

מכון ב.י. ולוסיל כהן לחקר דעת קהל  
The B.I. and Lucille Cohen Institute for Public Opinion Research

## האתר המחודש של מכון ב.י. כהן

נערכו החל מ-1980 בארבע תקופות זמן שונות, סקרי דעת קהל זהים בלמעלה מ-60 מדינות. בשנת 2001 הועבר הסקר לראשונה בישראל; ד. מוביליות חברתית - מחקרם של פרופ' יהודה מטרס מאוניברסיטת חיפה, פרופ' חיה שטייר מאוניברסיטת תל אביב וד"ר רבקה רייכמן מאוניברסיטת חיפה, הבוחן דפוסי תעסוקה ומוביליות חברתית של האוכלוסייה הבוגרת בישראל. כמו כן, ניתן למצוא באתר את פרסומי המכון. המכון מוציא לאור את הפרסום דעות בעם המציג ממצאים של סקרים חברתיים שבוצעו במסגרת המכון. בנוסף לכך, מפרסם המכון את הפרסום ידיעות מכון כהן הכולל את המדור 'מאחורי הסקרים' המביא תוצאות של ניסויים במתודולוגיה של סקרים שמטרתם לפתח ולתרום לאיכות מחקרי דעת הקהל בישראל.

כתובת האתר:

<http://bicohen.tau.ac.il>

בימים אלו עולה לאוויר האתר המחודש של מכון ב.י. כהן למחקרי דעת קהל. האתר מעמיד לרשותם של חוקרים ותלמידים שאלונים וקבצי נתונים במסגרת פרויקטים של תשתית במדעי החברה: א. הסקר החברתי האירופי (ESS) - מטרת הסקר ליצור בסיס נתונים השוואתי על עמדות, ערכים והתנהגויות והשינויים בהם לאורך זמן, ובכך להוות תשתית מחקרית למדעי החברה. בסקר השתתפו 22 מדינות (כולל ישראל); ב. פרויקט ה-ISSP - פרויקט בינלאומי למחקרים חברתיים בהשתתפות כ-40 מדינות. במסגרת ה-ISSP מבוצעים סקרים שנתיים בנושאים בעלי חשיבות חברתית הנקבעים במועצה המתאמת של הגוף; ג. פרויקט ה-WVS World Value Survey - מטרתו לבחון בצורה השוואתית את ערכי הציבור ועמדותיהם ביחס לנושאים חברתיים מרכזיים. במסגרת פרויקט זה

## ז'הות לאומית' 2005:

## גיליון 10 של הפרסום 'דעות בעם'

מה חשוב על מנת להיות 'ישראלי'? זוהי אחת השאלות עליה מנסה לענות הגיליון העשירי של הפרסום דעות בעם המציג חלק ממצאי סקר ה-ISSP שהתבצע בשנת 2003. בפתחה של המאה ה-21, 77% מכלל הציבור הישראלי סבורים כי על מנת להיות ישראלי באמת חשוב להיות יהודי (נציין כי בסקר הקודם שעסק בנושא זהות יהודית משנת 1996 חשבו כך 68% מהמרואיינים). בנוסף לכך, הממצאים מלמדים כי הן ב-1996 והן ב-2003 כיבוד מוסדות המדינה וחוקיה נתפס בעיני המרואיינים כגורם החשוב ביותר בהחלטתם מיהו הישראלי האמיתי. ניתוח על פי לאום מעלה כי מרואיינים ערבים, יותר מאשר מרואיינים יהודים, חושבים כי על מנת להיות 'ישראלי אמיתי' חשוב להיוולד בישראל: 93% מהמשיבים הערבים סבורים כי בכדי להיות ישראלי אמיתי חשוב להיוולד בישראל לעומת 58% מהמשיבים היהודים. מגמה זו התחזקה בין השנים: ב-1996 74% מהמשיבים הערבים סבורים כי בכדי להיות ישראלי אמיתי חשוב להיוולד בישראל לעומת 57% מהמשיבים היהודים.

## 'אזרחות' ו'אוריינטציה לעבודה' - סקרים חדשים במסגרת פרויקט ה-ISSP

בינואר 2005 יצאו לשדה שני סקרים חדשים במסגרת פרויקט ה-ISSP International Social Survey Program. הסקר הראשון עוסק בנושא 'אזרחות' (מודולת 2004) והסקר השני מתמקד בהיבטים של 'אוריינטציה כלפי עבודה' (מודולת 2005). איסוף הנתונים מתבצע באמצעות ראיונות פנים-אל-פנים בקרב מדגם מייצג של האוכלוסייה הבוגרת בישראל, במגזר היהודי ובמגזר הערבי (גודל המדגם כ-1200 מרואיינים). הראיונות מתבצעים בשלוש שפות: עברית, ערבית ורוסית. במסגרת פרויקט ה-ISSP משתפים פעולה נציגים של מוסדות מחקר מ-40 מדינות בביצוע סקרי דעת קהל, במטרה לשפר ולתרום למחקר השוואתי בין מדינות. ממצאי הסקרים יוצאים לאור במסגרת הפרסום 'דעות בעם'.

מידע נוסף אודות הפרויקט  
ניתן למצוא באתר ה-ISSP:

[www.issp.org](http://www.issp.org)



# מאחורי הסקרים

## היענות לסקרים בישראל שרון שנער, ד"ר ענת אורן ופרופ' נח לוי-אפשטיין

תיעוד שיטתי של תהליך איסוף הנתונים. סה"כ כלל התיעוד כ-24 פרמטרים שונים אותם מילאו בכל הביקורים (עד עשרה ביקורים לכול כתובת) עבור כל 3600 הכתובות שנדגמו. התיעוד כולל את התוצאות האפשריות של כל הביקורים כגון: ראיון מלא או חלקי, לא נוצר קשר, נקבעה פגישה, בעיית שפה וכן סירוב ופירוט הסיבות לסירוב. לוח 1 מציג את פירוט תוצאות הביקורים.

### א. הקונטקסט החברתי-תרבותי של הנדגמים ושיעורי היענות לסקר

האם ניתן להצביע על הבדלים בשיעורי היענות בסביבות חברתיות-תרבותיות מובחנות? שני ניתוחים התבצעו בהקשר זה: ראשית, התבצעה הבחנה בין המגזר היהודי והמגזר הערבי. הניתוח השני הבחין בין שכבות הנבדלות במאפייניהן הסוציאל-דמוגרפיים.

### שיעורי היענות במגזר היהודי ובמגזר הערבי

- ההבחנה בין המגזר היהודי למגזר הערבי הינה קודם כל, הבחנה תרבותית. השאלה המתבקשת בהקשר זה היא כמובן, האם מאפיינים תרבותיים ייחודיים, כמו למשל מנהג 'הכנסת אורחים' במגזר הערבי, יבואו לידי ביטוי גם בהתייחסות לסקר, במיוחד לאור העובדה כי המראיינים הינם ערבים. אולם, ההבחנה היא לא רק תרבותית. בישראל זכויות אזרחיות נקבעות על פי השתייכות דתית ואתנית יותר מאשר על פי אזרחות, ועובדה זו מביאה לתחושת אפליה מתמשכת במגזר הערבי בכל הרמות הממסדיות (ס. סמוחה, 1980).<sup>5</sup> כתוצאה מכך, בשנים האחרונות אנו עדים לעלייה בשיעורי ההשתתפות האזרחית והפוליטית של ערביי ישראל כמו גם לעליה בפעולות המחאה המופנות במגזר זה כנגד הממסד והאפליה שהוא מייצר (שליימן-ווילציג 1992).<sup>6</sup> בהנחה שסקרים נתפסים כאמצעי לגיטימי להבעת עמדה בישראל, יתכן שהישראליות של ערביי ישראל, יחד עם המחאה המתגברת במגזר זה, יבואו לידי ביטוי בשיעורי היענות גבוהים בסקר. יחד עם זאת, יתכן ותחושות מחאה וחשש יבואו לידי ביטוי דווקא בהעדר שיתוף פעולה.

בישראל כמו גם בעולם כולו, אנו עדים במהלך העשורים האחרונים לירידה בשיעורי היענות לסקרים. אומנם, נתוני הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה בישראל, הפועלת תחת חוק, מדווחים על מיצוי דגימה של כ-80%, אולם שיעורים אלו נחשבים גבוהים במיוחד והם אינם משקפים את שיעורי היענות של סקרים אחרים המתבצעים בישראל - סקר שוק, סקרים פוליטיים, ואף סקרים חברתיים. תופעת ה-"Unit Non-response" (העדר תשובה שמקורו בכשל לראיין את כל האנשים שנפלו במדגם), מעסיקה בשנים האחרונות יותר ויותר חוקרים ואנשי מקצוע על רקע העדויות המחקריות כי שיעור היענות לסקר משפיע

על ייצוגיות המדגם, והינו אחד מהגורמים לטעויות בסקרים? השאלה המרכזית שעולה בהקשר זה היא כמובן: "מי הם העונים לסקר"? או בניסוח אחר של השאלה: "מי הם הנדגמים שאינם מיוצגים במדגם?" ועד כמה הם דומים או שונים מהמשיבים הכלולים בו. פרסום זה מציג

### לוח 1: תוצאות הביקורים

מגזר ערבי <sup>3</sup>		מגזר יהודי		כלל המדגם		
(%)	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	
--	567	--	3033	--	3600	סה"כ כתובות שנדגמו
(2.1)	12	(2.2)	68	(2.2)	80	כתובת לא תקפה <sup>4</sup>
16%	555	84%	2965	100%	3520	סה"כ כתובות רלוונטיות
(91.2)	506	(67.0)	1993	(71.0)	2499	ראיון מלא
(5.2)	29	(25.0)	737	(21.8)	766	סירוב
(2.9)	16	(4.6)	136	(4.3)	152	אינן תשובה (מינימום של 4 ביקורים)
(0.2)	1	(0.6)	17	(0.5)	18	בעיית שפה
(0.5)	3	(1.0)	31	(1.0)	34	נוצר קשר אך לא בוצע ראיון
--	--	(1.7)	51	(1.4)	51	לא נוצר קשר כלל

עיקרי מחקר שבחן את מאפייני היענות לסקר עמדות שנערך באמצעות ראיונות פנים-אל-פנים בישראל וכאן חשיבותו ותורמתו. הפרסום מתמקד בשני היבטים של מאפייני היענות לסקר: (א) בחינת שיעורי היענות לסקר בסביבות חברתיות-תרבותיות מובחנות - השוואה בין המגזר היהודי והמגזר הערבי והשוואה בין שכבות הנבדלות במאפייניהן הסוציאל-דמוגרפיים (ב) תרומתם של הביקורים החוזרים - האם ניסיונות חוזרים ונשנים לשיפור שיעורי היענות משפרים את ייצוגיות המדגם.

מחקר זה עושה שימוש בנתונים שנאספו במסגרת הסקר החברתי האירופי (European Social Survey) במסגרתו נדרשו המדינות המשתתפות לשיעור היענות מינימלי של 70%. איסוף הנתונים בישראל התבצע באמצעות ראיונות פנים-אל-פנים בחודשים אוקטובר-דצמבר 2002 בשלוש שפות: עברית, ערבית ורוסית. סה"כ נדגמו בישראל 3,600 משקי-בית, ובכל משק בית נדגם וראיין אדם אחד מעל גיל 15. במהלך עבודת השדה נאספו נתונים מ-2499 מראיינים (לוח 1). מספר זה מייצג מיצוי של 71% מהמדגם המקורי? במהלך הסקר ביצעו המראיינים

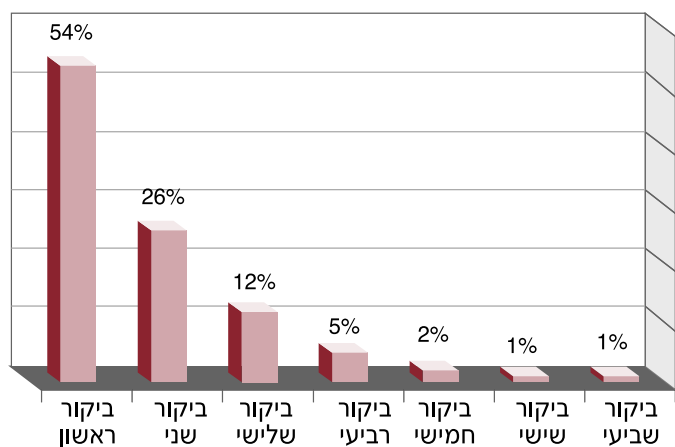
בשיעורים גבוהים של בעלי השכלה גבוהה ואלו המאופיינים בשיעורים 'לא-גבוהים' של בעלי השכלה גבוהה.

### ב. תרומתם של הביקורים החוזרים

האם הביקורים החוזרים משפרים את שיעורי ההיענות ואת ייצוגיות המדגם? מתרשים 3 עולה כי למעלה ממחצית המשיבים (54%) התראיינו כבר בביקור הראשון, 26% נוספים התראיינו במהלך הביקור השני ו-12% נוספים בביקור השלישי, כלומר, מרבית המשיבים (92%) השיבו במהלך שלושת הביקורים הראשונים.

השוואה בין המגזר היהודי והמגזר הערבי (תרשים 4) מצביעה על הבדלים משמעותיים בשיעור המשיבים בביקור הראשון: במגזר היהודי, 58% מהמשיבים ענו בביקור הראשון ואילו במגזר הערבי רק 33% מהמשיבים ענו בביקור הראשון. בהמשך לכך, במגזר הערבי, גם הביקור הרביעי נמצא משמעותי - 8% מהמשיבים רואיינו בביקור הרביעי.

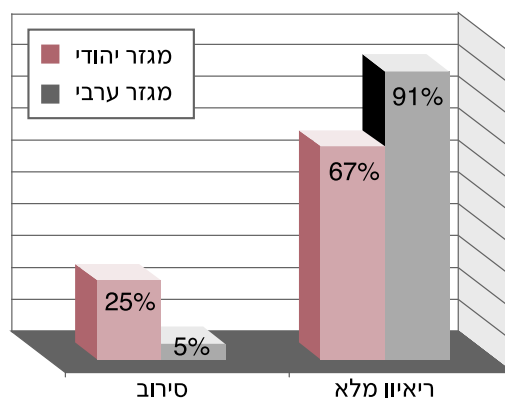
ברור הוא כי תרומת שלושת הביקורים הראשונים לשיעורי ההיענות הינה משמעותית ביותר: מתרשים 5 עולה כי במידה ואיסוף הנתונים היה מסתיים לאחר הביקור הראשון שיעור ההיענות לסקר היה 39% בלבד. בביקור השני התוספת לשיעור ההיענות הייתה 19% כך שלאחר שני ביקורים בכול כתובת שיעור



### תרשים 3: התפלגות המשיבים לסקר על-פי מספר הביקור

ההיענות עמד על 58% ולאחר הביקור השלישי בכול כתובת התוספת לשיעור ההיענות הייתה 8% כך ששיעור ההיענות לסקר עמד על 66%.

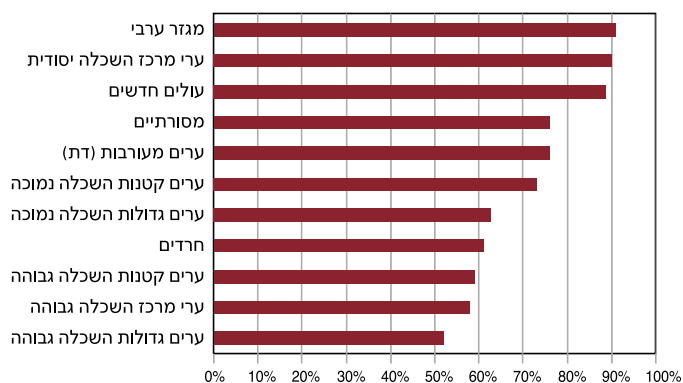
השאלה המתבקשת היא כמובן מה היה קורה לייצוגיות המדגם לו היינו מסתפקים בביקור אחד בלבד? כלומר, האם המאפיינים הדמוגרפיים של המשיבים בביקור הראשון שונים מאלו של המשיבים שענו בביקורים האחרים? מלוח 2 עולה בבירור תרומתם של הביקורים החוזרים לייצוגיות המדגם: כך למשל, במידה ואיסוף הנתונים היה מסתיים לאחר הביקור הראשון אחוז הגברים היה 43% לעומת 46% שהתקבל בסופו של דבר (דומה יותר להתפלגות באוכלוסיה - 48.5%). באופן דומה ברורה התרומה של הביקורים החוזרים להתפלגות הגיל: במידה ואיסוף הנתונים היה נעצר לאחר הביקור הראשון אחוז בני 35-44



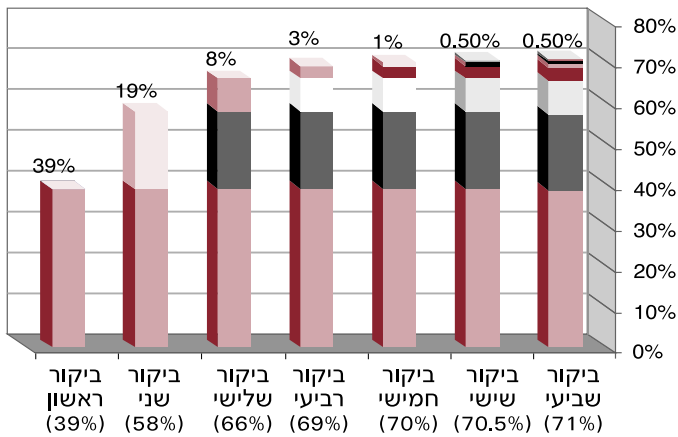
### תרשים 1: שיעורי היענות במגזר היהודי ובמגזר הערבי

**שיעורי ההיענות בסביבות חברתיות מובחנות** - בכדי להעמיק את ההבנה לגבי שיעורי ההיענות, התבצע ניתוח שבחן את שיעורי ההיענות על-פי שכבות הנבדלות במאפייניהן הסוציו-דמוגרפיים. כלל האזורים הסטטיסטיים חולקו, בתהליך הדגימה, ל-12 שכבות מובחנות על-פי 5 מאפיינים. ראשית הובחנו שכבות על-פי דת (מגזר ערבי, דרוזים ואחרים, אזורים מעורבים ומגזר יהודי). בשלב שני הובחנו השכבות במגזר היהודי על פי המאפיינים הבאים: רמת דתיות (אזורים חרדים, מסורתיים וחילוניים); ותק בארץ (עולי ברה"מ וותיקים); השכלה (נמוכה ו"לא נמוכה"); גודל העיר (ערים גדולות, ערי מרכז וערים קטנות). בתרשים 2 מוצגים שיעורי ההיענות לסקר על-פי השכבות (הניתוח במגזר ערבי כולל את שתי השכבות: דרוזים ואחרים).

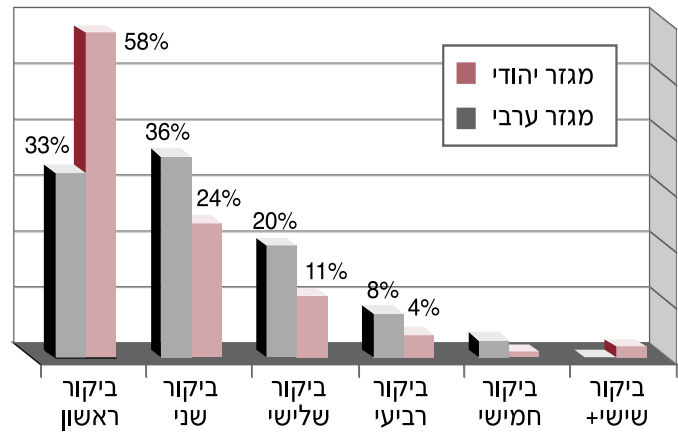
מתרשים 2 עולים הבדלים משמעותיים בשיעורי ההיענות בין השכבות: שיעורי ההיענות הגבוהים ביותר נמצאו באזורים סטטיסטיים המאופיינים ברוב ערבי, בעולי ברית המועצות לשעבר ובערי מרכז המאופיינות בהשכלה נמוכה. שיעורי ההיענות הנמוכים ביותר התקבלו בערים המאופיינות בהשכלה גבוהה. ניתן לומר כי ככול שהסביבה החברתית מאופיינת על-ידי מעמד סוציו-אקונומי גבוה יותר, שיעורי ההיענות נמצאו נמוכים יותר. הדבר נכון בהשוואה בין המגזר הערבי למגזר היהודי, בהשוואה בין אזורים סטטיסטיים המאופיינים בשיעורים גבוהים של עולים חדשים לעומת אזורים סטטיסטיים המאופיינים בשיעורים נמוכים, ובהשוואה בין אזורים סטטיסטיים המאופיינים



### תרשים 2: שיעורי ההיענות על-פי שכבות סוציו-דמוגרפיות מובחנות



**תרשים 5: תרומת הביקורים החוזרים לשיעורי היענות לסקר**



**תרשים 4: אחוז המשיבים לסקר על-פי מספר הביקור**

ואת תרומתם של שיעורי היענות גבוהים לייצוגיות המדגם. בכדי להתמודד ביעילות עם שיעורי היענות נמוכים בסקרים, חשוב להבחין בין הגורמים לתופעה. הספרות המחקרית מצביעה על הבדלים בין היעדר תשובה כתוצאה מהעדר קשר, ובין היעדר תשובה כתוצאה מסירוב להתראיין. היעדר תשובה כתוצאה מהעדר קשר מושפע ממאפיינים אישיים כמו מגדר, גיל, סטטוס תעסוקתי ומשפחתי ומספר האנשים במשק הבית (R.M.Grove, 1998).<sup>8</sup> מכאן ברורה תרומתם של הביקורים החוזרים לייצוגם של המועסקים, הנשואים, בעלי ההכנסות הגבוהות, הגברים והמרוויחים בגילאי הביניים.

היה 13% לעומת 16% שהתקבל בסופו של דבר (אחוז בני 35-44 באוכלוסייה היו 16%) ואחוז בני 65 ומעלה היה 18% לעומת 14.5% שהתקבל בסופו של דבר (אחוז בני 65 ומעלה באוכלוסייה היו 14%). מגמה דומה נמצאה גם עבור מצב משפחתי, סטטוס תעסוקתי והכנסה: הביקורים הנוספים תרמו לשיפור ייצוגם של המועסקים, הנשואים ובעלי ההכנסות הגבוהות.

**סיכום**

הממצאים המוצגים בפרסום זה מדגימים בבירור את ההבדלים בשיעורי היענות לסקר בסביבות חברתיות-תרבותיות מובחנות, את חשיבותם של הביקורים החוזרים להגדלת שיעורי היענות

**הערות**

- 1 במרבית הסקרים המבוצעים בישראל, שיעורי היענות לסקרים לא רק שאינם מדווחים הם גם אינם נבדקים.
- 2 חלק מן הכתובות נמצאו כלא רלוונטיות כמו למשל: בתי עסק או מרואיינים דוברי שפה שלא נכללה בסקר.
- 3 בכדי לאפשר ניתוח נפרד של תושבי ישראל הערבים נערכה דגימת יתר בקרב אוכלוסייה זו ומספרם במדגם היו 506.
- 4 בתי עסקים או כתובת נטושה.
- 5 ס. סמוחה, עשרים שנים של סקרי עמדות במגזר הערבי בישראל כבסיס לקביעת מגמות שניו של זהות ואוריינטציה פוליטית בתוך ק. פוקס וז. בר-לב (1998) אמת וסקר, הוצאת הקיבוץ המאוחד, אוניברסיטת חיפה.
- 6 שליימן-זוילציג, מחאה ציבורית בישראל 1992-1949, הוצאת אוניברסיטת בר אילן, 1992.
- 7 את המונח תבע סמי סמוחה (בתוך ק. פוקס וז. בר-לב (1998). המונח מציין את תהליך השתלבותם של ערביי ישראל במדינה מבחינה אזרחית ולאומית: "...הערבים הולכים ומשתלבים בחברה הישראלית...מחשיבים את אזרחותם הישראלית...מגדירים את זהותם במונחים ישראליים.
- 8 Groves R. M. (1989). Survey Errors and Survey Cost. John Wiley & Sons, New York.

**לוח 2: מאפיינים דמוגרפיים של המשיבים על-פי מספר הביקור ובהשוואה לכלל האוכלוסייה**

מאפייני האוכלוסייה <sup>1</sup>	סה"כ בסקר	משיבי הביקורים הנוספים	משיבי הביקור הראשון	
גברים	46%	49%	43%	מין
בני 35-44	16%	20%	13%	גיל
בני 65 ומעלה	14.5%	10%	18%	
נשואים	57%	60%	54%	מצב משפחתי
מועסק	52% <sup>3</sup>	57%	46%	סטטוס תעסוקתי
גבוהה <sup>2</sup>	7%	9%	5%	הכנסה
אקדמית <sup>4</sup>	23.5%	24%	23%	השכלה
	2499	1140	1359	N

1. על פי השנתון הסטטיסטי, 2004, הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה  
 2. אחוז מרואיינים שדווחו כי ההכנסה הכוללת נטו של משק הבית היא מעל 19,500 (גבול תחתון לעשירון העליון)  
 3. מנתוני הסקר החברתי של הלמ"ס  
 4. סוג בית ספר אחרון

<p><b>הפקולטה למדעי החברה ע"ש גרשון גורדון</b>  <b>אוניברסיטת תל-אביב</b>          קריית האוניברסיטה, רמת-אביב, תל-אביב 69978, ת"ד 39040.          טלפון: 03-6408963; פקס: 03-6409215          דואר אלקטרוני: bicohen@post.tau.ac.il  <b>אתר האינטרנט של מכון ב.י. כהן:</b> <a href="http://bicohen.tau.ac.il">http://bicohen.tau.ac.il</a>          עורכת: ד"ר ענת אורן          ייצוב גרפי: מיכל סמורקובץ, המשרד לייצוב גרפי</p>	<p>מכון ב.י. ולוסיל כהן למחקרי דעת קהל הנו מכון אוניברסיטאי המשלב פיתוח אקדמי של תיאוריה ומתודולוגיה של סקרי דעת קהל עם ביצוע מחקרי דעת קהל בלתי תלויים ברמה המדעית הגבוהה ביותר. ראש המכון: פרופ' נח לוי-אפשטיין          מטרת המכון:          1. לשמש כמסגרת לביצוע מחקרים אקדמיים המבוססים על סקרי אוכלוסייה.          2. לפתח תכנית של סקרי עמדות תקופתיים בנושאים בעלי עניין ציבורי בחברה הישראלית.          3. ליצור מאגרי נתונים שיאפשרו לעקוב אחר מגמות לאורך זמן בדעת הקהל בישראל.          4. לערוך ניסויים במתודולוגיות של סקרים במטרה לפתח ולשפר את הטכניקות של מחקרי דעת קהל.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------