

סקרים –

אמידה והטייות –

סקרים וזעת קהל –

ביקורת על סקרים – 3

"סקרים ודעת קהל" - סילבוס

- ◆ סקרים בתנאים אופטימליים – המדגם והאוכלוסייה – רמת הדיוק והטעות המקרית
- ◆ אם כל כך טוב למה כל כך רע? – הביקורת על הסקרים כלל והסקרים בישראל בפרט, הצעות חוק לאיסור פרסום תוצאות סקרים לפני בחירות
- ◆ הסקרים כמשפיעים על דעת הקהל – רק שלילה?
- ◆ הבסיס המדעי לעריכת הסקרים – תורת הדגימה, דגימה מקרית פשוטה, דגימת אשכולות (משקי בית), דגימת שכבות (אזורים גיאוגרפיים) – חלוקה לשכבות לאחר הסקר והשקלול בסקרים
- ◆ הסקרים המעשיים - סקרים טלפוניים, סקרים פנים אל פנים, וקבוצות מיקוד
- ◆ הסקרים כמקרה פרטי של מחקרים סטטיסטיים – המחקר הגדול ביותר התולדות האנושות
- ◆ "הסקרים האחרים" – סקרי שביעות רצון במסחר ובתעשייה, סקרים לקביעת מדיניות מסחרית
- ◆ הטיות בסקרים, חוסר תשובה, אורך השאלון, ניסוח השאלות, ומיקום השאלה בשאלון.
- ◆ בעיות מבניות – "רצייה חברתית", "לשאל את חסר המידע"
- ◆ סקרים ככלי לעיצוב אסטרטגית בחירות וקביעת מדיניות ציבורית
- ◆ סקרים טלפונים במערכת בחירות ומדגם קלפיות
- ◆ השפעת מבנה השאלה על המשיב: "השאלה הפתוחה", "השאלה הסגורה" ו"השאלה החצי פתוחה"
- ◆ השפעת מיקום השאלה על התשובות בשאלונים טלפוניים וויזואליים
- ◆ מניפולציה של הסקרים והתקשורת - על הסקרים כברומטרים מוטעים לדעת קהל
- ◆ מניפולציה של הסקרים- המשך- פירסום ופירסומת בעזרת סקרים
- ◆ **רשימה ביבליוגרפית:**
- ◆ פוקס ק., בר-לב ש. "אמת וסקר" הוצאת הקיבוץ המאוחד ואוניברסיטת חיפה, 1998
- ◆ Cochran, W.G., "Sampling techniques", 3rd Edition, Wiley, NY, 1977
- ◆ Waksberg, J. "Sampling Methods for Random Digit Dialing", Journal of the American Statistical Association, 1978, 40-46
- ◆ Utts, J. "Seeing through statistics", 3rd Edition, Thomson Brooks/Cole, CA, 2005

הנחות במודל
האופטימלי –
וסטיות מהן
במציאות

הנחות בסיסיות

1. האוכלוסייה מוגדרת היטב, ואנחנו דוגמים מתוכה
2. המסכימים והלא מסכימים להשתתף בסקר אינם שונים בתכונותיהם **ביחס לשאלות הסקר**
3. הנשאלים עונים תשובות "נכונות" לשאלות שאליהן יש תשובות "נכונות"
4. הנשאלים, אינם משקרים בתשובותיהם (התשובות אינן מושפעות מגורמים פסיכולוגיים ורצייה חברתית) (התשובות אינן מושפעות מגורמים פסיכולוגיים ורצייה חברתית) הן לגבי שאלות המחקר והן לגבי שאלות הרקע
5. אין בסקר שאלות "מובילות" ומניפולטיביות הגורמות לנישאלים לענות אחרת מאשר היו מבצעים במציאות – זהירות משאלות מהסוג "What if", "מה היה קורה לו.."
6. התכנון והביצוע של הסקר בשטח הם אופטימליים (תחת האילוצים)

הנחות בסיסיות

1. הנשאלים עונים תשובות "נכונות" לשאלות שאליהן יש תשובות "נכונות"





כשרים	3,148,364
פסולים	52,409
מצביעים	3,200,773
בעלי זכות	4,720,074
בחירה אחוז ההצבעה	67.81%

היתרונות של התייחסות לדוגמה זו:

- ◆ משתנה דיכוטומי
- ◆ האוכלוסייה מוגדרת היטב והתוצאה באוכלוסייה ידועה
- ◆ ניתן לחשב בקלות טעות דגימה תחת הנחה של דגימה מקרית פשוטה "712 איש..טעות דגימה מירבית היא פלוס-מינוס 4%"
- ◆ בתכנוני דגימה "משוכללים יותר" טעות הדגימה הייתה צריכה להיות קטנה עוד יותר
- ◆ ההפרש בין התוצאה במדגם לבין זו שבאוכלוסייה - גדול

הנחות בסיסיות

1. הנשאלים, אינם משקרים בתשובותיהם (התשובות אינן מושפעות מגורמים פסיכולוגיים ורצייה חברתית) (התשובות אינן מושפעות מגורמים פסיכולוגיים ורצייה חברתית) הן לגבי שאלות המחקר והן לגבי שאלות הרקע

תכנית דגימה: שלב אחד - Post-stratification תוצאות : הצבעה ב-99 , ה-א - ים

			99
העבודה	25.0%	31.3%	21.7%
הליכוד	32.1%	40.3%	15.1%
ש"ס	5.4%	6.8%	13.9%
מר"צ	4.8%	6.0%	8.1%
ישראל בעליה	1.1%	1.4%	6.0%
שינוי	3.4%	4.3%	5.4%
מפלגת המרכז	0.5%	0.6%	5.9%
מפד"ל	2.2%	2.7%	4.9%
אגודת ישראל	2.3%	2.9%	4.3%
האיחוד הלאומי	1.9%	2.3%	3.5%
ישראל ביתנו	0.6%	0.8%	3.0%
עם אחד	0.5%	0.6%	2.2%
מפלגה אחרת	2.5%		
פתק לבן	0.5%		
מסרב להשיב	5.4%		
לא הצבעתי	11.5%		

כתבה ב"הארץ 29.11.2002

תאריך חלק: 29/11/2002 עתיד: הארץ
 עמוד: 14 מילים: 93
 קר מבחנות: הליכוד וכה ליותר קולות בסך
 כתב: ורטר יוסי
 לוגו: בחירות 2003
 בוחרה על:

[illegible]

תוספת בדו"ח שנשלח ל"הארץ"

.....ניתוח התוצאות בסקר הנוכחי נערך תחת ההנחה שתשובות הנישאלים הן אמינות (דהינו, אוכלוסיות מסוימות נוטות יותר מאחרות להשתתף בסקר). אם לעומת זאת, ההסבר השני הוא ההסבר הנכון, (דהינו, יש בעיה באמינות הנתונים) הדבר מוסיף רמה של הטיה בשיעור לא ידוע בתוצאות הסקר (וגם של סקרים אחרים המתפרסמים חדשות לבקרים). הטיה זו מתווספת לטעות המקרית.

שינויים בשאלונים בטקוים ובאיים ל"הארץ"

- מעבר מ"שאלה פתוחה" לשאלה סגורה" בדבר ההצבעה ב – 1999
- קביעת סדר הקראת המפלגות כך שהמפלגות "הנשכחות מוזכרות ראשונות
- שלושת המפלגות הראשונות המוזכרות היו :
- ש"ס
- איחוד לאומי
- מפד"ל
- שיעור האנשים שאמרו בסקרים שהצביעו לליכוד ב – 1999 ירד בהמשך מ – 40% ל – 30% (שיעור ההצבעה הכללי ב – 1999 היה, כאמור 15%)
- ולמקורות אחרים של הטייה...

הנחות בסיסיות

1. אין בסקר שאלות "מובילות" ומניפולטיביות הגורמות לנישאלים לענות אחרת מאשר היו מבצעים במציאות – זהירות משאלות מהסוג "What if", "מה היה קורה לו.."

סקר של 1000 איש – "לוקח מכולם"



1 מ-איחוד לאומי, וגם 1 מ-מר"צ,

2 מ-ש"ס וגם 3 מ-שינוי,

1 מ-ליכוד וגם 2 מ-

ראה "ביום הבחירות" ו"בתוך הקלפי"



ולצורת הדגימה בפועל

הנחות בסיסיות

1. התכנון והביצוע של הסקר בשטח הם אופטימיים (תחת האילוצים)



The New York Times | CBS NEWS Poll

How the Poll Was Taken

The latest New York Times/CBS News Poll is based on telephone interviews conducted Friday through Sunday with 1,138 adults throughout the United States. Of these, 856 said they were registered to vote.

The sample of telephone exchanges called was randomly selected by a computer from a complete list of more than 36,000 active residential exchanges across the country.

Within each exchange, random digits were added to form a complete telephone number, thus permitting access to both listed and unlisted numbers. Within each household, one adult was designated by a random procedure to be the respondent for the survey.

The results have been weighted to take account of household size and number of telephone lines into the residence and to

adjust for variations in the sample relating to geographic region, race, sex, age, and education.

In theory, in 19 cases out of 20 the results based on such samples will differ by no more than three percentage points in either direction from what would have been obtained by seeking out all American adults.

For smaller subgroups the potential sampling error is larger. For example, it is plus or minus five percentage points for either Democrats or Republicans or independents taken as a separate group.

In addition to sampling error, the practical difficulties of conducting any survey of public opinion may introduce other sources of error into the poll. Variations in question wording or the order of questions, for instance, can lead to somewhat different results.

"אין להניח שרבים מאנשי המקצוע בישראל יחלקו על
כך של רמת התכנון של הסקרים (כגון זה דלעיל)
שונה מהותית מזו של רוב הסקרים הטלפוניים

סיכום מקורות הטייה עד כה:

- (1) חוסר תשובה דיפרנציאלי (אין MAR)
 - (2) אוכלוסיית היעד (להבדיל מהאוכלוסייה הוירטואלית של "לו הבחירות היו מתקיימות היום") לא מוגדרת היטב בעת עריכת הסקר
 - (3) נתונים חסרים על גודלי תת-אוכלוסיות בחלוקה לשכבות לאחר הדגימה
 - (4) ביצוע לא אופטימלי של הסקר בשטח
 - (5) בעיות באמינות נתונים, הן בשאלות המחקר והן ברקע
- אבל, בביצוע סקרים לאורך זמן, רמת האמינות של המגמות (דלתה) עשויה להיות גדולה יותר**

היגיון בשיגעון -זאב גלילי , 21/5/2006

את המעשה סיפר XXX שהמחיש באמצעותו את העובדה ש :

✓ 'סקרים הם שקרים'

✓ הסקרים חסרי בסיס, יש בהם אפקט של עדר וייתכן שהם נעשים כמניפולציות

✓ שימוש בסקרים הוא כרפואת אליל

◆ מעשה ביהודי שבא לעיירה ופרסם קול קורא : אני אמתח חבל מעל לנהר השוטף והקוצף, ואעבור עליו מן הגדה האחת לשנייה.
■ מחיר ההצגה : 10 קופיקות.

◆ יהודי העיירה נהרו לגדות הנהר בנעריהם ובזקניהם. היה שם אכן חבל מתוח בין שתי הגדות, אבל היהודי הלוליון עלה על במה והצהיר : ללכת על חבל מעל הנהר איני יודע.

◆ אם אתם רוצים לראות יהודי נופל למים השוצפים תמורת 10 קופיקות, אני מוכן לעשות זאת.

◆ היהודים, רחמנים בני רחמנים, החליטו לוותר גם על ההצגה וגם על הקופיקות. בטרם התפזרו הודיע הלוליון המדומה : יש לי הודעה חשובה - מחר תהיה הופעה נוספת.

היגיון בשיגעון – (2)

אנחנו הטיפשים

◆ XXX סיפר מעשה זה בהרצאה שנשא בכנס השנתי של האיגוד הישראלי לסטטיסטיקה... הסיפור נועד להמחיש את המסקנה העיקרית של נושא ההרצאה שלו, שהיה "משאלי דעת קהל: מי הטיפש".

◆ הטיפשים הם אנחנו, הנעזרים בסקרים, עורכים אותם שוב ושוב ומאמינים להם, אומר XXX. ומי שאומר שאין אלטרנטיבה, כאילו אמר שאין ברירה אלא להיעזר ברפואת אליל.

◆ באמתחתו של XXX שורה של דוגמאות שגם ההדיוט יכול להסיק מהן כי אי אפשר לסמוך על סקרים, מפני שחלק גדול מן הנשאלים משקרים.

◆ מספר לי XXX: "פרופ' קמיל פוקס, ראש המחלקה לסטטיסטיקה של אוניברסיטת תל-אביב, הוא אדם שאני מאוד מחבב. הוא סיפר לי כי לאחר הבחירות הקודמות, שבהן שיעור המצביעים היה 68.9 אחוזים, הוא ערך סקר טלפוני שבו הציג שתי שאלות: האם הצבעת בבחירות, ולמי הצבעת. 90 אחוז מהנשאלים השיבו כי השתתפו בהצבעה. כלומר: יותר משני שליש מאלה שלא הלכו לקלפי, אמרו שהצביעו. זה הפך כמובן לבלתי רלבנטי את התשובות לשאלה השנייה".

היגיון בשיגעון – (3)

למה הנשאלים משקרים?

❖ לדברי XXX, לנשאלים ששיקרו לא היה נעים, אפילו כלפי עצמם, להגיד "לא הצבעתי". ההצבעה נחשבת חובה אזרחית שלא יפה לא למלא אותה. "זה מאוד ידוע ומוכר בפסיכולוגיה. אינני ממציא את הגלגל. התופעה הזו פוסלת את כל נושא הסקרים".

❖ הנטייה הזו איננה ישראלית דווקא. במירוץ לתפקיד מושל מדינת קונטיקט בארצות הברית התמודדו שלושה מועמדים: האחד קיבל 37 אחוז, השני 33 אחוז, והשלישי 30 אחוז. לפי חוקת קונטיקט נבחר המועמד שקיבל 37 אחוז.

❖ אחרי שלושה שבועות נערך סקר שבו הוצגה השאלה "למי הצבעת", ו-57 אחוז השיבו כי הצביעו בעד המנצח.

❖ חמורה יותר התוצאה וההשפעה של סקרים שנערכים לפני הבחירות. "סקרים כאלה", אומר לי XXX, "הם חסרי בסיס. אי אפשר לבדוק אותם וייתכן שהם נעשים כמניפולציות. קדימה הרי התחילה ב-43 מנדטים בסקרים. יכול להיות שהתוצאה הזו הייתה מצוצה מן האצבע".

היגיון בשיגעון – (4)

אם המדגם 'נכון', למה אנשים משקרים לסוקר?

◆ בסקרים פוליטיים יש אפקט של עדר. כשכל הסקרים אומרים שאולמרט מוביל ושרון גיבור, אנשים אינם משיבים לסוקר מה שהם באמת חושבים, אלא מה שנראה להם כמקובל. לא נעים לך להודות שאתה ימני קיצוני ושאתה מצביע לאפי איתם או לאביגדור ליברמן".

לסקרים יש גם השפעה על התוצאה ועל עצם ההתמודדות

■ הדבר בולט במיוחד כשיש יותר משני מתמודדים. כך היה כשהתמודדו ברק, נתניהו ואיציק מרדכי (בבחירות האישיות לראשות הממשלה ב-1999). בסקרים שנערכו כמה חודשים לפני הבחירות, קיבל כל אחד מהמתמודדים כ-30 אחוז, כששיעור התמיכה במרדכי היה מעט נמוך מזה שזכו לו השניים האחרים. בסקר הבא מרדכי ירד עוד יותר. ירידתו נמשכה עוד ועוד, עד שהתמיכה בו הגיעה ל-6 אחוזים, והוא פרש מן המירוץ.

היגיון בשיגעון – (5)

ניתן לערוך סקרים טובים, אבל..

יש דרך לערוך סקרים אמינים יותר, אומר XXX, אך היא יקרה מאוד. כדי להבין אותה צריך לדעת קצת מתמטיקה. מדובר בסקר שבו אתה אוסף קבוצה אקראית של מספרי תעודות זהות ומאתר את בעליה של כל אחת מהם. ואם אחד נסע לניו-יורק והשני נופש באילת אתה צריך למצוא אותם ולהציג להם את השאלות.

בפועל זה לא נעשה כך. והבעיה העיקרית – העובדה שהאנשים אינם אומרים אמת - תישאר גם אם הסקרים ייערכו בשיטה יותר משוכללת. גרוע מזה: כל אחד יכול לערוך סקרים ולפרסם תוצאות ולהגיד מה שהוא רוצה. כדי לעסוק ברפואה צריך ללמוד כמה שנים ולקבל רישיון. עריכת סקרים, שהם נושא מרכזי בחיינו, פתוחה בפני כל אדם.

עורכי סקרים עושים מניפולציות

"השתתפתי פעם בוועדה ממלכתית", מספר XXX, "ויושב ראש הוועדה רצה להזמין סקר מאיזו חברת סקרים. סקר לא פוליטי, של מה אתה מעדיף - א' או ב'. מחברת הסקרים אמרו: תגידו לנו איזו תוצאה אתם רוצים".

והמסקנה: סקרים הם שקרים.

היגיון בשיגעון –המרואיין

♦ חתן פרס נובל לכלכלה, פרופסור
ישראל אומן,

פרופ' אומן-נימוקים עיקריים לפסילת הסקרים

1. "האנשים משקרים בסקרים" – רצייה חברתית ואפקט של עדר

1. שיעור הצבעה – "לא היה נעים, אפילו כלפי עצמם, להגיד "לא הצבעתי". ההצבעה נחשבת חובה אזרחית שלא יפה לא למלא אותה."
2. הצבעה בקונטיקט למען המנצח 57% לעומת 37%.
3. כשכל הסקרים אומרים שאולמרט מוביל ושרון גיבור, אנשים אינם משיבים לסוקר מה שהם באמת חושבים, אלא מה שנראה להם כמקובל. לא נעים לך להודות שאתה ימני קיצוני ושאתה מצביע לאפי איתם או לאביגדור ליברמן"

2. סקרים שנערכים לפני הבחירות משפיעים.

1. "ייתכן שהם נעשים כמניפולציות". קדימה הרי התחילה ב-43 מנדטים בסקרים. יכול להיות שהתוצאה הזו הייתה מצוצה מן האצבע."
2. השפעה על התוצאה ועל עצם ההתמודדות: בחירות 1999 כמה חודשים לפני הבחירות, כל אחד כ-30 אחוז, כששיעור התמיכה במרדכי היה מעט נמוך מזה שזכו לו השניים האחרים. בסקר הבא מרדכי ירד עוד יותר. ירידתו נמשכה עוד ועוד, עד שהתמיכה בו הגיעה ל-6 אחוזים, והוא פרש מן המירוץ (זה רע, זה לא לגיטימי, לא רוצים לדעת?)
3. **בסקרים עושים מניפולציות (מסחריות?)** - וועדה ממלכתית", - סקר מאיזו חברת סקרים. סקר לא פוליטי, של מה אתה מעדיף - א' או ב'. מחברת הסקרים אמרו: תגידו לנו איזו תוצאה אתם רוצים". (!!!!)

4. **ניתן לערוך סקרים אמינים יותר**, אך יקר מאוד. כדי להבין אותה צריך לדעת קצת מתמטיקה. מדובר בסקר שבו אתה אוסף קבוצה אקראית של מספרי תעודות זהות ומאתר את בעליה של כל אחת מהם. ואם אחד נסע לניו-יורק והשני נופש באילת אתה צריך למצוא אותם ולהציג להם את השאלות

❖ כיצד זה פותר את הבעיות של: "האנשים משקים בסקרים" – רצייה חברתית ואפקט של עדר, סקרים שנערכים לפני הבחירות משפיעים, מניפולציות (מסחריות?)

❖ והמסקנה: סקרים הם שקרים.

פרופ' לזרביץ וקראוס - נימוקים עיקריים לפסילת הסקרים

1. סקרי דעת הקהל לחיזוי תוצאות הבחירות, שבסיסם מסחרי (?), לא סקרים המדעיים

1. סקר מדעי - דגימה הסתברותית, שיעור גבוה למדי של משיבים בקרב אלה שנדגמו, ביקורות איכות בכל שלבי עריכת הסקר וניתוח סטטיסטי מתוחכם.
2. סקרי הבחירות במערכת הבחירות לא עמדו בקריטריונים אלה בקפדנות.
3. אינן משתמשות בשיטות הדגימה הטובות והיקרות יותר, המאפשרות דגימה הסתברותית.
4. אין ביקורות איכות על מראיינים בתהליכי העבודה של חברות סקרים

2. מסגרת דגימה לא שלמה

1. שימוש במדריכי הטלפון למטרות דגימה, התעלמות מקבוצות משמעותיות באוכלוסייה שלנו שאינן מופיעות במדריכים אלה

3. התעלמות מאחוז הלא משיבים

1. מקור טעות יחיד זה תורם הרבה יותר לדיווח מוטעה מאשר טעות הדגימה

4. תחזיות מוטעות

1. פעם אחר פעם, יש בתחזיות הטיה של 5% לטובת מפלגת העבודה

5. השפעה לא רצויה על דעת הקהל

1. עלולות להשפיע על הציבור בכך שירצה להצטרף למסיבת המנצחים לפי תחזיות הסקרים.
2. זו אינה אזרחות בריאה המעודדת בחירה דמוקרטית אמיתית, שאמורה להתבסס על תפקוד המפלגות, האידאולוגיות שלהן, מצען והמנהיגות שלהן.

פרופ' לזרביץ וקראוס - נימוקים עיקריים לפסילת הסקרים

6. יתרה מזאת, קלפיות המדגם יכולות להיות (?) שגויות מבחינה מדעית

1. מדגם גדול, אבל לא מדגם הסתברותי שמייצג את ציבור הבוחרים.
2. המדגם נעשה על ידי הערוץ הראשון ... בעל נטיות שמאלניות, לכן...
3. מצביעים משקרים... "מצביעים מקבוצות מסוימות סירבו לשתף פעולה, או גרמו בכוונה תחילה להטעיית הסוקרים ולא חזרו בקלפיות המדגם על הצבעתם האמיתית (אידך הם יודעים?)."

7. אירוע תקשורתי ללא הצדקה

1. הצגת תוצאות המדגם מיד לאחר סגירת הקלפיות - אירוע תקשורתי ללא הצדקה, בזבוז כספי ציבור (שמקורם באגרה שאנו משלמים).
2. גרם לעתים לחגיגות מוקדמות מדי של מפלגות אחדות ולתסכול מיותר.

8. והמסקנה..

1. "יש צורך לאסור את עריכת הסקרים לפני הבחירות ו/או את עריכת מדגמי הטלויזיה ביום הבחירות.
2. צמצום השפעות סקרים לא אמינים על שיפוטם ועל כיסיהם של אזרחי המדינה, ישרת היטב את הדמוקרטיה

פרופ' אומן-נימוקים עיקריים לפסילת הסקרים

1. "האנשים משקרים בסקרים" – רצייה חברתית ואפקט של עדר

1. שיעור הצבעה – "לא היה נעים, אפילו כלפי עצמם, להגיד "לא הצבעתי". ההצבעה נחשבת חובה אזרחית שלא יפה לא למלא אותה."
2. הצבעה בקונטיקט למען המנצח 57% לעומת 37%.
3. כשכל הסקרים אומרים שאולמרט מוביל ושרון גיבור, אנשים אינם משיבים לסוקר מה שהם באמת חושבים, אלא מה שנראה להם כמקובל. לא נעים לך להודות שאתה ימני קיצוני ושאתה מצביע לאפי איתם או לאביגדור ליברמן"

2. סקרים שנערכים לפני הבחירות משפיעים.

1. "ייתכן שהם נעשים כמניפולציות". קדימה הרי התחילה ב-43 מנדטים בסקרים. יכול להיות שהתוצאה הזו הייתה מצוצה מן האצבע."
2. השפעה על התוצאה ועל עצם ההתמודדות: בחירות 1999 כמה חודשים לפני הבחירות, כל אחד כ-30 אחוז, כששיעור התמיכה במרדכי היה מעט נמוך מזה שזכו לו השניים האחרים. בסקר הבא מרדכי ירד עוד יותר. ירידתו נמשכה עוד ועוד, עד שהתמיכה בו הגיעה ל-6 אחוזים, והוא פרש מן המירוץ (זה רע, זה לא לגיטימי, לא רוצים לדעת?)
3. **בסקרים עושים מניפולציות (מסחריות?)** - וועדה ממלכתית", - סקר מאיזו חברת סקרים. סקר לא פוליטי, של מה אתה מעדיף - א' או ב'. מחברת הסקרים אמרו: תגידו לנו איזו תוצאה אתם רוצים". (!!!!)

- ## 4. ניתן לערוך סקרים אמינים יותר, אך יקר מאוד. כדי להבין אותה צריך לדעת קצת מתמטיקה. מדובר בסקר שבו אתה אוסף קבוצה אקראית של מספרי תעודות זהות ומאתר את בעליה של כל אחת מהם. ואם אחד נסע לניו-יורק והשני נופש באילת אתה צריך למצוא אותם ולהציג להם את השאלות

כיצד זה פותר את הבעיות של: "האנשים משקים בסקרים" – רצייה חברתית ואפקט של עדר, סקרים שנערכים לפני הבחירות משפיעים, מניפולציות (מסחריות?)

והמסקנה: סקרים הם שקרים.

כך לא עורכים סקרים (1)

לזרביץ ברנרד, קראוס ארנסט 11.07.1996

- באחרונה חווינו פעם נוספת את כישלונם של סקרי דעת הקהל לחזות את תוצאות הבחירות. הגיע הזמן שהציבור יבין שסקרים אלה, שבסיסם מסחרי, רחוקים מהסקרים המדעיים שפותחו, בתשומת לב רבה, באוניברסיטאות המערביות ככלים לאיסוף אינפורמציה.
- מהן הדרישות מסקר מדעי? דגימה הסתברותית, שיעור גבוה למדי של משיבים בקרב אלה שנדגמו, ביקורות איכות בכל שלבי עריכת הסקר וניתוח סטטיסטי מתוחכם. סקרי הבחירות במערכת הבחירות לא עמדו בקריטריונים אלה בקפדנות.
- בשיטה המקובלת בקרב מבצעי סקרי דעת קהל מסחריים נעשה שימוש במדריכי הטלפון למטרות דגימה, ובכך מתעלמים מקבוצות משמעותיות באוכלוסייה שלנו שאינן מופיעות במדריכים אלה.
- חברות הסקרים אינן משתמשות בשיטות הדגימה הטובות והיקרות יותר, המאפשרות דגימה הסתברותית. חברות אלה גם אינן מזכירות, ובדרך כלל אינן מחשבות, את אחוז המסרבים להתראיין. מקור טעות יחיד זה תורם הרבה יותר לדיווח מוטעה מאשר טעות הדגימה.
- נתוני סקר איכותיים דורשים ביקורות איכות עקביות של עבודת המראיינים ושל הדרך שבה תוכנית הראיונות מטופלת על ידי צוות מארגני הסקר. ביקורות כאלה חסרות בתהליכי העבודה של חברות סקרי דעת הקהל.

כך לא עורכים סקרים (2)

◆ דפוסי ההצבעה נחקרו, במשך כמחצית המאה, על ידי צוותים אקדמיים בכמה מדינות, כמו ארה"ב או אנגליה. שיטות העבודה של צוותים אלה והנתונים הסטטיסטיים המתוחכמים שהשתמשו בהם זמינים.

◆ אבל חברות סקרי דעת הקהל בארץ משתמשות בשיטות סטטיסטיות פשוטות מאוד ולא מספיקות, וכמעט תמיד באחוזים מותאמים בלבד, כאשר הן מציגות את התחזיות לתוצאות הבחירות. האם חברות אלה הצליחו לגלות מדוע, פעם אחר פעם, יש בתחזיותיהן הטיה של 5% לטובת מפלגת העבודה?

◆ בנוסף לחוסר הדיוקים המדעיים שבסקרים, יש להם השפעה לא רצויה על דעת הקהל. למשל, הן עלולות להשפיע על הציבור בכך שירצה להצטרף למסיבת המנצחים לפי תחזיות הסקרים. זו אינה אזרחות בריאה המעודדת בחירה דמוקרטית אמיתית, שאמורה להתבסס על תפקוד המפלגות, האידאולוגיות שלהן, מצען והמנהיגות שלהן.

◆ יתרה מזאת, קלפיות המדגם יכולות להיות שגויות מבחינה מדעית. המצביעים בקלפיות אלה מהווים מדגם גדול, אבל לא מדגם הסתברותי שמייצג את ציבור הבוחרים.

כך לא עורכים סקרים (3)

❖ כיוון שהמדגם נעשה על ידי הערוץ הראשון של הטלוויזיה, אשר לדעת רבים יש לו נטיות שמאלניות, מצביעים מקבוצות מסוימות סירבו לשתף פעולה, או גרמו בכוונה תחילה להטעיית הסוקרים ולא חזרו בקלפיות המדגם על הצבעתם האמיתית.

❖ הצגת תוצאות ספירת הקולות בקלפיות המדגם מיד לאחר סגירת הקלפיות הפכה לאירוע תקשורתי ללא הצדקה, הגורם לבזבוז כספי ציבור (שמקורם באגרת הטלוויזיה שאנו משלמים). זה גרם יותר מפעם אחת לחגיגות מוקדמות מדי של מפלגות אחדות ולתסכול מיותר.

❖ בהתחשב בבזבוז המשאבים רק לשם סיפוק אינפורמציה כאילו חדשותית, יש צורך לאסור את עריכת הסקרים לפני הבחירות ו/או את עריכת מדגמי הטלוויזיה ביום הבחירות. אם מפלגות רוצות להשתמש בסקרים כאלה לצרכים פנימיים, זכותן לעשות זאת. אבל צמצום השפעות סקרים לא אמינים על שיפוטם ועל כיסיהם של אזרחי המדינה, ישרת היטב את הדמוקרטיה.

❖ הכותבים הם פרופסורים לסוציולוגיה באוניברסיטת בר אילן

פרופ' לזרביץ וקראוס - נימוקים עיקריים לפסילת הסקרים

1. סקרי דעת הקהל לחיזוי תוצאות הבחירות, שבסיסם מסחרי (?), לא סקרים המדעיים

1. סקר מדעי - דגימה הסתברותית, שיעור גבוה למדי של משיבים בקרב אלה שנדגמו, ביקורות איכות בכל שלבי עריכת הסקר וניתוח סטטיסטי מתוחכם.
2. סקרי הבחירות במערכת הבחירות לא עמדו בקריטריונים אלה בקפדנות.
3. אינן משתמשות בשיטות הדגימה הטובות והיקרות יותר, המאפשרות דגימה הסתברותית.
4. אין ביקורות איכות על מראיינים בתהליכי העבודה של חברות סקרים

2. מסגרת דגימה לא שלמה

1. שימוש במדריכי הטלפון למטרות דגימה, התעלמות מקבוצות משמעותיות באוכלוסייה שלנו שאינן מופיעות במדריכים אלה

3. התעלמות מאחוז הלא משיבים

1. מקור טעות יחיד זה תורם הרבה יותר לדיווח מוטעה מאשר טעות הדגימה

4. תחזיות מוטעות

1. פעם אחר פעם, יש בתחזיות הטיה של 5% לטובת מפלגת העבודה

5. השפעה לא רצויה על דעת הקהל

1. עלולות להשפיע על הציבור בכך שירצה להצטרף למסיבת המנצחים לפי תחזיות הסקרים.
2. זו אינה אזרחות בריאה המעודדת בחירה דמוקרטית אמיתית, שאמורה להתבסס על תפקוד המפלגות, האידאולוגיות שלהן, מצען והמנהיגות שלהן.

פרופ' לזרביץ וקראוס - נימוקים עיקריים לפסילת הסקרים

6. יתרה מזאת, קלפיות המדגם יכולות להיות (?) שגויות מבחינה מדעית

1. מדגם גדול, אבל לא מדגם הסתברותי שמייצג את ציבור הבוחרים.
2. המדגם נעשה על ידי הערוץ הראשון ... בעל נטיות שמאלניות, לכן...
3. מצביעים משקרים... "מצביעים מקבוצות מסוימות סירבו לשתף פעולה, או גרמו בכוונה תחילה להטעיית הסוקרים ולא חזרו בקלפיות המדגם על הצבעתם האמיתית (אידך הם יודעים?)."

7. אירוע תקשורתי ללא הצדקה

1. הצגת תוצאות המדגם מיד לאחר סגירת הקלפיות - אירוע תקשורתי ללא הצדקה, בזבוז כספי ציבור (שמקורם באגרה שאנו משלמים).
2. גרם לעתים לחגיגות מוקדמות מדי של מפלגות אחדות ולתסכול מיותר.

8. והמסקנה..

1. "יש צורך לאסור את עריכת הסקרים לפני הבחירות ו/או את עריכת מדגמי הטלויזיה ביום הבחירות."
2. צמצום השפעות סקרים לא אמינים על שיפוטם ועל כיסיהם של אזרחי המדינה, ישרת היטב את הדמוקרטיה

מסקנות ביניים

- ❖ פרופ' אומן נשמע כפוסל את כל הסקרים
("סקרים הם שקרים") – הסתייגות כמובן
במאמר שמראיין ולא נכתב על ידי המרואיין
- ❖ פרופ' לזרוביץ וקראוס פוסלים סקרי
בחירות (בארץ?, רק?)
- ❖ מצביעים על בעיות מתודולוגיות והטיות
כהצדקה לפסילה
- ❖ האם אין כאן ניסיון להרוג את השליח כאשר
המסר לא מוצא חן?
- ❖ האם רק עורכי הסקרים עושים מניפולציות?

חשיבותם של סקרים (1)

קמיל פוקס 21.07.1996

המאמר "כך לא עורכים סקרים" (מדור בימה, "הארץ", 11.7) כולל מסכת של היקשים מוטעים המבוססים על דעות קדומות והנוגדים לכללים יסודיים של מחקר. פרופ' ברנרד לזרביץ וארנסט קראוס מהחוג לסוציולוגיה באוניברסיטת בר-אילן תוקפים את הסקרים הנהוגים בתקופה שלפני הבחירות על ידי מכוני הסקרים על כך ש:

הם אינם משתמשים בדגימה הסתברותית ומתעלמים מקבוצות אוכלוסייה שאינן מופיעות בספר הטלפון ומאלה המסרבים להתראיין.

הם מציינים (ובצדק) שההטיה הנגרמת ממקור טעות זה גדולה מטעות הדגימה. הם מבקרים את חברות סקרי דעת הקהל גם על העדר שימוש בניתוח סטטיסטי מתוחכם ועל כך שהן משתמשות בשיטות סטטיסטיות פשוטות ולא מספיקות. כהוכחה לטענתם הם מזכירים שבתחזיות הייתה הטיה חוזרת של 5% לטובת מפלגת העבודה.

לאחר מכן, בגזירה שווה, הם תוקפים גם את מדגם הטלוויזיה של הערוץ הראשון, על כך שקלפיות המדגם עשויות להיות "שגויות מבחינה מדעית" וכן ש"ציבור המצביעים בקלפיות אלה מהווים מדגם גדול אבל לא מדגם הסתברותי".

חשיבותם של סקרים (2)

בכך מחברי המאמר טוענים ומטעים. אף שהם אינם יודעים כיצד נערך מדגם הטלוויזיה, הם טוענים שזה אינו מדגם הסתברותי ושהקלפיות עשויות להיות שגויות מבחינה מדעית. צורת עריכת המדגם לא הוצגה בשום פורום, עד שבאחרונה הצגתי את עקרונותיה ואת התוצאות לפני המועדון המתימטי של אוניברסיטת תל-אביב. הכותבים לא טרחו לנסות לברר את הפרטים לפני שהטילו דופי ברמתם המקצועית של עורכי המדגם.

מדגם הטלוויזיה היה אכן מדגם הסתברותי, מדגם נכון מבחינה מדעית, של אשכולות בתוך שכבות, עם התייחסות להסתברויות הרלוונטיות ולשיקולים אחרים.

הוא עבר סדרת סימולציות, ובה נקבעה רמת הדיוק שלו בנוסף לזו שנקבעה משיקולים תיאורטיים. מדגם הטלוויזיה כלל שתי קלפיות בכל אחת מתחנות הקלפי הנבחרות: הקלפי של ועדת הבחירות המרכזית והקלפי שבה התבקשו המצביעים לחזור על הצבעתם ("קלפיות הטלוויזיה"). תוצאות המדגם בשני סוגי הקלפיות מהוות את "מדגם הטלוויזיה" ושתיהן הוצגו בטלוויזיה. בשעה עשר בערב הוצגו תוצאות "קלפיות הטלוויזיה" ובסביבות השעה שתיים בלילה הוצגו תוצאות המדגם שהתקבלו בקלפיות של ועדת הבחירות המרכזית (מה שנקרא "תוצאות האמת של קלפיות המדגם").

חשיבותם של סקרים (3)

◆ ההבדל בין שני סוגי התוצאות נבע משלושה מקורות : סגירה מוקדמת של קלפיות הטלויזיה ; המצביעים שהצביעו מוקדם אך סירבו להצביע בקלפיות הטלויזיה ; המצביעים שהצביעו בשתי הקלפיות, אך הצביעו באופן שונה. אולם, להבדיל מהנאמר על העדר הטיפול ב"לא משיבים" בסקרים שלפני הבחירות, במדגם הטלויזיה אכן נערך ניתוח של התצפיות החסרות לפי מגזרים ונערכו התאמות (אמנם שמרניות) לפי השיטות המקובלות בסטטיסטיקה לטיפול בתצפיות חסרות.

◆ ההפרש בין מדגם הטלויזיה לבין תוצאות האמת היה 1.2%, והמחברים אמורים לדעת כי טעות דגימה כזאת אינה גבוהה כלל במדגם מסוג זה. אגב, הן בחישובים התיאורטיים והן בסימולציות, טעות הדגימה בשיטה הספציפית של בחירת המדגם (ללא אלו שהשיבו "אין תשובה") הייתה 1.5%.

◆ נוסף לביקורת על הרמה המקצועית של הסקרים שלפני הבחירות ועל זו של התחזית בליל הבחירות, מחברי המאמר טוענים גם כי לסקרים יש "השפעה לא רצויה על דעת הקהל, והם עלולים להשפיע על הציבור להצטרף למנצחים לפי תחזיות הסקרים". גם אם נקבל את הטענה הזאת, הרי למדגם הטלויזיה, שתוצאותיו נודעות רק לאחר סגירת הקלפיות, לא יכולה להיות כל השפעה על הציבור.

חשיבותם של סקרים (4)

- בשני הנושאים העיקריים של מאמרם - הרמה המקצועית והיכולת להשפיע על הציבור - כורכים המחברים מין בשאינו מינו, דהיינו הסקרים שלפני הבחירות עם התחזית בליל הבחירות. הם עושים זאת תוך הטעיה של הקוראים בנוגע למדגם הטלוויזיה בערוץ הראשון, שבו, לדעתם של המחברים, מצביעים מסרבים לשתף פעולה כי ל"דעת רבים יש (לערוץ הראשון) דעות שמאלניות". מסקנת המחץ של המאמר היא ש"למען שרת היטב את הדמוקרטיה... יש צורך לאסור את עריכת הסקרים לפני הבחירות ו/או עריכת מדגמי טלוויזיה ביום הבחירות".
- ברור אם כן שב"למען שרת את הדמוקרטיה" הם גם רוצים לקבוע לצופה מה עליו לראות בטלוויזיה ביום הבחירות. ברוב המדינות הדמוקרטיות יש תחזית טלוויזיה בליל הבחירות, והמתודולוגיה הסטטיסטית לתחזית ליל הבחירות נחשבת נושא מחקר ויישום כה חשוב, עד שהיא היתה הנושא המרכזי באחד הכנסים של האיגוד הממלכתי הבריטי לסטטיסטיקה.
- הכותב, פרופסור לסטטיסטיקה באוניברסיטת תל אביב, היה מעורכי מדגם ליל הבחירות בערוץ הראשון בטלוויזיה

הצעת חוק של חברת הכנסת נעמי חזן-2001

◆ הכנסת החמש-עשרה

◆ הצעת חוק של חברת הכנסת נעמי חזן/2577

◆ הצעת חוק לתיקון חוק הבחירות (דרכי תעמולה) (תיקון - איסור פרסום סקרים), התשס"א-2001

◆ הוספת סעיף 7א1. בחוק הבחירות (דרכי תעמולה), התשי"ט-1959^[1], אחרי סעיף 7 יבוא: "הגבלת פרסום סקרים 7א. **פרסום סקרים במשך 21 הימים שלפני יום הבחירות – אסור.**"

◆ דברי - הסבר

◆ ממחקרים שנערכו לאחרונה בעולם הדמוקרטי עולה כי פרסום סקרים ערב הבחירות עלול לפגוע בדפוס הצבעה ולהשפיע בצורה לא הוגנת על תוצאות הבחירות. לאחרונה התקבלו במספר מדינות כגון: בלגיה, צרפת ודרום אפריקה, חוקים האוסרים על פרסום תוצאות של סקרים ערב הבחירות. יש מקום לאמץ נורמה זו ולקבוע אותה במפורש בחוק הבחירות לכנסת (דרכי תעמולה).

◆ הצעות חוק דומות בעיקרן הונחו על שולחן הכנסת ה-13 וה-14 ע"י ח"כ נעמי חזן ומספרן פ/ א'תתלו ו- פ/ 425.

◆ הוגשה ליו"ר הכנסת והסגנים

◆ והונחה על שולחן הכנסת ביום

◆ י' באדר התשס"א – 5.3.2001
^[1] ס"ח התשי"ט, עמ' 138.

הצעת חוק של חברי הכנסת: רן כהן חיים אורון אבשלום וילן יוסי שריד - 2003

◆ הכנסת השש-עשרה

◆ הצעת חוק של חברי הכנסת: רן כהן חיים אורון אבשלום וילן יוסי שריד פ/452
◆ הצעת חוק הבחירות (דרכי תעמולה) (תיקון – איסור פרסום סקרים שבועיים לפני
הבחירות), התשס"ג-2003

◆ תיקון סעיף 16ה1. בחוק הבחירות (דרכי תעמולה), התשי"ט-1959 [\[1\]](#) בסעיף 16ה(ח)
במקום **"עשרים וארבע שעות" יבוא "ארבעה עשר ימים"**.

◆ דברי - הסבר

◆ במערכות הבחירות האחרונות התגלה כי סקרי דעת הקהל אינם רק שיקוף של דעת
הקהל אלא גם מעצבים אותה ומשנים דפוסי הצבעה של חלק מהציבור. על מנת להשיב
את סקרי דעת הקהל אל מקומם הראוי במערכת הדמוקרטית, מבלי לפגוע בחופש
הפרסום, מוצע בזאת **לאסור פרסומם של סקרי דעת קהל שבועיים הקודמים למועד
הבחירות, ולא להסתפק באיסור על פרסום סקרי בחירות 24 שעות לפני מועד הבחירות
כפי שקבוע בחוק היום.**

◆ יצוין כי מספר מדינות באירופה הכירו בבעייתיות שבפרסום סקרים במהלך מערכת
הבחירות והנהיגו איסור מסוג זה המוצע; בספרד לדוגמה נאסר לפרסם סקרים חמישה
ימים לפני הבחירות, בצרפת שבוע, בבלגיה שבועיים, ואילו בפורטוגל לכל אורך מערכת
הבחירות.

◆ הצעת חוק דומה בעיקרה הוגשה ע"י ח"כ נעמי חזן בכנסת ה-15, ומספרה פ/2577.

◆ הוגשה ליו"ר הכנסת והסגנים, והונחה על שולחן הכנסת ביום" באייר התשס"ג – 12.5.2003 [\[1\]](#) ס"ח התשי"ט, עמ' 138.

הצעת חוק של חבר הכנסת רן כהן - 2006

◆ הכנסת השבע-עשרה

◆ הצעת חוק של חברי הכנסת רן כהן פ/17/367

◆ הצעת חוק הבחירות (דרכי תעמולה) (תיקון - איסור פרסום סקרים שבועיים לפני הבחירות), התשס"ו-2006

◆ תיקון סעיף 16ה1. בחוק הבחירות (דרכי תעמולה), התשי"ט-1959 [1] בסעיף 16ה(ח) במקום "עשרים וארבע שעות" יבוא "ארבעה עשר ימים".

◆ דברי - הסבר

◆ במערכות הבחירות האחרונות התגלה כי סקרי דעת הקהל אינם רק שיקוף של דעת הקהל אלא גם מעצבים אותה ומשנים דפוסי הצבעה של חלק מהציבור. על מנת להשיב את סקרי דעת הקהל אל מקומם הראוי במערכת הדמוקרטית, מבלי לפגוע בחופש הפרסום, מוצע בזאת **לאסור פרסום של סקרי דעת קהל שבועיים הקודמים למועד הבחירות, ולא להסתפק באיסור על פרסום סקרי בחירות 24 שעות לפני מועד הבחירות כפי שקבוע בחוק היום.**

◆ יצוין כי מספר מדינות באירופה הכירו בבעייתיות שבפרסום סקרים במהלך מערכת הבחירות והנהיגו איסור מסוג זה המוצע; בספרד לדוגמא נאסר לפרסם סקרים חמישה ימים לפני הבחירות, בצרפת שבוע, בבלגיה שבועיים, ואילו בפורטוגל לכל אורך מערכת הבחירות.

◆ הצעות חוק דומות בעיקרן הונחו על ידי חבר הכנסת יצחק לוי (פ/111) על שולחן הכנסת השבע עשרה, על ידי חבר הכנסת רן כהן על שולחן הכנסת השש-עשרה (פ/452), ועל ידי חברת הכנסת נעמי חזן על שולחן כנסת החמש-עשרה, (פ/2577).

◆ הוגשה ליו"ר הכנסת והסגנים, והונחה על שולחן הכנסת ביום ב' בסיוון התשס"ו - 29.5.06 [1] ס"ח התשי"ט, עמ'

סקרים טלפוניים ביום הבחירות-2006

					ערוץ 10 טלפון	תוצאות הבחירות	
ערוץ 10 - מעורב שודר	ערוץ 1 - Exit polls	ערוץ 10 - Exit polls	סמית	כץ	(לא שודרו כך)	ערוץ 2 (טלפוני ומעורבב קצת)	
31	29	29	30	30	32	32	קדימה 29
20	22	18	21	19	22	22	עבודה 19
12	14	12	14	13	10	13	ישראל ביתנו 11
12	11	12	12	10	11	11	ליכוד 12
11	11	11	10	11	10	10	שס 12
8	8	8	9	7	8	9	איחוד מפדל 9
7	8	9	6	7	7	6	גמלאים 7
6	6	6	6	8	7	5	אגודה 6
5	5	5	5	5	5	5	מרצ 5
3	4	4	2	2	2	3	רעמ 4
3	2	3	3	2	3	2	חדש 3
2	0	3	2	2	3	2	בלד 3
120	120	120	120	116	120	120	120