

آسیب‌شناسی نظام نظرسنجی سیاسی در جمهوری اسلامی ایران

مرتضی مولایی*

دریافت: ۱۳۹۷/۰۴/۲۵

محمد علی خسروی**

پذیرش: ۱۳۹۷/۰۷/۱۰

چکیده

تولید اطلاعات مرتبط با دیدگاه‌های مردم در موضوعات مختلف سیاسی انتخاباتی، با دقت و سرعت لازم و در اختیار کاربران و ذی‌نفعان قرار دادن آن و همچنین ایجاد، حفظ و گسترش اعتماد عمومی نسبت به نظام نظرسنجی از اهداف نظام نظرسنجی سیاسی در ایران است. با پیشرفت‌های حاصل‌شده، نظام نظرسنجی سیاسی در ایران، هنوز با مشکلات عدیده‌ای مواجه است. آسیب‌شناسی نظام نظرسنجی سیاسی در جمهوری اسلامی ایران، سؤال اصلی این پژوهش است که پژوهشگر با بررسی وضعیت موجود به آن پرداخته است. در انجام این پژوهش از روش پژوهشی داده-بنیاد استفاده شده و برای رسیدن به پاسخ سؤالات با مراجعه به جامعه آماری تحقیق، ۴۲ جلسه مصاحبه پژوهشی با ۲۴ نفر از صاحب‌نظران و نخبگان موضوع انجام شده است.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد آسیب‌های نظام نظرسنجی سیاسی در ایران ناظر به دو دسته عوامل درونی و بیرونی این حوزه است. عوامل آسیب‌زای درونی به‌طور مستقیم بر کار پیمایش نظرسنجی و عوامل بیرونی از فضای سیاسی جامعه متأثر است و از جنس عوامل فرهنگی-اجتماعی است. در مجموع، برخی از مشکلات این حوزه، دولتی و شبه‌دولتی بودن بیشتر سازمان‌های نظرسنجی، کوچک بودن سهم بخش خصوصی در بازار نظرسنجی، نبود رقابت میان سازمان‌های نظرسنجی، عدم انتشار نتایج نظرسنجی‌ها، ضعف علمی مدیران و کارشناسان و فراهم نبودن شرایط نقادی نظرسنجی است.

واژگان کلیدی

نظام نظرسنجی، آسیب‌شناسی، جمهوری اسلامی ایران، مردم‌سالاری

۱. مقدمه و بیان مسئله

حاکمان و دولت‌مردان در نظام سیاسی مردم‌سالار توسط مردم انتخاب می‌شوند و چنین انتخابی در چارچوب انتخابات رقابتی آزاد و عادلانه صورت می‌گیرد. حاکمان در برابر مردم پاسخگو هستند. برکناری و تعویض دولت (حکومت) بدون خونریزی و از طریق انتخابات و رأی‌گیری امکان‌پذیر است.

تا ابتدای دهه ۱۹۶۰م در فرانسه می‌توان پذیرفت که تعریف و شیوه بیانی که همگان آن را به‌عنوان افکار عمومی به رسمیت شناخته باشند، وجود نداشت. از اواخر دهه ۱۹۶۰م وضعیت به کلی تغییر می‌کند؛ زیرا مؤسسه‌های نظرسنجی (که تا آن وقت نقش حاشیه‌ای داشتند) خیلی زود به‌عنوان تنها مراجع دارای صلاحیت بیان افکار عمومی، خود را تحمیل می‌کنند. در واقع، از دهه ۱۹۷۰م یک باور جمعی جدید فراگیر می‌شود که به موجب آن نظرسنجی یک فن علمی است که اجازه می‌دهد ملت مستقیم و بدون واسطه حرف بزند (دورماگن و موشار، ۱۳۸۹، ص ۱۸۹).

نظرسنجی‌های سیاسی و انتخاباتی به‌عنوان وسیله‌ای برای آگاه‌سازی مردم و نخبگان، نقش و جایگاه مهمی در فرایند مردم‌سالاری و انتخابات دارد. از طریق پردازش داده‌های گردآوری‌شده از طریق نظرسنجی، مقادیر فراوانی اطلاعات از حیطه جامعه و سیاست تولید می‌گردد. این اطلاعات می‌تواند به‌منظور تأثیر بر مردم و دیدگاه‌هایشان و به تبع آن، بر انتخابات در نتیجه، بر حیطه سیاست مورد استفاده قرار گیرد (Robert, 2005, p.635).

مؤسسات نظرسنجی غربی از سه روش عمده یعنی «مصاحبه حضوری»، «مصاحبه تلفنی» و «پیمایش اینترنتی» استفاده می‌کنند. روش انجام نظرسنجی‌ها بسته به نوع مناطق، متفاوت است (Kumer, 1990, p.5).

نظرسنجی‌ها می‌تواند نقش مهمی را در پاسخ‌گویی مردم‌سالار ایفا کند، با شناسایی مهم‌ترین نظرسنجی‌ها می‌توانند با مشخص کردن سیاست‌های مطلوب و مورد نظر رأی‌دهندگان در راستای مشارکت در پاسخ‌گویی مردم‌سالار، از طریق پیش‌بینی انتظارات رأی‌دهندگان، در فاصله بین دو انتخابات، به دولت مستقر کمک کند.

اطلاعات حاصل از نظرسنجی، کاربردهای فراوانی در سپهر سیاسی کشور دارد؛ زیرا منجر به افزایش دانش در مورد فضای سیاسی - اجتماعی جامعه می‌شود. اگرچه آگاهی از دیدگاه‌های

مردم از طریق روش‌های متعددی امکان‌پذیر است، ولی نظرسنجی، اگر نگوییم تنها روش، مطمئناً یکی از بهترین و عینی‌ترین روش‌هاست (کلود امری، ۱۹۹۴). البته نظرسنجی نیز مانند هر روش تحقیق دیگری ممکن است با استفاده از روش‌ها و فنون غلط اجرا شود و در نتیجه، اطلاعات غلطی تولید شود و یا در صورت اجرای درست، نتایج آن مورد سوءاستفاده قرار گیرد. اینکه نظرسنجی توسط سازمان‌ها و نهادهایی بی‌طرف برگزار شود و در اجرای آن از کارشناسان این حوزه استفاده شود، می‌تواند اطمینان به صحت و درستی نتایج آن را افزایش دهد.

با توجه به اهمیت رأی و دیدگاه مردم در نظام‌های مردم‌سالار و به‌ویژه نظام جمهوری اسلامی ایران، علی‌القاعده سازوکارهای مناسب برای اطلاع از دیدگاه مردم، یعنی نظام نظرسنجی، باید دقیق، سریع، بروز و بدون کمترین خطا و اشتباه باشد. اگرچه سازمان‌های نظرسنجی در جمهوری اسلامی وجود دارد و در مقاطع نزدیک به انتخابات، نظرسنجی‌های سیاسی نیز انجام می‌شود، ولی به نظر می‌رسد علی‌رغم گذشت بیش از ۵۰ سال از تأسیس نخستین مرکز نظرسنجی در ایران، نظام نظرسنجی در جمهوری اسلامی ایران، اگر بتوان با نام «نظام» از آن یاد کرد، دارای ساختاری ناقص و عملکرد آن نیز با ناکارآمدی‌های بسیاری همراه است.

با توجه به نکاتی که در باب اهمیت انجام نظرسنجی‌های سیاسی گفته شد، می‌توان فرض کرد یکی از الزامات و زمینه‌های برخورداری از چنین فواید و کارکردهایی، وجود یک نظام نظرسنجی کامل است که نواقص وضعیت موجود را نداشته و از ویژگی‌هایی برخوردار باشد که بتواند این کارکردها را به‌منصه ظهور برساند. با بررسی به‌عمل‌آمده بیشتر پژوهش‌ها و پروژه‌های انجام‌شده در این خصوص تک‌سازمانی، موردی و یا اداری بوده و به بررسی وضعیت موجود نظام نظرسنجی‌های سیاسی در ایران و اشکالات و نواقص آن پرداخته است. لذا تاکنون در مورد موضوع این پژوهش، اثری ثبت‌نشده است و جا دارد با توجه به اهمیت موضوع در تصمیم‌گیری‌های کلان کشور، به آن پرداخته شود. این پژوهش می‌تواند برای بیشتر سازمان‌های اجتماعی، سیاسی و اجتماعی کشور مورد استفاده و بهره‌برداری قرار گیرد.

۲. ادبیات نظری و پیشینه‌شناسی پژوهش

۲-۱. ادبیات نظری

۲-۱-۱. آسیب‌شناسی

شناخت پدیده‌های بیماری‌زا و بحران‌آفرین در بستر حیات اجتماعی انسان‌هاست؛ از این رو، پدیده‌های آسیب‌زا آفتی است که روند تکامل و بالندگی جامعه را با اختلال و چالش‌هایی متعدد روبه‌رو می‌سازد. بررسی‌های آسیب‌شناختی از جمله موضوعاتی است که بیشتر مطالعات و پژوهش‌های کاربردی اجتماعی را به خود اختصاص داده است (میرزایی‌مقدم، ۱۳۸۶، ص ۱).

در برداشتی دیگر از این مفهوم با این تعریف مواجه می‌شویم که آسیب‌شناسی، شناخت آفت‌ها و نقاط منفی هر چیزی است. اصلاح آسیب‌شناسی از علوم پزشکی وارد علوم اجتماعی شده است. همان‌طور که در علوم پزشکی وقتی بدن را بررسی می‌کنند، به بیماری‌های آن پی می‌برند، در مسائل اجتماعی هم آسیب‌شناسی عبارت از یافتن کلیه نقاط منفی در یک چیز است (حقیقت، روزنامه اعتماد، ۱۳۸۶، ص ۶).

تعریف عملیاتی: در این پژوهش، منظور از آسیب‌شناسی یافتن نقاط منفی در حوزه نظام نظرسنجی سیاسی است.

۲-۱-۲. نظرسنجی سیاسی

نظرسنجی ابزار ارزشمندی برای ارزیابی وضعیت افکار عمومی در هر موضوعی به شمار می‌آید. نظرسنجی عبارت است از اجرای اقدامات و تلاش‌های سازمان‌یافته برای نشان دادن عقاید مردم نسبت به یک موضوع، در یک محل خاص و در یک مقطع زمانی معین (فرخی، ۱۳۸۳، ص ۱۰).

تعریف عملیاتی: نظرسنجی مجموعه‌ای از اقدامات سازمان‌یافته و روشمند برای سنجش عقاید عمومی موجود در یک جامعه یا بخشی از آن است که نتایج آن مبین جهت‌گیری ذهنی روانی جامعه باشد (حاجیان، ۱۳۸۴).

۲-۳. نظام نظرسنجی سیاسی

اگرچه در توصیفی کلی، می‌توانیم «نظام نظرسنجی» را کلیه سازمان‌های نظرسنجی و رویه‌های حاکم بر انجام نظرسنجی و انتشار نتایج آن بدانیم ولی به‌منظور آسیب‌شناسی نظام نظرسنجی سیاسی جمهوری اسلامی ایران، باید این مفهوم را روشن‌تر کرده و اجزا و عناصر آن را مشخص کنیم:

❖ وجود سازمان‌های نظرسنجی متعدد دولتی و غیردولتی که مرتباً در حال برگزاری نظرسنجی در موضوعات مختلف سیاسی و انتخاباتی باشند و وجود قوانین و مقررات مکتوب یا عرفی برای نحوه انجام نظرسنجی و انتشار نتایج آن‌ها از مهم‌ترین اجزا چنین نظامی می‌تواند تلقی شود.

❖ در همین زمینه مشخص بودن ماهیت سازمان‌های نظرسنجی را به لحاظ وابستگی به دولت و نهادهای عمومی، سازمان‌های خصوصی و یا احزاب می‌توان شاخصی برای شفافیت بخش‌هایی از فضای انتخابات دانست که خود می‌تواند باعث فراهم شدن برخی از شرایط برای ارزیابی نتایج نظرسنجی و برآورد میزان صحت و سقم آن گردد.

❖ وجود قوانین و مقررات نسبتاً دقیق و جاافتاده برای انجام نظرسنجی راه تفسیرهای شخصی را به‌صورت نسبی بسته نگه می‌دارد و به انجام بهتر نظرسنجی و انتشار درست و مناسب نتایج آن کمک کرده و درعین حال، شاخص پیشرفته‌تر بودن نظام نظرسنجی نیز می‌تواند تلقی شود.

❖ زیربنای این دو عنصر ساختاری (سازمان‌های نظرسنجی و قوانین و مقررات مربوط)، وجود احساس نیاز نسبت به اطلاعات تولیدی از طریق نظرسنجی و همچنین امکان اجرای نظرسنجی به لحاظ زمینه‌های ساختاری و قانونی بالادستی آن است؛ به عبارت دیگر، زمینه این دو، «به رسمیت شناخته شدن» و مهم تلقی شدن نظر مردم و همچنین، آشکار ساختن این دیدگاه‌های از طریق نظرسنجی در عرف و مقررات است که امکان اجرای نظرسنجی را میسر می‌کند.

❖ در مرحله بعد میزان تمایز یافتگی انواع نظرسنجی و سازمان‌های خاص مربوط به آن را نیز می‌توان از اجزای نظام نظرسنجی محسوب کرد؛ مثلاً وجود سازمان‌هایی که هم در مورد موضوعات سیاسی کار می‌کنند و هم در موضوعات تجاری و بازرگانی.

اینکه سازمان‌های تخصصی‌ای وجود داشته باشند که در هر دو زمینه توانایی انجام نظرسنجی را داشته باشند، نشان از توانایی چنین سازمان‌هایی می‌تواند باشد، ولی به نظر می‌رسد تمایز یافتگی تخصصی، در این زمینه عامل مهم‌تری است و شاخص پیشرفته‌تر بودن نظام نظرسنجی‌ای است که در آن چنین ویژگی‌ای وجود دارد.

❖ سازمان‌ها و نهادهای ناظر بر انجام نظرسنجی و انتشار آن‌ها نیز در این زمینه دارای اهمیت هستند. این‌گونه نهادها ممکن است عام یا خاص باشند؛ برای مثال، عموم سازمان‌های مرتبط با نظرسنجی، اعم از خود نظرسنجان^۱ و یا کارشناسان حیطه‌های جنبی که امکان بررسی و داوری در مورد نتایج حاصل از نظرسنجی را دارند، رسانه‌هایی که نتایج نظرسنجی توسط آن‌ها منتشر می‌شود و خود مردمی که اطلاعات حاصل از نظرسنجی برایشان اهمیت دارد و یا نهادهای خاص و طراحی‌شده برای این کار مثل مراکز نظارتی دولتی و غیردولتی که وظیفه‌شان نظارت بر نحوه انجام هزینه‌هاست.

بنابراین، منظور ما از نظام نظرسنجی، سازمان‌های متعدد نظرسنجی و مقررات مکتوب و یا عرفی ناظر بر انجام نظرسنجی و انتشار نتایج آن است. این سازمان‌ها باید ماهیت مشخصی از لحاظ حقوقی داشته و از درجه‌ای از تمایز یافتگی، از منظر وظیفه‌ای برخوردار باشند. مراکز ناظر بر چگونگی انجام نظرسنجی و همچنین، مقررات مرتبط با آن نیز، از اجزا نظام نظرسنجی خواهد بود.

نهادینه شدن عناصر و ویژگی‌هایی مذکور، نشانه‌ای از ثبات و استحکام نظام نظرسنجی بوده و نقش مهمی در فرایند مردم‌سالاری خواهد داشت؛ اما در حالتی که «نظام نظرسنجی» با محتوایی که توصیف شد، نهادینه نشده باشد و یا در حال گذراندن مراحل اولیه نهادینه شدن باشد، احتمال سوءاستفاده از نظرسنجی افزایش یافته و زمینه بروز اختلاف و تضاد اجتماعی و ناآرامی‌های اجتماعی-سیاسی خواهد شد.

۲-۲. پیشینه‌شناسی تحقیق

به دلیل اهمیت زیاد نظرسنجی‌های سیاسی، این مهم از زوایای مختلفی مورد پژوهش و بررسی قرار گرفته است اما اثر مستقلی که به موضوع «آسیب‌شناسی نظام نظرسنجی

سیاسی در جمهوری اسلامی ایران» پرداخته باشد، مشاهده نشده است؛ در پایان این مقدمه به برخی از این آثار به شرح جدول زیر اشاره می‌شود:

جدول شماره ۱. پیشینه‌شناسی آسیب‌شناسی نظام نظرسنجی سیاسی در جمهوری اسلامی ایران

نویسندگان (سال پژوهش)	اهداف و یا سؤالات اصلی	روش استفاده‌شده	مهم‌ترین یافته‌ها
خوشگویان‌فرد، علیرضا (۱۳۹۵)	روش‌شناسی پیمایش تلفنی چیست؟ مزایا و معایب پیمایش تلفنی چیست؟	اسنادی، توصیفی-تحلیلی	در پیمایش تلفنی، انتخاب موضوع پیمایش و میزان حساس بودن آن، شیوه طراحی پرسش‌ها، تعامل با پاسخگو یا واکنش پاسخگو به پیمایش به هنجارها، ارزش‌ها و به‌طورکلی ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه باز می‌گردد.
محسنیان‌راد، مهدی و قدیمی، اسماعیل (۱۳۸۸)	آسیب‌شناسی روابط عمومی در ایران	اسنادی، پیمایشی، توصیفی-تحلیلی	نبود ساخت‌ها و زیرساخت‌های مادی، از یک‌سو و نبود مبانی فکری، حقوقی و مدیریتی از سوی دیگر سبب شده است تا روابط عمومی‌ها در ایران در پاسخ‌گویی سامانمند و نهادینه‌شده به نیازهای افکار عمومی ناتوان باشند. در نتیجه، کارکردهای روابط عمومی نه تنها در مقابل افکار عمومی، بلکه به‌عنوان یک خرده‌سیستم در نامطلوب به نظر می‌رسد.
رابرت رایت میتس (۱۹۹۲)	خط‌مشی‌های افکار عمومی: نظرسنجی، نظرسنجان و رئیس‌ان جمهور چگونه است؟	پیمایشی، توصیفی-تحلیلی	شیوه طراحی سؤالات توسط نظرسنجان، بر روی نتایجی که به‌دست آمده، تأثیر قابل توجهی دارد.

نویسندگان (سال پژوهش)	اهداف و یا سؤالات اصلی	روش استفاده شده	مهم ترین یافته ها
جاکوبز رابرت (۲۰۰۵)	سیاست های نظرسنجی، رسانه ها و مبارزات انتخاباتی	پیمایشی، توصیفی - تحلیلی	نظرسنجی ها می توانند با شناسایی مهم ترین نگرانی های رأی دهندگان و گفتگو درباره آنها و سپس مشخص کردن سیاست های مطلوب و مورد نظر رأی دهندگان نقش مهمی را در ارتقاء مردم سالاری ایفا کنند.
کربی گویدل (۲۰۱۱)	نظرسنجی سیاسی در عصر دیجیتال	پیمایشی، توصیفی - تحلیلی	دوره اتکای به نظرسنجی با استفاده از نمونه های تصادفی به دست آمده از فهرست های شماره تلفن ها به پایان رسیده و در آغاز یک دوره گذر به وضعیت جدیدی هستیم.

۳. روش شناسی تحقیق

۳-۱. روش داده-بنیاد

روش نظریه بنیانی (داده-بنیاد) بیشتر برای پژوهش درباره موضوع هایی به کار می رود که پیشتر مطالعه چندانی در مورد آنها انجام نشده و نیاز به بررسی و فهم عمیق تر آنها وجود دارد (ادیب حاج باقری، ۱۳۸۵، ص ۱۷). به نظر می رسد با توجه به ویژگی های برشمرده شده، روش تحلیل داده-بنیاد، روشی مناسب برای انجام پژوهش حاضر باشد. در این پژوهش، مصاحبه های اولیه به صورت کاملاً باز و ساختار نیافته انجام گرفت و به مرور با توجه به پاسخ های داده شده به سؤالات و کدگذاری مصاحبه های اولیه و پیدا کردن سرنخ های بیشتر برای سؤالات بعدی، شکل سؤالات تا حدی تغییر کرد. هرچند تمام سؤالات مرتبط با موضوع و در چارچوب پی بردن به سؤالات اصلی پژوهش بود. در برخی موارد هم برحسب اقتضای شرایط نسبت به مشاهده و جمع آوری داده توسط پژوهشگران پرداخته شد تا برخی جنبه های مسئله توسط خود پژوهشگران لمس شود. به منظور اعتباربخشی به نتایج، پژوهشگران در این پژوهش، در مرحله کدگذاری باز به شیوه مقایسه ای به تطابق میان همگونی اطلاعات و مقوله های به دست آمده می پردازند.

همچنین در جریان کدگذاری محوری، در مورد مقوله‌ها سؤال طراحی شده و در رابطه با داده‌ها، به بررسی شواهد و وقایع پرداخته می‌شود. در مرحله کدگذاری انتخابی نیز هرکدام از طبقه‌های به دست آمده، بر اساس مستندات علمی و پیشینه پژوهش، اعتبارسنجی می‌شود.

۳-۲- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در روش نظریه پردازی داده- بنیاد، فرآیند گردآوری داده‌ها، نظم دادن و تجزیه و تحلیل داده‌ها به هم وابسته‌اند و هم‌زمان انجام می‌شوند. به عقیده استراوس و کوربین این فرآیند، اعمالی را نشان می‌دهد که به وسیله آن، نظریه‌ها بر پایه داده‌ها ساخته می‌شوند. این قسمت، فرآیند اصلی ساختن نظریه است. گفتنی است مرز بین انواع کدگذاری مصنوعی است، به عبارتی محقق ممکن است از یک مرحله کدگذاری به مرحله دیگر وارد شود، بدون اینکه متوجه باشد. این اتفاق بیشتر در مراحل کدگذاری باز و کدگذاری محوری اتفاق می‌افتد (ایمان و محمدیان، ۱۳۸۷، ص ۳۶). در این تحقیق از یک سو برای گردآوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای و مطالعه اسنادی و مدارک موجود و از سوی دیگر، مصاحبه با ۲۴ نفر از خبرگان دارای سوابق تجربی در مسئولیت‌های مرتبط انجام گرفت که به شکل هدفمند و به صورت تمام شمار انتخاب شده‌اند.

جدول شماره ۲. مشخصات شرکت کنندگان در مصاحبه و تکمیل کنندگان پرسشنامه تحقیق

محل خدمت	سابقه مدیریتی	میزان تحصیلات	تعداد
ایسپا	۲۵ تا ۳۰ سال	دکتری	۲
ایسپا	۲۰ تا ۲۵ سال	کارشناسی ارشد	۲
مرکز افکارسنجی دانش نوین ایرانیان (دانا)	۲۵ تا ۳۰ سال	دکتری	۲
مرکز افکارسنجی دانش نوین ایرانیان (دانا)	۲۰ تا ۲۵ سال	کارشناسی ارشد	۱
شرکت خبره پارس	۲۰ تا ۲۵ سال	کارشناسی ارشد	۲
مرکز نظرسنجی امین (نیروی انتظامی)	۲۵ تا ۳۰ سال	کارشناسی ارشد	۲
مرکز نظرسنجی امین (نیروی انتظامی)	۲۵ تا ۳۰ سال	دکتری	۲
مرکز پژوهش و سنجش افکار صداوسیما	۲۵ تا ۳۰ سال	دکتری	۲

محل خدمت	سابقه مدیریتی	میزان تحصیلات	تعداد
مرکز پژوهش و سنجش افکار صداوسیما	۲۰ تا ۲۵ سال	کارشناسی ارشد	۳
مرکز ملی مطالعات و سنجش افکار عمومی	۲۵ تا ۳۰ سال	دکتری	۲
پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج، بخش افکارسنجی	۲۵ تا ۳۰ سال	دکتری	۲
پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج، بخش افکارسنجی	۲۰ تا ۲۵ سال	کارشناسی ارشد	۲
جمع			۲۴

۴. یافته‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها

یافته‌های تحقیق

با مراجعه به جامعه آماری تحقیق، ۴۲ جلسه مصاحبه پژوهشی با ۲۴ نفر از صاحب‌نظران و نخبگان موضوع انجام و تعداد ۱۱۶۵ کد استخراج گردید.

کدگذاری داده‌ها

کدگذاری محوری و مقوله‌پردازی داده‌ها

یافتن کلماتی که بیشترین تأکید را در مجموعه سخنرانی‌ها، مکتوبات، آرا و دیدگاه‌های خبرگان و کارشناسان در رابطه با آسیب‌های وضعیت موجود نظرسنجی و عوامل مؤثر در ایجاد این وضعیت داشته‌اند، به عمل آمد. با بررسی به عمل آمده دو دسته عوامل درونی حوزه نظرسنجی و عوامل بیرونی بیشترین تأثیر را داشتند. عوامل درونی آن‌هایی است که به طور مستقیم و تقریباً بدون واسطه بر کار پیمایش نظرسنجی اثرگذار بوده و احتمالاً دخالت و دست‌کاری در آن‌ها و تلاش برای بهبود یا رفع این‌گونه نواقص از طریق تمهیدات آموزشی، اداری و ساختاری با سهولت نسبی امکان‌پذیر است ولی عوامل بیرونی اثرگذار، اگرچه از جنس عوامل فرهنگی-اجتماعی است، ولی به طور کلی در فضای سیاسی جامعه قرار داشته و رفع یا تخفیف آن‌ها از طریق ایجاد تمهیدات ساختاری مرتبط با عوامل درونی و گذر زمان، به منظور نهادینه شدن این‌گونه تمهیدات و البته اجرای برخی تغییرات فرهنگی دیگر امکان‌پذیر می‌شود.

نتایج حاصل از کدگذاری داده- بنیاد و مفهوم‌سازی پس از ادغام و ترکیب به شرح زیر است:

جدول شماره ۳. نتایج حاصل از کدگذاری داده- بنیاد و مفهوم‌سازی پس از ادغام و ترکیب

ردیف	مؤلفه	زیرمؤلفه (شاخص)	بعد
۱	۱. ضعف علمی مدیران و کارشناسان	عدم آشنایی با تحقیقات اجتماعی	آسیب‌های درونی نظام نظرسنجی سیاسی در جمهوری اسلامی ایران
۲		استفاده نکردن از کارشناسان متخصص	
۳		عدم به‌کارگیری فارغ‌التحصیلان علوم اجتماعی	
۴		استفاده از روش قدیمی	
۵		مجهد نبودن به فناوری روز دنیا	
۶	۲. غلبه نگاه تبلیغاتی بر نگاه علمی	طراحی نظرسنجی به‌گونه‌ای که نتایج آن طوری از کار دربیاید که مورد رضایت سفارش‌دهنده نظرسنجی باشد.	
۷		آغشته شدن نظرسنجی‌ها به خواسته‌های سیاسی زودگذر	
۸		تبلیغات انتخاباتی از طریق نظرسنجی	
۹		نظرسازی در برابر نظرسنجی	
۱۰		کشف نشدن واقعیت نظر مردم	
۱۱	۳. مؤسسات عمومی و دولتی غیر پاسخگو	نبود نهادهای مستقل برای انجام نظرسنجی	
۱۲		ضعف نهادهای مدنی	
۱۳		نبود فضای مناسب برای نقد و ارزیابی نظرسنجی‌ها	
۱۴	۴. بی‌توجهی به زمان مناسب برای انجام نظرسنجی	شکل نگرفتن فضای اجرای نظرسنجی	
۱۵		آماده نبودن پاسخگویان برای ابراز نظر قطعی	
۱۶		شکل نگرفته افکار عمومی به‌طور جدی درباره موضوع نظرسنجی	
۱۷	۵. گسسته و منفصل بودن نظرسنجی‌ها	مقطعی و گذرا بودن نظرسنجی‌ها	
۱۸		عدم روند پژوهی و به‌تبع آن ممکن نبودن رصد وضعیت جامعه در مورد موضوعات خاص نظرسنجی	
۱۹		توسعه مراکز آموزشی	

آسیب‌های درونی نظام نظرسنجی سیاسی در جمهوری اسلامی ایران

ردیف	مؤلفه	زیرمؤلفه (شاخص)	بعد
۲۰	۶. پایین بودن میزان پایایی یافته‌های نظرسنجی	عدم رعایت ظرافت‌های روش تحقیق پیمایشی	
۲۱		عدم رعایت بی‌طرفی علمی توسط پژوهشگران	
۲۲		دخالت افراد غیرمتخصص در فرایند تحقیق	
۲۳	۷. مستقل نبودن مراکز نظرسنجی	تحت تأثیر مستقیم یا غیرمستقیم مراکز یا شخصیت‌های خارج از سازمان بنا به ملاحظات مالی و وابستگی‌های گروهی	
۲۴		تعهد علمی کافی نداشتن	
۲۵		داده‌سازی یا دست‌کاری داده‌ها، به‌ویژه در مورد داده‌های نظرسنجی (به‌طور معمول «بی‌پاسخی‌ها» و یا «نمی‌دانم» با سهولت بهتری ممکن است)	
۲۶	۸. نبود توافق نظری در مورد مفهوم نظرسنجی	میان نظرسنجی، افکارسنجی و جامعه‌سنجی در گفتارها و مقاله‌های علمی اختلاف نظر دیده می‌شود.	
۲۷		انسجام در برنامه‌ها، اهداف	
۲۸		لزوم تدوین برنامه‌ها بر اساس چشم‌انداز	
۲۹		اولویت‌بندی فعالیت‌ها و ایجاد ساختار مناسب و به‌روز و استفاده از فناوری اطلاعات	
۳۰	۹. عدم رعایت بی‌طرفی علمی توسط پژوهشگران	عدم اجرای فرآیند علمی اجرای نظرسنجی	
۳۱		دخالت عوامل غیرکارشناس	
۳۲		گرایش سیاسی برخی محققان یا وفاداری سیاسی سازمان متبوعه آن‌ها	
۳۳	۱۰. پررنگ شدن منفعت مالی در پیمایش‌های نظرسنجی	عدم شکل‌گیری موازین عرفی و غیره برای ترتیبات مالی و زمانی اجرای پروژه نظرسنجی	
۳۴		بها دادن به سازمان‌های نظرسنجی که استقلال نسبی دارند.	
۳۵		در نظر گرفتن ملاحظات شیوه پیمایش	
۳۶		نبود عرف جافاده برای نظرسنجی	
۳۷		تلقی شدن محرمانه بودن نتایج نظرسنجی‌ها	

زیرمؤلفه (شاخص)	ردیف	مؤلفه	بعد
نداشتن نگاه علمی و آگاهی بخشی	۳۸	۱۱. نگرش سیاست‌زده به نظرسنجی	آسیب‌های بی‌رونی نظام نظرسنجی سیاسی در جمهوری اسلامی ایران
عدم امکان نقد و بررسی و تحلیل نتایج نظرسنجی‌ها توسط کارشناسان و صاحب‌نظران علوم اجتماعی	۳۹		
عدم امکان حل مسئله و ارائه راهبرد توسط پژوهشگران	۴۰		
جزیره‌ای بودن یا جزیره‌ای عمل کردن سازمان‌های نظرسنجی	۴۱	۱۲. نبود چارچوب تعاملی مناسب میان مراکز نظرسنجی	
نبود چارچوب تعاملی مناسب میان سازمان‌های نظرسنجی	۴۲		
نبود چارچوب تعاملی مناسب میان سازمان‌های نظرسنجی با مراکز علمی و دانشگاهی به‌ویژه در علوم انسانی	۴۳		
جلب اعتماد پاسخگو به‌وسیله فنون نظرسنجی	۷۰	۱۳. عدم تمایل به اظهار نظر صریح و آشکار	
تمایل پاسخ‌گویان به پنهان کردن نظر و عدم تمایل به اظهار نظر آشکار و صریح	۷۱		
خصلت فرهنگی سیاسی جامعه ایران	۷۲		
همه چیز در به‌سادگی سیاسی قلمداد می‌شود.	۷۳	۱۴. پردامنگی حوزه سیاست	
تفکیک و تشخیص امر غیرسیاسی از سیاسی خیلی ساده نیست.	۷۴		
امر علمی، امر پژوهشی، امر فرهنگی، امر اقتصادی در عالم وجود مستقل دارند، اما معمولاً در ذیل امر سیاسی قرار می‌گیرند.	۷۵		
پیش‌بینی‌های خطا و نادرست	۷۶	۱۵. نبود فضای نقد و ارزیابی نظرسنجی‌ها	
نبود نهادهای نظرسنجی معتبر مستقل	۷۷		
عدم دسترسی به اطلاعات نظرسنجی‌های انجام‌شده	۷۸		
پیش‌بینی ناپذیری مردم ایران	۷۹	۱۶. دشواری پیش‌بینی رفتارهای جمعی	
عدم شناخت شرایط اجتماعی - سیاسی کشور	۸۰		
نبود اطلاعات و شناخت کافی	۸۱		

ردیف	مؤلفه	بعد
۸۲	بی‌اعتمادی مردم به یکدیگر به وسیله تجربه روزمره‌شان به‌طور مستمر تقویت می‌شود	۱۷. بی‌اعتمادی یا سطح پایین اعتماد اجتماعی
۸۳	بدبینی تاریخی ایرانیان	
۸۴	گسست اعتماد، بین حکومت و جامعه و میان خود مردم	
۸۵	تصویر واقعیت و تصور از آن تعیین‌کننده‌تر از خود واقعیت (ترجیح جنس خارجی بر ایرانی)	
۸۶	بی‌اعتمادی به دیگری، مانع مهمی در ابزار نظر	
۸۷	رفتارهای ضد نظرسنجی	
۸۸	نابینایی یا شکافی بین گروه‌های مرجع یا نخبگان با عامه مردم	۱۸. موقعیت گروه‌های مرجع
۸۹	دوگانگی در فضای بین نخبگان و سطوح مختلف جامعه	
۹۰	گذار از جامعه سنتی	
۹۱	متکثر و متنوع بودن جامعه	
۹۲	افکار عمومی تابعی از شرایط و موقعیت‌های سیاسی کارکردهای افکار عمومی؛ عقلایی و بازنمایی و کارکردهای فریبکارانه	۱۹. مشکلات مربوط به فرایند شکل‌گیری افکار عمومی در ایران
	شکل نگرفتن افکار عمومی، سنجش افکار عمومی را با مشکل مواجه می‌شود.	
۹۶	در شرایط و موقعیت‌های سیاسی بازتر که امکان ثمربخشی و امکان مؤثر بودن نظر را به نظردهنده نشان می‌دهد، نتایج نظرسنجی صحیح خواهد بود؛ و اما در شرایط سیاسی بسته‌تر این‌گونه نخواهد بود.	
۹۷	در شرایط و موقعیت‌های سیاسی بسته که امکان ثمربخشی و امکان مؤثر بودن نظر وجود ندارد، نتایج نظرسنجی غلط خواهد بود.	

تحلیل شکاف

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها با روش نظریهٔ مبنایی در خصوص سخنرانی‌ها، مکتوبات، آرا و دیدگاه‌های خبرگان و کارشناسان در رابطه با آسیب‌شناسی نظام نظرسنجی سیاسی در جمهوری اسلامی ایران در سه مؤلفهٔ دکترین، اهداف و سیاست‌ها، به بررسی وضعیت این نظام پرداخته شده است.

در بعد «دکترین» تحلیل و تبیین وضع گذشته و موجود در تحلیل و بررسی‌ها نشان از تحقق نیافتن رسالت نظام نظرسنجی سیاسی دارد. ایجاد، حفظ و گسترش اعتماد عمومی نسبت به نظرسنجی‌ها یکی از رسالت‌هاست.

اعتماد عمومی از جمله اصلی‌ترین سرمایه‌های این حوزهٔ تحقیقاتی محسوب می‌شود. به این منظور هر امری که به ایجاد این سرمایهٔ اجتماعی کمک کند، می‌تواند جزء اصول کلیدی نظام نظرسنجی تلقی گردد و هر کاری که مانع از دست رفتن این سرمایه و کاهش آن شود، امری لازم و ضروری برای این نظام محسوب خواهد شد.

اما بررسی‌ها نشان می‌دهد سرمایهٔ اجتماعی سازمان‌های نظرسنجی کاهش یافته و نظام نظرسنجی سیاسی نتوانسته است به هدف اصلی خود (ارائهٔ اطلاعات صحیح، دقیق و سریع) برسد، اکنون کماکان شاهد خلأ حمایت‌های صنفی - حقوقی در حوزهٔ نظرسنجی هستیم. خلأ «حمایت‌های صنفی - حقوقی» باعث می‌شود مؤسسات نظرسنجی به دنبال جستجوی حاشیه‌ای امن، خود را به مراکز قدرت نزدیک کرده و در نتیجه، از رسالت اصلی نظام نظرسنجی که ارائهٔ اطلاعات درست و مطابق با واقع باشد، فاصله بگیرند.

در بعد «هدف‌گذاری» تولید اطلاعات مرتبط با دیدگاه‌های مردم در موضوعات مختلف سیاسی انتخاباتی، با دقت و سرعت لازم و قرار دادن آن‌ها در اختیار کاربران و ذینفعان از اهداف مهم نظام نظرسنجی سیاسی است. نتایج حاصل از دانش صریح و ضمنی نظام نظرسنجی سیاسی در کشور ما نشان می‌دهد نظرسنجی‌های سیاسی، عمدتاً با هزینه‌های دولتی انجام می‌شود و نتایج حاصل از آن، اطلاعاتی محرمانه و بعضاً سری تلقی شده و علاوه بر اینکه امکان انتشار عمومی نیافته و فقط برای مسئولان رده یک و دو کشور ارسال می‌شود بلکه فاقد ضمایم (جامعه آماری و حجم نمونه، شیوه نمونه‌گیری

و روش انتخاب افراد واقع در نمونه، چگونگی برخورد با بی‌پاسخی‌ها) است. لذا با چنین وضعیتی شاهد اثربخشی این حوزه کمتر خواهیم بود.

در بعد «سیاست‌ها» با توجه به ابلاغ مصوبات جلسه پانصد و شصت و سومین جلسه شورای عالی انقلاب فرهنگی (۲۴ خرداد ۱۳۸۴) در خصوص سیاست‌های سنجش افکار عمومی، شاهد ضعف‌ها و اشکالات عمده در امکان انتشار نتایج نظرسنجی‌ها، فراهم ساختن تسهیلات لازم برای دسترسی به داده‌ها و اطلاعات مربوط به نتایج حاصل از نظرسنجی‌ها، ارائه تسهیلات برای درخواست‌کنندگان تأسیس مراکز مستقل افکارسنجی و... هستیم.

در بعد «برنامه‌ریزی» با تأمل در روند عملکرد گذشته باید مواردی چون ضرورت ثبات در سیاست‌ها، تدوین سند چشم‌انداز، فرهنگ‌سازی در جهت شرکت مؤثر مردم در نظرسنجی‌ها، بهبود کیفیت آموزشی، لزوم همسویی برنامه‌ها با اهداف، تأمین نیروی انسانی کارشناس از جمله کارهایی بوده که با برنامه‌ریزی دقیق می‌توانست در بالا بردن کیفیت نظرسنجی‌های سیاسی در جامعه مؤثر باشد.

در بعد «سازمان‌دهی» بی‌توجهی به آداب، رسوم و فرهنگ هر منطقه در کشور، خلأ قوانین مخصوص حوزه سنجش افکار عمومی و همچنین عدم جذب و سازمان‌دهی کادر کارشناسی و خبره (حداقل دانش‌آموختگان رشته علوم اجتماعی) باعث تنزل جایگاه نظام نظرسنجی سیاسی گردیده است.

در بعد «هدایت» باید با تلاش اثربخش و اعمال سبک مدیریتی علمی، داشتن ارتباطات مؤثر با سایر نهادها در جهت استفاده حداکثری از همه ظرفیت‌ها، استفاده از تجارب مفید داخلی و بین‌المللی، بهره‌گیری کافی از فناوری‌های جدید، موجب اعتلای نظام نظرسنجی سیاسی در کشور فراهم شود.

در بعد «هماهنگی» فراهم نشدن زمینه استفاده بهینه و به‌موقع از فناوری‌های جدید و ناکارآمدی جذب و به‌کارگیری، نگهداشت و ارتقای نیروی انسانی و ضعف در به‌کارگیری آن‌ها و متناسب نبودن تخصیص منابع مالی و تکیه بر منابع دولتی و بی‌توجهی به منابع جدید غیردولتی باعث این شده است که اجزای نظام نظرسنجی سیاسی در سطوح مختلف دچار اشکال شود.

در بعد «پیااده‌سازی»، فراهم کردن الزامات اولیه اجرای راهبردها همانند بسترسازی، ایجاد ساختار و سازمان مناسب طرح‌های انگیزشی ضعیف عمل شده است و ضعف در مستندسازی طرح‌ها و پروژه‌های اجرا شده در نظام نظرسنجی سیاسی مشهود است، می‌توان با وجود تصویب قوانین مورد نیاز، تعداد زیاد دانش‌آموختگان رشته‌های علوم اجتماعی، وجود دانشگاه‌های معتبر و شناخته شده داخلی به‌عنوان محیط‌های آموزشی، وجود اساتید خبره و به‌نام را به‌عنوان یک فرصت در پیاده‌سازی سیاست و اهداف نظام نظرسنجی سیاسی باید مدنظر قرار داد.

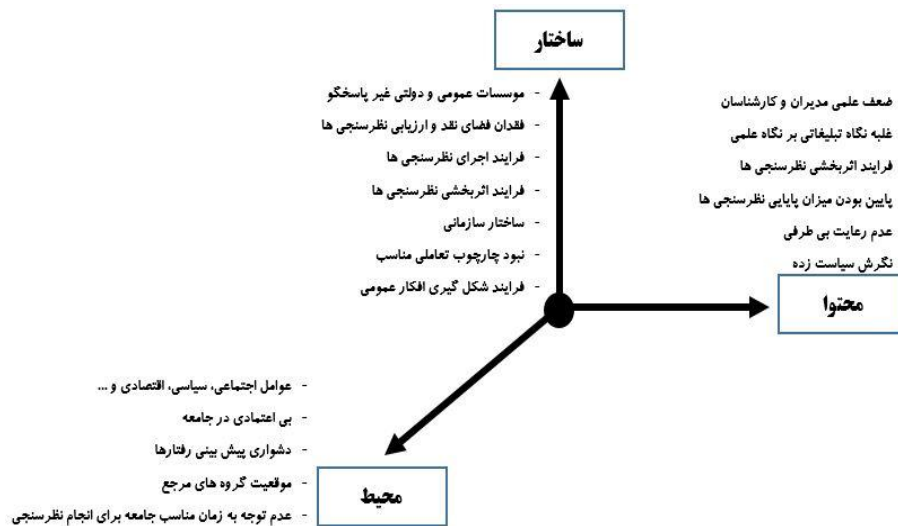
در بعد «کنترل و ارزیابی» نظام کارآمد پایش روش‌ها، جامعه آماری، حجم نمونه، شیوه نمونه‌گیری، توجه به محتوای آموزشی و انعطاف‌پذیر کردن قوانین و مقررات و عدم استفاده از منابع و اعتبارات دولتی و تناسب حقوق و دستمزد نظرسنجان با سختی کار نظرسنجی می‌تواند به اثربخش‌تر شدن نظرسنجی‌های سیاسی کمک شایانی بکند. استمرار و توجه به افکار عمومی و دیدگاه‌های مردم و اصلاح و بازنگری و استفاده از همه ظرفیت‌های کشور مهم‌ترین مطالبات حضرت امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) است که در فرمایشات، رهنمودهای و اوامر خود بر آن‌ها تأکید داشته‌اند.

مدل سه‌شاخگی

واقعیت آن است که یک شرکت یا سازمان، ابعاد متفاوتی از قبیل اهداف، ساختار، نیروی انسانی، فناوری و محیط دارد و برای شناخت مشکلات سازمانی باید هر یک از این ابعاد را بررسی کرد (فرهنگی، ۱۳۷۹، ص ۳). همچنین، برخی پژوهشگران معتقدند که پدیده سازمان و مدیریت را می‌توان در قالب سه دسته عوامل «رفتاری»، «ساختاری» و «زمینه‌ای»، بررسی و تجزیه و تحلیل کرد. منظور از عوامل رفتاری، همه عوامل مربوط به نیروی انسانی که محتوای سازمان را تشکیل می‌دهد، مانند انگیزش، روحیه کار و رضایت شغلی، عوامل ساختاری دربرگیرنده مجموعه روابط منظم حاکم بر اجزای داخلی سازمان که بدنه آن را می‌سازند، مانند ساختار سازمانی، قوانین و مقررات است و سرانجام، عوامل زمینه‌ای شامل محیط و شرایط بیرونی (سبب‌ساز عوامل رفتاری و ساختاری) است (میرزایی، ۱۳۷۷، ص ۳۱۶). این دسته عوامل را در قالب «مدل سه‌شاخگی» تدوین کرده‌اند.

علت نام‌گذاری این مدل به سه‌شاخگی آن است که ارتباط بین عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای به‌گونه‌ای است که هیچ پدیده یا رویداد سازمانی نمی‌تواند خارج از تعامل این سه‌شاخه صورت گیرد.

به عبارت دیگر، رابطه بین این سه‌شاخه یک رابطه تنگاتنگ است و در عمل از هم جدایی‌ناپذیرند؛ در واقع، نوع روابط موجود بین این سه‌شاخه از نوع لازم و ملزوم است و به مثابه سه‌شاخه روئیده از تنه واحد حیات سازمان است. آسیب‌های ساختاری که علل و عواملی پایه‌ای است، «نظم ترکیبی» یا «نظم چینی» عناصر اصلی تشکیل‌دهنده سازمان را برهم زده و ساختارهای اصلی سازمان را (که عبارت از ساختارهای طبیعی و فیزیکی، ساختارهای مالی و اقتصادی، ساختارهای انسانی و ساختارهای اطلاعاتی است) در معرض بحران قرار می‌دهد؛ آسیب‌های رفتاری که علل و عواملی پایه‌ای است، از جهات گوناگون رفتارهای انسانی و در نتیجه کارکردهای (وظایف اصلی) سازمان را در معرض بحران قرار می‌دهد؛ آسیب‌های زمینه‌ای که علل و عواملی پایه‌ای است، رابطه و تعامل مناسب و واکنش به موقع و درست سازمان را با نظام‌های هم‌جوار محیطی اش بر هم زده و در این روابط ایجاد بحران می‌کنند. در چنان رابطه‌ای، عوامل ساختاری و رفتاری و زمینه‌ای به شکل روابط سیستمی مداوم در حال تعامل است و سه‌شاخه مزبور، سه‌گونه از یک نوع - عمدتاً از نوع غالب زمینه - بوده و بین آن‌ها به هیچ وجه سه‌گانگی حاکم نیست؛ بنابراین، تمایز و تشخیص این سه جنبه از حیات سازمانی، صرفاً نظری است و فقط به منظور تجزیه و تحلیل شناخت مفاهیم و پدیده‌های سازمانی است (میرزایی، ۱۳۷۷، ص ۳۱۷).



شکل شماره ۱. مدل سه شاخگی: ارتباط بین عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای

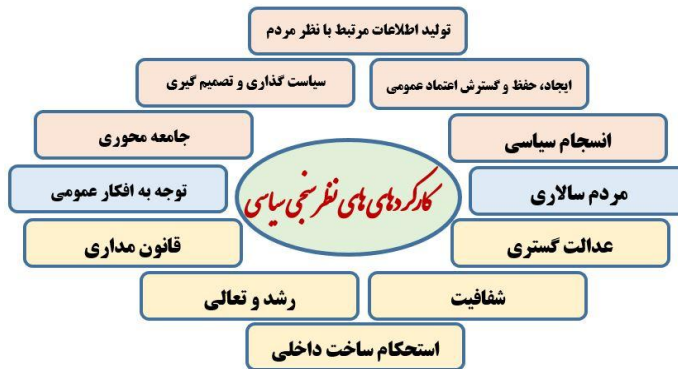
درواقع، نظام نظرسنجی‌های سیاسی با آسیب‌شناسی این نظام در جمهوری اسلامی ایران که با استفاده از منابع تحقیق (مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی و همچنین، تجارب خبرگان و کارشناسان) به دست آمده است و الگوی مطلوب نظام نظرسنجی سیاسی به شرح زیر ارائه می‌شود:

- نظام نظرسنجی سیاسی مطلوب ← مبتنی بر نیاز مخاطبین است. (نیاز محور)
- نظام نظرسنجی سیاسی مطلوب ← از کمترین بودجه و اعتبار دولتی استفاده می‌کند. (مستقل)
- نظام نظرسنجی سیاسی مطلوب ← ابزاری است برای انتشار صادقانه نتایج نظرسنجی همراه با اطلاعات و روش شناخت آن (داده محور)
- نظام نظرسنجی سیاسی مطلوب ← وسیله‌ای است برای ارتقای رسمیت بخشیدن به حق رأی مردم
- نظام نظرسنجی سیاسی مطلوب ← نیاز به برنامه‌ریزی بومی دارد تا برنامه‌ریزی متمرکز(بومی‌گزین)
- نظام نظرسنجی سیاسی مطلوب ← اصول اخلاق و حرفه‌ای را رعایت می‌کند (اخلاق محور)
- نظام نظرسنجی سیاسی مطلوب ← نداشتن سوگیری (بی‌طرفی علمی)
- نظام نظرسنجی سیاسی مطلوب ← توجه به صلاحیت علمی نظرسنجان دارد. (دانش‌محور)
- نظام نظرسنجی سیاسی مطلوب ← تولید اطلاعات مرتبط با نظرات مردم در موضوعات مختلف سیاسی انتخاباتی، با دقت و سرعت لازم
- نظام نظرسنجی سیاسی مطلوب ← ایجاد، حفظ و گسترش اعتماد عمومی نسبت به نظرسنجی
- نظام نظرسنجی سیاسی مطلوب ← حمایت از یکارگیری تحقیقات افکار عمومی در سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری
- نظام نظرسنجی سیاسی مطلوب ← کاهش خطاهای نظرسنجی‌های؛ افزایش میزان استفاده از روش‌های استاندارد و بهبود این روش‌ها
- نظام نظرسنجی سیاسی مطلوب ← رعایت اصول روش تحقیق

شکل شماره ۲. الگوی مطلوب نظام نظرسنجی سیاسی

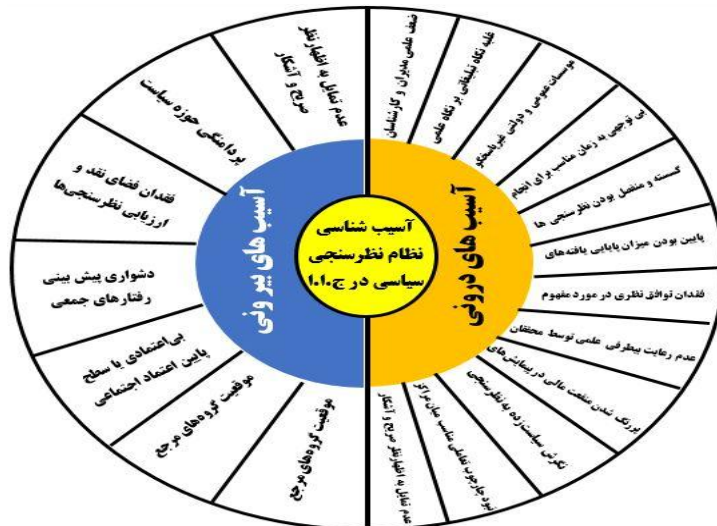
کارکردهای نظام نظرسنجی سیاسی

نظام نظرسنجی سیاسی دارای کارکردهایی برای دولت و جامعه است که به حکمرانی مطلوب کمک شایانی خواهد کرد. در مدل زیر به بخشی از کارکردهای نظام نظرسنجی سیاسی اشاره شده است.



شکل شماره ۳. کارکردهای نظام نظرسنجی سیاسی در جمهوری اسلامی ایران

منبع: تهیه و تنظیم توسط پژوهشگر



شکل شماره ۴. مدل مفهومی آسیب شناسی نظام نظرسنجی سیاسی در جمهوری اسلامی ایران

منبع: تهیه و تنظیم توسط پژوهشگر

نظریهٔ ادارهٔ نظام نظرسنجی سیاسی

در نظام مردم‌سالاری دینی، نظام سیاسی بر دو رکن الهی و انسانی استوار است و این نظام با در نظر داشتن اصول اعتقادی اسلام، رابطهٔ مردم و حکومت را تبیین می‌کند. یکی از اهداف حکومت اسلامی، مردم‌سالاری دینی در جهت حفظ و ارتقای ارزش‌های انسانی و اخلاقی جامعه است و هدف نظام نظرسنجی سیاسی «تولید اطلاعات مرتبط با دیدگاه‌های مردم در موضوعات مختلف سیاسی انتخاباتی، با دقت و سرعت لازم و در اختیار کاربران و ذینفعان قرار دادن» است. نظام مردم‌سالاری دینی برای تشخیص و سنجش عملکرد خود دارای شاخص‌هایی از جمله مشورت با مردم و مشارکت آن‌ها در ادارهٔ جامعه و بها دادن به رأی مردم است. لذا نظام نظرسنجی سیاسی مبتنی بر مردم‌سالاری دینی در جهت حفظ و ارتقای ارزش‌های انسانی و اخلاقی جامعه است و از این طریق با ارائهٔ مستمر، صحیح و دقیق رأی و دیدگاه‌های مردم، به استحکام رابطهٔ مردم با حکومت و برعکس کمک می‌کند. امروزه مردم‌سالاری دینی در نظام جمهوری اسلامی، حرف نو و جدیدی است که توجه بسیاری از ملت‌ها، شخصیت‌ها و روشنفکران عالم را به سوی خود جلب کرده و نیازمند ابزارهایی برای حکمرانی مطلوب است که نظام نظرسنجی سیاسی یکی از این ابزارها برای افزایش مقبولیت مردم است.

جمع‌بندی

سازمان‌های نظرسنجی متعددی در کشور نظرسنجی سیاسی انجام می‌دهند. بیشتر این سازمان‌ها دولتی است و تعداد نمایندگان بخش خصوصی در میان آن‌ها بسیار قلیل است. از منظر سازمانی، برخی از آن‌ها سازمان و تشکیلات خاص یک مؤسسه پژوهشی را دارا هستند، ولی درعین حال از نقاط ضعف و کاستی‌هایی نیز رنج می‌برند.

نخستین و مهم‌ترین آسیب، نبود تعریف روشن و واضح از اهداف برای سازمان است. طبعاً نبود و یا عدم وضوح هدف یا اهداف برای یک سازمان، احتمال خطا و بیراهه رفتن را افزایش می‌دهد. نقطه ضعف بعدی وابستگی مالی و تشکیلاتی به مراکز رسمی یا غیررسمی قدرت است که باعث می‌شود آن‌گونه که باید نتوانند کارکرد اصلی یک سازمان نظرسنجی را که تولید اطلاعات درست و کاربردی از دیدگاه‌های مردم در مورد موضوعات سیاسی و انتخاباتی است، انجام دهند.

نقص بسیار مهم دیگر عدم انتشار عمومی نتایج نظرسنجی‌هاست که باعث می‌شود حلقهٔ بازخورد نظرسنجی از سمت مردم و کاربران به سازمان، منقطع شده و در نتیجه سازوکار اصلاحی نواقص این حوزهٔ دانشی و اطلاع‌رسانی فعال نشود. نبود نظام صنفی نظرسنجی که بتواند در حل مسائل و مشکلات این حوزهٔ تحقیقاتی ایفای نقش کرده و در مواقع لزوم از شاغلان آن حمایت و پشتیبانی کند، نیز کمبودی قابل‌اعتناست.

نقص و کاستی مهم‌تر برای حوزهٔ نظرسنجی‌های سیاسی نبود ارتباط سازمان‌یافته و ارگانیک میان اجزای مختلف آن است. این ویژگی منفی نیز به دنبال خود مسائل و مشکلات متعددی ایجاد کرده است، از جمله ناکارآمدی نظرسنجی‌ها در برخی موارد. تولید اطلاعات از طریق نظرسنجی، ضمن برخورداری از سلامت نسبی، به دلیل ناهماهنگی و ناهمخوانی میان یافته‌های مراکز مختلف نظرسنجی، باعث خدشه‌دار شدن تمامی نظام نظرسنجی موجود و اعتبار آن گردیده است.

بر اساس نواقص و کمبودهای مذکور، نیازمند تدوین الگویی مطلوب (راهبردی) نظام نظرسنجی سیاسی جمهوری اسلامی ایران هستیم که امکان تحقق اهداف تعیین‌شده برای نظام نظرسنجی را داشته باشد و بتواند نیازهای کاربران بالقوه و بالفعل نظرسنجی‌های سیاسی را برآورده کند.

برای پاسخ به سؤالات این تحقیق و آسیب‌شناسی نظام نظرسنجی سیاسی در جمهوری اسلامی ایران، ابتدا داده‌های اولیه شامل مقالات و کتاب‌های علمی و همچنین، نظریه‌ها و روش‌های ساخت الگو و نیز آرای دیدگاه‌های خبرگان و کارشناسان و اسناد بالادستی در موضوع نظرسنجی‌های سیاسی گردآوری شده و در پایان، بخش گردآوری ادبیات موضوع، الگوی مفهومی آسیب‌شناسی نظام نظرسنجی سیاسی در جمهوری اسلامی ایران شامل آسیب‌های درونی و بیرونی تدوین و ارائه شده و برای اعتبارسنجی الگو و بررسی معناداری آن به جامعه آماری ارجاع شده است.

مطلب مهم در هر پژوهش علمی این است که کار تحقیقی باید همیشه با اظهار نظر توأم باشد و محقق در پایان کار و بر اساس مطالعات انجام‌شده به‌طور قاطع نظر خود را دربارهٔ موضوع اعلام دارد تا به گسترش دامنهٔ معرفتی علم و یافته‌های موجود کمک کند (حافظ‌نیا، ۱۳۸۱، ص ۲۲۱).

پیشنهادها

- رؤسا و مدیران سازمان‌های نظرسنجی ضمن تدوین و تهیه الگوی راهبردی و نقشه راه، نسبت به رفع آسیب‌های نظام نظرسنجی سیاسی اقدام کنند.
- مسئولان نظام نتایج نظرسنجی‌ها را در سیاست‌گذاری و تدوین برنامه‌ها دخالت دهند.
- در جهت اعتباربخشی به نتایج نظرسنجی‌های سیاسی در کشور، سازمان‌های نظرسنجی باید از استقلال مالی برخوردار باشند و هیچ‌گونه وابستگی به مراکز قدرت نداشته باشند.
- افرادی در امور نظرسنجی سیاسی به کار گرفته شوند که تخصص‌های لازم را (که مهم‌ترین آن دانش‌آموختگی در علوم اجتماعی و یا یکی از رشته‌های علوم رفتاری و داشتن یک تحلیل کلان از جامعه ایران است) داشته باشند.
- دولت زمینه نقش‌آفرینی سازمان‌های نظرسنجی مستقل با رعایت ملاحظات امنیتی فراهم آورد. همچنین انتظار می‌رود سازمان‌های نظرسنجی اصول اخلاقی و حرفه‌ای را همیشه سرلوحه کار خود قرار دهند.
- سازمان‌های نظرسنجی به صورت مستمر با یکدیگر تعامل و همکاری داشته باشند و ضمن هم‌افزایی، راه‌کارهای ارتقای مردم‌سالاری و اجرای اثربخش نظرسنجی‌های سیاسی را بررسی و اقدام کنند.
- با بهره‌گیری از تجربیات سایر کشورها و سازمان‌های بین‌المللی، نظرسنجی در کشور گسترش داده شود. با توجه به وجود اسناد بالادستی از جمله مصوبه ۵۶۳ شورای عالی انقلاب فرهنگی و همچنین، وجود امکانات کافی مثل وجود مراکز علمی و پژوهشی به‌عنوان محیط‌های آموزشی و وجود مزیت پذیرفته شدن نظرسنجی‌های سیاسی و یکی از شاخص‌های توسعه سیاسی، باید با اجرای مستمر، دقیق و به‌روز نظرسنجی‌های سیاسی و انتشار کامل آن‌ها در برای تحقق کامل مردم‌سالاری تلاش شود.

یادداشت‌ها

1. Pollsters

- ادیب حاج‌باقری، محسن (۱۳۸۵). *گراند تئوری راه و روش نظریه‌پردازی در علوم انسانی و بهداشتی*، تهران: نشر بشری.
- ایمان، محمدتقی و محمدیان، منیژه (۱۳۸۷). «روش‌شناسی علوم انسانی (حوزه و دانشگاه)»، *فصلنامه روش‌شناسی علوم انسانی*، شماره ۵۶.
- پیدایی، میرمهرداد، و نوری، فیروز (۱۳۹۱). *آسیب‌شناسی آموزش کارکنان با تأکید بر اثربخشی آن در سازمان‌های ایرانی*، تهران: نشر آذر.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۹۴). «روش‌شناسی طراحی و تدوین الگوی مطلوب در پژوهش‌های امنیتی»، *فصلنامه راهبرد (مرکز تحقیقات استراتژیک)*.
- حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۸۱). *مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی*، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه تهران.
- خوشگویان‌فرد، علیرضا (۱۳۹۵). *روش‌شناسی پیمایش تلفنی*، تهران: سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- دانایی‌فرد، حسن و امامی، سید مجتبی (۱۳۸۶). «استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه‌پردازی داده-بنیاد»، *اندیشه مدیریت*، سال اول، شماره دوم، پاییز و زمستان، صص ۶۹-۷۶.
- دورماگن، ژان ایو و موشار، دانیل (۱۳۸۹). *مبانی جامعه‌شناسی سیاسی*، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، آگاه.
- علی‌مددی، حسین (۱۳۸۹). *نظرسنجی‌های خارجی انتخابات دهم ریاست جمهوری*، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی، چاپ اول.
- فرخی، مصطفی (۱۳۸۳). *نظرسنجی در ایران*، تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس.
- فرهنگی، علی اکبر (۱۳۷۹). «پروژه بررسی و شناخت وضع موجود شرکت آب منطقه ای کرمان، ارائه اولویت‌های تحقیقات جهت حل برخی از مشکلات سازمان و افزایش بهره‌وری»، مجری: مرکز پژوهش‌های کاربری، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
- گویدل، کربی (۱۳۹۶). *نظرسنجی در عصر دیجیتال*، ترجمه ابراهیم شیرعلی و محمد آقاسی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات و جهاد دانشگاهی.
- محسنیان‌راد، مهدی و قدیمی، اسماعیل (۱۳۸۸). «آسیب‌شناسی روابط عمومی در ایران»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، ش ۴۷.

میرزایی مقدم، داوود (۱۳۸۶). «آسیب‌شناسی فرهنگی - اجتماعی جامعه ایران»، تهران: مجموعه مقالات همایش ملی پژوهش اجتماعی.

میرزایی اهرنجانی، حسن (۱۳۷۷)، «تجزیه و تحلیل عوامل موثر بر وجدان کار و انضباط اجتماعی در سازمان»، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین.

Jacobs, Lawrence Robert, Shapiro Y. Robert (2005). "Polling Politics, Media and Election Campaigns"; *Public Opinion Quarterly*, Vol.69, No.5, Special Issue.

Kumar, Krishna (1990). "Conducting Surveys in Developing Countries", http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNADG566.pdf.

Mattes, Robert Britt; (1992). *The politics of public opinion: Polls, pollsters and presidents*; ProQuest Dissertations and Theses (PQDT).