

# บทความพิเศษ

## แกลลับโพลล์ Gullup Poll

ประชุม สุวดี\*  
Prachum Suwattee, Ph.D.

### บทคัดย่อ

แกลลับโพลล์ เป็นการนำเสนอชีวิตและผลงานของ จอร์จ ฮอเรส แกลลับ เน้นเรื่องแกลลับโพลล์ ซึ่งมีมานานและมีอิทธิพลในวงการสำรวจความคิดเห็นของสาธารณชน พร้อมทั้งนำเสนอเรื่องที่สถาบันแกลลับดำเนินการ 12 เรื่องที่ยังคงอยู่ในความสนใจและดำเนินการสำรวจซ้ำอยู่จนถึงปัจจุบัน

### Abstract

Life and work of George Horace Gallup is presented with the emphasis on the long lasting and influential Gallup poll. A dozen Gallup Poll topics which have been survived over the years are also given.

\* ศาสตราจารย์ คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Professor, School of Applied Statistics, National Institute of Development Administration

ในปัจจุบันมีการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนกันอย่างกว้างขวาง บางครั้งก็มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางสื่อสารมวลชน ทั้งทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ หรือจากผู้ทำการสำรวจโดยตรง แต่บางครั้งก็มิได้มีการเปิดเผยจากผู้ทำการสำรวจเพื่อวัตถุประสงค์บางประการของผู้ทำหรือผู้ให้การสนับสนุนทางการเงิน การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนทั่วไปหรือบางกลุ่มมีประโยชน์มากในสังคมประชาธิปไตย แม้อาจมีบางท่านไม่เชื่อผลของการสำรวจโดยเฉพาะเมื่อไม่ตรงกับความคิดเห็นของตนหรือกลุ่มตน บางคนอาจไม่เชื่อในวิธีการเพราะเข้าใจผิดว่า การสอบถามความคิดเห็นของประชาชนเพียงส่วนน้อย จะสะท้อนความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ได้อย่างไร บางคนอาจไม่เชื่อมั่นในตัวผู้ทำการสำรวจหรือไม่ไว้ใจ เพราะคิดว่าอาจมีวัตถุประสงค์บางประการซ่อนเร้นอยู่ด้วย ผู้ไม่เชื่อมั่นดังกล่าว หรือแม้แต่ผู้ไม่เชื่อในวิธีการก็ยังได้ประโยชน์ทางอ้อมอย่างน้อยที่สุดก็ทำให้สะดุดคิด หรือหาทางดำเนินการแก้ไขในบางเรื่อง เพื่อแก้ไขผลการสำรวจนั้น ๆ บางทีก็ตอบได้ และบางครั้งยังหันไปใช้วิธีการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนด้วยตนเองหรือกลุ่มตนก็ยังดี เชื่อกันว่าผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนมีประโยชน์ต่อผู้มีอำนาจตัดสินใจ กำหนดนโยบายและการดำเนินการในกิจการต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทางการเมือง

ในสหรัฐอเมริกาและผู้ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่เรียกว่า โพลล์ (Poll) กันมากมาย ทั้งรายวัน รายสัปดาห์ หรือรายเดือน จนมีผู้กล่าวกันว่าในสังคมชาวอเมริกัน ประชาชนถูกสอบถามความคิดเห็นมากเกินไปแล้ว ใน

ปัจจุบันมีหน่วยงานที่ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในสหรัฐอเมริกาอยู่มากมาย สำหรับในประเทศไทยเองก็มิใช่ผู้ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนอยู่หลายสำนัก ทั้งที่ทำการสำรวจอย่างสม่ำเสมอ บ่อยครั้ง และที่ทำการสำรวจบ้างนาน ๆ ครั้งตามความสะดวก และตามโอกาสที่ได้รับการสนับสนุนทางการเงิน ไม่ว่าจะเป็นในสหรัฐอเมริกาหรือในประเทศไทยก็ตาม แม้ว่าจะมีสำนักทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนอยู่หลายสำนัก แต่เรายังทราบกัน ในวงวิชาการดีว่า คำว่า แกลลัป (Gallup) มีความเกี่ยวข้องกับคำว่า โพลล์ เสมอ ในปัจจุบันเราอาจนึกถึงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนว่ามีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ หรือการวิจัยตลาดอยู่บ้าง แต่ในทัศนะของบิดาแห่งการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนคำว่า การตลาดมิได้อยู่ในจิตสำนึกแม้แต่น้อย คือ ไม่มีการจัดการปรุงแต่งที่หลายคนคิดอยู่ในปัจจุบัน

การสำรวจความคิดเห็นของสาธารณชนมีมาก่อน จอร์จ ฮอเรซ แกลลัป (George Horace Gallup) นักร้อย ๆ ปี แต่เมื่อแกลลัปเกิดมาพร้อม ๆ กับที่เราเรียกกันในปัจจุบันว่า สมัยสารสนเทศ (Information Age) ทำให้เขามีบทบาทสำคัญต่อประวัติการสำรวจความคิดเห็น แกลลัปเป็นนักการสื่อสารโดยแท้ ในสมัยที่การสื่อสารมวลชนเริ่มมีบทบาทสำคัญ หนังสือพิมพ์ และวิทยุเริ่มมีบทบาทสำคัญในสังคมและวัฒนธรรมของชาวอเมริกัน การโฆษณา นับเป็นอุตสาหกรรมที่มีอิทธิพลยิ่งต่อสังคมอเมริกัน

จอร์จเป็นบุตรชายคนเล็กของครอบครัวชาวไอโอวา ซึ่งมีบุตรหลายคน เกิดเมื่อปี ค.ศ. 1901 เขาเข้าศึกษาทางการหนังสือพิมพ์ที่มหาวิทยาลัยแห่งไอโอวาในปี ค.ศ. 1922 เคยเป็น

บรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ของมหาวิทยาลัย และต่อมาเป็นศาสตราจารย์ที่มีชื่อทางการหนังสือพิมพ์ ในระหว่างที่เขาเป็นนักศึกษา และเป็นบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประจำมหาวิทยาลัยแห่งไอโอวา แกลลัปเป็นนักศึกษาคนหนึ่ง ในบรรดานักศึกษาจำนวนหนึ่งที่หนังสือพิมพ์ เซนต์หลุยส์ จ้างให้ทำการสำรวจ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์เพื่อศึกษาว่ามีผู้อ่านคอลัมน์ต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์นี้มากน้อยเพียงไร จากจุดเริ่มต้นนี้เอง ศาสตร์เกี่ยวกับการวิจัยตลาดตามสไตล์ของแกลลัปได้เริ่มพัฒนาขึ้น แกลลัปได้เขียนวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอกเกี่ยวกับการสำรวจความคิดเห็นของสาธารณชน<sup>1</sup> และต่อมาได้สอนกลยุทธ์การสำรวจในวิชาการหนังสือพิมพ์ โดยเน้นประโยชน์เกี่ยวกับการหาเสียงทางการเมืองเป็นหลัก

แกลลัปได้พัฒนาวิธีของตนเองในการตั้งคำถามที่ใช้ในการสำรวจที่ทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องกว่าที่ใช้กันทั่วไปในการศึกษาล้าย ๆ กัน เขาได้ปรับแก้วิธีการของเขาอยู่เสมอ ทำให้เป็นที่เชื่อถือว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเมืองในที่สุด คอลัมน์ดังกล่าวเป็นที่ทราบกันดีในชื่อ แกลลัปโพลล์ (The Gallup Poll)

ในระหว่างที่เป็นอาจารย์สอนวิชาการหนังสือพิมพ์อยู่ที่มหาวิทยาลัยนอร์ทเวสเทิร์น (Northwestern University's Medill School of Journalism) ที่ชิคาโก แกลลัปได้รับการว่าจ้างจากบริษัท ลีเวอร์ บราเธอร์ส (Lever Brothers) ซึ่งเป็นผู้ผลิตสบู่ให้ทำการสำรวจประสิทธิภาพของการโฆษณาผลิตภัณฑ์ของบริษัท แกลลัปทำงานชิ้นนี้ได้ผลอย่างดีมาก ทำให้เขาได้ทำงานกับบริษัทยังและรูบิคัม (Young and Rubicam) ซึ่งเป็นบริษัทโฆษณาที่มีชื่อเสียงในนิวยอร์กในปี ค.ศ. 1932 ในระหว่างที่แกลลัปทำงานอยู่ในนิวยอร์กก็ยังทำงานพิเศษในนิวยอร์กซิตีด้วย ในปี ค.ศ. 1935 เขาได้ก่อตั้งสถาบันสำรวจความคิดเห็นสาธารณชนชาวอเมริกัน (The American Institute of Public Opinion - AIPO) ขึ้นที่เมืองพรินซ์ตัน เป็นหน่วยงานที่ขายคอลัมน์ชื่อ อเมริกาพูด (America Speaks) ให้แก่หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ในคอลัมน์ดังกล่าว แกลลัปจะรายงานผลการสำรวจความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ได้จัดทำขึ้น พร้อมบทวิเคราะห์ประกอบด้วย ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเมืองในที่สุด คอลัมน์ดังกล่าวเป็นที่ทราบกันดีในชื่อ แกลลัปโพลล์ (The Gallup Poll)

แกลลัปใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่าง ๆ เป็นจำนวนน้อย แทนที่จะทำการสำรวจกลุ่มใหญ่ ๆ วิธีการของเขาได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ค่อนข้างมาก เนื่องจากในสมัยนั้นความรู้เรื่องการสำรวจด้วยตัวอย่างหรือทฤษฎีการสุ่มตัวอย่างยังไม่พัฒนาถึงขีดที่เป็นที่ยอมรับ แต่ผลของการสำรวจของแกลลัปโดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำนายผลของการเลือกตั้งได้ถูกต้องหลายครั้ง ทำให้เสียงวิพากษ์วิจารณ์เบาบางลงไป แกลลัปดำเนิน

การขยายงานต่อไปอีก โดยได้ก่อตั้งบริษัท ออเดียนรีเซอรัช (Audience Research, Inc.-ARI) ขึ้น ทำการวิจัยทางการสื่อสารมวลชน ทำการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับฟังวิทยุ และผู้ชมภาพยนตร์

แกลลีย์เป็นนักวิจัยผู้ยิ่งใหญ่แต่เป็นนักบริหารจัดการที่ไม่สันทัดเท่าไร รวมทั้งเป็นนักธุรกิจมือสมัครเล่น อย่างไรก็ตามแกลลีย์ได้มีโอกาสร่วมงานหรือจ้างนักบริหารมืออาชีพ และมีความสามารถยอดเยี่ยมไว้หลายคนในยุคที่บริษัทเขาเจริญรุ่งเรือง เขาเป็นผู้ว่าจ้าง เดวิด โอกลิวี (David Ogilvy) เป็นผู้จัดการบริษัทของเขา โอกลิวีคนนี้เองเป็นผู้ก่อตั้งบริษัทโฆษณา โอกลิวีแอนด์มาเธอร์ (Ogilvy and Mather) ซึ่งมีชื่อเสียงมาจนถึงปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม ทุกสิ่งในโลกนี้เมื่อเจริญถึงขีดสุดแล้ว ก็ย่อมตกต่ำลง ชีวิตของแกลลีย์ก็เช่นเดียวกันไม่มีข้อยกเว้นจากสังขรรณดังกล่าว สิ่งที่ทำให้ผลงานของเขาที่ได้สะสมมาเป็นเวลายาวนาน เกือบทำให้เขาล่มสลายลง ได้แก่ การทำนายผลการเลือกตั้งประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ. 1948 เขาทำนายว่า "ดีวอ ชนะทรูแมน"<sup>2</sup> ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นครั้งนั้น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะว่าเขาหยุดการสำรวจเร็วเกินไป ทำให้พลาดการตีต้นคะแนนเสียงของ ทรูแมนในช่วงท้ายของการหาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งเราทราบกันดีแล้วในปัจจุบันว่าคะแนนเสียงทางการเมืองเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็วมาก บางครั้งการตัดสินใจของนักการเมืองในเวลาไม่กี่นาที ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เปลี่ยนรัฐบาล หรือมีการยุบสภาต้องเลือกตั้งใหม่ แม้ว่าหลายคนจะได้แย้งว่ามีการวางแผนทางการเมืองไว้ล่วงหน้าแล้วก็ตาม

จากการทำนายผลการเลือกตั้งประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกาผิดพลาดในครั้งนั้นมีผลทำให้หนังสือพิมพ์หลายฉบับตั้งตีพิมพ์คอลัมน์ของแกลลีย์ เขาต้องใช้เวลาอันพอสมควรกว่าจะสร้างชื่อเสียงเรื่องความแม่นยำของการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนกลับมาได้ แกลลีย์ยึดมั่นในแนวความคิดว่า การสำรวจความคิดเห็นของสาธารณชนที่ถูกต้องตรงไปตรงมา มีความสำคัญต่อประเทศชาติ การที่เขายึดมั่นเรื่องความถูกต้องของผลการสำรวจทำงานอย่างตรงไปตรงมานี้เองเป็นลักษณะที่สำคัญของแกลลีย์ ทำให้เขาได้รับการยกย่องในความผิดพลาดที่เกิดขึ้น และเป็นที่ยอมรับของสังคมได้ การทำนายผลการเลือกตั้งประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกาครั้งต่อ ๆ มา เขาทำได้อย่างถูกต้อง ทำให้สังคมยอมรับและเชื่อมั่นในสำนักแกลลีย์ตลอดมา

จอร์จ แกลลีย์ เสียชีวิตในปี ค.ศ. 1984 บุตรชายของเขาขายบริษัทไปในปี 1988 แต่บริษัทนี้ยังคงดำเนินงานจากเมืองพรินซ์ตัน รัฐนิวเจอร์ซีย์ ในนามสำนักแกลลีย์มาจนถึงทุกวันนี้ เรื่องที่สถาบันแกลลีย์ได้สอบถามความเห็นของชาวอเมริกันตลอดเวลายาวนานกว่า 60 ปี คลุมเหตุการณ์ต่าง ๆ และแนวโน้มตั้งแต่ปี ค.ศ. 1935 มิใช่เป็นการสำรวจทางการเมืองเพียงด้านเดียว บางเรื่องทำครั้งเดียวแล้วเลิกไป บางเรื่องก็ทำซ้ำ ๆ เรื่องที่ทำครั้งเดียวแล้วเลิกมีเช่น ในช่วง 1940 - 1950 เป็นเรื่องสงคราม ในช่วง 1950 - 1960 นี้เรื่องสงครามเกาหลี ช่วง 1960 - 1970 เป็นเรื่องสิทธิมนุษยชน และการก่อความไม่สงบ ช่วง 1970 - 1980 มีเรื่องวอเตอร์เกต ช่วง 1970 - 1980 เรื่องการให้ความเห็นชอบตำแหน่งผู้พิพากษาศาลสูงสุด และเรื่อง ไอ เอ ซิมสัน แต่เรื่องอื่น ๆ ก็ล้วนมี

การสำรวจซ้ำ ๆ จนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะ 12 เรื่อง ต่อไปนี้

- 1) การปฏิบัติหน้าที่ของประธานาธิบดี เริ่มมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1935
- 2) การสนับสนุนให้ผู้หญิงเป็นประธานาธิบดี เริ่มตั้งแต่ ค.ศ. 1937
- 3) การสนับสนุนให้คนผิวดำเป็นประธานาธิบดี เริ่มตั้งแต่ ค.ศ. 1958
- 4) สิ่งคุกคามประเทศชาติ : ทรูทิกใหญ่ องค์การแรงงานใหญ่ รัฐบาลใหญ่ เริ่มตั้งแต่กลางปี ค.ศ. 1960 - 1970
- 5) การสูบบุหรี่และมะเร็งปอด เริ่มตั้งแต่ปี ค.ศ. 1954
- 6) จำนวนบุตรในอุดมคติ เริ่มตั้งแต่ปี ค.ศ. 1936
- 7) การไปโบสถ์ เริ่มกลางปี ค.ศ. 1950 - 1960
- 8) ภาษีเงินได้ เริ่มมาตั้งแต่ปี 1949
- 9) การทำแท้งโดยถูกต้องตามกฎหมาย เริ่มตั้งแต่ ค.ศ. 1973
- 10) ความเห็นเกี่ยวกับสภาพแรงงาน เริ่มตั้งแต่ ค.ศ. 1936
- 11) การดื่มของมึนเมา เริ่มมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1939
- 12) โทษประหารชีวิต เริ่มศึกษาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1953

แกลลัซโพลล์ ล่าสุดซึ่งทำการสำรวจระหว่างวันที่ 28 - 30 เมษายน 2543 และเผยแพร่ผลตั้งแต่วันที่ 3 พฤษภาคม 2543 เป็นการสำรวจทางการเมือง สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยสุ่มตัวอย่างผู้มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป รวม 1,003 ราย จากทั่วประเทศ มี 499 รายที่คาดว่าจะมีโอกาสใช้สิทธิออกเสียงสูงในเดือนพฤศจิกายน 2543

ด้วยความเชื่อมั่น 95% พบว่า ผู้ว่าการรัฐเท็กซัส จอร์จ ดับบลิว บุษ มีคะแนนเสียงนำรองประธานาธิบดีอัล กอร์ อยู่ 49% ต่อ 44% ซึ่งถือว่าไม่เปลี่ยนแปลงจากผลการสำรวจในเดือนเมษายน ที่มีคะแนนเสียงเป็น 50% ต่อ 41% ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ถึงเมษายน 2543 สถาบันแกลลัซทำการสำรวจมา 8 ครั้ง ผลพบว่า บุษ มีคะแนนนำเฉลี่ย 5% ถือว่าคะแนนเสียงไม่เปลี่ยนแปลงในช่วงเวลา 3 เดือนดังกล่าว เชื่อว่าก่อนการเลือกตั้งทั่วไปของสหรัฐฯ ในเดือนพฤศจิกายน 2543 นี้ จะมีผู้ทำการสำรวจอยู่อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งสถาบันแกลลัซด้วย ซึ่งมีวิธีการที่น่าสนใจในเชิงวิธีการอยู่ประการหนึ่งคือ การใช้ข้อมูลจากการสำรวจครั้งก่อน ๆ มาคิดในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลในการสำรวจครั้งต่อ ๆ ไปด้วย

### เชิงอรรถ

- 1 ชื่อ "An Objective Method for Determining Reader Interest in the Content of a Newspaper"
- 2 ผลการทำนายครั้งนั้นสอดคล้องกับหน่วยงานอื่น คือ ทั้ง Roper และ Croxley

## บรรณานุกรม

1. CNN. **Expert Advice, Ash Alice about Gallup Polls**, 2000.
2. CNN. **Freedom Speaks, Polling** (Episode 514), 2000.
3. Newport, F., Moore, D.W. and Saad, L., **Long-Term Gallup Poll Trends: A Portrait of American Public Opinion Through the Century**, Princeton, The Gallup Organization, 1999.
4. Van Allen, S. Moore, D.W. "Bush Continues to Enjoy Single-Digit Lead Over Gore in Presidential Race" in **Poll Releases**. Princeton, The Gallup Organization, 2000.
5. **George Gallup, Twentieth-Century Pioneer**, Princeton, The Gallup Organization, 1999.

