

استطلاعات الرأي

الرأي في "تويتر" بين المنهجية العلمية واتهامات التضليل



الرسالة:

رصد المجال الإعلامي بالبحوث
والدراسات المنهجية التأصيلية،
وتقويم أداء وسائل الإعلام التفاعلي،
ورصد وتحليل مضامينها.



من نحن:

مركز سعودي (مستقلّ)..

مضامين وسائل الإعلام التفاعلي .. **ميداننا**

بياناتها ووسائط محتواها .. **حقول دراستنا**

الرصد والتحليل والقياس .. **أدواتنا**

أهدافنا:

استشراف
المستقبل..
وفق قواعد
البحث العلمي

تقديم
التوصيات
المنهجية

رصد تحوُّلات
ثورة الاتصالات
والمعلومات

تقويم الخطاب
الإعلامي،
والارتقاء به

قياس اتجاهات
الرأي العام
وتأثيراتها

المحتويات

مقدمة 04

الخطوات المنهجية لاستطلاعات الرأي 05

طرق استطلاع الرأي 06

الأدبيات العلمية 08

خاتمة 11

مقدمة..

في ظل التطورات والتحولت السريعة التي طرأت على بنية المجتمعات وثقافتها، ازدادت الحاجة إلى المزيد من البحوث والدراسات التي تستكشف وتصف وتفسر تلك التطورات والظواهر المرتبطة بها، وصولاً إلى نتائج يمكن تعميمها وتسهم في التحكم بتلك الظواهر لما فيه الصالح للمجتمعات المعنية بالدراسة، وبدورها لا تقوم تلك الدراسات على أساس أنماط وأدوات عشوائية تخضع لأهواء القائمين عليها أو أفكارهم الخاصة، وإنما ترتكن إلى طرق وأساليب وأدوات عميقة ودقيقة لتفسير ومتابعة كل صغيرة وكبيرة، وبلورة طبيعة العلاقات بين متغيراتها وأشكالها وتأثيراتها... اعتماداً على إجراءات منهجية علمية من أجل صياغة عقلانية وواقعية للمقاصد والأهداف المتعلقة بالخطوط العريضة للمتغيرات وعوامل تداخلها ونواتج ارتباطاتها.

وللوصول إلى نواتج تلك الدراسات وتحقيق أهدافها ومقاصدها، يستخدم القائمون عليها عددًا من الوسائل والأدوات العلمية التي تُستخدم في البحث لتنفيذ عمليات جمع البيانات والتصنيف والجدولة، مع مراعاة أن اختيار تلك الأدوات يتوقف على عدد من العوامل والمعايير التي تحدد للباحث نوع الأداة التي سوف يستخدمها، منها:

- ◀ طبيعة الموضوع الذي يقوم بدراسته.
- ◀ كيفية تحديده لمشكلة بحثه.
- ◀ هل وضع لها تساؤلات أم فروضًا أم الاثنين معًا؟
- ◀ نوع المنهج المستخدم والطريقة المتبعة.
- ◀ تحديد الخطوات الإجرائية لتنفيذ الدراسة «نوع الدراسة ومجتمعها وعينتها... إلخ».
- ◀ إمكانيات الباحث الفنية والمادية والوقت المتاح له لإتمام بحثه.
- ◀ العوامل المجتمعية السائدة من سياسية واقتصادية واجتماعية.

وبناءً على تلك المعايير فإن بعض أدوات البحث تصلح في بعض المواقف والدراسات عنها في غيرها، فمثلاً يفضل بشكل عام استخدام المقابلة والاستبيان عندما يكون نوع المعلومات اللازمة له اتصال وثيق بعقائد الأفراد أو بشعورهم أو باتجاهاتهم نحو موضوع معين، وتفضل الملاحظة المباشرة عند جمع معلومات تتصل بسلوك الأفراد الفعلي في بعض المواقف الواقعية في الحياة والتي يمكن ملاحظتها دون عناء كبير أو يمكن تكرارها دون جهد. وقد يؤثر موقف المبحوثين من البحث في تفضيل وسيلة على أخرى، ففي بعض الأحيان يبدي المبحوثون نوحًا من المقاومة ويرفضون الإجابة عن أسئلة الباحث، وفي هذه الحالة يتعين استخدام الملاحظة في جمع البيانات، وقد يعتمد الباحث على أداة واحدة لجمع البيانات وقد يعتمد على أكثر من أداة فيجمع بين طريقتين أو أكثر حتى يدرس الظاهرة من جميع نواحيها ويكشف عن طبيعتها بدقة ونجاح.

وانطلاقًا من المدخل المفاهيمي السابق، يمكن القول إن عمليات استطلاع الرأي هي إحدى الأدوات والأساليب الأساسية التي يتم الاعتماد عليها بشكل واضح في الكثير من الدراسات الاجتماعية والسياسية والإعلامية أو حتى في بحوث الرأي العام ودراسات السوق... إلخ، لجمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من عينة مختارة لعدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد، أو حتى من جميع مفردات مجتمع البحث، وذلك باستخدام استمارة استبيان أو استقصاء مصممة خصيصًا لهذا الغرض، يتم من خلالها توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدّة مقدّمًا، إلى هؤلاء المبحوثين حول موضوع أو موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة.

الخطوات المنهجية لاستطلاعات الرأي

وهذه الاستطلاعات لا تعدو كونها عمليات علمية منهجية مقيّنة في المقام الأول، لأنها عبارة عن مجموعة من الخطوات المنظّمة التي تبدأ بتحديد البيانات المطلوبة وتنتهي باستقبال الاستجابات بعد استيفاء البيانات فيها، كما أن تنظيم إجراءاتها وأدواتها يتم بطريقة نمطية توفر كثيرًا من الوقت والجهد والنفقات المبذولة فيها، وتوفر على الباحث التدخل ثانياً في مراحل التطبيق، وصولاً إلى تقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات، وتتمثل أهم الخطوات المنهجية لاستطلاعات الرأي من خلال استمارات الاستقصاء في:

● **تحديد الأهداف** بوضوح، لأن غرض الدراسة إذا كان غامضًا جاءت الاستمارة غامضة.

● **تحديد البيانات المطلوب جمعها** تحديداً واضحاً، من حيث كونها حقائق محددة كالمعلومات والبيانات الشخصية والاجتماعية، أم آراء واتجاهات نحو قضية معينة أو موضوع محدد، أم تشمل النوعين. ويدخل في هذه الخطوة تقسيم الباحث نوع المعلومات المطلوب الحصول عليها إلى مجموعة من الميادين والنقاط المحورية التي تشمل متغيرات وأبعاد الدراسة.

● **تحديد نوع الاستبيان** من حيث هل سيتم إرساله بالبريد أم استيفائه بالمواجهة أم إلكترونياً.

● **تحديد شكل الأسئلة** من حيث كونها:

○ **أسئلة مغلقة:** وهي التي تُدرج معها إجابات محددة كبدائل لاختيار واحد أو أكثر.

○ **أسئلة نصف مغلقة:** والتي يضاف لها إجابة أخرى تُذكر، حيث قد تكون البدائل في صورة مجموعة من الإجابات يختار المبحوث واحدة أو أكثر منها مع إمكانية أن يضيف المبحوث إجابات أخرى.

○ **أسئلة مفتوحة:** وهي الأسئلة التي تسمح بإجابة حرة من المبحوث كما يترأى له.

● إعداد الاستمارة في صورتها الأولية من خلال عمليات الصياغة والترتيب.

● اختبار الاستمارة قبل تعميم تطبيقها، حيث ينبغي تجربتها على مجموعة من المبحوثين مع مراعاة أن تكون المجموعة المختارة متفقة في خواصها وصفاتها مع أفراد مجتمع البحث لكي يصح الاسترشاد بإجاباتهم في حذف أو توضيح بعض الأسئلة إذا ما اقتضى الأمر ذلك.

● تنسيق الاستمارة وإعدادها في صورتها النهائية: بطريقة مشوقة تثير اهتمام المبحوثين وتحفزهم على الاستجابة وتدفعهم إلى التعاون مع الباحث.

● إجراء اختبائي الصدق والثبات للاستمارة: فالصدق هو أن تقيس الاستمارة الشيء الذي وُضعت لقياسه، وهناك عدة طرق للتأكد من صدق الاستمارة مثل الصدق الظاهري والصدق التنبؤي والصدق التلازمي والصدق التجريبي، أما الثبات فيعني ثبات الاستمارة إذا طبقت أكثر من مرة، بمعنى أن تعطي نفس البيانات أو النتائج تقريبًا إذا طبقت على نفس العينة، ويمكن التأكد من ثبات الاستمارة بأكثر من طريقة، منها طريقة إعادة الاختبار، والصور المتكافئة... وغيرها.

طرق استطلاع الرأي

تتنوع طرق استطلاع الرأي وفقًا لآليات تنفيذها ومتطلبات البحث والإمكانات والقدرات العلمية والتنفيذية للقائمين على الدراسات، ما بين:

● طرق مباشرة من خلال المقابلات الشخصية بين الباحثين والمبحوثين (الاستبار)، وبخاصة في حالات غموض مشكلات البحث وعدم توافر بيانات أساسية كافية عنها، والرغبة في التعرف على الدوافع والاتجاهات ووجهات النظر المختلفة لدى المبحوثين.

● طرق غير مباشرة عن طريق التليفون أو البريد أو حتى استخدام وسائل الإنترنت والشبكات الإلكترونية، للوصول إلى أفراد مجتمع الدراسة مع تحقيق عناصر السهولة واليسر والسرعة في تنفيذ الخطوات الإجرائية لعملية الاستطلاع.

ومع التطور والانتشار الهائل لوسائل التواصل الاجتماعي، ومن أبرزها «تويتر»، وما وفّرت تلك الوسائل من خصائص وميزات للوصول إلى المجتمعات والأفراد بسهولة وبأعداد هائلة، زاد الاعتماد عليها كإحدى أبرز المنصات والوسائل التي يمكن من خلالها التعرف على الآراء والاتجاهات والمواقف والاعتقادات، من خلال عمليات الاستطلاع الإلكتروني، وبرز الاعتماد عليه بوصفه أسلوبًا مستحدثًا ارتبط بظهور شبكات الاتصال الرقمية وتوظيفها في استقاء البيانات

أو المعلومات أو القياس، وبديلاً علمياً منهجياً للأساليب الورقية، يمثل إضافة علمية ومنهجية للأساليب التقليدية، إذ يمكن من خلاله الوصول إلى أعداد كبيرة ولا متناهية من أفراد المجتمع، وظهر لنا كم هائل من الدراسات التي اعتمدت على أدوات الاستقصاء لاستطلاع الآراء من خلال مستخدمي «تويتر» للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وبرز في هذا الإطار عدد من الاتجاهات العلمية حول كفاءة الوسيلة ومدى قدرتها على قياس ما وُضعت له، من أهمها:

● يرى البعض أن هذا الانتشار الواسع للوسيلة الاجتماعية ومن أهمها «تويتر»، وعدد المستخدمين المتزايد لها بمثابة ثروة علمية يمكن الاستفادة منها في المجال البحثي من خلال إجراء الاستطلاعات والأخذ بنتائجها، معتبرين أنها تتميز بالآتي:

- التجرد التام من حيث قدرة المشاركين على طرح آرائهم بحرية ودون ضغوط.
- توفير الجهد والوقت والتكاليف المادية.
- إمكانية الوصول إلى عدد ضخم من المبحوثين، في مناطق مختلفة سواء داخل الإطار المحلي أو الإقليمي أو الدولي.
- إمكانية استخدام الميزات التقنية للوسيلة مثل المحتوى الفيديوي والمصور في بعض الاستطلاعات.

● يرى اتجاه ثانٍ أن الاستطلاعات من خلال تلك الوسائل تحقق توفيراً في الجهود المبذولة والوقت والتكاليف المادية، مع إمكانية الحصول على معلومات وفيرة، إلا أن ضمان دقة النتائج يتوقف على القدرة على السيطرة على حجم العينة وخصائصها، وبالتالي فإن المنصات الاجتماعية التي يمكن علمياً الاعتماد على استطلاعاتها هي التي يكون المشتركون فيها معروفة خصائصهم، معتبرين أن منصة «تويتر» تسعى إلى تحقيق هذه الميزة من خلال تحديد من يمكن السماح لهم بالمشاركة في الاستطلاعات.

● ظهر اتجاه آخر يرفض تلك النوعية من الاستطلاعات، ويرى عدم كفاءتها، بناءً على مجموعة من المبررات، أبرزها:

- أن الاستطلاعات يجب أن تكون وفق أسس علمية صحيحة ودقيقة، وأن الاعتماد عليها عبر منصات الشبكات الاجتماعية لا يمكن الأخذ به علمياً ولا تعد نتائجها صحيحة ودقيقة، ولا تمثل رأي المجتمع المستهدف.
- أن الاستطلاعات يجب أن تتم بالتطبيق على عينة إحصائية، والتي يجب أن تكون ممثلة للمجتمع كي يطلق عليها رأي المجتمع. وكي تكون ممثلة

له فإنه يجب الوصول إليه باستخدام طريقة يمتلكها كامل أفرادها، مثل استطلاعات الهواتف أو الاستطلاعات المباشرة وجهاً لوجه، وبالتالي فإن تلك الاستطلاعات التي تتم عبر «تويتتر» لا يمكن اعتبارها ممثلة للمجتمع ولا تتم بطريقة علمية.

○ أن الاستطلاعات التي تتم عبر «تويتتر» تتسم بعدم الحيادية، فالمشاركون هم فقط ممن يمتلكون جوالاً ذكياً ومرتبّطاً بالإنترنت، ويستخدمون تطبيق «تويتتر»، وكذلك متابعون لهذا الحساب الذي أطلق الاستطلاع، والشريحة المشاركة حينها لا تعبر عن رأي المجتمع كاملاً، كما أن المشاركين في تلك الاستطلاعات، يكونون -في الغالب- من فئة الشباب أو غير المؤهلين.

○ يرى البعض أن عملية الاستطلاع الإلكتروني تواجه إشكاليات وصعوبات أهمها عدم تحديد إطار مجتمع العينة، وصعوبة الوصول لعناوين البريد الإلكتروني أو الحسابات الاجتماعية لكل المشاركين، ووجود أكثر من عنوان للمشارك الواحد، فضلاً عن صعوبة التحقق من شخصيات المشاركين وخصائصهم الديموغرافية.

الأدبيات العلمية

مع مراجعة الأدبيات العلمية في شأن استخدام أدوات جمع البيانات سنجد أن لكل أداة عوامل تحدد آلية استخدامها، مع وجود مميزات وعيوب لذلك الاستخدام، لذا فإن المبررات التي ساقها أصحاب الاتجاه الرافض لاستطلاعات الرأي عبر «تويتتر»، تعتمد في المقام الأول على إشكاليات متعددة يمكن جمعها تحت عنوان واحد وهو «عدم الضبط العلمي للجوانب المنهجية والإجرائية»، والتي لا يمكن نكرانها، إلا أنه يمكن القول إنها إشكاليات منهجية عامة تنصرف على كل أشكال استطلاعات الرأي الأخرى، إذا لم تتم مراعاتها ومحاولة التغلب عليها فإنه لا يمكن الحكم بصحة منهجية تلك الأداة، وبالتالي فإن الاتهامات السابقة هي آراء علمية سليمة في جزء منها معنيّ بفكرة التأكد من عمليات الضبط المنهجي، إلا أن فيها بعض التجني على الوسيلة في جزء آخر، يمكن تحديد ملامحه في:

● أن العنصر المعنيّ بمراعاة تنفيذ الاستطلاع وفقاً للأسس العلمية صحيحة ودقيقة، هو الباحث نفسه أو الجهة المعنية بتنفيذ الدراسة العلمية، فهم من يقومون بتصميم محاور الاستطلاع وتساؤلاته ووضع منهجيات عمله ومجتمعه وعينته، والمنصة الاجتماعية ما هي إلا وسيلة للوصول إلى العينة.

ينصرف معظم الاتهامات إلى فكرة عدم القدرة على تمثيل المجتمع بشكل علمي وسليم، وهي بالطبع القاعدة المنهجية الأصيلة في البحث العلمي لضمان صحة النتائج، إلا أن الصيغة التي تم التعبير عنها بضعف الوسيلة اعتمدت بشكل واضح على فكرة تمثيل مجتمع الرأي العام، والذي يكتسب صفة الشمولية للمجتمع، كدراسة قضية متصلة بجميع أفراد مجتمع في دولة ما على سبيل المثال، وفي هذه الحالة يكون الاعتماد على المنصات الاجتماعية فقط تمثيلاً ناقصاً بالفعل لقياس الرأي العام، لكن يمكن الاستعانة به كجزء مكمل مع أساليب الاستطلاع الأخرى وفقاً لإجراء منهجي منظم ويتم التعبير عنه في مضمون الدراسة. أما إذا كانت الدراسة العلمية مرتبطة بمجتمع خاص بصفات معينة يمكن الوصول إليها من خلال الوسيلة الاجتماعية «تويتر»، على سبيل المثال إذا كانت الدراسة معنية بظاهرة علمية متعلقة بمجتمع الإنترنت ومستخدميه، وتم تحديد

الربط بين التمثيل..

ونوع الوسيلة المستخدمة لإجراء الاستطلاع ربط جائر بعض الشيء.

مجتمع هذه الدراسة بشكل واضح ودقيق في مجموعات المستخدمين لتك الوسائل الإلكترونية، فإنه في هذه الحالة ينتفي الاتهام الخاص بتمثيل المجتمع ككل. وبالتالي فإن المحدد لهذا الاتهام هو التمييز بين نوع المجتمعات العلمية للدراسات، وطبيعة استطلاعات الرأي فيها، وفقاً لتحديد مفهوم الرأي العام الذي لا يمكن تعميمه بشكل عام على استطلاعات الرأي، فليس كل استطلاع للرأي معنياً بقياس الرأي العام للمجتمع، والفيصل في هذا الأمر هي طبيعة الدراسة وهدفها وتحديد مجتمعها.

أن الربط بين تمثيل المجتمع ونوع الوسيلة المستخدمة لإجراء الاستطلاع ربط جائر بعض الشيء، خصوصاً في ظل التطور التكنولوجي الهائل والمتلاحق بشكل يومي، والذي أفرز نتيجة مؤداها أن التقنية أصبحت متوفرة لدى غالبية أفراد المجتمعات -إن لم يكن جميعهم- من خلال امتلاكهم أدواتها بسهولة وبطريقة واضحة حتى في المجتمعات الفقيرة.

هناك اتجاه علمي يرى أن الاستطلاع عبر الإنترنت يتفوق على الاستطلاع المباشر -وجهاً لوجه- في كونه أكثر سهولة وقدرة على الوصول لعدد أكبر من الأفراد نتيجة عدم الحاجة إلى الانتقال من فرد إلى آخر أو الاحتياج إلى عدد كبير من الباحثين لإجراء المقابلات، كما أنه يتفوق على استطلاعات الهواتف في كونه أقل تكلفة من الناحية المادية وأكثر وصولاً، وتجنباً لمشات عدم الرد والاستجابة الفورية على الهواتف، كما أن الاستطلاع عبر الوسائل الاجتماعية يوفر قدرًا من الحرية في عمليات إبداء الرأي بشكل أكبر من الأساليب الاستطلاعية الأخرى.

لذا فإنه مع الاعتراف بوجود مشكلات منهجية لاستطلاعات الرأي عبر المنصات الإلكترونية والاجتماعية، والتي يعد «تويتر» من أبرزها وأكثرها استخدامًا، خصوصًا في المجتمع السعودي، لا يمكن إطلاق الحكم بعدم صحة تلك الاستطلاعات بشكل عام دون غيرها من الأساليب الاستطلاعية الأخرى، والتي يعثرها جميعًا بعض العيوب في استخدام الأداة، وبذلك يكون العامل الحاكم هو مدى مراعاة القائمين على الاستطلاعات للخطوات المنهجية والضوابط العلمية في الدراسات الميدانية بشكل عام، إلا أنه ينبغي لاستخدام استطلاعات الرأي في «تويتر» أو غيره من الوسائل الاجتماعية والإلكترونية مراعاة مجموعة من الاعتبارات المهمة في الاستخدام لتحقيق استجابة مُثلى، تتمثل في:

- التأكيد من تكرار المستخدمين لهذه المواقع وخصائصهم.
- الدقة في كتابة البيانات الخاصة بالرد والاتصال مثل عناوين البريد الإلكتروني وأرقام التليفونات... وغيرها.
- التدريب على الإيجاز والاختصار في صياغة الأفكار أو الموضوعات أو الاستقصاءات الإلكترونية.
- إثارة اهتمام الآخرين للرد على الاستقصاء أو تسجيل تعليقاتهم.
- تدعيم الروابط مع الآخرين من خلال عبارات الشكر والثناء والإفادة العلمية.
- المتابعة المستمرة للبريد الإلكتروني وتخزينه أو طباعته أوّلاً بأول.

خاتمة..

يمكن القول إنه رغم هذه المشكلات وغيرها، فإن أشكال التطور المختلفة في الجوانب العلمية والمنهجية دائماً ما تسعى للتغلب على العقبات البحثية من خلال استخدام التقنية وتطوير أدواتها وصولاً لتحقيق نتائج أكثر شمولاً ودقة وموضوعية، ومثل هذه التحولات تستدعي التفكير والبحث عن مناهج وأساليب جديدة لمعالجة مشكلات تمثيل وتحديد إطار مجتمع العينة في الوسائل الإلكترونية، وصعوبة الوصول للعناوين الإلكترونية وتعددتها، والتحقق من شخصيات المشتركين وخصائصهم الديموغرافية، مثل بناء أداة للمسح التفاعلي، وتصميم إطار للعينة الفورية الإلكترونية، وابتكار أدوات تمكّن من تحديد عناوين البريد الإلكتروني للمشاركين في هذا الاستطلاع والتعرف على خصائصهم الشخصية، من حيث النوع والعمر والتعليم والمهنة. أكثر من ذلك فإن هناك بعض الأفكار بخصوص تطوير تنظيم وإدارة مجموعة النقاش على الإنترنت.

وكذلك إجراء ما يسمى استطلاع الرأي العام التفاعلي الفوري، الذي يمكّن الفرد ضمن عينة محددة من أن يقدم إجاباته لتظهر له نتائج الاستطلاع.

مركز القرار

للداسات الإعلامية



..نخطو
بقرارك



تابع حسابنا على تويتر



 www.alqarar.sa

   @alqarar_sa