



مركز المشروعات الدولية الخاصة

الحكومة الديمقراطية

حوكمة مؤسسات استطلاع الرأي في تونس ما بعد الثورة

بقلم: د. صبري بوبكر

أستاذ بمدرسة شامباني للإدارة، فرنسا
عضو المركز التونسي لحكومة المشروعات

CIPE



نظريته ونهجه. وكان السيد طارق بن عمار قد أشار العام الماضي إلى أوجه خللٍ في مؤسسات استطلاع الرأي في تونس، والتباين الكبير بين النتائج التي تعلنها كل منها فتشير الاضطراب. فقد خرجت علينا، على سبيل المثال، مؤسسات استطلاع الرأي بفسيفساء نتائج غير منطقية ولا يصدقها عقل حول برنامج تليفزيوني؛ إذ تراوحت النتائج بين 2% من المشاهدين إلى 90% من المشاهدين للبرنامج نفسه عن الفترة ذاتها. لذلك، فالانطباع الذي تركته تلك المؤسسات هو أن الاستطلاعات تصدر حسب الطلب وحسب رغبة العميل. فهل يصلح أن يُسمح بكل هذا الانحراف؟.. لقد ركز بن عمار على هذا النشاط الذي يسود عالم استطلاعات الرأي، محذراً من التلاعب المتكرر بالرأي العام. وبعد هذا التحذير، تقرر وضع إطار قانوني ملائم للاستطلاعات، من خلال وضع مجموعة من التدابير التي تهدف إلى ضبط هذا القطاع. فهل تطبق تلك التدابير؟

إشكالية استطلاعات الرأي السياسية في تونس

ظهرت استطلاعات الرأي السياسية في تونس منذ 14 يناير/كانون الأول 2011، وإذا كان الرهان في قياسات نسبة مشاهدة البرامج رهاناً اقتصادياً/مالياً، فهو بالنسبة لاستطلاعات الرأي السياسية أكبر من ذلك بكثير. وكمثيلتها المختصة بقياس نسبة المشاهدة، تكتف استطلاعات الرأي السياسية مشكلة حقيقية فيما يتعلق بالشفافية والوضوح، ففي فرنسا، تمت الموافقة بالإجماع في 14 فبراير/شباط 2011، على قانون فرض قواعد شفافية أكثر صرامة على مؤسسات استطلاع الرأي. فالتساؤلات التي تحوم حول كيفية عمل مؤسسات استطلاع الرأي عديدة، ومنها ما يتعلق بالراعي (الرعاة)، والأهداف، وطبيعة الاستطلاع (عام أم خاص)، والشريحة التي شملها، والوسائل المتبعة لتنفيذ الاستطلاع، والتصحيح الإحصائي المحتمل.. إلخ.

بعد 14 يناير/كانون الثاني 2011، اكتشف التونسيون استطلاعات الرأي السياسية، أما قبل ذلك، فقد كانت الاستطلاعات مقتصرة على مجال الإعلام، الذي كان يشهد حرباً لا هوادة فيها بين مختلف أساطين مشهد البرامج المرئية والمسموعة في تونس. كان كل طرف يدعي أنه الأفضل على الساحة الإعلامية، وكانت استطلاعات الرأي تخفي سَوْفاً حقيقية تلعب فيها التوجهات الإعلانية دوراً رئيسياً باستمرار، وتُضخ فيها ملايين الدنانير كل عام. لم يطل الأمر كثيراً بالمعلنين حتى يعادوا النشاط، بعد 14 يناير/كانون الثاني 2011، فلم يدم صمتهم إلا فترة وجيزة. لم يكن التونسيون يسمعون عن استطلاعات الرأي إلا خلال شهر رمضان، الذي كان يحظى بحضور جماهيري واسع. ولكن، من الذي يقوم على استطلاعات الرأي في تونس؟

المنطق يقول إن القائمين عليها يجب أن يكونوا من المحترفين، ولكننا لا نملك في تونس إحصائيات عن المؤسسات التي تعمل في مجال استطلاعات الرأي، ونفاجأ كل يوم بإحصائية تصدر عن مكتب استشارات، تحول بالمصادفة إلى مؤسسة استطلاع رأي. فهل يحترمون -على الأقل- القواعد المرعية في هذا المجال؟.. وهل لديهم ما يلزم من كفاءات ودراية لأداء تلك المهام بشكل سليم؟.. تشهد استطلاعات الرأي السياسية التي ظهرت بعد 14 يناير/كانون الثاني على هذا السيل وتلك الحمى الجديدة، فقد افتتح حفل استطلاعات الرأي السياسية منذ فبراير/ شباط 2011، وبمجرد أن بدأ أحدهم، تلاه آخرون دونما إبطاء.

كيف تعمل مؤسسات استطلاع الرأي في تونس

ظل توجه مؤسسات استطلاع الرأي وثيق الصلة بما يتوقعه مختلف المراقبين وما يأملون به، فكل منها يسير وفق

بمكان، ففي فرنسا على سبيل المثال، يتبعون أسلوب عينة "الكوتا". ولكن ما هو أسلوب عينة "الكوتا" هذا؟.. تقوم نظرية استطلاعات الرأي على حساب الاحتمالات، وتطلق من فرضية مؤداها أننا نستطيع التعرف على رأي مجموعة ما من السكان بالتعرف على رأي مجموعة فرعية صغيرة منهم، بشرط أن تتمتع تلك المجموعة الفرعية (العينة) بالخصائص نفسها التي تتسم بها المجموعة الكبيرة.

وعلى ذلك، يقوم أسلوب عينة الكوتا على اختيار عينة تتسم بنفس توزيع الخصائص الذي تتمتع به المجموعة الأم، مع الأخذ في الاعتبار عدد من المعايير المحددة. فحجم العينة يدور -عادةً- حول 1000 شخص، ففي الولايات المتحدة التي يبلغ عدد سكانها 270 مليون نسمة، يستخدمون فيها عينات تدور حول 1000 شخص أيضاً. وبالتالي، فمصدقية النتائج لا تتوقف كثيراً على حجم المجموعة الأم، ولكن على حجم العينة. ولكن اختيار القائمين على الاستطلاع لأفراد العينة، في أسلوب الكوتا، لا يسمح بحساب احتمالات انتمائهم للعينة، وهو ما يؤدي إلى صعوبة حساب نسبة الخطأ، مما يؤثر على دقة التحليل. ويجب أن نعرف أن الإجابات التي يقدمها الأفراد الذين تم استطلاع آرائهم تمثل النتيجة الأولية، وليس النتيجة النهائية المنشورة. فبعد ذلك تُجرى على النتائج عمليات تصحيح وموازنة؛ إذ يجب على سبيل المثال، أن تكون العينة ممثلة تمثيلاً تاماً لمختلف التصنيفات الاجتماعية/ الديموجرافية، حتى يُكفل لها التوازن. ومن الضروري أيضاً أن يقوم من يجري الاستطلاع بتصويب العينة. وعلى أية حال، كلما زادت الانتخابات الديمقراطية في تونس، اكتسب عمل مؤسسات استطلاع الرأي المزيد من الدقة والمهنية والكفاءة في تصويب العينات، اعتماداً على نتائج الانتخابات السابقة. حينها، سيكون وضع المعايير وإنشاء قواعد البيانات ممكناً، فمؤسسات استطلاع الرأي التونسية لا تنشر أبداً النتائج الخام ولا التصويبات.

كذلك فإن المحاور التي يجب أخذها في الاعتبار عند إجراء الاستطلاع كثيرة، أولها الأسئلة المطروحة، والتي يجب التساؤل حول الأسلوب المتبع في وضعها، وصياغتها، وتكرارها، وهل أمكن تحاشي التوجيه بمختلف أشكاله؟.. ثم تأتي بعد ذلك العينة، كيف يمكن التأكد من أنها عينة ممثلة؟.. فالعينة ليست مسألة كم فقط، بل هي تتعلق بمعطيات، مثل: الشريحة العمرية، والنوع الاجتماعي، والشرائح الاجتماعية/ المهنية، وأماكن السكن، وحجم المنطقة السكنية.. إلخ، فكيف يمكن التأكد من أن كل تلك المعطيات تم أخذها في الاعتبار وأن العينة ممثلة؟.. وهل يتم تحديث المعطيات المتوفرة بشكل منتظم؟.. وهناك أيضاً كيفية طرح الاستبيان (وجهاً لوجه، أو عن طريق الهاتف، أو الإنترنت.. إلخ)، وعدد وتركيبية من يجرون الاستطلاع (السن، ونوع الدراسة، والانتماء الحزبي.. إلخ). ثم هناك توقيت إجراء الاستطلاع، الذي يجب -للوصول إلى حكم صحيح- أن يتم الإعلان عنه؛ لأنه يساعد -في ظل التدفق الكبير للمعلومات- على التوصل إلى تفسير أفضل لنتائج الاستطلاع. وأخيراً، هل تم تقدير هامش الخطأ، وهل تم إعلانه؟.. وهل تم إدراج أسئلة تتيح تنقيح الإجابات وتقدير هامش الخطأ؟.. يجب أن نعي أن هناك ضرورة إحصائية لحساب هامش الخطأ مع العينة التي يتم اختيارها عشوائياً، كما هي الحال في البلدان الأنجلوساكسونية؛ ولكن لم يتم إثبات ضرورة ذلك، علمياً، بالنسبة لعينات الحصص أو "الكوتا".

ويبرر اللجوء إلى عينات "الكوتا" بأن هذا النوع من الاستطلاعات أكثر سرعة وأقل تكلفة، لكن مؤسسات استطلاع الرأي التونسية لا تفصح لنا عما إذا كانت قد لجأت في استطلاعاتها إلى عينة "الكوتا" أم إلى العينة العشوائية، والفارق بينهما كبير. فكل تلك المؤسسات تكتفي بأن نخبرنا بأن الاستطلاع تم إجراؤه على عينة ممثلة! رغم أن التوقف عند الأسلوب المتبع في اختيار مؤسسات الاستطلاع التونسية للعينة هو من الأهمية

كيف نضمن مصداقية استطلاعات الرأي؟

واستقامتها الأخلاقية. ويجب أن يفرض القانون على مختلف المؤسسات أن تقدم إلى تلك الهيئة المختصة مختلف البيانات الخام، والأساليب التي اتبعتها، والتصويبات التي أجرتها على كل استطلاع رأي. كذلك يجب الكشف عن الجهات التي طلبت إجراء الاستطلاع، والفترة التي أجري فيها، وكذلك الأماكن والأوقات وعدد من أجره، والتعريف العام بمن أجرى الاستطلاع، ومن شملهم الاستطلاع. ويتعين أيضاً على المعهد الوطني للإحصاء أن يقوم، بدوره، بتحديث بياناته بشكل منتظم، وأن يصبح قادراً على إمداد مختلف مؤسسات استطلاع الرأي بالمساعدة والتعاون اللازمين وفق الإطار القانوني المحدد سلفاً.

وعلى غرار القطاعات الأخرى، يتعين أن تتمتع مؤسسات استطلاع الرأي بوضع قانوني محدد، وأن تعلن عن هياكل ملاكها، بحيث تكون السيادة لكلمة واحدة: "الشفافية". فمؤسسات استطلاع الرأي شركات تخضع للقانون، وبالتالي يجب أن يكون ملاكها معروفين، وكذلك أعضاء مجالس إدارتها. وفي توفير البيانات المتعلقة بتلك المؤسسات فائدة للجميع؛ إذ يتيح التحقق من وجود أو عدم وجود تضارب مصالح، وتخطي تقسيمات الانتماءات السياسية والأيدولوجية الكلاسيكية، وتقليص سيطرة هذا الطرف أو ذلك على الرأي العام. لوسائل الإعلام توجهاتها التحريرية الخاصة بها، لكن مؤسسات استطلاع الرأي يجب أن تعمل في استقلال تام، بعيداً عن أي توجهات مسبقة، أو قيود، أو رقابة ذاتية، فيكون هدفها الأوحده: تقديم النتائج على أصدق وجه ممكن، بعيداً عن أي تأثير أو استغلال سياسي.

لقد أصبح توجيه النقاش السياسي، أو التأثير على قرار الشراء للمستهلك - في أيامنا هذه- أقرب إلى لعبة يستطيع الأطفال القيام بها، ولكن دفع المستهلك لتغيير سلوكه الشرائي لا يتساوى في تأثيره مع توجيهه إلى تبني خيار سياسي خاطئ، فعندها سوف يحل الشك مكان الثقة!

إذن، تكمن المشكلة الكبرى في مدى مصداقية النتائج المعلنة، ومن العبث أن نركن الآن، إلى مجرد الكلمات الطيبة من مؤسسات استطلاع الرأي، خاصة أن الإجراءات هائلة إلى درجة تصعب معها المقاومة. كذلك فليس من المنطقي أن نتحدث الآن عن مدونة سلوك لهذا القطاع، يضمن صدق الاستطلاعات؛ بدليل أن مؤسسة استطلاع رأي رفعت دعوى تشهير ضد محطة تليفزيونية، منذ بضعة شهور، عندما اتهمت المحطة تلك المؤسسة بفرقة الاستطلاعات. فإن كان ذلك هو الحال مع عالم الصوتيات والمرئيات، فما بالنا بعالم السياسة. فكيف لنا أن نضمن حيادية استطلاعات الرأي؟

يجب أن نشير، في البداية، إلى أن هناك فرقاً في الحجم بين استطلاعات الرأي "التلقائية" وتلك التي "تطلب إجراءها جهة ما". كما أن هناك فرقاً مهماً آخر بين الإجابة "التلقائية" والمساعدة غير المنحازة للمستطلع رأيه، وبين الإجابة المصحوبة بهدية أو بدفع مبلغ نقدي. وفي فرنسا، على سبيل المثال، تستخدم كل مؤسسات استطلاع الرأي المقابلات الهاتفية في إجراء استطلاعاتها. باستثناء مؤسسة (BVA) التي تعتمد دائماً على المقابلات وجهاً لوجه.

يجب أن تتمثل الخطوة الأولى في إيجاد إطار قانوني، ويجب أن يكون لدى مؤسسات استطلاع الرأي مجالس إدارات خاصة بها، وحد أدنى من الموظفين، والمتخصصين في شؤون استطلاع الرأي والدراسات المسحية، يعملون لكل الوقت، وفريق مرتبط بالمؤسسة من الحاصلين على حد أدنى محدد من الدراسات الجامعية.. إلخ. كذلك، يجب إنشاء هيئة مستقلة للإشراف على تلك المؤسسات، وضبط أدائها، ومعاينة من ينحرف منها. ويمكن أن تأخذ تلك الهيئة شكل اللجنة المشكلة من أعضاء مجلس الدولة، ومحكمة النقض، وجهاز المحاسبات، وشخصيات مؤهلة في استطلاعات الرأي معروفة بنزاهتها، وموضوعيتها.

23 أكتوبر/تشرين الأول 2011: الانتخابات

يمنع قانون الانتخابات استطلاعات الرأي السياسية خلال الفترة السابقة على الانتخابات مباشرة، وإذا عدنا بالذاكرة لأسابيع سابقة، سنلاحظ الفوضى التي تسببت فيها مؤسسات استطلاع الرأي. فلم تقترب النتائج التي توصل إليها أي استطلاع من الواقع، ولم تتجح أي مؤسسة منها في رسم صورة، ولو قريبة، من تركيبة الجمعية التأسيسية. لماذا حدثت تلك الفوضى؟.. ولماذا أفلت من تلك المؤسسات هذا الموعد التاريخي الذي كان من الممكن أن يخرس كل الأصوات المنتقدة لها، وإلى الأبد؟

أفاق التونسيون، بعد 23 أكتوبر/تشرين الأول 2011، على نتائج غير متوقعة، فقوائم "العريضة الشعبية" جاءت في المركز الثالث في ترتيب القوى السياسية في البلاد، والمؤتمر من أجل الجمهورية، في المركز الثاني، والحزب الديمقراطي التقدمي لم يحصد سوى 3.6% من أصوات الناخبين، وباختصار، لا شيء سوى المفاجآت. كنا لنقبل بأن تخطئ مؤسسات استطلاع الرأي في نقطة أو اثنتين، أما أن يكون الخطأ على طول الخط، فهو أمر محبط، ويلقي بظلال من الشك حتى على الاستطلاعات التجارية. فعندما يتخطى هامش الخطأ الفعلي والمقبول في تلك المؤسسات 80 أو 100٪، فهناك إذن مشكلة حقيقية. ومن المؤكد أن مؤسسات استطلاع الرأي التونسية قد أخطأت على مستويات عدة، فمختلف العينات التي أجريت عليها الاستطلاع لم تسمح لتلك المؤسسات بالوصول إلى المصدقية اللازمة لكل استطلاعات الرأي، والأسوأ من ذلك أنها أدت إلى تضليل الرأي العام، وطرحت نتائج بعيدة كل البعد عن الواقع.

المعركة الجديدة التي تتشكل في الأفق معركة اقتصادية/اجتماعية، وفيها سيحتاج صناع القرار -أكثر من أي وقت مضى- إلى إتاحة معلومات ذات مصداقية، ويعتد بها، وقابلة للاستخدام؛ إذ إن صحة القرارات التي

ستعتمد على تلك المعلومات وفعاليتها ستكون ذات أهمية قصوى. ولكن، هل تتمتع مؤسسات استطلاع الرأي بالقدرة على توفير معلومات ذات مصداقية؟

لا شك في أن مؤسسات استطلاع الرأي تتمتع، بوجه عام، بدرجة ودراية بسر المهنة فيما يتعلق بالاستطلاعات التجارية، لكن فيما يتعلق باستطلاعات الرأي السياسية، فقد ثبت أنها أكثر تعقيداً مما كان متوقعاً. هذا الفشل الصارخ لمختلف استطلاعات الرأي السياسية التي أجريت في تونس، ينبغي أن يدفع تلك المؤسسات إلى إعادة النظر في تلك الاستطلاعات. ففي فرنسا، لم يظهر أي استطلاع رأي، في 2002، فوز جان ماري لوبان في الجولة الأولى من الانتخابات الرئاسية، وهو ما أثار نقاشاً في أوساط مؤسسات الاستطلاع حول سبل تدارك أوجه النقص التي أدت إلى هذا الفشل. والوضع في تونس أكثر سوءاً؛ حيث أدت نتائج انتخابات الجمعية التأسيسية إلى تعرية محدوديات عمل مؤسسات استطلاع الرأي، وهو ما أظهر وجود مشكلة حقيقية في الحوكمة الرشيدة.

إن عمل مؤسسات استطلاع الرأي عمل جماعي، وتتمثل الصعوبة الأولى في وضع الاستبيان، وهي مهمة تزداد صعوبتها، في استطلاعات الرأي؛ حيث يجب أن تضمن الحيادية التامة، وغياب التأثير، وإمكانية استيعاب وفهم الأسئلة من الجميع، أيًا كانت تصنيفاتهم الاجتماعية/المهنية. وتتوقف المرحلة الأكثر حساسية على القائمين على الاستطلاع، من يطرحون الأسئلة ويتلقون الإجابات، فمعظم هؤلاء عمالة مؤقتة تمت الاستعانة بها لأغراض هذا الاستطلاع أو ذلك، فلم يحصلوا سوى على تدريب أولي، سطحي، في أدنى الحدود المقبولة، ولذا فليس هناك سبيل للتأكد من صدق ودقة المعلومات التي يخرجون بها.

داخل تلك المؤسسات، يجري كم هائل من العمل، بدءاً من تنظيم العمل داخل المؤسسة، مروراً بتعيين الكوادر، والإحصائيين، والقائمين على الاستطلاع، وصولاً إلى إعلان

سلسلة "قضايا الإصلاح الاقتصادي": خدمة على الإنترنت يقدمها مركز المشروعات الدولية الخاصة لنشر المقالات الإلكترونية. تطرح تلك الخدمة مقالات معمقة موجهة إلى شبكة من صناعات السياسات، وقادة الأعمال، والإصلاحيين المدنيين، والأكاديميين، وغيرهم من المهتمين بالقضايا ذات الصلة بالإصلاح الاقتصادي وعلاقته بتتمية الديمقراطية.

ترسل المقالات بالبريد الإلكتروني، ويتم نشرها على الموقع. فلو أردت الاشتراك، مجاًناً، نرجو أن تشترك في شبكة مركز المشروعات الدولية الخاصة، وذلك بإدخال بريدك الإلكتروني في الموقع: www.cipe.org أو www.cipe-arabia.org

يرحب المركز بالمقالات التي يقدمها القراء. على أن تتراوح عدد كلمات المقال ما بين 1000 إلى 3000 كلمة، وسوف يُنظر فقط إلى المقالات ذات الصلة برسالة المركز المتمثلة في بناء مؤسسات ديمقراطية تخضع للمساءلة من خلال إصلاحات تعتمد على السوق، وذلك على أساس قيمة المقال.

يعمل مركز المشروعات الدولية الخاصة "CIPE" على تعزيز الديمقراطية حول العالم، من خلال الإصلاح الاقتصادي الموجه للسوق. المركز جزء من غرفة التجارة الأمريكية في العاصمة واشنطن، ولا يهدف لتحقيق الربح. وهو أحد أربعة معاهد للصندوق الوطني للديمقراطية. وقد دعم المركز ألف مبادرة محلية في أكثر من مائة دولة نامية، تعامل فيها -على مدى 25 عاماً- مع قادة الأعمال، وصناع القرار، والصحفيين، لبناء المؤسسات المدنية الأساسية للمجتمع الديمقراطي. ومن القضايا الأساسية التي يتعرض لها المركز، مكافحة الفساد، والمشاركة في السياسات، وجمعيات الأعمال، وحوكمة الشركات، والحوكمة الديمقراطية، وإتاحة الوصول للمعلومات، والقطاع غير الرسمي، وحقوق الملكية، وحقوق المرأة والشباب. وتدعم الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية برامج مركز المشروعات الدولية الخاصة.

النتائج. وهو ما يشير إلى أهمية وضع قواعد للشفافية تهيمن على عمل منظم، ومنهجي، ويجري على نسق محدد. فيتعين على مؤسسات استطلاع الرأي أن تتشر -بشكل منظم- قوائم العملاء وانتماءاتهم السياسية، فضلاً عن الإفصاح عن قوائم بالخبراء والقائمين على الاستطلاعات، والأساليب المتبعة، وهوامش الخطأ. كذلك يجب أن يكون الجمهور العام على دراية بالانتماءات السياسية لملاك تلك المؤسسات، حتى يتوفر أكبر قدر ممكن من الشفافية، ويتأكد الجمهور من أن الاستطلاعات "محايدة"، لا تلاعب فيها ولا توجيه، خدمة لهذا الحزب أو ذاك، وغير مدفوع لها مقدماً. لا شك أن الفساد هو أكبر معضلة تضرب المجتمع والاقتصاد في تونس، ولا سبيل إلى طمأنة الجمهور والأحزاب -المهتمة بعالم استطلاعات الرأي- على نزاهة ومهنية هذا القطاع. إلا بوضع وتطبيق كل القواعد التي ذكرناها آنفاً. حينها، لن يتصاح أحد بفضائح، حتى إن وقعت أخطاء؛ لأنه سيسهل تحديد سببها، وستكتسب آلية العمل فاعلية ومصداقية أكبر.

لقد أنكر بيير بورديو وجود رأي عام، لكن الانتخابات الأخيرة التي أجريت بتونس في 23 أكتوبر/تشرين الأول 2011 كذّبت، وأثبتت أن بها -بكل تأكيد- رأي عام هائل، يمكن التأثير عليه.

الآراء الواردة بالمقال تعبر عن وجهة نظر كاتبه، ولا تعكس بالضرورة رؤية مركز المشروعات الدولية الخاصة. ويسمح المركز بإعادة طباعة المقالات الواردة في سلسلة قضايا الإصلاح، و/أو ترجمتها، و/أو نشر المقالات الأصلية، بشرط: (1) نسبة المقال إلى كاتبه الأصلي، وإلى مركز المشروعات الدولية الخاصة (2) إخطار مركز المشروعات الدولية الخاصة بموضع نشر المقال وإرسال نسخة منه إلى مكتب المركز في واشنطن.