

معوقات الأداء المهني لمستطلعي آراء الجمهور في استطلاعات الرأي العام وانعكاساتها على جودة البيانات ومستوى كفاءة الأداء دراسة ميدانية

د. محمد لطفي زكريا الشيمي

مدرس بقسم الإعلام
كلية الآداب- جامعة المنيا

الملخص:

عُتبت الدراسة الوصفية بالكشف عن المعوقات التي تواجه مستطلعي الآراء في مسوح واستطلاعات الرأي، ومدى تأثير هذه المعوقات على كفاءة أداء مستطلعي الرأي وبالتالي على جودة بيانات ونتائج استطلاعات الرأي، وفي ضوء مدخل مجمل أخطاء المسح، وباستخدام أداتي المقابلة المتعمقة، والملاحظة بالمشاركة طبقت الدراسة على عينة مكونة من (32 مفردة) من مستطلعي الآراء في عدد من جهات ومراكز قياس الرأي العام المصرية الحكومية والخاصة، توصلت نتائج الدراسة إلى وجود عدد من الضغوط والمعوقات التي تعوق عمل مستطلعي الآراء، وتؤثر على عملية جمع البيانات وبالتالي على دقة وجود نتائج استطلاعات الرأي، بعضها مرتبط بالجهة التي يعملون بها: كتصميم العينات واختيارها، وتصميم استمارة الاستبيان، والتصريحات والموافقات الأمنية، وتدريب الباحثين، والرواتب أو الأجور، والأمان الوظيفي، والترقي، وعدم وجود نظام لتقييم الباحثين، وضغط الاستمارات، وعدد ساعات العمل، وأخرى مرتبطة بطبيعة وتكوين واستجابة المبحوث، كضعف الاستجابة، وتوهم المعرفة، والمراوغة، وبعض تحديات العادات والتقاليد، وثالثة مرتبطة بصعوبات ثقافية ومجتمعية: كالثمية وضعف الوعي، وضعف الإقبال على المشاركة في استطلاعات الرأي، والخوف والتشكك من الإدلاء بالرأي، وخاصة في الموضوعات والقضايا السياسية-دوامة الصمت- وغيرها من المعوقات التي قد تؤثر جميعها أو بعضها في جودة ودقة نتائج مسوحات الرأي العام بشكل أو بآخر، إضافة إلى وجود صعوبات مرتبطة بنمط ملكية الجهة التي يعملون بها، وبيئة العمل التي يُنفذ فيها استطلاع الرأي، والعوامل الديموغرافية للباحث أو المبحوث، وتأثير أداة جمع البيانات على عمل مستطلعي الآراء وبالتالي على جودة نتائج المسوح.

مقدمة:

تعتبر دقة نتائج المسوح من أهم الأهداف التي تسعى لها أي مؤسسة بحثية، كما يعد الباحث أحد العناصر الأساسية في أي بحث^(١). وتمثل عميلة جمع البيانات في استطلاعات الرأي العام الركن الأساسي الذي يقوم عليه الاستطلاع، مما يعني أن أي خلل في هذه العملية يؤثر بالسلب على تحقيق الأهداف المنشودة من الاستطلاع.

ويقوم المحاور أو مستطلع الرأي أو الباحث الميداني بإدارة الاستطلاعات من خلال المقابلات التي يجريها مع المبحوثين؛ وذلك لجمع البيانات والمعلومات المستهدفة، ويشارك في الاستطلاعات والمسوح الحكومية واسعة النطاق كالمسح أو التعداد السكاني، والدراسات الاستقصائية التي يستخدمها المجتمع الأكاديمي لفهم ما يفكر فيه الناس ويفعلونه، واستطلاعات وقياسات الرأي العام في قضية معينة وزمن معين-استطلاع التتبع اليومي بجالوب Gallup على سبيل المثال^(٢).

ونظرا لأهمية الدور الذي يقوم به باحث استطلاع الرأي - حيث يمثل حلقة الوصل بين استمارة الاستطلاع والمبحوث- فإنه يمثل أحد الركائز الأساسية في استطلاعات الرأي العام، والتي لها تأثير كبير على جودة نتائج استطلاعات الرأي، وبالتالي تحقيق استطلاعات الرأي لأهدافها^(٣).

وتؤكد نتائج العديد من الدراسات^(٤) أن هناك عددا من الضغوط والتحديات التي تواجه صناعة قياسات الرأي العام في التجربة المصرية، والتي بدورها قد يترتب عليها مشكلات تتعلق بجودة بيانات ونتائج الاستطلاعات التي تجريها مراكز استطلاعات الرأي، وتجعلها عرضة للانتقاد والتشكيك أحيانا.

وعلى مدار عقود سابقة وحتى الآن ناقشت دراسات عديدة مصادر الخطأ في استطلاعات ومسوحات الرأي العام، وتطورت هذه الدراسات على مدار ما يقرب من تسعة عقود، حتى أصبح لدينا مداخل علمية رصينة تناقش هذه الأخطاء، وتسعى دوما للحد منها أو تقاضل بينها وبين صعوبات وقيود / بدائل أخرى (التكلفة- الوقت- الإعتبارات الأخلاقية) كمحاولات جادة لتطوير استطلاعات الرأي العام قدر الإمكان^(٥).

وبالتوازي مع التوجه البحثي الذي عني بأخطاء ومصادر الخطأ في المسوح واستطلاعات الرأي، ومع تطور مفهوم الجودة وصولا إلى دراسة الجودة على ثلاثة مستويات مختلفة، المنتج product والعملية process والتنظيم organization، ركزت الأدبيات المبكرة حول جودة المسح survey quality على جودة بيانات المنتج (الدقة)، بدءا من تطوير نظرية أخذ العينات لنيمان Neyman في ثلاثينيات وأربعينيات القرن الماضي، وكان التركيز منصبا على تقليل أخطاء أخذ العينات والتحكم فيها. ثم الاعتراف في دراسات لاحقة في الأربعينيات

والخمسنيات من القرن الماضي لعدة باحثين ديمينج (Deming, 1944)، وهانسن وزملائه (Hansen et al. 1953) بأن هناك مصادر خطأ أخرى غير العينات (المحاورون وغير المستجيبين) قد تؤثر على نتائج المسح، فشدّد بعض الباحثين في الستينيات (Dalenius, 1967) على أهمية تقليل جميع مصادر الخطأ من أجل تقدير مكونات الخطأ المنفصلة، وأصبح توحيد ومراقبة العمليات المعروفة بتأثيرها على جودة المنتج مثل أخذ العينات والمقابلات والترميز جزءاً مهماً من إنتاج الإحصائيات، وأن التحسين المستمر لعمليات المسح الرئيسية تقترب العملية الكلية من حالة مثالية - أي حالة مستقرة وقابلة للتكرار مع الحد الأدنى من التباين (Biemer and Lyberg, 2003). وتم تطوير عدد من المعايير والمبادئ التوجيهية والممارسات الموصى بها على مدى السنوات الممتدة من 1970 حتى اليوم تهدف جميعها إلى تقليل الأخطاء والاختلافات غير الضرورية. أدت هذه الجهود إلى ما يسمى بنهج الخطأ الإجمالي للمسح Total Survey Error Approach لأندريسن وزملاءه (Andersen et al. 1979) وهو الأطار النظرية المستخدمة في الدراسة⁽⁶⁾.

وبنمو مفهوم جودة المسح في أواخر سبعينيات القرن الماضي من خلال ما يسمى بأطر الجودة التي تم تطويرها داخل مجتمع المسح، وبدء العديد من منظمات المسح في التسعينيات من القرن الماضي، متأثرة بحركة إدارة الجودة الشاملة في العمل على مشاريع التحسين، وتم التأكيد على أهمية استخدام بيانات العملية التي سميت لاحقاً paradata لتقييم جودة العملية والتحكم فيها كمنهج لجودة المنتج، وبدأ مفهوم Six Sigma بالفعل في التطور في القطاع الخاص وتحديداً في شركة Motorola في عام 1985، واتضح أنه يمكن أيضاً أن يكون مفيداً جداً لتحسين عمليات المسح. وطور (Kenett and Shmueli, 2014) إطاراً جديداً لتقييم جودة البيانات يشار إليه باسم InfoQ أو جودة المعلومات؛ يوفر إطاراً عاماً ينطبق على تحليل البيانات بمعنى أوسع من جودة المنتج. ويمكن اعتباره إطاراً عاماً يشمل إطار عمل الجودة الشاملة للمسح كحالة خاصة، ومن بعده أداة ASPIRE نظام تحسين المنتج ومراجعتة وتقييمه A System for Product Improvement, Review, and Evaluation ويرمز له ASPIRE الذي يقدم مساهمات مهمة important contributions في تعريف وتعليم وتثقيف مستخدمي البيانات data user بأخطاء المسح وتأثيراتها المحتملة على الاستدلال الإحصائي⁽⁷⁾. ويساعد مديري مراكز ومنظمات الاستبيان على تحسين جودة المنتج باستمرار، ويوفر نهجاً عملياً practical ومجدياً feasible لتقليل خطأ المسح الكلي، ويسهل توصيل تحسينات الجودة إلى أصحاب المصلحة stakeholders والمستخدمين ويعزز إلى حد كبير قدرة

المنظمة على تحديد أهداف واضحة لتحسين المستمر للجودة⁽⁸⁾. واقتרכת دراسة حديثة⁽⁹⁾ تواكب الإجراءات الاحترازية وجائحة كورونا نظامًا -مسح التفضيل غير المباشر (ARS)، automated response system- يحدد تفضيلات المستجيبين أو المستهلكين أو الناخبين من خلال قياس المشاعر بناءً على سلوكيات وتعبيرات الوجه للمواطنين المارة في موقع الحملة الانتخابية أو الترويجية لمنتج، واستخدامها كإحصائيات أساسية، باستخدام الذكاء الاصطناعي للتعرف على الوجه (AI) للحصول على بيانات العمر والجنس والمشاعر، باستخدام خوارزمية التعرف على الوجه لتحديد وتحليل الأنماط السلوكية وتعبيرات الوجه لموضوعات البحث دون الاتصال المباشر بهم، من خلال أجهزة التصوير الموضوعة في موقع الترويج أو موقع الحملة الانتخابية للحصول على إطارات الصور، وخادم مسح التفضيلات الذي يتعرف على موضوعات البحث في إطارات الصور التي تم التقاطها بواسطة أجهزة التصوير. وإذا كانت التجربة الغربية تبحث كل يوم عن جديد في تقليل أخطاء جمع البيانات، والسعي نحو تحقيق جودتها، ومواكبة الظروف والتغيرات المحيطة التي يفرضها الزمن والأحداث والتطور التكنولوجي، فإننا في التجربة المصرية بحاجة إلى مراجعة التجارب الغربية والاستفادة منها قدر الإمكان مع الأخذ في الاعتبار خصوصية التجربة المصرية والمتغيرات المحيطة بصناعة قياسات الرأي العام، جاءت فكرة البحث الذي يعني بالكشف عن الضغوط والمعوقات التي تواجه مستطلي الآراء في بحوث الرأي العام ومدى تأثيرها على جودة بيانات ونتائج استطلاعات الرأي العام، في محاولة لإجراء دراسة قد توجه القائمين على مراكز مسح وقياسات الرأي العام نحو أساليب تحسين جودة البيانات.

أولاً- الدراسات السابقة:

تُعد مراجعة الدراسات السابقة خطوة بالغة الأهمية تفيد الباحث في بلورة مشكلة بحثه، وأهدافه، كما تدفعه نحو تقديم الجديد سواء في صياغة أسئلة وفروض بحثه أو في استخدامه مناهج وأدوات بحثية ملائمة لبحثه⁽¹⁰⁾. وقد راجع الباحث الدراسات السابقة المرتبطة بموضوعات الضغوط المهنية، والأداء المهني، وفضل الاقتصار على الدراسات المرتبطة بصعوبات وإشكاليات وضغوط وتحديات قياس الرأي العام، والدراسات المرتبطة بعملية جمع بيانات مسح واستطلاعات الرأي (تأثير، وأخطاء المحاورين والمستجيبين على نتائج استطلاعات الرأي).

المحور الأول: استطلاعات الرأي ومراكز قياسه (الضغوط والتحديات).

اهتمت دراسات هذا المحور بفحص مدركات الجمهور العام (المواطنين)، أو بعض فئاته (الشباب) حول استطلاعات الرأي العام، فيما ركزت دراسات أخرى على مراجعة وتحليل استطلاعات ما قبل الانتخابات؛ كالانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016، والانتخابات الرئاسية المصرية 2012، والانتخابات البرلمانية المصرية 2014، وجمعت دراسة أخرى بين تحليل استطلاعات الانتخابات التشريعية والرئاسية في عدة دول أجنبية (45 دولة)، فيما ركزت عدة دراسات على الأخطاء المنهجية في استطلاعات الرأي؛ كالتباين أو التحيز في اختيار العينات، وأخطاء صياغة الأسئلة، وخصائص من يجرون المقابلات، وعدم الاستجابة، ومجمل أخطاء المسح، وبحثت دراسة أخرى تقييم فاعلية الاتصالات الهاتفية كأحد أدوات جمع بيانات استطلاعات الرأي العام، فيما عنيت دراسات أخرى برصد مهام ووظائف وأدوار مراكز قياس الرأي العام، والضغوط والإشكاليات التي تواجهها، وتحديات قياس الرأي العام في مراحل التحول السياسي.

- فاستهدفت دراسة (إيمان حسني، 2018)⁽¹¹⁾ إدراك الشباب المصري لاستطلاعات الرأي العام، فحص درجة معرفة الشباب المصري باستطلاعات الرأي، ومدى تقديره لها، ووعيه بكيفية إجرائها، ومعايير تقييمه لها، ودرجة ثقته، ومشاركته فيها، ومدى تمييزه لتأثيراتها بصورة منفصلة عن تأثيرات التغطية الإعلامية، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من الشباب المصري في الفئة العمرية (18-40 عام)، وأوضحت نتائجها عدم اهتمام الشباب المصري -عينة الدراسة- بالتعرض لاستطلاعات الرأي العام في وسائل الإعلام، كما كشفت النتائج عن محدودية درجة ثقة الشباب المصري من عينة الدراسة في نتائج استطلاعات الرأي العام.

- واهتمت دراسة (Will Jennings & Christopher Wlezien, 2018)⁽¹²⁾ أخطاء استطلاعات الانتخابات بفحص كيفية اختلاف أخطاء الاستطلاع على مدار الحملة الانتخابية، وتحديد حجم الخطأ التنبؤ في استطلاعات ما قبل الانتخابات وكيف تختلف عبر الزمان والمكان، خللت الدراسة أكثر من 30 ألف استطلاع وطني، من 351 عملية انتخابات عامة، في 45 دولة بين عامي 1942 و 2017. وانتهت نتائجها إلى أن هناك أسباب للاعتقاد بأن أخطاء الاقتراع قد زادت بمرور الوقت، حيث ظهرت طرق اقتراع جديدة أقل تكلفة وأكثر سهولة- كالاقتراع عبر الإنترنت واستطلاعات الاستجابة الصوتية التفاعلية interactive voice response (IVR) يستخدمها القائمون على استطلاعات الرأي الآن، وعواقبها غير مفهومة تمامًا، ويمكن أن يؤدي هذا إلى حدوث خطأ لكل من المنظمات التي تستخدم مثل هذه الأساليب، ويؤثر على صناعة قياسات الرأي بشكل عام، كما انخفضت

معدلات الاستجابة في الاقتراع وجهاً لوجه والاقتراع عبر الهاتف؛ فقبل عشرين عامًا، كان أكثر من ثلث المستجيبين الذين يتم الاتصال بهم يشاركون في استطلاعات الرأي، قلت هذه النسبة اليوم لأقل من 10%، حيث يبلغ معدل الاتصال بهم حوالي 60% ومعدل التعاون 15%، مما ينتج عنه معدل استجابة يبلغ 9%، هذا من المحتمل أن يعرض تمثيل الاستطلاعات للخطر، والذي له عواقب واضحة إلى حد ما لخطأ الاستطلاع، يمكن أن يكون التحيز بعدم الاستجابة مشكلة خاصة عندما تكون معدلات الاستجابة منخفضة تُشكل مشكلة متزايدة لمنظمي الاستطلاعات في تمثيل الناخبين بدقة.

- وعينت دراسة (فاطمة الزهراء محمد السيد، 2017)⁽¹³⁾ استطلاعات الرأي في الانتخابات الأمريكية، بمراجعة استطلاعات الرأي العام حول الانتخابات الأمريكية، والدور الذي لعبته استطلاعات الرأي العام خلال فترة انتخابات الرئاسة الأمريكية، 2016، وهو الدور الذي أثار أسئلة كثيرة بسبب التناقض الظاهر بين نتائج استطلاعات مراكز قياس الرأي والشبكات الإعلامية والصحف التي كانت تضع المرشحة الديمقراطية هيلاري كلينتون في مقدمة السباق الرئاسي، والنتائج الرسمية التي انتهت بفوز المرشح الجمهوري دونالد ترامب، وشكل مجتمع الدراسة المقالات والبحوث التي تناولت الانتخابات الرئاسية خلال العام الذي سبق إجرائها في صحيفة «نيويورك تايمز» والمقالات التي عالجت الموضوع نفسه في «واشنطن بوست» بعد الانتخابات مباشرة، وكذلك نماذج استطلاعات الرأي العام التي أجرتها بعض مراكز قياس الرأي ووسائل الإعلام، ودراسات وبحوث تناولت ظاهرة الرأي العام، وانتهت نتائجها إلى مجموعة من الاستنتاجات تفسر الأسباب التي أدت لإخفاق هذه الاستطلاعات في توقع نتائج الانتخابات بدءًا من التخطيط لها ومرورًا بتفنيدها وانتهاءً بنشر نتائجها التي لا تتقيد بالشروط العلمية ولا المنهجية اللازمة لضمان سلامة وصحة ومصداقية المعلومات التي تقدمها للجمهور، حتى وإن كانت الوسيلة الإعلامية التي تقوم بإجرائها عريقة وذات سمعة وتاريخ. وقد لا تكون هذه الاستطلاعات سوى وسيلة لتضليل وتغييب وعي الجمهور، وإفقاده القدرة على اتخاذ قرارات سليمة، وإصدار أحكام رشيدة، تجاه ما يدور حوله من أحداث، وهو ما ينطبق قلبًا وقالبًا مع الدور الذي لعبته استطلاعات الرأي العام التي نشرتها وسائل الإعلام خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية.

- وحللت دراسة (محمد لطفي الشيمي، 2016)⁽¹⁴⁾ إشكاليات قياس الرأي العام في مصر، عينة من استطلاعات الرأي العام التي نفذتها مراكز استطلاعات الرأي العام المصرية حول الانتخابات الرئاسية 2012 وعددها 20 استطلاع للرأي، بواقع: 8 استطلاعات رأي بوحدة قياس الرأي العام بالأهرام، و6 استطلاعات رأي بمركز استطلاع الرأي العام بمجلس الوزراء، و6 استطلاعات رأي بالمركز المصري لبحوث الرأي العام (بصيرة)، وباستخدام

أداة المقابلة المتعمقة لعينة عمدية عددها 40 خبيراً من الأكاديميين (أساتذة الجامعات)، والفنيين (المتخصصين) في الرأي العام وقياساته في عدد من الجهات المهتمة بقياسات الرأي العام، مثل الجامعات، ومراكز استطلاعات الرأي العام المصرية، وأظهرت نتائجها تضارب نتائج استطلاعات الرأي العام بخصوص الانتخابات الرئاسية 2012، وأن هناك نظرة سلبية تجاهها، كما توجه انتقادات عدة للعينات من حيث عددها وطريقة سحبها وتمثيلها لمجتمع الدراسة، واعتبار استطلاعات الرأي الهاتفية أداة تثير الشكوك حول دقتها ومصداقيتها وتغطيتها لعينة الدراسة. كما تعاني قياسات الرأي العام في مصر من عدة إشكاليات مجتمعية، ومنهجية، وإدارية.

- وسعت دراسة (خالد صلاح الدين، 2015)⁽¹⁵⁾ أدوار مراكز استطلاعات الرأي ووظائفها في المجتمعات المعاصرة، إلى رصد وقياس مهام ووظائف وأدوار مراكز استطلاعات الرأي، والضغوط الداخلية والخارجية التي تتعرض لها، وانتهت نتائجها إلى وجود عدد من الضغوط الاقتصادية أو التمويلية وعلاقتها بالاستقلالية، واتهامات سياسية حول تدعيم مراكز استطلاعات الرأي لجماعات الضغط والمصالح، وضغوط قانونية وتشريعية ورقابية كضرورة الحصول على موافقة رسمية من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء قبل إجراء أي استطلاع الذي يتدخل بدوره في أسئلة استمارة الاستقصاء بالحذف أو التعديل مما قد يؤثر سلباً في جودة البيانات المستمدة من المبحوثين، ويحد من القيمييتين النظرية والمنهجية لمسوح واستطلاعات الرأي العام في مصر، وضغوط ثقافية متمثلة في تقييد عمل مراكز استطلاعات الرأي بشأن الاستطلاعات التي تتعارض مع العادات، والتقاليد، والأعراف، أو التي تمس العقائد والثوابت الراسخة لدى المواطنين، إضافة إلى الضغوط الداخلية كنمط الملكية، والضغوط التنظيمية، والصورة النمطية السلبية عن مراكز الاستطلاعات، إضافة إلى أجور الباحثين، وكذلك الإشكاليات المنهجية والنظرية.

- وخلصت نتائج دراسة (ماجد عثمان، 2015)⁽¹⁶⁾ حول تحديات قياس الرأي العام في مرحلة التحول السياسي - إلى وجود عدد من التحديات تواجه صناعة قياس الرأي العام في مصر مرتبطة بمراحل التحول: منها تحديات متصلة بالمناخ العام في فترات التحول الديمقراطي؛ كتراجع رصيد الثقة (رأس المال الاجتماعي) بصفة عامة فيما بين الأفراد والمؤسسات، وعدم إدراك أهمية صناعة قياس الرأي ودورها، وعدم الاعتراف بالتنوع الشديد في اتجاهات الرأي العام، والتغير السريع الذي يمكن أن يطرأ عليه، وندرة التمويل المحلي والنظرة السلبية للتمويل الأجنبي دون تمييز بين مصادره، وتحديات متصلة بمراكز استطلاع الرأي العام؛ كغياب الشفافية والإفصاح عن مصادر التمويل مما يسهم في خلق مناخ يتسم بالتشكك، وغياب القدرة على التواصل الفعال مع وسائل الإعلام، وقيام بعض المراكز

بتجاوزات مهنية وأخلاقية، وتحديات متصلة بوسائل الإعلام؛ منها تشكيك الإعلاميين في نتائج الاستطلاعات التي لا تتوافق مع توقعاتهم أو اتجاهاتهم، وعدم إلمام بعض الإعلاميين بأساسيات قياس الرأي العام، مما يؤدي إلى نقل مفاهيم خاطئة للجمهور، وغياب علاقات إستراتيجية مستقرة بين وسائل الإعلام ومراكز استطلاعات الرأي العام، وتحدي الاهتمام المؤسسي باستطلاعات الرأي العام.

- فيما عنيت دراسة (أحمد تهامي، 2014)⁽¹⁷⁾ استطلاعات الرأي العام بين التحيزات الكامنة والسيولة السياسية والاجتماعية، بمراجعة عينة من استطلاعات الرأي العام التي جرت قبل وأثناء الانتخابات البرلمانية 2011-2012، والانتخابات الرئاسية 2012، والاستفتاء على التعديلات الدستورية 2014، وخلصت نتائجها إلى أنه ما تزال استطلاعات الرأي العام محل جدل مستمر من الأوساط الأكاديمية والبحثية حول دقة نتائجها وتحيزاتها الكامنة وقدرتها على استكشاف اتجاهات وحقائق الرأي العام في مصر وتوجهات الناخبين في القضايا السياسية، وقد شهدت الفترة التالية لثورة 25 يناير ازدياداً ملموساً من الناحية الكمية في استطلاعات الرأي العام التي تُجرى إما لصالح جهات محلية أو جهات خارجية، ولكن نوعية الاستطلاعات وجودة المادة الناتجة منها تظل محل تساؤل وتحتاج إلى تقييم ومراجعة مستمرة.

- واهتمت دراسة (عماد شلبي، 2014)⁽¹⁸⁾ خريطة مركز قياس الرأي العام في مصر، برصد المراكز التي تقوم بقياس الرأي العام في مصر، وأهم القضايا التي تناولتها، والإشكاليات المتصلة بعمل هذه المراكز، وانتهت نتائجها إلى وجود عدد من الإشكاليات المتصلة بمراكز قياس الرأي العام المصرية كإشكالية التبعية والتمويل والاستقلالية، الإشكاليات المنهجية وخاصة أدوات قياس الرأي العام، الصعوبات والقيود الإدارية والأمنية والسياسية، وغياب النقد العلمي وكيفية مواجهة الاستطلاعات الزائفة، وإشكالية التنظيم والقواعد والمواثيق المهنية والأخلاقية التي تنظم الاستطلاعات، وإشكالية نشر نتائج استطلاعات الرأي، وإشكالية ضعف دور مراكز استطلاعات الرأي العام في صناعة القرار السياسي، وإشكالية الدقة - الانتخابات الرئاسية 2012 نموذجاً.

- واستهدفت دراسة (حنان صدقي، 2012)⁽¹⁹⁾ تقييم فاعلية منهجيات قياس الرأي العام عند اتخاذ القرار، تقييم فاعلية الاتصالات الهاتفية التي يستخدمها مركز استطلاع الرأي العام بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء، ودراسة مدى ملاءمة هذه الأداة بالنسبة للموضوعات المختلفة، وبالنسبة للفئات المختلفة من الجمهور، ودراسة العوامل التي يتوقف عليها اختيار الأداة المناسبة لقياس الرأي العام، ودراسة العوامل التي تؤثر على دقة نتائج الاستطلاعات الهاتفية، ومدى تقبل الجمهور لمثل هذه الاستطلاعات.

وُطبقت الدراسة على عينة عمدية من الخبراء قوامها 58 مفردة من الخبراء الأكاديميين، والفنيين في دراسات قياسات الرأي العام، باستخدام صحيفة الاستقصاء، والمقابلات المقننة كأدوات لجمع بيانات الدراسة، وانتهت نتائجها إلى ميل نسبة كبيرة من عينة الدراسة إلى عدم الثقة الكاملة في نتائج قياسات الرأي العام، إضافة إلى عدم رضا معظم الخبراء عن نتائج قياسات الرأي العام.

- واستهدفت دراسة (هالة الأباصيري، 2006)⁽²⁰⁾ حول آراء المواطنين حول دور استطلاعات الرأي العام، معرفة دور استطلاعات الرأي العام من خلال عينة طبقية ذات مرحلة واحدة للمواطنين البالغين - 18 سنة فأكثر - في الأسر المصرية التي لديها هاتف، وتم سحب 3096 مفردة للوصول لعينة حجمها 1000 مفردة، وبلغ عدد الاستجابات الفعلية 1278 استجابة. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج، منها: أن 61% من المبحوثين عينة الدراسة لم يسمعوها عن استطلاعات الرأي العام، وأن الذكور أكثر وعيًا ومشاركة في استطلاعات الرأي العام من الإناث، وكان من أهم نتائجها أيضًا أن المبحوثين أكثر ثقة في الاستطلاعات التي تقوم بإجرائها مراكز البحوث الأكاديمية، تليها الاستطلاعات التي تقوم بإجرائها جهات حكومية ورسمية، بينما تقل ثقة المبحوثين في الاستطلاعات التي تقوم بها جهات خاصة غير حكومية، وينسب بلغت 71%، و 47%، و 28% على التوالي.

- وهناك عدة دراسات أجنبية ناقشت مصادر الأخطاء في استطلاعات الرأي العام وأجملتها في الأخطاء التي تحدث نتيجة التباين في أخذ العينات، وأخطاء صياغة الأسئلة، وخصائص من يجرون المقابلة، وعدم الاستجابة التي يمكن أن تنتج أخطاء كارثية في نتائج الاستطلاعات، دراسات (Walsh, Dolfin, and DiNardo 2009)⁽²¹⁾ التي انتهت نتائجها إلى أن تحيز اختيار العينة sample selection bias من أهم المشكلات التي قد تجعل توقعات استطلاعات الرأي غير موثوقة ومتحيزة للاتجاهات، ويظهر ذلك بوضوح في استطلاعات الرأي التي تسبق الانتخابات، (Pasek and Krosnick 2010)⁽²²⁾ التي ناقشت المبادئ العامة لتصميم الاستبيان الجيد، والخيارات المرغوبة التي يجب اتخاذها عند تصميم الأسئلة، والتحيزات في بعض أشكال الأسئلة، وطرق تجنبها، واستراتيجيات الإبلاغ عن نتائج الاستطلاع، كما انتهت إلى أن تصميم استبيان جيد يؤدي إلى الحصول على بيانات أكثر دقة، ونتائج أكثر موضوعية، ودراستي (Groves and Lyberg 2011)⁽²³⁾، (Biemer et al. 2017)⁽²⁴⁾ اللتان ركزتا على مدخل Total Survey Error Approach مجمل أخطاء مسح واستطلاعات الرأي.

- وانتهت نتائج دراسة (Paul P. Biemer, 2010)⁽²⁵⁾ حول مجمل أخطاء المسح وأنها قد تحدث نتيجة من أوجه القصور في الإطار frame deficiencies، وأخذ

العينات، وتصميم الاستبيان، والمقابلات interviewing والمحاويرين interviewers، والمستجيبين respondents، وأخطاء الترجمة، والبيانات المفقودة، والترميز coding، والتحرير editing Process، والعديد من المصادر الأخرى. سيؤدي خطأ المسح إلى تقليل دقة الاستنتاجات المستمدة من المسح.

المحور الثاني: الدراسات المرتبطة بعملية جمع البيانات (الباحث- المبحوث- عدم الاستجابة).

تركز دراسات هذا المحور على أحد طرفي المقابلة التي يتم من خلالها جمع بيانات استطلاعات ومسوح الرأي (الباحث- المبحوث)، حيث ناقشت عدة دراسات خصائص وسلوكيات واتجاهات المحاور وعلاقتها، أو تأثيرها على استجابات المستجيبين، وعنيت عدة دراسات بخبرة المحاور وعلاقتها باكتساب مزيد من القبول والموافقة لدى المستجيبين، أو بتأثيرها على سير المقابلة، وناقشت دراسات أخرى فئة من لا رأي لهم، وتزييف الاستمارات، ورقابة وتحسين أداء الباحثين.

- انتهت نتائج دراسة (Schaeffer et al, 2018)⁽²⁶⁾ التنبؤ بالمشاركة في الاستطلاع بدءاً من فتح الكالمة إلى أنه قد تؤثر خصائص characteristics وسلوكيات behaviors المحاورين على تحيز الاستجابات bias responses؛ حيث تؤثر الخصائص الاجتماعية الديموغرافية sociodemographic لهم- كالجنس، والعرق، والعمر، والتعليم، والسمات الشخصية، والخبرة، والمواقف والتوقعات، أو حتى المهارات اللغوية paralinguistic qualities لأصواتهم بالردود على أسئلة الاستطلاع أو مؤشرات خطأ الاستطلاع على استجابات المبحوثين. كما أن سلوكيات المحاورين مثل إساءة قراءة الأسئلة والتحقيق المباشر والتصرف بشكل غير محايد قد تؤثر على سلوكيات المستجيبين وخطأ الاستطلاع.

- وباستخدام ترميز السلوك Behavior coding استهدفت دراسة (Holbrook et al., 2016)⁽²⁷⁾ هل أخطاء المحاور تساعد في شرح تأثير خصائص السؤال على صعوبات المستجيبين، فحص كيفية تأثير خصائص السؤال على سلوكيات المحاور والمستجيب، وما إذا كانت سلوكيات المحاور مسئولة عن تأثير خصائص السؤال على سلوكيات المستجيبين. وطبقت الدراسة على 603 من المستجيبين البالغين في شيكاغو. وترميز السلوك. طُلب من المستجيبين ما يصل إلى 296 سؤالاً مختلفاً في المقابلات الشخصية بمساعدة الكمبيوتر المسجلة بالصوت والفيديو (CAPI)، وتم ترميز أربعة متغيرات سلوكية على مستوى تسلسل الأسئلة والأجوبة، إذا أظهر المستقّي سلوكاً يشير

إلى مشكلة في فهم السؤال (طلب توضيح a request for clarification، وإذا أظهر المستفتى سلوكاً يشير إلى مشكلة تعيين a mapping problem (استجابة لا تلبى هدف السؤال)، وإذا انحرف القائم بإجراء المقابلة عن قراءة السؤال تماماً كما هو مكتوب (إما انحرافاً رئيسياً أو ثانوياً)، وإذا فشل القائم بإجراء المقابلة في التحقيق probe بشكل صحيح في الوقت الذي كان يجب أن يفعل فيه ذلك، وأظهر التحليل ما يلي: مشكلات في قراءة المحاور بنسبة بلغت 24.2%، ومشكلات فهم المستجيبين بنسبة 9.1%، ومشكلات تعيين المستجيبين 12.2%، ومشكلات التحقيق لدى المحاور 3.8%.

- واهتمت دراسة (Brady T. West et al, 2013) ⁽²⁸⁾ تأثيرات المحاور في استطلاعات الرأي وجهاً لوجهه، بفحص مساهمات تباين خطأ عدم الاستجابة، وتباين خطأ القياس بين المحاورين إلى إجمالي تباين المحاور في إعداد المسح وجهاً لوجهه. فحص نسبة تباين المحاور الذي يرجع إلى اختلاف المحاورين بشكل منهجي في نجاحهم في الحصول على تعاون من المستجيبين بخصائص مختلفة (أي اختلاف خطأ عدم الاستجابة)، بدلاً من التباين بين المحاورين في صعوبات القياس المنهجي (أي تباين خطأ القياس)، من خلال تحليل البيانات من مسح CAPI الوطني في ألمانيا لعينة بلغت 6000 أسرة من الأسر التي تتلقى مزايا البطالة كما هو مسجل في سجلات وكالة التوظيف الفيدرالية الألمانية، حيث كان القائمون بمقابلات CAPI مسؤولين عن العمل على مجموعة فرعية ثابتة من الحالات. تباينت معدلات الاستجابة على مستوى الأسرة بين 26.3% و 31.3% في كل تطبيق (موجة). في حين يمكن النظر إلى معدلات الاستجابة هذه على أنها منخفضة نسبياً بسبب صعوبة جمع البيانات وجهاً لوجهه من هذه الفئة المعينة من السكان (متلقو مزايا البطالة)، فإننا نلاحظ أن معدلات الاستجابة للمسوحات وجهاً لوجهه في ألمانيا بشكل عام أقل مما هي عليه في الولايات المتحدة ومعظم دول شمال أوروبا. وان معدلات الاستجابة المنخفضة نسبياً في PASS والتباين المحتمل في معدلات الاستجابة لديها القدرة على إدخال كميات كبيرة من تباين أخطاء عدم الاستجابة عبر المحاورين

- واستهدفت دراسة (Olson, K., & Bilgen, I, 2011) ⁽²⁹⁾ دور خبرة المحاور في اكتساب مزيد من القبول والموافقة لدى المستجيبين، قياس الاختلاف بين القائمون بالمقابلة من ذوي الخبرة وعديمي الخبرة (وغير المتمرسين) في مستويات جودة البيانات وقبول الاستجابة من قبل المستجيبين - في مسحين وطنيين في الولايات المتحدة الأمريكية (الانتخابات القومية عام 2000، والمسح الاجتماعي العام عام 2006)، حيث افترضت الدراسة أن المحاورين ذوي الخبرة سيكون لديهم معدلات موافقة أعلى من المحاورين عديمي الخبرة، وأشارت النتائج إلى أن المحاورين ذوي الخبرة experienced interviewers قد

يكون لديهم مستويات أعلى من الوثام rapport أو الانخراط engage في سلوكيات أخرى تشجع على الإذعان acquiescence (القبول / الموافقة) مع المستجيبين مقارنة بالمقابلات عديمي الخبرة . وأوصت الدراسة بأنه يجب أن يتلقى كل من المحاورين عديمي الخبرة وذوي الخبرة تدريباً على تقنيات المقابلة الأساسية، بما في ذلك وتيرة إدارة المقابلة، وسلوكيات المقابلة المحايدة، وأن تقوم منظمات المسح التي تجري أعداداً كبيرة من استطلاعات الرأي بمراقبة وتقييم المحاورين.

- واهتمت دراسة (مها صبري، 2011)⁽³⁰⁾ أسباب رفض الاستجابة في المقابلة الهاتفية التعرف على أسباب رفض الاستجابة في 34 استطلاعاً قام بها مركز استطلاع الرأي العام بمجلس الوزراء، في الفترة من أبريل 2009 وحتى أبريل 2010، وفقاً لبعض الخصائص الديموجرافية للمبحوثين كالنوع، ومنطقة الإقامة، وانتهت نتائجها إلى أن متوسط معدل الرفض في الاستطلاعات التي أجراها مركز استطلاع الرأي العام بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بلغ (13%)، ويرتفع في الاستطلاعات السياسية ليصل إلى (17%). وأن النسبة الأكبر من حالات الرفض (50%) كانت بدون إبداء أي أسباب من المبحوثين، ويأتي في المرتبة الثانية (12%) رفض أحد أفراد الأسرة إعطاء المبحوث المستهدف، يلي ذلك انشغال المبحوث بنسبة (10%).

- واستهدفت دراسة (أيمن منصور ندا، 2010)⁽³¹⁾ خصائص من يقول لا «أدري» و «لا رأي لي» في استطلاعات الرأي العام الأمريكية عن مصر، تحليل الخصائص الديموجرافية والاجتماعية والمعرفية لهؤلاء الذين يميلون إلى مثل هذه الاستجابات، والوقوف على العوامل أو المتغيرات التي تتوقف عليها درجة شيوع هذه الإجابات فيما يتعلق بالاتجاه نحو مصر في الولايات المتحدة، وتحليل 8 استطلاعات للرأي قام بها مركز جالوب Gallup خلال الفترة 2000-2007، وانتهت نتائجها إلى ارتفاع نسبة من يقولون لا أدري و لا رأي لي في استطلاعات الرأي العام الأمريكية والتي تراوحت بين 10% و 30% وهي نسبة عالية ومستمرة، وأن الإناث أكثر ميلاً من الذكور إلى استخدام إجابات عدم اليقين في هذه الاستطلاعات المتعلقة بمصر.

- واستهدفت دراسة (Garbrielle B.Durrant , 2010)⁽³²⁾ تأثير خصائص واتجاهات وسلوك من يجرون المقابلة وعلاقته برفض الاستجابة للمسوح، تحديد خصائص الذين يجرون المقابلة والتي تؤثر بدورها على التعاون في مسوح واستطلاعات الرأي، وانتهت نتائجها إلى أن ثقة الذي يُجري المقابلة واتجاهه لإقناع المستجيبين الممتنعين تلعب دوراً مهماً في توضيح الاختلاف بين الباحثين في مستويات الرفض، وأيضاً اكتشفوا أن هناك عوامل تؤثر على الباحثين والمبحوثين مثل النوع ومستوى التعليم، كما أن التشابه بين

الأشخاص الذين يجرون المقابلة والمجيبين تُنشئ أعلى تعاون، وأن من يملكون اتجاهات إيجابية- ممن يجرون المقابلات- نحو الإقناع يقومون بدور أكبر في إقناع المترددين ويقلون من معدلات عدم الاستجابة أو الرفض، ويكونون مختصرين ومركزين، وأكثر ثقة في أنفسهم، ويقومون بأداء أفضل، كما تزداد استجابات الأسر الإناث، ويصبحون أكثر تعاوناً مع من يجرون المقابلات حال كونهم إناثاً، ومن نفس الخلفية التعليمية، عنه حال كون من يجرون المقابلات ذكوراً، عندما تكون معدلات ثقة من يجرون المقابلات في أنفسهم مرتفعة يصبحون أكثر قدرة على الإقناع وكسب التعاون مع المستجيبين،

- في حين استهدفت دراسة (ندا علي أمين، 2009)⁽³³⁾ حول تأثير الباحث على إجابات المبحوثين، الكشف عن تأثير الباحث في استطلاعات الرأي العام التي يجريها مركز الرأي العام بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، حيث أختيرت بعض الأسئلة في 5 استطلاعات مختلفة لبيان تأثير الباحث على آراء المبحوثين عند الإجابة على تلك الأسئلة، وانتهت نتائجها إلى أن خصائص الباحث الديموغرافية والتعليمية، وطبيعة عمله بالمركز الذي يعمل به، ورضاه عنه، تؤثر بشكل معنوي على إجابات المبحوثين.

- كما استهدفت دراسة (محمود القصبى وهبه إسماعيل، 2008)⁽³⁴⁾ رقابة وتحسين أداء الباحثين، رقابة أداء الباحثين أثناء إجراء المقابلات، الهاتفية ووضع بعض المعايير التي يمكن من خلالها قياس أداء الباحثين بما يتناسب مع طبيعة العمل بمركز استطلاع الرأي العام؛ للحكم على أداء الباحث، وتحديد نقاط الضعف لديه، واختبار جودة نظام رقابة الباحثين في الحكم على أداء الباحثين، حيث تم التركيز على عدد 13 باحثاً، وتتبع الملاحظات الواردة على أداءهم والأخطاء التي يرتكبونها على مدار ثلاثة استطلاعات متتالية مع الأخذ في الاعتبار تثبيت المسئول عن الرقابة في الاستطلاعات الثلاثة، والاعتماد على استمارة استبيان لآراء جميع الباحثين الذين تعرضوا لنظام الرقابة بشكل عام وعددهم 32 باحثاً، وانتهت النتائج إلى تحسن أداء الباحثين خلال الاستطلاعات الثلاثة محل الدراسة، حيث قلت أعداد الأخطاء التي ارتكبتها الباحثون إلى النصف في الاستطلاع الثاني، وفيما يخص آراء الباحثين في نظام الرقابة وافق 75% من الباحثين محل الدراسة على عميلة رقابة جودة المكالمات، وأن الإرشادات التي تلي عملية الرقابة من الممكن أن تساعد في تحسين أدائهم وتنمي مهارات الاتصال لديهم.

- وسعت دراسة (Olson, K., & Peytchev, A, 2007)⁽³⁵⁾ خبرة المحاور وتأثيرها على سير المقابلة، إلى الكشف عن تأثير طول المقابلة interview length على استجابات المبحوثين، وتم قياس خصائص المحاورين في دراسات الانتخابات الوطنية لعام 1984 و 1988 و 2000. وأظهرت نتائجها سلبية المقابلات بشكل ملحوظ وارتبط ذلك

بطول المقابلة، وأن المقابلات وجهاً لوجه استغرقت وقتاً أطول من المقابلات الهاتفية، كما أظهرت النتائج علاقة مهمة حيث تؤثر خبرة المحاور في سرعة إجراء المقابلة؛ -فالمحاورين ذوي الخبرة لمدة عامين أو أكثر من الخبرة السابقة في الاستطلاع يجرون مقابلاتهم بشكل أسرع. فيما يستغرق المحاورون عديمي الخبرة وقتاً أطول بكثير في مقابلاتهم.

- واستهدفت دراسة (محمود القسبي وآخرون، 2007) ⁽³⁶⁾ حول تزييف الاستثمارات، التعرف على أشكال تزييف الاستثمارات، والعوامل التي تدفع الباحث للتزييف، وانتهت نتائج الدراسة إلى وجود عدة عوامل تدفع الباحث إلى تزييف الاستثمارات، منها عوامل مرتبطة بالاستثمار: كطول الاستثمارة وحساسية بعض الأسئلة، التصميم الضعيف للاستثمار مثل تكرار الأسئلة بشكل واضح، ووجود أسئلة صعبة أو متضاربة يصعب شرحها للمبحوث. وعوامل متعلقة بالإدارة تتمثل في ضغط العمل، وتكليف الباحثين بأعمال كثيرة وصعبة، المقابل المادي غير المجزي، وبالتالي الرغبة في الحصول على المزيد من النقود نظير المزيد من الاستثمارات المُزيفة، والأجر أو المكافأة المعتمدة على زيادة الإنتاجية، قلة أو عدم التدريب الكفاء للباحثين، استخدام العاملين لبعض الوقت كباحثين لجمع البيانات، مما يعرض الباحث لعدم الاهتمام بالعمل في حالة تعارض وقت الاستطلاع مع وظيفته، إضافة إلى عوامل خارجية مرتبطة بالعمل الميداني كعدم استقرار المناخ، وكذلك ازدحام الطرق وصعوبة التنقل، مما قد يدفع الباحث إلى عدم الذهاب إلى مكان المبحوث وإجراء المقابلة، ونظرة الباحث للمبحوثين (التعالي - عدم الاحترام)، وعدم إلمام الباحث بالمتغيرات الثقافية للمنطقة محل الدراسة، مما قد يصعب عليه التعامل مع القاطنين بها.

التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

من خلال مسح التراث البحثي السابق يمكن استخلاص بعض المؤشرات التي تفيد الدراسة الحالية في موضوعها، وتساعد في بلورة وتحديد المشكلة البحثية، وذلك على النحو التالي:

- ركزت الدراسات السابقة وخاصة المصرية على المشكلات، والتحديات، والضغوط التي تواجه استطلاعات، ومراكز قياس الرأي العام بوجه عام، فيما ركزت الدراسات الأجنبية على مصادر الخطأ في استطلاعات ومسوح الرأي العام.

- عنيت الدراسات التي ناقشت عملية جمع البيانات في استطلاعات الرأي بمناقشة دور أو تأثير أو خصائص أو سلوك أو أخطاء الباحث في عملية جمع البيانات، واهتمت دراسات أخرى بالمبحوث كأحد أطرف عملية جمع البيانات؛ فركزت على عدم الاستجابة، وأسباب الرفض، والخصائص الديموغرافية والاجتماعية والمعرفية لمن لا رأي لهم في استطلاعات

الرأي، دون التركيز على الضغوط والمعوقات التي قد تواجه مستطلي الآراء نتيجة صعوبات قد تكون خارجة عن إرادتهم، ولا علاقة لها بكفاءة أو تدريب المستطلي، أو حتى أخلاقيات العمل التي يلتزم بها؛ مما يعني أن التراث البحثي أغفل التحديات والضغوط التي تقع على الباحث الميداني، مما يدفع لإجراء هذه الدراسة.

وعلى هذا النحو يمكن حصر حدود، وأوجه الاستفادة من الدراسات السابقة فيما يلي:

- تحديد الجوانب التي لم تهتم الدراسات السابقة ببحثها، من أجل تناولها بالبحث والدراسة، حتى يمكن لهذه الدراسة أن تضيف الجديد للتراث البحثي المصري في هذا المجال.
- تعميق مشكلة الدراسة وبلورتها بشكل يمكن من خلاله دراسة واقع مستطلي آراء الجمهور بعدد من الجهات ومراكز استطلاعات الرأي العام المصرية.
- صياغة تساؤلات الدراسة بناء على نتائج الدراسات السابقة، والتي ساعدت في تحديد التساؤلات البحثية الخاصة بمعوقات عمل مستطلي الرأي بمراكز قياس الرأي العام في مصر، وواقعهم، والإشكاليات التي تعوق أداءهم.
- تحديد الإطار النظري المناسب للدراسة بعد مراجعة عدة دراسات وثيقة الصلة بموضوع الدراسة الحالية.
- أفادت نتائج الدراسات السابقة في تفسير نتائج الدراسة الحالية.

ثانيًا - مشكلة الدراسة:

يعد الأدء المهني لمستطلي الآراء، أو جامعي البيانات، أو المحاورين، أو الباحثين الميدانيين، وطبيعة عملهم، وكفاءتهم، ومدى أمانتهم، وطبيعة المواقف التي تجمع الباحثين بأفراد العينة، وإحدة من الموضوعات المهمة، حيث تعد هذه المرحلة من أكثر المراحل تعرضًا لاحتمالات ومخاطر تحيز الباحث الميداني أو تدخله، بقصد أو بدون قصد، في توجيه آراء المبحوث بدعوى حثه على الإجابة أو لسرعة الانتهاء من مهمته، كما أن توقيت إجراء المقابلة، ومكانها، والأحداث المحيطة لها تأثير، بل إن نبرة وطريقة إلقاء الباحث للأسئلة تؤثر في إجابات المبحوث⁽³⁷⁾.

ويعتبر تأثير الباحث على إجابات المبحوثين -أحد أخطر المشاكل- التي قد تؤثر على دقة نتائج أي مسح، وقد تؤثر خصائص الباحث الديموجرافية والتعليمية، وطبيعة عمله بالمركز الذي يعمل به، ورضاه عنه، بشكل معنوي على إجابات المبحوثين⁽³⁸⁾.

وإذا كانت الدراسات الأجنبية في معظمها حللت بعض الأخطاء كأخطاء التغطية أو الشمول، وأخطاء المعاينة، وأخطاء عدم الاستجابة، وحتى التي ركزت على تحليل أخطاء القياس -منها جمع البيانات عن طريق المحاورين Interviewer- فقد ناقشت تأثيرات

المحاور، وربما تساعد وفرة بيانات استطلاعات الرأي العام والملفات الإحصائية وإتاحتها محفزا لإجراء تلك البحوث، أما في التجربة المصرية فهذه البيانات تكاد تكون سرية، ولا يتم الإفصاح عنها، وغير متاحة للبحث العلمي، وفيما يخص أخطاء القياس فركزت دراسات سابقة على أخطاء الباحثين سواء المتعمدة أو التي تحدث دون قصد، وتأثير الباحثين على استجابات المبحوثين، دون دراسة معوقات أداء عمل هؤلاء الباحثين، أو العوامل المؤثرة على أدائهم عملهم، وانطلاقاً من الرؤية المستقبلية لتطوير دراسات الرأي العام العربية، ومناداة البعض بأن هناك مجالات لا تقترب منها الدراسات المصرية ولا تضعها على قائمة أولوياتها البحثية مثل الدراسات الخاصة بأساليب تحسين جودة البيانات⁽³⁹⁾، ونتيجة عمل الباحث لفترات طويلة في ميدان قياسات الرأي العام ومعايشة الباحثين الميدانيين بحكم عمله كمراقب جودة بأحد مراكز قياس الرأي العام- المركز المصري لبحوث الرأي العام «بصيرة»- والمشاركة في تعداد مصر 2017 مع الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء تتبلور مشكلة الدراسة في الكشف عن الضغوط والمعوقات التي تواجه مستطلي الآراء في مسح وقياسات الرأي العام ومدى تأثيرها على جودة بيانات ونتائج استطلاعات الرأي العام، وذلك من خلال رصد وتحليل وتشخيص معوقات أداء عمل مستطلي آراء الجمهور، وتحديد الإشكاليات التي تواجههم، والكشف عن مدى انعكاس هذه المعوقات على جودة بيانات استطلاعات ومسوح الرأي العام.

ثالثاً- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الجوانب الآتية:

- أهمية الفئة التي تتناولها الدراسة وهم مستطلي الآراء (المحاورين) وهم الذين يستطيعون ترجمة التصميم الجيد لأسئلة الاستطلاع والتفاعل مع المبحوثين للحصول على نتائج دقيقة ذات جودة عالية.
- قلة الدراسات العربية التي تناولت مستطلي الآراء من حيث الصعوبات التي تواجههم، حيث ركزت بعض الدراسات على الأخطاء التي يقع فيها الباحثون، أو على تأثير الباحث على استجابة المبحوث.
- تدخل الدراسة في نطاق الدراسات الخاصة بأساليب تحسين جودة البيانات وهي من المجالات التي لا تقترب منه الدراسات المصرية، ولا تضعها على قائمة أولوياتها البحثية، إضافة إلى عدم وجود دراسة مصرية تناولت معوقات عمل مستطلي الآراء.
- توظيف والاعتماد على إطار نظري جديد -مدخل إجمالي خطأ المسح- يستخدم لفهم مصادر الخطأ في المسوح، ويعالج جميع مصادر الخطأ المحتملة التي يمكن أن تؤدي

إلى تحيز نتائج المسح.

- رغبة الباحث واهتمامه بمجال قياسات الرأي العام والرغبة في تقديم نموذج أو تصور علمي لهذه المعوقات في محاولة لتجنبها أو الحد منها.

رابعاً- الإطار النظري (المعرفي) للدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية في إطارها النظري على مدخل إجمالي خطأ المسح كإطاراً نظرياً يمكن في ضوءه تفسير نتائج الدراسة .

مدخل إجمالي خطأ المسح : (TSE) The total survey error Approach

(أ) نشأة وتطور وتاريخ المدخل:

يؤصل بعض الباحثين⁽⁴⁰⁾ بداية هذا المدخل إلى عام 1934 وما بعده عندما نشر نيمان Neyman أساس نظرية العينات sampling theory، ومخططات وخصائص تباين أخذها في الإحصاء الوصفي، وأن ذلك بمثابة اللبنة الأولى لنظرية ومنهجية المسوحات. فيما يرى آخرون⁽⁴¹⁾ أن جذور النموذج - الذي يحدد الأخطاء المحتملة التي قد تحدث في تقديرات ونتائج المسوح والاستطلاعات، مع إدراك العلاقات المهمة بين الأخطاء والتكاليف costs ترجع إلى منتصف القرن العشرين؛ حيث كانت الأدبيات في هذه الفترة (1944-1950) تعترف بوجود أنواع مختلفة من الأخطاء في الاستطلاعات، ويعتبر ديمانيج Deming أول من حدد مصادر الخطأ المتعددة في استطلاعات الرأي؛ عندما نشر أول تصنيف لمصادر الخطأ في الاستطلاعات بخلاف أخذ العينات. وقام بإدراج 13 عاملاً يعتقد أنها قد تؤثر على فائدة وقيمة ونتائج المسح. وكان الغرض الرئيسي من التصنيف هو إظهار الحاجة إلى توجيه الجهود directing efforts إلى جميع المصادر المحتملة في عملية تخطيط المسح مع مراعاة الموارد المتاحة،

وفي خمسينيات القرن الماضي انصب الاهتمام على التعرف على مصادر الخطأ في المسوح غير أخذ العينات كأخطاء الشمول والمعالجة، وركز هانسن وزملائه (1953) على عدم الاستجابة Hansen, Hurwitz, and Madow، وركز كيش Kish، ودالانيس Dalenius عام 1965 على تقديرات التحيز، وأخطاء المحاورين أو مستطلي الأراء، وفي عام 1974 انتهى الباحث Dalenius دالانيس إلى مصطلح "total survey design" تصميم المسح الشامل⁽⁴²⁾.

بينما يذهب البعض⁽⁴³⁾ إلى أن عام 1979 هو بداية ظهور مصطلح مجمل أخطاء

المسح في كتاب بعنوان المسوحات الصحية لأندريسن وزملاؤه Andersen, Kasper, and Frankel، وكان يعني بتطبيق أفكار هانسن وزملاؤه 1953، وكيش 1965، وفي حقبة الثمانينيات من القرن الماضي ظهرت المفاهيم الحديثة لمدخل TSE، فظهر مصطلح التحليل الشامل للمسح Total Survey analysis، واستخدام الـ Paradata -بيانات عملية جمع البيانات-، وجودة المسح الشامل Total Survey Quality، وكان لجروفرز (Groves, 1989) إسهاماته حول تصميم المسح، والنظر في أخطاء الاستطلاعات في إطار عمل TSE الشامل⁽⁴⁴⁾، فيما ركزت دراسات (Biemer and Lyberg, 2003) (45)، و (Lyberg, 2012)⁽⁴⁶⁾ على التركيز على الجودة متمثلة في دقة المسح accuracy ومصداقيته credibility، وأهميته relevance وإمكانية الوصول إليه accessibility، وقابليته للتفسير interpretability. (Groves, et al, 2009)⁽⁴⁷⁾، (Biemer, 2010)⁽⁴⁸⁾ ركز على إجمالي خطأ المسح TSE كجزء من إجمالي جودة المسح TSQ، Biemer and (Trewin, 2013)⁽⁴⁹⁾، وناقشت الجمعية الأمريكية لبحوث الرأي العام إطار إجمالي خطأ المسح في إطار عمل لمناقشة البيانات الضخمة (AAPOR, 2015)⁽⁵⁰⁾، بالإضافة إلى مجلد تم تحريره مؤخرًا يناقش TSE في الممارسة (Biemer et al., 2017)⁽⁵¹⁾، يعدد وينظم مصادر الأخطاء بطرق مختلفة ولكنها ذات صلة، وفصل حول TSE في كتاب Polling and Survey Method عام 2018 يناقش إجمالي أخطاء المسح⁽⁵²⁾.

(ب) مضمون واستخدامات المدخل:⁽⁵³⁾

يشير الخطأ الإجمالي للمسح (TSE) total survey error إلى تراكم accumulation جميع الأخطاء التي قد تنشأ في تصميم design بيانات المسح، وجمعها collection ومعالجتها processing وتحليلها analysis. ويُعرّف خطأ المسح على أنه أي خطأ ينشأ عن عملية المسح يساهم في انحراف التقدير عن قيمة المعلمة الحقيقية «انحراف استجابة المسح عن قيمته الحقيقية الأساسية». وقد تنشأ أخطاء المسح من أوجه القصور في الإطار frame deficiencies، وأخذ العينات، وتصميم الاستبيان، والمقابلات interviewing والمحاويرين interviewers والمستجيبين respondents، وأخطاء الترجمة، والبيانات المفقودة، والترميز coding، والتحرير editing Process، والعديد من المصادر الأخرى. ويؤدي خطأ المسح إلى تقليل دقة الاستنتاجات المستمدة من المسح.

ويستخدم مدخل مجمل أخطاء المسوح (TSE) total survey error لفهم مصادر الخطأ في المسوح، ويعالج جميع مصادر الخطأ المحتملة التي يمكن أن تؤدي إلى تحيز نتائج المسح، بما في ذلك خطأ أخذ العينات، وخطأ التغطية، وخطأ عدم الاستجابة، وخطأ

القياس، وخطأ المعالجة. وهو مخطط مفيد useful schema لتنظيم تخطيط وتقييم الاستطلاعات. ويصنف الأنواع العديدة المحتملة من الأخطاء في الاستطلاعات، بما في ذلك اختيار المستجيبين respondent selection، ودقة الاستجابة، وإدارة المسح. في حين أن الهدف هو تقليل هذه الأخطاء، فإن نهج TSE يؤكد على أنه يجب القيام بذلك ضمن المحددات التي تفرضها عدة قيود: **التكلفة** وتعني تكلفة تقليل كل نوع من الأخطاء، ومتطلبات الوقت للمسح، **والمعايير الأخلاقية** ethical standards. بالإضافة إلى أخطاء الاستطلاع والقيود، هناك العديد من تأثيرات المسح التي لا توجد لها حلول خالية من الأخطاء؛ يمكن دراسة حجم هذه التأثيرات على الرغم من أنه لا يمكن القضاء عليها. يؤكد نهج الجودة الإجمالية للمسح (TSQ) أيضاً على الحاجة إلى مؤسسات المسح لتعظيم جودة المنتج الذي تقدمه لعملائها، في سياق مقايضات TSE tradeoffs بين أخطاء المسح والتكاليف.

وتستخدمه بعض مؤسسات المسح لتنظيم مناقشاتها structure their discussions مع العملاء، وجعلهم على دراية بمصادر الخطأ المختلفة والعمل معهم لتحقيق والتوصل لتصميم بحث يتعامل مع مصادر الخطأ في حدود ميزانيتهم، مما يجعل من المهم أن يفهم العملاء إلى أي مدى يؤثر كل مصدر من مصادر الخطأ على المسح الخاص بهم. كما يستخدم في تدريب المحاورين interviewers والمشرفين عليهم supervisors، والتأكد من أن جميعهم يفهمون كيف يؤثر أدائهم على جودة المنتج المقدم للعملاء، ويتم استخدام نهج الخطأ الإجمالي للمسح لهيكله بعض برامج التدريب الأكاديمي في الميدان، كالبرنامج المشترك في منهجية المسح the Joint Program in Survey Methodology (JPSM) من جامعة ميريلاند وجامعة ميشيغان بالتعاون مع Westat⁽⁵⁴⁾.

(ج) مكونات مدخل مجمل أخطاء المسح:

أخطاء القياس Measurement Errors: وهي الأخطاء المتعلقة بقياس الظاهرة محل الدراسة، ويتعلق هذا النوع من الأخطاء بالفجوة بين الاستجابات التي تم الإدلاء بها والاستجابات الحقيقية للمبحوث، أي الفجوة بين ما تم رصده وما كان المفترض رصده من استجابات، ويندرج تحتها صحة البناء construct validity -صحة بناء أداة القياس-، وتصميم الاستبيان survey questionnaire design، وخطأ المعالجة processing error. وتتعدد مصادر أخطاء القياس، ومنها أخطاء القائم بإجراء المقابلة Interviewer، والمستجيبين respondents، والاستبيان questionnaire، وصياغة السؤال question wording - في الاستطلاعات التي تتم وجهاً لوجه وعن طريق الهاتف- ويمكن للمحاور

أن يحث المستجيبين عن غير قصد على الإجابة في اتجاه معين، مما يؤدي إلى تباين المحاور interviewer variance ؛ حيث يختلف فيه متوسط الاستجابات average responses لمتغير معين particular variable عبر المحاورين . أو يقدم المستجيبين إجابات غير دقيقة على الأسئلة لصعوبة تفسير معنى السؤال، أو صعوبة تعيين الردود على خيارات الإجابة المتاحة⁽⁵⁵⁾. كما أن الاستبيانات المصممة بشكل سيء والغامضة أو شديدة التعقيد تجعل من الصعب على المستجيبين الفهم والإجابة بشكل مناسب⁽⁵⁶⁾.

في حين تميل **أخطاء المعالجة**⁽⁵⁷⁾ Processing errors إلى الظهور في إجراءات جمع البيانات اللاحقة مثل ترميز البيانات، والتحرير، وبناء الترجيح weighting construction. وهي الأخطاء التي تظهر في نقل البيانات من تسجيل البيانات إلى مجموعة البيانات التحليلية؛ كالخطأ في قراءة خط المستجيب، وأخطاء إدخال البيانات، وأخطاء في الاستبيانات الممسوحة ضوئياً. أي أنها الأخطاء التي قد تُرتكب وتُباعَد بين ما تم قياسه من استجابات ونتائج هذه القياسات.

أخطاء التمثيل Representation errors: وهي الأخطاء المتعلقة بتمثيل المجتمع محل الدراسة، ويعكس هذا النوع من الأخطاء الفجوة بين ما تعكسه عينة المستجيبين ومجتمع المستجيبين، ويندرج تحتها خطأ الشمول coverage، وخطأ المعاينة sample design، وخطأ عدم الاستجابة nonresponse⁽⁵⁸⁾.

ونعني **بخطأ المعاينة** الفرق بين تقديرات العينة ومعلومات المجتمع الحقيقية، وكلما كان اختيار العينة جيداً كلما قل خطأ العينة وأصبحت أكثر تمثيلاً للمجتمع. أما خطأ التغطية/ الشمول فهو الخطأ أو الأخطاء التي تحدث نتيجة عوامل عديدة أهمها ما يحدث أثناء إعداد الإطار من نقص في الشمول؛ أي عدم شمول مفردات ينبغي شمولها، أو زيادة فيه شمول مفردات ينبغي عدم شمولها، أو ادخال مفردات غريبة عن المجتمع، أو عدم توصيف المفردات في الإطار بشكل صحيح. ويحدث خطأ التغطية عندما لا يمثل إطار العينة بشكل كامل إجمالي السكان الذين تم أخذ عينات منهم، مما يؤدي إلى تحيز في الاختيار، مما يؤدي إلى مشكلات قابلية التعميم.

أما خطأ **عدم الإستجابة** فهو عدم استجابة بعض المستجيبين في العينة للإجابة على الاستمارة ككل -نتيجة للرفض أو أية أسباب أخرى، ويندرج هذا النوع من عدم الاستجابة تحت مسمى عدم استجابة كلية لوحدتها المعاينة، أما عدم الاستجابة الجزئية فهي تكون عندما يرفض المستجوب الإجابة على أسئلة معينة دون غيرها.

ويرجع الباحث السبب في اختيار **مدخل مجمل أخطاء المسوح** في محاولة لفهم معوقات أداء وعمل المحاورين في مراكز استطلاعات الرأي، وهل تؤثر الأخطاء الأخرى

(مكونات المدخل) على أداء عملهم وجودة النتائج التي يحصلون عليها من مقابلاتهم. حيث وظفته دراسات سابقة في محاولة لدراسة تأثيرات المحاور على مجموعة متنوعة من نتائج ومخرجات عملية المسح، بما في ذلك تغطية وشمول إطار العينة sample frame coverage، والاتصال contact وتوظيف المستجيبين المحتملين recruitment of potential respondents، وقياس المسح، ومعالجة البيانات⁽⁵⁹⁾.

خامسًا - أهداف الدراسة:

في ضوء المشكلة البحثية، تهدف الدراسة في مجملها إلى محاولة رصد وتحليل والكشف عن معوقات الأداء المهني لمستطلي آراء الجمهور في مراكز قياس الرأي العام، وانعكاسها على جودة بيانات استطلاعات الرأي العام، وتشخيص الإشكاليات التي تواجههم، كمحاولة لتحسين جودة بيانات استطلاعات الرأي العام على غرار مثيلاتها في الدول المتقدمة.

ومن هذا الهدف الرئيس تنبثق عدة أهداف فرعية كما يلي:

- الكشف عن معوقات عمل مستطلي الآراء في مسح وقياسات الرأي العام.
- تشخيص الإشكاليات التي تواجه مستطلي الآراء وتؤثر على جودة بيانات مسح واستطلاعات الرأي العام.
- التعرف على تأثير نمط الملكية على جودة بيانات مسح واستطلاعات الرأي العام.
- التعرف على تأثير العوامل الديموغرافية (للباحث والمبحوث) على جودة نتائج مسح واستطلاعات الرأي العام.
- التعرف على تأثير بيئة العمل (ريف-حضر) على جودة نتائج مسح واستطلاعات الرأي العام.
- التعرف على تأثير أداة جمع البيانات (ميدانية- هاتفية) على جودة بيانات مسح واستطلاعات الرأي العام.

سادسًا - الإطار المنهجي للدراسة:

- تساؤلات الدراسة:

يتمثل التساؤل الرئيس للدراسة في ما المعوقات التي يدركها مستطلي آراء الجمهور في استطلاعات الرأي من واقع احتكاكهم المباشر ببيئة العمل المنظمة لاستطلاعات الرأي، ومراكز قياسه، وطبيعة هذه المعوقات، سواء كانت معوقات داخلية نابعة من الجهات التي يعملون بها، أو معوقات خارجية مرتبطة بالمبحوثين وبيئة العمل.

ويتفرع من هذا التساؤل الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما أهم معوقات عمل جامعي بيانات بحوث الرأي العام؟
2. ما تأثير نمط ملكية مراكز استطلاعات الرأي العام على الأداء المهني لجامعي بيانات مسوح واستطلاعات الرأي؟
3. هل تؤثر العوامل الديموغرافية للباحث أو المبحوث على نتائج استطلاعات الرأي؟
4. ما تأثير بيئة العمل (ريف- حضر) التي يطبق فيها الاستطلاع على نتائجه؟
5. هل يؤثر نوع أداة جمع البيانات (مقابلات ميدانية- مقابلات هاتفية) على الأداء المهني لجامعي بيانات استطلاعات الرأي العام وبالتالي على نتائج الاستطلاع؟

سابعاً- نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية Descriptive Studies التي تستهدف وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقاتها في وضعها الراهن، ولا تقف عند حدود الوصف المجرد للظاهرة، بل تتعداه لتشمل وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة والوصول إلي نتائج تفسر العلاقات السببية وتأثيراتها⁽⁶⁰⁾. حيث تسعى الدراسة الحالية إلى الكشف عن واقع الأداء المهني لجامعي بيانات استطلاعات الرأي العام، وتشخيص التحديات التي تواجهه، وأساليب تحسينه وتطويره.

ثامناً- منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على ما يلي:

1. **منهج المسح:** والذي يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وتوصيات عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع الدراسة⁽⁶¹⁾، كما يعد من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية، وذلك لغرض جمع البيانات والمعلومات الخاصة بموضوع الدراسة، ويمكن استخدامه في تحقيق أهداف عديدة، قد تكون وصفية أو تفسيرية أو استكشافية⁽⁶²⁾.
2. **الأسلوب المقارن:** وذلك لإجراء المقارنات بين المبحوثين عينة الدراسة، طبقاً لمتغيرات ملكية المؤسسة (مراكز استطلاعات الرأي العام)، نوع الوسيلة أو أداة جمع البيانات (هاتفي- ميداني)، وعدد من المتغيرات الديموغرافية كالنوع على سبيل المثال.

تاسعاً - مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في مستطلي الآراء (جامعي بيانات المسوح واستطلاعات الرأي العام) في جهات ومراكز مسوح واستطلاعات الرأي وشركات البحوث المصرية. وتتمثل عينة الدراسة الميدانية في عينة عمدية من مجموعة من مستطلي الآراء في مجال بحوث وقياسات الرأي العام، في عدد من مراكز مسوح واستطلاعات وقياسات الرأي العام وشركات البحوث المصرية (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، مركز الرأي العام بمجلس الوزراء، ومكتب الزناتي وشركاه، والمركز المصري لبحوث الرأي العام «بصيرة»، ومركز القاهرة لقياسات التنمية) وعددهم (32 مستطلي رأي)، روعي في اختيارهم عدد من المتغيرات الديموغرافية، كالنوع، والتخصص، وسنوات الخبرة، إضافة إلى متغيرات كمنط ملكية الجهة التي يعملون بها، كما روعي أيضاً عملهم بجمع البيانات ميدانيا وهاتفيا، وقام الباحث بإجراء مقابلات متعمقة معهم؛ وذلك للخروج بنتائج كيفية تفيد في تفسير الظاهرة البحثية، وأسباب حدوثها، والعوامل المؤثرة فيها.

عاشراً - الإطار الزمني للدراسة:

تم تطبيق المقابلات المتعمقة خلال الفترة من 5 يناير وحتى 31 أغسطس 2021.

أحد عشر - أدوات جمع البيانات:

1 . المقابلات المتعمقة In-depth Interviews: هي إحدى الأدوات المستخدمة في الحصول على بيانات كيفية، وهي عبارة عن مقابلة شخصية وغير مقننة يحاول من خلالها الباحث حث المبحوث على الكشف عن دوافعه ومعتقداته ومشاعره واتجاهاته نحو موضوع معين⁽⁶³⁾. وتهدف المقابلات المتعمقة بشكل أساسي إلى التعرف على وجهات نظر المبحوثين بشكل مباشر في القضية البحثية، كما تسمح للباحث بالتعمق في أغوار المبحوث للتعرف على أفكاره وآرائه ومعتقداته ودوافعه، كما تسهم في التوصل إلى معلومات أكثر دقة وحساسية تتعلق بآراء واتجاهات ودوافع عينة الدراسة نحو الظاهرة محل الدراسة⁽⁴⁶⁾. وفي الدراسة الراهنة تم الاعتماد على دليل المقابلة المتعمقة، لما تقوم به تلك الأداة من استنباط واستقراء للحقائق والبيانات الموجهة للدراسة. وتم عرض «دليل المقابلة المتعمق» على مجموعة من الخبراء والمتخصصين للتأكد من أنها تقيس ما وضعت لقياسه، لذلك فقد تم عرض موضوع الدراسة والأهداف والتساؤلات ودليل المقابلة المتعمقة على عدد من المحكمين⁽⁶⁵⁾ للتأكد من صلاحيتها لقياس مختلف أبعاد مشكلة الدراسة.

2 . الملاحظة بالمشاركة: يشترك فيها القائم بالملاحظة مع الأفراد أو المبحوثين في مواقف

الملاحظة، ويتفاعل معهم، للوصول إلى تفسيرات صادقة لأسباب السلوك، من خلال معايشة نفس الموقف أو المناقشة وتبادل الآراء⁽⁶⁶⁾.

ثاني عشر - مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

1 . **معوقات:** يعرفها الباحث إجرائيًا بأنها الصعوبات أو التحديات أو الضغوط أو العقبات التي تواجه مستطلي الآراء أثناء جمع بيانات استطلاعات ومسوح الرأي، وتعترض انجاز مهامهم.

2 . **الأداء المهني:** مجموعة الأهداف التي يسعى نظام العمل إلى تحقيقها من خلال حركة وأنشطة وجهود يبذلها الأفراد والجماعات الذين تتكون منهم المنظمة على اختلاف مستوياتهم وخصائصهم بالاستعانة بموارد مالية وباستخدام المعدات والتجهيزات التكنولوجية السائدة في المنظمة في إطار نظم وإجراءات وأساليب حاكمة أو واجبة الاتباع لأداء هذه الأعمال.

3 . **مستطلو الآراء:** المحاورون أو الباحثون الميدانيون كما يطلق عليهم في مراكز استطلاعات الرأي العام- الذين يقومون بجمع بيانات استطلاعات الرأي العام من خلال المقابلات.

4 . **جودة البيانات:** أي دقة النتائج التي نحصل عليها من جمع البيانات في استطلاعات الرأي ويجب أن تتسم بالاكتمال، والشمول، والمطابقة والاتساق، وعدم الازدواجية أو التحيز.

5 . **استطلاعات الرأي العام:** يهدف هذا النوع من البحوث إلى التعرف السريع والفوري للرأي العام حول قضية أو قضايا معينة في مجال أو عدة مجالات (سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية) وذلك لمعرفة مدى الموافقة أو القبول أو الرفض لهذه القضية لدى القطاعات المختلفة الممثلة للرأي العام طبقا لنوعية القضية أو الموضوع أو نوعية الجمهور.

ثالث عشر - نتائج الدراسة:

استهدفت الدراسة الوصفية الكشف عن الضغوط والمعوقات التي تواجه مستطلي الآراء في بحوث الرأي العام ومدى تأثيرها على جودة بيانات ونتائج استطلاعات الرأي، وطبقت على عينة مكونة من (32 مفردة) من مستطلي الآراء في عدد من جهات ومراكز بحوث الرأي العام المصرية باستخدام أداة المقابلة المتعمقة، حيث قام الباحث بعمل دليل مقابلة لتطبيقها على مستطلي الآراء في الجهات عينة الدراسة، وقام بتحديد المحاور التي يهدف إلى دراستها، وتم تحديدها في المحاور التالية:

المحور الأول: والخاص بمعوقات عمل مستطلي الآراء في بحوث الرأي العام.

المحور الثاني: والمتعلق بتأثير نمط ملكية مراكز استطلاعات الرأي العام على الأداء

المهني لمستطلي الآراء في بحوث الرأي العام.
المحور الثالث: ويركز على تأثير العوامل الديموغرافية للباحث أو المبحوث على نتائج استطلاعات الرأي.

المحور الرابع: ويناقش تأثير بيئة العمل (ريف- حضر) والظروف البيئية المحيطة التي يطبق فيها الاستطلاع على نتائجه.

المحور الخامس: حول تأثير نوع أداة جمع البيانات (مقابلات ميدانية- مقابلات هاتفية) على الأداء المهني لجامعي بيانات استطلاعات الرأي العام وبالتالي على نتائج الاستطلاع.

كشفت المقابلات المقننة التي أجراها الباحث عن النتائج التالية:
 أولاً- الخصائص العامة لعينة الدراسة:

جدول رقم (1)
 خصائص عينة الدراسة (ن-32)

النسبة %	التكرار	متغيرات عينة الدراسة
53.1%	17	نكر
46.9%	15	أنثى
100%	32	الإجمالي
25%	8	حكومي
75%	24	غير حكومي
100%	32	الإجمالي
15.6%	5	5 سنوات لأقل من 10 سنوات
37.5%	12	10 سنوات لأقل من 15 سنة
31.3%	10	15 سنة لأقل من 20 سنة
15.6%	5	أكثر من 20 سنة
100%	32	الإجمالي
40.6%	13	تجارة
9.4%	3	حقوق/ قانون
25%	8	الآداب(تاريخ-اجتماع-جغرافيا/لغة عربية)
15.6%	5	خدمة اجتماعية
3.1%	1	زراعة
3.1%	1	لغات وترجمة
3.1%	1	أخرى (دبلوم فني)
100%	32	الإجمالي

3.1%	1	مؤهل متوسط	المستوى التعليمي
84.4%	27	مؤهل جامعي	
12.5%	4	دراسات عليا	
100%	32	الإجمالي	

ثانياً- النتائج العامة للدراسة:

المحور الأول: معوقات عمل مستطلي الآراء في مسوح وقياسات الرأي العام.

كشفت نتائج المقابلات المتعمقة مع عينة الدراسة ما لا يدع مجالاً للشك عن وجود عدد من الصعوبات التي تواجه مستطلي الآراء في ميدان العمل أثناء تطبيق المسوح واستطلاعات الرأي، بعضها مرتبط بالجهة التي يعملون بها من حيث تصميم العينات واختيارها، وتصميم الاستمارة، والموافقات الأمنية، والأجور، والتدريب، والأمان الوظيفي، والترقي، وأخرى مرتبطة بالبحوث كضعف الاستجابة، وتوهم المعرفة، والمراوغة، إضافة إلى صعوبات مجتمعية، كالأمية، والخوف من إبداء الرأي، وفيما يلي مجموعة من الصعوبات التي تواجه مستطلي الآراء وتوقعهم عن أداء عملهم أحياناً، والتي قد تؤثر في جودة ودقة نتائج مسوحات الرأي العام بشكل أو بآخر.

1 . المعوقات المرتبطة بمراكز استطلاعات الرأي وتؤثر على مستطلي الآراء:

- أظهرت نتائج المقابلات تصدر قضية العينات مقدمة الصعوبات التي تواجه مستطلي الآراء من حيث اختيارها، أو الوصول إليها؛ حيث أشار البعض إلى أنه قد تواجه المستطلع عقبات خاصة بالوصول إلى المبحوث، وخاصة في المناطق الحضرية والأحياء الراقية، حيث ذكر بعضهم⁽⁶⁷⁾ «أن محافظات بعينها كالإسكندرية وبورسعيد والسويس على سبيل المثال، وأحياء راقية: كالتجمع الخامس، ومدينة الشروق، ومدينة نصر، ومصر الجديدة بالقاهرة تعطي تعليمات لحارسي العقارات (البوابين) بمنع دخول هؤلاء الباحثين»؛ مما يصعب عملهم، ولا يختلف الأمر كثيراً في المناطق والأحياء الشعبية التي أشار بعض أفراد العينة⁽⁶⁸⁾ بأنهم يواجهون صعوبات عدة في تلك المناطق الشعبية فيها عوّق، الناس هناك متعبين، بنقابل سخافات كثير فيها»، فيما أشار آخرون⁽⁶⁹⁾ إلى أنه في بعض الاستطلاعات والمسوح قد تكون البيانات التي يستخدمها المستطلع خاطئة من الأساس فبعض الاستطلاعات والمسوح المرتبطة بقضايا معينة (كالمسوح الخاصة بالصحة أو السكان أو قضية اجتماعية مرتبطة بمنطقة معينة) يذهب المستطلع إلى عقار بعينه،

ورقم شقة بعينها، ومعه بيانات صاحب الشقة، أو رب الأسرة، طبقا لبيانات حصل عليها من الجهة التي يعمل بها والتي تُطبَّق البحث، ولكنه يُفاجئ أحيانا أن البيانات خاطئة، وربما يدفعه صعوبة اختيار بديل، وضيق وقت تنفيذ الاستمارة، إضافة إلى ضغط عدد الاستمارات المطلوب منه تنفيذها إلى إجراء المقابلة مع من هو موجود بالشقة التي طُلب منه تنفيذ أو إجراء المقابلة بها، وهذه الجزئية مرتبطة بأخلاقيات العمل وترجع لضمير المستطلع، ولكنها أيضًا مرتبطة بدقة وخبرة ومهنية من جَهَزَ البيانات، ورسم الخرائط من البداية، حيث أشار بعض أفراد العينة «أن بعض ممن يعملون بعدد من الجهات التي تنفذ استطلاعات الرأي-منها جهات حكومية كالجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء تحديدا طبقا لآراء بعض من أفراد عينة الدراسة- موظفين حكوميين لا علاقة لهم بفكرة أستطلاعات الرأي من الأساس»، وبالتالي بعدهم عن المنهجية والرصانة العلمية، ويجب أن يفهم القائمون على مراكز استطلاعات الرأي العام أو شركات البحوث أن ضغط عدد الاستمارات في اليوم الواحد وربطها بأجر المستطلع قد تدفعه لاستكمال استمارة يعي جيدا أن الشخص الذي يستطلع رأيه هو غير المطلوب لإجراء الاستطلاع معه مما قد يؤثر -بجانب أشياء أخرى- على جودة بيانات ونتائج الاستطلاع.

وتمثل قضية الضبط المنهجي لإجراءات المعاينة والأخطاء الناجمة عن ذلك محددا مؤثرا 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⁽⁷⁰⁾.

وأشارت دراسة (Jay Desart, 2003)⁽⁷¹⁾ إلى أنه كلما كانت العينة كبيرة وزاد حجم مفرداتها، فمن المتوقع أن ينخفض حجم الخطأ الناتج عن أخذ هذه العينات، وأن استطلاعات الرأي التي تعتمد على عينات أكبر توفر تقديرات أكثر دقة من نتائج الانتخابات الفعلية من استطلاعات الرأي التي تتعامل مع عينات أصغر نسبياً.

فيما يرى الباحث أن تصميم عينة إحصائية منضبطة ومنهجية - مهما قل حجمها - أهم بكثير جداً من تصميم عينة كبيرة تتسم بالعوار والفساد المنهجي. فعلى سبيل المثال في إنتخابات الرئاسة الأمريكية عام 1936 أكدت واحدة من أكبر الصحف الأمريكية The Literary Digest عبر إستطلاعها أن ألف لاندون المرشح للرئاسة آنذاك سيتفوق على فرانكلين روزفلت، بينما كانت مؤسسة جالوب التي لم يمض على تأسيسها سوى عام واحد تؤكد أن روزفلت سيتفوق على لاندون. والمثير أن العينة المستهدفة في استطلاع The Literary Digest كان قوامها 10 ملايين مواطن أمريكي استجاب منهم 2.3 مليون مواطن أمريكي، مقابل 5 آلاف مواطن أمريكي عينة جالوب، وكانت النتيجة الأدق هي التي

توصلت إليها مؤسسة جالوب بفوز روزفلت.

وهذه النتيجة هي التي نبهت إلى أهمية استخدام الإحصاء، وحساب هامش الخطأ، ونسب عدم الإستجابة في كل إستطلاع يتم نشر نتائجه. هذا بالإضافة، إلى ضرورة التأكد من جودة العينة ومواصفاتها ومطابقتها وتعبيرها عن المجتمع الذي تتم دراسته، فعينة الصحيفة إتمدت على ثلاثة شرائح رئيسية، المشتركون بالجريدة، وأصحاب الهواتف، وأصحاب السيارات الخاصة، فيما أغفلت قطاعاً عريضاً آخر من المجتمع الأمريكي. لذا جاءت نتائج هذه العينة منحازة ومعبرة عن شريحة في المجتمع لا تتماثل رؤيتها رغم كبر حجمها مع عينة مؤسسة جالوب الأصغر حجماً، ولكنها الأكثر دقة وتعبيراً عن المجتمع الأمريكي ككل.

ويتفق الطرح السابق مع نتائج دراسة (محمد لطفي الشيمي، 2016)⁽⁷²⁾ التي انتهت نتائجها إلى أن اختيار العينات وتمثيلها يمثل المشكلة الرئيسية، وحجر الأساس لنجاح استطلاعات الرأي العام، وأن حجم العينة من حيث كثرة أعداد مفرداتها لا يعكس بالضرورة دليلاً على الدقة والموضوعية، وإنما اختيار العينة على أسس وقواعد وإجراءات علمية لتُمثل المجتمع الأصلي، ويمكن تعميم نتائجها لتعكس اتجاهات الجمهور عامة، وأن تصميم العينة إحصائياً أهم من حجمها فلو كان حجم العينة كبيراً، وتصميمها سيئاً يمكن أن يؤدي إلي كوارث، وأخطاء.

- كشفت نتائج المقابلات عن صعوبات متعلقة بالتصاريح والموافقات الأمنية؛ حيث أشار معظم أفراد العينة⁽⁷³⁾ إلى أن من أهم الصعوبات التي تواجههم أيضاً الموافقات الأمنية وأن بعض الجهات تعمل دون الحصول على موافقة أمنية، فيما أشار البعض إلى «رفض بعض المستجيبين وتبريرهم بأن الموافقة صورة وليست أصل القرار»، واتهم بعضهم بعض هذه المراكز بعدم إبلاغ الجهات الأمنية بشكل كافي بموضوع الاستطلاع أو المسح، وبطبيعة عمل الباحثين وأعدادهم؛ الأمر الذي قد يترتب عليه أحيانا مشكلات تنتهي بالباحث بأقسام الشرطة والاحتجاز أحياناً لحين التحري عن الباحث، وهويته، وجهة العمل، وموضوع الاستطلاع وهدفه، فيما أشار بعضهم⁽⁷⁴⁾ إلى تأجيل بعض المشروعات البحثية أو الاستطلاعات أو المسوح بسبب تأخر الحصول على الموافقات الأمنية، الأمر الذي يترتب عليه أضرار مادية نتيجة انتظار الباحث -الباحث الحر / بالقطعة- للحصول على الموافقة الأمنية وعدم ارتباطه بعمل في أماكن أخرى واعتذاره عن بعض المشروعات الأخرى، فهو على ذمة هذا المشروع أو المركز ولا يُعوّض الباحث عن هذا التأخر رغم أنه لا دخل له بهذا الموضوع، فيما أشارت باحثة⁽⁷⁵⁾ إلى «عدم وجود تحقيق شخصية-كارنية- معتمد

يبرز شخصية الباحث»، وطالب بعضهم⁽⁷⁶⁾ «بوجود نقابة أو رابطة أو جهة تنظم عمل هؤلاء الباحثين وتوفر لهم الحد الأدنى من الحقوق مع التزامهم الكامل بواجبات الباحث». وتتفق النتيجة السابقة مع نتائج دراسة (محمد لطفي الشيمي، 2016)⁽⁷⁷⁾ التي انتهت نتائجها إلى أن القيود الأمنية والإدارية كصعوبة الحصول على تصريح لإجراء استطلاع للرأي بأداة المقابلات الميدانية، واستغراقه وقتا طويلا يعد من القيود التي تحد من إجراء استطلاعات الرأي العام، وقد يكون غير ذا فائدة إذا تم الحصول على الموافقة عقب انتهاء حدث أو قضية كانت تمثل قضية ساعة وقت طلب الحصول على الموافقة، وقد يدفع ذلك بعض من مراكز استطلاعات الرأي العام إلى استخدام المقابلات الهاتفية التي يشكك فيها أيضا عدد من الباحثين.

كما تتفق ونتائج دراسة (خالد صلاح الدين، 2015)⁽⁷⁸⁾ التي انتهت إلى وجود عدد من الضغوط القانونية والتشريعية والرقابية كضرورة الحصول على موافقة رسمية من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء قبل إجراء أي استطلاع؛ الذي يتدخل بدوره في أسئلة استمارة الاستقصاء بالحذف أو التعديل مما قد يؤثر سلبا في جودة البيانات المستمدة من المبحوثين، ويحد من القيميتين النظرية والمنهجية لمسوح واستطلاعات الرأي العام في مصر.

- أفصحت نتائج المقابلات أيضا عن وجود جملة من المعوقات المرتبطة بأجور ورواتب وبدلات الباحثين؛ حيث أشار معظم أفراد العينة⁽⁷⁹⁾ إلى ضعف الأجور، وأنها لا تتناسب مع الجهد الشاق الذي يبذله الباحث، وعدم وجود نظام تأميني (تأمينات) للباحث، الأمر الذي يترتب عليه مشكلات مادية للأسر في حالة تعرض الباحث لأي خطر أو مرض أو وفاة، فيما أشار البعض الآخر⁽⁸⁰⁾ إلى صعوبة أخرى مرتبطة بالأجور وهي تأخر صرف الراتب، وعدم التزام كثير من الجهات بمواعيد محددة لصرف رواتب باحثيها، إضافة إلى تحميل الباحث بضرائب على الراتب والمواصلات والإعاشة، كل هذا يُستقطع من راتب الباحث وفي أحيان أخرى يتعرض الباحث للخصم دون علم بسبب الخصم، كما أن هناك معضلة أخرى من وجهة نظرهم تتمثل في تفاوت أجور الباحثين من مكتب لآخر، واختلاف قيمة الضرائب أيضا من مكتب لآخر، وفي ظل غلاء الأسعار وارتفاع مقابل أو قيمة الإعاشة في الأقاليم التي ينفذ بها استطلاعات الرأي التي قد تستغرق عدة أيام، وبسبب ضعف المقابل المادي للإعاشة قد يلجأ بعض الباحثين إلى المبيت بفنادق دون المستوى؛ توفيراً للنفقات، مما يؤثر سلباً على عملهم في الميدان نتيجة عدم أخذهم قسطا كافيا من الراحة؛ الأمر الذي يترتب عليه أحيانا ذهاب المستطلع إلى ميدان العمل بتركيز أقل وتعب جسدي يعوق ويؤثر على طبيعة عمله ويعطي انطباع للمبحوث بعدم جدية الباحث الأمر

الذي قد يجعل المبحوث مترددا أحيانا في الشروع في إجابة الاستطلاع، إلا أن نتائج المقابلات أوضحت عن تحسناً نسبياً في المقابل المادي الخاص ببدايات السفر والإعاشة، وأيضاً أجر الاستمارة طبقاً لآراء بعض أفراد العينة⁽⁸¹⁾.

الجدير بالذكر أن عددا كبيرا من الباحثين الميدانيين ممن لا ينتمون لجهة بعينها (باحث حر)، يعملون كلما اقتضت الحاجة لعملهم واستدعتهم جهة ما لتنفيذ وجمع بيانات استطلاعات ومسوح الرأي، قد تأتي عليهم شهور كاملة دون عمل، الأمر الي يدعو لمعالجة مشكلة الباحثين الميدانيين بتدخل من الدولة أو من المراكز والجهات البحثية أو وجود نقابة أو تجمع لهؤلاء الباحثين يساعدهم على العمل - هناك جهة تجمع هؤلاء الباحثين وتستدعيهم للعمل كلما توفر ذلك، إلا أن أحد الباحثين⁽⁸²⁾ أشار إلى أن الهدف من هذه الجمعية مصالح شخصية وليس لمصلحة الباحثين «جمعية الباحثين الميدانيين للتنمية» وهي طبقاً لما هو منشور على صفحتها على فيسبوك⁽⁸³⁾ - جمعية مشهورة في عام 2010 تحت رقم (3696)، وتحتوي على نخبة فريدة من أفضل الباحثين الميدانيين في جميع أنحاء الجمهورية والقادرين على عمل كافة البحوث الميدانية الكمية والكيفية، وإدارة حلقات البحث، ورسم الكروكي، وحصر السكان.

- أشارت نتائج المقابلات إلى صعوبات مرتبطة بضغط وعدد الاستثمارات، وطولها (كثرة أسئلة الاستمارة)؛ وأبدى عدد غير قليل من الباحثين استياءهم من ضغط عدد الاستثمارات، الأمر الذي يترتب عليه مجهود شاق من قبل الباحثين، حيث عبر أفراد العينة عن ذلك بقولهم « تفرض جهات العمل عدد معين يجب أن ينتهي منه الباحث ميدانيا كل يوم، دون مراعاة لظروف بيئية أو منطقة عمل ففي كثير من البحوث يعمل الباحث في أكثر من قطعة مساحية، وينتقل من قرية لأخرى ثم إلى نجع وغيره، الأمر الذي يستلزم مجهود بدني ووقت أطول، هذه الضغوط التي يواجهها الباحث من جهة العمل، والمشرف، إضافة إلى ضغوط الأسر التي يقابلها، تسبب له ضغوط نفسية وعصبية تدفعه أحيانا في نهاية اليوم ومن أجل استكمال عدد الاستثمارات المقرر، والتزاما بتعليمات المشرف وجهة العمل إلى قبول بيانات أقل دقة وهذا يؤثر بالطبع على جودة بيانات ونتائج المسوح»⁽⁸⁴⁾، وأشارت باحثة أخرى⁽⁸⁵⁾ إلى « أن طول الاستمارة يضغط أيضا على الباحث ويجعله يتحمل ردود فعل المستجيبين مثل - كفاية كده، زهقنا، كل ده بحث، أنتي قعدتي معانا نص اليوم، أنا مش فاضية، عايزة أعمل أكل وغيرها من الردود». وفسر بعضهم⁽⁸⁶⁾ ذلك بأن الهدف الوحيد لمعظم مراكز المسوح واستطلاعات الرأي هو توفير النفقات، والحلقة الأضعف هي الباحث فيتم تحميله بما لا طاقة له به دون مراعاة لجودة بيانات الاستمارة .

- خلصت نتائج الدراسة إلى صعوبات مرتبطة بتمويل وميزانية البحث -محدودية الإمكانيات المادية المقررة لتنفيذ بعض الاستطلاعات أو في بعض الجهات، مع ضعف حركة مسح واستطلاعات الرأي في فترات بعينها-بعض شهور السنة، وأثناء جائحة كورونا- تجعل بعض الباحثين يشاركون في استطلاعات لبعض المراكز أو الجهات بمقابل مادي أقل، واتهامهم بعض المراكز باستغلال الباحثين وتخفيض أجورهم، والمشكلة هنا ليست فقط في المقابل المادي وإنما أحيانا تكون في منهجية ورسالة هذه الجهات⁽⁸⁷⁾، على عكس المقابل المادي في بعض استطلاعات الرأي أو جمع البيانات في موضوعات بعينها أو في جهات بعينها الأمر الذي يجعل الباحث أكثر إقبالا على مثل هذه الاستطلاعات والمسوح ويصبح أكثر رغبة في العمل بهذه المشروعات، وتتأثر حالة من الفرحة نتيجة مشاركته في هذه الأعمال نتيجة المقابل المادي المجزي، وذكر البعض أمثلة ذلك كالتعداد السكاني الذي ينفذه الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، ومشروعات بحوث كالدخل والإنفاق بالجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء أيضًا، والمسح السكاني الصحي The DHS Program تحت إشراف وزارة الصحة وينفذه مكتب الزناتي- ينفذه هذا العام الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء- وبعض الاستطلاعات التي تجرى في عدة أقطار عربية كبعض الاستطلاعات التي تنفذها بصيرة.

وتتفق النتائج السابقة مع نتائج دراسة (دينا عباس، 2017)⁽⁸⁸⁾ التي انتهت إلى أنه كلما زادت الميزانية المخصصة لتنفيذ الاستطلاعات والمسوح، أمكن ذلك من الحصول على نتائج أكثر دقة ومنهجية باستخدام حجم عينة مناسب للمجتمع وباحثين أكثر كفاءة. كما تتفق ونتائج دراسة (محمد لطفي الشيمي، 2016)⁽⁸⁹⁾ التي أقرت أن مسألة التمويل تُعد عائقًا أما نجاح استطلاعات الرأي العام وتنفيذها، حيث تعاني مراكز قياس الرأي العام، والحكومية منها بصفة خاصة من نقص واضح في تمويل استطلاعاتها والذي ينعكس بدوره على إمكانية عمل استطلاعات رأي بشكل دوري تُمكن من خلق توجهات وآراء ومواقف لدى المواطنين إزاء القضايا والأحداث، وتجعلهم أكثر معرفة ومشاركة. وتتفق أيضًا مع توصلت إليه نتائج دراسة (ماجد عثمان، 2015)⁽⁹⁰⁾ بوجود عدد من التحديات تواجه صناعة قياس الرأي العام في مصر تتمثل في ندرة التمويل المحلي والنظرة السلبية للتمويل الأجنبي دون تمييز بين مصادره،

- كشفت نتائج المقابلات عن إشكالية أخرى ترتبط بإدراك مصداقية ودقة ورسالة المركز، حيث أشار بعض أفراد العينة إلى أن هناك صعوبات ترتبط بأخلاقيات ممارسة المهنة وترجع لضمير الباحث، فبعض مراكز قياس الرأي العام وشركات البحوث تتسم

بالدقة والمنهجية والرصانة العلمية، والمتابعة وجودة تنفيذ مسوحات واستطلاعات الرأي؛ مما ينعكس بدوره على الصورة الذهنية لهذه المراكز لدى الباحثين وينعكس بدوره على حالة التركيز والتقصي وجمع البيانات بدقة ومهنية، على عكس البعض الآخر -من وجهة نظرهم- الذي يعلم مسبقاً ضعف الإشراف ومراقبة الجودة؛ حيث أشار بعضهم أن من يشرف عليهم أحياناً قد لا يكون لديه معرفة برسم الخرائط فهو موظف حكومي تابع لجهة ما، وأن بعض الاستثمارات قد يكون بها أخطاء في الصياغة أو أسئلة مكررة أو متناقضة، وربما تكون استمارة مترجمة حرفياً وبها أخطاء تسبب سوء فهم لدى المبحوثين، فيما أشاد أحد أفراد العينة بمركز الزناتي وضرهه مثالا على « تأكيد القائمين على المركز -د.فاطمة الزناتي تحديداً- بأن ما يهمها في جمع البيانات الجودة، والمهارة والمهنية، وأنها قد تشرح وتُعدّل الاستمارة وقت التدريب أكثر من مرة ولا ترتبط بوقت محدد للتدريب، مما ينعكس على الصورة الذهنية للباحثين عن المركز فيجعلهم أكثر تركيزاً ودقة⁽⁹¹⁾.

- أشار بعض أفراد العينة إلى أن بعض المراكز التي تنفذ استطلاعات الرأي العام لا تعطي الجرعة الكافية من التدريب⁽⁹²⁾، وتتشابه هذه النتيجة مع دراسة (Herbert F. Weisberg, 2005) التي نبهت لهذه الجزئية وأقرت بأنه يحصل المحاورون المهرة والمدربون جيداً Skilled, well-trained interviewers على بيانات عالية الجودة. ومع ذلك، لا يُمنح القائمون بالمقابلات في الغالب تدريباً وإشرافاً كافياً training and enough supervision، لذلك يحدث خطأ بسبب تأثيرات القائم بإجراء المقابلة. وقد يتسبب عدم حصول المحاور على جرعة تدريبية كافية تؤهله لإدارة حوار أو مقابلة يستطيع من خلالها الحصول على بيانات دقيقة إلى تأثيرات Effects أو أخطاء Errors ترتبط بشكل أو بآخر بمن يقوم بعمل المقابلة وتؤثر في النهاية على دقة وجودة بيانات الاستطلاع⁽⁹³⁾. في حين أتفق معظم أفراد العينة أن مراكز مسوح واستطلاعات الرأي تنفذ تدريباً قبل إجراء الاستطلاعات يتم مناقشة استمارة الاستطلاع من حيث الصياغة ومدى فهم الأسئلة وتسلسلها ومنطقيتها، وترك وقت مخصص لعرض حالات عملية وتمثيل ولعب الأدوار بين الباحثين أنفسهم في محاولة لتجنب أخطاء النطق أو طريقة عرض السؤال، والبعض الآخر ينفذ تجربة حية وعملية في الميدان، وتختلف فترة التدريب ما بين ثلاثة أيام و أسبوع ، وفي بعض الأحيان تصل إلى أكثر من أربعين يوماً⁽⁹⁴⁾ كما في المسح السكاني الصحي The DHS Program الذي يجري كل 5 سنوات.

جدول رقم (2)

الجدول الزمني للمسح السكاني الصحي- مصر 2014

الفترة الزمنية	تاريخ البدء	النشاط
شهر	سبتمبر 2013	تحديث إطار العينة
6 أسابيع	أكتوبر 2013	إعداد الخرائط
3 أشهر	نوفمبر 2013	عملية العد السريع
أسبوع	يناير 2014	اختيار وتدريب فرق حصر الأسر
6 أسابيع	يناير 2014	حصر الأسر وإعادة الحصر
6 أسابيع	فبراير 2014	اختيار العينة
3 أشهر	ديسمبر 2013	تصميم الاستمارة
شهران	ديسمبر 2013	إعداد أدوات التدريب
أسبوعان	يناير 2014	التجربة القبليّة
شهر	فبراير 2014	التصميم النهائي للاستمارات
5 أسابيع	مارس 2014	تدريب فرق جمع البيانات
أسبوعان	أبريل 2014	طباعة أدوات المسح
3 أشهر	أبريل 2014	العمل الميداني
أسبوعان	يونيو 2014	إعادة المقابلة
10 أسابيع	أبريل 2014	المراجعة المكتبية والترميز
10 أسابيع	أبريل 2014	إدخال البيانات
شهران	يونيو 2014	تدقيق واتساق البيانات
شهر	سبتمبر 2014	التقرير الأولي
شهران	أكتوبر 2014	الجدول التفصيلية
5 أشهر	أكتوبر 2014	إعداد التقرير النهائي
شهران	مارس 2015	مراجعة إعداد التقرير النهائي

المصدر: المسح السكاني الصحي- مصر 2014، مايو 2015⁽⁹⁵⁾

- أقر عدد كبير من أفراد العينة بوجود معوق آخر وهو الأمان الوظيفي ونظام العمل، حيث تعتمد معظم مراكز استطلاعات الرأي العام على باحثين لجمع البيانات لا ينتمون لجهة بعينها (باحث حر)، ولا يعملون بشكل رسمي بهذه المراكز، وإنما يتم الاستعانة بهم عند الحاجة إليهم- نظرا لخبرتهم وكفاءتهم-؛ مما يجعل هؤلاء الباحثين لا يدينون بولاء لهذه المراكز، ويعملون بنظام عمل يختلف من مركز لآخر، وبطريقة إشراف ومراقبة جودة تختلف أيضًا من مركز لآخر، فبعض هذه المراكز لديها أعداد قليلة من الباحثين، وبعضها لا يمتلك باحثين من الأساس وإنما يستعين بشكل كامل ببعض الباحثين أثناء تنفيذ استطلاعاته، ففي استطلاعات الانتخابات على سبيل المثال يتم الاستعانة بأعداد كبيرة من

الباحثين توزع في شكل مجموعات في جميع محافظات مصر، الأمر الذي يستلزم استقدام عدد من الباحثين للعمل بهذه المراكز، وعلى الرغم من أن معظم هؤلاء الباحثين لديهم خبرة وتدريب وممارسة كافية لجمع بيانات استطلاعات الرأي العام، إلا أن الأمر لا يسلم من وجود بعض الباحثين غير المؤهلين أو الذين لم يتم تدريبهم بشكل كاف، أو خبراتهم السابقة غير كافية - يتم الاستعانة ببعض الباحثين حديثي التخرج أو مازالوا يدرسون نتيجة الاحتياج لعدد من الباحثين في فترة تنفيذ استطلاعات الانتخابات - مما يعني أن هؤلاء الباحثين يعملون بالقطعة فمرة يعملون ببصيرة - في الاستطلاعات الهاتفية، أو في الاستطلاعات الميدانية أوقات الانتخابات أو في حالة تنفيذ بحث ممول ينفذ في عدة أقطار عربية على سبيل المثال - وأخرى بالزنايات - خاصة أثناء المسح السكاني - وثالثة بجهاز التعبئة العامة والإحصاء - بحوث متنوعة التعداد السكاني لمصر 2017، ومشروع الدخل والإنفاق حالياً، أو في وزارة التضامن الاجتماعي ومشروعات حياة كريمة وغيرها، أو بمركز القاهرة لقياسات التنمية⁽⁹⁶⁾، كما أن بعض المراكز تجمع معظم بياناتها هاتفياً كمرکز الرأي العام بمجلس الوزراء الذي يمتلك 47 مستطلع رأي وباحث⁽⁹⁷⁾ يعمل معظمهم في جمع البيانات هاتفياً، ويتكرر الأمر نفسه بمركز بصيرة، وفي حالة تنفيذ بحث ميداني يتم اللجوء لهؤلاء الباحثين (باحث حر تحت الطلب).

- **عدم وجود نظام لتقييم الباحثين**، حيث أشار بعض أفراد العينة⁽⁹⁸⁾ إلى «عدم وجود آلية لتقييم الباحثين، بل إن بعض المراكز تستقطب باحثين من خلال إعلان على صفحتها على موقع فيسبوك وتقبل بعضهم بالنظر إلى سيرتهم الذاتية دون اختبار أو علم بكفاءة وتدريب هؤلاء الباحثين»، كما أشار البعض إلى «اختيار بعض الباحثين عن طريق المحسوبة بل ويتم أيضاً إراحة هؤلاء الباحثين عندما يكون المشروع المنفذ على عينة قومية فيتم اختيار محافظات بعينها لهؤلاء الباحثين»، وأكد البعض على ضرورة وجود آلية لتقييم الباحثين وتحفيز الأكفاء منهم .

- **التمييز وعدم ترقى الإناث رغم كفاءتهن**، حيث أشارن بعض الباحثات عينة الدراسة⁽⁹⁹⁾ عن بعض المعوقات الخاصة بالنوع الاجتماعي Gender، حيث أكدن على وجود حالة عامة عند جميع مراكز بحوث وقياسات الرأي العام بأن الباحثة مهما وصلت إلى درجة من الكفاءة والممارسة والخبرة لا ترقى لأن تصبح مشرف على المجموعة أو الفريق البحثي، أو تقود الفريق، وبعد دخول التابلت وانتهاء وظيفة المراجعة الميدانية والتي كانت من الوظائف التي تسيطر عليها الإناث، لجأت بعض المراكز إلى اعتبار هؤلاء المراجعات باحثات وقد

يشرف على هذه الباحثة أو يقود الفريق البحثي أحد الأشخاص الأقل خبرة وكفاءة مما يؤدي في بعض الأحيان إلى وجود مشكلات تعوق عمل الفريق بأكمله.

- **عدد ساعات العمل**، أشار بعض أفراد عينة الدراسة⁽¹⁰⁰⁾ إلى معوق آخر يتمثل في زيادة عدد ساعات العمل، وعدم تحديد ساعات عمل معينة في اليوم، وأن العبرة بانتهاء الاستثمارات مع وجود مدى زمني ومكاني لكل استثمار- إلا أن حالة التنقل بين قطعة مساحية وأخرى وخاصة في القرى والنجوع والأماكن النائية قد يستدعي انتظار جميع الباحثين الانتهاء من قطعة بعينها للانتقال لقطعة أخرى .. وهكذا، الأمر الذي قد يجعل الباحثين في الميدان حتى انتهاء العدد المطلوب منهم من الاستثمارات، وأشارن إلى أن ذلك مخالفة صريحة لقوانين العمل حيث يعمل الباحث عدد ساعات تفوق طاقته تصل أحيانا إلى 12 ساعة (يذهب إلى ميدان العمل من الثامنة صباحًا، ويبدأ عمله في التاسعة)، وبعض المشروعات يعمل الباحث أحيانا لمدة شهرين متتالين دون إجازة، وهو ما يترتب عليه إرهاق بدني، وذهني، وشعور بالملل قد يؤثر على نشاط واستعداد الباحث.

2 . المعوقات المرتبطة بالمبحوث وتؤثر على مستطلي الآراء :

- **أقر عدد من أفراد العينة محل الدراسة بوجود عدة صعوبات متعلقة باستجابة المبحوثين⁽¹⁰¹⁾**، ووجود رفض داخل الأسر للإجابة على المسوح والاستطلاعات، وتوعدت أسباب الرفض طبقا لآراء عينة الدراسة ما بين (المستوى التعليمي للمبحوث- نوع الباحث- نوع المبحوث- القضية أو موضوع الاستطلاع) فبعضهم أشار إلى أن المستوى التعليمي للمبحوث يؤثر في الاستجابة لبيانات الاستطلاع من عدمها، وأن الفئات ذوي المستويات التعليمية المرتفعة هي الأكثر استجابة، فيما أشار آخرون إلى أن الأميين هما الأكثر استجابة شرط أن يبسط المستطلع ما يريده من المبحوث، واتفقا الطرفان على أن أنصاف المتعلمين -الحاصلون على تعليم متوسط- هما الأكثر رفضًا ومقاومة، بل والأكثر إثارة للبلبل، والتهييج ضدهم في ميدان العمل، وفيما يخص نوع الباحث ركز معظم أفراد العينة على أن الفتيات أو الإناث هم الأكثر قدرة على جمع البيانات سواء من ذكور أو إناث، وربما تطغى طبيعة الرجل الشرقي خاصة في بعض الأقاليم على موافقته أو رفضه لإجراء زوجته أو أخته أو إبنته لمقابلة مع شخص غريب على عكس لو كانت من تنفذ الاستطلاع من الإناث، وترتبط النقطة السابقة أيضا بطبيعة القضية موضوع الاستطلاع فبعض القضايا كتنظيم الأسرة والدورة الشهرية ووسائل منع الحمل وغيرها قد لا يكون مفيدا أن يكون المستطلع ذكرا، وأرجع بعض الباحثين زيادة نسب الرفض في مسوح واستطلاعات الرأي بعد عام 2011، ويمكن تفسير ذلك بخوف الأهالي وربات البيوت تحديدا على

أطفالهم نتيجة علمهم ببعض حالات خطف الأطفال على سبيل المثال، وتكرار جرائم السرقة والسطو بطرق مبتكرة، وهو نتيجة طبيعية لما نطالعه على صفحات الجرائد يوميًا أو ما نشاهده في التلفزيون، وعلى صفحات وسائل التواصل الاجتماعي-حتى وإن كانت حالات فردية- في السنوات الأخيرة.

ويتطلب الأمر هنا بذل الكثير من الجهد لإقناع المستجيب، حيث توصلت **نتائج** دراسة (Garbrielle B.Durrant,2010)⁽¹⁰²⁾ إلى أن ثقة الذي يجري المقابلة واتجاهه لإقناع المستجيبين الممتعين تلعب دورًا مهمًا في توضيح الاختلاف بين الباحثين في مستويات الرفض، وأيضًا اكتشفوا أن هناك عوامل تؤثر على الباحثين والمبحوثين مثل النوع ومستوى التعليم، كما أن التشابه بين الأشخاص الذين يجرون المقابلة والمجيبين تُشئ أعلى تعاون، وأن من يملكون اتجاهات إيجابية- ممن يجرون المقابلات- نحو الإقناع يقومون بدور أكبر في إقناع المترددين ويقللون من معدلات عدم الاستجابة أو الرفض، ويكونون مختصرين ومركزين، وأكثر ثقة في أنفسهم، ويقومون بأداء أفضل، كما تزداد استجابات الأسر الإناث، ويصبحون أكثر تعاونًا مع من يجرون المقابلات حال كونهم إناثًا، ومن نفس الخلفية التعليمية، عنه حال كون من يجرون المقابلات ذكورًا، عندما تكون معدلات ثقة من يجرون المقابلات في أنفسهم مرتفعة يصبحون أكثر قدرة على الإقناع وكسب التعاون مع المستجيبين.

في حين أشارت **نتائج** دراسة أخرى⁽¹⁰³⁾ إلى أنه يمكن أن تؤثر الخصائص الديموغرافية للمقابلات على الإجابات التي يتم تقديمها، فالأشخاص أو المبحوثون يقدمون إجابات أكثر صراحة more candid للمحاورين عندما يشعرون أن المحاور من طبقتهم أو مجموعتهم الاجتماعية of their own social group .

- **صعوبات مرتبطة بأداة جمع البيانات ومعدلات الاستجابة لها**، أظهر أفراد العينة أن نسب الاستجابة على استطلاعات الرأي التي ينفذوها قد تختلف باختلاف أداة جمع البيانات فبعض الاستطلاعات وخاصة السياسية منها قد لا يناسبها المقابلات الهاتفية التي تناسب القضايا الطارئة أو قضايا الساعة أو موضوعات صحية أو إجتماعية أو حتى ترفيهية كالاستطلاعات الخاصة ببرامج رمضان على سبيل المثال بينما موضوعات الانتخابات مثلًا تحتاج إلى المقابلات الميدانية وأنها الأكثر جدوى ودقة من وجهة نظرهم فالمقابلات وجها لوجه يستطيع من خلالها المستطلع سبر أغوار المبحوث ويستقصي البيانات بشكل أكثر جدية، ومبادرات مثل تكافل وكرامة، وحياة كريمة، وغيرها من المبادرات التي يعمل بها عددا من هؤلاء الباحثين في الفترة الحالية، تحتاج إلى مقابلة الأسر، والنقصي عن

بعض البيانات، كتحقيق الشخصية، وقسيمة الزواج أو الطلاق .. وغيرها من الأوراق التي لا تناسب إلا المقابلات الميدانية وجها لوجه، ونبه بعضهم إلى أن طول الاستمارة أو تكرار بعض أسئلتها قد يعوق دقة نتائج الاستطلاع وأنها -الاستمارات- بحاجة إلى مراجعة من القائمين على مثل هذه المراكز، وعدم الاستعجال في تطبيقها قبل أن يحصل مستطلي الآراء على جرعة تدريبية كافية وتتقنة الاستمارة من أي خطأ، أو تكرار، أو أسئلة موحية أو متحيزة، واستحسن بعضهم بداية انتشار فكرة جمع البيانات من خلال التابلت Tablet كما حدث في التعداد السكاني الأخير 2017، وبعض المراكز بدأت في استخدامه في جمع بيانات استطلاعاتها، فهو يوفر تكلفة طباعة مئات الاستمارات وتكلفة نقلها، كما أن فكرة التابلت قد تلغي بعض من وظائف الفريق البحثي -اقتصار الفرق البحثية على الإشراف والباحثين / مستطلي الآراء- فلا حاجة لمراجعة ميدانية أو مكتبية أو مراجع جودة أو مدخل بيانات فاليبيانات تخزن وتحفظ بشكل لحظي بعد انتهاء كل سؤال.

وتوصلت نتائج دراسة (Steve Freeman, 2006)⁽¹⁰⁴⁾ إلى عدة نتائج منها: أن الاستطلاعات الميدانية يتم فيها اختيار المواقع المستهدفة بدقة، والمنهجية فيها أفضل، والإجراءات أكثر دقة، وتتم على مرحلتين؛ يتم في المرحلة الأولى اختيار الدوائر الانتخابية التي تخدم غرض الاستطلاع، وذلك من خلال فهم الخصائص الديموغرافية، ثم عمل المسوح داخل هذه الدوائر في المرحلة الثانية.

- صعوبات متعلقة بعدم تقبل جهة العمل استجابات لا أعرف، والاستجابات الجزئية أو غير المكتملة، وترتبط هذه النقطة بنسب الاستجابة أيضًا غير أنها تتصل هنا بنسب الاستجابة المتوقعة من الجهة القائمة بالمسح أو الاستطلاع لموضوع أو قضية يعينها مما يجعلها لا تتقبل بعض نسب الاستجابات إذا جاءت مخالفة لتوقعاتها-طبقًا لرأي أحد أفراد العينة- الأمر الي يدفع بعض الباحثين إلى تعديل الاستجابات، وهناك مشكلة أخرى مرتبطة باستجابة لا أعرف أو لا رأي لي، حيث ترفض بعض المراكز وجهات العمل هذه الإجابة وتوبخ الباحث أحيانًا وتتهمه بالتقصير، وتطلب منه أن يتقصى بشكل أكبر، رغم أنها من وجهة نظر الباحثين- هي الإجابة الفعلية للسؤال المطروح على المبحوث، الأمر الذي يجعل بعض الباحثين يعدلون هذه الاستجابات إرضاء للمركز، وقد يستغرق الباحث وقتًا طويلا في إقناع المستجيب بالاستطلاع وهدفه وأهميته، وبعد ذلك كله ونتيجة لأمر فنية كطول الاستمارة مثلا يرفض المبحوث استكمال الاستمارة أو يطلب تأجيلها لوقت آخر (105)، ويتحمل الباحث ردود المبحوثين التي تشير أحيانا إلى الضجر « كفاية كده- زهقنا- تعبنا- كل ده بحث»، كما أن الباحث لا يحاسب ماديا على هذه الاستمارة، ويحتاج وقت أطول

لاستكمال استماراته⁽¹⁰⁶⁾، وينبغي الإشارة هنا إلى أنه على هذه المراكز تقبل هذه الاستثمارات حتى وإن كانت ستستبعدها من العينة لأنها غير مكتملة إلا ان ذلك يجعل الباحثين أكثر مصداقية في عملهم ويشعرون ببعض التقدير للمجهود الذي بذلوه.

ويمكن تفسير النتيجة السابقة في ضوء تحوط المبحوث في الدول النامية أحياناً والإجابة بقوله لا أعرف، أو يدي برأي يتصور أنه يرضي الباحث بغض النظر عن اتساقه او عدم اتساقه مع ما يعتقد ويؤمن به فعلاً⁽¹⁰⁷⁾، إلا أن بعض الاستجابات قد تكون اجابته الفعلية أنه لا يعرف.

- **صعوبات مرتبطة بتكوين المبحوثين**، كما أظهرت نتائج المقابلات أن هناك صعوبات مرتبطة بتكوين المبحوث وتعليمه وخلفيته الثقافية، ومدى وعيه بالقضايا المطروحة، إضافة إلى اهتمامه بالمشاركة في الاستطلاع أو اللامبالاة طبقاً لأهمية قضية الاستطلاع أو العائد الذي سيجنه حال المشاركة في الاستطلاع.

وتعد هذه الإشكالية من الصعوبات التي تواجهنا في مصر ليس وحدها، بل في العالم العربي وفي الدول النامية، حيث أشارت نتائج دراسة عربية⁽¹⁰⁸⁾ حول **مشكلات البحوث الميدانية في الوطن العربي** إلى غياب ثقافة الإدلاء العيني بالرأي؛ حيث يغلب على المبحوثين التكتم وعدم البوح بحقيقة الرأي والاتجاه نتيجة عدة عوامل منها طبيعة الثقافة في حد ذاتها، والخوف من التصريح الذي قد يجر إلى ما يحمدهم عقابه - حسب تصورهم -، والتمويه، والكذب، والإدلاء بمعلومات خاطئة، أو ما يتصل عموماً بثقافة المشاركة في مثل هذه البحوث، وهي عوامل تجعل من النتائج المحصلة محل تحفظ. ومن الصعوبات المرتبطة بتكوين المبحوث أيضاً ما يتصل بالتكوين العلمي والثقافي للمبحوث؛ فبالنظر إلى المستويات التعليمية والثقافية المتدنية والمتواضعة لدى الغالبية، وكذا غياب الدعائم الأساسية لتكوين رأي حيال القضايا المطروحة منها: الإعلام الحر والموضوعي والنزيه الذي يوفر قدر كافي من المعلومات والحقائق والإحصائيات عن الظواهر محل النقاش، غير محكوم بولاءات ومصالح مالية سياسية أيولوجية ضيقة. وكذلك الثقافة السياسية وتجاوز إشكالية الخوف والصمت. وغياب المجتمع المدني وضعف دور قادة الرأي.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء فروض نظرية دوامة الصمت والتي تذهب إلى أن الخوف من العزلة الاجتماعية يجعل الأفراد لا يعلنون عن آرائهم إذا ما أدركوا أن هذه الآراء لا تحظى بتأييد الآخرين. أو عندما يُدرك بعض الأفراد أو الجماعات أنهم مختلفون وغير مساييرين لرأي الأغلبية يجعلهم ذلك إما يغيرون آرائهم لتتنسق مع رأي وسائل الإعلام أو يؤثرون الصمت تجنباً للضغوط الاجتماعية.

3 . المعوقات الثقافية والاجتماعية وتؤثر على مستطلي الآراء :

- مدى وعي الجمهور بموضوع الاستطلاع وأهمية إبداء رأيه، وترتبط قضية وعي الجمهور بموضوع الاستطلاعات وأهمية إبداء رأيه بمدى استجابة الجمهور لاستطلاعات الرأي، ولا ينبغي تجاهل القطاع الذي لا يجب على أسئلة الاستطلاع أو تلك الفئة التي تُعرف بمن لا رأي لهم، سواء كانوا هم بالفعل أم غير راغبين في إبداء آرائهم ام لم يتيسر لهم سبل المعرفة بالموضوع قيد الاستطلاع أم غير مبالية به أصلاً⁽¹⁰⁹⁾.

فهناك أهمية كبيرة لوجود درجة من الوعي لدى الجمهور فيما يخص موضوع الاستطلاع ومعرفة الجوانب المختلفة للموضوع محل الاهتمام، وحتى يستطيع أن يكون رأياً صحيحاً؛ حيث إن من لا علم له لا رأي سديد له، وإنما ينجح إلى التطرف أو التعصب أو الوهم، وعدم وعي الجمهور بالبيانات والمعلومات الكافية عن الموضوع تجعله منساقاً إلى أي توجه أو رأي مما يؤدي إلى نتائج مضللة وبالتالي إلى قرارات غير صائبة وفي عكس مصلحة المواطن⁽¹¹⁰⁾.

وأشارت نتائج المقابلات إلى أن نظرة المجتمع لاستطلاعات ومسوح الرأي في العادة نظرة غير جادة فأغلب أفراد المجتمع يرفضون المشاركة لإبداء آرائهم بغض النظر عن قضية أو موضوع الاستطلاع (سواء سياسية- اجتماعية أو غيرها) وإما يشاركون بآرائهم بصورة غير جدية وذلك بسبب أنهم لا يعلمون الكثير عن هذه الاستطلاعات أو يعتقدون أن هذه الاستطلاعات لا فائدة منها سواء بصورة مباشرة على أنفسهم أو بفائدة عامة على المجتمع، وذلك على الرغم من أهمية استطلاع الرأي بصورة عامة وذلك بتوضيح المشكلات الحقيقية في المجتمع حتى يتم العمل على حلها سواء من خلال التوعية المجتمعية أو من خلال عمل الجهات التنفيذية والحكومية.

وأشارت النتائج إلى عدم معرفة كثير من الباحثين، وخاصة في المناطق الشعبية والأكثر فقراً، والنائية، وبعض القرى والنجوع ماذا تعني استطلاعات الرأي أو البحوث الميدانية، وما الفائدة التي تعود عليهم حال مشاركتهم في هذه الاستطلاعات أو المسوح، وعدم تقبل بعض الموضوعات، فبعض الباحثين الذين يعانون في بيئاتهم من مشكلات كالصرف الصحي أو انقطاع المياه، يرفض الإجابة على أسئلة خاصة بمشروعات قومية كقناة السويس والعاصمة الإدارية الجديدة على سبيل المثال، وربما يحتاج ذلك دراسة متأنية من القائمين على تنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام، وانتقد أفراد عينة الدراسة دور الدولة ممثلة في وسائل الإعلام في توعية المواطنين بأهمية هذه المسوح وخاصة القومية منها⁽¹¹¹⁾.

وتتفق هذه النتيجة مع الرأي القائل بأن الرأي العام في القرى والنجوع والأماكن النائية ليس لديه المعلومات الكافية، خاصة مع ارتفاع نسب الأمية، كما أن القائمين على إستطلاعات

الرأى يفنقدون الأسلوب المناسب لتوصيل المعلومات عن إستطلاعهم للمواطن، ولذلك فقد أصبح هذا المواطن يدلو بدلوه فى قضية لايعرفها بالشكل المطلوب⁽¹¹²⁾. وكثيرا ما يرفض المبحوثون الإجابة على أسئلة الإستطلاعات خاصة فى الاستطلاعات الهاتفية فبعضهم يرى أنه لا دخل له بالحياة السياسية بقوله « أنا مليش فى الحوارات ديه- أنا معرفش فى الكلام ده» وآخر يرى أنه مشغول بما هو أهم من تلك الاستطلاعات « الله يرضى عنك ورايا شغل - معلىش أنا بعمل شغل» وهناك من يكون غير مؤهل للإجابة كأن يرد طفل مثلا أو ضابط قوات مسلحة على سبيل المثال، أو فى وقت غير مناسب له « معلىش انا سايق ومش هعرف أرد، أنا تعبان، أنا نايم»، وغيرهم ممن يرو أن رأيهم غير مهم فى الأساس « ان راجل أرزقي - أنا ست صعيدية»، وهناك من يقلل من الاستطلاعات ويعتبرها رفاهية بالنسبة له « استطلاع انا أصلا معياش بطاقة»، أو ترفض الإجابة لأن زوجها غير موجود بالمنزل⁽¹¹³⁾.

ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه نتائج دراسة (مها صبري، 2011) إلى أن متوسط معدل الرفض فى عدة استطلاعات نفذها مركز استطلاع الرأى بمركز المعلومات ودعم إتخاذ القرار يصل إلى (13%)، ويختلف معدل الرفض وفقا لطبيعة الاستطلاع، حيث يرتفع فى الاستطلاعات السياسية ليصل إلى (17%) وهو أمر طبيعي نتيجة التخوف من إبداء الآراء من خلال التليفون فتقافة استطلاعات الرأى الهاتفية حيثة العهد بمصر⁽¹¹⁴⁾.

وتوصلت نتائج دراسة هالة الأباصيري (2006)⁽¹¹⁵⁾ إلى عدة نتائج، منها: أن 61% من المبحوثين عينة الدراسة لم يسمعوا عن استطلاعات الرأى العام، وهو ما انتهت إليه أيضاً نتائج دراسة (إيمان حسني، 2018)⁽¹¹⁶⁾ بانخفاض معرفة المبحوثين باستطلاعات الرأى العام.

ويتفق ذلك مع بعض الآراء حول أنه لم تتبلور بعد ثقافة استطلاعات الرأى وما يزال الشك متعمقا بين المبحوثين، إضافة إلى انتشار الأمية وعدم التعرف أصلا على الأهداف الحقيقية لمثل هذه البحوث⁽¹¹⁷⁾. كما أدى مستوى الأمية السائد لدى نسبة لا يستهان بها من الأفراد فى المناطق الريفية والبدوية على وجه الخصوص، إلى إضعاف إمكانية المشاركة فى القضايا القومية والسياسية؛ والذي أدى بدوره إلى ضعف الممارسة الديمقراطية وقياس الرأى العام على وجه الخصوص⁽¹¹⁸⁾.

ويتفق ذلك أيضاً مع نتائج دراسة (محمد لطفى الشيمي، 2016)⁽¹¹⁹⁾ التي انتهت نتائجها أن نقص أو ضعف التوعية بأهمية استطلاعات الرأى العام وتعريف الجمهور بها، بل والتشكيك الدائم فى مراكز استطلاعات الرأى العام، وأنها مؤسسة أو تتلقى تمويلات خارجية أو حتى داخلية تخدم مصالح مموليها أحد أهم المشكلات، ويجب أن تكون هناك

توعية على المستوى القومي للتعريف بالاستطلاعات وأهميتها وعائدات نجاحها.

- **ضعف ثقافة المواطنين**، أشارت نتائج المقابلات أيضًا إلى حالة من عدم الرضا بين أفراد العينة عن حالة معرفة المبحوثين عن القضايا والأحداث التي يتم استطلاع رأيهم فيها، وأن بعض هؤلاء المبحوثين لا يعلمون الحد الأدنى عن كثير من موضوعات ربما تكون أحداث جارية أو مشروعات قومية أو قرارات وقوانين تمس مصالحهم⁽¹²⁰⁾. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء انشغال بعضهم بحياته اليومية والعمل لمواجهة متطلبات الحياة، وانصراف البعض الآخر عن متابعة الجرائد أو وسائل الاتصال الجماهيري، وتركيز قطاع ثالث فقط على الترفيه من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وبين هذا وذاك هناك بعض الفئات لا تمتلك رفاهية متابعة الأحداث الجارية والقضايا القومية. وتتفق النتائج السابقة مع نتائج دراسة (محمد لطفي الشيمي، 2016)⁽¹²¹⁾ والتي انتهت نتائجها إلى أن ثقافة ومصداقية المبحوثين وتشككهم أحيانا تمثل عائق آخر يخرج بنتائج قد تخالف الواقع حالة عدم التزام المبحوث بإبداء رأيه بجديّة وأمانة، فضلا عن مسألة الأمية في بلد تتجاوز فيها نسبة 40% وبالتالي لا يمكن التعويل على نتائج مثل هذه الاستطلاعات.

- **كشفت نتائج المقابلات حالة من الخوف والتشكك من ابداء الرأي في بعض الاستطلاعات** وخاصة القضايا السياسية أو التي تمس موضوعات اجتماعية حساسة أو محرجة وأرجع بعض الباحثين ذلك لعدة أسباب منها «عدم ثقة المبحوث في الباحث»⁽¹²²⁾، و «وجود بعض المشكلات الأمنية -حتى وإن كانت حالات فردية- ظهرت بعد عام 2011»⁽¹²³⁾، و «عدم ثقة المبحوثين في الباحث حال تبعية الاستطلاع لجهة غير حكومية»، و «عدم التعامل مع أي شخص غريب ورفض اعطاء بيانات خاصة بالأسر وخاصة الحالة الاجتماعية والاقتصادية، والممتلكات»⁽¹²⁴⁾.

واستهدفت ورقة بحثية حول أسباب رفض الاستجابة في المقابلة الهاتفية بمركز استطلاع الرأي العام والتي أجريت عام 2011 بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التعرف على أسباب رفض الاستجابة في مركز استطلاع الرأي العام حيث تم دراسة اسباب الرفض في 34 استطلاعاً قام المركز بإجرائهم في الفترة من أبريل 2009 وحتى أبريل 2010، وقد توصلت الورقة إلى ان النسبة الأكبر من حالات الرفض كانت بدون إبداء أي أسباب من قبل المبحوثين؛ حيث يقرر المبحوث عدم المشاركة، ويرفض إيضاح السبب للباحث أو يقوم بإغلاق سماعة التليفون فجأة دون إبداء اي أسباب، وقد بلغت تلك النسبة

(50%) من إجمالي حالات الرفض والمقابلة غير المكتملة، ويأتي في المرتبة الثانية رفض أحد أفراد الأسرة إعطاء المبحوث المستهدف (12%) من إجمالي حالات الرفض والمقابلة غير المكتملة، يلي ذلك إنشغال المبحوث بنسبة (10%)، يلي ذلك رفض المبحوث بسبب التشكك أو الخوف من الإدلاء برأيه (6%) أو أنه ليس على علم بموضوع الاستطلاع، ويُصر على عدم المشاركة، أو أنه يشعر بأنه لن يفهم الموضوع بالرغم من محاولة توضيح الباحث له، أو كون المبحوث مريضاً / كبيراً في السن ويرفض المشاركة بسبب ذلك (5%) لكل منهم⁽¹²⁵⁾. أو يعترض من البداية على الإجابة على الاستطلاع؛ ففي عدة استطلاعات هاتفية أجراها المركز المصري لبحوث الرأي العام (بصيرة)⁽¹²⁶⁾ لاحظ الباحث عدم استجابة كثيرين لاستكمال الاستطلاع، وهروبهم من الموافقة على الإستجابة بدعوى أنهم مشغولين، أو غير مهتمين بالاستطلاعات، أو رب الأسرة غير موجود، أو ضعف ثقافتهم بعبارة مثل «إحنا ناس أرزقية»، «الله يرضى عنك عندي شغل»، «أنا لايسة وخارجة»، «جوزي مش موجود»، «مش هفيدك أنا أصلاً معنديش بطاقة»، «أنا مش فاضي للحوارات ديه»، «إنتو عايزين مننا أه» .

وتتفق النتيجة السابقة مع رأي هشام عطية حول إشكالية الثقافة السياسية وتأثيرها على نتائج استطلاعات الرأي العام والتي أبرز فيها أن الخبرة السياسية المتوافرة لدى المواطن والمتناقلة عبر أجيال من معاناته وتخوفاته من السلطة السياسية، وتعوده على هامشية دوره وما يرتبط به من اضطلاع الهيئات الحكومية بتولي التفكير والتدبير واتخاذ القرارات نيابة عنه، لازال كل ذلك يصنع تأثيره في الوعي السياسي للمواطن ويحول دون اتساع نطاق الاستجابة فضلاً عن دقتها وثباتها⁽¹²⁷⁾.

وبالنسبة لهذا المحور فإن نتائجها العامة انتهت بحسب رأي عينة الدراسة إلى تصدر قضيتي العينات والموافقات الأمنية مقدمة الصعوبات التي تواجه مستطليعي الآراء وتوقعهم عن أداء عملهم، ثم جاءت قضايا التمويل والأجور والترقي وذلك كله مرتبط بالجهة التي يعملون بها، وأخرى مرتبطة بالمبحوث كضعف الاستجابة، أو رفضها، وتوهم المعرفة، والمراوغة، إضافة إلى صعوبات مجتمعية كضعف الوعي والثقافة لدى المواطنين، والأمية، وتشكك المبحوثين وخوفهم من الإدلاء بأرائهم ، والتي قد تؤثر جميعها أو بعضها في جودة ودقة نتائج مسوحات الرأي العام بشكل أو بآخر.

المحور الثاني: صعوبات متعلقة بالتبعية أو نمط ملكية الجهة التي تنفذ الاستطلاع.
أنقسمت آراء عينة الدراسة فيما يخص تبعية أو نمط ملكية الجهة التي يعملون بها؛ حيث أشار الفريق الأول (ما يزيد عن نصف عينة الدراسة) أن من الصعوبات التي تواجههم

أثناء تنفيذ المسوح والاستطلاعات تبعية الجهة التي يُنفَّذ لها الاستطلاع ومدى شهرتها أو معرفة الباحثين بها؛ فالجهات الحكومية كمركز الرأي العام التابع لمجلس الوزراء، والجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء من أكثر الجهات تفضيلاً من قبل الباحثين، وأكثرهم شهرة؛ مما يسهل إجراء المقابلات، كما أنه في بعض الحالات كتطبيق دراسات خاصة بالطلاب في الجامعة فبمجرد معرفة أن البحث تابع للجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء أو مجلس الوزراء يلقى هؤلاء الباحثين دعماً معنوياً من قبل إدارة الجامعة وتمنحهم تسهيلات وتوفر لهم البيئة المناسبة لإنهاء الاستمارات بقدر كبير من المرونة، والتفهم، والتوصية، وتتضح هذه الفكرة بوضوح أيضاً في تعداد السكان والتي كان آخرها عام 2017، والذي حظي بمعدلات استجابة كبيرة، ومثل هذه الجهات تجعل الباحث أكثر ثقة وحرية، وفي الوقت نفسه يشعر المبحوث أو المستجيب بالاطمئنان.

وعلى النقيض من ذلك قد يعاني مستطلعوا الآراء في كثير من الأحيان عندما يقومون بجمع البيانات لجهة أو مركز خاص؛ نتيجة تشكك المستجيبين في بعض هذه المراكز أو قلة وعيهم بها، أو عدم معرفتهم من الأساس بهذه المراكز، ويواجه الباحثون الميدانيون مشكلات معظمها أمنية، في مقدمتها الموافقات الأمنية يليها تعنت بعض المبحوثين وعدم مشاركتهم في إبداء الرأي إلا بعد كثير من النقصي عن بيانات الباحث، وتحقيق الشخصية، والجهة التي يعمل بها، وتبعتها، وهدف الاستطلاع، وأحيانا عن العائد أو الفائدة التي ستعود عليه- المستجيب- حال إجابته على الاستطلاع، وأشارت إحدى الباحثات (821) إلى تعرضها لمضايقات أمنية واحتجازها 3 ليال بأحد الأجهزة الأمنية، واقتيادها من منزلها في عربة شرطة بعد تتبع هاتفها، عقب عودتها من تنفيذ وجمع بيانات استطلاع رأي تم تطبيقه منذ 5 سنوات ويعاد التطبيق للمقارنة، نُفِّذَ ببعض المناطق الشعبية (إمبابه- منشية ناصر)، حول التحرش ودور الشرطة في توفير الأمن والأمان؛ وضرورة وجود عنصر نسائي بالشرطة المصرية مختص بوقائع التحرش يُسهل على المتحرش بها التحدث إلى العنصر النسائي، حتى لا تصاب بحرج أو تخشى من الصورة المتكونة عنها لدى ضابط الشرطة -من وجهة نظر المستجيبات-، وضرورة توافر كاميرات بالشوارع للقضاء على ظاهرة التحرش وغير ذلك من محاور في الاستطلاع، بعدما قام أحد المبحوثين ينتمي لأحد الأحزاب الشهيرة بتقديم بلاغ في هذه الباحثة يتهمها بجمع بيانات ومعلومات عن جهاز الشرطة، رغم تقصيه عن بيانات الباحثة وبطاقة الرقم القومي، وخطاب موافقة جهاز التعبئة والإحصاء، ورقم تليفون الباحثة، واستتكرت الباحثة تراخي بعض هذه الجهات في دفاعها عن المبحوثين من جهة، وتتصله من مسئولية حماية الباحثين، ومن جهة أخرى إبلاغ مديريات الأمن بأسماء الباحثين وموضوع الاستطلاع ونموذج من استمارته- وهو إجراء

معروف للجهات العاملة في هذا المجال- غير أن هذا المكتب قد لا يكون قام بهذا الإجراء وقت تنفيذ الاستطلاع، مما ترتب عليه مثل هذه المشكلات.

في حين كشفت آراء **الفريق الثاني** ⁽¹²⁹⁾ بأنه ليس هناك فرق بين تبعية الجهة التي تنفذ الاستطلاع سواء حكومية أو خاصة وكانت إجاباتهم كالتالي:- « لا يوجد فرق بين تبعية الجهات التي تنفذ الاستطلاع ، المهم إن الباحث يكون متمكن من أدواته»، « اختيار الباحث الكفاء أهم بكثير من نمط ملكية أو تبعية الجهة التي يعمل بها»، «كله زي بعضه العبرة بتدريب الباحث وإن الباحث يكون عارف قيمة وأهمية عمله»، لا يوجد تأثير لنمط الملكية أو تبعية المركز اللي يشتغل فيها ومعظم الباحثين اللي بيشتغلوا في الحكومي هما اللي بيشتغلوا في الخاص هما اللي بيشتغلوا في شركات التسويق وبحوث السوق». وأشار **فريق ثالث** (عدد قليل من مفردات العينة) عن أن مراكز قياس الرأي العام الخاصة هي الأفضل من حيث التدريب، والأجور، والمعاملة⁽¹³⁰⁾.

وتتفق النتائج السابقة مع نتائج دراسة (**حنان صدقي، 2012**) ⁽¹³¹⁾ التي خلصت إلى أن المراكز البحثية الحكومية كانت أكثر الجهات التي تحظى بأعلى استجابة من الجمهور، رغبة من الجمهور في نقل وجهة نظره للحكومة، ومشاركته في صنع القرارات التي تمس حياته اليومية، وجاءت المراكز البحثية الخاصة كأكثر الجهات التي تحظى بأعلى مصداقية، ونادت الدراسة بأهمية وجود مراكز بحثية خاصة بشرط أن تكون محايدة.

كما تتفق مع ما خلصت إليه نتائج دراسة (**خالد صلاح، 2015**) ⁽¹³²⁾ التي انتهت إلى وجود عدد من الضغوط الداخلية التي تتعرض لها مراكز استطلاعات الرأي العام في السياقات الثقافية المختلفة ومنها نمط ملكية مراكز استطلاعات الرأي العام، وتأثيرها على الممارسات المهنية لتلك المراكز، وعلى مخرجاتها البحثية والعلمية.

وتتفق النتائج بشكل جزئي مع نتائج دراسة (**هالة الأباصيري، 2006**) ⁽¹³³⁾ التي انتهت إلى أن المبحوثين أكثر ثقة في الاستطلاعات التي تقوم بإجرائها مراكز البحوث الأكاديمية، تليها الاستطلاعات التي تقوم بإجرائها جهات حكومية ورسمية، بينما تقل ثقة المبحوثين في الاستطلاعات التي تقوم بها جهات خاصة غير حكومية، وبنسب بلغت %71، و %47، و %28 على التوالي.

وبالنسبة لهذا المحور فإن نتائجه العامة ترتبط بشكل جزئي بنتائج المحور الأول في الجزء الخاص بالصعوبات المرتبطة بالموافقات الأمنية، وينبئ إلى ضرورة إيجاد آلية تُسهل من طريقة الحصول على الموافقة الأمنية، وتحمي الباحث من عواقب عمله بدونها أو حال تعرضه لمشكلات في الميدان.

المحور الثالث: صعوبات متعلقة بالعوامل الديموغرافية وتأثيرها على نتائج مسح الرأي.

وتتشابه نتائج هذا المحور مع المعوقات الخاصة بنسب الاستجابة في المحور الأول، وانقسمت استجابات عينة الدراسة فيما يخص العوامل الديموغرافية للباحث فمعظم الاستجابات أقرت بتأثير العوامل الديموغرافية للباحث على استجابة المبحوث وبالتالي المعلومات والبيانات التي يقوم بجمعها، فيما أقر بعض أفراد العينة بعدم وجود تأثير للعوامل الديموغرافية للباحث على نتائج المسوح والاستطلاعات وأن المعيار هنا هو الكفاءة والتدريب والحيادية.

أما ما يخص تأثير العوامل الديموغرافية للمبحوثين أقر جميع أفراد العينة محل الدراسة بوجود عدة صعوبات متعلقة باستجابة المبحوثين، ووجود رفض داخل الأسر للإجابة على المسوح والاستطلاعات، وتتوعدت أسباب الرفض طبقاً لآراء عينة الدراسة ما بين (المستوى التعليمي للمبحوث - نوع الباحث - نوع المبحوث - القضية أو موضوع الاستطلاع) فبعضهم أشار إلى أن المستوى التعليمي للمبحوث يؤثر في الاستجابة لبيانات الاستطلاع من عدمها، وأن الفئات ذوي المستويات التعليمية المرتفعة هي الأكثر استجابة، فيما أشار آخرون إلى أن الأميين هما الأكثر استجابة شرط أن يبسط المستطلع ما يريده من المبحوث، واتفق الطرفان على أن أنصاف المتعلمين -الحاصلون على تعليم متوسط- هما الأكثر رفضاً ومقاومة، بل والأكثر إثارة للبلبل، والتهييج ضدهم في ميدان العمل، وفيما يخص نوع الباحث ركز معظم أفراد العينة على أن الفتيات أو الإناث هم الأكثر قدرة على جمع البيانات سواء من ذكور أو إناث، وربما تطغى طبيعة الرجل الشرقي خاصة في بعض الأقاليم على موافقته أو رفضه لإجراء زوجته أو أخته أو إبنته لمقابلة مع شخص غريب على عكس لو كانت من تنفذ الاستطلاع من الإناث، وترتبط النقطة السابقة أيضاً بطبيعة القضية موضوع الاستطلاع فبعض القضايا كتنظيم الأسرة والدورة الشهرية ووسائل منع الحمل وغيرها قد لا يكون مفيداً أن يكون المستطلع ذكراً، ويمكن تفسير ذلك في ضوء العادات والتقاليد والأعراف الموجودة ببعض الأقاليم التي ترفض ظهور المرأة أمام رجل غريب وتعتبره منافي لأعرافهم⁽¹³⁴⁾.

وتتفق النتائج السابقة مع نتائج دراسة (Garbrielle B.Durrant, 2010)⁽¹³⁵⁾ التي خلصت إلى أن هناك عوامل تؤثر على الباحثين والمبحوثين مثل النوع ومستوى التعليم، كما تزداد استجابات الأسر الإناث، ويصبحون أكثر تعاوناً مع من يجرون المقابلات حال كونهم إناثاً، ومن نفس الخلفية التعليمية، عنه حال كون من يجرون المقابلات ذكوراً.

كما تتفق ونتائج دراسة (Herbert F. Weisberg, 2005)⁽¹³⁶⁾ التي إلى انتهت إلى أنه يمكن أن تؤثر الخصائص الديموغرافية للمقابلات على الإجابات التي يتم تقديمها،

فالأشخاص أو المبحوثين يقدمون إجابات أكثر صراحة more candid للمحاورين عندما يشعرون أن المحاور من طبقتهم أو مجموعتهم الاجتماعية of their own social group.

المحور الرابع: صعوبات متعلقة ببيئة العمل.

- أشار أفراد العينة إلى أنه من الصعوبات التي تواجههم بيئة العمل أو مكان تنفيذ الاستطلاع، وأنه يختلف تنفيذ المسوح أو الاستطلاعات من الحضر إلى الريف، ومن الصعيد إلى وجه بحري، وأن أهل الصعيد والريف على وجه الخصوص أكثر استجابة للإجابة على الاستطلاعات والمسوح، وبرر مستطلي الآراء ذلك بطبيعة أهل الريف في كرم الضيافة وعدم إحراج المستطلع⁽¹³⁷⁾ -وهي أمور ربما تكون بعيدة كل البعد عن المأمول من نتائج- كما ذكر البعض الآخر⁽¹³⁸⁾ صعوبات متعلقة بالانتقالات من قرية إلى قرية فبعض القرى والنجوع لا تملك وسيلة مواصلات بعد ساعة معينة في اليوم-في توقيت معين بعد غروب الشمس عل سبيل المثال- مما يعجل من الانتهاء من عدد الاستثمارات في وقت معين، أو تملك مواصلات لا تناسب البعض منهم كالإناث، أو أن تأخذ مواصلة خاصة وهذا مكلف ولا يغطي الأجر الذي سيحصل عليها المستطلع من الجهة التي تنفذ الاستطلاع قيمة هذه المواصلة، فيما أجمع أفراد العينة على توفير بعض المراكز (مركز الزناتي) عربية مكيفة ومريحة تأخذ الفرق البحثية من المركز إلى مكان تنفيذ الاستطلاع وترافقهم أثناء الاستطلاع ثم تعيدهم بعد انتهاء جمع البيانات وهي ميزة لاقت ترحيبا من قبل مستطلي الآراء ونادوا بتعميمها في كل المراكز والجهات البحثية حيث توفر الوقت والجهد وتخلق صورة ذهنية إيجابية لدى المبحوثين في ميدان الدراسة.

وأشار بعضهم⁽¹³⁹⁾ إلى صعوبات بيئية مرتبطة بحالة الطقس أحيانا (الشمس والحرارة الشديدة صيفا، والأمطار شتاء)، وأن هذه الظروف البيئية قد تؤثر بشكل كبير على طبيعة عملهم وتعوقهم عن العمل بشكل أو بآخر، وأظهرت المقابلات معوقا آخر مرتبط بعدم وجود سكن للإناث المغتربات حال العمل بمحافظات القاهرة الكبرى الأمر الذي يستدعي السفر والعودة يوميا إلى محافظاتهم في الأقاليم المختلفة، أو تتصرف الباحثة بنفسها ولنفسها في توفير مكان إقامة دون تدخل من قبل هذه المراكز وهو الأمر الذي يدعو إلى الاستياء من قبل المبحوثات.

وأوضح فريق آخر من أفراد العينة⁽¹⁴⁰⁾ أن مستوى المعيشة، والخدمات المقدمة، والاحتياجات، ومستوى الثقافة، والمعتقدات الدينية، إضافة إلى القضايا التي يناقشها الاستطلاع تختلف من الريف إلى الحضر، حيث ذكر بعضهم أمثلة لذلك يمكن عرض بعضها كما يلي:-
«تختلف استجابات المبحوث تبعا لاحتياجاته، يعني هو محتاج أه عايز أه»، «لو عملت

استطلاع عن رغيف العيش هتختلف الاستجابات من الريف إلى الحضر»⁽¹⁴¹⁾، «يميل بعض المبحوثين في الريف إلى الظهور بشكل مثالي وخاصة فيما يخص المعتقدات الدينية، ولو اتعمل بحث عن التدين بتلاقيه بيجاوب بما يتوافق مع الدين حتى لو المبحوث مش متدين، على عكس الحضر ممكن يقول وجهة نظره أو اتجاهاته حتى لو خالفت الدين أو الشريعة»⁽¹⁴²⁾، «طبيعة موضوع الاستطلاع هي التي تحدد تأثير البيئة، فمثلا عند إجراء استطلاع أو مسح عن التسرب من التعليم هنلاقي النسب في الريف أكثر وهنا البيئة أثرت على نتائج الاستطلاع»⁽¹⁴³⁾، «طبيعة القضية المدروسة تختلف من الريف عنه في الحضر فعلى سبيل المثال لو بحث عن سن الزواج أو الزواج المبكر للإناث هتلاقي معظم الإجابات في الريف أنه حاجة كويسة والبنيت لازم تتجوز وتتستر بدري على عكس الحضر ممكن البنيت تصل إلى سن العقد الثالث من عمرها»⁽¹⁴⁴⁾.

ويمكن إجمال ما سبق في هذا المحور وطبقاً لآراء عينة الدراسة إلى وجود صعوبات بيئية في ميدان عمل استطلاعات ومسوحات الرأي يمكن حل بعضها من خلال الجهات التي يعملون بها كتوفير وسائل مواصلات خاصة بفرق العمل، ومراجعة وتقليل عدد الاستثمارات المطلوبة بما يتناسب مع البيئة التي يطبق فيها الاستطلاع وتبعاً لظروف وحالة الطقس؛ فمع زيادة نسب الرفض في بعض البيئات يتطلب الأمر مرونة من قبل جهات العمل وعدم الإصرار على عدد معين من الاستثمارات الأمر الذي قد يدفع الباحث إلى تزييف أو فبركة الاستثمارات.

المحور الخامس: صعوبات متعلقة بتأثير نوع أداة جمع البيانات على نتائج الاستطلاعات.

- أشارت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير لأداة جمع البيانات (مقابلات ميدانية- مقابلات هاتفية) على الأداء المهني لمستطلي الآراء، وعلى جمع بيانات المسوح وبالتالي على نتائج استطلاعات الرأي، وأقر معظم أفراد العينة بأن المقابلات الميدانية -رغم ما يعوقها من مشكلات سبق ذكرها- هي الأفضل في جمع البيانات وتشعر الباحث بأريحية في التعامل وجها لوجه مع المبحوث ويستطيع من خلالها الباحث التقصي بشكل أكبر، ويلاحظ تعبيرات الوجه وردود المبحوث؛ يستطيع من خلالها الباحث التقصي بشكل أكبر، كونها صادقة وصحيحة أم على سبيل الإسقاط، فيلجأ لإعادة السؤال أو الاستيضاح من المبحوث، كما أن المقابلات الميدانية أكثر صراحة، وتشعر المبحوث بالأمان، وأكثر عمقاً وتركيزاً، على عكس المقابلات الهاتفية التي تناسب بعض الموضوعات البسيطة، ويتخوف المستجيب منها كثيراً عندما يكون الاستطلاع متعلق بقضايا سياسية. فيما أشارت بعض

الباحثات عينة الدراسة إلى تفضيلها للمقابلات الهاتفية عن الميدانية خاصة أوقات الأزمات كجائحة كورونا، وأنها أفضل للإنان حيث تعمل داخل مكتب أو من منزلها مما يوفر عليها كثيرا من الوقت والجهد وغيره من العقبات التي تواجهها في ميدان العمل.

رابع عشر - خاتمة:

أظهرت نتائج المقابلات المتعمقة مع مستطلي الرأي في مسوح واستطلاعات الرأي العام حاجة هذه المراكز الماسة -رغم تقدمها وسعيها الجاد للتطور- إلى الاعتماد على نماذج علمية رصينة، وخبرات سابقة في مجال قياسات الرأي العام في الدول الأكثر نجاحا في تجارب ومراكز استطلاعات الرأي - مع اتفاقنا أنه لا يوجد نموذج مثالي لفهم كل شيء في مجال ما- إلا أن مدخل الخطأ الإجمالي للمسح هو بالتأكيد النهج السائد اليوم في عدد من التجارب الغربية، كجزء مهم لزيادة فهم الأخطاء في عملية القياس المرتبطة بالمستطلع والمستجيب، وعملية القياس بأكملها، وأهمية تحديد، ومناقشة، وقياس، والبحث عن طرق لتقليل جميع العوامل التي تؤدي إلى أخطاء في الاستطلاعات. والتأكيد على الحاجة إلى موازنة balance تقليل الأخطاء error minimization مقابل تكاليف المسح، والوقت، والاعتبارات الأخلاقية. بالإضافة إلى خصوصية التجربة المصرية والبيئة المحيطة بتنفيذ استطلاعات الرأي وما قد يشوب مرحلة جمع البيانات من صعوبات مجتمعية قد تحول دون الخروج بنتائج حقيقية معبرة عن الهدف الذي تم إجراء الاستطلاع من أجله.

وعلينا أن ندرك أن هناك عددًا من التأثيرات والصعوبات المتعلقة بمسوح واستطلاعات الرأي والتي ستؤثر دائمًا على نتائج المسح، وتقبل دائمًا تنازلات compromises، وهنا يكون الحل الوسط بين محاولة تقليل أخطاء المسوح والاستطلاعات، وإدراك أن قيود المسوح والاستطلاعات قد تتطلب قبول المزيد من الأخطاء- شرط أن تكون الأخطاء بنسب مقبولة، وغير فجة، وتراعي المنهجيات المتعارف عليها عالميا؛ من أجل إيجاد أفضل تصميم للاستطلاع في ضوء القيود المالية والزمنية وكذلك العوامل الأخلاقية المعمول بها.

فعلى سبيل المثال، قد يرى العديد من المتخصصين أن المقابلات وجهاً لوجه تحتوي على أخطاء أقل من معظم الأنواع الأخرى من الاستطلاعات نظراً لارتفاع معدلات الاستجابة بها، وعلاقة التعاون والود التي يمكن أن يحققها القائمون بالمقابلات مع المستجيبين، ولكنها أيضًا أكثر تكلفة وتتطلب مدة أطول لإكمالها. على الجانب الآخر يمكن أن تكون استطلاعات الرأي الهاتفية أو عبر الإنترنت غير مكلفة إلى حد ما، ويمكن أن تعطي نتائج سريعة، حتى لو كانت معدلات الاستجابة أقل ولا يستطيع المحاورون التحقق من إجابات «لا أعرف»، المهم هنا هو فهم المقايضات أو التنازلات التي تتطوي عليها الاختيارات،

حيث لا يمكن تعظيم جميع الفوائد في وقت واحد، فالعبرة هنا بتقليل حجم الأخطاء كلما أمكن ذلك.

ويمكن إجمال نتائج البحث في وجود عدة معوقات تعوق عمل مستطلي الرأي وقد تؤثر على نتائج استطلاعات الرأي في التجربة المصرية أو تقلل من دقتها، وتتمثل هذه المعوقات في معوقات نابذة من مراكز استطلاعات الرأي وتبعيتها، ومدى اعتمادها على منهجية رصينة لاختيار وتصميم العينات، وتصميم الاستطلاع، وتدريب الباحثين التدريب الكافي قبل تنفيذ الاستطلاع ومتابعة تنفيذ هذه الاستطلاعات، ومدى توفيره لبيئة عمل مناسبة قدر الإمكان لإنجاز مهام الباحث بعيدا عن ضغوط بيئية قد تحول دون إتمام الباحث مهامه على الوجه الأكمل، ومدى تقدير جهد الباحث ماديا من خلال الأجور والمكافآت، أو معنويا من خلال تشجيعه والثناء على عمله -حال إنهاء وإنجاز عمله بكفاءة- وعدم ضغطه بأعداد كبيرة من الاستمارات قد تفوق جهده أو تفوق ساعات العمل مما يضطره أحيانا إلى فبركة الاستمارات، أما المعوقات المرتبطة بالمبحوث نفسه من حيث تكوينه وتعليمه واستجابته وفكرته عن استطلاعات الرأي، ومدى تعاونه مع الباحث أو مستطلي الرأي، فجزء منه قد يرجع إل ضعف التوعية المقدمة من قبل وسائل الإعلام بعدد من القضايا والموضوعات، التي يجهلها كثير من المواطنين، إضافة إلى معوقات المراوغة ورغبة المبحوث في الظهور بأنه يعلم كل شيء -توهم لمعرفة- كم تؤثر أداة جمع البيانات على معدلات استجابة المبحوثين لاسئلة استطلاعات، فاستطلاعات الرأي التي تعتمد على المقابلات الميدانية غير التي تعتمد على المقابلات الهاتفية، إضافة إلى وجود معوقات وتحديات مجتمعية متأصلة وموجودة في العديد من الدول النامية أو التي تسعى نحو التطور؛ كالأمية وضعف الإقبال على المشاركة السياسية وبالتالي ضعف المشاركة في استطلاعات الرأي، وسيادة ثقافة الخوف والتشكك من الإدلاء بالرأي، وخاصة في الموضوعات والقضايا السياسية-دائمة الصمت- وغيرها من المعوقات التي قد تؤثر في نتائج وجودة ودقة نتئج استطلاعات الرأي العام، والبحث العلمي بوجه عام

خامس عشر- توصيات ومقترحات الدراسة:

- على مراكز بحوث واستطلاعات الرأي العام أن تلتزم بمستوى عال من المهنية والمنهجية، في جميع مراحل إعداد، وتنفيذ، ونشر نتائج استطلاعات الرأي العام، وأن تراعي الأخلاقيات ومواثيق الشرف المتعارف عليها دوليا.

- أن يتم اختيار عيناتها على أسس علمية تتسم بالموضوعية، والمنهجية وتغطي مجتمع الدراسة المستهدف، وأن لا تتهاون في الأخطاء التي تسبب تحيز أو تباين من الممكن أن

تتسبب في عدم دقة النتائج.

- زيادة الأبحاث والدراسات والبرامج الأكاديمية الخاصة بتطوير قياسات الرأي العام- لا يوجد سوى برنامج واحد متخصص بمرحلة الدراسات العليا (دبلوم قياس الرأي العام) بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة القاهرة- وتنمية مهارات وتدريب الباحثين العاملين في هذا المجال، ولابد من وجود باحثين متخصصين حتي تخرج نتائج حقيقية.

- أن تقوم هذه المراكز بتدريب وتأهيل كوادرها لزيادة خبرتهم وكفاءتهم، وتعريفهم بأهمية العمل الذي يقومون به، وأثره على العديد من القرارات التي يمكن أن تتخذ بناء على البيانات التي يقومون بجمعها.

- من المهم أن تمتلك المراكز والجهات التي تعمل في مجال قياسات ومسوح الرأي العام الوطنية المعرفة بأحدث أطر عمل، والبرامج والأدوات المرتبطة بجودة المسوح والبيانات في العالم، كإطار عمل جودة المعلومات Information Quality ويرمز له InfoQ، ونظام تحسين المنتج ومراجعتة وتقييمه A System for Product Improvement, Review, and Evaluation ويرمز له ASPIRE؛ للحفاظ على جودة بياناتها، وتركز هذه البرامج على جودة المنتج (وتعني مدى قبول أو مقبولية acceptability استطلاعات الرأي أو المسوح)، وجودة عملية جمع البيانات Paradata وتحسينها- قدرة عمليات المسح على إنتاج البيانات والإحصاءات أو التقديرات ذات الجودة العالية-، والجودة التنظيمية وتعني قدرة المنظمة أو المركز على التطوير المستمر لعمليات الجودة العالية والمحافظة عليها.

- ضرورة وجود مقاييس للأداء -بجانب مراقبة الجودة- يمكن من خلالها الحكم على جودة أداء الباحثين، والاستفادة من المستحدثات التكنولوجية في تطوير أدوات جمع البيانات، ويمكن تكرار تجربة الجهاز المركزي للتعبة العامة والإحصاء الذي قام بتزويد مستطاعي الآراء بأجهزة تابلت لجمع البيانات إلكترونيا وإرسالها بشكل لحظي عن طريق نظام Mobile Device's Management، ويرمز له MDM، هذه الأجهزة تم توفيرها من قبل الهيئة العربية للتصنيع ووزارة الاتصالات، ويعني هذا النظام بإدارة ورقابة الباحثين إلكترونيا، فلا يستطيع باحث أو مراقب أن يترك العمل أو يفرك (يضرب) أحد الباحثين استمارة كما كان يحدث في الاستمارات الورقية فالجميع مراقب بنظام MDM وهو أشبه بال GPS، النقطة الرائعة أيضًا هي الخصوصية وسرية البيانات فبمجرد أن يحصل الباحث على استجابة أحد المواطنين وتسجيلها فترسل بشكل لحظي لأجهزة تخزين البيانات الموجودة بجهاز التعبة العامة والإحصاء ولا يستطيع الرجوع إليها من قبل الباحث مرة أخرى لأنه سينتقل للسؤال التالي، ومن مزايا هذه التقنية متابعة ومراقبة الباحثين ضمانا لسير العمل على أكمل وجه، والقدرة على تخزين كمية كبيرة من البيانات والمعلومات في جهاز واحد على خلاف

الاستمارات الورقية، والسرعة في جمع ونقل المعلومات والبيانات ومعالجتها واستخلاص النتائج، كما وفر على الباحث السهو أو في حالة تركه سؤالاً أن يرجع مرة أخرى للمبحوث فالجهاز الجديد (تابلت) لا يترك أسئلة فهو ينتقل للسؤال التالي في حالة الإجابة على السؤال الحال.

- النظر في المقابل المادي والبدلات، وضرورة توفير مقابل مادي مجزي للباحثين، ومنح حوافز للمتميزين منهم حتى يشعروا بالرضا والفخر عن أعمالهم، وذلك للحصول على أفضل النتائج الممكنة من خلال التنافسية بين الباحثين.

- توفير غطاء من الحماية - خاصة الأمنية- ومتابعة، والدفاع عن هؤلاء الباحثين حال تعرضهم لمشكلات أمنية نتيجة جمعهم بيانات استطلاعات الرأي.

- توفير وسيلة مواصلات تنقل وترافق الفرق البحثية أثناء تنفيذ الاستطلاعات ثم تعيدهم بعد انتهاء جمع البيانات، حيث توفر هذه الوسيلة الوقت والجهد وتخلق صورة ذهنية إيجابية عن المركز والباحثين في ميدان الدراسة.

- ضرورة وجود نقابة أو رابطة تنظم عمل استطلاعات الرأي والمسوح من جهة، وتحفظ حقوق الباحثين من جهة أخرى.

- أن تعمل وسائل الإعلام على تعميق زيادة وعي المواطنين بأهمية استطلاعات الرأي، ودورها، ومجالاتها، وفوائدها في مختلف شؤون الحياة.

المراجع:

1. محمود القسبي، هبة إسماعيل، نجوان شيحة (2007): تزييف الاستثمارات، لماذا يحدث؟ كيف نكتشفه؟ كيف نمنعه؟ مركز استطلاع الرأي العام (القاهرة، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار).
2. Olson, K., Smyth, J. D., Dykema, J., Holbrook, A. L., Kreuter, F., & West, B. T. (Eds.). (2020). Interviewer effects from a total survey error perspective. CRC Press.p.3. <https://www.routledge.com/Interviewer-Effects-from-a-Total-Survey-Error-Perspective/Olson-Smyth-Dykema-Holbrook-Kreuter-West/p/book/9780367896317>
3. محمود القسبي، هبة إسماعيل (2008): رقابة وتحسين أداء الباحثين، مركز استطلاع الرأي العام (القاهرة، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار).
4. الدراسات هي:
- محمد لطفي الشيمي (2016): إشكاليات قياس الرأي العام في مصر، دراسة حالة على مراكز استطلاعات الرأي العام، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنيا: كلية الآداب- قسم الإعلام).
- خالد صلاح الدين (2015): أدوار مراكز استطلاعات الرأي ووظائفها في المجتمعات المعاصرة: في إطار التحليلين البنائي والنقدي لأنظمة المجتمع الفرعية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد 14، العدد الأول يناير/ مارس. ص ص 1- 48.
- ماجد عثمان (2015): صناعة قياس الرأي العام: إشكاليات مرتبطة بمراحل التحول، **مجلة الديمقراطية**، العدد 58، أبريل 2015، ص ص 91- 98.
- أحمد تهامي عبد الحي (2014): استطلاعات الرأي العام بين التحيزات الكامنة والسيولة السياسية والاجتماعية، ورقة غير منشورة، مؤتمر دور استطلاعات الرأي العام في ترشيد عملية صنع السياسة (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية).
- عماد عبد المقصود شلبي (2014): خريطة مراكز استطلاعات الرأي العام في مصر: الملامح والإشكاليات، مؤتمر دور استطلاعات الرأي العام في ترشيد عملية صنع السياسة، القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية.
- حنان صدقي أعطي (2012): تقييم فاعلية منهجيات قياس الرأي العام عند اتخاذ القرار - دراسة ميدانية على مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).

5. Lyberg, L. E., & Stukel, D. M. (2017). The roots and evolution of the total survey error concept. Total survey error in practice, pp. 3-18. Available at: <https://www.wiley.com/en-al/Total+Survey+Error+in+Practice+-p-9781119041672>.

6. **See also:**

-Biemer, P., Trewin, D., Bergdahl, H., & Japac, L. (2014). A System for Managing the Quality of Official Statistics. Journal of Official Statistics (JOS), 30(3). <https://www.sciendo.com/article/10.2478/jos-2014-0022>

- Lyberg, L. E., & Stukel, D. M. (2017). , Op. Cit., p. 1-22.

-Biemer, P. P., & Lyberg, L. E. (2003). Introduction to survey quality (Vol. 335). John Wiley & Sons. <https://www.wiley.com/en-ru/Introduction+to+Survey+Quality-p-9780471193753>

-Lyberg, L. (2012). Survey quality. Survey Methodology, 38(2), 107-130. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.464.3351&rep=rep1&type=pdf#page=9>

7. See also:

-Kenett, R. S., & Shmueli, G. (2014). On information quality. Journal of the Royal Statistical Society. Series A (Statistics in Society), 3-38.

-Biemer, P., Trewin, D., Bergdahl, H., & Japac, L. (2014). Op,cit, p 385.

8. Biemer, P., Trewin, D., Bergdahl, H., & Japac, L. (2014). Op,cit, p 385.

9. Rim, K. (2021). An Improved Non-Face-to-Face, Contactless Preference Survey System. Mobile Information Systems, 2021.

10. محمد شومان(2004): مناهج البحث الإعلامي - تصمم البحوث الإعلامية، مذكرات لطلبة الفرقة الثالثة إعلام (المنيا، قسم الإعلام). ص ص 20 - 21 .

11. إيمان محمد حسني (2018): إدراك الشباب المصري لاستطلاعات الرأي العام دراسة في ضوء نظرية المعرفة الإعلامية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 17، العدد الأول، يناير/ مارس، ص ص 125-166.
12. Jennings, W., & Wlezien, C. (2018). Election polling errors across time and space. *Nature Human Behaviour*, 2(4), 276-283.
13. فاطمة الزهراء محمد السيد (2017): استطلاعات الرأي العام في الانتخابات الأمريكية : تهافت التحليل وتجاهل الواقع، مركز الجزيرة للدراسات الإعلامية. متاح على الرابط التالي: <https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2017/01/170101071112824.html>
14. محمد لطفي الشيمي (2016)، مرجع سابق.
15. خالد صلاح الدين (2015)، مرجع سابق.
16. ماجد عثمان (2015)، مرجع سابق.
17. أحمد تهامي عبد الحي (2014)، مرجع سابق.
18. عماد عبد المقصود شلبي (2014)، مرجع سابق.
19. حنان صدقي أعطي (2012)، مرجع سابق.
20. هالة الأباصيري وآخرون (2006): استطلاع رأي المواطنين حول استطلاعات الرأي العام (القاهرة، مركز استطلاع الرأي العام بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار).
21. Walsh, Elias, Sarah Dolfin, and John DiNardo. 2009. "Lies, Damn Lies, and Pre-election Polling." *American Economic Review*, Vol. 99(2): 316-322. <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.99.2.316>
22. Pasek, Josh, and Jon A. Krosnick. 2010. "Optimizing Survey Questionnaire Design in Political Science: Insights From Psychology." *(In) The Oxford Handbook of American Elections and Political Behavior*, edited by Jan E. Leighley and George C. Edwards III, 27-50. Oxford, UK :Oxford University Press.
<https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199235476.001.0001/oxfordhb-9780199235476-e-3>

23. Groves, Robert M., and Lars Lyberg. 2011. "Total Survey Error: Past, Present, and Future." *Public Opinion Quarterly* 74:849–879 <https://academic.oup.com/poq/article/74/5/849/1817502?login=true>

24. Biemer, P. P., de Leeuw, E. D., Eckman, S., Edwards, B., Kreuter, F., Lyberg, L. E., & West, B. T. (Eds.). (2017). *Total survey error in practice*. John Wiley & Sons.

<https://www.wiley.com/en-gb/Total+Survey+Error+in+Practice+-+p-9781119041672>

25. Biemer, P. P. (2010). Total survey error: Design, implementation, and evaluation. *Public opinion quarterly*, 74(5), 817–848.

<https://academic.oup.com/poq/article/74/5/817/1815551?login=true>

26. Schaeffer, N. C., Min, B. H., Purnell, T., Garbarski, D., & Dykema, J. (2018). Greeting and response: Predicting participation from the call opening. *Journal of survey statistics and methodology*, 6(1), 122–148.

<https://academic.oup.com/jssam/article-abstract/6/1/122/3906616>

27. Holbrook, A. L., Johnson, T. P., Cho, Y. I., Shavitt, S., Chavez, N., & Weiner, S. (2016). Do interviewer errors help explain the impact of question characteristics on respondent difficulties?. *Survey Practice*, 9(2), 2818. <https://www.surveypractice.org/article/2818-do-interviewer-errors-help-explain-the-impact-of-question-characteristics-on-respondent-difficulties>

28. West, B. T., Kreuter, F., & Jaenichen, U. (2013). Interviewer Effects in Face-to-Face Surveys: A Function of Sampling, Measurement Error, or Nonresponse?. *Journal of Official Statistics*, 29(2), 277–297.

shorturl.at/szJRT

29. Olson, K., & Bilgen, I. (2011). The role of interviewer experience on acquiescence. *Public Opinion Quarterly*, 75(1), 99–114. <https://academic.oup.com/poq/article/75/1/99/1843475?login=true>

30. مها محمد حسن صبري (2011): أسباب رفض الاستجابة في المقابلة الهاتفية بمركز استطلاع الرأي العام بمصر، مركز استطلاع الرأي العام (القاهرة: مركز استطلاع الرأي العام بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار).

31. أيمن منصور ندا (2010): خصائص من يقول لا «أدري» و «لا رأي لي» في استطلاعات الرأي العام الأمريكية عن مصر - دراسة تحليلية باستخدام أسلوب التحليل الوظيفي التمايزي وأسلوب التصنيف الكامن، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد السادس والثلاثون، يوليو/ ديسمبر. ص ص 1-40.

32. Durrant, G. B., Groves, R. M., Staetsky, L., & Steele, F. (2010). Effects of interviewer attitudes and behaviors on refusal in household surveys. *Public Opinion Quarterly*, 74(1), 1-36. <https://academic.oup.com/poq/article-abstract/74/1/1/1843918>

33. Nada Aly Amin: Interviewer Effect in Telephone Surveys in Egypt, Public Opinion Poll Center, Information and Decision Support Center, June 2009.

34. محمود القصبى، هبة إسماعيل (2008)، مرجع سابق.

35. Olson, K., & Peytchev, A. (2007). Effect of interviewer experience on interview pace and interviewer attitudes. *Public opinion quarterly*, 71(2), 273-286.

<https://academic.oup.com/poq/article/71/2/273/1929656?login=true>

36. محمود القصبى، هبة إسماعيل، نجوان شيحة (2007)، مرجع سابق.

37. محمد شومان (1994): دور الإعلام المصري في تكوين الرأي العام دراسة نظرية وميدانية مع تحليل لنماذج من استطلاعات الرأي العام التي قام بها المركز القومي للبحوث الاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام) ص 276.

38. Nada Aly Amin, Op. Cit.

39. أيمن منصور ندا (2017): رؤية مستقبلية لتطوير دراسات الرأي العام في: *الرأي العام وقياساته - رؤى نظرية وتطبيقات عملية* (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية) ص 412.

40. **See also:**

-Biemer, P. P., de Leeuw, E. D., Eckman, S., Edwards, B., Kreuter, F., Lyberg, L. E., ... & West, B. T. (Eds.). (2017). *Total survey error in practice*. John Wiley & Sons. **pct.3.**

-Rao, J. N. K. (2005). Interplay between sample survey theory and practice: An appraisal. Survey Methodology, 31(2), p.117. <https://publications.gc.ca/Collection-R/Statcan/12-001-XIE/0020512-001-XIE.pdf>

-Hacking, I. (2006). The emergence of probability: A philosophical study of early ideas about probability, induction and statistical inference. Cambridge University Press.p.7. <https://www.cambridge.org/core/books/emergence-of-probability/9852017A380C63DA30886D-25B80336A7>

41. **See also:**

-Groves, R. M., & Lyberg, L. (2010). , Op. Cit., p. 849-879.

-McClain, C. A., Couper, M. P., Hupp, A. L., Keusch, F., Peterson, G., Piskorowski, A. D., & West, B. T. (2019). A typology of web survey paradata for assessing total survey error. Social Science Computer Review, 37(2), 196-213. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0894439318759670>

42. McClain, C. A., Couper, et al , Op. Cit., p.197

43. Herbert F. Weisberg The total survey error approach : a guide to the new science of survey research p.13 <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/T/bo3619292.html>

44. Groves, R. (1989). Survey errors and survey costs. New York: John Wiley & Sons, Inc. <https://www.jstor.org/stable/2749346>

45. Biemer, P. P., & Lyberg, L. E. (2003), Op. Cit.

46. Lyberg, L. (2012), Op. Cit.

47. Groves, R. M., Fowler, F. J., Couper, M. L., Lepkowski, J. M., & Singer, E. (2009). E. TOURANGEAU, R. Survey Methodology.(2nd edition). Hoboken, New Jersey: A John Wiley & Sons, Inc., Publication. <https://www.wiley.com/en-ru/Survey+Methodology%2C+2nd+Edition-p-9780470465462>

48. Biemer, P. P. (2010). Overview of design issues: Total survey error. Handbook of survey research, 2, 27–57. <https://books.emeraldinsight.com/page/detail/?k=9781848552241>
49. Biemer, P., Trewin, D., Bergdahl, H., & Japac, L. (2014) , Op. Cit.
50. AAPOR (2015). Big data task force report.https://www.aapor.org/getattachment/Education-Resources/Reports/BigDataTaskForceReport_FINAL_2_12_15_b.pdf.aspx (accessed July 15, 2021).
51. Biemer, P. P., de Leeuw, E. D., Eckman, S., Edwards, B., Kreuter, F., Lyberg, L. E., & West, B. T. (Eds.). (2017). Total survey error in practice. John Wiley & Sons.
52. Atkeson, L. R., & Alvarez, R. M. (Eds.). (2018). The Oxford handbook of polling and survey methods. Oxford University Press.). <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780190213299.001.0001/oxfordhb-9780190213299>
53. **See also:**
- Biemer, P. P. (2010). Total survey error: Design, implementation, and evaluation, Op. Cit., p. 817–818.
- Atkeson, L. R., & Alvarez, R. M. (Eds.), Op. Cit., pp 10–11.
54. Herbert F. Weisberg (2005). The total survey error approach: a guide to the new science of survey research, p.13 <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/T/bo3619292.html>
55. Tourangeau, R., Rips, L., & Rasinski, K. (2000). Respondents' Understanding of Survey Questions. In The Psychology of Survey Response (pp. 2361–). Cambridge: Cambridge University Press. <https://psycnet.apa.org/record/2000000-03511->

56 . أخطاء القياس راجع:

-Edwards, B., Maitland, A., & Connor, S. (2017). Measurement error in survey operations management. Total survey error in practice, 253-277. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781119041702.ch12>

-Holbrook, A., Cho, Y. I., & Johnson, T. (2006). The impact of question and respondent characteristics on comprehension and mapping difficulties. International Journal of Public Opinion Quarterly, 70(4), 565-595. <https://doi.org/10.1093/poq/nfl027>

57 . أخطاء المعالجة وتكويد البيانات راجع:

- ماجد عثمان (2011): قياس الرأي العام من النظرية إلى التطبيق (القاهرة: دار الشروق) ص 62.

-Groves, R. M. (2004). Survey errors and survey costs (Vol. 536). John Wiley & Sons. pp 305-319 <https://www.wiley.com/en-us/Survey+Errors+and+Survey+Costs-p-9780471678519>

58 . ماجد عثمان (2011)، مرجع سابق، ص 62.

59. West, B. T., & Blom, A. G. (2017). Explaining interviewer effects: A research synthesis. Journal of survey statistics and methodology, 5(2), 175-211. <https://academic.oup.com/jssam/article-abstract/5/2/175/2452318>

60 .محمد عبد الحميد (2000): البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة: عالم الكتب) ص 13.

61 .سمير محمد حسين (1999): بحوث الإعلام، ط 3 (القاهرة: عالم الكتب) ص 147.

62 . سامي طايح(2000): بحوث الإعلام (القاهرة: دار النهضة العربية)، ص 165.

63 . شيماء ذوالفقار(2018): مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات

الإعلامية، ط4، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية) ص 215.

64 . محمد عبد الحميد (2004): البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2 (القاهرة:

عالم الكتب) ص ص 392-393.

65 (*) تم عرض دليل المقابلة على السادة المحكمين:

1. أ. د محمد زين رستم : أستاذ الصحافة، كلية الإعلام، جامعة بني سويف.
2. أ. م. د حسين محمد ربيع : أستاذ الصحافة المساعد، المعهد الدولي العالي للإعلام، أكاديمية الشروق.
3. أ. م. د حمزة سعد محمد : أستاذ العلاقات العامة المساعد، كلية الآداب، جامعة المنيا.
4. أ. م. د سلوى أبو العلا الشريف : أستاذ الصحافة المساعد، كلية الآداب، جامعة المنيا.
5. أ. م. د محمود حمدي عبدالقوي : أستاذ الصحافة المساعد، كلية الآداب، جامعة المنيا.
66. محمد عبد الحميد (2004)، مرجع سابق، ص 407.
67. عدة مقابلات أجراها الباحث مع كل من:
 - أ. كمال علام، باحث ميداني، بتاريخ 2021/1/31.
 - أ. هشام نصار ، باحث ميداني، 2021/2/5.
 - أ. عاطف عبده ، باحث ميداني، بتاريخ 2021/2/20.
 - أ. أحمد النجار، باحث ميداني ، بتاريخ 2021/2/3.
 - أ. وليد محمد عبدالفتاح، باحث ميداني، بتاريخ 2021/2/1.
68. مقابلة مع أ. إبتسام حسن، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/11.
69. عدة مقابلات أجراها الباحث مع كل من:
 - أ. وليد محمد عبدالفتاح، باحث ميداني، بتاريخ 2021/2/1.
 - أ. مصطفى فرج الله، باحث ميداني، بتاريخ 2021/7/22.
 - أ. رشا شعبان، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/14.
 - أ. كمال علام، باحث ميداني، بتاريخ 2021/1/31.
70. هشام عطية (2014): صحف وصناديق -توجيه سلوك التصويت وتشكيل معارف الجمهور(القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع) ص 95.
71. DeSart, J., & Holbrook, T. (2003). Campaigns, Polls, and the States: Assessing the Accuracy of Statewide Presidential Trial-Heat Polls. Political Research Quarterly, 56 (4), p. 431. shorturl.at/ruxW9
72. محمد لطفي الشيمي (2016)، مرجع سابق، ص 266-267.
73. عدة مقابلات أجراها الباحث مع كل من:
 - أ. مصطفى فرج الله، باحث ميداني، بتاريخ 2021/7/22.
 - أ. رشا شعبان، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/14.
 - أ. وائل عبدالكريم، باحث ميداني، بتاريخ 2021/6/17.

- أ. خالد عبدالله ، باحث ميداني، بتاريخ 2021/8/26.
- أ. إبتسام حسن، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/11.
- أ.عثمان عوض، باحث ميداني، بتاريخ 2021/6/19.
- أ. سها محمد سيد، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/7/24.
- أ. محمد عبدالهادي، باحث ميداني، بتاريخ 2021/4/10.
- أ. حسين فرج الله، باحث ميداني، بتاريخ 2021/8/26.
- أ. محمد محروس، باحث ميداني، بتاريخ 2021/2/20.
- أ. عمرو عبدالسلام، باحث ميداني، بتاريخ 2021/2/13.
- 74 . عدة مقابلات أجراها الباحث مع كل من:
- أ. وائل عبدالكريم، باحث ميداني، بتاريخ 2021/6/17.
- أ. إبتسام حسن، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/11.
- أ. عثمان عوض، باحث ميداني، بتاريخ 2021/6/19.
- أ. سها محمد سيد، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/7/24.
- أ. محمد عبدالهادي، باحث ميداني، بتاريخ 2021/4/10.
- أ. حسين فرج الله، باحث ميداني، بتاريخ 2021/8/26.
- أ. محمد محروس، باحث ميداني، بتاريخ 2021/2/20.
- أ. هناء إبراهيم، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/6/5.
- 75 . مقابلة مع أ.هناء إبراهيم، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/6/5.
- 76 . مقابلة مع أ. عثمان عوض، باحث ميداني، بتاريخ 2021/6/19.
- مقابلة مع أ. حنان جمعة صديق، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/7/29.
- 77 . محمد لطفي الشيمي (2016)، مرجع سابق، ص 267.
- 78 . خالد صلاح الدين(2015)، مرجع سابق.
- 79 . عدة مقابلات أجراها الباحث مع كل من:
- أ. أماني جابر، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/21.
- أ. عثمان عوض، باحث ميداني، بتاريخ 2021/6/19.
- أ. حنان جمعة، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/7/29.
- أ. محمد عبدالهادي، باحث ميداني، بتاريخ 2021/4/10.
- 80 . عدة مقابلات أجراها الباحث مع كل من:
- أ. أماني جابر، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/21.
- أ. سها محمد سيد، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/7/24.

- أ. محمد محروس، باحث ميداني، بتاريخ 2021/2/20.
- أ. مروة حامد، باحثة ميدانية، بتاريخ، 2021/8/21.
- 81 . عدة مقابلات أجراها الباحث مع كل من:
- أ. إبتسام حسن، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/11.
- أ. عاطف عبده، باحث ميداني، بتاريخ 2021/2/20.
- أ. أحمد النجار، باحث ميداني، بتاريخ 2021/2/3.
- 82 . مقابلة مع أ. عمرو عبدالسلام، باحث ميداني، بتاريخ 2021/2/13.
- 83 . جمعية الباحثين الميدانيين للتنمية متاحة على الرابط التالي: - <https://www.bahetheen/com.facebook>
- 84 . مقابلة مع أ. رحاب فوزي، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/3/11.
- 85 . مقابلة مع أ. نجلاء شعبان، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/3/11.
- 86 . مقابلة مع أ. مصطفى فرج الله، باحث ميداني بتاريخ 2021/7/22.
- 87 . عدة مقابلات أجراها الباحث مع كل من:
- أ. إبتسام حسن، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/11.
- أ. أحمد النجار، باحث ميداني، بتاريخ 2021/2/3.
- أ. كمال علام، باحث ميداني، بتاريخ 2021/1/31.
- 88 . دينا عادل عباس (2017): تقييم دور استطلاعات الرأي العام في قياس الرضاء العام : مع دراسة حالة مركز استطلاع الرأي العام بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لرئاسة مجلس الوزراء بجمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإقتصاد والعلوم السياسية) ص 83.
- 89 . محمد لطفي الشيمي (2016)، مرجع سابق، ص 267.
- 90 . ماجد عثمان (2015)، مرجع سابق.
- 91 . مقابلة مع أ. هشام نصار ، باحث ميداني، 2021/2/5.
- 92 . منهم على سبيل المثال: أ. حسين فرج الله، باحث ميداني، بتاريخ 2021/8/26.
93. Herbert F. Weisberg, 2005, p45.
- 94 .منهم على سبيل المثال:
- أ. إبتسام حسن، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/11.
- أ. أحمد النجار، باحث ميداني، بتاريخ 2021/2/3.
- أ. كمال علام، باحث ميداني، بتاريخ 2021/1/31.

- 95 . وزارة الصحة والسكان (مصر)، الزناتي ومشاركوه (مصر)، ومؤسسة IFC الدولية
2015: المسح السكاني الصحي - مصر 2014: القاهرة، مصر، روكفيل، ميرلاند،
الولايات المتحدة الأمريكية، وزارة الصحة والسكان ومؤسسة ICF .
96 . صفحة مركز القاهرة لقياسات التنمية على موقع فيسبوك:

<https://www.facebook.com/cdbenchmark/com>

[2883196408677666 /posts](https://www.facebook.com/cdbenchmark/com/posts/2883196408677666)

- 97 . دينا عادل عباس، مرجع سابق، ص90.
98 . منهم على سبيل المثال:
أ. محمد عبدالهادي، باحث ميداني، باحث ميداني، بتاريخ 2021/4/10.
أ. نجلاء شعبان، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/3/11.
أ. دعاء إبراهيم، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/29.
99 . منهم على سبيل المثال:
أ. إبتسام حسن، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/11.
أ. سها محمد سيد، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/7/24.
100 . منهم على سبيل المثال:
أ. محمد عبدالهادي، باحث ميداني، بتاريخ 2021/4/10.
أ. رحاب فوزي، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/3/11.
101 . منهم على سبيل المثال:
أ. رشا شعبان، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/14.
أ. حسين فرج الله، باحث ميداني، بتاريخ 2021/8/26.
أ. كمال علام، باحث ميداني، بتاريخ 2021/1/31.
102. Durrant, G. B., Groves, R. M., Staetsky, L., & Steele, F. (2010).
Op. Cit.
103. Herbert F. Weisberg, 2005, p53.
104. Integrity, E., & Freeman, S. (2006). 2006 Election Verifica-
tion Exit Poll Project Plan. [http://www.electionintegrity.org/documents/
ei_exit_poll_project_plan.pdf](http://www.electionintegrity.org/documents/ei_exit_poll_project_plan.pdf)
105 . مقابلة مع أ. محمد محروس، باحث ميداني، بتاريخ 2021/2/20.
106 . مقابلة مع أ. نجلاء شعبان، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/3/11.

- 107 . محمد شومان (1994)، مرجع سابق، ص 276.
- 108 . أحمد عبدلي (2016): مشكلات البحوث الإعلامية الميدانية في العالم العربي أبحاث الرأي العام نموذجًا، مجلة البحوث والدراسات، العدد 21، السنة 13، شتاء 2016. <https://www.eloued-dz.univ.dz/images/pdf.2021%MBD/PDF/>
- 109 . دينا عادل عباس (2017)، مرجع سابق، ص 61.
- 110 . هاني الرضا ورامز عمار(1998): الرأي العام والإعلام والدعاية (القاهرة: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع) ص 39.
- 111 . عدة مقابلات أجراها الباحث مع كل من:
أ. هناء إبراهيم، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/6/5.
أ. مصطفى فرج الله، باحث ميداني، بتاريخ 2021/7/22.
أ. خالد عبدالله، باحث ميداني، بتاريخ 2021/8/26.
أ. رشا شعبان، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/14.
أ. إبتسام حسن، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/11.
أ. أحمد النجار، باحث ميداني، بتاريخ 2021/2/3.
أ. كمال علام، باحث ميداني، بتاريخ 2021/1/31.
- 112 . عادل صالح: موضوع بعنوان : قل «شائعات الرأي» .. ولاتقل استطلاعات الرأي، الأهرام اليومي، 2014/5/27، في: محمد لطفي الشيمي (2016)، مرجع سابق، ص 130.
- 113 . عدة ردود استقاها الباحث أثناء عمله ببعض الاستطلاعات الهاتفية التي نفذها مركز بصيرة حول الانتخابات الرئاسية، والإخوان المسلمين، وخدمات وزارة الصحة، والجمعيات الشرعية في الفترة من 17- 22 مايو 2014 .
- 114 . مها محمد حسن صبري (2011)، مرجع سابق.
- 115 . هالة الأباصيري وآخرون (2006)، مرجع سابق.
- 116 . إيمان محمد حسني (2018)، مرجع سابق.
- 117 . أحمد زايد: مؤتمر القاهرة الدولي الثاني حول الرأي العام، بعنوان استطلاعات الرأي العام في مجتمع متغير، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، القاهرة، 8-10 نوفمبر 2009.
- 118 . مرفت الطرابيشي: بحوث قياس الرأي العام المناهج والأدوات (القاهرة: دون ناشر، دون تاريخ) ص 199.
- 119 . محمد لطفي الشيمي (2016)، مرجع سابق، ص 267.

- 120 . عدة مقابلات أجراها الباحث مع كل من:
 أ. مروة حامد، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/21
 أ. كمال علام، باحث ميداني، بتاريخ 2021/1/31.
 أ. هناء إبراهيم، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/6/5.
 أ. خالد عبدالله، باحث ميداني، بتاريخ 2021/8/26.
 أ. مصطفى فرج الله، باحث ميداني، بتاريخ 2021/7/22.
 أ. رشا شعبان، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/14.
 121 . محمد لطفي الشيمي (2016)، مرجع سابق، ص 268.
 122 . مقابلة مع أ. عثمان عوض، باحث ميداني، بتاريخ 2021/6/19.
 123 . مقابلة مع أ. حسين فرج الله، باحث ميداني، بتاريخ 2021/8/26.
 124 . مقابلة مع أ. رحاب فوزي، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/3/11.
 - مقابلة مع أ. سامية علي، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/2/25.
 125 . مها محمد حسن صبري (2011)، مرجع سابق.
 126 . شارك الباحث في عدة استطلاعات هاتفية للرأي أثناء عمله بالمركز المصري لبحوث الرأي العام بصيرة.
 127 . هشام عطية (2014)، مرجع سابق، ص ص 85 - 86.
 128 . فضل الباحث عدم ذكر اسم الباحثة طبقاً لرغبتها.
 129 . منها على سبيل المثال كل من:
 أ. هناء إبراهيم، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/6/5.
 أ. مصطفى فرج الله، باحث ميداني، بتاريخ 2021/7/22.
 أ. سها محمد سيد، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/7/24.
 أ. عثمان عوض، باحث ميداني، بتاريخ 2021/6/19.
 أ. دعاء إبراهيم، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/29.
 130 . منها على سبيل المثال كل من:
 أ. وائل عبدالكريم، باحث ميداني، بتاريخ 2021/6/17.
 أ. جهاد جمال، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/7/17.
 131 . حنان صدقي أعطي (2012)، مرجع سابق.
 132 . خالد صلاح الدين (2015)، مرجع سابق.
 133 . هالة الأباصيري وآخرون (2006)، مرجع سابق.
 134 . مقابلة مع أ. إبتسام حسن، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/11.

135. Durrant, G. B., Groves, R. M., Staetsky, L., & Steele, F. (2010). Op. Cit.

136. Herbert F. Weisberg, 2005, Op. Cit., p53.

137. مقابلة مع أ. إبتسام حسن، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/8/11.

138 . عدة مقابلات أجراها الباحث مع كل من:

أ. حسين فرج الله، باحث ميداني، بتاريخ 2021/8/26.

أ. هناء إبراهيم، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/6/5.

أ. سها محمد سيد، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/7/24.

أ. عثمان عوض، باحث ميداني، بتاريخ 2021/6/19.

أ. جهاد جمال، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/7/17.

أ. رحاب فوزي، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/3/11.

أ. نجلاء شعبان، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/3/11.

139 . عدة مقابلات أجراها الباحث مع كل من:

أ. خالد عبدالله ، باحث ميداني، بتاريخ 2021/8/26.

أ. أحمد النجار، باحث ميداني ، بتاريخ 2021/2/3.

أ. جهاد جمال، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/7/17.

أ. حنان جمعة صديق، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/7/29.

أ. مصطفى فرج الله، باحث ميداني، بتاريخ 2021/7/22.

أ. رحاب فوزي، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/3/11.

140 . عدة مقابلات أجراها الباحث مع كل من:

أ. خالد عبدالله ، باحث ميداني، بتاريخ 2021/8/26.

أ. أحمد النجار، باحث ميداني ، بتاريخ 2021/2/3.

أ. جهاد جمال، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/7/17.

أ. حنان جمعة صديق، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/7/29.

أ. مصطفى فرج الله، باحث ميداني، بتاريخ 2021/7/22.

أ. رحاب فوزي، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/3/11.

141 . أ. سها محمد سيد، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/7/24.

142 . مقابلة مع أ. حسين فرج الله، باحث ميداني، بتاريخ 2021/8/26.

143 . مقابلة مع أ. رحاب فوزي، باحثة ميدانية، بتاريخ 2021/3/11.

144 . مقابلة مع أ. محمد محروس، باحث ميداني، بتاريخ 2021/2/20.