بحثية ناشئة، من دون ضوابط وخبرات كافية، مما نجم عنه اضطراب كبير في تباينات النتائج فيما بينها، فضلاً عن أنه في بعض الحالات غابت فرضية شفافية الإجراءات المتبعة.

## 2/ اضطراب معايير اختيار العينات الممثلة وتطبيقها ميدانياً بدقة:

تُمثل قضية الضبط المنهجي لإجراءات المعاينة والأخطاء الناجمة عن ذلك محدداً مؤثراً في دقة تعبير النتائج المستخلصة من عينات الاستطلاع، حيث أن اضطراب أو محدودية معايير الضبط المنهجي، ينجم عنه انخفاض درجة تمثيلها لتباينات واقع المجتمع الذي تسحب منه العينة.

كما أن تنوع البيئة الاجتماعية والثقافية للمصريين وانتشارها جغرافياً، وتباين السياق الخاص بالريف والحضر والمستويات الاقتصادية والاجتماعية والتوجهات الثقافية حتى بين مستويات الريف والحضر في كل من محافظات الوجه البحري والوجه القبلي، جميعها تلعب دوراً مهماً في منح عينة أكثر / أو أقل تمثيلاً لخصائص المجتمع، وهو ما يتتبعه درجة دقة أكبر / أو أقل في مؤشرات النتائج المستخلصة من الاستطلاع.

وهنا تبرز الإشكاليات المتعلقة بعدم التحديد الدقيق للخريطة السكانية المصرية وتبايناتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وعدم بناء توزيع للمحافظات وفق مدى تجانسها داخل منظومة نوعية تعتمد على نتائج وبيانات خاصة بحالات قريبة من موضوع الاستطلاع.



فمثلا عند اختيار عينة نوعية للمحافظات في استطلاع رأى قادم وليكن مثلا عن حظوظ الأحزاب والأفراد في انتخابات برلمانية، فلا بد مسبقا وأن يراعى فرز خريطة المحافظات في مجموعات نوعية وفق تجانس نسب واتجاهات التصويت في كل الانتخابات السابقة، واستخدام ذلك ضمن مؤشرات أخرى في مجال تحديد نطاق العينة وتوزعها على محافظات الجمهورية المختلفة.

وتمثل قلة الخبرات وعدم بذل جهد موسع في قراءة واستخلاص طبيعة المؤشرات المؤثرة على اختيار العينات الممثلة وذات الارتباط بمحددات الظاهرة موضع الاستطلاع عائقا يقلل من كفاءة ودقة نتائج الاستطلاعات.

كما أن عدم الإعلان الكافي في تقارير نتائج الدراسات المختلفة عن اجراءات سحب عينة الاستطلاع، والمتغيرات التي حكمت تقدير حجمها وتوزعها جغرافياً، وهامش أخطاء المعاينة تعمل جميعها كعوامل تقلل من شفافية ومصداقية نتائج الاستطلاعات، ونظرة موسعة وشاملة على كثير من نتائج الاستطلاعات المعلنة التي أجريت من جهات غير رسمية في المرحلة الزمنية المشار إليها سنجد أنها تفتقد كثيرا من شفافية إعلان هذه الإجراءات الأساسية والضرورية.

### 3/ الاستقلالية البحثية عمل مراكز ووحدات استطلاعات الرأي العام:

تمثل إشكالية مدى الاستقلالية البحثية في مجال قياس استطلاعات الرأي العام أولوية في طريق بناء مصداقية المراكز والاستطلاعات ذاتها، خاصة حين نربط ذلك بطبيعة موضوعات الاستطلاعات التي تقوم بها.

كل هذا يدعم فكرة السعي نحو الاستقلال التنظيمي والعلمي لوحدات استطلاعات الرأي العام لتضطلع بمسئولية تقديم صورة موضوعية متعددة الأبعاد للواقع، ويمكن أن يتم ذلك عبر عدد من الإجراءات تضمن انفتاحها على خبرات من خارج هيئاتها ومؤسساتها، ووضع منظومة قواعد وإجراءات شفافة لضبط عملها، واخضاع نتائج استطلاعاتها للنقاش العام، إن مختلف هذه الإجراءات يمكن أن يضيفي طابعا مستقلا على هذه الوحدات البحثية، ويمنحها مع امتداد الخبرة وسابقة الأعمال وجودا مستقلا حقيقيا يرتكز على دور علمي ومعرفي واضحين.

#### 4/ جدوى ومصداقية أدوات جمع بيانات استطلاعات الرأي:

هناك إشكالية أخرى تؤثر في مدى دقة نتائج استطلاعات الرأي المحلية وتطوير الثقة فيما تقدمه من نتائج، وهو يتعلق بأدوات جمع البيانات وطريقة تلقي استجابات الجمهور، حيث تظهر نتائج مراجعة عدد من استطلاعات الرأي عبر عقود ومن خلال مراكز وهيئات بحثية محلية، أن هناك ميلا واضحا لتوظيف المقابلة عبر أجهزة التليفون الثابت، ويتم تبرير ذلك بعدد من الحجج لعل أهمها سهولة وإتاحة المكالمات وسرعة الحصول على المعلومات وقلة تكلفتها قياسا باللقاءات المباشرة مع جمهور المبحوثين.

والواقع ومن خلال خبرات متابعة نتائج هذه الاستطلاعات أن قسما كبيرا من اضطراب نتائج هذه الاستطلاعات ومؤشراتها المستخلصة إنما يرتبط بهذه الوسيلة في جمع البيانات، وحيث لا يصح هنا المقارنة ببيئات غربية تعتمد على

هذه الوسيلة في جمع البيانات وألفة الجمهور مع تلقى أسئلة الاستطلاعات عبر هذه الوسيلة التليفونية.

أما في المناخ المصري وطبيعة ثقافته الاجتماعية فإن اللجوء للتليفون يعنى منذ البدء غياب إطار دقيق واضح المعالم لمجتمع البحث الذى تسحب منه العينة، فضلا عن غياب تحديد دقيق شامل لمواصفات العينة يقوم على اشتراطات موضوعية مرتبطة بالمجال الموضوعي للاستطلاع وتعتمد على عينة ممثلة لمختلف تباينات المجتمع الأصلي.

فالباحث لا يعلم طبيعة من يرد على الهاتف ومدى توافقه مع مواصفات واشتراطات مفردات العينة بشكل حاسم، كما أنه لن يتأكد أيضا من استيفاء موضوعي لنسب تمثيل المفردات موزعة على بيئات ثقافية وحضرية مثلا وريفية متنوعة وفق محددات العينة، كل ذلك يفضي إضافة الى عوامل أخرى الى عدم التحديد والدقة في استخلاص مؤشرات تتعلق بنتائج الاستطلاع.

### 5/ قضية كفاءة وخبرات تأهيل الباحثين الميدانيين:

تمثل الخبرات المتراكمة لدى الخبراء والباحثين في الهيئات ووحدات ومراكز استطلاع الرأي العام تعبيرا عن مدى توافر القدرة على تصميم استطلاعات رأى أكثر دقة واكتمالاً وضبطاً منهجياً واحصائياً، ويدخل في هذا الصدد تشكيل وتدريب فرق البحث من الباحثين الميدانيين على كيفية مساعدة المبحوث على الاستجابة دون تحيزات أو توجيه محدد فيما يخص أسئلة الاستطلاع، هذه الخبرات تضبط عملية ملء بيانات الاستطلاع وتمنح تدقيقاً في اختيار المفردات

البحثية المتوافقة مع اعتبارات اختيارات العينة كما هو محدد في تصميم الاستطلاع، وبما يزيد من درجات دقة ومصداقية أداة الاستطلاع.

### تحديات في مجال تطور تجربة مراكز استطلاعات الرأي في مصر:

يظل التحدي الرئيسي القائم أمام تطور عمل مراكز ووحدات استطلاعات الرأي العام في مصر وبما يؤسس لمصداقية كبيرة لدى الرأي العام واعتماد متزايد عليها لدى صناع القرار إنما يتركز على بعدين متكاملين كما يلي:

**1/** استقلالية هذه الوحدات والمراكز عن دوائر النفوذ التي تقلل من شفافية ومصداقية ما تقوم به من استطلاعات وتلقى بظلال كبيرة على اختياراتها ونتائجها وأدوارها، هذا الحرص على الاستقالة المالي والإداري والبحثي يمهّد ويؤسس لبيئة عمل مهنية تمنح الثقة في مصداقية الأداء وشفافية الدور والوظيفة.

**2/** البعد الثاني يخص تطوير القدرات العلمية والبحثية وإجراءات الضبط المنحى وتكوين كوادر بحثية وميدانية مدربة ومؤهلة، يظل هذا هو التحدي المعنى بالجانب العلمي والمنهجي لهذه الاستطلاعات، والذي يدفع نحو مزيد من الالتزام بالقواعد العلمية المتعارف عليها في مجال بناء وتصميم وتطبيق قياسات الرأي العام في المجتمعات والمراكز ذات المصداقية الدولية.

## مؤشرات وتوصيات: نحو أفق مستقبلي أكثر استقراراً ومصادقية:

**1/** إنشاء مصفوفة علمية للضبط المنهجي لقياسات الرأي العام في مصر، تكون بمثابة كود علمي وبحثي يمنح شفافية ومصادقية لعمليات تصميم وتطبيق استطلاعات الرأي العام، متضمنة اعلانا واضحا لمعايير وشروط اختيار العينات وقواعد التعامل الإحصائي مع البيانات.

**2/** إطلاق ميثاق شرف أخلاقي لممارسات استطلاعات الرأي العام في مصر يحدد اخلاقيات التعامل مع الجمهور في الاستطلاعات، وشروط توظيف الباحثين الميدانيين، تكون بمثابة محدد جودة أداء، وتتضمن ضوابط خاصة بمحتوى وطريقة إعلان نتائج الاستطلاعات.

**3/** رصد الإشكاليات التي تقلل من مصادقية وتطور وحدات استطلاعات الرأي العام السابق الإشارة إليها ووضع خطط للتعامل معها والتغلب عليها.

**4/** التوسع في إتاحة المجال للجمهور والباحثين وهيئات ومنشآت علمية وجامعية متخصصة لمتابعة ومناقشة نتائج الاستطلاعات من خلال جلسات خبراء وكشف مدى شفافيتها للرأي العام.

**5/** وضع ضوابط بحثية واجرائية وأخلاقية لإجراء وتطبيق ما يسمى باستطلاعات الرأي في المواقع والصحف المختلفة.

**6/** إنشاء رابطة لمراكز ووحدات استطلاعات الرأي العام في مصر تمنحها نوعا من التكامل فيما بينها، وتتيح لها معرفة مبادرات استطلاعات الرأي العام التي تقوم بها وتبادل تقارير النتائج الموجزة، تلافيا لتكرار الجهود، فضلا عن عقد ندوات ومؤتمرات لمناقشة الإشكاليات والتحديات التي تواجه نموها.