



ميثاق الرابطة العالمية لبحوث الرأي العام (WAPOR) للأخلاقيات والممارسات المهنية

تم التحديث في 17 سبتمبر 2021



أولاً. التمهيد

أ. كان آخر تحديث لميثاق الرابطة العالمية لبحوث الرأي العام (WAPOR) للأخلاقيات والممارسات المهنية (المشار إليها فيما يلي بالميثاق) في عام 2011 وشهد عالم الأبحاث، ولا سيما أبحاث الرأي العام، تغييرات هائلة في تكنولوجيا جمع البيانات، والمشاركة العامة في البحوث، وتنامي المخاوف بشأن خصوصية البيانات الشخصية، وبيئة تنفيذ استطلاعات الرأي السياسية في العديد من البلدان، وظهور أدوات جديدة مثل قوائم العينات (Panels) على الإنترنت، واستخدام نتائج الاستطلاع من قبل مجموعة متنوعة من وسائل الإعلام وغيرها من التغييرات.

ب. قامت WAPOR بتحديث الميثاق لمواكبة هذه التغييرات وتوفير المعايير لأعضائنا. لقد راجعنا ميثاق أخلاقيات AAPOR التي تم تحديثها مؤخرًا (الرابطة الأمريكية لأبحاث الرأي العام 2021) والميثاق الدولي لـ (2016) ICC / ESOMAR (الجمعية الأوروبية لأبحاث الرأي والتسويق). نعتقد أن ميثاق WAPOR لعام 2021 متوافق مع المعايير المهنية للمنظمات الشقيقة مع مراعاة اهتمامات أعضاء WAPOR، الذين يجري العديد منهم أبحاثاً ذات طبيعة علمية.

04	ثانياً. المقدمة
06	ثالثاً. التعريفات
07	رابعاً. المعايير الأخلاقية في العلاقات بين الباحثين والرعاة / العملاء
12	خامساً - المعايير الأخلاقية في العلاقة بين الباحثين ومبحوثين
13	سادساً. المعايير الأخلاقية للمقابلات التي يستخدمها باحثو WAPOR

ثانياً. المقدمة

- A.** الرابطة العالمية لبحوث الرأي العام. (WAPOR)، والفروع الإقليمية التابعة لها، في تحقيق هدفها الرئيسي المتمثل في النهوض باستخدام العلم في مجال أبحاث الرأي العام واعترافاً بالتزاماتها تجاه الجمهور، بموجب هذا. تحدد مبادئ الممارسات الأخلاقية لتوجيه أعضائها، وإطاراً للمعايير المهنية والأخلاقية التي يجب أن تكون مقبولة لدى رعاة البحث العلمي ولعامّة الناس.
- B.** ينطبق ميثاق أخلاقيات WAPOR على جميع أنواع البحوث القائمة على الموضوعات، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر جمع البيانات النشطة والسلبية (الرصدية) والأساليب الكمية والنوعية؛ التنقيب عن البيانات ومزيج من أنواع البيانات بما في ذلك، على سبيل المثال لا الحصر، CAPI (المقابلات الشخصية بمساعدة الكمبيوتر) و CATI (المقابلات الهاتفية بمساعدة الكمبيوتر) و CAWI (مقابلات الويب بمساعدة الكمبيوتر). تنطبق المعايير الأخلاقية بغض النظر عن الأجهزة أو الأدوات المستخدمة لجمع البيانات.
- C.** في عالم يزداد تعقيداً، يعتمد التخطيط الاجتماعي والاقتصادي بشكل متزايد على الرأي العام المدروس بشكل موثوق. الجمهور العام هو مصدر الكثير من هذه المعلومات. وبالتالي، يقر أعضاء WAPOR بالتزاماتهم بحماية الجمهور من التحريف والاستغلال باسم البحث. في الوقت نفسه، تؤكد WAPOR على الترابط بين حرية التعبير عن الرأي وحرية الباحث في إجراء أبحاث الرأي العام للأغراض العلمية والتجارية على حد سواء.
- D.** يقر أعضاء WAPOR بالتزاماتهم تجاه المهنة التي يمارسونها وتجاه أولئك الذين يقدمون الدعم لهذه الممارسة للالتزام بهذه المعايير الأساسية للبحث العلمي وإعداد التقارير.
- E.** يحدد ميثاق الأخلاقيات والممارسات المهنية في مجال أبحاث الرأي العام. يعتبر الالتزام بهذا الميثاق ضرورياً للحفاظ على الثقة في أن الباحثين في هذا المجال ملزمون بمجموعة من المبادئ السليمة والأساسية بناءً على الخبرة المكتسبة على مدى سنوات عديدة وعبر العديد من البلدان.

F. في حين أن عضوية WAPOR لا تضمن الالتزام بالميثاق أو مستوى معين من جودة البحث، فقد التزم جميع أعضاء WAPOR باتباع الميثاق في جميع جوانب إجراء البحوث ونشر نتائج البحث.

G. كجزء من التزامها بالمهنية والسلوك الأخلاقي في جميع جوانب البحث، ستواصل WAPOR تنظيم ورش عمل حول هذه القضايا (عبر ندوات عبر الإنترنت وجلسات في الاجتماعات السنوية / الإقليمية)، وستستمر في التواصل مع الصحافة وشبكات التواصل الاجتماعي في البلدان التي يوجد بها أعضاء لإبلاغ الصحافة وشبكات التواصل الاجتماعي بالتغييرات في البحث، وتطوير معايير الإبلاغ وحماية خصوصية المستجيبين، وستستمر في تقديم إرشادات أخرى حول تقارير الاستطلاع.

ثالثاً. التعريفات

- A.** يُعرّف الباحثون على أنهم الأفراد والشركات والمؤسسات الذين يتحملون المسؤولية التنفيذية لتصميم الدراسة وجمع البيانات ومعالجة البيانات وتحليلها وتوزيعها.
- B.** المبحوثين هم مصادر بيانات البحث. يشار إليهم أيضاً باسم المستجيبين والمشاركين ومصطلحات أخرى. تشارك المبحوثين عموماً على أساس تطوعي على الرغم من أنهم يتلقون مقابلاً للعديد من المشاريع. لا يغير دفع التعويض من مسؤوليات الباحث تجاه موضوع البحث.
- C.** تتضمن معلومات التعريف الشخصية (PII)، على سبيل المثال لا الحصر، المعلومات حول المبحوث: الاسم والعناوين المادية (المنزل والعمل والبريد) وأرقام الهواتف (الهاتف الأرضي والجوال) وعنوان (عناوين) البريد الإلكتروني والشبكات الاجتماعية. حسابات الوسائط والبيانات من تطبيقات المراسلة (مثل WhatsApp) وبيانات GPS التي يمكن أن تحدد هوية الفرد أو الأسرة والصور وتسجيلات الصوت والفيديو وأرقام التعريف الصادرة عن الحكومة.
- D.** قد يشمل الرعاة / العملاء الأفراد والشركات الربحية والمؤسسات والحكومات والمنظمات الدولية، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر المنظمات غير الحكومية. يجب على هؤلاء الأفراد والمنظمات اتباع ميثاق أخلاقيات WAPOR إذا كانوا يكلفون بإجراء بحث مع أعضاء WAPOR.
- E.** الصحافة تشمل الأفراد والمنظمات الذين قد ينشرون بيانات الرأي العام في وسائل الإعلام المطبوعة (الورقية أو الإلكترونية) وفي وسائل البث المختلفة. ينطبق ميثاق أخلاقيات WAPOR على استخدام ونشر البيانات من قبل الصحافة والتي تم جمعها من أعضاء WAPOR.
- F.** وسائل التواصل الاجتماعي هي منصات تدعم المستخدمين في التواصل المتبادل والتبادل التفاعلي للمعلومات والمحتوى الإعلامي بين الأفراد والجماعات عبر القنوات الرقمية، ولا سيما المدونات والمنتديات والمجتمعات والشبكات الاجتماعية. وسائل التواصل الاجتماعي مصنفة على أنها "مفتوحة" أو "مغلقة".

رابعاً. المعايير الأخلاقية في العلاقات بين الباحثين والرعاة / العملاء

أ. مسؤوليات الباحثين

1. الدراسة الموضوعية للحقائق والبيانات، التي يتم إجراؤها بالدقة التي تسمح بها الموارد والتقنيات المتاحة، هي مبدأ إرشادي لجميع الأبحاث.
2. يجب أن يكون الباحث دقيقاً في تزويد الرعاة المحتملين بمعلومات عن خبرته وقدراته وتنظيمه.
3. يجب على الباحث بذل كل جهد معقول للالتزام بالمواصفات المقترحة والمقبولة من قبل الراعي / العميل. إذا وجد الباحث أنه من الضروري الخروج عن هذه المواصفات، فيجب عليه الحصول على موافقة موثقة مسبقاً من الراعي / العميل.
4. لا يجوز للباحث اختيار أدوات جمع البيانات أو تحليلها بسبب احتمالية دعمها للاستنتاج المنشود. يجب اختيار كل أداة بناءً على ملاءمتها العلمية، مع إدراك القيود المحتملة للوقت والميزانيات في البحث التجاري أو للقطاع العام أو البحث العلمي.
5. يجب على الباحث في كل تقرير وأي عرض (عروض) آخر للنتائج أن يميز استنتاجاته القائمة على البيانات الفعلية من الملاحظات أو الأحكام التي قد تكون مبنية على أدلة أخرى أو معتقدات وقيم شخصية.
6. عندما يتم توفير بيانات من استطلاع أو دراسة واحدة لأكثر من راعٍ / عميل واحد أو عندما يتم تقديم البيانات إلى العديد من الرعاة / العملاء، يجب على الباحث إبلاغ كل راعي / عميل بهذه الحقيقة.
7. يجب إبلاغ المستجيبين بالراعي / العميل للاستطلاع، بناءً على طلبهم، ما لم يعتقد الباحث والراعي / العميل أن هذا من شأنه أن يؤدي إلى ردود متحيزة. في مثل هذه الحالة، وبناءً على طلب المستجيب، يجب إخبار المستجيبين من هو الراعي / العميل بعد جمع البيانات.
8. يجب أن تظل جميع المعلومات والمواد المقدمة من الراعي / العميل للبحث سرية. يجب استخدامها فقط في هذا السياق ولن تتم إتاحتها لأطراف ثالثة بدون إذن مسبق من الراعي / العميل.
9. دون الحصول على إذن مسبق من الراعي / العميل، لا يجوز للباحث الإفصاح عن أي نتائج من البحث الذي تم التكليف به باستثناء ما هو منصوص عليه في القسم الرابع ب .

10. باستثناء الموافقة المتبادلة، لا يجوز بيع البيانات أو إرسالها من قبل الراعي أو الباحث إلى أطراف غير مشتركة في عمل العقد الأصلي. إذا تم إرسال البيانات بالتراضي، فيجب أن يتم ذلك بطريقة تبقى المستجيبين مجهولي الهوية.

11. ما لم يكن هناك اتفاق بين الباحث والراعي / العميل على عكس ذلك، فإن تقنيات وأساليب البحث، مثل تصميمات أخذ العينات، وتعليمات المحاور، وتصميمات الاختبار، وصياغة الاستبيان، والأدوات التحليلية وما إلى ذلك، المستخدمة في الدراسة تظل ممتلكات للباحث إذا قام هو/هي بتطويرها.

12. ما لم يكن هناك اتفاق بين الباحث والعميل / الراعي على عكس ذلك، فإن جميع البيانات ووثائق البحث (مثل البروتوكولات والاستبيانات) أو أي مادة أخرى مستخدمة في الدراسة تكون ملكاً للباحث. ومع ذلك، يتعين على الباحث توفير إمكانية تخزين هذه المواد لأي فترة قانونية أو مألوفة في بلد معين. يعتبر هذا الالتزام مستوفى عن طريق التخزين في أرشيف بيانات معترف به، إذا لزم الأمر، مع وصول مقيد.

13. عند الانتهاء من دراسة بحثية وبعد تقديم الباحث للتقرير النهائي، يجوز للراعي / العميل أن يطلب، وفقاً لمواصفات سابقة متفق عليها، مجموعة أخرى من البيانات، بشرط أن يتحمل الراعي التكلفة المعقولة لإعداد مثل هذه البيانات المتكررة، وأن يظل المستجيبون مجهولي الهوية.

ب. مسؤوليات الرعاة / العملاء

1. يدرك الرعاة / العملاء المحتملون الذين يطلبون مقترحات بحثية وعروض أسعار أنه في حالة عدم وجود رسوم أو أي شكل آخر من أشكال الدفع، تظل هذه العروض والاقتراسات ملكاً للباحث. تتوقع WAPOR أن على الرعاة / العملاء المحتملين (أ) عدم استخدام مقترحات باحث واحد بشكل تنافسي للتفاوض على خفض السعر من الباحثين الآخرين، و (ب) أو مشاركة الملكية الفكرية للباحث أو تقنياته أو توصياته بدون موافقته/ها.

2. عادة ما تكون التقارير التي يقدمها الباحث لاستخدام الراعي / العميل ووكلائه. يجب أن يتفق الباحث والراعي / العميل فيما يتعلق بوسائل نشر النتائج الكاملة أو الجزئية لدراسة بحثية إلى أطراف أخرى أو للجمهور.

3. يجب على الراعي / العميل والباحث أن يتصرف بطريقة تحاول التأكد من أن أي نشر لنتائج الدراسة لن يتم تقديمه أو اقتباسه خارج السياق أو مع تشويه أي حقائق أو نتائج للدراسة.

4. سيتم استشارة الباحث فيما يتعلق بشكل النشر ويحق له رفض منح الإذن بنقل اسمه / اسمها فيما يتعلق بالدراسة حيث يرى / ترى أن البند ب.3 من القسم الرابع قد تم انتهاكه.

5. إذا علم الباحث بظهور تشوهات خطيرة للبحث علناً، فيجب عليه / عليها الإفصاح علناً عما هو مطلوب لتصحيح هذه التشوهات، بما في ذلك، حسب الاقتضاء، في بيان لوسائل الإعلام أو مجموعات أخرى، في أو قبل التي تم عرض النتائج المشوهة.

ج- قواعد الممارسة المتعلقة

بالتقارير ونتائج الدراسة¹

1. يجب أن يحتوي كل تقرير عن دراسة على وصف كامل ودقيق للنقاط التالية ذات الصلة:

a. العملاء / الرعاة الذين أجريت لهم الدراسة ومصادر التمويل، إذا كانت مختلفة.

b. جامع (جامعي) البيانات الذي أجرى الدراسة، وأسماء معالج (معالجي) البيانات والطرف أو الأطراف المقدمة للبيانات (العينات)، إن أمكن.

c. الغرض من الدراسة.

d. المجتمع أو السكان الذين اجري عليهم نتائج الدراسة.

e. الطريقة التي تم من خلالها اختيار العينة و / أو تعيينها، بما في ذلك نوع طريقة أخذ العينات (الاحتمالية، والحصص، والقوائم المحددة، وأخذ العينات بالطريقة العامة النهرية لمن يجب، وما إلى ذلك)، والإجراءات المحددة التي تم الاختيار من خلالها والعينة الفعلية وحجم العينة متضمناً أوصاف وكيفية تحديد وتعديل القوائم.

f. درجة النجاح في بناء إطار العينة وتنفيذ تصميم العينة، بما في ذلك معدل عدم الاستجابة، وكيف تم حسابها، ومقارنة حجم وخصائص العينة الفعلية والمتوقعة.

g. وصف لإجراءات التقدير (إن وجدت) و / أو إجراءات الترجيح المستخدمة لضبط البيانات الأولية.

h. التواريخ والأسلوب (الأساليب) وطرق جمع البيانات. الحجم الإجمالي للعينة وحجم المجموعات الفرعية إذا تم الاعلان عن النتائج بشكل منفصل.

i. نسخة إلكترونية من الاستبيان الكامل بجميع اللغات المستخدمة في الميدان، بما في ذلك التعليمات للفريق الميداني.

j. النتائج التي تستند إلى أجزاء من العينة (على سبيل المثال عن طريق التصفية)، بدلاً من العينة بأكملها.

k. يجب على الباحث أيضاً الإبلاغ عن أي قيود في تغطية الاستطلاع للمجتمع المستهدف/ المستهدفين الناتجة عن مجموعة متنوعة من الأسباب بما في ذلك، على سبيل المثال لا الحصر، الجغرافيا، والظروف المحلية، وأحداث القوة القاهرة، والطقس، والمباني التي يتعذر الوصول إليها، والسياسة، العنف، وقضايا الصحة العامة، والقيود المفروضة على البيانات التي يتم جمعها من منصات وسائل التواصل الاجتماعي (على سبيل المثال لا الحصر، تحميل تغريدات تويتر)، والقيود الحكومية على استطلاعات الرأي.

l. يجب تحديد مقاييس دقة أخذ العينات وتقديمها بوضوح.

المتطلبات متوافقة على نطاق واسع مع مبادرة الشفافية
لـ AAPOR. انظر: https://www.aapor.org/Transparency_Initiative.htm

- m.** يجب على الباحثين تقديم وصف لدقة النتائج بما في ذلك، على سبيل المثال لا الحصر، تقديرات أخطاء أخذ العينات وتأثيرات التصميم وحساب الأوزان وتأثير الترجيح (المعقد) على نتائج الاستطلاع.
- n.** بعد الإبلاغ عن نتائج الاستطلاع أو نشرها أو إصدارها للجمهور بطريقة أخرى، يجب على الباحثين إتاحة المواد التالية لمقدمي الطلبات في غضون 30 يوماً من الطلب، مع مراعاة أي قيود قانونية أو تعاقدية. تترك WAPOR أيضاً أن بعض هذه الأساليب مملوكة للباحث و / أو الشريك (الشركاء) الميداني وأن الإفصاح قد يضر بمصالحهم التجارية. بالطبع، يجب الكشف عن جميع هذه المواد للعميل (العملاء) / الراعي (الرعاة) للبحث.
- o.** إجراءات إدارة القوائم (أخذ العينات، التوظيف، الحوافز، الاحتفاظ بالبيانات، إعادة الاتصال، الاستبدال بسبب التناقص).
- p.** وصف كيفية تدريب المحاورين وباحثي جمع البيانات والإشراف عليهم ومراقبتهم، إن أمكن.
- q.** وصف إجراءات الفرز والتصنيف إذا لم يكن قد تم توثيقه بالفعل في تقرير الاستطلاع.
- r.** المحفزات المرئية أو غيرها (إظهار البطاقات والصور والتسجيلات).
- s.** الأساليب المستخدمة لزيادة استجابة وتعاون المستجيبين، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر الحوافز، والاتصالات مقدماً وإعادة الاتصال بعد الرفض الأولي.
- t.** الإجراءات المنفذة لضمان جودة البيانات، باستخدام برامج الاستطلاع (CATI، CAPI، CAWI) أو التفاعل البشري (المراقبة في الموقع، إعادة الفحص، والفحوصات العكسية (back-checks).
- u.** يجب على الباحثين استخدام صيغ AAPOR- WAPOR القياسية كما هو موضح على مواقع الويب الخاصة بهم لحساب معدلات الاتصال والتعاون والاستجابة والرفض.
- v.** أحجام العينات غير الموزونة للمجموعات الفرعية التي تم الإبلاغ عن نتائجها.
- w.** وصف النمذجة والمؤشرات الإحصائية في تقارير البحث التي يجب أن تكون كافية لدعم اختبار التكرار من قبل باحثين مستقلين.
- 2.** يجب استخدام المصطلحات الفنية في التقرير وفقاً للاستخدام العلمي المفهوم بشكل عام.

خامساً - المعايير الأخلاقية في العلاقة بين الباحثين ومبجوثين

A. تحت سيطرة الباحث والراعي / العميل وبقدر المستطاع، يجب أن لن يتأثر أي مبحوث أو مستجيب أو مشاركون أو مشاركون آخريين في البحث سلباً ب: (أ) إجاباته/ها أو (ب) عملية البحث نفسها (مثل رفض المشاركة). سيحترم الباحث قرارات المبحوث بشأن مشاركته في البحث ولن تستخدم أي طرق أو تقنيات يتم من خلالها وضع المستجيب في موقف لا يمكنه من ممارسة حقه في التراجع عن إجاباته أو رفضها في أي مرحلة من البحث.

B. يجب على الباحثين احترام الحقوق القانونية للمبجوثين فيما يتعلق بالخصوصية والسرية وحماية البيانات. ينطبق هذا على جميع أنواع وأشكال معلومات التعريف الشخصية التي يتم جمعها كجزء من عملية البحث والتي قد يحتفظ بها الباحث أو لا يحتفظ بها لفترة محددة ومعلنة. هذه المعلومات معروفة في القسم الثالث ج.

C. يجب عدم ربط أي رد في أي استبيان أو أي نتيجة بحثية أخرى بأي شكل من الأشكال بمجيب يمكن التعرف عليه. يجب أن يظل المستجيبون مجهولي الهوية، إلا في حالات نادرة، بإذن محدد من المدعى عليه ويشترط ألا يستبعد القانون مثل هذا التحديد. يجب على الباحث اتخاذ تدابير لمنع الإفصاح الاستنتاجي من قبل العميل / الراعي أو غيره من الباحثين الذين قد يحصلون على البيانات من الأرشيفات المتاحة لعامة الناس.²

D. لا يجوز استخدام طريقة المقابلة أو أي طريقة أخرى يستخدمها الباحث كتمويه لأغراض أخرى بما في ذلك، على سبيل المثال لا الحصر، التسويق أو تحقيق المبيعات أو جمع التبرعات أو الحملات السياسية.

<https://www.icpsr.umich.edu/icpsrweb/content/DSDR/disclosure.html>

سادساً. المعايير الأخلاقية للمقابلات التي يستخدمها باحثو WAPOR

- A.** مهام ومواد البحث الواردة، وكذلك جميع المعلومات من المبحوثين، يجب أن تكون سرية من قبل المحاور (جامع البيانات)، ولا يتم الكشف عنها لأي شخص خارج منظمة البحث التي تجري الدراسة.
- B.** لا يجوز استخدام أي معلومات تم الحصول عليها من خلال نشاط بحثي، بشكل مباشر أو غير مباشر، لتحقيق مكاسب أو منفعة شخصية للمحاور.
- C.** أن يتم إجراء البحث في إطار صارم لمواصفات الدراسة لأخذ العينات وإدارة الاستبيان والتفاعل مع المبحوثين. لا يجوز للمحاور تنفيذ أكثر من مهمة واحدة على اتصال مع نفس المستجيبين ما لم يتم التصريح بذلك من قبل منظمة البحث وعملائها.
- D.** لا يجوز استخدام أي ضغط خارجي، سياسي أو تجاري، من قبل منظمة بحثية لتبرير انتهاك هذا الميثاق.
- E.** لا يجوز للأعضاء محاولة اللجوء أو إثبات حقيقة عضويتهم في WAPOR كرمز للكفاءة المهنية أو الالتزام بهذه القواعد أو أي ميثاق أخلاقي آخر. لا تعني العضوية ضمناً أي ضمان للمؤهلات أو الامتثال للقواعد، ولكنها تعني قبول العضو للميثاق.

