

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مردم و انتخابات دهم

تأليف

سید محمد مرندی

(عضو هیات علمی دانشگاه تهران)

ابراهیم محسنی

محمود صلاحی

توجه

این کتاب مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان است. تکثیر کتاب به هر روش اعم از فتوکپی، ریسوگرافی، تهیه فایل های pdf، لوح فشرده، بازنویسی در وبلاگ ها، سایت ها، مجله ها و کتاب، بدون اجازه کتبی ناشر مجاز نیست و موجب پیگرد قانونی می شود.



انتشارات دانشگاه تهران

شماره ۳۳۱۴

شماره مسلسل ۷۳۶۲

مرندی، سید محمد، ۱۳۲۲ مردم و انتخابات دهم، تألیف سید محمد مرندی، ابراهیم محسنی، محمود صلاحی، تهران: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات، ۱۳۹۱. س. ۱۸۴ ص. انتشارات دانشگاه تهران؛ شماره، ۷۳۶۲. ISBN 978-964-03-6369-0 فهرست نویسی بر اساس اطلاعات قیلا کتابنامه. رؤسای جمهور -- ایران -- انتخابات -- ۱۳۸۸ -- نظرسنجی، ایران. ریاست جمهوری، دوره دهم، مشارکت سیاسی -- ایران، انتخابات -- ایران -- مشارکت شهروندان، محسنی، ابراهیم، صلاحی، محمود، دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات. ۱۳۹۱ ۳۲۴/۹۵۵ JQ ۱۷۸۹ / ۱۵ م ۴ ۲۸۹-۴۶۹ شماره کتابشناسی ملی

ISBN: 978-064-03-6369-1



9 789640 363690

عنوان: مردم و انتخابات دهم
تألیف: سید محمد مرندی - ابراهیم محسنی - محمود صلاحی

ویراستار: نرجس مسرور

نویت چاپ: اول

تاریخ انتشار: ۱۳۹۱

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

چاپ و صحافی: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

«مسئولیت صحت مطالب کتاب با مؤلفان است»

«کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است»

بها: ۷۰۰۰۰ ریال

خیابان کارگر شمالی - خیابان شهید فرشی مقدم - مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

پست الکترونیک: press@ut.ac.ir - سایت: <http://press.ut.ac.ir>

پخش و فروش: تلفکس ۸۸۰۱۲۰۷

فهرست مندرجات

صفحه	مندرجات
ج	تقدیر و تشکر
خ	مقدمه
	بخش اول - پیش زمینه
۳	الف- ماهیت نظری پژوهش‌های کمی
۴	ب- تاریخچه سنجش افکار عمومی در جهان
۱۲	ج- تاریخچه سنجش افکار عمومی در ایران
۲۱	د- روش‌های متداول نظرسنجی
۲۸	ه - روش‌های استفاده‌شده در این تحقیق
	بخش دوم - نظرسنجی‌ها
۳۵	۱- جدال درون احزاب
۴۵	۲- شوت پیش از سوت
۵۲	۳- شروع مارا تن
۵۸	۴- سقوط آزاد
۶۶	۵- فتح پایتخت
۷۱	۶- تنور شایعات
۸۱	۷- دونل سرنوشت‌ساز
۹۱	۸- صعود بعد از سقوط
۹۷	۹- شعله‌های آتش
۱۰۴	۱۰- شب انتخابات
۱۱۰	۱۱- اکثریت و اقلیت
۱۲۶	۱۲- یک ماه بعد
۱۳۸	۱۳- روندها و رویدادها
	بخش سوم - ارزیابی و نتیجه‌گیری
۱۵۷	الف- ارزیابی پایایی تحقیق
۱۷۱	ب- ارزیابی روایی تحقیق
۱۷۴	نتیجه‌گیری
۱۷۹	فهرست منابع

تقدیر و تشکر

با سپاس ویژه از آقای دکتر سعید رضا عاملی، رئیس دانشکده مطالعات جهان دانشگاه تهران، که با حمایت‌های بی دریغ خود مقدمات و زمینه‌های لازم برای انجام این طرح را فراهم کردند و همچنین تشکر و قدردانی از مدیران شرکت پژوهشگران خبره پارس که با در اختیار قرار دادن امکانات سخت افزاری و نرم افزاری مرکز تماس خود، انجام فشرده عملیات میدانی این تحقیق را مقدور و میسر ساختند و همچنین با سپاس و قدردانی از مشاوره‌های آقای عبدالحسین علیمددی که تجربیات گرانمای خود در زمینه تحقیقات پیمایشی را در اختیار ما قرار دادند.

دکتر سید محمد مرنندی

ابراهیم محسنی

محمود صلاحی

مقدمه

اصل پنجاه و ششم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران:

حاکمیت مطلق بر جهان و انسان از آن خداست و هم او، انسان را بر سرنوشت اجتماعی خویش حاکم ساخته است. هیچ کس نمی تواند این حق الهی را از انسان سلب کند یا در خدمت منافع فرد یا گروهی خاص قرار دهد.

انتخابات دهم ریاست جمهوری اسلامی ایران یکی از تأثیرگذارترین و در عین حال پرخاشیه ترین انتخابات ها در طول تاریخ سیاسی ایران بوده و از این رو توجه بسیاری از نخبگان، اندیشمندان، و تحلیلگران داخل و خارج از ایران را به خود جلب نموده است. اگرچه این انتخابات از جهات مختلف با سایر انتخابات های ایران تفاوت داشت، اما آنچه دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری را بیش از هر چیز از سایر انتخابات های کشورمان متمایز می سازد، نحوه مشارکت سیاسی مردم و دفاع آنان از حق تعیین سرنوشت خود بود. انتخابات دهم ریاست جمهوری اهمیتی را که مردم کشورمان برای آزادی خود قائل می باشند، به وضوح به نمایش گذاشت و نشان داد که باور به حق حاکمیت ملی در اذهان ایرانیان ریشه دوانده و مقابله با آن برای جریانات سیاسی هزینه ساز خواهد بود.

اگرچه در مورد متن و حواشی دهمین انتخابات ریاست جمهوری کتابها و مقالات بسیاری نگاشته شده است، آن چه کمتر به آن توجه شده است، نقش آفرینی مردم و رویکرد خود آنها به این انتخابات می باشد. اکثر تحلیلگران با تمرکز بر رفتار نخبگان و جریانات سیاسی و سیاست های اتخاذ شده توسط حاکمیت در پیش، چنین و پس از این انتخابات، به طور ناخواسته نقش افکار عمومی در این انتخابات را کم رنگ و تأثیرگذاری مردم بر روند سیاسی کشورمان را در حد طرفداری و یا مخالفت آنها با جریانات مختلف سیاسی جلوه داده اند. اما از آنجا که افکار عمومی و نحوه نگرش مردم به مسائل سیاسی معمولاً از پایه های نسبتاً ثابتی برخوردار بوده و در کوتاه مدت کمتر دستخوش تغییرات می شود و همچنین از آنجا که قانون اساسی جمهوری اسلامی بر حق حاکمیت ملی تصریح دارد، این نخبگان و جریانات سیاسی می باشند که با همسو جلوه دادن خود با دیدگاه های اکثریت آحاد جامعه تلاش می کنند تا از حمایت آنها برخوردار شوند. از این رو، تحلیل روند و مناسبات سیاسی در جوامع مردم سالار بدون توجه به افکار عمومی و بنیان های فکری در آن جوامع چندان نمی تواند از جامعیت لازم برخوردار باشد. در مورد انتخابات دهم نیز آن دسته از تجزیه و تحلیل هایی که به افکار عمومی کشورمان به طور علمی توجه نکرده اند خالی از اشکال نبوده و نظریه هایی که بر این نوع تحلیل ها استوار می باشند نمی توانند به طور دقیق بیانگر واقعیات این انتخابات باشند.

یکی از دلایلی که اغلب کتابها و مقالاتی که مناسبات سیاسی کشورمان - از جمله دهمین دور از انتخابات ریاست جمهوری - را بررسی کرده اند کمتر به مقوله افکار عمومی پرداخته اند، در دسترس نبودن منابع لازم برای کسب شناختی جامع و دقیق از نگرش ها و طرز فکر و تلقی افراد و گروه های مختلف موجود در جامعه می باشد. مهمترین لازمه پرداختن به افکار عمومی، بهره گیری از پژوهش های روشمندی است که تنها از طریق آنها می توان درک درستی از افکار عمومی و رویکردهای مردمی پیدا کرد. اگرچه می توان از روش های متعددی برای

اطلاع یافتن از افکار عمومی استفاده نمود، یکی از متفن‌ترین روش‌های موجود برای سنجش افکار عمومی استفاده از تحقیقات پیمایشی^۱ می‌باشد.

متأسفانه در کشورمان به دلایل متعددی بهره‌گیری از تحقیقات پیمایشی در تحلیل مسائل سیاسی و اجتماعی با مشکلات جدی مواجه می‌باشد. اولین مشکلی که تحلیلگران مسائل سیاسی و اجتماعی در بهره‌گیری از تحقیقات پیمایشی با آن مواجه می‌شوند، عدم وجود ساز و کاری تعریف‌شده برای انجام چنین تحقیقاتی می‌باشد. اگرچه شورای عالی انقلاب فرهنگی در جلسه ۵۶۳ مورخ ۸۴/۲/۲۴ سیاست‌های کلی نظام در مورد سنجش افکار عمومی را به تصویب رسانیده است، تا به امروز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که توسط این شورا موظف به تهیه و تدوین آیین‌نامه‌های اجرایی این سیاست‌ها شده است، اقدام مؤثری در این مورد انجام نداده است.

اما صرف نظر از مشکلات موجود برای انجام نظرسنجی‌های روشمند و علمی، عدم باور به کارایی این روش در شرایط فعلی کشورمان از دیگر دلایل مهم بی‌علاقگی تحلیلگران به بهره‌گیری از تحقیقات پیمایشی می‌باشد. مروری گذرا بر رویکردهای تحلیلگران سیاسی و اجتماعی به تحقیقات پیمایشی، روشن می‌سازد که عدم اعتقاد به کارایی این روش در ایران ریشه در شکست‌های بی‌پای بسیاری از نظرسنجی‌های منتشرشده در دوران انتخابات‌ها در پیش‌بینی صحیح نتایج آن دارد. این موضوع باعث شده است تا برخلاف کشورهای توسعه‌یافته، دانشگاهیان، تصمیم‌سازان و مسئولان کشورمان به نظرسنجی‌ها کمتر توجه داشته و برای درک واقعیات حاکم بیشتر به روش‌های غیر کمی روی آورند. معمولاً وقتی دلیل عدم کارایی این روش در ایران را از این قشر جویا می‌شویم، جوابی کم و بیش یکسان دریافت می‌کنیم و آن این است که ویژگی‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی کشورمان برای انجام نظرسنجی‌های قابل اتکا مناسب نبوده و حتی با به‌کارگیری روش‌های دقیق آماری نمی‌توان پیمایشی بدون سوگیری‌های جدی انجام داد. به‌عنوان مثال، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در بررسی «دلایل اشتباه بودن نتایج نظرسنجی‌ها در جریان نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری» که یافته‌های آن در تاریخ ۱۳۸۴/۱۰/۱۳ توسط واحد اطلاع‌رسانی مرکز پژوهش‌های مجلس انعکاس یافت^۲، اعلام کرد که «نظرسنجی نماد یک روش و ایده مدرن است و به دنیای مدرن تعلق دارد و معمولاً مراکز نظرسنجی موفق در کشورهای مدرن فعال هستند زیرا افکار عمومی از حالت بومی خارج شده و شکل گرفته است. به این دلیل می‌توان به «پایه‌های ثابتی» از افکار عمومی دست یافت. در کشور ما چنین حالتی وجود ندارد به همین علت نظرسنجی نمی‌تواند به‌طور کامل تمامی زوایای افکار عمومی را مشخص کند» و در جای دیگر می‌افزاید که «باید به روحیه مردم ایران و دیدگاه روانشناسی اجتماعی ایرانیان نسبت به موضوعات اجتماعی و سیاسی که در اطرافشان در حال وقوع است توجه بیشتری معطوف کرد. از جمله این که مردم ایران تا حدودی آنچه را که در ذهن خود دارند به‌صراحت بیان نمی‌کنند». همچنین می‌توان به رویکرد کاندیداهای انتخابات دهم ریاست جمهوری و ستاد انتخاباتی آنها نسبت به میزان قابل اتکا بودن نظرسنجی‌ها اشاره داشت، به‌عنوان مثال خبرگزاری تابناک در تاریخ ۱۳۸۷/۷/۱۶ به نقل از آقای کروی متشتر نمود که: «آنچه که در یک جامعه مسموم

سیاسی به عنوان نظرسنجی ارائه می شود را قبول ندارم.^۱ همچنین بنا به گزارش خبرگزاری دانشجویان ایران که در تاریخ ۱۳۸۸/۳/۳ منتشر شد، آقای ثمره هاشمی، که در آن زمان رئیس ستاد هماهنگی حمایت های مردمی از احمدی نژاد بود، در جواب سؤالی درباره نظرسنجی های انتخاباتی اظهار می کند: «نظرسنجی ها خیلی تعیین کننده نیست، باید دید در هفته آخر به خصوص چه اتفاقاتی می افتد.»^۲ آقای کلهر، که در زمان انتخابات مشاور آقای احمدی نژاد در امر اطلاع رسانی و رسانه بود، نیز در مصاحبه ای با خبرگزاری رویترز که توسط خبرگزاری دانشجویان ایران در تاریخ ۱۳۸۸/۳/۱۷ منتشر گردید به صراحت بیان داشت: «ما نظرسنجی انجام نمی دهیم، اما طبق روال گذشته ظاهراً سه سیستم نظرسنجی در کشور وجود دارد که الگوهای نظرسنجی آنان را خیلی مطابق با فاکتورهای تأثیرگذار ایرانی نمی دانم.»^۳

اما آیا واقعاً همینطور است؟ آیا واقعاً کشور ما به اندازه ای متفاوت است که باید به عنوان یک استثنا از قواعد پایه علم آمار و روش های کمی در تحقیقات اجتماعی مطرح شود و یا اینکه قابل انکار نبودن این نظرسنجی ها ریشه در جای دیگری دارد؟

اگرچه در طول تاریخ استفاده از روش های پیمایشی، بارها این اتفاق افتاده است که نتایج این تحقیقات و پیش بینی هایی که براساس آنها صورت گرفته اند غلط از آب در آیند؛ بررسی های علمی اکثر آن موارد بیانگر آن بوده است که عمده ترین دلیل فاصله میان نتایج این نظرسنجی ها و واقعیات جامعه، رعایت نکردن دقیق اصول تحقیقات پیمایشی بوده است و معمولاً ویژگی های خاص آن جوامع هدف، تأثیر چندانی بر ایجاد چنین اشتباهاتی نداشته است (Krosnick, ۱۹۹۹). به عنوان مثال گفته می شود که مجله لیتری دایجست^۴ که یکی از مجلات پرطرفدار دهه های آغازین قرن بیستم میلادی در ایالات متحده بوده و بسیاری از نشریات و سیاستمداران آن زمان به آن استناد می کردند، شهرت خود را از طریق پیش بینی های نسبتاً دقیقی که در مورد انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده در بین سالهای ۱۹۳۲ - ۱۹۱۶ انجام می داد به دست آورده بود.

ولی پیش بینی این مجله در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۹۳۶ ایالات متحده که بر اساس نمونه ای با حجم بیش از دو میلیون پاسخ دهنده پیش بینی کرده بود فرانکلین روزولت^۵ انتخابات را خواهد باخت و حریف جمهوری خواه او آلفرد لندن^۶ به کاخ سفید راه خواهد یافت، به طور مفتضحانه ای غلط از آب در آمد و روزولت با یکی از بیشترین درصد آرا مردمی^۷ و بیشترین کالج الکترال^۸ در تاریخ ایالات متحده مجدداً رئیس جمهور شد. اما در همان انتخابات، مؤسسه نوینباد جرج گالوب^۹ توانسته بود، براساس نمونه ای با حجم کمتر از پنج هزار

۱. خبرگزاری تابناک - کد خبر: ۲۰۵۲۲

۲. کد خبر: ۸۸۰۳۰۲۰۶۴

۳. کد خبر: ۸۸۰۳ - ۰۹۷۸۴

۴. Literary Digest

۵. Franklin Roosevelt

۶. Alfred Landon

۷. Popular votes

۸. Electoral College

۹. George Gallup

پاسخ‌دهنده، میزان آرای مردمی و پیروزی روزولت را پیش‌بینی و جایگاه خود را به‌عنوان یک مؤسسه معتبر نظرسنجی در آمریکا تثبیت کند. بررسی‌ها نشان می‌دهد عاملی که موجب اشتباه مجله لیترری دایجست شده بود نه ویژگی‌های منحصر به فرد جامعه آمریکا در آن ایام و نه چیز دیگری جز «تصادفی نبودن نمونه آماری» این مجله بود و عاملی که باعث شده بود مؤسسه گالوپ بتواند به‌درستی پیروزی روزولت را پیش‌بینی کند، چیزی جز عدم وجود سوگیری‌های سیستماتیک^۱ در نمونه آماری مؤسسه گالوپ نبود (Squire, ۱۹۸۸).

اگرچه بررسی‌ها نشان می‌دهند که نتایج اکثر نظرسنجی‌هایی که فاقد سوگیری‌های سیستماتیک می‌باشند، تطابق بسیار دقیقی با واقعیات جامعه داشته (Schutt, ۲۰۰۴, p. ۱۳۷) و اکثر شکاف‌هایی که بین نتایج بعضی از نظرسنجی‌ها و دنیای واقع دیده شده است، ریشه در سوگیری‌های سیستماتیک در نمونه آماری، طراحی پرسشنامه و عملیات میدانی دارد (Krosnick, ۱۹۹۹). شواهدی نیز وجود دارد که بیانگر آن است که به غیر از اشکالات روش نمونه‌گیری، طراحی پرسشنامه و عملیات میدانی، عوامل خارجی نیز می‌توانند در صحت نظرسنجی‌ها تأثیرگذار باشند، به‌عنوان مثال یکی از عواملی که گفته می‌شود می‌تواند بین یافته‌های یک نظرسنجی کاملاً علمی و دنیای واقع شکاف ایجاد کند، عامل بردلی^۲ می‌باشد.

عامل بردلی وقتی بروز پیدا می‌کند که بخشی از جامعه هدف، پاسخ‌های خود را براساس ارزش‌ها و هنجارهای غالبی بیان می‌کند که خود از لحاظ عملی به آن ارزش‌ها پایبند نباشند؛ حتی اگر به آن ارزش‌ها اعتقاد نیز داشته باشد. وجه تسمیه این عامل، برای واضح شدن ابهام آن بسیار مفید است. در انتخابات فرمانداری ایالت کالیفرنیا در سال ۱۹۸۲، آقای تام بردلی^۳ که اولین شهردار سیاه‌پوست یکی از کلان‌شهرهای آمریکا بوده و تا آن زمان بیش از نه سال سابقه شهرداری شهر لس‌آنجلس را داشته و به‌عنوان کاندیدای حزب دموکرات در آن انتخابات شرکت کرده بود، انتخابات را به حریف جمهوری‌خواه خود که از سوابق اجرایی و تجربیات کمتری برخوردار بود می‌بازد. اما آنچه این انتخابات را برای محققان حائز اهمیت کرد این بود که آقای بردلی در نظرسنجی‌های علمی پیش و بعد از این انتخابات به مراتب از حریف جمهوری‌خواه خود جلوتر بود و فاصله بسیاری میان نتایج نظرسنجی‌ها و نتایج نهایی انتخابات وجود داشت. بررسی‌ها نشانگر آن بود که در مقایسه با نتایج نظرسنجی‌ها، درصد پایین‌تری از سفیدپوستان این ایالت به آقای بردلی رأی داده بودند.

مشابه همین اتفاق در چندی دیگر از انتخابات‌های منطقه‌ای آمریکا در بین سال‌های ۱۹۸۲ - ۱۹۹۰ رخ داد و آرای کاندیداهای سیاه‌پوست از آنچه که نظرسنجی‌های علمی پیش‌بینی می‌کردند، بسیار کمتر شد (Keeter & Samaranayake, ۲۰۰۷). در پی بررسی این روند بخشی از تحلیلگران به این نتیجه رسیدند که دسته‌ای از شهروندان سفیدپوست تنها به دلیل نژاد کاندیداهای سیاه‌پوست به آنها رأی نداده بودند و چون نژادپرستی امری قبیح به شمار می‌آید، این قشر از سفیدپوستان برای اخفا و یا سرم از گرایش‌های نژادپرستانه خود به‌طور سیستماتیک به سؤالات نظرسنجی‌ها جواب‌های خلاف واقع می‌داده‌اند، البته باید گفت که این تنها یک فرضیه است و در مورد وجود و یا عدم وجود عامل بردلی در بین تحلیلگران اتفاق نظری وجود ندارد (Hopkins, ۲۰۰۸).

^۱. Systematic Biases

^۲. Bradley effect

^۳. Tom Bradley

به هر حال، از این دسته فرضیات در متون علمی بسیار یافت می‌شود و تنها راه بررسی میزان تأثیرگذاری و شدت بروز آنها در جوامع مختلف، انجام تحقیقات علمی و میدانی می‌باشد. البته همانطوری که گفته شد، بررسی‌ها نشان می‌دهد که اگر جوانب علمی یک پژوهش میدانی به‌طور دقیق رعایت شود، نتایج آن پژوهش با واقعیات جامعه تطابق بسیاری خواهد داشت و توانایی این دسته از عوامل برای ایجاد شکاف میان نتایج آن پژوهش با واقعیات جامعه بسیار محدود خواهد بود، اما از آنجا که جوامع با هم متفاوت بوده و بررسی‌های انجام‌شده در یک جامعه، قابلیت تعمیم به جوامع دیگر را ندارد و چون تمامی بررسی‌های گفته‌شده در بالا، در خارج از محدوده‌های جغرافیایی کشورمان صورت گرفته‌اند، نمی‌توان با استناد به آن بررسی‌ها به این نتیجه رسید که نتایج نظرسنجی‌های علمی در ایران نیز با واقعیات جاری تطابق خواهند داشت و تأثیر عوامل خارجی محدود خواهند بود.

از این‌رو برای یافتن پاسخی مستدل به این سؤال و در راستای انجام یک امکان‌سنجی برای راه‌اندازی مرکزی زیر نظر دانشکده مطالعات جهان دانشگاه تهران به منظور انجام نظرسنجی‌های گوناگون در داخل و خارج از کشور و انتشار نتایج آن از طریق جراید، در اواخر سال ۱۳۸۷ بر آن شدیم که در قالب یک طرح پایلوت به این موضوع بپردازیم که تا چه میزان نظرسنجی‌های علمی می‌توانند قابل اتکا باشند و به پژوهشگران کشورمان کمک کنند تا درک دقیق‌تری از واقعیات حاکم بر جامعه پیدا کنند.

معمولاً برای ارزیابی نظرسنجی‌ها به دو مقوله «روایی» و «پایایی» پرداخته می‌شود. به‌طور خلاصه، یک پژوهش وقتی از روایی قابل قبولی برخوردار است که نتایج آن پژوهش قابل تعمیم به جامعه هدف بوده و تطابق بالایی با واقعیات جاری در آن داشته باشد (دلور، ۱۳۷۹). اگرچه «روایی» و «اعتبار» انواع و جوانب گوناگونی دارد، با در نظر گرفتن موضوع مورد بررسی، این جنبه از جوانب گوناگون مقوله «روایی» که از آن به‌عنوان «اعتبار بیرونی» نیز یاد می‌شود برجستگی ویژه‌ای دارد. همچنین یک پژوهش وقتی از پایایی لازم برخوردار است که روش تحقیق آن نه‌تنها قابلیت تکرار را داشته باشد بلکه تکرار آن در شرایط نسبتاً مشابه پژوهشگران را به نتایج تقریباً یکسانی نیز برساند (Schutt, ۲۰۰۴, p. ۱۱۵ - ۱۱۷).

از آنجا که طرح پایلوت ما درصدد کشف این موضوع بود که نظرسنجی‌های علمی تا چه میزان می‌توانند در شرایط سیاسی، اجتماعی و فرهنگی کشورمان قابل اتکا و از روایی و پایایی مناسبی برخوردار باشند و چون بهترین روش برای ارزیابی اعتبار بیرونی یک پژوهش، بررسی توان پیشگویی و تطابق آن با آنچه که واقع شده است می‌باشد، به سه دلیل به این نتیجه رسیدیم که بهترین زمان برای آغاز این طرح، ماه‌های منتهی به دهمین انتخابات ریاست جمهوری و مخصوصاً ایام تبلیغات انتخاباتی کاندیداهای رسمی ریاست جمهوری می‌باشد. دلیل اول ما این بود که انجام نظرسنجی قبل از انتخابات به ما این توان را می‌داد تا نتایج نظرسنجی‌های خود را با نتایج انتخابات مقایسه کرده و روایی پیمایش‌های خود را ارزیابی کنیم و از میزان اختلاف احتمالی میان این دو، به میزان تأثیر عوامل خارجی پی ببریم. بی‌شک، همانطوری که بسیاری از پژوهشگران اذعان دارند، نظرسنجی‌های انتخاباتی از نادر نظرسنجی‌هایی می‌باشند که می‌توان اعتبار بیرونی آنها را به‌طور عینی ارزیابی

کرد. دلیل دوم ما این بود که به لحاظ اهمیت و پوشش رسانه‌ای گسترده موضوع انتخابات در آن ایام، کمتر کسی بود که به این موضوع بی‌تفاوت و یا بی‌علاقه باشد و این امر با بالا بردن نرخ پاسخگویی^۱ این توان را به ما می‌داد تا تمامی نمونه‌های تصادفی خود را در مدت زمان کوتاه‌تری مورد مصاحبه‌های مفصلی قرار دهیم. همچنین کوتاه بودن زمان مورد نیاز برای انجام هر پیمایش، این ظرفیت را نیز برای ما ایجاد می‌کرد تا بتوانیم چندین پیمایش را در مدت زمان کوتاهی انجام دهیم و پایایی روش تحقیق خود را بسنجیم. دلیل سوم و نهایی ما، جذابیت موضوع و قابلیت تجزیه و تحلیل آن بود که به ما این توانایی را می‌داد تا علاوه بر انجام امکان‌سنجی مورد نظر، رفتار انتخاباتی مردم کشورمان را نیز بررسی کنیم و به‌طور مستند به این موضوع پراهمیت بپردازیم.

به هر حال، بعد از طی بررسی‌های اولیه و نهایی کردن طرح، اولین پیمایش را به‌صورت مصاحبه‌های رو در رو^۲ در اسفند ماه سال ۱۳۸۷ در سطح کشور انجام دادیم و سپس بعد از حدود دو ماه، در ۲۹ اردیبهشت ماه سال ۱۳۸۸، یعنی کمتر از یک هفته قبل از آغاز رسمی زمان تبلیغات انتخاباتی، نظرسنجی‌های پی در پی خود را آغاز و تا ۲۱ خرداد ماه سال ۱۳۸۸، یعنی شب انتخابات ریاست جمهوری، نه موج دیگر را به‌صورت مصاحبه تلفنی با کمک کامپیوتر^۳ به پایان رساندیم. همچنین یک هفته بعد از انتخابات، موج بعدی نظرسنجی‌ها را انجام دادیم و سپس در ۲۴ تیر ماه سال ۱۳۸۸، دوازدهمین و آخرین موج نظرسنجی‌های خود را به سر انجام رساندیم. همچنین در زمان جمع‌بندی و مطالعه نتایج موج‌های دوازده‌گانه نظرسنجی‌های خود، مطلع شدیم که دو مؤسسه خارجی به نامهای گلوب اسکن (مستقر در کانادا)^۴ و ورلڈ پابلیک آپینین (وابسته به دانشگاه مریلند آمریکا)^۵ اولی با بهره‌گیری از یک مؤسسه واقع در ایران و دومی با استفاده از یک شرکت نظرسنجی بین‌المللی مستقر در خارج از ایران، در قبل و بعد از انتخابات، با استفاده از روشی مشابه شیوه ما، اقدام به نظرسنجی نموده و نتایج خود را در معرض دید عموم قرار داده‌اند.

آنچه پیش روی خواننده گرامی قرار دارد، بر گرفته از دوازده موج نظرسنجی می‌باشد که ده موج آن قبل و دو موج آن بعد از دهمین انتخابات ریاست جمهوری به‌صورت مستقل انجام گرفته است. در بخش نخست این کتاب، قبل از ارائه نتایج این نظرسنجی‌ها، به‌طور مختصر به مبانی نظری روش‌های کمتی در تحقیقات اجتماعی پرداخته شده و سپس به تاریخچه صنعت نظرسنجی در ایران و جهان و در نهایت به معرفی روش‌های متداول نظرسنجی و همچنین روش‌های اتخاذشده برای جمع‌آوری داده‌های نظرسنجی‌های این تحقیق می‌پردازیم. در بخش دوم این کتاب نیز، گزارشی جامع از نتایج هریک از این دوازده موج نظرسنجی به‌صورت مجزا ارائه داده و با بهره‌گیری از آنها، مسائل دهمین دوره از انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران تحلیل می‌شود. در بخش سوم و نهایی این کتاب نیز، با ارزیابی پایایی و روایی این نظرسنجی‌ها پاسخی به سؤال اصلی طرح می‌دهیم.

لازم به ذکر است از آنجا که هدف اصلی این طرح، پاسخ به یک سؤال آکادمیک بود و نه ورود به مناقشات سیاسی و تأثیر گذاری بر اتفاقات و جریان‌ات بعد از انتخابات، تصمیم بر این شد تا انتشار این کتاب با تأخیر

^۱ Response rate

^۲ Face to face (FTF)

^۳ Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI)

^۴ Globescan - <http://www.Globescan.com>

^۵ World Public Opinion - <http://www.worldpublicopinion.org>

مقدمه □ ش

منتشر شود تا صیغه علمی و آکادمیک آن کمرنگ نشود و بررسی آن توسط علاقه‌مندان کمتر متأثر از مسائل پیش‌آمده بعد از انتخابات دهم ریاست جمهوری باشد.

www.ketab.ir