

مقاله پژوهشی: الگوی راهبردی نظام نظرسنجی سیاسی در جمهوری اسلامی ایران

مرتضی مولائی^۱، محمدعلی خسروی^۲، سید وحید عقیلی^۳، عباس خلجی^۴

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۹/۲۹

تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۲/۰۱

چکیده

نظرسنجی ابزار ارزشمندی برای ارزیابی وضعیت افکار عمومی در هر موضوعی به شمار می‌آید. هدف نظام نظرسنجی سیاسی، تولید اطلاعات مرتبط با نظرات مردم در موضوعات مختلف سیاسی، با دقت و سرعت لازم و در اختیار کاربران و ذی‌نفعان قرار دادن آن می‌باشد. نظام مردم‌سالاری دینی برای تشخیص و سنجش عملکرد خود، دارای شاخص‌هایی از جمله مشورت با مردم و مشارکت آن‌ها در اداره جامعه و بها دادن به رأی مردم، می‌باشد. لذا نظام نظرسنجی سیاسی مبتنی بر مردم‌سالاری دینی در جهت حفظ و ارتقای ارزش‌های انسانی و اخلاقی جامعه است و از این طریق با ارائه مستمر، صحیح و دقیق رأی و نظرات مردم، به استحکام رابطه مردم با حکومت و برعکس کمک می‌کند. شناخت الگوی مطلوب (راهبردی) نظام نظرسنجی سیاسی در جمهوری اسلامی ایران، سؤال اصلی تحقیق است که محقق با بررسی وضعیت موجود، بررسی اسناد بالادستی به ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های الگوی راهبردی نظام نظرسنجی سیاسی پرداخته است. در انجام این تحقیق از روش پژوهشی داده‌بنیاد استفاده شده است. برای رسیدن به پاسخ سؤالات با مراجعه به جامعه آماری تحقیق، ۴۲ جلسه مصاحبه پژوهشی با ۲۴ نفر از صاحب‌نظران و نخبگان موضوع انجام شد.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که مستقل و بی‌طرف بودن سازمان‌های نظرسنجی، رعایت اصول اخلاقی و حرفه‌ای، انتشار صادقانه نتایج نظرسنجی همراه با اطلاعات روش‌شناسی آن از مهم‌ترین اصولی هستند که در نظام مطلوب نظرسنجی سیاسی مورد تأکید است.

کلید واژه‌ها: نظام نظرسنجی، الگوی راهبردی، جمهوری اسلامی ایران.

۱. دانش‌آموخته دکتری علوم سیاسی دانشگاه آزاد تهران مرکزی.

۲. استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه آزاد تهران مرکزی (نویسنده مسئول): mohkhosravi@iauctb.ac.ir

۳. دانشیار گروه علوم ارتباطات و مطالعات رسانه دانشگاه آزاد تهران مرکزی.

۴. استاد مدعو گروه علوم سیاسی دانشگاه آزاد تهران مرکزی.

مقدمه

افکار عمومی نقش مهمی در زندگی دموکراتیک معاصر دارد. سیاستی که انتظارات افکار عمومی را برآورده سازد، مشروع تلقی می‌شود و برعکس، سیاستی که افکار عمومی آن را محکوم کند به نامشروع بودن تهدید می‌شود. اصطلاح «افکار عمومی» در قرن هجدهم در دوران روشنگری ظاهر می‌شود. ابتدا منظور از آن، افکار نخبگان فرهیخته و بورژوا در برابر مطلق‌گرایی شاهانه، ایده‌هایی بود که در برخی محافل جامعه؛ نظیر انجمن‌های ادبی و فلسفی که در آن دوره «محل» می‌نامیدند ابراز می‌شد. «افکار عمومی در واقع افکار یک اقلیت منتقد دولت بود؛ افکار ملت در مجموع، جز از طریق کانال‌های غیررسمی یا پریچ‌وخم، راهی برای ابراز شدن در اختیار نداشت» (دورماگن/موشار، ۱۳۸۹: ۱۸۹).

با توسعه دموکراسی نمایندگی، بعدها این نمایندگی پارلمانی منتخبان ملت، است که انحصار بیان افکار عمومی را دارد. تنها نمایندگان مجلس می‌توانند مشروعاً مدعی بیان اراده ملت و بازگوکننده انتظارات و تمایلات افکار عمومی باشند، چون‌که به‌طور مستقیم از طرف ملت به نمایندگی انتخاب شده‌اند. در این دوره مطبوعات نیز سعی می‌کنند به‌تدریج در رقابت با نمایندگان مجلس خود را سخنگوی افکار عمومی معرفی کنند. تظاهرات خیابانی که در فرانسه از اواسط قرن نوزدهم به‌ویژه به‌هنگام انقلاب ۱۸۴۸ میلادی ظاهر شدند، شیوه‌ای از بیان افکار عمومی (دست‌کم بخشی از عموم) است که با مطبوعات و با نمایندگی ملی رقابت می‌کند (همان).

در نظام سیاسی مردم‌سالار، حاکمان و دولتمردان 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 ۱۹۶۰ میلادی، در فرانسه می‌توان پذیرفت که تعریف و شیوه بیانی که همگان آن را به‌عنوان افکار عمومی به رسمیت شناخته باشند، وجود ندارد. از اواخر دهه ۱۹۶۰ میلادی وضعیت به‌کلی تغییر می‌کند، زیرا مؤسسه‌های نظرسنجی (که تا آن وقت نقش حاشیه‌ای داشتند) خیلی زود به‌عنوان تنها مراجعی که صلاحیت بیان افکار عمومی را

دارند خود را تحمیل می‌کنند. در واقع، از دهه ۱۹۷۰ میلادی 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 (همان).

نظرسنجی‌های سیاسی و انتخاباتی به‌عنوان وسیله‌ای برای آگاه‌سازی مردم و نخبگان، نقش و جایگاه مهمی در فرایند مردم‌سالاری و انتخابات دارند. از طریق پردازش داده‌های گردآوری‌شده توسط نظرسنجی، مقادیر فراوانی اطلاعات از حیطه جامعه و سیاست تولید می‌گردد. این اطلاعات می‌تواند به‌منظور تأثیر بر مردم و دیدگاه‌هایشان و به‌تبع آن بر انتخابات و در نتیجه بر حیطه سیاست مورد استفاده قرار گیرد.

بنابراین تهیه و ارائه الگوی راهبردی نظام نظرسنجی سیاسی در جمهوری اسلامی ایران می‌تواند به‌عنوان جایگزین نمادین انتخابات، مکانیسم هشداردهنده آغاز وقوع تغییرات، زمینه‌سازی برای توجه به افکار عمومی، ایجاد احساس عدالت نسبت به برگزاری انتخابات، شفافیت فضای انتخاباتی و ... موجب شود.

مبانی نظری و پیشینه‌شناسی تحقیق

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 «ارائه الگوی راهبردی نظام نظرسنجی سیاسی در جمهوری اسلامی ایران» پرداخته باشد، مشاهده نشده است؛ در پایان این مقدمه به برخی از این آثار اشاره می‌شود: خوشگویان‌فرد، علیرضا (۱۳۹۵ ه.ش) در مقاله با عنوان «پیمایش تلفنی» به بررسی روش‌شناسی و مزایا و معایب پیمایش تلفنی پرداخته است.

محسنیان راد و قدیمی (۱۳۸۸ ه.ش) در پژوهش خود با عنوان «آسیب‌شناسی روابط عمومی در ایران» معتقدند فقدان ساخت‌ها و زیرساخت‌های مادی از جمله تکنولوژیکی، از یک‌سو و فقدان مبانی فکری، حقوقی و مدیریتی از سوی دیگر سبب شده است تا روابط عمومی 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 به عنوان یک خرده سیستم در منظر سیستم بزرگ تر (وزارتخانه‌ها، شرکت‌ها و...) نیز نامطلوب به نظر برسند.

رابرت رایت میتس (۱۹۹۲ م) در اثر تحقیقی خود «خط‌مشی‌های افکار عمومی: نظرسنجی، نظرسنجان و رئیس‌ان جمهور» نتیجه گرفته است شیوه طراحی سؤالات توسط نظرسنجان، بر روی نتایجی که به دست آمده، تأثیر قابل توجهی دارد.

جاکوبز رابرت (۲۰۰۵ م) در اثر تحقیقی خود «سیاست‌های نظرسنجی، رسانه‌ها و مبارزات انتخاباتی» بیان می‌کند نظرسنجی‌ها می‌توانند با شناسایی مهم‌ترین نگرانی‌های رأی‌دهندگان و بحث و گفتگو درباره آن‌ها و سپس مشخص کردن سیاست‌های مطلوب و مورد نظر رأی‌دهندگان نقش مهمی را در پاسخگویی دموکراتیک ایفا نمایند.

کربی گویدل (۲۰۱۱ م) در اثر تحقیقی خود «نظرسنجی سیاسی در عصر دیجیتال» به بررسی مشکلات و مسائل نظرسنجی و پژوهش در افکار عمومی در سال‌های اخیر با توجه به تغییر و تحولات مهم در حوزه فناوری می‌پردازد.

مفاهیم

الگوی راهبردی نظام نظرسنجی سیاسی: الگوی راهبردی نظام نظرسنجی سیاسی در ایران، الگویی است که در آن ابعاد، مؤلفه‌ها، زیرشاخص‌ها و روابط بین آن‌ها در فرآیند نظام نظرسنجی سیاسی تعریف شده و می‌تواند به عنوان مدلی در آگاهی از نظر مردم در حوزه پیش‌گفته به کار گرفته شود.

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: 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).

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 طراحی نظام مطلوب نظرسنجی برای جمهوری اسلامی ایران، می‌باید این مفهوم را روشن‌تر کرده و اجزا و عناصر آن را مشخص کنیم:

۱. 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 اجزای چنین نظامی می‌توانند تلقی شوند.

۲. در همین زمینه مشخص بودن ماهیت سازمان‌های نظرسنجی، به لحاظ وابستگی به دولت و نهادهای عمومی، سازمان‌های خصوصی و یا احزاب را 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 جافاده 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 نموده و درعین‌حال شاخص پیشرفته‌تر بودن نظام نظرسنجی نیز می‌تواند تلقی شود.

۳. 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. به‌عبارت‌دیگر زمینه این دو، «به رسمیت شناخته شدن» و مهم تلقی شدن نظر مردم و همچنین آشکار ساختن این نظرات از طریق نظرسنجی در عرف و مقررات است که امکان اجرای نظرسنجی را میسر می‌نماید.

۴. در مرحله بعد میزان تمایز یافتگی انواع نظرسنجی و سازمان‌های خاص مربوط به آن را نیز می‌توانیم از اجزای نظام نظرسنجی محسوب نماییم. 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 بوده و شاخص پیشرفته‌تر بودن نظام نظرسنجی‌ای است که در آن چنین ویژگی‌ای وجود دارد.

۵. سازمان‌ها و نهادهای ناظر بر انجام نظرسنجی و انتشار آن‌ها نیز در این زمینه دارای اهمیت هستند. این‌گونه نهادها ممکن است عام باشند یا خاص. مثلاً عموم سازمان‌های مرتبط با نظرسنجی، اعم از خود نظرسنجان^۱ و یا متخصصان 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 طراحی شده 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 می‌باشد. این سازمان‌ها می‌باید ماهیت مشخصی از لحاظ حقوقی داشته و از درجه‌ای از تمایز یافتگی، از منظر وظیفه‌ای برخوردار باشند. نهادها یا مراکز ناظر بر چگونگی انجام نظرسنجی و همچنین مقررات مرتبط با آن نیز، از اجزای نظام نظرسنجی خواهند بود.

نهادینه شدن عناصر و ویژگی‌هایی مذکور، نشانه‌ای از ثبات و استحکام نظام نظرسنجی بوده و نقش مهمی در فرآیند مردم‌سالاری خواهد داشت؛ اما در حالی 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.

روش‌شناسی تحقیق

روش داده‌بنیاد

روش نظریه بنیانی (داده‌بنیاد) بیشتر برای پژوهش درباره موضوع‌هایی به کار می‌رود که پیش‌تر مطالعه چندانی در مورد آن‌ها انجام نشده و نیاز به بررسی و فهم عمیق‌تر آن‌ها وجود دارد (ادیب حاج باقری، ۱۳۸۵: ۱۷). به نظر می‌رسد با توجه به ویژگی‌های برشمرده‌شده، روش تحلیل داده‌بنیاد، روشی مناسب برای انجام تحقیق حاضر باشد. در این پژوهش، مصاحبه‌های اولیه به صورت کاملاً باز و ساختارنیافته انجام گرفت و به مرور با توجه به پاسخ‌های داده‌شده به سؤالات و کدگذاری مصاحبه‌های اولیه و پیدا کردن سرنخ‌های بیشتر برای سؤالات بعدی، شکل سؤالات تا حدی تغییر کرد. هرچند تمام سؤالات مرتبط با موضوع و در چارچوب پی بردن به سؤالات اصلی تحقیق بود. در برخی موارد هم برحسب اقتضای شرایط، نسبت به مشاهده و جمع‌آوری داده توسط پژوهشگران پرداخته شد تا برخی جنبه‌های مسئله توسط خود پژوهشگران لمس شود. به منظور اعتباربخشی به نتایج، پژوهشگران در این پژوهش، در مرحله کدگذاری باز به شیوه مقایسه‌ای به تطابق میان همگونی اطلاعات و مقوله‌های به دست آمده می‌پردازند. 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 هر کدام از طبقه‌های به دست آمده، بر اساس مستندات علمی و پیشینه پژوهش، اعتبارسنجی می‌شوند.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، 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: ۳۶) در این تحقیق از یک سو برای گردآوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای و مطالعه اسنادی و مدارک موجود استفاده شد 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 تمام‌شمار انتخاب شده‌اند.

جدول شماره ۱- مشخصات شرکت‌کنندگان در مصاحبه و تکمیل‌کنندگان پرسشنامه تحقیق

درصد	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
	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
۲۴	جمع			

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 مقوله پردازی داده‌ها



یافتن کلماتی که بیشترین تأکید را در مجموعه سخنرانی‌ها، مکتوبات، آرا و نظرات خبرگان و متخصصین در رابطه با نظام نظرسنجی داشته‌اند به عمل آمد. نتایج حاصل از کدگذاری داده‌بنیاد و مفهوم‌سازی پس از ادغام و ترکیب به شرح زیر ارائه می‌شود.

مؤلفه		بعد
مردم‌سالاری، رشد و تعالی، عزم ملی، جامعه‌محوری، تعیین الگوی مطلوب، قانون‌مداری، اعتدالی فرهنگ سیاسی.		(۱) دیدگاه بنیادین
۱	سرعت در تولید اطلاعات	(۲) اهداف
۲	دقت در تولید اطلاعات	
۳	توجه به فرهنگ و آداب و رسوم‌ها	
۴	ارائه الگو	
۵	آگاه‌سازی و بصیرت‌افزایی	
۶	رعایت اصول اخلاقی حرفه‌ای	
۷	جلب اعتماد آحاد جامعه	
۸	مسئولیت‌پذیری	
۹	حفظ اسرار	
۱۰	تلاش برای حفاظت از رأی مردم	
۱۱	بی‌طرفی علمی در انجام تحقیق	(۳) مستقل بودن سازمان‌های نظرسنجی
۱۲	مطالعه عینی حقایق و داده‌ها	
۱۳	تفکیک داده‌ها و قضاوت‌ها در ارائه گزارش	
۱۴	شفاف‌سازی فرآیند اجرای نظرسنجی‌ها	(۴) سیاست‌ها
۱۵	فرهنگ‌سازی	
۱۶	آموزش همگانی برای رسمیت بخشیدن به حق رأی مردم	
۱۷	بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و امکانات	
۱۸	ساماندهی علمی و آموزشی	
۱۹	توسعه مراکز آموزشی	
۲۰	مراجعه مستمر به رأی مردم در تصمیمات	
۲۱	اعمال نظر مردم در تمام سطوح تصمیم‌گیری	
۲۲	سیاست‌گذاری مردم‌محور	

مؤلفه	بعد
تدوین قوانین مناسب در خصوص مصونیت پاسخگویان و پرسشگران	۲۳
عدم افشای هویت پاسخگویان	۲۴
رعایت مسائل امنیتی	۲۵
مشکل از: وزیر کشور (رئیس شورا)، وزیر اطلاعات، وزیر کار و امور اجتماعی، رئیس سازمان برنامه‌بودجه، سازمان بسیج، فرماندهی نیروی انتظامی.	۲۶
انجام برنامه‌ریزی جهت جذب، ثبت‌نام، تفاهم‌نامه و برنامه‌ریزی از استفاده از تمام ظرفیت‌ها	۲۷
انجام برنامه‌ریزی جهت جذب، تشویق، ترویج، آموزش و فرهنگ‌سازی و کمک‌های مالی و تسهیلات	۲۸
لزوم همسویی با اهداف	۲۹
انسجام در برنامه‌ها، اهداف	۳۰
لزوم تدوین برنامه‌ها بر اساس چشم‌انداز	۳۱
اولویت‌بندی فعالیت‌ها و ایجاد ساختار مناسب و به‌روز و استفاده از فناوری اطلاعات	۳۲
دانش‌آموختگان علوم اجتماعی	۳۳
ایجاد فرصت‌های مناسب با توجه به تخصص و توانمندی‌های نخبگان و اولویت‌های کشور	۳۴
افزایش سهم مشارکت انجمن‌های علمی علوم اجتماعی	۳۵
قابلیت استناد به آمار و اطلاعات	۳۶
در دسترس بودن آمار و اطلاعات	۳۷
تفکیک موضوعات امنیتی از غیرامنیتی	۳۸
جامعه آماری استاندارد	۳۹
راه‌اندازی مراکز آموزشی مشترک با کشورهای اسلامی	۴۰
برگزاری دوره‌های آموزشی مشترک با کشورهای اسلامی	۴۱
اجرای طرح‌های پژوهشی مشترک	۴۲
ارائه الگوهای موفق به کشورهای مسلمان	۴۳
زمینه‌سازی برای مشارکت نخبگان در مجامع علمی و پژوهشی بین‌المللی و برتر جهان	۴۴

مؤلفه		بعد
تربیت دانش‌آموختگان علوم اجتماعی متخصص در حوزه نظرسنجی سیاسی	۴۵	کیفی (نهضت نرم‌افزاری)
فراهم کردن زمینه حضور اساتید و دانشجویان	۴۶	
استفاده از تجربیات علمی سایر مرکز نظرسنجی	۴۷	
شناسایی مؤسسات نظرسنجی	۵۲	ایجاد بانک خبرگان و متخصصین حوزه نظرسنجی سیاسی
شیوه‌های نوین انجام نظرسنجی	۵۳	
فیلم و کمک آموزشی	۵۴	
آموزش شیوه‌های جدید	۵۵	۱۷) توسعه شیوه‌های انجام نظرسنجی
نظرسنجی تلفنی و ...	۵۶	
استفاده از فناوری‌های جدید و به‌روز	۵۷	
استفاده از ظرفیت مؤسسات علمی و پژوهشی	۵۸	۱۸) توسعه شیوه‌های آموزشی
استفاده از ظرفیت‌ها	۵۹	
ارتقای جایگاه بخش غیردولتی	۶۰	
افزایش رقابت‌پذیری در بخش غیردولتی	۶۱	
اصلاح قوانین و مقررات و ارائه تسهیلات لازم	۶۲	
تهیه ضوابط حمایتی برای مؤسسات بخش غیردولتی	۶۳	
مشارکت مؤسسات تخصصی داخلی و بین‌المللی	۶۴	
بیمه نظرسنجان	۶۵	
تهیه نظام جامع نظرسنجی	۶۶	
پرسشگران	۶۷	
پاسخگویان	۶۸	
سازمان‌ها و نهادهای نظرسنجی دولتی و غیردولتی	۶۹	۱۹) تنظیم سند ملی نظرسنجی‌های سیاسی در ایران
آگاهی دادن در خصوص اهمیت نظرسنجی‌ها در رسیدن به اهداف	۷۰	۲۰) ایجاد انگیزه و رغبت بر اساس اهداف تعیین شده
توجه همه‌جانبه به نیروهای متخصص	۷۱	
توجه به نتایج نظرسنجی‌ها	۷۲	
استفاده از خرد جمعی	۷۳	۲۱) تعالی مردم در ابعاد سیاسی-اجتماعی
پذیرش نظر حداکثر بر حداقل	۷۴	
رشد و تعالی فرهنگ سیاسی	۷۵	
احصاء آسیب‌های نظام نظرسنجی سیاسی	۷۶	۲۲) آسیب‌شناسی نظام نظرسنجی سیاسی
تلاش در جهت رفع آسیب‌ها	۷۷	

مؤلفه	بعد
بهره‌گیری خبرگان در جهت رفع معایب	۲۳) ارتقای سطح نظرسنجی‌ها
جذب افراد با استعداد در رشته‌های علوم اجتماعی	
توجه به لایه‌های زیرین نظرسنجی	
جامعه آماری استاندارد	
حفظ اسرار پاسخگویان	ارتقا و حفظ کرامت انسانی
متعهد و معتقد جهت اجرای نظرسنجی‌ها	
تلاش در جهت رشد تعالی کشور از طریق توجه به نظر آحاد مردم	
کمک به مسئولان کشور در تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی	
تعهد دینی و ملی به اجرای دقیق نظرسنجی‌ها	
داشتن یک نظامنامه اخلاقی	
تقویت آموزش‌های تخصصی	
تلاش جهت اعتباربخشی آموزش‌ها در عرصه عمل	
فراهم کردن زمینه همکاری و اعتمادبخش	
حمایت و پشتیبانی از طرح‌های جدید	۲۵) تلاش جهت کاربردی کردن علوم و استفاده از شیوه‌های آموزشی و به‌روز در جهت رشد و توسعه نظرسنجی‌های سیاسی
سازمان‌دهی جذب فارغ‌التحصیلان رشته‌های علوم اجتماعی	
تقسیم کار بر اساس شرح و وظایف	
ایجاد ساختار مناسب برای اجرای برنامه‌ها	
سازمان‌دهی در جهت جذب و استفاده از ظرفیت سازمان‌ها	۲۷) شورای هماهنگی سازمان‌ها و مراکز علمی و پژوهشی نظرسنجی
سازمان‌دهی در جهت ارتقای کیفیت و استفاده از فناوری اطلاعات	
سازمان‌دهی در جهت ارتقای کیفیت و استفاده از فناوری اطلاعات	
هماهنگی در مطالعه و استفاده از تجربیات.	۲۸) ایجاد نظام مراکز آموزشی و گزینش متناسب و اعتقاد مشترک منجر به هماهنگی در عمل می‌شود.
هماهنگی در شناسایی نخبگان در تدوین نظام جامع نظرسنجی‌های سیاسی و اجتماعی	
هماهنگی در هم‌افزایی و مشارکت	
آموزش کارکنان سازمان‌های ذی‌ربط بر اساس موازین علمی و اخلاقی	
رعایت حقوق	
حرکت در مسیر برنامه و سیاست‌ها	
هماهنگی در ارتقای آگاهی از برنامه و سیاست‌ها	
فراهم کردن ابزار اجرای برنامه‌ها	
هماهنگی جهت شناسایی و اولویت‌ها	
هماهنگی جذب	
۲۹) هماهنگی بین سیاست‌ها و برنامه‌ها	۳۰) توجه ویژه به خلاقیت و نوآوری
۳۰) توجه ویژه به خلاقیت و نوآوری	

۶) سازمان‌دهی

۷) هماهنگی

مؤلفه		بعد
هماهنگی در ساماندهی	۱۰۶	(۳۱) هماهنگی مراکز علمی با سازمان‌های نظرسنجی
هماهنگی در جهت استفاده از ظرفیت‌ها	۱۰۷	
هماهنگی در جهت هم‌افزایی	۱۰۸	
هماهنگی در تحلیل اطلاعات	۱۰۹	
فراگیری قانون	۱۱۰	(۳۲) پایبندی به قانون و اجرای آن و اصلاح و کارآمد کردن سازمان
احترام به قانون	۱۱۱	
احترام به حقوق دیگران	۱۱۲	
فراهم کردن زمینه آموزش‌های جدید	۱۱۳	(۳۳) لزوم تحقق اهداف سازمان و انجام و پیاده‌سازی اهداف و سیاست‌ها
آسیب‌شناسی برنامه‌ها		
به‌کارگیری جوانان و ارزش دادن به نیروهای جوان و بانگیزه	۱۱۴	
فراهم کردن زمینه‌های هم‌دلی و وحدت در بین سازمان‌های مختلف نظرسنجی	۱۱۵	
تدوین و پیاده‌سازی نقشه راه	۱۱۶	
تدوین محتوای تخصصی نظرسنجی	۱۱۷	
ابزار و شیوه‌های نظرسنجی	۱۱۸	
خلاقیت و نوآوری	۱۱۹	
پذیرش نخبگان در امر نظرسنجی‌های سیاسی و اجتماعی	۱۲۰	(۳۵) استفاده از ظرفیت‌ها
تأمین نیروی انسانی متخصص	۱۲۱	
رفع موانع اجرای سیاست‌ها	۱۲۲	
تقویت اعتقادی افراد	۱۲۳	(۳۶) خودکنترلی از طریق اعتقاد به معیارهای ارزشی دینی و ملی
ارتقای حفظ تقوا و پرهیزگاری	۱۲۴	
پایبندی به اعتقادات دینی و خدمت به مردم	۱۲۵	
خیانت نکردن به نسل‌های بعدی	۱۲۶	
تعهد اخلاقی و حرفه‌ای	۱۲۷	(۳۷) کمیته ویژه نظارت
نظارت و ارزیابی نتایج نظرسنجی‌ها	۱۲۸	
نظارت و ارزیابی در اجرای صحیح نظرسنجی‌ها	۱۲۹	
نظارت و ارزیابی عملکرد	۱۳۰	(۳۸) استفاده از ظرفیت‌ها
نظارت و ارزیابی از پذیرش و گزینش نظرسنجان	۱۳۱	
نظارت و ارزیابی بر حسن اجرای سیاست‌ها و	۱۳۲	

(۸) پیاده‌سازی و اجرا

(۹) نظارت و ارزیابی

مؤلفه		بعد
برنامه‌ها، دستورالعمل‌ها و این نامه‌ها		
نظارت و ارزیابی وظایف نظرسنجان	۱۳۳	

تحلیل شکاف

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها با روش نظریه مبنایی در خصوص سخنرانی‌ها، مکتوبات، آرا و نظرات خبرگان و متخصصین در رابطه با نظام سیاسی جمهوری اسلامی ایران در سه مؤلفه 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 رسالت‌ها می‌باشد.

اعتماد عمومی از جمله اصلی‌ترین سرمایه‌های این حوزه تحقیقاتی محسوب می‌شود. به این منظور هر امری که به ایجاد این سرمایه 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، سرمایه اجتماعی سازمان‌های نظرسنجی کاهش یافته و نظام نظرسنجی سیاسی نتوانسته به هدف اصلی خود که همان ارائه اطلاعات صحیح، دقیق و سریع است، برسد اکنون کماکان شاهد خلأ حمایت‌های صنفی - حقوقی در حوزه 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 ارائه اطلاعات درست و مطابق با واقع باشد، فاصله بگیرند.

در بعد هدف‌گذاری تولید اطلاعات مرتبط با نظرات 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 می‌باشد. نتایج حاصل از دانش صریح و ضمنی نظام نظرسنجی سیاسی در کشور ما نشان می‌دهد، نظرسنجی‌های سیاسی، به‌طور عمده با هزینه‌های دولتی انجام می‌شوند و نتایج حاصل از آن اطلاعاتی محرمانه و بعضاً سری تلقی شده و علاوه بر اینکه امکان انتشار عمومی نیافته و فقط برای مسئولین 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) می‌باشند. لذا با چنین وضعیتی شاهد اثربخشی این حوزه کمتر خواهیم بود.

در بعد سیاست‌ها با توجه به ابلاغ مصوبات پانصد و شصت و سومین جلسه شورای عالی انقلاب فرهنگی مورخ ۱۳۸۴/۰۳/۲۴ در خصوص سیاست‌های سنجش افکار عمومی، شاهد ضعف‌ها و اشکالات عمده در امکان انتشار نتایج نظرسنجی‌ها، فراهم ساختن تسهیلات لازم جهت دسترسی به داده‌ها و اطلاعات مربوط به نتایج حاصله از نظرسنجی‌ها، ارائه تسهیلات برای درخواست‌کنندگان تأسیس مراکز مستقل افکار سنجی و... هستیم.

در بعد برنامه‌ریزی با تأمل در روند عملکرد گذشته 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 متخصص از جمله کارهایی بوده که با برنامه‌ریزی دقیق می‌توانست در بالا بردن کیفیت نظرسنجی‌های سیاسی در جامعه مؤثر باشد.

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

در بعد هدایت می‌بایست با تلاش اثربخش و اعمال سبک مدیریت 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، موجبات 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 عدم توجه به منابع جدید غیردولتی باعث این شده است که اجرای نظام نظرسنجی سیاسی در سطوح مختلف دچار اشکال شود.

در بعد پیاده‌سازی، 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 اجراشده در نظام نظرسنجی سیاسی مشهود است، می‌توان با وجود تصویب قوانین مورد نیاز، تعداد زیاد فارغ‌التحصیلان رشته‌های علوم اجتماعی، وجود دانشگاه‌های معتبر و شناخته‌شده داخلی به‌عنوان محیط‌های آموزشی، وجود اساتید خبره و به‌نام را به‌عنوان یک فرصت در پیاده‌سازی سیاست و اهداف نظام نظرسنجی سیاسی مدنظر قرار داد.

در بعد کنترل و ارزیابی نظام کارآمد پایش روش‌ها، جامعه آماری، حجم نمونه، شیوه نمونه‌گیری، توجه به محتوای آموزشی و انعطاف‌پذیر نمودن 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 بنماید.

استمرار و توجه به افکار عمومی و نظرات مردم و اصلاح و بازنگری و استفاده از همه ظرفیت‌های کشور مهم‌ترین مطالبات حضرت امام (رحمت‌الله علیه) و مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) است که در فرمایشات، رهنمودها و اوامر خود بر آن‌ها تأکید داشته‌اند.

درواقع الگوی جامع به‌دست‌آمده از منابع تحقیق؛ یعنی مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی و همچنین تجارب خبرگان و متخصصین نظام نظرسنجی‌های سیاسی در تحقیق

نشان‌دهنده الگوی راهبردی نظام نظرسنجی سیاسی است؛ این الگو همان‌طور که در تحلیل به‌صورت کامل از سوی جامعه خبرگی مورد قبول واقع شده و معنادار است، به شرح زیر قابل بیان می‌باشد:

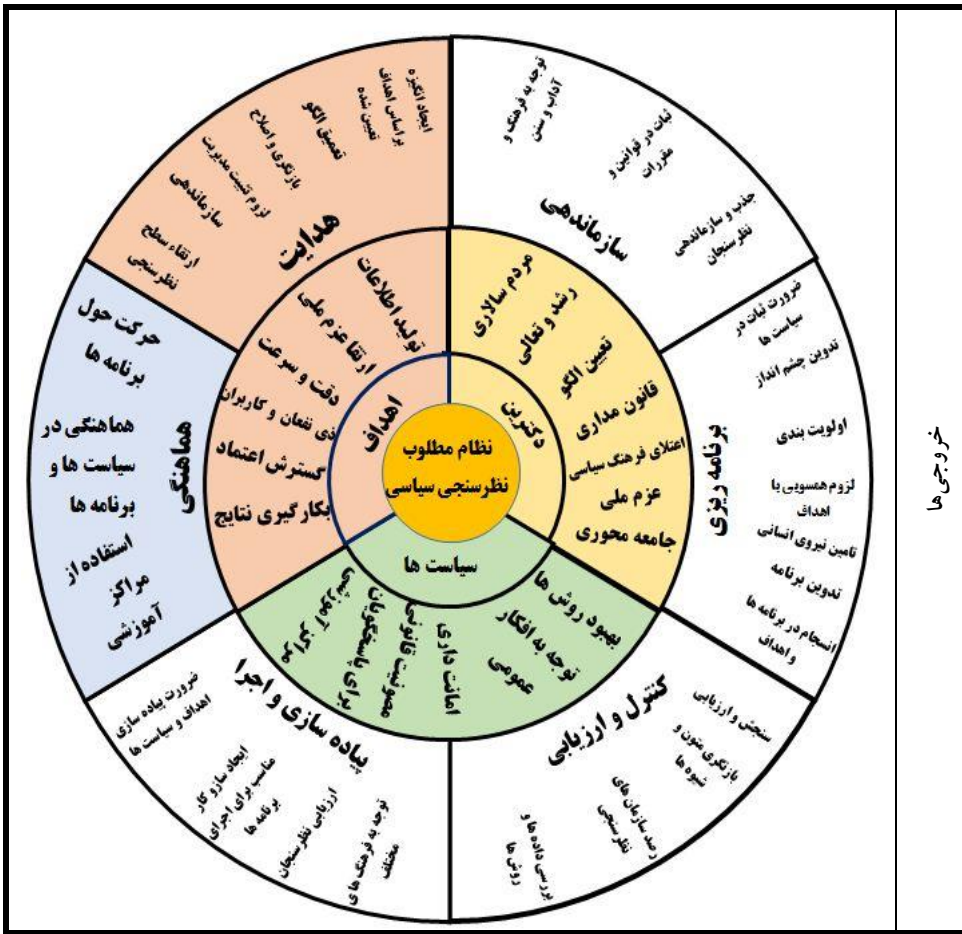
- نظام نظرسنجی سیاسی مطلوب** ← مبتنی بر نیاز مخاطبین است. (نیاز محور)
- نظام نظرسنجی سیاسی مطلوب** ← از کمترین بودجه و اعتبار دولتی استفاده می‌کند. (مستقل)
- نظام نظرسنجی سیاسی مطلوب** ← ابزاری است برای انتشار صادقانه نتایج نظرسنجی همراه با اطلاعات و روش شناخت آن (داده محور)
- نظام نظرسنجی سیاسی مطلوب** ← 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. (دانش محور)
- 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

جدول شماره ۲- مدل فرآیندی و مفهومی الگوی راهبردی نظام نظرسنجی سیاسی

(منبع: تهیه و تنظیم توسط محقق)

رودهای	دکترین	مردم‌سالاری، رشد و تعالی، عزم ملی، جامعه‌محوری، تعیین الگوی مطلوب، قانون‌مداری، اعتلای فرهنگ سیاسی.
	اهداف	تولید اطلاعات مرتبط با نظرات مردم در موضوعات مختلف سیاسی با دقت و سرعت لازم، ایجاد تفکر، ترویج الگو، الگودهی، سبک زندگی، جذب و سازمان‌دهی، اصلاح ساختارها و فرآیندها، ایجاد انگیزش و آمادگی، ارتقای مهارت‌ها، آگاه‌سازی، بصیرت‌افزایی، مطالعه عینی حقایق و داده‌ها، ایجاد، حفظ و گسترش اعتماد عمومی نسبت به نظرسنجی.
	سیاست‌ها	توجه و اهتمام به افکار عمومی و تقویت فعالیت‌های معطوف به افکارسنجی، حمایت و پشتیبانی، بهبود روش‌ها، ارتقای آگاهی‌های سیاسی، بهره‌گیری از نتایج نظرسنجی در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی کشور، فراهم ساختن تسهیلات لازم جهت دسترسی به داده‌ها و اطلاعات مربوط به نتایج حاصله از نظرسنجی‌ها با رعایت مسائل امنیتی، توسعه مراکز آموزشی، بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و امکانات، ساماندهی علمی و آموزشی، رعایت امانت‌داری

<p>و تضمین عدم افشای نام و نشانی پاسخگویان از سوی مراکز نظرسنجی و سایر مراجع قانونی، اعتمادسازی و جلب مشارکت مردم به همکاری در انجام نظرسنجی‌ها، ایجاد مصونیت قانونی برای پاسخگویان و پرسشگران</p>	
<pre> graph TD A[برنامه ریزی] --> B[سازماندهی] B --> C[هدایت] C --> D[هماهنگی] D --> E[کنترل] E --> A D --> F[] style F fill:none,stroke:none </pre>	<p>فرآیندها</p>



نظریه اداره 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، رابطه 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 نظرات مردم در موضوعات مختلف سیاسی - انتخاباتی، با دقت و سرعت لازم و در اختیار کاربران و ذی‌نفعان قرار دادن» می‌باشد. نظام مردم‌سالاری دینی برای تشخیص و سنجش عملکرد خود دارای شاخص‌هایی از جمله مشورت با مردم و مشارکت آن‌ها در اداره جامعه و بها

دادن به رأی مردم، می‌باشد. لذا نظام نظرسنجی سیاسی مبتنی بر مردم‌سالاری دینی در جهت حفظ و ارتقای ارزش‌های انسانی و اخلاقی جامعه است و از این طریق با ارائه مستمر، صحیح و دقیق رأی و نظرات مردم، به استحکام رابطه مردم با حکومت و برعکس کمک می‌کند.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

الف. نتیجه‌گیری

برای ارائه الگوی راهبردی نظام نظرسنجی سیاسی کشور که امکان تحقق اهداف تعیین‌شده برای نظام نظرسنجی را داشته باشد و بتواند نیازهای کاربران بالقوه و بالفعل این نظام را برآورده سازد، مشخصاتی برشمردیم. برخی از مشخصات این الگو از این قرار هستند:

هدف اصلی نظام نظرسنجی «تولید اطلاعات مرتبط با نظرات مردم در موضوعات مختلف سیاسی - انتخاباتی، با دقت و سرعت لازم و در اختیار کاربران و ذی‌نفعان قرار دادن» تعریف شد. به‌علاوه «ارتقا، گسترش و نهادینه‌سازی روش‌ها و تکنیک‌های علمی، پژوهشی و حرفه‌ای (مهارتی) در طراحی و اجرای نظرسنجی» و همچنین «حمایت از به‌کارگیری نتایج تحقیقات افکار عمومی در سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری» نیز آن‌قدر اهمیت دارند که می‌توانند در زمره اهداف چنین نظامی قرار گیرند.

برای ورود به حوزه نظرسنجی، دانش‌آموختگی در علوم اجتماعی و یا یکی از رشته‌های علوم رفتاری، به‌شرط آشنایی با منطق اجتماعی و ارتباطات میان‌فردی، داشتن بینش جامعه‌شناختی و قدرت تحلیل اجتماعی، داشتن یک تحلیل کلان از جامعه ایران، تسلط بر روش و تکنیک‌های آماری، لازم و ضروری دانسته شد.

از آنجایی که بسیاری از سازمان‌های نظرسنجی موجود، دولتی یا شبه‌دولتی بوده و تا حدی به مراکز قدرت وابسته هستند، لذا چنین وابستگی‌ای می‌باید قطع شده و به استقلال از مراکز قدرت تبدیل گردد، به‌نحوی که سازمان‌های نظرسنجی و نظرسنجان در اجرای

نظرسنجی و ایفای نقش علمی خود صرفاً ملاحظات علمی و تحقیقی را معیار تصمیم‌گیری‌های خود قرار دهند.

داشتن یک نظام‌نامه اخلاقی که اصول آن حاکم بر تمامی فرآیند اجرای نظرسنجی و همچنین انتشار نتایج آن باشد، برای نظام نظرسنجی لازم و ضروری می‌باشد. نظارت بر نحوه اجرای چنین نظام‌نامه‌ای از طریق قرار گرفتن محصول کار سازمان‌های نظرسنجی در معرض داوری اجتماع علمی و افکار عمومی، عملی خواهد شد.

انتشار عمومی نتایج نظرسنجی‌های سیاسی، به‌عنوان حلقه بازخورد نظام نظرسنجی و همچنین مکانیسم کشف نواقص و نقاط ضعف نظام نظرسنجی و در عین حال اصلاح آن‌ها، یکی از ویژگی‌های مهم نظام مطلوب نظرسنجی پیشنهادی هست. هماهنگی میان اجزای نظام نظرسنجی، یعنی سازمان‌های نظرسنجی، از طریق سمینارها و کنگره‌ها، می‌تواند به ارزیابی کمی و کیفی نظام نظرسنجی، به‌صورت سالانه و یا دوسالانه کمک شایانی نماید.

برای پاسخ به سؤالات این تحقیق و دستیابی به الگوی راهبردی نظرسنجی‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران، ابتدا داده‌های اولیه، شامل مقالات و کتاب‌های علمی و همچنین نظریه‌ها و روش‌های ساخت الگو و نیز آرا و نظرات خبرگان و متخصصین و اسناد بالادستی در موضوع نظرسنجی‌های سیاسی گردآوری شده و در پایان، بخش گردآوری ادبیات موضوع، الگوی مفهومی نظام نظرسنجی سیاسی در جمهوری اسلامی ایران؛ شامل ابعاد نه‌گانه الگوی راهبردی، تدوین و ارائه شده است. در ادامه، آراء، با توجه به تجربیات مستند مدیران از طریق مصاحبه و محورها و رویکردهای شورای عالی انقلاب فرهنگی که از طریق تحلیل تفسیری به‌دست آمده، با روش رویش داده‌ها (داده بنیاد) در محورهای نه‌گانه مدیریتی از پیش تعیین‌شده در تحقیق و الگوی راهبردی اولیه نظام نظرسنجی سیاسی جمهوری اسلامی ایران تدوین و ارائه گردید و جهت 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 اجتهاد و اظهار نظر توأم باشد و محقق در پایان کار و بر اساس مطالعات انجام‌شده به‌طور قاطع نظر

خود را درباره موضوع اعلام دارد تا به گسترش دامنه معرفتی علم و یافته‌های موجود کمک کند (حافظ‌نیا، ۱۳۸۱: ۲۲۱).

ب. پیشنهاد

- رؤسا و مدیران سازمان‌های نظرسنجی قبل از اقدام به هرگونه برنامه‌ریزی دکترین، اهداف و سیاست‌ها را محور قرار داده و بر آن اساس به سازمان‌دهی، هماهنگی، هدایت و رهبری، کنترل و پیاده‌سازی برنامه‌ها اقدام نمایند و در اجرای نظرسنجی به فرهنگ و آداب و سنن جامعه توجه نمایند.
- سازمان‌های نظرسنجی باید از استقلال مالی برخوردار باشند و هیچ‌گونه وابستگی‌ای به مراکز قدرت نداشته باشند.
- افرادی در امور نظرسنجی سیاسی به کار گرفته شوند که تخصص‌های لازم که مهم‌ترین آن دانش‌آموختگی در علوم اجتماعی و یا یکی از رشته‌های علوم رفتاری و داشتن یک تحلیل کلان از جامعه ایران است را داشته باشند.
- 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 نمایند.
- با بهره‌گیری از تجربیات سایر کشورها و سازمان‌های بین‌المللی، نظرسنجی در کشور گسترش داده شود و تجربیات خوب خودمان را نیز به سایر کشورها تعمیم دهیم. با توجه به وجود اسناد بالادستی از جمله مصوبه ۵۶۳ شورای عالی انقلاب فرهنگی و همچنین وجود باورهای مذهبی و اعتقادی و برخورداری از امکانات کافی، مثل وجود مراکز علمی و پژوهشی به‌عنوان محیط‌های آموزشی و وجود مزیت پذیرفته شدن نظرسنجی‌های سیاسی به‌عنوان یکی از شاخص‌های توسعه سیاسی باید در جهت تحقق کامل مردم‌سالاری تلاش شود.

فهرست منابع و مآخذ

الف. فارسی

- حضرت امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، *مجموعه بیانات*، قابل دسترسی در www.Khamenei.ir
- ادیب حاج باقری، محسن (۱۳۸۵)، *گراند تئوری راه و روش نظریه‌پردازی در علوم انسانی و بهداشتی*، تهران، نشر بشری.
- ایمان، محمدتقی؛ محمدیان، منیژه (۱۳۸۷)، *روش‌شناسی علوم انسانی (حوزه و دانشگاه)*، *فصلنامه روش‌شناسی علوم انسانی*، شماره ۵۶.
- دورماگن، ژان ایو؛ موشار، دانیل (۱۳۸۹)، *مبانی جامعه‌شناسی سیاسی*، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، آگاه.
- حاجبانی، ابراهیم (۱۳۹۴)، *روش‌شناسی طراحی و تدوین الگوی مطلوب در پژوهش‌های امنیتی*، تهران، *فصلنامه راهبرد (مرکز تحقیقات استراتژیک)*، صفحه ۳۵.
- حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۸۱)، *مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی*، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه تهران.
- دانایی‌فرد، حسن؛ امامی، سید مجتبی (۱۳۸۶)، *استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد؛ اندیشه مدیریت*، سال اول، شماره دوم - پاییز و زمستان؛ صفحه ۶۹ تا ۷۶.
- علی مددی، 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.
- گویدل، کربی (۲۰۱۱) *نظرسنجی در عصر دیجیتال*؛ ترجمه ابراهیم شیرعلی و محمد آقاسی، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات و جهاد دانشگاهی.
- میرزایی مقدم، داوود (۱۳۸۱)، *آسیب‌شناسی فرهنگی اجتماعی جامعه ایران*، تهران، مجموعه مقالات همایش ملی پژوهش اجتماعی.
- محسنیان راد، مهدی؛ قدیمی، اسماعیل (۱۳۸۸)، *آسیب‌شناسی روابط عمومی در ایران*، *فصلنامه علوم اجتماعی*، شماره ۴۷.

ب. انگلیسی

- Polling Politics, Media, And Election Campaigns; Lawrence R. Jacobs Robert Y. Shapiro from: *Public Opinion Quarterly*, Vol. ۶۹, No.۵, Special Issue ۲۰۰۵, pp. ۶۳۵-۶۴۱
- The politics of public opinion: Polls, pollsters and presidents; Mattes, Robert Britt; ProQuest Dissertations and Theses; ۱۹۹۲; PQDT