



باشگاه خبرنگاران جوان ■

انتخابات ۱۴۰۰ در آینه افکارسنجی‌ها

اهمیت و اعتبار افکارسنجی‌ها در انتخابات ریاست‌جمهوری

«اعتبار علمی» افکارسنجی‌های انتخابات، ناظر بر انعکاس درست افکارعمومی از طریق برخورداری آنها از ملاک‌ها و استانداردهای علمی-روش‌شناختی است. در افکارسنجی‌های انتخابات باید اهداف نظرسنجی، سؤالات موردنظر، جامعه آماری، روش پرسشگری و... منطبق بر استانداردهای مشخص شده باشد که رعایت هر کدام اثرات معینی بر نتایج انتخابات خواهد گذاشت. انتخابات ریاست‌جمهوری مهم‌ترین میدان رقابت مؤسسات نظرسنجی است. افکارسنجی‌های انتخابات ریاست‌جمهوری در سال ۱۳۹۶ نشان داد که می‌توان بر اساس نتایج این افکارسنجی‌ها، میزان مشارکت و نامزد پیروز انتخابات را پیش‌بینی کرد. مقایسه نتایج این نظرسنجی‌ها با آمار وزارت کشور گویای این واقعیت است **(جدول شماره ۱)**

پیش‌بینی نزدیک نتایج نظرسنجی مراکز معتبری نظیر مرکز تحقیقات صداوسیما، ایسپا و دانشگاه تهران با نتایج به دست آمده از انتخابات نشان می‌دهد افکارسنجی انتخابات روش دقیق علمی برای نشان دادن رفتار انتخاباتی مردم است. در انتخابات ۱۴۰۰ نیز مراکز افکارسنجی مختلفی از ابتدای شروع تبلیغات انتخابات تحولات رفتار

پژوهشگران مجموع عقاید، نقطه‌نظرها و گرایش‌های بخش بزرگی از جامعه پیرامون یک موضوع در یک زمان معین را افکارعمومی می‌نامند. از این نظر، افکارعمومی مجموعه‌ای از عقاید شخصی در مورد یک امر مربوط به شرایط زیست گروهی است. به عبارت دیگر، افکارعمومی مجموعه عقایدی است که افراد درباره آن موضوع، دارای منافع و علایق هستند (زارعیان، ۹: ۱۳۸۶). افکارعمومی برخاسته از ضمیر باطن یک ملت و نوعی واکنش نسبت به موضوعی است که در سرنوشت آنها تأثیر می‌گذارد. آلن بیرو (Alen Birov) در تعریف آن می‌نویسد: افکارعمومی عبارت است از «طرز تلقی و واکنش جمعی و مشهود اکثریت افراد یک جامعه در مقابل رویدادهای اجتماعی که اغلب مهم تلقی می‌شوند» (بیرو، ۱۳۸۸: ۲۷۴). سنجش افکار یا نظرسنجی، فن پژوهشی است که امکان شناخت نظرات افراد را در مورد موضوع معینی، در زمان خاصی برای ما به‌صورت عکسبرداری فراهم می‌آورد، درحالی که افکارعمومی فرایندی اجتماعی است که در زمان شکل می‌گیرد (ژودیت لازار، ۱۳۸۳: ۲۹). یکی از مهم‌ترین اقدامات افکارسنجی توجه به افکارعمومی جامعه است، زیرا افکارعمومی حلقه میان سازمان و قشرهای مردم و مخاطبین تلقی می‌شود. افکارسنجی اجرای اقدامات و تلاش‌های سازمان‌یافته برای نشان دادن عقاید مردم نسبت به یک موضوع در یک محل خاص و در یک مقطع زمانی معین است (رخی، ۱۳۸۴: ۱۰). با توجه به گستردگی افکارعمومی در حوزه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و... اهداف افکارسنجی نیز در هر یک از این حوزه‌ها متفاوت است. یکی از حوزه‌های افکارسنجی، حوزه سیاسی بویژه انتخابات است که به‌طور ویژه به تجزیه و تحلیل افکارعمومی نسبت به مسائل انتخابات می‌پردازد.

احزاب و گروه‌های سیاسی افکارسنجی‌های انتخاباتی را ابزاری مفید برای هدایت برنامه‌های اطلاعاتی و تبلیغاتی خود می‌دانند، زیرا سنجش افکار این امکان را برایشان فراهم می‌کند که نتیجه انتخابات را به‌طور اجمالی حدس زده و تأثیر تبلیغات انتخاباتی را ارزیابی کنند. درانتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۴۰۰ نیز افکارسنجی مورد توجه احزاب و گروه‌های سیاسی قرار گرفت. دراین دوره از انتخابات مراکز مختلفی در داخل و خارج کشور اقدام به افکارسنجی انتخاباتی کرده‌اند. از آنجا که افکارسنجی‌های انتخاباتی این امکان را فراهم می‌آورند تا اطلاعات دقیق‌تری درباره نقش عوامل مختلف در مشارکت انتخاباتی مردم به دست آید، پاسخگویی به سؤالاتی همچون میزان مشارکت مردم چقدر خواهد بود؟ مردم به چه کسی رأی خواهند داد؟ و میزان علاقه‌مندی مردم به این دوره از انتخابات چقدر است؟ برمیزان اهمیت بررسی انتخابات در افکارسنجی‌های انتخاباتی این دوره افزوده بود. در این فصل ابتدا به اعتبار افکارسنجی‌های انتخاباتی می‌پردازیم و سپس براساس نتایج افکارسنجی‌های انتخاباتی، نقش شاخص‌های مختلف در انتخابات ریاست‌جمهوری ۱۴۰۰ را مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهیم.

ویژه‌نامه
سالگرد سیزدهمین دوره
انتخابات ریاست‌جمهوری
خرداد ۱۴۰۱

۲

ایران