

توجهات استطلاعات الرأي العام المصرية في فترات التحول السياسي

دراسة تحليلية

د. محمد لطفى زكريا الشيمي (*)

تمهيد

يُمثل النقاش العلمي حول دور وتجارب مراكز ووحدات استطلاعات الرأي العام في الدوائر العلمية والبحثية في مجتمعات التحول الديمقراطي بعد أحداث تغييرات كبيرة في البنية السياسية لأنظمتها، تأكيداً على مساحة الدور الذي أصبحت تضطلع به هذه المراكز، وأيضاً كمؤشر مهم على تزايد الاعتماد عليها من قبل الجهات المختلفة في مجال صناعة القرار⁽¹⁾.

وقد ازدادت خلال السنوات الأخيرة أهمية استطلاعات الرأي في نطاق العملية السياسية في معظم المجتمعات المعاصرة؛ ويؤكد ذلك التوسع الكبير في مجال استطلاعات الرأي العام، سواء بخصوص القضايا محل الاهتمام العام، أو بالنسبة للشخصيات السياسية الرئيسية في نطاق أي نظام سياسي، هذا بالإضافة إلى الأهمية النسبية المتزايدة لاستطلاعات الرأي العام في مواسم وأوقات الانتخابات⁽²⁾.

وخلال الفترات الانتقالية- الفترة التي تلي سقوط النظام، إلى حين قيام دولة على أساس من الدستور الدائم؛ الذي يحدد طبيعة الدولة، ونظامها السياسي، ونسقتها الإداري، ويحدد المؤسسات التابعة لها- شهدت دراسات هذا الحقل (الرأي العام) تغيرات هيكلية نقلته إلى وضع يختلف جذرياً عما كان عليه قبل الثورات العربية. فحتى نهاية عام 2010 كان ينظر للرأي العام العربي على أنه شبه مغيب، أو أنه رأي عام "كامن" ولم تكن هناك رغبة في الإعلان عن اتجاهاته أو التعرف عليها، وكان مستوى المشاركة السياسية أو الاهتمام بالسياسة مترجع بشكل عام، كما كان غائباً عن المشهد بحيث لم تكن مؤسسات صناعة القرار أو حتى البحوث والدراسات تولي له اهتماماً كبيراً. وقد أثر كل ذلك بدوره على بحوث الرأي العام في المنطقة العربية وأبقى عليها في مرحلة متأخرة، مقارنة بما توصل إليه العالم في هذا المجال، علاوة على ذلك فقد ظل التخوف الأمني من التوسع في إجراء دراسات الرأي العام يحول دون تطورها في المنطقة العربية، حيث تحفظت الأجهزة الأمنية على صدور دراسات تتعلق بتوجهات الرأي العام إزاء قضايا تحتوي على بيانات ونسب محددة⁽³⁾.

وأصبحت استطلاعات الرأي سمة من سمات الديمقراطية المعاصرة، وخاصة خلال فترات الانتخابات؛ حيث توفر للناخبين البيانات والمعلومات حول المرشحين،

* مدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب – جامعة المنيا .

والأحزاب، وفرص كل منهم، وتمكنهم من الإدلاء بأصواتهم بعد أن يكونوا كَوْنُوا رأياً بعد إطلاعهم على نتائج استطلاعات ما قبل التصويت pre-election poll، ووقتها يدركون لمن سيعطون أصواتهم من المرشحين أو الأحزاب⁽⁴⁾. كما تعتبر جزء لا يتجزأ من تغطية الانتخابات الرئاسية، حيث توفر هذه الاستطلاعات معلومات مهمة للجمهور حول آراء المواطنين الآخرين في المرشحين، كما أنها قد تعمل أيضاً على تشكيل آراء وتصرفات هذا الجمهور، لا سيما في تحديد أي مرشح سيتم تدعيمه⁽⁵⁾.

الدراسات السابقة

اهتمت دراسات سابقة بموضوع استطلاعات وقياسات الرأي العام من حيث أهميتها، ودورها في الحياة العامة وفي صنع القرار، وتقييمها كأداة لقياس الرضا العام؛ كدراسات (دينا عباس، 2017)⁽⁶⁾، و(محمد لطفي، 2016)⁽⁷⁾، و(صدفة محمود ونجوان شيحة، 2007)⁽⁸⁾ التي اتفقت نتائجها على أهمية استطلاعات الرأي العام للمواطن، ولصانع القرار، ولوسائل الإعلام، واعتبارها أداة جيدة لقياس الرضا العام مع الأخذ في الاعتبار الالتزام بالأسلوب المنهجي في قياس الرأي وتجنب المشكلات المنهجية المتعلقة بإجراءات استطلاعات الرأي. وانتهت نتائج دراسة (Agus Trihartono, 2013)⁽⁹⁾ إلى أن استطلاعات الرأي العام تُحْتَسَبُ السياسيين والحكومات حتى يكونوا أكثر استجابة لوجهات النظر الشعبية، وخلصت نتائج دراسة (Robin Sproul, 2008)⁽¹⁰⁾ إلى تزايد الاهتمام باستطلاعات الرأي من الانتخابات إلى السياسيين إلى الصحفيين إلى حجرات الإدارة، وأنه سيظل هناك اهتمام متزايد بجمع المعلومات وإنفاق ملايين الدولارات على ذلك، وسيظل هناك مزيد من التوجهات نحو تعريف المصوتين بمن سيكون الفائز في الانتخابات وأسباب فوزه، وأكدت دراسة (Steve Freeman and Others 2006)⁽¹¹⁾ أن استطلاعات ما بعد التصويت Exit Poll أفضل من الاستطلاعات التي تجريها وسائل الإعلام والتي يشوبها بعض العيوب كتحييز التغطية وعدم الاستجابة؛ مما يجعل الأخذ بنتائجها يشوبه بعض الشك، كما وأكدت نتائج دراسة (Russell D. Renka, 2010)⁽¹²⁾ على أهمية مسح الرأي العام وأنها أصبحت جزءاً مهماً في الحياة العامة.

وركزت دراسات أخرى على أهمية ومزايا الاستطلاعات الإلكترونية مقابل الهاتفية أو المسوح بالبريد؛ وهذه المزايا تشمل انخفاض التكلفة reduced costs، وسرعة زمن الاستجابة faster response times، والتخزين الإلكتروني اللحظي للبيانات instant electronic storage of data، والتغلب على أخطاء تحيز المقابلة lack of interviewer bias، والقدرة على مسح أعداد كبيرة من المواطنين بسهولة the ability to easily survey an entire population، والسرعة في إدارة rapid survey administration and data entry البيانات (Parsons, 2007)⁽¹³⁾، (vanSelm & Jankowski, 2006)⁽¹⁴⁾، (Marie Hart et al, 2009)⁽¹⁵⁾. كما انتهت نتائج دراستي (Mangan & Reips, 2007)⁽¹⁶⁾، (Parks et al, 2006)⁽¹⁷⁾ إلى أهمية الاستطلاعات الإلكترونية في إجراء البحوث

المسحية المتعلقة بموضوعات حساسة (كتعاطي المخدرات، والممارسات الجنسية)، كما أنها تناسب المستجيبين أو المشاركين الذين لديهم ظروف نادرة أو لديهم سلوكيات شاذة أو منحرفة أو سرية (vanSelm & Jankowski, 2006)⁽¹⁸⁾.

فيما ركزت مجموعة من الدراسات العربية على المشكلات التي تواجه استطلاعات ومراكز قياس/ استطلاع الرأي العام، كدراسات (محمد لطفي، 2016)⁽¹⁹⁾، و(خالد صلاح الدين، 2015)⁽²⁰⁾، و(أحمد تهامي، 2014)⁽²¹⁾، و(عماد شلبي، 2014)⁽²²⁾، و(ماجد عثمان، 2014)⁽²³⁾، و(حنان صدقي، 2012)⁽²⁴⁾، و(هالة الأباصيري، 2006)⁽²⁵⁾ والتي خلصت نتائجها إلى أن هناك نظرة سلبية تجاه استطلاعات الرأي، 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 إشكاليات مجتمعية، ومنهجية، وإدارية، ووجود عدد من الضغوط الاقتصادية أو التمويلية- تواجه مراكز قياس الرأي العام- وعلاقتها بالاستقلالية، واتهامات سياسية حول تدعيمها لجماعات الضغط والمصالح، وضغوط ثقافية متمثلة في تقييد عمل مراكز استطلاعات الرأي بشأن الاستطلاعات التي تتعارض مع العادات، والتقاليد، والأعراف أو تمس العقائد، إضافة إلى الضغوط الداخلية كنمط الملكية، والضغوط التنظيمية، والصورة النمطية السلبية عن مراكز الاستطلاعات، وميل الجمهور إلى عدم الثقة الكاملة في نتائج قياسات الرأي العام، إضافة إلى التحديات المرتبطة بمراحل التحول الديمقراطي، وأنه مازال هناك قطاعا عريضاً لم يعرف بعد باستطلاعات الرأي العام.

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)⁽²⁶⁾، (Pasek and Krosnick 2010)⁽²⁷⁾، (Groves and Lyberg 2011)⁽²⁸⁾.

في حين أبرزت دراسات أجنبية عيوب الاستطلاعات والمسوح الإلكترونية وتشمل العيوب المتعلقة بمثل هذا النوع المخاوف المرتبطة بالنصب أو الاحتيال fraud ، وفكرة الحصول على موافقة مسبقة قبل المشاركة في الاستطلاعات. دراسات (Siah, 2005)⁽²⁹⁾، (Keller & Lee, 2003)⁽³⁰⁾، فضلا عن احتمال التحيز في اختيار الأفراد الذين يستخدمون البريد الإلكتروني و/ أو الإنترنت بكثرة (Siah, 2005)⁽³¹⁾، (Parsons, 2007)⁽³²⁾، وعدم وجود آلية للوصول إلى عينات عشوائية من الأفراد أو الأسر (Parsons, 2007)⁽³³⁾، وأنها أقل استخداما لمسح النخب survey elites ، والقليل هو المعروف عن تمثيل نتائجها (Fisher, S. H., & Herrick, R, 2013)⁽³⁴⁾.

وركز عدد آخر من الدراسات على الجوانب المنهجية في قياس واستطلاعات الرأي العام كدراسة (زكريا عبدالسميع 2014)⁽³⁵⁾ التي أكدت على أهمية استخدام الهاتف المحمول في المقابلات الهاتفية، وأن التليفون الأرضي بمفرده لم يعد وسيلة مناسبة لإجراء استطلاعات الرأي العام في مصر، وأن الاعتماد على أسلوب الإطار المزدوج الذي يجمع بين التليفون الأرضي والتليفون المحمول أمراً ضرورياً يسهم في زيادة التغطية، ويقلل من التفاوتات بين الأقاليم الجغرافية والمحافظات المختلفة من حيث التغطية، كما يعمل على اقتراب خصائص الأسر والأفراد في العينات المسحوبة باستخدام أسلوب الإطار المزدوج من خصائص الأسر والأفراد في المجتمع، ودراسة (حنان صدقي، 2012)⁽³⁶⁾ حول "تقييم فاعلية منهجيات قياس الرأي العام عند اتخاذ القرار"، والتي انتهت نتائجها إلى أن نسبة كبيرة من المبحوثين عينة الدراسة ترى أن نتائج قياسات الرأي العام تعبر أحياناً عن رأي الجمهور؛ مما يوضح الميل إلى عدم الثقة الكاملة في نتائج قياسات الرأي العام. كما أظهرت النتائج عدم رضا معظم الخبراء عن نتائج قياسات الرأي العام، وأن المقابلة هي أفضل أدوات قياس الرأي العام بالنسبة لمختلف الموضوعات، ومختلف الفئات. وانتهت نتائج دراسة (مها صبري، 2011)⁽³⁷⁾ "أسباب رفض الاستجابة في المقابلة الهاتفية" في مركز استطلاع الرأي العام بمجلس الوزراء، 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%). وانتهت نتائج دراسة (أيمن منصور ندا، 2010)⁽³⁸⁾ خصائص من يقول لا "أدري" و "لا رأي لي" في استطلاعات الرأي العام الأمريكية عن مصر، التي استهدفت تحليل الخصائص الديموجرافية والاجتماعية والمعرفية لهؤلاء الذين يميلون إلى مثل هذه الاستجابات، إلى ارتفاع نسبة من يقولون لا أدري و لا رأي لي في استطلاعات الرأي العام الأمريكية والتي تراوحت بين 10% و30% وهي نسبة عالية ومستمرة. في حين أكدت دراسة (ندا علي أمين، 2009)⁽³⁹⁾ حول تأثير الباحث على إجابات المبحوثين، أن خصائص الباحث الديموجرافية والتعليمية، وطبيعة عمله بالمركز الذي يعمل به، ورضاه عنه، تؤثر بشكل معنوي على إجابات المبحوثين، ومثلها دراسة (Garbrielle B.Durrant)⁽⁴⁰⁾ 2010 تأثير خصائص واتجاهات وسلوك من يجرون المقابلة وعلاقته برفض الاستجابة للمسوح، التي انتهت 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 ويقللون 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، ودراسة (محمد شومان، 2000) (41) حول الأساليب الحديثة في قياس الرأي العام، على الأساليب الجديدة في قياس الرأي العام، واعتمدت على النظرية المعيارية كإطار نظري، ومنهج التحليل المقارن كمهج للدراسة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها حدوث تطور ملحوظ في الأساليب الحديثة في قياس الرأي العام، بالإضافة إلى وجود عدد من الإشكاليات التي تواجه استطلاعات الرأي العام منها إشكاليات عدم الاستجابة.

واهتم عدد من الدراسات بالعلاقة بين وسائل الإعلام واستطلاعات الرأي العام، كالتغطية الإعلامية، وآليات نشر نتائج استطلاعات الرأي، والعلاقة بين التعرض لهذه الاستطلاعات وبعض الظواهر كظاهرة توهم المعرفة، فاستهدفت دراسة (هالة الأباصيري ومحمود القصبي، 2009) (42) معرفة كيفية تناول الصحف المصرية لنتائج استطلاعات الرأي العام التي يقوم مركز الرأي العام التابع لمجلس الوزراء بإجرائها، وتوصلت نتائجها إلى أن معظم الصحف المصرية لا تلتزم بنشر الحد الأدنى من المعلومات الأساسية حول كيفية إجراء الاستطلاعات، وأن الصحف القومية أكثر إلزاماً – إلى حد ما – بنشرها، تليها الصحف الخاصة، بينما تأتي الصحف الحزبية في المرتبة الأخيرة من حيث الإلتزام، وركزت دراسة (David Okoth, 2009) (43) حول التغطية الإعلامية لاستطلاعات الرأي العام قبل الانتخابات، والتي أكدت نتائجها على الدور الحيوي لوسائل الإعلام وأهميتها للحكومات ولتحقيق الديمقراطية كما استهدفت دراسة (أيمن منصور ندا، 2002) (44) حول وسائل الإعلام وعلاقتها بظاهرة "توهم المعرفة" في استطلاعات الرأي العام في مصر، رصد ظاهرة توهم المعرفة لدى الجمهور المصري إزاء عدد من القضايا المجتمعية، وتحليل العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ودرجة توهم المعرفة لدى الفرد، واختار الباحث ثلاث قضايا حظيت بتغطية كبيرة من وسائل الإعلام وكانت مثار جدل ونقاش واسعين كجمال للتطبيق وهي: (قضية منح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب، وقضية إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك، وقضية تدريس الثقافة الجنسية في المدارس والجامعات) وأشارت النتائج إلى وجود ظاهرة توهم المعرفة في استطلاعات الرأي العام في مصر بغض النظر عن نوع القضية التي يتم التطبيق عليها.

فيما ركزت دراسات أخرى على العلاقة بين استطلاعات الرأي العام وتبني القضايا أو تأييد الناخبين، حيث استهدفت دراستي (Knappen, 2014) (45)، (Ragozzino & Hartman, 2014) (46) الكشف عن العلاقة بين استطلاعات الرأي العام وتأييد الناخبين، وتأثير استطلاعات الرأي العام على تفضيلات القضايا، حيث اختبرت الدراسة الأولى الفرضية القائلة بأن التعرض exposure لنتائج استطلاعات

الرأي العام التي تُظهر تقدم مرشح على آخر بفارق واسع من شأنها أن تتسبب في زيادة نسب تأييد (توجيه) الناخبين لصالح المرشح الذي كان في المقدمة (A bandwagon effect) تأثير اللحاق بالفائز، في حين استهدفت الدراسة الثانية اختبار تأثير استطلاعات الرأي العام على تفضيلات القضايا (bandwagon effect) تأثير اللحاق بالفائز أي ميل الأفراد إلى تعديل معتقداتهم بما يتوافق مع رأي الأغلبية كما عرضها أو قدمها الاستطلاع، واتفقت نتائجها على أن التغيير في تأييد الناخبين voter support من الاستطلاع الأول إلى الثاني، ومقارنة المجموعتين التجريبية والضابطة، فشل في إثبات وجود دليل/علاقة ذات دلالة إحصائية على وجود تأثير اللحاق بالفائز بين الناخبين الذين حصلوا على بيانات بشأن الاستطلاع، وبين من لم يتلقوا أي بيانات، وانعكاس ذلك على مستوى تأييدهم لأحد المرشحين، وأن استخدام وسائل الإعلام لاستطلاعات الرأي العام يمكن أن يُحوّل / يُغيّر أولويات وتفضيلات الأفراد السياسية، وخاصة عندما تستخدمها / ترجع إليها مجموعة متماسكة سياسياً، وأن قوة اتصال الفرد مع مجموعة معينة يمكن أن يؤدي دوراً حاسماً في تفعيل تأثير اللحاق بالفائز، وأن حجم الأغلبية لا يؤثر على تبني الفرد لموقف معين أو تعديل هذا الموقف، وأن الأفراد لا يميلون إلى تعديل تفضيلاتهم لتتوافق مع زملائهم الحزبيين.

واهتمت دراسات أخرى بالتحليل الثانوي -دراسات المستوى الثاني- لنماذج من استطلاعات الرأي العام، كدراسة أيمن منصور ندا (2018) (47) البلدان العربية والإسلامية في استطلاعات الرأي العام الأمريكية 1935 – 2018، والتي انتهت نتائجها إلى أن الاتجاه العام نحو البلدان العربية والإسلامية هو الاتجاه سلبي أو عدائي . وهذا الاتجاه ليس حديثاً أو مرتبطاً بحدث معين، بل هو اتجاه قديم (له شواهد من الاستطلاعات الأولى في الثلاثينيات والأربعينيات من القرن العشرين) ومستمر في العقود الثمانية منذ منتصف الثلاثينيات من القرن العشرين وحتى اليوم، وهو مستقر بدون أي ارتفاعات أو انخفاضات مفاجئة . وأن النظرة العامة تجاه البلدان العربية والإسلامية أنها ليست دولا حليفة للولايات المتحدة، بل هي في أحسن أحوالها دول صديقة . على سبيل المثال، الاتجاه الغالب نحو السعودية والكويت ومصر والأردن أنها دول صديقة أكثر منهاً دولا حليفة، أما إيران وأفغانستان والعراق وسورية فهي دول غير صديقة بل أعداء للولايات المتحدة. ودراسة مها الوزير (2011) (48) اتجاهات الرأي العام الأمريكي نحو الصراع العربي الإسرائيلي التي اهتمت بتحليل توجهات الرأي العام الأمريكي نحو الصراع العربي-الإسرائيلي خلال الفترة من 1948 إلى 2009، حيث قامت بتحليل 54 استطلاع، بواقع 1012 سؤال، وتوصلت نتائجها إلى وجود علاقة توافق بين طبيعة اتجاهات الرأي العام الأمريكي نحو قضية الصراع العربي الإسرائيلي وطبيعة توجهات السياسة الخارجية الأمريكية نحوها في جميع الأحداث الخاصة بالصراع عدا حدثين هما: حرب يونيو 1967، والاجتياح الإسرائيلي للبنان 2006، وإلى عدم وجود علاقة توافق بين درجة اهتمام الرأي العام الأمريكي بالأخبار الدولية (عن الصراع العربي الإسرائيلي) وطبيعة اتجاهاته نحو أطراف الصراع العربي الإسرائيلي في مراحل مختلفة. ودراسة أيمن منصور ندا (2009)

(49) حول صورة الولايات المتحدة في مصر، والتغيرات التي طرأت على اتجاهات الرأي العام المصري نحو الولايات المتحدة (1999-2008)، بإعادة تحليل بيانات خمسة استطلاعات رأي تم إجراؤها في مصر لقياس اتجاهات الجمهور المصري نحو الولايات المتحدة (1999-2008)، وخلصت نتائجها إلى وجود فروق في اتجاهات المصريين نحو الولايات المتحدة كدولة، ونحو الأمريكيين كأفراد، إذ تميل الاتجاهات نحو الولايات المتحدة إلى السلبية، في حين تميل الاتجاهات نحو الأمريكيين كأفراد إلى الإيجابية، وأشارت الدراسة إلى تأثير الاتجاهات نحو الولايات المتحدة كدولة بالسياسات الخارجية والمواقف التي تتخذها الولايات المتحدة خاصة تلك المتعلقة بمصر والدول العربية والإسلامية، في الوقت الذي لم تتأثر فيه نسبياً الاتجاهات نحو الأمريكيين كأفراد بهذه السياسات والمواقف، كما أشارت الدراسة إلى محدودية دور المتغيرات الديموجرافية في تشكيل الاتجاهات نحو الولايات المتحدة ونحو الأمريكيين. كما استهدفت دراسة أيمن منصور ندا (2008) (50) حول توجهات استطلاعات الرأي العام الأمريكية عن الإسلام والمسلمين، التحليل المقارن لتوجهات استطلاعات الرأي العام الأمريكية نحو الإسلام والمسلمين في فترتين مختلفتين (قبل وبعد أحداث 11 سبتمبر 2001)، وتحديد الأثر الذي أحدثته هذه الأحداث في اتجاهات الرأي العام الأمريكي نحو مجمل صورة الإسلام والمسلمين. وأشارت النتائج إلى أن قياس اتجاهات الرأي العام الأمريكي نحو الإسلام والمسلمين لم يكن من الموضوعات الجاذبة للاهتمام من قبل استطلاعات الرأي العام الأمريكية وظهر ذلك جلياً في عدد الأسئلة بشأن الإسلام في بنوك معلومات روبر، وجالوب وكانت حوالي 795 و 128 سؤال بالترتيب على الرغم من وجود أسئلة تقترب من النصف مليون سؤال في بنك أسئلة روبر، كما أشارت النتائج إلى تقييم الرأي العام للإسلام كمصدر تهديد لأمن الولايات المتحدة، وكمصدر خطر على نظم المجتمعات الغربية قد زاد بعد أحداث 11 سبتمبر وارتفع إلى مستويات غير مسبوقة مقارنة بهذا التقييم قبل هذه الأحداث. ودراسة أيمن منصور ندا (2008) (51) توجهات استطلاعات الرأي العام الأمريكية نحو مصر خلال الفترة من 1952 - 2007، وقد تم تحليل 439 سؤالاً تم طرحها على الرأي العام الأمريكي خلال الفترة من 1952 وحتى 2007، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أنه وبصفة عامة تميل اتجاهات الرأي العام الأمريكي نحو مصر إلى السلبية عبر الزمن، ونقل درجة الاتجاهات المحابية لمصر عبر الزمن.

فيما استهدفت دراستي فاطمة الزهراء محمد السيد (2017) (52) استطلاعات الرأي في الانتخابات الأمريكية، و محمد لطفي الشيمي (2016) (53) إشكاليات قياس الرأي العام في مصر، مراجعة استطلاعات الرأي العام حول الانتخابات الأمريكية، والمصرية على الترتيب، حيث بحثت الدراسة الأولى في الدور الذي لعبته استطلاعات الرأي العام خلال فترة انتخابات الرئاسة الأمريكية، في نوفمبر 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 إجراءها 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 بتنفيذها 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 وتغيبب وعي الجمهور، وإفقاذه 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، 2016، فيما طبقت الدراسة الثانية وفي جانبها التحليلي على 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)، والتي أظهرت نتائجها تضارب نتائج استطلاعات الرأي العام بخصوص الانتخابات الرئاسية 2012.

وانطلاقًا من أهمية بيانات استطلاعات الرأي العام كبيانات، يمكن من خلال إعادة تحليلها، التعرف على الاتجاهات السائدة في فترة زمنية معينة نحو قضية ما، أو دولة معينة⁽⁵⁴⁾ (إضافة إلى تحليل مضمون وسائل الإعلام)، واهتمام الدراسات الرصينة لتحليل المستوى الثاني التي اطلع عليها الباحث واستفاد منها، وامتدادًا لدراسة الدكتوراة الخاصة بالباحث والتي حلل فيها استطلاعات الرأي حول موضوع بعينه -الانتخابات الرئاسية المصرية 2012 فقط- تبرز أهمية البحث المقترح في تحليل الجوانب العددية والموضوعية والمنهجية لاستطلاعات الرأي العام المصرية في فترات التحول السياسي.

تحديد المشكلة البحثية

تحدد مشكلة البحث في تحليل الجوانب العددية، والموضوعية، والمنهجية لاستطلاعات الرأي العام المصرية في أحد مراكز قياس الرأي العام في مصر- المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة"- في الفترة من أبريل 2012 - تاريخ تأسيسه- وحتى نهاية عام 2018 بتطبيق أسلوب التحليل البعدي.

أهداف البحث

1. التعرف على أهم الاتجاهات العددية والموضوعية التي ركزت عليها استطلاعات الرأي العام في الفترة من عام أبريل 2012 وحتى نهاية عام 2018 .
2. رصد التقنيات المنهجية، وأدوات جمع البيانات المستخدمة في استطلاعات الرأي العام.
3. رصد وتحليل الأفكار البحثية التي تبنى عليها استطلاعات الرأي العام.
4. التعرف على الجهات الممولة لاستطلاعات الرأي العام.
5. معرفة نسب الاستجابة.
6. معرفة العلاقة بين عدد الاستطلاعات التي تنفذ وزخم الأحداث.

مصادر البحث

استطلاعات الرأي العام التي نفذها المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" من بداية عمل المركز في أبريل 2012 وحتى نهاية عام 2018⁽⁵⁵⁾.

موضوع البحث

يستهدف البحث رصد وتحليل توجهات استطلاعات الرأي العام، في أحد مراكز قياس الرأي العام المصرية؛ لعرض ومناقشة الاتجاهات العددية والموضوعية، التي تقوم عليها استطلاعات الرأي العام، والقضايا المرتبطة بها، فضلا عن الوقوف على التقنيات المنهجية والأدوات البحثية المستخدمة في تنفيذ هذه الاستطلاعات، ومدى التطور في هذه الأدوات، والعينات التي تعتمد عليها ومدى تمثيلها للمجتمع الأصلي، إضافة إلى تحديد الجهات الممولة لهذه الاستطلاعات، ونسب الاستجابة، وفكرة وعلاقة الاستطلاعات بزخم الأحداث، من خلال الاعتماد على أسلوب التحليل الكيفي من المستوى الثاني Secondary Qualitative Analysis .

أهمية الدراسة

1. تزايد الاهتمام بدراسات الرأي العام، وقياساته، وتطور أدوات وأساليب جمع بياناته في ظل التطور التكنولوجي وثورة الاتصال.
2. يُعد مركز بصيرة من أكثر مراكز الرأي العام التي تحظى استطلاعاته بمعدلات مرتفعة من النشر في وسائل الإعلام المختلفة، وأكثرها شهرة في السنوات الأخيرة.
3. توفر الدراسة قاعدة بيانات عن توجهات استطلاعات الرأي العام المصرية في الفترة من 2012- 2018.
4. يمكن من خلال إعادة تحليل بيانات الاستطلاعات التعرف على الاتجاهات السائدة في فترة زمنية معينة.
5. تأثير التحولات والتغيرات السياسية والمجتمعية التي شهدتها مصر ودلالات تأثيرها على واقع الرأي العام وقياساته.

6. أهمية موضوع البحث، واهتمام الباحث بمجال الرأي العام وقياساته.

نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة التحليلية إلى البحوث الوصفية التشخيصية، والتي تعتمد على التحليل الكيفي الثانوي لنتائج الدراسات (استطلاعات الرأي) التي أجريت في مصر، من خلال رصد الاستطلاعات التي نفذها المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" منذ نشأته وحتى كتابة هذه السطور؛ لعرض وتقديم رؤية متكاملة عن القضايا والموضوعات والظواهر التي ركزت عليها هذه الاستطلاعات، وعددها، وفكرتها البحثية، وتمويلها، وعلاقتها بزخم الأحداث، ومعرفة منهجيات دراستها كأدوات جمع بياناتها، والعينات التي اعتمدت عليها، ونسب الاستجابة ومدى تماشيها مع نسب الاستجابة في المراكز العلمية الرصينة، وكذلك لعرض للنتائج التي خلصت إليها هذه الاستطلاعات.

منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على منهج المسح، والذي 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⁽⁵⁶⁾. ونستخدم في ذلك أسلوب التحليل الكيفي (الثانوي) من المستوى الثاني Secondary Qualitative Analysis Method الذي يتيح للباحثين توسيع قاعدة البيانات الخاضعة للتحليل وهو ما يصعب تحقيقه في حالة البحوث الكمية التي تعتمد على البيانات الأولية، وتقيد عملية تحليل الدراسات من المستوى الثاني في استكشاف أوجه القوة والضعف في الدراسات المُجمعة وتقديم أساس لمراجعتها وتعديلها وكذلك التعرف على الجوانب القيمة والهامة في هذه الدراسات، كما يمثل المستوى الثاني من تحليل الدراسات مرحلة التقويم التي تضطلع بمهام رصد الإيجابيات فتدعمها، فضلا عن توجيه أوجه القصور لتحقيق إضافة علمية إلى التراث العلمي⁽⁵⁷⁾.

مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع دراسة التحليل الثانوي في كافة استطلاعات الرأي العام المصرية التي نفذها المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة"، في الفترة (2012-2018) والمتاحة بالموقع الإلكتروني وبنك معلومات المركز، وقد تم اختيار الفترة الزمنية وتحديدتها (2012-2018) ببداية عمل المركز في 10 أبريل 2012 وحتى نهاية عام 2018 وقت إجراء البحث، وعن طريق أسلوب الحصر الشامل تبين أن مجتمع الدراسة وإطارها العام مكون من (122 استطلاع رأي) تنوعت ما بين استطلاعات سياسية واقتصادية واجتماعية، ويحاول الباحث معرفة الاختلافات بين هذه الاستطلاعات من حيث العدد، ونوعية الموضوعات والقضايا التي تناولتها، وأدوات جمع البيانات، والعينات، ونسب الاستجابة وعلاقة ذلك كله بأفكار الاستطلاعات

وزخم الأحداث الجارية. والجدول التالي يوضح توزيع مجتمع الدراسة وفقاً لتصنيف البحوث.

جدول رقم (1)

توزيع مجتمع الدراسة زمنياً وفقاً لعدد الاستطلاعات كل عام

السنة	عدد الاستطلاعات	%
2012	15	12.3%
2013	27	22.1%
2014	28	23%
2015	22	18%
2016	12	9.8%
2017	13	10.7%
2018	5	4.1%
المجموع	122	100%

جدول رقم (2)

موضوعات استطلاعات الرأي العام ببصيرة :-

موضوع الاستطلاع	التكرار	النسبة المئوية
سياسي	85	69.7%
اقتصادي	3	2.5%
اجتماعي	27	22.1%
أخرى	7	5.7%
المجموع	122	100%

تساؤلات الدراسة

1. ما الاتجاهات العددية والموضوعية لاستطلاعات الرأي العام؟
2. ما المناهج والجوانب المنهجية- العينات، وأدوات جمع البيانات- المستخدمة في هذه الاستطلاعات؟
3. من هي الجهة الممولة لاستطلاعات الرأي العام؟
4. ما طبيعة الأفكار البحثية التي تقوم عليها استطلاعات الرأي العام موضع التحليل؟
5. ما نسب الاستجابة في استطلاعات الرأي؟
6. هل توجد علاقة بين عدد الاستطلاعات وزخم الأحداث؟

الأدوات البحثية

أعتمدت الدراسة على أداة تحليل المستوى الثاني (الثانوي)، وذلك من خلال إعادة تحليل استطلاعات الرأي العام المنفذة في المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة"، بهدف رصد توجهاتها الموضوعية، والعددية، والمنهجية من ناحية، وتجميع وربط النتائج المتصلة بموضوعات مشتركة من ناحية أخرى، وتمثلت أداة جمع البيانات في استمارة

تحليل تضمنت موضوعات الاستطلاعات، وتصنيفها، وتاريخ نشرها، والقضية أو القضايا التي تناقشها، والعينات التي طبقت عليها، إضافة إلى أدوات جمع البيانات التي اعتمدت عليها، وحجم العينة، وجهة التمويل ونسب الاستجابة، استخلاصات ونتائج هذه الاستطلاعات.

نتائج الدراسة

أولاً:- المحاور الموضوعية لاستطلاعات الرأي العام بمركز بصيرة

جدول رقم (3)

المحاور الموضوعية لاستطلاعات الرأي العام

المحاور الموضوعية	ك	%
قياس الرضا عن الرؤساء والحكومات	47	38.5%
الانتخابات والإستفتاءات	18	14.7%
العلاقات الخارجية	6	4.9%
الاتجاهات نحو التشريعات	3	2.4%
الشان الداخلي	8	6.6%
القيم السائدة في المجتمع	8	6.6%
التعامل مع الأزمات والقضايا الخلافية	5	4.1%
استطلاعات الحصاد	8	6.6%
مستوى المعرفة نحو موضوعات	8	6.6%
برامج وأفلام	4	3.3%
دول الجوار	5	4.1%
استطلاعات رأي عام دولية	2	1.6%
الإجمالي / المجموع	122	100

(1) استطلاعات قياس الرضا عن الرؤساء والحكومات:

هي استطلاعات لقياس الرضا عن أداء الرؤساء والحكومات، كقياس الرضا عن أداء الرئيس على سبيل المثال ويعتمد هذا القياس على توجيه سؤال إلى عينة من المواطنين حول ما إذا كانوا موافقين أو غير موافقين على أداء الرئيس، وتأتي النتائج في شكل نسبة مئوية تعكس الشرائح الإجابات المختلفة (موافق جداً، موافق، غير موافق، غير موافق على الإطلاق، لا أعرف).

وقد تميزت بصيرة بعمل بتقييم دوري لأداء رئيس الجمهورية منذ عام 2012، بدء من تقييم أداء الرئيس محمد مرسى (12 استطلاع) والرئيس المؤقت عدلى منصور (استطلاعان)، والرئيس عبد الفتاح السيسي (10 استطلاعات)، وبالمثل قياس الرضا عن رئيس الوزراء (11 استطلاع) وأداء الحكومة (5 استطلاعات)، وأداء المحافظين (2) والبرلمان (2) والأداء العام (3 استطلاعات).

1/1 أداء الرئيس

• الرئيس الأسبق محمد مرسي

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" 12 استطلاع دوري حول تقييم أداء الرئيس محمد مرسي، وسُئل المبحوثون عن موافقتهم أو عدم موافقتهم على أداء الرئيس، أُجري الاستطلاع الأول (2 سبتمبر 2012) بعد مرور 60 يوم من توليه الرئاسة، وأشارت النتائج إلى أن 33% من المبحوثين موافقين جدا على أداء الرئيس، و44% موافقين، و9% غير موافقين، و4% غير موافقين جدا، و10% غير متأكد. فيما أشارت نتائج الاستطلاع الثاني (25 سبتمبر 2012) بعد 80 يوم من تولي الرئاسة إلى أن 39% من المبحوثين موافقين جدا على أداء الرئيس، و40% موافقين، و9% غير موافقين، و4% غير موافقين جدا، و8% غير متأكد. وانتهت نتائج الاستطلاع الثالث (10 أكتوبر 2012) بعد 100 يوم إلى أن 29% من المبحوثين موافقين جدا على أداء الرئيس، و49% موافقين، و12% غير موافقين، و3% غير موافقين جدا، و7% غير متأكد. وأشارت نتائج الاستطلاع الرابع (2 ديسمبر 2012) بعد مرور خمسة شهور على تولي الرئيس محمد مرسي مسئولية الرئاسة أن 57% من المصريين يوافقون على أداء الرئيس بواقع 17% من المبحوثين موافقين جدا على أداء الرئيس، و40% كما تزايدت نسبة غير الموافقين على أداء الرئيس إلى 33%، و25% غير موافقين، و9% غير موافقين جدا، مع وجود 10% من المصريين غير متأكدين من الحكم على أداء الرئيس.

وتم تقييم أداء الرئيس بعد 6 شهور- الاستطلاع الخامس- (27 ديسمبر 2012)، وانتهت النتائج إلى إتجاه نسبة الموافقة على أداء الرئيس إلى الارتفاع من 57% في نهاية الشهر الخامس إلى 63% في نهاية الشهر السادس بواقع 40% يوافقون على أداء الرئيس و23% يوافقون بشدة على أدائه الرئيس. وبالنسبة لغير الموافقين والبالغ نسبتهم 28% فينقسموا إلى فريقين: 19% ذكروا أنهم لا يوافقون على أداء الرئيس و9% ذكروا أنهم لا يوافقون على أدائه على الإطلاق، وبالإضافة إلى ذلك فإن 9% من المواطنين ذكروا أنهم غير متأكدين من أداء الرئيس.

أما الاستطلاع السادس (10 فبراير 2013) في نهاية الشهر السابع لحكم الرئيس محمد مرسي. أشارت نتائجه إلى انخفاض نسبة الموافقة على أداء الرئيس بحوالي 10 نقاط مئوية حيث بلغت النسبة 53% في هذا الاستطلاع مقارنة بحوالي 63% في الاستطلاع السابق. وقد انخفضت نسبة من يوافقون على أداء الرئيس من 40% إلى 34% ونسبة من يوافقون بشدة من 23% إلى 19%. وأن نسبة من لا يوافقون على أداء الرئيس بلغت 39% بينما أجاب 8% بأنهم لا يمكنهم الحكم على أداء الرئيس.

وأظهرت نتائج الاستطلاع الدوري السابع (26 فبراير 2013) بعد مرور ثمانية أشهر على توليه الرئاسة، أظهرت النتائج استمرار الانخفاض في نسبة من يوافقون على أداء الرئيس حيث بلغت النسبة 49% مقارنة بحوالي 53% في الاستطلاع السابق. كما ارتفعت نسبة غير الموافقين على أداء الرئيس إلى 43% مقارنة بحوالي 39% في

الاستطلاع السابق. وقد أظهرت نتائج الاستطلاع الدوري الثامن (7 أبريل 2013) بعد مرور تسعة أشهر على تولي الرئيس الأسبق محمد مرسي الرئاسة، استمرار الانخفاض في نسبة من يوافقون على أداء الرئيس حيث بلغت النسبة 47% مقارنةً بحوالي 49% في نهاية الشهر الثامن، كما ارتفعت نسبة غير الموافقين على أداء الرئيس إلى 45% مقارنةً بحوالي 43% في نهاية الشهر الثامن. وقد ذكر 8% أنهم لا يستطيعون الحكم على أدائه.

أما الاستطلاع الدوري التاسع (14 مايو 2013) بعد مرور عشرة أشهر على توليه الرئاسة، فقد أظهرت نتائجه وصول نسبة من يوافقون على أداء إلى 46% بفارق طفيف عن النسبة التي تم رصدها الشهر الماضي والتي بلغت 47%، وبلغت نسبة غير الموافقين على أداء الرئيس 47%. وقد أظهرت نتائج الاستطلاع الدوري العاشر (15 يونيو 2013) بعد مرور 11 شهر على حكم محمد مرسي الرئاسة انخفاض نسبة من يوافقون على أداء الرئيس إلى 42% وبلغت نسبة غير الموافقين على أداء الرئيس 52%. أما الاستطلاع الدوري الحادي عشر (25 يونيو 2013) بعد مرور سنة على توليه الرئاسة، فقد أظهرت نتائجه انخفاض نسبة من يوافقون على أداء الرئيس إلى 32%، مقابل 61% غير موافقين على أدائه، وذكر 7% أنهم غير متأكدين من تقييم الرئيس.

وفي الاستطلاع الثاني عشر، بمناسبة مرور سنة لمعرفة آراء المصريين بعد عام من حكم الرئيس مرسي والإخوان، وقد غطى الاستطلاع مجموعة من الموضوعات المتعلقة بقرارات الرئيس وتأثيرها على حياة المواطنين. وقد تم سؤال المبحوثين عن أفضل قرار وأسوأ قرار اتخذهما الرئيس خلال السنة الأولى من حكمه، وقد أظهرت النتائج أن 73% من المصريين يرون أن الرئيس لم يتخذ أي قرار جيد بينما 6% يرون أن أفضل قرارات الرئيس كان إحالة المشير طنطاوي والفريق عنان للتقاعد، و3% يرون أن أفضل قراراته زيادة المعاشات والأجور، وقد حصل قرار قطع العلاقات مع سوريا على 2% وحصل قرار إقالة النائب العام على 2%، وحصل إصلاح العلاقات مع دول أخرى على 1% وتوفير الأنابيب على 1%، بالإضافة إلى بعض القرارات الأخرى التي لم يحصل أي منها على أكثر من 1%.

وبالنسبة لأسوأ قرار يرى 15% من المصريين أن الرئيس لم يتخذ أي قرار سيء في حين أن 6% يرون أن كل قراراته خطأ، و17% يرون أن أسوأ قراراته هو ما يتعلق بملف مياه النيل، بينما حصل الإعلان الدستوري على 8%، وحصل كل من قرار قطع العلاقات مع سوريا وتغيير المحافظين على 5% وكل من إقرار الدستور والقرارات الخاصة بأزمة البنزين والكهرباء حصل على 3%، بينما يرى 2% أن أسوأ قراراته هو رجوعه المتكرر في قرارات سبق أن اتخذها، ويرى 2% أن أسوأ قرار هو تغيير النائب العام

• الرئيس السابق عدلي منصور

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" استطلاعا للرأي العام، حول معرفة المصريين باسم رئيس مصر المؤقت، وتقييمهم لأدائه، أظهرت نتائج الاستطلاع الأول (23 يوليو 2013) أن 51% من المصريين يعرفون اسم رئيس الجمهورية المؤقت وذكروه بصورة صحيحة و5% لا يعرفون الاسم لكنهم يعرفون أنه يشغل منصب رئيس المحكمة الدستورية بينما 44% أجابوا بأنهم لا يعرفون اسم رئيس الجمهورية أو ذكروا اسم خاطئ، فيما أظهرت نتائج الاستطلاع الثاني (10 يونيو 2014) أن 71% من المصريين يعرفون اسم رئيس الجمهورية المؤقت وذكروه بصورة صحيحة أي أن نسبة من يعرفون الرئيس المؤقت زادت بحوالي 15 نقطة مئوية خلال فترة حكمه. وتوضح نتائج الاستطلاع أن 67% من المصريين يرون أداء الرئيس السابق عدلي منصور في نهاية فترة حكمه جيد و16% يرونه متوسط و6% يرونه سيئ بينما 11% أجابوا بأنهم لا يستطيعون الحكم. جدير بالذكر أنه في نهاية فترة حكم الرئيس الأسبق محمد مرسي كانت نسبة من يرون أداءه جيد 32% من المصريين.

• الرئيس عبدالفتاح السيسي

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" 10 استطلاعات لرأي المصريين حول تقييمهم لأداء الرئيس عبد الفتاح السيسي، الاستطلاع الأول (31 أغسطس 2014) بعد مرور ٨٠ يوم على توليه حكم البلاد، وتم سؤال المبحوثين يا ترى أنت موافق ولا مش موافق على أداء الرئيس عبدالفتاح السيسي في شغله كرئيس؟ وقد أظهرت نتائج الاستطلاع أن 82% من المصريين يوافقون على أداء الرئيس عبد الفتاح السيسي بينما 8% أجابوا بأنهم غير موافقين على أدائه و 10% أجابوا بأنهم لا يستطيعون التحديد. وتزامناً مع مرور 100 يوم على تولي الرئيس عبد الفتاح السيسي رئاسة البلاد، أجرى الاستطلاع الثاني (22 سبتمبر 2014) الذي أظهرت نتائجه ثباتاً في تقييم المصريين لأداء الرئيس. وأظهرت النتائج أن 82% من المصريين يوافقون على أدائه (58% موافقون جداً و24% موافقون)، بينما 5% أجابوا بأنهم غير موافقين على أدائه (3% غير موافقين على الإطلاق و2% غير موافقين)، وذكر 13% من العينة بأنهم لا يستطيعون التحديد. أما الاستطلاع الدوري الثالث (16 نوفمبر 2014) أظهرت نتائجه أن نسبة الموافقين على أداء الرئيس ارتفعت إلى 88% في نهاية الشهر الخامس لتولي الرئيس السيسي مهام الرئاسة، بينما بلغت نسبة غير الموافقين 5% في نهاية الشهر الخامس، بينما انخفضت نسبة الذين لم يستطيعوا التحديد إلى 7%.

أما الاستطلاع الدوري الرابع (13 ديسمبر 2014) لرأي المصريين حول تقييمهم لأداء الرئيس السيسي بعد 6 شهور من توليه الرئاسة، أوضحت نتائجه أن نسبة الموافقين على أداء الرئيس بلغت 86% في نهاية الشهر السادس لتولي الرئيس السيسي مهام الرئاسة، بينما بلغت نسبة غير الموافقين 6% وبلغت نسبة الذين لم يستطيعوا التحديد 8%، وفي الاستطلاع الخامس (6 مايو 2015) أشارت النتائج إلى أن نسبة الموافقين على أداء الرئيس وصلت في نهاية الشهر العاشر إلى أعلى قيمة لها منذ توليه الرئاسة

بلغت 89%. وبلغت نسبة غير الموافقين على أداء الرئيس في نهاية الشهر العاشر 4% وبلغت نسبة الذين لم يستطيعوا التحديد إلى 7%.

فيما انتهت نتائج الاستطلاع الدوري السادس (6 يونية 2015) لأداء الرئيس في ختام السنة الأولى لرئاسته، وتوضح نتائج الاستطلاع أن الرئيس مازال محافظاً على نسبة مرتفعة من الموافقة على أدائه حيث ذكر 9 من كل 10 مصريين أنهم موافقين على أدائه، مقابل 7% غير موافقين، و 3% غير متأكدين. وانتهت نتائج الاستطلاع الدوري السابع (5 ديسمبر 2015) أن نسبة الموافقين على أداء الرئيس بلغت 85% في نهاية الشهر السابع عشر لتولي الرئيس السيسي مهام الرئاسة، بينما بلغت نسبة غير الموافقين 9% وبلغت نسبة الذين لم يستطيعوا التحديد 6%، مما يعكس انخفاضاً في نسبة الموافقين على أداء الرئيس والتي بلغت في نهاية السنة الأولى لحكمه حوالي 90%. أما الاستطلاع الدوري الثامن (9 مايو 2016) لرأي المصريين لأداء الرئيس بعد 22 شهر في الحكم، فقد أظهر أن نسبة الموافقين على أداء الرئيس بلغت 79% في نهاية الشهر الـ 22 لتولي الرئيس السيسي مهام الرئاسة بينما بلغت نسبة غير الموافقين 13% وبلغت نسبة الذين لم يستطيعوا التحديد 8%، مما يعكس انخفاضاً في نسبة الموافقين على أداء الرئيس والتي تخطت في نهاية السنة الأولى لحكمه 90%.

وقررت نتائج الاستطلاع الدوري التاسع (4 يوليو 2016) لرأي المصريين أن نسبة الموافقين على أداء الرئيس بلغت 91% في نهاية عامه الثاني، مقابل 7% غير موافقين، و 2% لم يستطيعوا التحديد. وفي الاستطلاع الدوري العاشر (22 أكتوبر 2016) حول أداء الرئيس السيسي بعد مرور 28 شهر على توليه الرئاسة، أوضحت النتائج أن نسبة الموافقين على أداء الرئيس انخفضت إلى 68%، وقد بلغت نسبة غير الموافقين 24%، كما لم يستطع 8% الحكم على أداء الرئيس.

2/1 أداء رئيس الوزراء

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" 11 استطلاعاً للرأي العام حول رئيس الوزراء، بواقع 4 استطلاعات (حازم الببلاوي)، 3 استطلاعات (إبراهيم محلب)، 4 استطلاعات (شريف اسماعيل).

• حازم الببلاوي

حيث أجري الاستطلاع الأول (23 يوليو 2013) حول معرفة المصريين باسم رئيس الوزراء، ورأيهم في اختيار الدكتور **حازم الببلاوي** لرئاسة مجلس الوزراء. وقد تم سؤال المستجيبين عن معرفتهم باسم رئيس الوزراء، وأظهرت النتائج أن حوالي ثلثي المصريين لا يعرفون اسم رئيس الوزراء، وبسؤال المستجيبين عن رأيهم في اختيار حازم الببلاوي ليشغل منصب رئيس الوزراء أجاب حوالي 60% بأنهم لا يستطيعون الحكم على هذا الاختيار بينما 25% أجابوا بأنه اختيار جيد و 10% أجابوا بأنه اختيار متوسط، و 6% أجابوا بأنه اختيار سيء. والاستطلاع الثاني (20 نوفمبر 2013) عن

أداء الدكتور حازم الببلاوي نفسه كرئيس للوزراء أجاب 22% من المصريين بأن أداءه جيد و30% يرونه متوسط و18% يرونه سيئ بينما 30% أجابوا بأنهم لا يعرفون. وفي استطلاع ثالث (16 ديسمبر 2013) عن أداء الدكتور حازم الببلاوي نفسه كرئيس للوزراء أجاب 18% من المصريين بأن أداءه جيد و25% يرونه متوسط و19% يرونه سيئ بينما 38% أجابوا بأنهم لا يعرفون. وأجري استطلاع رابع (11 فبراير 2014) حول أداء الدكتور حازم الببلاوي نفسه كرئيس للوزراء أجاب 22% من المصريين بأن أداءه جيد و35% يرونه متوسط و22% يرونه سيئ بينما 21% أجابوا بأنهم لا يعرفون.

• إبراهيم محلب

انتهت نتائج الاستطلاع الأول (10 يونيو 2014) حول أداء رئيس الوزراء إبراهيم محلب، إلى أن 64% من المصريين يرون أن أداءه جيد، و13% يرونه متوسط، و5% يرونه سيئ، بينما 18% أجابوا بأنهم لا يستطيعون الحكم. وبسؤال المستجيبين عما إذا كانوا يفضلون استمرار المهندس إبراهيم محلب في رئاسة الوزارة بعد تولي السيد عبد الفتاح السيسي رئاسة الجمهورية أجاب 59% بأنهم يفضلون استمراره بينما 18% يفضلون تغييره و8% أجابوا بأنه لا يوجد فرق لديهم و15% أجابوا بأنهم لا يعرفون. فيما انتهت نتائج الاستطلاع الثاني (16 يوليو 2014) حول أداء رئيس الوزراء إبراهيم محلب إلى أن 61% من المصريين أن أداءه جيد و12% يرونه متوسط و4% يرونه سيئ بينما 22% أجابوا بأنهم لا يستطيعون الحكم و1% رفضوا الإجابة.

وأوضحت نتائج استطلاع آخر (13 سبتمبر 2015) أجري قبل مغادرة محلب للوزارة بيومين أن 53% من المصريين يرون أن أداء رئيس الوزراء جيد، وهي نفس النسبة التي حققها محلب بعد أول شهر لتولي الوزارة في مارس 2014، وخلال هذه الفترة والتي تجاوزت 18 شهر شهد تقييم المصريين لأداء إبراهيم محلب تذبذباً وكانت أقل نسبة حصل عليها هي 50% وذلك بعد 6 أشهر من توليه الوزارة وأعلى نسبة كانت 70% في يونيو الماضي. ولم تتجاوز نسبة من يرون أن أداء محلب سيئ في الاستطلاع الأخير 3% بينما 17% يرون أن أداءه متوسط و26% أجابوا بأنهم لا يعرفون.

• شريف إسماعيل

وفي أول استطلاع (5 ديسمبر 2015) لرصد رأي المصريين في أداء رئيس الوزراء المهندس شريف إسماعيل بعد مرور شهرين على توليه منصبه، أجاب 13% من المصريين أن أداءه جيد و18% أجابوا بأنه متوسط و7% أجابوا بأنه سيئ و62% أجابوا بأنهم لم يستطيعوا التحديد. تلاه استطلاع (21 مارس 2016) تقييم المصريين لأداء رئيس الوزراء شريف إسماعيل بعد مرور 6 أشهر على توليه رئاسة مجلس الوزراء، وقد أظهر الاستطلاع أن 17% من المصريين يرون أن أداء رئيس الوزراء جيد و23% يرون أن أداءه متوسط و12% يرونه سيئ بينما ما يقرب من نصف المصريين لا يستطيعون تقييم أدائه. واستطلاع آخر (13 فبراير 2017) بعد مرور 17 شهر على تولي شريف إسماعيل رئاسة مجلس الوزراء. وقد أظهر الاستطلاع أن

22% من المصريين يرون أن أداء رئيس الوزراء جيد و25% يرون أن أداءه متوسط و18% يرونه سئ بينما ما يقرب من ثلث المصريين لا يستطيعون تقييم أدائه. جدير بالذكر أنه في الاستطلاع الذي أجراه مركز بصيرة في سبتمبر الماضي بمناسبة مرور سنة على تولي المهندس شريف إسماعيل رئاسة مجلس الوزراء ، حوالي 24% من المصريين كانوا يرون أن أداءه جيد و24% كانوا يرونه متوسط و15% كانوا يرونه سئ و37% أجابوا بأنهم لم يستطيعوا التحديد.

وبعد سنتين على تولي المهندس شريف إسماعيل منصب رئيس الوزراء 31% من المصريين يرون أداءه جيد و36% لا يستطيعون تقييمه. أظهر الاستطلاع (12 سبتمبر 2017) أن 31% من المصريين يرون أن أداء رئيس الوزراء جيد و24% يرون أن أداءه متوسط و10% يرون أداءه سئ بينما 36% من المصريين لا يستطيعون تقييم أدائه. وتعكس هذه النتائج تحسن في تقييم المصريين لأداء رئيس الوزراء مقارنة بالنتائج التي تم رصدها بعد سنة من توليه رئاسة مجلس الوزراء حيث كان حوالي 24% من المصريين يرون أن أداءه جيد و24% كانوا يرونه متوسط و15% كانوا يرونه سئ و37% أجابوا بأنهم لم يستطيعوا التحديد.

3/1 أداء الحكومة

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" 5 استطلاعات للرأي العام حول أداء الحكومة بواقع 4 استطلاعات في فترة حكومة حازم الببلاوي، واستطلاع واحد حول حكومة محلب، وقد أظهرت نتائج الاستطلاع الأول (22 أكتوبر 2013) عن تقييم أداء حكومة الدكتور حازم الببلاوي والتي تم تشكيلها في أعقاب ثورة 30 يونيو أن 37% من المصريين يرون أن أداء حكومة الدكتور حازم الببلاوي جيد و49% يرونه متوسط بينما 15% فقط يرونه سئ. فيما انتهت نتائج الاستطلاع الثاني (20 نوفمبر 2013) أن 24% من المصريين يرون أن أداء حكومة الببلاوي جيد مقابل 33% يرونه متوسط و22% فقط يرونه سئ و21% أجابوا بأنهم لا يعرفون. أما الاستطلاع الثالث (16 ديسمبر 2013) حول تقييم المصريين لأداء حكومة الببلاوي، فقد أظهرت نتائج الاستطلاع أن 20% من المصريين يرون أن أداء حكومة الببلاوي جيد مقابل 27% يرونه متوسط و19% فقط يرونه سئ و34% أجابوا بأنهم لا يعرفون. وانتهت نتائج الاستطلاع الرابع (11 فبراير 2014) أن 27% من المصريين يرون أن أداء الحكومة الحالية جيد مقابل 38% يرونه متوسط و20% يرونه سئ و16% أجابوا بأنهم لا يعرفون. فيما انتهت نتائج استطلاع (16 يوليو 2014) الخاص بحكومة محلب عقب التغيير الوزاري إلى الذي تم عقب تولي الرئيس عبد الفتاح السيسي رئاسة الجمهورية، وتقييم أداء رئيس الوزراء إبراهيم محلب. وقد تم سؤال المستجيبين عن رأيهم في التغيير الوزاري وأجاب 12% بأنهم كانوا يفضلون أن يتم تغيير الوزارة كلها بما فيها رئيس الوزراء، و43% يفضلون تغيير بعض الوزراء والإبقاء على رئيس الوزراء وباقي الوزراء بينما 16% كانوا يفضلون بقاء الحكومة كما هي دون تغيير، و29% أجابوا بأنهم لا يستطيعون التحديد.

4/1 الرضا عن الأداء العام

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام بصيرة 3 استطلاعات لقياس الرضا عن الأداء العام، وكان الاستطلاع الأول (4 يونيو 2017) لرأي المصريين في ختام السنة الثالثة لحكم الرئيس عبد الفتاح السيسي، حيث تم سؤالهم عن مدى التحسن أو التراجع الذي شهدته عدد من الملفات أو الخدمات خلال السنة الثالثة لحكم الرئيس السيسي. وأشارت نتائجه إلى أن المؤشر العام للتحسن خلال السنة الثالثة لحكم الرئيس السيسي قد بلغ 16 درجة مئوية، وهو ما يعكس تحسن ضعيف. وبالنظر إلى الملفات التي تم السؤال عنها والتي بلغت 29 بند نجد أن توفر الكهرباء هو أكثر الخدمات التي شهدت تحسناً حيث بلغ مؤشر التحسن العام لها 64 درجة مئوية، يليها توفر كل أنواع الوقود بحوالي 53 ثم الأمن بحوالي 52 درجة. وفي المقابل حققت الملفات المتعلقة بالنواحي الاقتصادية مؤشر سلبي وهو ما يعكس أن معظم المصريين يرون أن وضع الملف قد ساء خلال السنة الماضية، وتشمل هذه الملفات الأوضاع الاقتصادية في البلد بدرجة بلغت -1 يليه توفير فرص العمل بدرجة بلغت -17، ثم مستوى المعيشة لمحدودي الدخل بدرجة بلغت -46، ويأتي ملف الأسعار كأكثر الملفات التي شهدت تدهوراً في السنة الثالثة لحكم الرئيس السيسي بدرجة بلغت -66 درجة مئوية. جدير بالذكر أن كل من ملفي التعليم وتلوث البيئة قد شهدا تدهوراً من وجهة نظر المصريين حيث بلغت قيمة مؤشر التعليم -10 وبلغت قيمة مؤشر البيئة -2.

واستطلاعاً آخر (30 أكتوبر 2017) حول مدى رضا المصريين عن الأداء العام في الدولة، انتهت نتائجه إلى أن متوسط الرضا عن الأداء العام بلغ 55 نقطة مئوية، وجاء ملف العلاقات الخارجية هو الأعلى من حيث متوسط الرضا والأسعار الملف الأسوأ. وعلى مستوى الملفات التي شملها مؤشر الرضا عن الأداء العام، حصل 5 ملفات على أكثر من 70 نقطة من 100 وهي ملفات العلاقات الخارجية مع الدول الأخرى (79 نقطة) والأمن (75 نقطة) والتموين (73 نقطة) وخدمات المحمول (72 نقطة) وتوفر السلع الغذائية (71 نقطة). وحصل 4 ملفات على متوسط رضا يتراوح بين 30 وأقل من 40 نقطة هي التلوث (36 نقطة) ومكافحة الفساد (33 نقطة) وتوفير فرص العمل (32 نقطة) وتحسن مستوى معيشة محدودي الدخل (30 نقطة)، بينما حصل ملف الأسعار على 27 نقطة من 100 في إشارة إلى انخفاض واضح في الرضا عن الأداء العام في هذا الملف.

واستطلاع ثالث قبل إجراء الانتخابات الرئاسية حول تقييم الأداء العام (14 أبريل 2018)، انتهت نتائجه إلى أن متوسط الرضا عن الأداء العام 65 نقطة مئوية في مارس 2018، وجاء ملفي الوقود والعلاقات الخارجية هما الأعلى من حيث متوسط الرضا، وتحسن مستوى معيشة محدودي الدخل الملف الأسوأ، وعلى مستوى الملفات التي شملها مؤشر الرضا عن الأداء العام، حصل 4 ملفات على 80 نقطة أو أكثر من إجمالي 100 نقطة وهي ملفات توفير كل أنواع الوقود غير الكهرباء (82 نقطة)، العلاقات الخارجية مع الدول الأخرى (82 نقطة) والأمن (81 نقطة) والكهرباء (81 نقطة)، وحصل 3

ملفات على متوسط رضا أقل من 50 نقطة هي الأسعار (42 نقطة) وتوفير فرص العمل (40 نقطة) وتحسن مستوى معيشة محدودى الدخل (40 نقطة).

5 /1 أداء مجلس النواب

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام بصيرة استطلاعاً لرأي المصريين وتقييمهم لأداء مجلس النواب الاستطلاع الأول (28 مايو 2016)، وأوضحت نتائجه أن الشارع المصري منقسم حول تقييم أداء مجلس النواب في نهاية الشهر الرابع لانعقاده بصورة شبه متساوية حيث بلغت نسبة الموافقين على أدائه 35% بينما بلغت نسبة غير الموافقين 31% وبلغت نسبة الذين لم يستطيعوا التحديد 33%. وانتهت نتائج الاستطلاع الثاني (30 أبريل 2017) إلى عدم وجود تغير كبير في تقييم المصريين لأداء مجلس النواب خلال هذه الفترة، ففي أبريل 2017 نجد أن المصريين منقسمين إلى ثلاث مجموعات: المجموعة الأولى توافق على أداء المجلس وبلغت نسبتها 30%، والمجموعة الثانية غير موافقة على أداء المجلس وبلغت نسبتها 37% والمجموعة الثالثة ذكرت أنها لا تستطيع الحكم على أداء المجلس وبلغت نسبتها 33%.

6/1 أداء المحافظين

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" استطلاعاً لرأي المصريين على مدار شهور مارس وأبريل ومايو، ونشرت نتائجه في 16 يوليو 2017، لمعرفة رأي المصريين في أداء المحافظين ومدى رضاهم عن هذا الأداء، وتشير النتائج إلى أن نسبة الرضا عن أداء المحافظين في الأثنين وعشرين محافظة الذين أجرى فيهم الاستطلاع تراوحت بين 38% في محافظات الجيزة وبورسعيد والسويس، و74% في محافظة الإسماعيلية، وبذلك يكون محافظ الإسماعيلية هو أعلى محافظ من حيث نسبة رضا مواطني محافظته عن أدائه وتشير النتائج إلى أن هناك محافظات تنخفض نسبة الرضا عن أداء المحافظين فيهم عن 40% هم محافظات الجيزة وبورسعيد والسويس والقليوبية. وأجرى الاستطلاع الثاني لرأي المصريين على مدار شهور سبتمبر وأكتوبر ونوفمبر وديسمبر 2017، ونشرت نتائجه في 17 يناير 2018، لمعرفة رأي المصريين في أداء المحافظين ومدى رضاهم عن هذا الأداء، وقد أجرى الاستطلاع على عينة ممثلة من سكان كل محافظة من محافظات مصر ماعدا محافظات الحدود. وتشير النتائج إلى أن نسبة الرضا عن أداء المحافظين في الأثنين وعشرين محافظة الذين أجرى فيهم الاستطلاع تراوحت بين 40% في محافظات الجيزة والقليوبية، و74% في محافظة دمياط، وبذلك يكون محافظ دمياط هو أعلى محافظ من حيث نسبة رضا مواطني محافظته عن أدائه وتشير النتائج إلى أن نسبة الرضا تراوحت بين 40% و 49% في 6 محافظات هم الجيزة والقليوبية بحوالي 40% لكل منهما، والقاهرة والسويس بحوالي 42% لكل منهما والإسكندرية (47%) والدقهلية (48%). وتراوحت نسبة الأداء بين 50% و 59% في 8 محافظات هم الشرقية (50%)، بورسعيد والأقصر والمنيا بحوالي 51% لكل منهم، قنا (54%) و الغربية (56%) الإسماعيلية والمنوفية

بحوالي 58% لكل منهما. وبلغت نسبة الرضا عن المحافظين 60% أو أكثر في 8 محافظات هم البحيرة وأسيوط وبني سويف بحوالي 61% لكل منهم، أسوان (62%) وسوهاج (63%) وكفر الشيخ (65%) والفيوم (70%) ودمياط (74%).

(2) استطلاعات عن الانتخابات والاستفتاءات:

هي استطلاعات لقياس اتجاهات المواطنين في دولة معينة نحو المشاركة في الانتخابات والاستفتاءات، وتجاه مرشحي الانتخابات. وتضمنت استطلاعات بصيرة قياساً لمدى إهتمام المصريين، ونيتهم المشاركة في الانتخابات، أو الاستفتاءات، وكذلك اتجاهات التصويت، والمرشح المحتمل بالنسبة لهم، على سبيل المثال أجرت بصيرة (6) استطلاعات) عن الانتخابات الرئاسية 2012، و (2) الاستفتاء على الدستور 2014، و (7) استطلاعات) حول الانتخابات الرئاسية 2014، و (3) استطلاعات) عن الانتخابات البرلمانية 2015. جدير بالذكر أنه قد تميز المركز بعمل استطلاعات ما قبل الانتخابات Pre-Election Poll، واستطلاعات ما بعد التصويت Exit Polls.

1/2 الانتخابات الرئاسية 2012

نشرت جريدة المصري اليوم ستة استطلاعات للرأي أجرتها "بصيرة"، فيما يخص الانتخابات الرئاسية لعام 2012، والتي أجريت في الفترة من 10 أبريل وحتى 19 مايو 2012⁽⁵⁸⁾. وكانت تسأل المبحوثين عن نيتهم في المشاركة في الانتخابات الرئاسية، ومن هو الرئيس المنتظر؟

أشارت نتائج الاستطلاع الأول (14 أبريل 2012) أن جزء كبير من الناخبين أفراد العينة لم يحسموا أمرهم بعد فيما يتعلق باختيار الرئيس القادم، وقد بلغت نسبتهم حوالي (38%). ومن بين (62%) الذين حددوا اسم المرشح الذي يساندونه حصل عمر سليمان على 20.1% يليه عبدالمنعم أبو الفتوح 12.4% ثم حازم أبوإسماعيل 11.7% ثم عمرو موسى 6.4%، وجاء بعدهم خيرت الشاطر 3.2%، ثم حمدين صباحي 2.7%، ثم أحمد شفيق 2.2%، فسلیم العوا 1%، أما باقي المرشحين فلم يتجاوز أي منهم 1%.

وارتفعت نسبة من لم يحسموا أمرهم فيما يتعلق باختيار الرئيس في الاستطلاع الثاني (23 أبريل 2012) من 38% في الاستطلاع الأول لتصل إلى 54%، وقفز عبدالمنعم أبو الفتوح إلى المرتبة الأولى بنسبة 15.5% من إجمالي الفئات التي شاركت في استطلاع الرأي، بعد أن كان يحتل المرتبة الثانية في الاستطلاع السابق تالياً لـ عمر سليمان-الذي تم استبعاده من السباق الرئاسي-، كما قفز عمرو موسى إلى المرتبة الثانية متخلياً عن المرتبة الرابعة التي كان قد حصل عليها في الاستطلاع السابق وبنسبة 12.5% من إجمالي الأصوات، وتعد هذه النسبة مؤشراً واضحاً على احتمال إجراء انتخابات إعادة بين «أبو الفتوح» و«موسى»، نظراً لتقارب نسب التصويت بينهما في الاستطلاع حتى الآن، والمفارقة في هذا الاستطلاع هي دخول أحمد شفيق إلى المرتبة الثالثة، حيث كان بعيداً كل البعد عن الخمسة الأوائل في الاستطلاع السابق، ليحتل بذلك

المرتبة التي كان يقف عندها حازم صلاح أبوإسماعيل. تلا ذلك حمدين صباحي بنسبة 5%، ثم محمد مرسى بنسبة 1.5%.

أما الاستطلاع الثالث (30 أبريل 2012) فقد أظهر استمرار الحيرة بين الناس فيما يتعلق بتحديد مرشحهم الانتخابي، حيث بلغت نسبة من لم يحسم أمره في هذا الأمر 50% من إجمالي عينة الاستطلاع، وهو ما يقل بنحو 4% عن نسبة الأسبوع السابق، والتي بلغت 54%. أظهر الاستطلاع استمرار عبدالمنعم أبو الفتوح في المقدمة للأسبوع الثاني على التوالي، حيث حصل على ما نسبته 18.5%، من إجمالي أصوات العينة، يليه عمرو موسى بنسبة 14.1%، ليرتفع الفارق بينهما إلى 4.4 نقطة بعد أن كان ثلاث نقاط في الأسبوع السابق.. وجاء في المركز الثالث أحمد شفيق بنسبة 5.3%، ثم حمدين صباحي بنسبة 5%، وهي نفس نسبة الأسبوع السابق، فيما ارتفعت نسبة التصويت على محمد مرسى لتصل إلى 3.6%، مقابل 1.5% في الأسبوع السابق.. وأخيرا محمد سليم العوا بنسبة 1.4%. وفي الاستطلاع الرابع (9 مايو 2012) تراجعت أعداد المصريين الذين لم يحسموا رأيهم إلى الآن في اختيار مرشحهم للرئاسة، حيث تراجعت نسبة المصريين الحائزين من 50.1% إلى 37.6%، بما يعنى أن نحو 12.5% من المصريين انضموا إلى الفئة التي حسمت أمر اختيار مرشحها، تلك الفئة المنضمة حديثا، كان المستفيد الأكبر منها الفريق شفيق الذي سجل صعودا في نسبة التأييد بلغت 9.5%، وهو ما يعود في المقام الأول إلى حسم قرار ترشحه بعد أن أصدرت اللجنة العليا للانتخابات القائمة النهائية للمرشحين. واحتل موسى المرتبة الأولى بنسبة 17% بفارق يقل عن النقطتين بعدما أراح المرشح عبد المنعم أبو الفتوح الذي كان في المقدمة الاستطلاعين السابقين، وليهبط أبو الفتوح إلى المركز الثاني بنسبة 15.7%، وتبعه الفريق أحمد شفيق الذي احتفظ للأسبوع الرابع بالمركز الثالث، لكنه قفز من نسبة تأييد 5.3% التي سجلها في الأسبوع الثالث، لتصل في الأسبوع الرابع إلى 14.8%، تبعهم حمدين صباحي بنسبة 6% والتي ارتفعت عن الاستطلاع السابق الذي حصل فيه على نسبة 5%، ثم محمد مرسى بنسبة تصل إلى 5.2% بينما كانت في الاستطلاع السابق 3.6%، ولم يستطع أي من المرشحين الباقين الحصول على نسبة 1%.

وأوضحت نتائج الاستطلاع الخامس (16 مايو 2012) أن نسبة الذين لم يحسموا أمرهم مازالت عند مستوى 37%، وهو نفس مستوى الأسبوع السابق، فيما تخلى عمرو موسى عن المركز الأول لصالح الفريق شفيق، فيما تراجع أبو الفتوح إلى المركز الثالث، وأظهرت نتائج الاستطلاع حصول الفريق شفيق على ما نسبته 16.3% من إجمالي أصوات عينة الاستطلاع، يليه عمرو موسى بنسبة 16%، ثم عبدالمنعم أبو الفتوح بنسبة 12.5%، وتكرر نفس النمط في المركز الرابع والخامس، حيث قفز محمد مرسى إلى المركز الرابع بنسبة 8.8% يليه حمدين صباحي بنسبة 7%، وخالد علي 1%، أما الثمانية المرشحين الآخرين فحصلوا مجتمعين على نسبة 1% وواصل

محمد مرسي صعوده ليصل إلى نسبة 8.8% مقارنة بالاستطلاع السابق الذي حصل فيه على 5.2% بينما كانت في الاستطلاع الأسبق 3.6%.

وانتهت نتائج الاستطلاع السادس (19 مايو 2012) تراجع نسبة الذين لم يحسموا أمرهم لتصل إلى 33%، بعد ان كانت وصلت إلى 37.4% في الأسبوع السابق، و 37.6% في الاستطلاع الذي يسبقه. واحتفظ شفيق بالمقدمة بنسبة 19.3% ليزداد الفارق بينه وبين عمرو موسى الذي حصل على 14.6%، ويليه عبدالمنعم أبو الفتوح بنسبة بلغت 12.4% ثم حمدين صباحي بنسبة 9.5% ومحمد مرسي بنسبة 9%.

جدير بالذكر أن الاستطلاعات لم تثبت دقة عالية فيما يخص كل من: عبدالمنعم أبو الفتوح، وعمرو موسى ووضعهم في مراكز متقدمة، بينما أثبتت نتائج الانتخابات تأخرهم، حيث جاء على الترتيب في المركزين الرابع والخامس، بينما حاز محمد مرسي على أعلى نسبة تصويت جعلته في المركز الأول ليخوض جولة الإعادة مع أحمد شفيق.

2/2 الاستفتاء على الدستور

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام (بصيرة) استطلاعاً لرأي المصريين حول معرفتهم بإجراء استفتاء على الدستور ونيتهم في المشاركة في الاستفتاء، وبعض الموضوعات الأخرى المتعلقة بالدستور، نشرت نتائج الاستطلاع الأول في (8 يناير 2014)، وأظهرت نتائجه أن 92% من المصريين يعرفون بأن هناك استفتاء سيتم على دستور جديد بينما 8% لا يعرفون ذلك، ومن بين من يعرفون بأن هناك استفتاء سيتم خلال الفترة القادمة أجاب 76% بأنهم يعرفون موعد الاستفتاء بينما 24% أجابوا بأنهم لا يعرفون الموعد، وعن نيتهم في المشاركة أجاب 76% بأنهم ينوون المشاركة في الاستفتاء و14% لا ينوون المشاركة بينما 10% لم يقرروا بعد موقفهم من المشاركة. وأجري استطلاع ما بعد التصويت Exit Poll بشأن الاستفتاء على الدستور (16 يناير 2014) وأوضحت نتائجه أن النسبة الأكبر من المصريين وافقوا على الدستور ، فمن عينة حجمها 1000 ناخب صوت 98% بنعم و1.5% بلا و0.5% ذكرو أنهم أبطلوا أصواتهم . وقد تم اعلان النتائج على قناة أم بي سي مصر بعد إغلاق التصويت في اليوم التالي بحوالى 40 دقيقة.

3/2 الانتخابات الرئاسية 2014

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" 7 استطلاعات للرأي حول المشاركة في انتخابات الرئاسة 2014، وشمل الاستطلاع أسئلة حول نية المصريين المشاركة في الانتخابات القادمة ومن يروونه يصلح لتولي رئاسة مصر، وقد اظهرت نتائج الاستطلاع الأول (16 مارس 2014) أن 83% من المصريين ينوون المشاركة في انتخابات الرئاسة القادمة، بينما أشار 12% بأنهم لا ينوون المشاركة في انتخابات الرئاسة، و6% لم يقرروا بعد. فيما أظهرت نتائج الاستطلاع الثاني (30 مارس 2014) أن 84% من المصريين

ينوون المشاركة في انتخابات الرئاسة القادمة، بينما أشار 16% بأنهم لا ينوون المشاركة. وبسؤال المستجيبين عن من سينتخبونه إذا أجريت الانتخابات الرئاسية غداً أجاب 59% بأنهم لم يقرروا بعد، بينما 39% أجابوا بأنهم سينتخبون المشير عبد الفتاح السيسي وأقل من 1% أجابوا بأنهم سينتخبون كل من حمدين صباحي وعبد المنعم أبو الفتوح، وتوزعت النسبة الباقية على مرشحين مختلفين.

وأجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" بالتعاون مع برنامج يحدث في مصر استطلاع رأي ثالث (3 مايو 2014) أظهرت نتائجها أن 85% من المصريين ينوون المشاركة في انتخابات الرئاسة 2014، بينما أشار 10% بأنهم لا ينوون المشاركة و5% لم يقرروا بعد. وبسؤال المستجيبين عن المرشح الذي سينتخبونه إذا أجريت الانتخابات الرئاسية غداً أجاب 22% بأنهم لم يقرروا بعد، بينما 72% أجابوا بأنهم سينتخبون عبد الفتاح السيسي و2% أجابوا بأنهم سينتخبون حمدين صباحي و3% رفضوا الإجابة و1% أجابوا بأنهم سيبطلون صوتهم.

وقد أظهرت نتائج استطلاع (14 مايو 2014) حصرياً لبرنامج "يحدث في مصر" أن 87% من المصريين ينوون المشاركة في انتخابات الرئاسة القادمة، بينما أشار 9% بأنهم لا ينوون المشاركة و4% لم يقرروا بعد. وبسؤال المستجيبين عن المرشح الذي سينتخبونه إذا أجريت الانتخابات الرئاسية غداً أجاب 15% بأنهم لم يقرروا بعد، بينما 76% أجابوا بأنهم سينتخبون عبد الفتاح السيسي و2% أجابوا بأنهم سينتخبون حمدين صباحي و7% رفضوا الإجابة وأقل من 1% أجابوا بأنهم سيبطلون صوتهم. ولا تختلف هذه النسب اختلافات واضحة عن النسب التي تم رصدها في نهاية أبريل لكنها تختلف عن النسب التي تم رصدها في نهاية مارس حيث كانت نسبة من لم يقرروا بعد 59% ونسبة من سينتخبون السيسي 39% بينما لم تتغير نسبة من سينتخبون صباحي كثيراً. وقد أظهرت نتائج الاستطلاع الخامس (17 مايو 2014) أن 88% من المصريين ينوون المشاركة في الانتخابات. ومن بين من سيشاركون 75% ينوون انتخاب السيسي و2% ينوون انتخاب صباحي بينما 15% لم يقرروا بعد و7% رفضوا الإجابة.

وانتهت نتائج الاستطلاع السادس (20 مايو 2014) أن 63% من المصريون يعرفون تاريخ إجراء الانتخابات بصورة صحيحة بينما 11% يعرفون تاريخ الانتخابات بصورة خطأ و26% من المستجيبين ذكروا أنهم لا يعرفون تاريخ الانتخابات. وقد انخفضت نسبة من ينوون المشاركة في الانتخابات مقارنةً بالاستطلاع السابق حيث بلغت هذا الأسبوع 80% مقارنةً بحوالي 88% في الأسبوع الماضي وأوضح 12% أنهم لن يشاركوا و8% لم يقرروا بعد. ومن بين من سيشاركون 69% ينوون انتخاب السيسي مقارنةً بحوالي 75% في الاستطلاع السابق، بينما ثبتت نسبة من ينوون انتخاب صباحي عند 2% وارتفعت نسبة من لم يقرروا بعد إلى 18% مقارنةً بحوالي 15% في الأسبوع الماضي كما ارتفعت نسبة من رفضوا الإجابة إلى 11% مقارنةً بحوالي 7% في الاستطلاع الخامس. وتوضح النتائج أن 62% ممن قرروا من

سينتخبون لم يقرأوا أو يشاهدوا أو يسمعوا عن البرنامج الانتخابي للمرشح الذي سينتخبونه.

فيما أجرى "بصيرة" استطلاع ما بعد التصويت في الانتخابات الرئاسية التي أجريت في الفترة من 26 إلى 28 مايو 2014 حصرياً لبرنامج يحدث في مصر الذي يذاع على قناة أم بي سي مصر. نشرت نتائجه 28 مايو 2014، وقد أظهرت النتائج فوز المرشح عبد الفتاح السيسي في السباق الرئاسي حيث حاز على 95.3% من أصوات الناخبين، وحصل على أعلى نسبة من من الأصوات في محافظة سوهاج . بينما حاز المرشح حمدين صباحي على نسبة 4.7% من إجمالي الأصوات، وحصل على أعلى نسبة من الأصوات في محافظة القليوبية.

ومن المعروف في حقل دراسات الرأي العام أن هناك نوعين رئيسيين لإجراء استطلاعات الرأي العام، ويعتمد هذا التقسيم على متغير الزمن كعامل حاكم في أسلوب إجراء الاستطلاع وخطواته، النوع الأول عندما يكون المدى الزمني الممنوح لإجراء الاستطلاع محدوداً والمجتمع المراد قياس اتجاهاته كبيراً، وهو ما ينطبق على الاستطلاعات التي يتم إجراؤها في فترة الانتخابات، وتتسم هذه النوعية بالسطحية والسرعة التي قد تُخل في أحيان كثيرة بدقة وشمولية وصحة النتائج، والنوع الثاني هو استطلاعات الرأي المتعمقة، وتحتاج إلى فترات زمنية ممتدة لإجرائها وغالباً ما يتم توخي الدقة في تحليل النتائج، إلا أن إجراء هذا النوع المتعمق من الاستطلاعات غير متاح قبيل الانتخابات⁽⁵⁹⁾.

(3) استطلاعات عن العلاقات الخارجية:

هي استطلاعات لقياس اتجاهات المواطنين في دولة معينة تجاه الدول الأخرى. كما تُجرى أيضاً للتعرف على رأى المواطنين تجاه سياسات وأحداث ذات بُعد دولي أو إقليمي. وتضمنت استطلاعات بصيرة قياساً لمدى إهتمام المصريين بالسياسة الخارجية للرؤساء وزياراتهم إلى البلدان المختلفة وخطاباتهم الرؤساء في الخارج، على سبيل المثال أجرت بصيرة استطلاعاً عن زيارات مرسى والسيسى للخارج، الضربات الجوية في ليبيا، المشاركة في ضرب الحوثيين في اليمن وغيرها من الأحداث التي تمس الشأن الإقليمي والدولي، وكذلك اهتمت بصيرة بتقييم الأنشطة التي يقوم بها الرؤساء المصريين خلال زيارتهم مثل الخطابات التي يلقونها أو الشخصيات التي يقابلونها.

1/3 تقييم السياسة الخارجية

بسؤال المبحوثين عن تقييم للسياسة الخارجية للرئيس الأسبق محمد مرسي في استطلاع أجري بتاريخ (10 أكتوبر 2012) كانت الاستجابات على النحو التالي: 60% يرون أن سياسة الرئيس الخارجية جيدة و17% يرون أنها متوسطة و5% يرون أنها سيئة وباقي العينة (18%) ذكروا أنهم غير قادرين على تقييمها، ويلاحظ أن مجموع نسبة من قالوا أن سياسته جيدة أو متوسطة يصل إلى 77% ، وفي استطلاع آخر (2 يوليو 2013) بسؤال المستجيبين عن رأيهم في أسلوب إدارة السياسة الخارجية لمصر خلال

فترة حكم الرئيس مرسي رأى 13% فقط من المصريين أنها جيدة، و15% أنها متوسطة، بينما يرى 50% أنها سيئة، و23% ذكروا أنهم غير متأكدين. وقد تم سؤال المستجيبين في استطلاع آخر أجري في (31 أغسطس 2014) عن التحسن في العلاقات الخارجية مع الدول الأخرى أجاب 62% أن العلاقات مع الدول الأخرى قد تحسنت و2% يرون أنها قد أصبحت أسوأ و5% يرون أنه لم يحدث أي تغير و31% أجابوا بأنهم لا يستطيعون التحديد.

2/3 زيارة السيسي لأمريكا

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام بصيرة استطلاعاً (1 أكتوبر 2014) لرأي المصريين حول زيارة الرئيس عبد الفتاح السيسي للولايات المتحدة الأمريكية التي تمت خلال الفترة من 21 إلى 25 سبتمبر، والتي كان من أهم فعاليات الخطاب الذي ألقاه الرئيس في مؤتمر قمة المناخ باسم المجموعة العربية، والكلمة التي قالها باسم مصر في الجمعية العامة للأمم المتحدة، هذا بالإضافة إلى عدد من المقابلات مع عدد من الشخصيات الهامة والمؤثرة دولياً، وعلى رأسها مقابله للرئيس الأمريكي باراك أوباما، وكان الهدف من الاستطلاع التعرف على مدى معرفة الناس بهذه الزيارة ومتابعتهم لأحداثها وأهم آثارها. وبسؤال المستجيبين عما إذا كانوا عرفوا أو سمعوا عن زيارة الرئيس السيسي لأمريكا، أجاب 68% بأنهم سمعوا أو على علم بهذه الزيارة، بينما 32% لم يسمعوا عن هذه الزيارة. ولقياس مدى معرفة المستجيبين بنشاطات الرئيس أثناء الزيارة تم سؤال المستجيبين عما قام به الرئيس في الزيارة وهو سؤال سمح فيه باختيار أكثر من إجابة. وقد أجاب 13% منهم أن الرئيس قام بعمل مقابلات مع شخصيات هامة (رؤساء دول/ وزراء/ رجال أعمال...)، و11% أجابوا أن الرئيس حضر الجمعية العامة للأمم المتحدة وألقى الخطاب، بينما 10% ذكروا مقابلة الرئيس السيسي مع الرئيس الأمريكي باراك أوباما، و12% ذكروا أسباب أخرى في حين أجاب 63% بأنهم لا يعرفون أحداث هذه الزيارة. وترتفع نسبة من أجابوا بأنهم لا يعرفون من 56% بين الذين بلغوا 50 سنة فأكثر إلى 72% بين الشباب في العمر من 18-29 سنة. وبسؤال المستجيبين عما إذا كانوا قد سمعوا أو قرأوا الخطابين اللذين ألقاهما الرئيس، أجاب 17% بأنهم قرأوا أو سمعوا الخطابين، في حين 13% قرأوا أو سمعوا خطاب واحد فقط منهم، وأجاب 70% أنهم لم يسمعوا أو يقرأوا أي من الخطابين. وبسؤال من هم على علم بهذه الزيارة عن رأيهم فيما إذا كانت هذه الزيارة قد حسنت صورة مصر أمام العالم، أجاب 85% بنعم في حين رأى 5% أنها لم تحسن صورة مصر، وأجاب 10% أنهم لا يعرفون. وترتفع نسبة من يرون أن الزيارة قد حسنت صورة مصر أمام العالم من 80% بين الشباب في العمر من 18-29 سنة إلى 91% بين من بلغوا 50 سنة فأكثر.

3/3 الضربة التي وجهتها مصر لداعش

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام (بصيرة) استطلاعاً (17 فبراير 2015) لرأي المصريين حول الضربات التي وجهها الجيش المصري لداعش فجر يوم ١٦ فبراير، وقد شمل الاستطلاع أسئلة حول رأي المصريين في قيام مصر بضرب داعش، وتوقعاتهم لاستمرار هجوم داعش على المصريين، ومدى موافقتهم على استمرار مصر في توجيه ضربات لداعش. أشارت النتائج إلى أن 85% من المصريين موافقين على توجيه الضربة الجوية لداعش (65% موافقين جداً و20% موافقين) بينما 8% غير موافقين (5% غير موافقين و3% غير موافقين على الإطلاق) و7% لا يستطيعون التحديد. ويوافق 76% من المصريين على توجيه ضربات أخرى لداعش للقضاء عليها بينما 11% يرفضون ذلك و13% أجابوا بأنهم لا يعرفون، وترتفع نسبة الموافقة ن 71% بين الإناث إلى 81% بين الذكور، ولا توجد فروق واضحة حسب المستوى التعليمي.

4/3 اشتراك مصر في ضرب الحوثيين في اليمن

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام (بصيرة) استطلاعاً (20 أبريل 2015) لرأي لمعرفة رأي المصريين في اشتراك مصر في ضرب الحوثيين في اليمن. وقد شمل الاستطلاع أسئلة حول موافقة المصريين على اشتراك مصر في الضربات التي تم توجيهها للحوثيين في اليمن، وأشارت نتائج الاستطلاع أن 42% من المصريين يوافقون على اشتراك مصر في ضرب الحوثيين بينما 23% لا يوافقون على ذلك و35% أجابوا بأنهم لا يعرفون.

(4) استطلاعات عن الاتجاهات نحو التشريعات:

هي استطلاعات رأي عام للتعرف على اتجاهات المواطنين حيال التعديلات المتعلقة بالتشريعات ويشمل ذلك التعديلات المقترحة على الدساتير أو القوانين، مثل استطلاع حول لجنة الخمسين المنوطة بصياغة الدستور وبعض المواد والقضايا المتعلقة به عام 2013، واستطلاع مقترحات لتغيير قوانين الأحوال الشخصية، 2017

1/4 لجنة الخمسين

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" استطلاعاً للرأي (9 أكتوبر 2013)، حول مدى موافقة المصريين على تشكيل لجنة الخمسين التي تقوم بصياغة الدستور الجديد، وكذلك أهم الأمور التي يرى المصريون ضرورة أن يضمنها هذا الدستور ورأيهم في بعض الموضوعات المتعلقة بالدستور. وقد أوضحت النتائج أن 35% من المصريين موافقون على تشكيل لجنة الخمسين بينما 12% موافقون على بعض الأعضاء ويرفضون البعض الآخر و12% غير موافقين على تشكيلها و16% لم يسمعوا مطلقاً عن أنه تم تشكيل لجنة من خمسين عضو لصياغة الدستور، بينما 26% أجابوا بأنهم لا يستطيعون الحكم على تشكيل اللجنة.

2/4 مقترحات لتغيير قوانين الأحوال الشخصية (12 مارس، 2017)

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام (بصيرة) عدداً من الاستطلاعات لرأي المصريين حول مقترحات تغيير عدد من قوانين الأحوال الشخصية، حيث رصدت هذه الاستطلاعات رأي المصريين حول وقوع الطلاق الشفوي بدون توثيق وإعطاء حضانة الأطفال للأب. وقد أوضح الاستطلاع الذي أجراه مركز بصيرة في فبراير 2017 حول وقوع الطلاق الشفوي بدون توثيق أن 63% من المصريين يرفضون وقوع الطلاق الشفوي دون توثيق، ولا تتعدى نسبة الموافقين على وقوع الطلاق الشفوي 16%، بينما 21% أجابوا بأنهم لا يستطيعون التحديد. وترتفع نسبة من يرفضون وقوع الطلاق الشفوي من 60% بين الذكور إلى 67% بين الإناث.

وقد أظهر استطلاع سابق أجراه مركز بصيرة في ديسمبر 2016 حول مشروع القانون الذي تم تقديمه لمجلس النواب والخاص بمنح حضانة الطفل بعد الطلاق للأب المتزوج في حالة زواج الأم إلى أن 17% من المصريين فقط سمعوا عن هذا المقترح، وترتفع نسبة من سمعوا بالمقترح من 12% بين الشباب أقل من 30 سنة إلى 24% بين من بلغوا 50 سنة فأكثر، كما ترتفع من 13% بين الحاصلين على تعليم أقل من المتوسط إلى 30% بين الحاصلين على تعليم جامعي أو أعلى.

3/4 قانونى التظاهر والإرهاب 12 نوفمبر 2013

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" استطلاعاً للرأي العام حول معرفة المواطنين بقانونى التظاهر والإرهاب ومدى موافقتهم على إصدار هذين القانونين.

فيما يتعلق بقانون مكافحة الإرهاب، أوضحت النتائج أن 65% من المصريين سمعوا عن قانون مكافحة الإرهاب، ومن بين من سمعوا عن القانون وافق 62% على إصدار القانون بينما 18% فضلوا استمرار العمل بالقوانين الحالية و20% أجابوا بأنهم لا يستطيعون الحكم. فيما يتعلق بقانون تنظيم التظاهر أظهرت النتائج أن 58% من المصريين قد سمعوا عنه، وقد أبدى 57% من المصريين الذين سمعوا عن قانون التظاهر موافقتهم على إصدار القانون بينما 21% فضلوا استمرار العمل بالقوانين الحالية و22% أجابوا بأنهم لا يستطيعون الحكم،

(5) استطلاعات عن الشأن الداخلى:

تهدف كثير من المؤسسات إلى توظيف استطلاعات الرأي العام للتعرف على مستوى الرضا عن الخدمات، وكذلك الإستطلاع عن الأحداث الهامة الداخلية مثل مشروع قناة السويس الى أجرت بصيرة استطلاعاً حول توقعاتهم لها المشروع، أو المؤتمر الإقتصادي، الأحداث الإرهابية، وغيرها من القضايا.

1/5 مشروع قناة السويس

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام بصيرة استطلاعاً (9 سبتمبر 2014) لتحديد مدى مشاركة الأسر المصرية في شراء شهادات استثمار بمشروع قناة السويس

الجديد وبسؤال المستجيبين إذا كان اشترى هو أو أحد أفراد أسرته شهادات استثمار بمشروع قناة السويس الجديد، أجاب 12% بأن على الأقل فرد واحد في الأسرة قد اشترى شهادات استثمار قناة السويس، بينما أجاب 87% بأنه لم يشتري أي فرد في الأسرة منها و1% أجابوا بأنهم لا يعرفون إن كان أحد أفراد أسرته قد اشترى شهادة استثمار أو لا.

2/5 شهادات استثمار قناة السويس

فيما أشارت نتائج استطلاع آخر (27 سبتمبر 2014) حول مشروع قناة السويس أن حوالي 42% من الذين اشترى شهادات استثمار قناة السويس استخدموا مدخرات غير مستغلة في شراء الشهادات بينما 38% سحبوا من ودائعهم البنكية و13% سحبوا من ودائعهم في البريد المصري.

وقد أظهرت نتائج الاستطلاع أن 88% من المصريين سمعوا عن المشروع بينما 12% أجابوا بأنهم لم يسمعوا عنه. وبسؤال من سمعوا عن المشروع عما إذا كانوا يفكرون في شراء أسهم في مشروع القناة الجديد أجاب 35% منهم بأنهم يفكرون في الشراء بينما 48% أجابوا بأنهم لا يفكرون في ذلك و18% أجابوا بأنهم لم يقرروا بعد.

3/5 المؤتمر الاقتصادي

أجرى بصيرة استطلاعاً (11 مارس 2015) حول معرفة المصريين بالمؤتمر الاقتصادي الذي عقد بشرم الشيخ ومدى موافقتهم على مشاركة قطر بالمؤتمر. وتشير نتائج الدراسة إلى 84% من المصريين سمعوا عن المؤتمر بينما 16% لم يسمعوا عن المؤتمر. وبين من سمعوا عن المؤتمر، يوافق 31% على مشاركة قطر في المؤتمر بينما 50% يرفضون ذلك و19% أجابوا بأنهم لا يستطيعون الحكم.

4/5 الأحداث الإرهابية التي تحدث في مصر

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام (بصيرة) استطلاعاً (15 فبراير 2015) لرأي المصريين حول الأحداث الإرهابية التي شهدتها مصر خلال الشهور الماضية، وكذلك الهجمات التي حدثت في سيناء في نهاية شهر يناير 2015. وتشير نتائج الدراسة إلى أن المصريين منقسمين في الحكم على أسباب التفجيرات التي شهدتها مصر خلال الشهور الماضية حيث يرى 33% من المصريين أن السبب وراء هذه التفجيرات التطرف الديني بينما يرى 35% أن هناك أسباب سياسية هي التي تقف وراء هذه التفجيرات، و6% يرون أسباب أخرى لهذه التفجيرات بينما 26% أجابوا بأنهم لا يستطيعون تحديد السبب.

وبسؤال المستجيبين عن معتقدون أنه وراء الهجمات التي حدثت في سيناء في نهاية شهر يناير أجاب 48% بأنهم لا يعرفون، و24% يرون أن الإخوان المسلمين هم من قاموا بهذه الهجمات بينما ذكر 9% جماعات إرهابية أخرى داخل مصر و18%

جماعات إرهابية أخرى خارج مصر، و12% يرون أن هناك دولاً تقف وراء هذه الهجمات حوالي نصفهم يرى أنها قطر بينما حوالي الثلث ذهبوا إلى التفكير في أمريكا والثلث في إسرائيل والثلث في تركيا، بينما 4% ذكروا أن حماس هي من تقف وراء هذه الهجمات.

5/5 الأحداث الإرهابية وإعلان حالة الطوارئ

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام (بصيرة) استطلاعاً (12 أبريل 2017) حول الأحداث الإرهابية وإعلان حالة الطوارئ، في أعقاب تفجير كنيسة مار جرجس في طنطا والمرقسية في الإسكندرية أثناء احتفال المسيحيين بيوم أحد السعف وتشير نتائج الاستطلاع إلى أن 94% من المصريين سمعوا عن التفجيرات. وبسؤال المستجيبين عن يقف من وجهة نظرهم وراء تفجير الكنيستين لم يستطع 71% من المصريين تحديد جهة بينما أجاب 11% بأن جماعة الإخوان المسلمين وراء التفجيرات و9% يرون أن داعش وراء التفجيرات و5% أجابوا بأنها جماعات متطرفة، و3% يرون أن دول أخرى هي التي تقف وراء هذه التفجيرات.

وعن سؤال المبحوثين حول الموافقة على فرض حالة الطوارئ بعد التفجيرات أظهرت نتائج الاستطلاع أن 63% من المصريين موافقون على فرض حالة الطوارئ في حين أن 17% غير موافقين و20% لم يستطيعوا التحديد. وقد تم سؤال المستجيبين عن الإجراءات التي يرون ضرورة اتخاذها بعد هذه الأحداث الإرهابية وأجاب 16% بضرورة تشديد الإجراءات الأمنية في الدولة كلها بينما 14% أكدوا على ضرورة تأمين الكنائس بصورة أفضل، و4% أجابوا بضرورة تنفيذ أحكام الإعدام، و3% أجابوا بضرورة الإسراع في تنفيذ الأحكام والعدالة الناجزة، و3% ذكروا تغيير الخطاب الديني والتوعية الدينية، بينما نصف المستجيبين لم يستطيعوا تحديد الإجراءات التي يجب اتخاذها.

6/5 الحادث الإرهابي الذي حدث بمحافظة الدقهلية

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" استطلاعاً (26 ديسمبر، 2013) للرأي العام حول رأي المصريين في الحادث الإرهابي الذي شهدته محافظة الدقهلية في الساعات الأولى من صباح يوم 24 ديسمبر 2013، حيث تم سؤال المستجيبين عما إذا كانوا سمعوا بهذه الأحداث، كما تم سؤالهم عن الجهة التي يعتقدون أنها وراء هذه التفجيرات. وقد أجري الاستطلاع على عينة ممثلة للجمهورية كما تم إجراؤه على عينة أكبر من محافظة الدقهلية بحيث يمكن استخراج النتائج على مستوى محافظة الدقهلية باعتبارها المحافظة التي شهدت هذه الأحداث المؤسفة.

وتشير النتائج إلى أن 91% من المصريين سمعوا عن هذه التفجيرات. وقد تم سؤال المبحوثين عن الجهة أو الجهات التي يعتقدون أنها قامت بتنفيذ الحادث، فيما يرى 35% أن جماعة الإخوان المسلمين هي التي قامت بتنفيذ هذا الحادث. ويرى 6% أن جماعة

أنصار بيت المقدس هي التي قامت بتنفيذ هذا الحادث، كما يرى 3% من المصريين أن حماس وراء هذا الحادث. و5% من المصريين ذكروا أن الجماعات التكفيرية وراء الحادث وفي المقابل ذكر 46% أنهم لا يعرفون، وذكر البعض جهات أخرى حصل كل منها على نسب ضئيلة جداً.

(6) استطلاعات عن القيم السائدة في المجتمعات:

هي استطلاعات للرأي العام للتعرف على القيم السائدة في المجتمعات ويشمل ذلك القيم الاجتماعية، قيم المواطنة، مفهوم العدالة الإجتماعي، الاتجاه نحو الأقليات، تمكين المرأة، الهجرة، بالإضافة إلى طريقة تفكير المصريين وتفضيلاتهم المختلفة مثل الاستطلاع عن تفضيلات متعلقة بالزواج، الطعام، الأماكن، طريقة قضاء وقت الفراغ وغيرها.

1/6 استطلاع عن قبول المصريين تعيين نائب قبطي للرئيس

أظهر استطلاع الرأي (24 يوليو، 2012) الذي أجراه المركز المصري لبحوث الرأي العام (بصيرة) أن نسبة التأييد لتعيين نائب قبطي لرئيس الجمهورية بلغت 65.7%.

2/6 تهنئة المسيحيين في أعيادهم

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام (بصيرة) استطلاعاً للرأي (12 أبريل، 2015) بمناسبة أعياد المسيحيين؛ لمعرفة نسبة المصريين المسلمين الذين يهنئون المسيحيين بالعيد وكذلك نسبة من يرون أن تهنئة المسيحيين تتعارض مع الدين. وأظهرت نتائج الاستطلاع أن 90% من المسلمين عادةً يهنئون زملائهم أو جيرانهم المسيحيين بالعيد، بينما 10% فقط لا يهنئونهم. وبسؤال المستجيبين عما إذا كانوا يرون أن تهنئة المسيحيين بأعيادهم حلال أم حرام -أي تتعارض مع الدين- أجاب 82% بأنها حلال و5% يرون أنها حرام بينما 13% أجابوا بأنهم لا يعرفون.

3/6 استطلاع تعيين ثلاث وزيرات

وقد أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" استطلاعاً للرأي (5 أغسطس، 2013) العام حول رؤية المصريين لتمثيل المرأة في الوزارة الجديدة بثلاث وزيرات. وتشير النتائج إلى أن 61% من المصريين يرون أن عدد 3 وزيرات عدد مناسب بينما 16% يرونه عدد قليل وأن المرأة كان يجب أن تمثل بعدد أكبر في مقابل 6% يرون أنه عدد كبير، كما أجاب 17% بأنهم لا يستطيعون الحكم على مدى مناسبة العدد لتمثيل المرأة في الوزارة.

4/6 تعيين أبناء العمال البسطاء في سلك القضاة

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام بصيرة استطلاع (14 مايو 2015) لرأي المصريين حول مدى موافقتهم على تعيين أبناء عمال النظافة وغيرهم من العمال

البسطاء في سلك القضاء. وقد أظهرت نتائج الاستطلاع أن 85% من المصريين يوافقون على تعيين أبناء عمال النظافة وغيرهم من العمال البسطاء في سلك القضاء منهم 66% موافقون بشدة و19% موافقون، بينما 4% أجابوا بأنهم رافضون لذلك و4% رافضون بشدة، و7% لم يحددوا موقفهم من الأمر.

5/6 كما أجريت عدة استطلاعات حول نمط حياة المصريين وأهم ما يشاهدونه خلال شهر رمضان

أظهرت نتائج استطلاع (22 يوليو، 2014) أن 28% من المصريين ينامون من 4 إلى 5 ساعات يومياً في رمضان، و52% ينامون من 6 إلى 8 ساعات يومياً. ويؤدي 52% من المصريين صلاة التراويح بانتظام في شهر رمضان، و22% يصلونها أحياناً، بينما 26% لا يقومون بأداء صلاة التراويح على الإطلاق. ومن بين من يقومون بأداء صلاة التراويح 9% يصلون أقل من 8 ركعات، و91% يقومون بصلاة 8 ركعات فأكثر.

وقد تم سؤال المستجيبين عن المسلسلات التي يتابعونها، وأكثر المسلسلات التي نالت إعجابهم أظهرت النتائج تصدر مسلسل بن حلال لمحمد رمضان أعلى المسلسلات مشاهدة، وبرنامج رازم قرش البحر كأعلى البرامج مشاهدة في رمضان، وفي استطلاع آخر (27 يوليو، 2014) **واستطلاع آخر حول نمط حياة المصريين وأهم ما يشاهدونه خلال الأسبوع الأخير من شهر رمضان**، أظهرت النتائج أن محمد رمضان أفضل ممثل ومي عز الدين أفضل ممثلة و"بيبيسي" أفضل إعلان، وقنوات الحياة الأعلى مشاهدة تليها شبكة قنوات النهار ثم شبكة أم بي سي، ثم استطلاع ثالث **أجرى في (13 يوليو، 2015)** حول أهم ما يشاهدونه المصريون في شهر رمضان، وانتهت نتائجه إلى أنه للسنة الثانية على التوالي قنوات الحياة الأعلى مشاهدة،

وجاء مسلسل حق ميت أكثر المسلسلات مشاهدةً في رمضان وحسن الرداد أفضل ممثل، ومسلسل زوجة مفروسة أوي الأعلى مشاهدةً في المسلسلات الكوميديّة.

6/6 اهتمامات الشعب المصري بكرة القدم

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" في (18 أغسطس، 2014) استطلاعين للرأي العام حول اهتمامات الشعب المصري بكرة القدم ومشاهدتهم للمباراة النهائية لكأس العالم، وعن أهم الأندية المصرية التي يشجعها المصريون. أظهرت نتائجه أن 72% من المبحوثين يشجعون النادي الأهلي و21% يشجعون نادي الزمالك، و19% فقط من المبحوثين شاهدوا مباراة النهائي من كأس العالم بين الأرجنتين وألمانيا

(7) استطلاعات التعامل مع الأزمات والقضايا الخلافية

يزداد الطلب على مثل هذه النوعية من الاستطلاعات أوقات الأزمات، وعندما تكون هناك قضايا خلافية تحتمل أكثر من رأي ويثار حولها جدل واسع بين طرفين أو عدة أطراف، ولعل أزمتي واتر جيت في عهد الرئيس نيكسون، وقضية مونيكاف في عهد

الرئيس كلنتون خير دليل على أهمية استطلاعات الرأي أوقات الأزمات، أما في مصر فتشير تجربة بصيرة إلى اهتمامها بإجراء استطلاعات حول بعض الأزمات والقضايا الخلافية كأزمة تيران وصنافير، وموقف المصريين من جماعة الإخوان المسلمين، وفض اعتصامي رابعة والنهضة، وقرار عودة مجلس الشعب .

1/7 تيران وصنافير

بسؤال المستجيبين عما إذا كانوا يرون أن جزيرتي تيران وصنافير تتبعان مصر أم السعودية أظهر استطلاع (26 أبريل، 2016) أن 30% من المصريين يرون أن الجزيرتين مصريتين و23% يرون أنهما سعوديتان وأجاب 31% من المصريين أنهم لا يعرفون إن كانتا مصريتان أم سعوديتان، و16% لم يسمعوا بأمر الجزيرتين. فيما أشارت نتائج استطلاع (13 يولية 2017) أن نسبة من يرون أنهما مصريتان تبلغ 47% مقابل 11% يرون أنهما سعوديتان و42% أجابوا بأنهم لا يعرفون.

وبالرغم من أن 60% من المصريين موافقون على أن يناقش البرلمان قضية الجزيرتين إلا أنه بسؤال المستجيبين عما إذا كانوا سيوافقون على تسليم الجزيرتين للسعودية في حالة أن البرلمان قرر أنهما تابعتان للسعودية أجاب 35% بأنهم سيوافقون على ذلك (10% موافقون جداً و25% موافقون) بينما 47% أجابوا بأنهم لن يوافقوا على ذلك (22% غير موافقين و25% غير موافقين على الإطلاق) بينما 19% لم يستطيعوا التحديد.

2/7 الإخوان المسلمين

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" استطلاعاً للرأي العام (27 أغسطس 2013) حول تقييم المصريين لجماعة الإخوان المسلمين ومدى قبولهم باستمرارها في المشهد السياسي المصري بعد ثورة 30 يونيو وعزل الرئيس السابق محمد مرسي، وبعد فض اعتصامات رابعة العدوية والنهضة وما تبعها من أعمال عنف واسعة النطاق.

وقد أظهرت نتائج الاستطلاع أن 69% من المصريين يرفضون استمرار جماعة الإخوان المسلمين في الحياة السياسية المصرية، في حين وافق 6% على استمرارها، ووافق 13% على استمرارها ولكن بشروط معينة (كأن تكون جماعة دعوية ولا تعمل بالسياسة، وأن تبتعد عن العنف، وأن تقوم بمراجعات لمواقفها، إلخ)، كما أعرب 12% أنهم لم يحددوا موقفهم بعد.

كذلك تم السؤال عن مدى قبول المصريين أن يشارك حزب الحرية والعدالة (الذراع السياسي لجماعة الإخوان المسلمين) في الانتخابات القادمة لمجلس النواب؟ وأظهرت نتائج الاستطلاع أن 63% من المصريين لا يوافقون أن يشارك حزب الحرية والعدالة في الانتخابات القادمة لمجلس النواب، بينما وافق على ذلك 26%، وأجاب 12% بأنهم لا يستطيعون الحكم.

وعن مدى رضا المصريين عن حكم الإخوان المسلمين مقارنة بتوقعات المصريين عند بداية هذا الحكم، أعرب 78% من الأفراد بالعينة أن حكم الإخوان كان أسوأ مما كانوا يتوقعون، في حين رأى 3% أنه كان أفضل من المتوقع، وذكر 12% أن حكم الإخوان جاء كما توقعوا (سواء كان جيداً أو سيئاً)، وأجاب 7% بأنهم لا يستطيعون الحكم.

وعن أحداث العنف واسعة النطاق التي صاحبت وتلت فض الاعتصامات المؤيدة للرئيس السابق محمد مرسي في منطقتي رابعة العدوية والنهضة، أظهرت نتائج الاستطلاع أن 57% من المصريين يحملون جماعة الإخوان المسلمين المسؤولية الكاملة عن كل تلك الأحداث، وذكر 29% أن الجماعة مسؤولة بشكل جزئي عن هذه الأحداث، بينما يرى 5% أن الجماعة غير مسؤولة عن أية أحداث عنف، وذكر 6% أنهم لا يعرفون من المسؤول عن تلك الأحداث.

أجرى المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" استطلاعاً للرأي العام (12 ديسمبر 2013) حول مدى موافقة المصريين على التصالح مع الإخوان المسلمين وعودتهم للحياة السياسية في مصر ومشاركة حزب الحرية والعدالة ومشاركة الأحزاب ذات المرجعية الإسلامية بصفة عامة في الانتخابات البرلمانية المقبلة. أظهرت نتائجه أن 46% من المصريين يوافقون على تفاوض مع الإخوان المسلمين لتحقيق المصالحة ونسبة مساوية يرفضون التفاوض بينما 8% ذكروا أنهم غير متأكدين. وقد تم سؤال المستجيبين عن موافقتهم على عودة الإخوان المسلمين للحياة السياسية في مصر وقد أجاب 19% فقط بأنهم يوافقون على عودة الإخوان المسلمين للحياة السياسية بينما 70% يرفضون عودتهم و11% أجابوا بأنهم لا يستطيعون تحديد موقفهم من هذا الأمر. ويوافق 35% من المصريين على مشاركة حزب الحرية والعدالة في الانتخابات البرلمانية القادمة في مقابل 49% يرفضون ذلك و16% أجابوا بأنهم غير متأكدين، وفيما يتعلق بمشاركة الأحزاب ذات المرجعية الدينية بصفة عامة في الانتخابات البرلمانية القادمة فقد انقسم المصريين حول ذلك حيث وافق على ذلك 42% من المصريين ورفضه 42% بينما 16% أجابوا بأنهم لا يستطيعون تحديد موقفهم.

3/7 فض اعتصامي رابعة والنهضة

واستطلاعاً للرأي العام حول اعتصامي رابعة والنهضة وطريقة فضهما (20 أغسطس 2013). وقد أظهرت نتائج الاستطلاع أن 17% من المصريين يرون أن الاعتصامين كانا سلميين بينما 67% يرون أنهما لم يكونا سلميين و16% أجابوا بأنهم لا يعرفون. وعن الرضا عن الطريقة التي تم فض الاعتصامين بها أظهر الاستطلاع أن 67% راضون عن طريقة الفض بينما 24% غير راضين و9% أجابوا بأنهم لا يستطيعون الحكم على طريقة الفض. كما أظهر الاستطلاع أن 23% فقط من

المصريين يرون أنه قد تم استخدام القوة في فض الاعتصامين بشكل مبالغ فيه بينما 65% يرون أنه لم يتم استخدام القوة بشكل مبالغ فيه، و12% أجابوا بأنهم لا يستطيعون الحكم.

ويرى ربع المصريين فقط أنه كان من الأفضل إعطاء فرصة أطول للتفاوض بينما 70% يرون أن مدة التفاوض كانت كافية ولم يفضلوا إعطاء فرصة أطول للتفاوض، و6% فقط أجابوا بأنهم لا يعرفون.

في الوقت نفسه يرى 56% من المصريين أن عدد الضحايا الذي خلفه فض الاعتصامين كبير و34% لا يعتقدون أنه عدد كبير و11% أجابوا بأنهم لا يستطيعون الحكم على العدد. ويرى 62% أن ارتفاع عدد الضحايا سببه الأساسي هو المعتصمون و13% فقط يرون أن السبب هو الشرطة بينما 25% أجابوا بأنهم غير متأكدين.

وبسؤال المستجيبين عن ردود أفعال الدول الأجنبية المعارضة لفض الاعتصام يرى 78% من المصريين أن هذه الدول ليست على صواب في ردود أفعالها ولا يحق لها اتخاذ هذه المواقف بينما 8% فقط يرون أنها على حق في ردود أفعالها و15% أجابوا بأنهم لا يعرفون. ويرى 39% من المصريين أن طريقة تعامل الحكومة المصرية مع ردود الفعل الدولية جيدة و32% يرون أنها متوسطة بينما 10% فقط يرون أنها سيئة و19% أجابوا بأنهم لا يستطيعون الحكم.

54% من المواطنين موافقون على القرار.

4/7 استطلاع حول عودة مجلس الشعب

بتاريخ (10 يوليو 2012) وبسؤال المصريين عما إذا كانوا يرون أن القرار فيه تعدي على القانون أم لا، ذكر 47% أن القرار يشكل تعدياً على القانون مقابل 38% ذكروا أن القرار لا يشكل تعدياً على القانون، أما باقي العينة (15%) فذكروا أنهم غير متأكدين. وقد تفاوت التقييم بين الموافقين وغير الموافقين على القرار الرئاسي. فقد اعتبر 65% من الموافقين أن القرار لا يشكل تعدياً على القانون وفي المقابل اعتبر 10% فقط من غير الموافقين ذلك. ومن ناحية أخرى ارتأى 83% من الراضين للقرار أنه يشكل تعدياً على القانون مقابل 18% من غير الموافقين.

وهناك أيضاً استطلاعات الحصاد التي تجرى في نهاية العام وأفضل الشخصيات في عدة مجالات فنية، وثقافية، وسياسية، ورياضية، واستطلاعات قياس مستوى المعرفة نحو عدد من الموضوعات كفضائل الدم، وتاريخ العدوان الثلاثي على مصر، وحركة تمرد، واستطلاعات حول البرامج والأفلام، واستطلاعات حول دول الجوار والدول الصديقة والمعادية لمصر.. وغيرها من الاستطلاعات.

ومن العرض السابق يمكن الخروج بعدة مؤشرات منه:-

- غلبة الموضوعات السياسية على نوعية استطلاعات الرأي المنفذة بالمركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة"، ويتضح ذلك بصورة جلية من خلال جدول رقم (2) والذي حصلت فيه الموضوعات السياسية على ما يقرب من ثلثي عدد الاستطلاعات المحللة بواقع 85 استطلاع من مجمل 122 استطلاع، وبنسبة مئوية بلغت 69.7%، كان أهمها الاستطلاعات الخاصة بقياس الرضا عن أداء الرؤساء والحكومات، والاستطلاعات الخاصة بالانتخابات، وربما يبرر ذلك حالة السيولة السياسية التي تلت ثورة 25 يناير 2011، وما تلاها من أحداث وتبعات، وتلاحم الأحداث التي تلتها، والظروف السياسية وتغير نظام الحكم، وفترة حكم الإخوان، ثم ثورة 30 يونية 2013، وتعيين رئيس مؤقت للبلاد، ثم إجراء انتخابات برلمانية ورئاسية، تلاها الاستطلاعات الاجتماعية، تلاها الاستطلاعات الاقتصادية بمشاركة باهتة 3 استطلاعات فقط بنسبة مئوية بلغت 2.5% رغم أهمية الأوضاع الاقتصادية في مثل هذه المرحلة .

ثانياً:- منهجيات قياس الرأي العام:-

العينات المستخدمة في استطلاعات الرأي العام بالمركز

جدول رقم (4)

حجم العينات في استطلاعات الرأي العام

حجم العينة	ك	%
أقل من 2000 مفردة	63	51.6%
2001 : 4000 مفردة	52	42.7%
4001 : 6000 مفردة	2	1.6%
أكثر من 6000 مفردة	5	4.1%
المجموع	122	100%

يُجري المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" معظم استطلاعات الرأي التي ينفذها على عينة طبقية، قوامها 2000 مفردة من المواطنين البالغين 18 سنة فأكثر، على عينة تغطي جميع محافظات مصر بما في ذلك المحافظات الحدودية - قد تتجاوز العينة 2000 مفردة؛ وذلك لأنه قد يكون تم الوصول للرقم المطلوب في الوقت الذي يُجري فيه باحثون آخرون اتصالات هاتفية- وقد يقل العدد قليلاً عن 2000 مفردة أيضاً حسب نسب الاستجابة والأيام المحددة لإجراء الاستطلاع، ويتوسع المركز في حجم العينة في عدد من الاستطلاعات، حيث لاحظ الباحث زيادة حجم مفردات العينة في 7 استطلاعات للرأي ما بين 4000 مفردة، وصولاً إلى ما يقرب من 13000 مفردة؛ كاستطلاع ما بعد التصويت في المرحلة الأولى للانتخابات البرلمانية (19 أكتوبر 2015) والذي أجري على عينة قوامها 4086 ناخب، واستطلاع تقييم أداء المحافظين 17 يناير 2018 على عينة مكونة من 5929 مواطن، وأستطلاع أداء الرئيس مرسي بعد مرور عام (25 يونيو 2013) على عينة 6179 مفردة، واستطلاع ما بعد التصويت في المرحلة الثانية للانتخابات البرلمانية 2015 (26 نوفمبر 2015) 7200 ناخب، واستطلاع أداء الرئيس السيسي في ختام السنة الأولى (6 يونيو 2015)

على 8544 مفردة، واستطلاع ما بعد التصويت في الإستفتاء على الدستور 2014 (16 يناير 2014) على عينة قوامها 10.000 ناخب، واستطلاع ما بعد التصويت في الانتخابات الرئاسية 2014 (20 مايو 2014) بعينة بلغت 12.900 ناخب. وهناك استطلاع وحيد طبق على عينة تقترب من 300 مفردة فقط، وهو استطلاع متخصص طُبِق على للأطباء حول أزمة الأطباء وقرارات الجمعية العمومية للأطباء (14 مارس، 2016) بإجمالي 308 طبيب، ومؤخراً قام مركز بصيرة بإجراء بعض الاستطلاعات (استطلاع تقييم آراء المشاهدين في المسلسلات المختلفة رمضان 2018) من خلال تطبيق "نسألك" وهو تطبيق إلكتروني لاستطلاعات الرأي أطلقه مركز بصيرة حديثاً. ولا تعد هذه الآليات بديلاً عن استطلاعات المشاهدة ذات المنهجيات العلمية الدقيقة لكنها آليات مكملتها.

وبالنظر إلى التجارب الغربية، وبمسمح عدة استطلاعات للرأي أجراها Gallup Center مركز جالوب الأمريكي تنوعت أعداد العينات التي اعتمدت عليها هذه الاستطلاعات ما بين ألف وألفي مفردة أو يزيد عن الألفي مفردة في أحيان أخرى.

حيث وجد الباحث أن المركز يعتمد على 1000 مفردة كحد أدنى لجميع استطلاعاته، حيث يجري 500 مقابلة هاتفية يومياً -350 يوم في السنة باستثناء أجازات الأعياد- (60) وتقدر العينات التي أطلع عليها الباحث بـ 1000 مفردة (61) كما في بعض الاستطلاعات السياسية واستطلاعات الانتخابات، أو تتجاوز 3000 مفردة (62) كما في بعض الاستطلاعات الاقتصادية، وتصل إلى 9000 مفردة (63) في بعض استطلاعات الانتخابات، وقد تصل إلى 45000 مفردة (64) في استطلاعات أداء الرئيس، وإلى 355000 مفردة (65) في استطلاعات حول أداء، وشعبية الرئيس.

وتُحدّد مؤسسة جالوب المنهجية العلمية التي تتبعها في استطلاعات الرأي بوضوح؛ إذ تعتمد على آلية التتبع اليومي (Daily Tracking Survey) التي بدأتها في العام 2008 ولم يسبقها في ذلك أي مركز استطلاع آخر؛ حيث تقوم بمسحين متوازيين يومياً تستطلع في كلّ منهما آراء 500 شخص بمجموع أقصى يصل إلى 1000 شخص في اليوم، ويدور المسح الأول حول شؤون الولايات المتحدة العامة ويُسمّى "US Daily"، ويهتم الثاني بقياس مؤشر الصحة والرفاهية ويُسمّى "Gallup-Health ways Well-Being Index"، أي إن هناك 15.000 شخص يتم استطلاع رأيهم في كل مسح وبمجموع 175.000 شخص في العام؛ حيث يعمل المركز سبعة أيام في الأسبوع لمدة 350 يوماً في العام. وتُمكن هذه المسوح غالباً من فحص مساحات عرضية وتقاطعية من البيانات الديمغرافية المقيسة يومياً. وتستطيع المؤسسة إضافة بعض الأسئلة لهذه المسوح لترتبط ببعض المناسبات المؤقتة كمواسم الانتخابات أو الأحداث الدولية الجارية. وتقوم غالباً بجمع بياناتها عن طريق المكالمات التليفونية باستخدام الخطوط الثابتة والخلوية معاً في نظام يُسمّى: التصميم المزدوج (Dual-Frame design)، وباستخدام أسلوب الاتصال الرقمي العشوائي اعتماداً على عينات تقوم

بشرائها من مؤسسات متخصصة مثل: Survey Sampling International (SSI).

ويرى الباحث أن العبرة ليست بحجم العينة وإنما في تمثيل المجتمع الأصلي، حيث لاحظ الباحث أثناء فترة عمله بمركز بصيرة أن الاستجابات قد تأتي من محافظات دون غيرها، مما يشكك في تمثيل العينة للمجتمع الأصلي أو تكون نسبة عدم الاستجابة أو الرفض مرتفعة في محافظات بعينها كمحافظات الصعيد على سبيل المثال.

ففي الوقت الذي أشارت فيه دراسة (JAY DESART 2003) (66) 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، يرى الباحث أن تصميم عينة إحصائية منضبطة ومنهجية - مهما قل حجمها - أهم بكثير جداً من تصميم عينة كبيرة تنسم 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 إستخدام 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 إعتمدت 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.

أدوات جمع البيانات

يعتمد المركز المصري لبحوث الرأي العام بصيرة في جمع بيانات استطلاع الرأي التي ينفذها على **المقابلات الهاتفية** كأداة لجمع بياناتها؛ وفي مناسبات قليلة على **المقابلة الميدانية**.

وربما يبرر ذلك-الاعتماد على المقابلات الهاتفية - أن إجراء استطلاعات رأي عن طريق المقابلة الميدانية يستلزم الحصول على موافقة أو تصريح رسمي من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، مرفق به استمارة الاستطلاع كاملة حتى يتسنى الحصول على التصريح، والذي يسأل في العادة عددا من أجهزة الأمن قبل الموافقة على منح هذا التصريح، ولا يتم ذلك إلا بعد موافقة كل هذه الأجهزة على الأسئلة التي سيتضمنها الاستبيان، ويحدث كثيرا أن يتدخل أحد هذه الأجهزة ويطلب حذف أسئلة معينة وخصوصا تلك التي تتعلق بالموضوعات السياسية والأمنية أو تلك التي تهتم برأي المواطن في مؤسسات الدولة، مما يعطل إنجاز العديد من الاستطلاعات، أو لجوء بعض هذه المراكز إلى المقابلات الهاتفية التي يشكك فيها كثير من الباحثين.

وهي نفس الأدوات المستخدمة في الاستطلاعات التي يجريها مركز جالوب والذي يعتمد على الاستطلاعات الهاتفية التي تجمع بين التليفون الأرضي، والتليفون المحمول باستخدام Random Digit Dialing . كما تستخدم نفس المنهجية- منهجية المسح المزدوج- Dual Frame Samples of Cell and Landline Phones لجمع البيانات في اسبانيا لتقليل هامش الخطأ⁽⁶⁷⁾. وتتفق الآراء السابقة مع ما ذهب إليه فرج الكامل بأن استخدام الاتصالات الهاتفية ليس شيئا جديدا وأنه مطبق في الدول المتقدمة بشكل كبير جدا، حيث تعتمد مؤسسة جالوب على المقابلة من خلال الهاتف وتوقفت بشكل يكاد يكون تاما عن إجراء المقابلات الميدانية منذ عام 1985⁽⁶⁸⁾.

ويرى الباحث أنه مع التطور التكنولوجي، تطورت الأداة ذاتها -المقابلات الهاتفية- وأصبح بمقدور الباحث إدخال البيانات التي يحصل عليها من إجابات المبحوثين -هاتفيا- في نفس الوقت الذي يجري فيه المقابلة، كما أن صحيفة الاستطلاع في شكلها الرقمي متاحة أمامه على جهاز الكمبيوتر، ويستطيع الانتقال بين الأسئلة وفقا لإجابات المبحوث بطريقة أوتوماتيكية ليظهر السؤال التالي أمام الباحث على شاشة الكمبيوتر، دون عناء أو تعليمات حول الانتقال إلى أسئلة بعينها وفق الإجابة على أسئلة أخرى، مما يساعد في إتاحة النتائج بشكل فوري عقب انتهاء المقابلة.

وفي الوقت الذي تعتمد فيه مؤسسات عالمية كبرى لاستطلاعات الرأي العام مثل مركز جالوب Gallup Center على المقابلات الهاتفية، تشير تلك الأداة شوكا ومخاوبا من قبل بعض المصريين وقد يدفعهم ذلك إلى تقديم إجابات مغلوبة، أو التهرب من الإجابة على استطلاع الرأي⁽⁶⁹⁾، وأحد الانتقادات التي توجه إلى استطلاعات الرأي الهاتفية استبعاد الأسر التي لا تملك هاتفاً منزلياً، ولمواجهة ذلك يتم اختيار عينة إضافية من مستخدمي الهاتف المحمول، وهو الأسلوب الذي تم اتباعه في استطلاعات الانتخابات الرئاسية في المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة".

ثالثاً:- الأفكار البحثية التي تُبنى عليها استطلاعات الرأي العام بمركز بصيرة

• فكرة استطلاعات الرأي

ترتبط فكرة استطلاعات الرأي العام التي ينفذها المركز المصري لبحوث الرأي العام بصيرة في معظم الأوقات بالأحداث الجارية التي يعيشها المجتمع المصري، وتشغل الرأي العام، وربما ظهر ذلك جلياً في عدد الاستطلاعات في السنوات التي كان بها زخم في الأحداث التي شغلت الرأي العام وخاصة السياسية، وهناك بعض الاستطلاعات المرتبطة بمواسم معينة كالانتخابات.

وظلت استطلاعات الرأي العام في فترات سابقة تركز على القضايا الاجتماعية بالأساس، مع تصاعد الوعي السياسي في المجتمعات العربية ومنها مصر، والاهتمام ببعض القضايا ذات الطابع السياسي، وهو المكون الذي ظل غائباً عن اهتمامات الرأي العام طويلاً؛ الأمر الذي حقق التوازن بين الاهتمام بالقضايا الاجتماعية والسياسة والاقتصادية أيضاً. كما ظهور مراكز للبحوث والدراسات السياسية، والتي بدأت بمناقشة بعض القضايا السياسية، مثل المشاركة السياسية وطبيعة التوجهات الخارجية للدولة، استطاعت استخدام منهجيات جديدة في استطلاعات الرأي العام، واتخذت منحى جديداً منذ ذلك الحين.

رابعاً:- تمويل استطلاعات الرأي العام بمركز بصيرة

• التمويل

تتنوع مصادر تمويل المركز (بحسب د. ماجد عثمان)⁽¹⁾ بين منح من الأمم المتحدة، وشراكات مع بعض وسائل الإعلام التي تعرض نتائج الاستطلاعات حصرياً على شاشاتها أو قنواتها مقابل مبالغ مالية لتنفيذ مثل هذه الاستطلاعات، كما حدث في استطلاعات الانتخابات الرئاسية 2012 (6 استطلاعات)، واستطلاع أداء الرئيس مرسي بعد 100 يوم، لصالح جريدة المصري اليوم التي كانت تنشر نتائج الاستطلاعات حصرياً على صفحاتها بشكل دوري، وقناة الحياة التي أجرت بصيرة لصالحها استطلاع أداء الرئيس مرسي بعد مرور عام، و (6 استطلاعات) لصالح قناة MBC مصر وبرنامج يحدث في مصر، بداية من استطلاع أفضل شخصية سياسية لعام 2013، ثم استطلاع ما بعد التصويت على استفتاء 2014، والمشاركة في انتخابات الرئاسة 2014، واتجاهات التصويت في انتخابات الرئاسة 2014، واستطلاع ما بعد التصويت Exit Poll في الانتخابات الرئاسية 2014، وأذيع عقب إغلاق اللجان الانتخابية، واستطلاع وحيد لصالح مؤسسة Sigma Media، حول رأي المصريين وأهم ما يشاهدونه في شهر رمضان 2015، وقامت مؤسسة Sigma Media بتمويل الاستطلاع

¹ مقابلة للباحث مع د. ماجد عثمان بمكتبه بتاريخ 2015/4/19، الثانية عشرة ظهراً

على أن تتم إتاحتها للجمهور العام والإعلاميين في الصحف والقنوات المختلفة لتعظيم الاستفادة منه وتقديم فهم أعمق لتفضيلات المواطن المصري .

جدول رقم (5)

تمويل استطلاعات الرأي العام في بصيرة

النسبة المئوية	التكرار	التمويل
88.5%	108 استطلاع	ذاتي
11.5%	14 استطلاع	خارجي (لصالح مؤسسات إعلامية)

خامساً: العلاقة بين عدد الاستطلاعات وزخم الأحداث:-

جدول رقم (6)

أعداد ونوعية استطلاعات الرأي العام في بصيرة زمنياً

مجموع	أخرى	اقتصادية	اجتماعية	سياسية	الاستطلاعات العام
15	1	-	1	13	2012
27	1	-	2	24	2013
28	3	2	6	17	2014
22	1	-	9	12	2015
12	-	-	4	8	2016
13	1	1	3	8	2017
5	-	-	2	3	2018

من بيانات الجدول السابق نلاحظ أن السنوات 2012، 2013، 2015، 2012 بالترتيب قد شهدت تزايداً في عدد الاستطلاعات المنفذة في المركز، وربما يبرر ذلك زخم الأحداث التي حدثت في هذه السنوات كالاستفتاء على الدستور في يناير 2014، والانتخابات الرئاسية 2014، ونية المصريين للمشاركة فيها، واتجاهات التصويت، وتقييم أداء الرئيس السيسي بعد توليه الحكم في 8 يونيو 2014، والمشروعات القومية كمشروع قناة السويس، كما شهد العام 2013 سلسلة أحداث فبالإضافة إلى تقييم أداء الرئيس مرسي الدوري وقتها، ظهرت جبهة الإنقاذ الوطني، ومظاهرات مدينة الإنتاج الإعلامي والمقطم، والتعديل الوزاري، وحركة تمرد، ثم عزل الرئيس الأسبق محمد مرسي، والتظاهرات المؤيدة لعودته من قبل أنصاره، وفض اعتصامي رابعة والنهضة، والحوادث الإرهابية التي تلت عزل الرئيس الأسبق محمد مرسي، وبنسب اهتمام أقل جاء عام 2015 والذي كانت معظم أحداثه حول العنف والإرهاب والتطرف، فوجهت مصر ضربة لداعش، وتوترت علاقة مصر بقطر وعدد من الدول، إضافة إلى المؤتمر الاقتصادي الذي عقد في مصر، والانتخابات البرلمانية، وعدد من الاستطلاعات حول القيم كتهنئة المسيحيين بالأعياد وقبول تعيين أبناء العمال البسطاء في سلك القضاة، ويأتي عام 2012 في ترتيب تالي وهو العام الذي كان قد شهد الانتخابات الرئاسية 2012، وتم إجراء 6 استطلاعات دورية وقتها تلاها قرارات

الرئيس محمد مرسي وقتها بعودة مجلس الشعب، وكذلك الاستطلاعات الدورية لتقييم أدائه. كما لاحظ الباحث تراجع أعداد الاستطلاعات السياسية بصفة خاصة بدء من عام 2016 (8 استطلاعات) لتصل إلى (3 استطلاعات) فقط في عام 2018، وربما يُبر ذلك تساؤلات عدة حول حجم حرية تنفيذ استطلاعات الرأي السياسية وهو ما يعتبر عودة للوراء لما قبل يناير 2011.

سادساً: نسب الاستجابة في استطلاعات مركز بصيرة

• نسب الاستجابة

تتبعس محدودية نسب المشاركة السياسية للمواطنين على استطلاعات الرأي، حيث تمثل نسب مشاركة المواطنين في الفعاليات السياسية كالاستفتاءات والانتخابات جزءاً من الثقافة والسلوك السياسي المعوق لمزيد من المشاركة في الاستجابة لإستطلاعات الرأي العام، والدفع نحو عدم التفاعل الإيجابي مع قياساتها، وبالرغم من ارتفاع نسب المشاركة في مثل هذه الفعاليات في مرحلة ما بعد ثورة 25 يناير، إلا أنها لم تصل بعد إلى المستوى المرغوب، مما ينعكس بدوره على أحد مظاهر المشاركة السياسية ممثلة في استطلاعات الرأي العام⁽⁷⁰⁾.

وبالنظر إلى معدل الاستجابة كمؤشر مهم لجودة المسح أظهرت دراسات حديثة أن الدراسات الاستقصائية ذات معدلات الاستجابة المنخفضة (حوالي 20%) انتهت إلى نتائج أكثر دقة مقارنة مع الدراسات الاستقصائية ذات معدلات استجابة أعلى (حوالي 60 أو 70 %)، وإذا كان من الأفضل الحصول على معدل استجابة مرتفع (80% أو أعلى) من عينة عشوائية صغيرة بدلاً من معدل استجابة منخفض من مجموعة أكبر من المشاركين المحتملين، ولكن حتى هذا المبدأ قد ينهار عندما ننظر إلى الاختلافات بين جماهير المسح.

فعلى سبيل المثال تتراوح معدلات الاستجابة لاستطلاعات بيو Pew Research عادة من 5% إلى 15% طبقاً لمنهجية عملها⁽⁷¹⁾، وقد وصلت هذه النسبة إلى 9% بنهاية عام 2016⁽⁷²⁾، و7% في جالوب Gallup بنهاية عام 2017⁽⁷³⁾، فعلى سبيل المثال حققت مسوحات (GPSS) Gallup Poll Social Series معدل استجابة بنسبة 7%، في المتوسط عام 2017، مقارنة بـ 28% في عام 1997. وجالوب Gallup ليست وحدها؛ ففي تقرير مفصل أصدرته الجمعية الأمريكية لأبحاث الرأي العام (AAPOR) حول معدلات الاستجابة في كبرى شركات الأبحاث المسحية في تقريرها لعام 2015، مستقبل المسوحات الهاتفية العامة للسكان في الولايات المتحدة الانخفاضات المستمرة من 2008 إلى 2015 في جميع المنظمات المشاركة، انتهت نتائجها إلى انخفاض معدلات الاستجابة في جميع أنحاء صناعة البحوث المسحية خلال هذه الفترة، حيث انخفضت معدلات الاستجابة للهواتف الأرضية من 15.7% إلى 9.3%، وهبطت معدلات الاستجابة للهواتف المحمولة من 11.7% إلى 7%⁽⁷⁴⁾.

ومن هنا يمكن القول أنه حظيت استطلاعات الرأي التي نفذها المركز المصري لبحوث الرأي العام بصيرة بمعدلات استجابة مقبولة acceptable response rate حيث لاحظ الباحث أن جميع الاستطلاعات التي نفذتها بصيرة تزيد فيها نسبة الاستجابة عن 40% باستثناء استطلاع واحد كانت نسبة الاستجابة به 38%، وبمسح الاستطلاعات جميعها إنتهت النتائج إلى أن ما يقرب من 40% من الاستطلاعات المنفذة تراوحت الاستجابات فيها ما بين 50%، و 70%، وجاء في الترتيب التالي الاستطلاعات التي كانت فيها نسب الاستجابة أكبر من 70% بنسبة بلغت 33%، وأخيرا الاستطلاعات التي قلت فيها نسب الاستجابة عن 50% بنسبة بلغت 27%.

خاتمة

تعرضت مراكز قياس الرأي العام في حقب زمنية سابقة لقيود حددت من حركتها، وأثرت على إنتاجها المعرفي وعلى قدرتها على نشر نتائجها بشفافية، وهو ما أعاق نمو صناعة قياس الرأي العام وحولها إلى مهنة يوصف أصحابها بأنهم من مثيري المتاعب وفي بعض الأحيان لا تخلو التهم الموجهة إليهم من نقص الوطنية⁽⁷⁵⁾.

كما افتقرت مصر والمنطقة العربية لسنوات طويلة لمؤسسات تستخدم الأساليب العلمية في قياس الرأي العام، واقتصرت قياسات الرأي العام فيها على الأجهزة الأمنية التي لا تتيح هذه القياسات - بحكم طبيعتها عملها- إلا لدائرة محدودة، هذه الأجهزة عادة ما لا تتوفر لديها أدوات التحليل العلمي، الذي يمكن أن يصل إلى هذه القياسات، بقدر أكبر من الدقة، ويتناول نتائج هذه القياسات دون خجل من الإشارة إلى محدوديتها⁽⁷⁶⁾.

إلا أن الظروف السياسية تحولت وتبدلت في السنوات التي تلت ثورة 25 يناير 2011؛ والتي تبعتها تغيرات عديدة ظهرت آثارها واضحة وجليّة على الشعب المصري من حيث ارتفاع الوعي السياسي لدى كثير من قطاعات المصريين، والتغير السريع في اتجاهات الرأي العام لملاحقة سرعة التغير في الأحداث المتلاحقة.

وظهر ذلك بوضوح في بروز دور مراكز استطلاعات الرأي العام ، فعلى سبيل المثال يقوم المركز المصري لبحوث الرأي العام "بصيرة" بعمل استطلاعات دورية في مختلف القضايا، إلا أن القضايا والموضوعات السياسية تشغل حيزا كبيرا من نوعية الاستطلاعات التي يجريها، وإذا كانت هناك انتقادات توجه للمركز فيجب أن يكون النقد الموجه لهذا المركز نقدا موضوعيا يسهم في بناء مؤسسة لقياس الرأي العام تستطيع أن تُصحح من أخطاءها - في حالة وجود خطأ- وتستفيد من اسهامات الأكاديميين، والخبراء، والمهتمين بقياس الرأي العام، وعليها أن تعترف بأخطاءها وتعذر للرأي العام حالة ثبوت خطأها، حتى يكون لها رصيد من المصداقية تستطيع أن تبني عليه في استطلاعات تالية.

وعليها أيضاً أن تتواصل مع جمهورها عبر وسائل الإعلام المختلفة، وقد لاحظ الباحث قيام المركز بعمل ندوات لمناقشة نتائج بعض الاستطلاعات ولكن ذلك في أضيق الحدود وربما أوقات الانتخابات فقط، كما أن عدد المتابعين لصفحة المركز على وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك على سبيل المثال) قد يعكس عدم اهتمام المركز بالتواصل مع جمهوره ، حيث لا يوجد اهتمام بالرد على تعليقات المتابعين أو القراء، مما يجعله يؤدي دوراً تجارياً فقط .

مراجع الدراسة

- 1 هشام عطية: صحف وصناديق- توجيه سلوك التصويت وتشكيل معارف الجمهور (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2014) ص 83.
- 2 محمد سعد أبو عامود: الرأي العام والتحول الديمقراطي (الاسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2012) ص 101.
- 3 صبحي عسيلة: دراسات الرأي العام العربي بعد الثورات العربية، محاضرة بمركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، 20 أغسطس 2015.
- 4 Michael Herrmann (2014): Polls, coalitions and strategic voting under proportional representation, *Journal of Theoretical Politics*, July 2014; vol. 26, 3: pp. 442-467.
- 5 Joseph Donald Giammo (2004): Polls and Voting Behavior: The Impact of Polling Information on Candidate Preference, Turnout, and Strategic Voting, *PhD Dissertation*, The University of Texas at Austin, p.1.
- 6 دينا عادل عباس مصطفى شلبي: 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، 2017).
- 7 محمد لطفي الشيمي: إشكاليات قياس الرأي العام في مصر، دراسة حالة على مراكز استطلاعات الرأي العام، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنيا: كلية الآداب- قسم الإعلام، 2016).
- 8 صدفة محمد محمود ونجوان فاروق شبيحة: دور استطلاعات الرأي العام في صنع السياسة العامة، المؤتمر الدولي الأول حول استطلاعات الرأي العام واتخاذ القرار: بين النظرية والتطبيق، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار 6-8 فبراير 2007.
- 9 Agus Trihartono (2013): A vox populi reflector or public entertainer? mass media polling in contemporary indonesia, *Procedia Environmental Sciences* (17), PP. 928 – 937
- 10 Robin Sproul: Exit Polls, Better or worse since 2000 Election, Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, John F. Kennedy School of Government, Harvard College, 2008.
- 11 Freeman, S. and Others (2006): 2006 Election Verification Exit Poll Project Plan, In Conjunction with Campaign, Stephanie Singer, Director, 2006.
- 12 Russell D. Renkae (2010): The good, the Bad, and the Ugly of Public Opinion Polls, Southeast Missouri State University, Available at: http://cstl-cla.semo.edu/rdrenka/Renka_papers/polls.htm, Retrieved on 12/5/2013.
- 13 Parsons, C. (2007). Web-based surveys: Best practices based on the research literature. *Visitor Studies*, 10, 13-33. On: http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/10645570701263404#.Vm_wFUdIrLb0
- 14 Van Selm, M., & Jankowski, N. W. (2006). Conducting online surveys. *Quality and Quantity*, 40(3), 435-456. On: <http://link.springer.com/article/10.1007/s11135-005-8081-8>.
- 15 Hart, A. M., Brennan, C. W., Sym, D., & Larson, E. (2009). The impact of personalized prenotification on response rates to an electronic survey. *Western journal of nursing research*, 31(1), 17-23. On: <http://wjn.sagepub.com/content/31/1/17.full.pdf+html>.
- 16 Mangan, M. A., & Reips, U. D. (2007). Sleep, sex, and the Web: Surveying the difficult-to-reach clinical population suffering from sexsomnia. *Behavior Research Methods*, 39(2), 233-236. On: <https://scholar.google.com/eg/scholar?hl=ar&q=Mangan+%26+Reips%2C+2007&btnG>

- 17 Seligman, Martin E. P.; Rashid, Tayyab; Parks, Acacia C. (2006): Positive psychotherapy. *American Psychologist*, Vol 61(8), Nov 2006, 774-788. On: <http://psycnet.apa.org/journals/amp/61/8/774/>.
- 18 Van Selm, OP., Cit.
- 19 محمد لطفي الشيمي، مرجع سابق.
- 20 خالد صلاح الدين: 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 2015. ص ص 1-48.
- 21 أحمد تهايمي عبد الحى: 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، 2014)*.
- 22 عماد عبد المقصود شلبي: خريطة مراكز استطلاعات الرأي العام في مصر الملامح والإشكاليات، *المؤتمر الدولي التاسع والثلاثون للإحصاء وعلوم الحاسب الآلي وتطبيقاتها* " دور استطلاعات الرأي العام في ترشيد عملية صنع السياسة"، القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، مايو 2014.
- 23 ماجد عثمان: صناعة قياس الرأي العام: إشكاليات مرتبطة بمراحل التحول، *مجلة الديمقراطية*، العدد 58، أبريل 2015، ص ص 91-98.
- 24 حنان صدقي أعطي: 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، 2012).
- 25 هالة الأباصيري وآخرون: استطلاع رأي المواطنين حول استطلاعات الرأي العام (القاهرة، مركز استطلاع الرأي العام بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، 2006).
- 26 Walsh, Elias, Sarah Dolfen, and John DiNardo. 2009. "Lies, Damn Lies, and Pre-election Polling." *American Economic Review*, Vol. 99(2): 316-322.
- 27 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.
- 28 Groves, Robert M., and Lars Lyberg. 2011. "Total Survey Error: Past, Present, and Future." *Public Opinion Quarterly* 74:849-879
- 29 Siah, C. Y. (2005). All that glitters is not gold: Examining the perils and obstacles in collecting data on the Internet. *International Negotiation*, 10, 115-130.
- 30 Keller, H. E., & Lee, S. (2003). Ethical issues surrounding human participants research using the Internet. *Ethics and Behavior*, 13, 211-219
- 31 Siah, C. Y. (2005), Op. Cit.
- 32 Parsons, C. (2007). Web-based surveys: Best practices based on the research literature. *Visitor Studies*, 10, 13-33. On: http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/10645570701263404#.Vm_wFUdIrLb0
- 33 Ibid.
- 34 Fisher, S. H., & Herrick, R. (2013), , Op. Cjt.
- 35 زكريا عبدالسميع ومصطفى ربيع: أثر انتشار التليفون المحمول على استطلاعات الرأي العام في مصر، بحث مقدم لمؤتمر دور استطلاعات الرأي العام في ترشيد عملية صنع السياسة (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 2014).
- 36 حنان صدقي أعطي، مرجع سابق.
- 37 مها محمد حسن صبري: أسباب رفض الاستجابة في المقابلة الهاتفية بمركز استطلاع الرأي العام بمصر، *مركز استطلاع الرأي العام*، سبتمبر 2011. (القاهرة: مركز استطلاع الرأي العام بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، 2011).
- 38 أيمن منصور ندا: 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 2010. ص 1-40.
- 39 Nada Aly Amin: Interviewer Effect in Telephone Surveys in Egypt, *Public Opinion Poll Center*, Information and Decision Support Center, June 2009.
- 40 Gabriele B.Durrant (2010): Effects of Interviewer Attitudes and Behaviors on Refusal in Household Surveys, *Public Opinion Quarterly*, Vol.74(1), February 2010, pp1-26
- 41 محمد علي شومان: الأساليب الحديثة في قياس الرأي العام، ص ص173-206. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، العدد الثالث، يولية / سبتمبر 2000. ص ص 173 - 206.
- 42 هالة محمد الأباصيري ومحمود القصبي: كيف تنشر الصحف المصرية نتائج استطلاعات الرأي العام؟ ورقة منشورة (القاهرة: مركز الرأي العام بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، 2009) ص 25.
- 43 Okoth, David (2009): A Comparative Analysis of the New York Times [U.S.A.] and the Nation Media Group [Kenya] Presidential Opinion Polls Coverage 90 Days Prior to Election Day, *Unpublished M.A Dissertation*, Marshall University, U.S.A.
- 44 أيمن منصور ندا: وسائل الإعلام وعلاقتها بظاهرة "توهم المعرفة" في استطلاعات الرأي العام في مصر، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الثالث، العدد الرابع، أكتوبر/ ديسمبر 2002، ص ص109-161.
- 45 Heather Knappen (2014): Capturing the Effects of Public Opinion Polls on Voter Support in the NY 25th Congressional Election, *Unpublished Master Thesis*, Department of Science, Technology and Public Policy, College of Liberal Arts, Rochester Institute of Technology, Rochester, New York, December 23, 2014.
- 46 Michael Ragozzino & Todd K. Hartman (2014): The Influence of Public Opinion Polls on Issue Preferences, Available at : http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2532324
- 47 أيمن منصور ندا: البلدان العربية والإسلامية في استطلاعات الرأي العام الأمريكية 1935-2018، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، مج 41، ع 478، ديسمبر 2018. متاح على الرابط التالي: <http://search.mandumah.com/Record/931710>
- 48 مها محمد رجب الوزير: اتجاهات الرأي العام الأمريكي نحو الصراع العربي الإسرائيلي وعلاقتها بالاهتمام بالأخبار الدولية في الراديو و التلفزيون : دراسة تتبعية منذ 1948 حتى 2009، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2011).
- 49 أيمن منصور ندا: هل تغيرت صورة الولايات المتحدة في مصر خلال العقد الماضي؟ دراسة للتغيرات التي طرأت على اتجاهات الرأي العام المصري نحو الولايات المتحدة (1999-2008)، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد التاسع، العدد الثالث، يناير/ يونيو 2009، ص ص409-456.
- 50 أيمن منصور ندا: توجهات استطلاعات الرأي العام الأمريكية عن الإسلام والمسلمين قبل أحداث الحادي عشر من سبتمبر وبعدها، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام، الإعلام بين الحرية والمسئولية، 1-3 يوليو 2008. ص ص 1249 - 1332
- 51 أيمن منصور ندا: توجهات استطلاعات الرأي العام الأمريكية عن مصر خلال الفترة من 1952-2007، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الرابع للاكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، وسائل الإعلام الجديدة وأفاق المستقبل، القاهرة، 20-21 مايو 2008.
- 52 فاطمة الزهراء محمد السيد: استطلاعات الرأي العام في الانتخابات الأمريكية : تهاقت التحليل وتجاهل الواقع، مركز الجزيرة للدراسات الإعلامية، يناير 2017.
- 53 محمد لطفي الشيمي، مرجع سابق.
- 54 أيمن منصور ندا: توجهات استطلاعات الرأي العام الأمريكية عن الإسلام والمسلمين قبل أحداث الحادي عشر من سبتمبر وبعدها، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام، الإعلام بين الحرية والمسئولية، 1-3 يوليو 2008. ص ص 1249 - 1332.
- 55 الاستطلاعات متاحة على موقع المركز المصري لبحوث الرأي العام (بصيرة) على الرابط التالي:- <http://www.baseera.com.eg/>
- 56 سامي طابع: بحوث الإعلام (القاهرة: دار النهضة العربية، 2000)، ص 165.

- 57 Payne, G., & Payne, J (2004). *Key concepts in social research*. (London: SAGE Publications), pp. 214-218.
- 58 جميع الاستطلاعات متاحة على موقع المركز على الرابط التالي:
http://www.baseera.com.eg/recentnolls_ar.aspx
- 59 عد الغفار، عادل، "الرأي العام والانتخابات"، مجلة الديموقراطية، العدد 55، مؤسسة الأهرام للصحافة، القاهرة، مصر، 2014.
- 60 Gallup Methodology, Available at:
<http://www.gallup.com/178685/methodology-center.aspx>.
- 61 <http://www.gallup.com/poll/158444/americans-give-obama-better-odds-win-election.aspx>.
- 62 <http://www.gallup.com/poll/182990/economic-confidence-index-down-sharply-last-week.aspx>.
- 63 <http://www.gallup.com/poll/158399/2012-electorate-looks-like-2008.aspx>.
- 64 <http://www.gallup.com/poll/174017/obama-averages-job-rating-22nd-quarter.aspx>.
- 65 - <http://www.gallup.com/poll/179753/obama-approval-drops-among-working-class-whites.aspx>
- <http://www.gallup.com/poll/179921/obama-loses-support-among-white-millennials.aspx>
- 66 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.
- 67 Sara Pasadas del Amo & Manuel Trujillo: Using Dual Frame Samples of Cell and Landline Phones in Spain: Challenges and Outcomes, *Cairo International Conference on Public Opinion*, 2010.
- 68 فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام- تصميمها وإجراؤها وتحليلها (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2001)، ص 32.
- 69 ماجد عثمان: متاح على الرابط التالي:
<http://www.almasryalyoum.com/news/details/53812>
- 70 هشام عطية: صحف وصناديق توجيه سلوك التصويت وتشكيل معارف الجمهور (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، 2014) ص 87.
- 71 <https://www.pewresearch.org/methods/u-s-survey-research/our-survey-methodology-in-detail/>
- 72 <https://www.pewresearch.org/methods/2017/05/15/what-low-response-rates-mean-for-telephone-surveys/>
- 73 <https://news.gallup.com/opinion/methodology/225143/listening-state-telephone-surveys.aspx>
- 74 Ibid
- 75 ماجد عثمان: مصداقية استطلاعات الرأي العام، جريدة المصري اليوم الإلكترونية: <http://www.almasry-alyoum.com> بتاريخ 4/ 4/ 2009
- 76 قدرى حنفي: مؤتمر حرية التعبير 2004، متاح على موقع جريدة المستقبل الإلكترونية على الرابط التالي:
<http://www.almustaqbal.com/storiesprintpreview.aspx?storyid=8799>