

Global Regulatory Patterns for Polling Organizations: A Comparative Assessment and a Proposed Framework for Iran

Ali Davari, PhD student in Political Science, Faculty of Law and Political Science, University of Tehran, Tehran, Iran. (Corresponding author) Email: davari.ali@ut.ac.ir

Mohammad Javad Badinfekr, PhD candidate in Culture and Communication; Research Director, Mellat Polling Center, Islamic Parliament Research Center, Tehran, Iran. Email: m.j.badini74@gmail.com

Vahid Kashafinia, Research Fellow, Mellat Polling Center, Islamic Parliament Research Center, Tehran, Iran. Email: v.kashafinia@gmail.com

Extended Abstract

Introduction

The growing importance of public opinion data in governance, policymaking, and political communication has increased attention to the institutional frameworks governing polling organizations. Polling centers play a significant role in producing information that informs decision-makers, political actors, media organizations, and the broader public. Given the potential impact of polling data on public discourse and policy outcomes, questions concerning transparency, methodological quality, accountability, and regulatory oversight have become increasingly important.

Despite the expansion of polling activities in Iran, no coherent legal or institutional framework currently exists for the establishment, operation, supervision, and evaluation of polling organizations. Existing arrangements are characterized by fragmented regulations, inconsistent methodological standards, and limited mechanisms for professional oversight. This situation has contributed to variations in quality and has occasionally undermined public confidence in polling results.

A review of the international literature reveals that most studies focus on election polling, publication restrictions, electoral silence periods, and freedom of expression. Comparatively little attention has been devoted to the institutional regulation of polling organizations themselves, including licensing procedures, supervisory mechanisms, professional accountability, and governance structures. This study seeks to address this gap by examining regulatory arrangements in a diverse group of countries and identifying broader models of public opinion regulation that may inform policy discussions in Iran.

Methods

This research employs a structured comparative approach. Eight countries with diverse legal, political, and institutional settings were selected: Germany, South Korea, Qatar, China, the United States, South Africa, Turkey, and Russia. The selection aimed to capture a broad spectrum of regulatory arrangements and governance traditions rather than testing predetermined categories. All eight cases were examined across the selected regulatory dimensions, including licensing and registration procedures, oversight mechanisms, transparency requirements, publication rules, enforcement arrangements, and the role of professional associations. However, for reasons of analytical clarity and space limitations, four countries, Germany, South Korea, Qatar, and China, are discussed in greater detail as illustrative cases representing distinct approaches to regulation.

Germany represents a model of professional self-regulation with minimal governmental intervention; South Korea demonstrates a framework of state facilitation with limited oversight; Qatar illustrates a restrictive environment shaped by political sensitivities; and China represents an extensive state-centered regulatory model. The experiences of the United States, South Africa, Turkey, and Russia were incorporated into the broader cross-case analysis and contributed to the development and refinement of the four regulatory models identified in this study.

The analysis was based on legal documents, regulatory frameworks, official reports, professional codes of conduct, and international assessments. The countries were compared across several dimensions, including licensing and registration procedures, oversight mechanisms, transparency requirements, publication rules, enforcement arrangements, and the role of professional associations. Cross-case comparison was then employed to identify recurring institutional patterns and construct broader regulatory models.

Findings

The comparative analysis demonstrates that public opinion regulation cannot be adequately understood through a simple distinction between state intervention and market freedom. Rather, regulatory outcomes depend on a combination of institutional factors, including methodological transparency, accountability mechanisms, professional standards, and the credibility of supervisory institutions.

Four broad regulatory models emerged from the analysis. The first is professional self-regulation, characterized by strong professional associations, extensive methodological transparency, and limited direct state intervention. Germany and the United States largely reflect this model. The second model is state facilitation with limited oversight, in which governments establish procedural safeguards and transparency requirements while preserving a substantial degree of professional autonomy. South Korea and South Africa exemplify this approach.

The third model can be described as directed state control. In this arrangement, polling activities are permitted but remain subject to significant restrictions regarding politically sensitive topics and publication practices. Turkey, Russia, and Qatar display varying forms of this model. The fourth model is comprehensive authoritarian regulation, represented most clearly by China, where governmental authorities exercise extensive control over licensing, survey implementation, data collection, and publication.

The findings further indicate that effective regulatory systems are generally associated with clear institutional responsibilities, transparent methodologies, and robust mechanisms of professional accountability. Conversely, excessive political control tends to reduce transparency and restrict the independent production of public opinion data.

The analysis of Iran reveals that the country's current situation does not fit neatly into any of the identified models. Rather, it reflects a hybrid institutional arrangement that incorporates elements of all four regulatory approaches. Governmental influence coexists with limited forms of professional self-regulation and relatively autonomous research activities, particularly in certain segments of the private sector. At the same time, regulatory ambiguity, fragmented oversight, and the absence of unified professional standards create a distinctive institutional configuration. This hybrid arrangement can be understood in the context of Iran's broader political economy, where state-affiliated institutions continue to play a significant role, independent professional associations possess limited regulatory capacity, and the boundaries between public and private sectors remain relatively fluid.

Conclusion

The study argues that the Iranian case should not be classified within any single conventional regulatory model. Instead, it is better understood as a mixed model in which elements of different regulatory traditions coexist in an uneven and sometimes contradictory manner. This finding highlights the limitations of conventional dichotomies such as state-centered versus market-centered regulation and underscores the importance of examining the institutional conditions that shape regulatory outcomes.

The comparative evidence suggests that the long-term objective for Iran should be the gradual development of a regulatory framework based on professional self-regulation, institutional accountability, methodological transparency, and reduced direct governmental intervention. However, the institutional conditions necessary for such a model are not yet fully developed.

Consequently, this study proposes a transitional strategy based on state facilitation with limited oversight. Under this approach, governmental institutions would focus on establishing legal infrastructures, minimum professional standards, transparency requirements, and mechanisms for registration and accountability, while avoiding direct intervention in research content and findings. Simultaneously, professional associations and independent research organizations would be strengthened to assume greater regulatory responsibilities over time.

The findings contribute to the literature by shifting attention from the regulation of published polling results toward the broader institutional governance of polling organizations. They also provide a comparative framework for understanding regulatory diversity and offer a realistic pathway for improving the governance of public opinion research in Iran.

Keywords: Public Opinion, Public Opinion Research, Iran, Regulation, Data Governance.

الگوهای جهانی تنظیم‌گری مراکز افکارسنجی: ارزیابی تطبیقی و چارچوب پیشنهادی برای ایران

علی داوری^۱، محمد جواد بادین‌فکر^۲، وحید کشافی‌نیا^۳

چکیده

تنظیم‌گری مراکز افکارسنجی در سال‌های اخیر به دلیل نقش فزاینده داده‌های افکار عمومی در سیاست‌گذاری اهمیت فزاینده‌ای یافته است. با این حال، ایران فاقد چارچوب قانونی و نهادی منسجم برای تأسیس، فعالیت و نظارت بر این مراکز است؛ وضعیتی که به ناهمگونی کیفیت، نبود استانداردهای مشترک روش‌شناختی و کاهش اعتماد عمومی منجر شده است. این مقاله با رویکردی تطبیقی، نظام‌های تنظیم‌گری افکارسنجی را در هشت کشور (آلمان، کره جنوبی، قطر، چین، ایالات متحده، آفریقای جنوبی، ترکیه و روسیه) بررسی می‌کند. داده‌های چهار کشور نخست به‌صورت تفصیلی و چهار کشور دیگر به‌صورت فشرده تحلیل شده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که تنظیم‌گری افکارسنجی در طیفی از الگوها شامل خودتنظیم‌گری حرفه‌ای، تسهیل‌گری دولتی، کنترل جهت‌دار و اقتدارگرایی فراگیر قابل‌صورته‌بندی است. این الگوها صرفاً بازتاب میزان مداخله دولت نیستند، بلکه به مجموعه‌ای از پیش‌شرط‌های نهادی از جمله ظرفیت نهادهای مدنی، شفافیت روش‌شناسی و سازوکارهای پاسخگویی وابسته‌اند. این مقاله استدلال می‌کند که «مدل ایران» را نمی‌توان در چارچوب یکی از الگوهای مرسوم جهانی طبقه‌بندی کرد، بلکه با نوعی صورته‌بندی ترکیبی و تا حدی «فرامدل» مواجه هستیم که در آن عناصر چند الگو به‌طور هم‌زمان و ناهمگون حضور دارند. این ویژگی، امکان انطباق ساده با دوگانه‌های رایج «بازارمحور در برابر دولتمحور» را محدود می‌سازد و ضرورت ارائه یک مسیر مرحله‌ای و واقع‌گرایانه را برجسته می‌کند. در جمع‌بندی، مقاله پیشنهاد می‌کند که در افق بلندمدت، تقویت خودتنظیم‌گری حرفه‌ای و کاهش مداخله مستقیم دولت مدنظر قرار گیرد، در حالی که در کوتاه‌مدت «تسهیل‌گری دولتی همراه با نظارت محدود» به‌عنوان مسیر گذار برای بهبود تدریجی کیفیت تنظیم‌گری در ایران قابل توصیه است.

واژگان کلیدی

افکار عمومی، افکارسنجی، ایران، تنظیم‌گری، حکمرانی داده.

davari.ali@ut.ac.ir
m.j.badini74@gmail.com

۱. دانشجوی دکتری علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)
۲. دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات، مدیر پژوهش افکارسنجی ملت، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، تهران، ایران.
۳. دکتری جامعه‌شناسی، عضو هیئت علمی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، تهران، ایران.
v.kashafinia@gmail.com

مقدمه

تحولات اجتماعی و سیاسی در دهه‌های اخیر موجب شده است داده‌های افکار عمومی به یکی از ابزارهای مهم در فهم رفتار اجتماعی، تحلیل تصمیمات حاکمیتی و پشتیبانی از سیاست‌گذاری عمومی تبدیل شود. مراکز افکارسنجی، به‌عنوان نهادهای تولیدکننده این داده‌ها، نقشی مؤثر در ارتباط میان دولت، جامعه و نهادهای سیاست‌گذار ایفا می‌کنند. با این حال، ماهیت حساس این داده‌ها و تأثیر بالقوه آنها بر فرایندهای حکمرانی، ضرورت شکل‌گیری سازوکارهای دقیق برای تأسیس، فعالیت و نظارت بر این مراکز را اجتناب‌ناپذیر کرده است.

بررسی محتوای گزارش‌های داخلی نشان می‌دهد که در ایران همچنان چارچوب روشنی برای استانداردهای علمی نظرسنجی - اعم از نحوه نمونه‌گیری، کیفیت گردآوری داده‌ها، کنترل خطا و شیوه انتشار نتایج - تعریف نشده است. فقدان چنین نظامی نه تنها موجب پراکندگی نهادی و ناهمگونی در کیفیت پژوهش‌های افکارسنجی شده، بلکه سطح اعتماد عمومی به نتایج این نظرسنجی‌ها را نیز کاهش داده است.

با وجود اهمیت فزاینده این حوزه مطالعاتی، مرور ادبیات موجود نشان می‌دهد که شکاف پژوهشی قابل توجهی در این زمینه وجود دارد. عمده پژوهش‌های داخلی یا به جنبه‌های تکنیکی افکارسنجی پرداخته‌اند یا صرفاً جایگاه افکار عمومی در سیاست‌گذاری را بررسی کرده‌اند و در نتیجه مطالعه تطبیقی نظام‌های تنظیم‌گری مراکز افکارسنجی تا حد زیادی مغفول مانده است. به همین سبب، در مرور ادبیات فارسی موجود، اطلاعات بسیار اندکی درباره سازوکارهای صدور مجوز، شیوه‌های نظارت، نظام ارزیابی کیفیت و نحوه انتشار نتایج نظرسنجی‌ها در کشورهای مختلف در دسترس است.

این پژوهش با اتکا به یک مطالعه تطبیقی، با هدف بررسی ساختارهای تنظیم‌گری در چند کشور منتخب و استخراج الگوهای قابل کاربرد برای ایران انجام شده است. در این مطالعه، تجربه کشورهای چون آلمان، کره جنوبی، قطر، چین، روسیه، آفریقای جنوبی، ترکیه و ایالات متحده آمریکا مرور شده تا بر اساس مقایسه آنها، الگوهایی که از دل یافته‌ها قابل استخراج است، صورت‌بندی شود. این الگوها از پیش تعیین شده نیستند؛ بلکه در روند تحلیل کشورها شناسایی و مفهوم‌سازی می‌شوند.

در نهایت، مقاله حاضر تلاش می‌کند بر اساس یافته‌های تطبیقی و باتوجه‌به شرایط نهادی و حقوقی ایران، چارچوبی پیشنهادی برای تنظیم‌گری مراکز افکارسنجی در کشور ارائه کند؛ چارچوبی که بتواند استقلال حرفه‌ای، شفافیت، کیفیت و پاسخ‌گویی را به طور هم‌زمان تقویت کند.

پیشینه پژوهش

در میان آثار منتشرشده در فصلنامه «مطالعات راهبردی فرهنگ» نیز برخی پژوهش‌ها به‌صورت غیرمستقیم با موضوع این مقاله نسبت دارند. برای نمونه، الفتی و همکاران (۱۴۰۴) در پژوهشی با عنوان «تأملی بر سیاست‌گذاری رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ نرم آمریکا در عراق؛ اهداف و راهبردها»، ضمن مطالعه‌ای درباره سیاست‌گذاری رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ نرم آمریکا در عراق، بر ضرورت تأسیس یک مرکز تخصصی افکارکاوی در عراق تأکید کرده‌اند و نشان داده‌اند که پیچیدگی‌های قومی، مذهبی و اجتماعی عراق، سیاست‌گذاری رسانه‌ای مؤثر را نیازمند شناخت نظام‌مند افکار عمومی می‌سازد. اهمیت این مقاله برای پژوهش حاضر در آن است که افکارکاوی و افکارسنجی را به‌عنوان زیرساخت تصمیم‌گیری راهبردی و سیاست‌گذاری رسانه‌ای برجسته می‌کند، هرچند به مسئله تنظیم‌گری، صدور مجوز، نظارت نهادی یا استانداردهای فعالیت مراکز افکارسنجی نمی‌پردازد.

از طرفی، اسلامی و ذوالفقاریان (۱۴۰۴) در پژوهشی با عنوان «تحلیل سیاست‌گذاری فرهنگی در ایران؛ بازیگران، مطالبات و راهکارهای تنظیم‌گری در بستر تحولات اجتماعی»، با رویکردی نهادگرایانه نشان می‌دهند که سیاست‌گذار فرهنگی باید از تصدی‌گری مستقیم فاصله گرفته و نقش تنظیم‌گر و تسهیل‌گر را بر عهده گیرد و زمینه گفت‌وگوی نهادمند میان ذی‌نفعان را فراهم سازد. با وجود نزدیکی این مقاله به مباحث تنظیم‌گری، تمرکز آن بر حکمرانی و تنظیم‌گری حوزه فرهنگ است و به‌طور خاص سازوکارهای حقوقی، نهادی و حرفه‌ای تنظیم‌گری مراکز افکارسنجی، از جمله تأسیس، صدور مجوز، نظارت، استانداردهای روش‌شناختی و انتشار نتایج را بررسی نمی‌کند.

با این وجود، جست‌وجوی نظام‌مند در منابع فارسی نشان داد که هیچ اثر قابل‌اتکای پژوهشی که به طور مستقیم به تنظیم‌گری مراکز نظرسنجی بپردازد، وجود ندارد. آنچه در منابع فارسی‌زبان دیده می‌شود، اغلب اشارات پراکنده‌ای است که به مدیریت افکار عمومی شده است؛ اما مباحثی همچون فرایند تأسیس مراکز نظرسنجی، نحوه صدور مجوز، سازوکارهای نظارتی و چارچوب‌های حقوقی انتشار نتایج تقریباً غایب است؛ بنابراین، مرور حاضر مبتنی بر پژوهش‌های انگلیسی‌زبان است که از اوایل قرن ۲۱ پدید آمده‌اند و هرکدام بخشی از مبانی نظری، تجربی و حقوقی تنظیم‌گری نظرسنجی‌ها را شکل داده‌اند.

بالین حال، در منابع انگلیسی زبان وضعیت تا حدودی متفاوت است. در آغاز قرن ۲۱، یکی از آثار بنیادی در حوزه نظرسنجی‌های انتخاباتی کتاب کوتاه ولفگانگ دونزباخ^۱ با عنوان «چه کسی از نظرسنجی‌های انتخاباتی می‌ترسد؟ استدلال‌های هنجاری و تجربی برای آزادی نظرسنجی‌های پیش از انتخابات»^۲ (۲۰۰۱) است. این پژوهش با مرور مطالعات تجربی، از جمله بررسی نتایج چند دهه تحقیق تجربی درباره «اثر موج‌سواری»^۳ و «اثر عقب ماندن از قافله»^۴ نشان می‌دهد که تأثیر نظرسنجی‌ها بر رفتار رأی‌دهندگان معمولاً اندک، وابسته به شرایط و فاقد پیامدهای مخرب برای فرایند دموکراتیک است. دونزباخ با اتکا بر ترکیب و تحلیل ثانویه داده‌های موجود و مرور آزمایش‌های کنترل‌شده، این نتیجه را برجسته می‌کند که ممنوعیت‌های گسترده بر انتشار نظرسنجی‌ها نه پشتوانه تجربی دارد و نه از لحاظ نظری قابل دفاع است و تنها محدودیت‌های بسیار کوتاه‌مدت در روز رأی‌گیری، آن هم برای تضمین برابری اطلاعاتی رأی‌دهندگان، ممکن است موجه باشد.

در همین دوره، شورای اروپا نیز با استناد به آیین‌نامه‌های حرفه‌ای «انجمن اروپایی تحقیقات بازار و افکار عمومی»^۵ و «اتاق بازرگانی بین‌المللی»^۶ تأکید کرد که نظرسنجی‌ها بخش مشروع گفت‌وگوی دموکراتیک‌اند و ادعاهای مربوط به تأثیر تعیین‌کننده آن‌ها بر نتایج انتخابات فاقد شواهد محکم است. این رویکرد اولیه درواقع نقطه آغاز شکل‌گیری جریان فکری قائلان به مداخله در تنظیم‌گری دولتی محسوب می‌شود.

در سال ۲۰۰۳، سازمان بین‌المللی مستقل موسوم به «آرتیکل ۱۹»^۷ یکی از نخستین مطالعات تطبیقی جامع را منتشر کرد؛ مطالعه‌ای که از منظر حقوق بشر به قوانین محدودکننده انتشار نظرسنجی‌های انتخاباتی می‌پرداخت. این گزارش با تحلیل دگرترین حقوقی و بررسی قوانین ۱۶ کشور، محدودیت‌ها را بر اساس آزمون سه‌مرحله‌ای ماده ۱۹ میثاق حقوق مدنی و سیاسی یعنی قانونی بودن، هدف مشروع و ضرورت و تناسب، ارزیابی کرد. بررسی‌ها نشان می‌داد که کشورهای مختلف رویکردهای کاملاً متفاوتی در دوره‌های «سکوت انتخاباتی»^۸ دارند؛ از نبود هرگونه محدودیت (مانند استرالیا) تا منع چندروزه (در برخی کشورهای اروپای شرقی) و حتی محدودیت‌های شدیدتر در کشورهای آسیایی. در کنار آن، بسیاری از کشورها مقررات روشنی در الزام افشای اطلاعات دارند: حجم نمونه، خطای معیار، تاریخ‌های میدانی‌سازی، روش جمع‌آوری داده و نام سفارش‌دهنده. در این گزارش چنین نتیجه‌گیری شده است که دوره‌های طولانی سکوت انتخاباتی، ابهام در قواعد، یا ممنوعیت‌های گسترده، از منظر آزادی بیان قابل توجیه نیستند؛ اما الزامات شفافیت، به‌ویژه درباره روش‌شناسی، عموماً با معیارهای حقوق بشری سازگارند.

از سال ۲۰۰۹، نهادهای حرفه‌ای مانند انجمن اروپایی تحقیقات بازار و افکار عمومی و «انجمن جهانی تحقیقات افکار عمومی»^۹ انتشار مجموعه‌ای از اسناد راهنما را آغاز کردند که مهم‌ترین آن‌ها «نظرسنجی‌های افکار عمومی و پیمایش‌های منتشرشده»^{۱۰} است. این سند ترکیبی از اصول دموکراتیک، دستورالعمل‌های فنی و آیین‌نامه‌های حرفه‌ای مربوط به انتشار نتایج است. این سند تأکید می‌کند که اگر نظرسنجی‌ها بر اساس استانداردهای حرفه‌ای انجام شوند، باید از محدودیت‌های قانونی غیرضروری مصون باشند. این متن همچنین نسبت به چالش‌های نوظهور هشدار می‌دهد؛ برای نمونه، در این گزارش به گسترش نظرسنجی‌های اینترنتی کم‌اعتبار، ضعف سواد داده‌ای در رسانه‌ها و افزایش خطر انتشار نتایج همراه‌کننده اشاره شده است. اما نکته مهم این است که این استانداردها ماهیت حقوقی دارند و به‌جای سازوکارهای مداخله‌گرایانه، بر خودتنظیمی حرفه‌ای تکیه می‌کنند.

در سال ۲۰۱۲، توماس پیترسن^{۱۱} یکی از جامع‌ترین تلاش‌ها برای فهم تطبیقی تنظیم‌گری نظرسنجی‌ها را در قالب فصلی از «کتاب نظرسنجی‌ها و رسانه‌ها»^{۱۲} ارائه کرد. او با بهره‌گیری از تحلیل مقایسه‌ای قوانین و مقررات، کشورها را از نظر میزان محدودیت در سه دسته قرار داد: کشورهای دارای محدودیت‌های گسترده، محدودیت‌های کم و بدون محدودیت. عمده تمرکز او بر دوره‌های سکوت انتخاباتی، الزامات افشای اطلاعات نظرسنجی‌ها و موارد معدود نیاز به تأیید پیش از انتشار یک نهاد مسئول است. تحلیل پیترسن نشان می‌دهد که اگرچه نگرانی درباره تأثیر نظرسنجی‌ها بر سلامت انتخابات، مبنای بسیاری از مقررات است، اما شواهد تجربی قوی‌ای برای توجیه ممنوعیت‌های سنگین وجود ندارد. درعین حال، این اثر نیز همچون بسیاری از مطالعات، بیشتر بر محتوای منتشر شده متمرکز است تا آنکه بر ساختار نهادی مراکز نظرسنجی متمرکز باشد.

در سال ۲۰۲۰، مارشال و همکارانش تلاش کردند بررسی‌های تطبیقی موجود را وارد چارچوبی نظری‌تر و هنجاری‌تر کنند. آنان با مطالعه کشورهایمانند آمریکا، کانادا، اسپانیا، فرانسه، کلمبیا و شیلی، استدلال می‌کنند که الزامات شفافیت، مانند افشای روش‌شناسی و اطلاعات کلیدی، ابزارهای کارآمد و سازگار با آزادی بیان هستند و دوره‌های سکوت انتخاباتی نیز تنها در صورتی قابل دفاع‌اند که محدود، هدفمند و ضروری باشند. این مطالعه به‌رغم غنای

1. Wolfgang Donsbach
2. Who's afraid of election polls? Normative and empirical arguments for the freedom of pre-election surveys
3. Bandwagon effect
4. Underdog effect
5. European Society for Opinion and Market Research (ESOMAR)
6. International Chamber of Commerce
7. ARTICLE 19
8. Election silence
9. World Association for Public Opinion Research (WAPOR)
10. Guide to opinion polls and published surveys
11. Thomas Petersen
12. Opinion Polls and the Media

نظری، همچنان بیشتر ناظر به انتشار نتایج است تا آنکه سازوکارهای صدور مجوز، چگونگی نظارت یا تنظیم‌گری مراکز افکارسنجی را مورد نظر داشته باشد.

از دهه ۱۹۸۰ تاکنون، انجمن اروپایی تحقیقات بازار و افکار عمومی و انجمن جهانی تحقیقات افکار عمومی مجموعه‌ای از «گزارش‌های آزادی انجام و انتشار نظرسنجی‌ها»^۱ را منتشر کرده‌اند که به‌مرور گسترش یافته و در سال ۲۰۲۳ به جامع‌ترین نسخه خود رسیده است. گزارش ۲۰۲۳ با پوشش ۱۵۷ کشور و تکیه بر پرسش‌نامه‌های تکمیل‌شده توسط کارشناسان، وضعیت محدودیت‌های قانونی، دوره‌های سکوت، نیاز به مجوز یا اطلاع‌رسانی پیشینی، وجود یا فقدان نهادهای نظارتی، قدرت انجمن‌های حرفه‌ای و کیفیت سواد رسانه‌ای در زمینه نظرسنجی‌ها را بررسی می‌کند. یافته‌های این گزارش نشان می‌دهد که در بسیاری از کشورها، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه یا نظام‌های نیمه دموکراتیک، مداخله دولت در صنعت نظرسنجی زیاد است و نبود انجمن‌های حرفه‌ای یا ضعف رسانه‌ها سبب می‌شود سازوکارهای حرفه‌ای خودتنظیمی کارآمد نباشند. گزارش همچنین نشان می‌دهد که برخی دولت‌ها حتی بر انجام نظرسنجی نیز کنترل مستقیم دارند، یعنی نه فقط انتشار، بلکه اصل فعالیت نظرسنجی را نیز مستلزم مجوز یا نظارت می‌دانند.

مرور این ادبیات نشان می‌دهد که در سطح جهانی دو رویکرد عمده در تنظیم‌گری مراکز افکارسنجی قابل تشخیص است: نخست، تأکید بر آزادی انجام و انتشار نتایج نظرسنجی‌ها؛ و دوم، پذیرش مقررات هدفمند و متناسب، از جمله دوره‌های کوتاه سکوت انتخاباتی، الزام به افشای روش‌شناسی و جلوگیری از انتشار نتایج همراه‌کننده در روز رأی‌گیری. با این وجود، ادبیات موجود با یک خلأ اساسی مواجه است؛ بدین معنا که تمرکز آن بیش از حد بر انتشار نتایج نظرسنجی‌ها قرار دارد و به ساختار نهادهای و شیوه‌های تنظیم‌گری مراکز افکارسنجی توجه اندکی شده است. موضوعاتی همچون نحوه تأسیس این مراکز، فرایند صدور مجوز، تضمین استقلال ساختاری، سازوکارهای رسیدگی به تخلفات، ضمانت اجراها و نقش نهادهای ناظر در اغلب منابع یا کاملاً غایب است یا تنها به‌صورت حاشیه‌ای مطرح شده است.

افزون بر این، بیشتر مطالعات تطبیقی در کشورهای غربی یا دموکراسی‌های تثبیت‌شده تمرکز دارند و کمتر به کشورهای غیر غربی پرداخته‌اند. همچنین، هنوز چارچوبی عملیاتی و نظام‌مند ارائه نشده که بتواند انواع مدل‌های تنظیم‌گری را به‌صورت طبقه‌بندی‌شده کنار هم قرار دهد و امکان ارزیابی یا اقتباس آن‌ها را برای سیاست‌گذاران فراهم کند.

پژوهش پیش‌رو تلاش می‌کند با مقایسه هشت کشور با الگوهای حقوقی و سیاسی متفاوت، ابعاد مختلفی را بررسی می‌کند: از شرایط تأسیس و ثبت مراکز نظرسنجی تا سازوکارهای نظارتی، الزامات شفافیت، قواعد انتشار و ضمانت اجرا. در نهایت، یک چارچوب پیشنهادی برای ایران ارائه می‌شود که ضمن سازگاری با استانداردهای بین‌المللی و تجربیات موفق جهانی، با ساختار حقوقی، نهادهای و رسانه‌ای ایران نیز انطباق‌پذیر باشد. بدین ترتیب، این پژوهش نه تنها شکاف ادبیات موجود را پر می‌کند، بلکه به توسعه یک مدل بومی‌سازی‌شده برای تنظیم‌گری حرفه‌ای و شفاف مراکز نظرسنجی در ایران کمک می‌کند.

روش‌شناسی

روش‌شناسی این پژوهش بر پایه یک مطالعه تطبیقی ساختاریافته است که در آن، مجموعه‌ای از کشورها (آلمان، کره جنوبی، قطر، چین، روسیه، آفریقای جنوبی، ترکیه و ایالات متحده آمریکا) با تنوع نهادهای، حقوقی و سیاسی انتخاب شده‌اند تا امکان مشاهده بیشترین دامنه تنوع در شیوه‌های تنظیم‌گری مراکز نظرسنجی فراهم شود. انتخاب کشورها نه بر اساس انتساب آن‌ها به الگوهای از پیش تعیین‌شده، بلکه با هدف پوشش دادن انواع متفاوت نظام‌های حقوقی، الگوهای حکمرانی رسانه‌ای و درجات مختلف آزادی اطلاعات صورت گرفته است.

در میان این هشت کشور، چهار مورد آلمان، کره جنوبی، قطر و چین به‌صورت تفصیلی تحلیل شده‌اند. معیار انتخاب این چهار مطالعه موردی، نمایندگی آن‌ها از بیشترین تنوع نهادهای و گستره متفاوتی از رویکردهای تنظیم‌گری افکارسنجی بود. آلمان نمونه‌ای از الگوهای مبتنی بر خودتنظیم‌گری حرفه‌ای با حداقل مداخله دولت را ارائه می‌کند؛ کره جنوبی ساختاری قانون‌مند با نظارت محدود و مشخص دولتی را نشان می‌دهد؛ قطر بیانگر نمونه‌ای از محیط‌های حساس و محدود است که نظرسنجی در آن تحت قواعد سخت‌گیرانه سیاسی و فرهنگی انجام می‌شود و چین نماینده نظام‌هایی است که کنترل نهادهای و مقررات الزام‌آور دولت را در بالاترین سطح اعمال می‌کنند. انتخاب این چهار نمونه تفصیلی امکان می‌دهد سطوح مختلف مداخله دولت، انواع نهادهای ناظر و درجات متفاوت آزادی انجام و انتشار نظرسنجی‌ها به‌صورت عمیق بررسی شود. چهار کشور دیگر یعنی ایالات متحده آمریکا، آفریقای جنوبی، ترکیه و روسیه نیز با هدف تکمیل طیف مقایسه‌ای و جلوگیری از سوگیری انتخاب، به‌صورت جداگانه تحلیل شده و در قالب یک جدول فشرده طی شناسایی الگوهای تنظیم‌گری ارائه شده است.

1. The freedom to conduct and publish opinion polls

در گام نخست، برای هر کشور اسناد قانونی، مقررات سازمانی، آیین‌نامه‌های نظارتی، گزارش‌های رسمی و منابع معتبر بین‌المللی گردآوری و بر اساس مجموعه‌ای از شاخص‌های تحلیلی بررسی شده‌اند. این شاخص‌ها شامل نحوه تأسیس و ثبت مراکز نظرسنجی، سازوکارهای اعطای مجوز، الزامات شفافیت روش‌شناسی، نوع و حدود نظارت بر فعالیت مراکز، شیوه‌های رسیدگی به تخلفات، قواعد انتشار نتایج و ضمانت اجرای قانونی یا حرفه‌ای است. این شاخص‌ها به‌عنوان چارچوبی برای استخراج الگوهای واقعی و مشاهده‌شده در کشورها مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

در گام دوم، یافته‌های حاصل از مطالعه هر کشور از طریق روش «مقایسه بین موردی»^۱ کنار یکدیگر قرار گرفته و شباهت‌ها، تفاوت‌ها و الگوهای تکرارشونده در شیوه‌های تنظیم‌گری شناسایی شده‌اند. این مرحله بر منطق روش‌های مطالعه موردی استوار است؛ رویکردی که تأکید می‌کند استنتاج‌های معتبر زمانی حاصل می‌شود که تحلیل درون‌موردی هر کشور با مقایسه نظام‌مند میان موارد تلفیق گردد و نتایج در چارچوب نظری مشترکی ارزیابی شود. چنین ترکیبی امکان می‌دهد الگوهای نهادی مشترک، تنوع ساختاری و تفاوت‌های معنادار میان کشورها به‌صورت دقیق‌تر آشکار شود. هدف این مرحله نیز استخراج الگوهای نهادی برگرفته از یافته‌های پژوهش است؛ الگوهایی که تنها پس از بررسی جزئیات هر کشور و تطبیق ساختاری و تحلیلی آن‌ها با یکدیگر شکل می‌گیرند (George & Bennett, 2005: 159-170).

در گام پایانی و پس از پایان تحلیل تطبیقی، با اتکا به الگوهای مشاهده‌شده، چهار مدل نظری متمایز در تنظیم‌گری مراکز نظرسنجی بازسازی و صورت‌بندی شده‌اند. این مدل‌ها محصول مستقیم مقایسه نظام‌مند کشورها و تشخیص منطق مشترک در ساختارهای نظارتی، میزان مداخله دولت، نقش نهادهای حرفه‌ای و درجه آزادی در انجام و انتشار نظرسنجی‌ها هستند. به‌این ترتیب، الگوهای نهایی نه مبنای انتخاب کشورها بوده‌اند و نه پیش‌فرض پژوهش؛ بلکه دستاورد تحلیلی مطالعه و نتیجه مستقیم کار تطبیقی محسوب می‌شوند. این ساختار روش‌شناختی امکان می‌دهد که در پایان، چارچوبی پیشنهادی برای ایران بر پایه شواهد تطبیقی و استنتاج نظری شکل بگیرد؛ چارچوبی که ریشه در تجربه عملی کشورهای مختلف دارد.

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

این بخش بر مبنای پژوهشی شکل گرفته است که در آن هشت کشور از نظر سازوکارهای قانونی، نهادی و حرفه‌ای مرتبط با تنظیم‌گری مراکز افکارسنجی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. باتوجه به محدودیت تعداد کلمات در چارچوب مقاله حاضر، چهار کشور که بیانگر تنوع رویکردها هستند به‌صورت تفصیلی در متن اصلی تحلیل می‌شوند. یافته‌های مربوط به چهار کشور دیگر نیز در ادامه این بخش در قالب جدولی فشرده ارائه می‌شود تا تصویری یکپارچه از طیف موجود فراهم گردد. بدین ترتیب، هم امکان تمرکز تحلیلی بر چند مطالعه موردی نماینده به دست می‌آید و هم زمینه لازم برای استخراج دسته‌بندی‌های کلان و جمع‌بندی مقایسه‌ای در پایان بخش مهیا می‌شود.

آلمان

در آلمان، فعالیت مؤسسه‌های نظرسنجی نیازمند اخذ مجوز یا ثبت خاصی نیست. این مؤسسه‌ها به‌صورت خصوصی یا دانشگاهی فعالیت می‌کنند و مشمول رژیم قانونی ویژه‌ای نمی‌شوند. نهاد دولتی مخصوص نظرسنجی وجود ندارد و قوانین عمومی و نیز مقررات داوطلبانه بر آن حاکم است. قوانین انتخاباتی نیز محدودیت مستقیمی بر نظرسنجی پیش از انتخابات اعمال نمی‌کنند. برخلاف برخی کشورهای اروپایی، آلمان دوره «ممنوعیت انتشار نظرسنجی» در روزهای پیش از انتخابات ندارد. یک مرور پارلمان اروپا در سال ۲۰۲۳ نشان داده است که در آلمان «هیچ مقرره صریحی درباره دوره سکوت انتخاباتی» وجود ندارد (Del Monte & Kotanidis, 2023: 6). در عمل، انتشار نظرسنجی تا روزهای پایانی کارزارهای انتخاباتی مجاز است و رسانه‌ها معمولاً نتایج را تا آخرین لحظه منتشر می‌کنند. تنها محدودیت‌ها مربوط به روز انتخابات است: ممنوعیت تبلیغات و انتشار نتایج نظرسنجی‌های خروج^۲ پیش از بسته‌شدن صندوق‌ها، تا از تأثیرگذاری بر رأی‌دهندگان جلوگیری شود. همچنین قانونی وجود ندارد که نظرسنجی را ملزم به تأیید دولت کند.

بااین‌حال، نظرسنجی‌ها باید با قوانین سخت‌گیرانه حفاظت از داده‌ها در آلمان سازگار باشند؛ نظامی که ریشه در تجربه تاریخی سوءاستفاده از اطلاعات شخصی دارد. مقررات عمومی حفاظت از داده‌های اتحادیه اروپا^۳ و قانون فدرال حفاظت از داده آلمان (۲۰۱۸) بر هرگونه پردازش داده شخصی در نظرسنجی‌ها اعمال می‌شود. این قوانین حفاظت از هویت پاسخ‌گویان و استفاده مبتنی بر رضایت را الزامی می‌کنند. تخطی از آن‌ها می‌تواند جریمه‌های سنگینی از سوی مقام‌های حفاظت از داده در پی داشته باشد. نظرسنجی‌های تلفنی و آنلاین نیز باید مقررات مخابرات و حمایت از مصرف‌کننده را رعایت کنند؛ مثلاً اگر اطلاعات قابل شناسایی ثبت شود، پاسخ‌گو باید از حقوق داده‌ای خود آگاه گردد (C. H. Freude & Freude, 2016: 85-90).

1. Cross-case comparison

2. Exit polls

3. General Data Protection Regulation (GDPR)

شفافیت در انتشار نتایج نظرسنجی در آلمان عمدتاً از طریق خودتنظیمی رسانه‌ها تضمین می‌شود. «شورای مطبوعات آلمان» در دستورالعمل مطبوعاتی خود، شیوه‌نامه‌های اختصاصی برای انتشار نتایج نظرسنجی دارد. بر اساس این شیوه‌نامه‌ها، هنگام انتشار نتایج، رسانه باید تعداد پاسخ‌گویان، تاریخ نظرسنجی، سفارش‌دهنده و سؤالات مطرح‌شده را ذکر و اعلام کند که آیا نتایج معرف جامعه آماری هستند یا نه. در صورت اجرای نظرسنجی به ابتکار خود مؤسسه، این موضوع باید عنوان شود. این دستورالعمل اخلاقی که نخستین بار در ۱۹۷۳ تصویب و در ۲۰۱۷ به‌روزرسانی شد، به طور گسترده توسط رسانه‌ها رعایت می‌شود. مؤسسه‌های نظرسنجی نیز معمولاً روش‌های نمونه‌گیری، شیوه گردآوری، تاریخ اجرا، وزن‌دهی و خطای نمونه‌گیری را منتشر می‌کنند و عضویت در انجمن‌های بین‌المللی مانند انجمن اروپایی تحقیقات بازار و افکار عمومی و انجمن جهانی تحقیقات افکار عمومی این شفافیت را تقویت می‌کند (Holtz-Bacha, 2012: 95-99).

در کشور آلمان به جز انتشار نتایج در روز انتخابات، قانون خاصی برای منع انتشار نتایج نظرسنجی وجود ندارد. برخلاف فرانسه یا ایتالیا، آلمان دوره‌های چندروزه ممنوعیت ندارد. نگرش غالب، مبتنی بر آزادی مطبوعات، این است که رأی‌دهندگان باید تا آخرین لحظه به اطلاعات دسترسی داشته باشند (Petersen, 2012: 60-66).

صنعت نظرسنجی آلمان عمدتاً از طریق انجمن‌های حرفه‌ای تنظیم می‌شود. این انجمن‌ها دستورالعمل‌های رفتاری منطبق با «شیوه‌نامه بین‌المللی انجمن اروپایی تحقیقات بازار و افکار عمومی» دارند و رعایت روش علمی، رازداری پاسخ‌گویان و بی‌طرفی در گزارش‌دهی را الزامی می‌کنند. «شورای تحقیقات بازار و اجتماعی» نیز برای رسیدگی به شکایات اخلاقی فعال است. بسیاری از مؤسسه‌های بزرگ عضو شبکه‌های بین‌المللی هستند و در پروژه‌های دانشگاهی مشترک، مانند مطالعه طولی انتخابات آلمان، مشارکت دارند.

در آلمان، محدودیت سیاسی خاصی برای موضوعات نظرسنجی وجود ندارد و پرسش درباره مسائل حساس مانند مهاجرت یا گرایش‌های افراطی رایج است. تنها حساسیت مهم، مربوط به داده‌های شخصی حساسی مانند دین یا قومیت است که برای جمع‌آوری آن‌ها نیاز به رضایت صریح وجود دارد. درباره زمان‌بندی انتشار نظرسنجی‌ها نیز بحث‌هایی پیرامون اثر موج‌سواری^۱ مطرح است، اما مؤسسه‌ها معمولاً با تأکید بر عدم قطعیت و خطای نمونه‌گیری از تأثیرگذاری نادرست جلوگیری می‌کنند.

کره جنوبی

کره جنوبی دارای چارچوب حقوقی جامع برای سازمان‌های نظرسنجی، به‌ویژه در ارتباط با انتخابات است. شالوده این نظام، «قانون انتخابات مقامات دولتی» است که مقررات تفصیلی درباره انجام و انتشار نظرسنجی‌های انتخاباتی دارد. محور اصلی این چارچوب، «کمیسیون ملی انتخابات» و نهاد ویژه زیرمجموعه آن یعنی «کمیسیون بررسی نظرسنجی‌های انتخاباتی» است. این کمیسیون که در سال ۲۰۱۴ به‌عنوان نهادی مستقل زیر نظر کمیسیون ملی انتخابات تأسیس شد، مأموریت دارد نظرسنجی‌های انتخاباتی را برای تضمین منصفانه بودن و اعتبار نظرسنجی‌های انتخاباتی نظارت کند. بر اساس قانون، هر سازمانی که نظرسنجی انتخاباتی انجام می‌دهد یا نتیجه آن را منتشر می‌کند، باید از پیش در این کمیسیون ثبت شود.

قانون انتخابات مقامات دولتی در عمل حکم نظام مجوزدهی دارد؛ به‌طوری که مؤسسات نظرسنجی (شامل رسانه‌ها و نهادهای دانشگاهی) باید تأیید کمیسیون بررسی نظرسنجی‌های انتخاباتی را برای اجرای پیمایش‌های پیش‌انتخاباتی کسب کنند. این کمیسیون فهرستی از مؤسسات دارای صلاحیت دارد و می‌تواند با ثبت‌نام نهادهایی که آنها را فاقد توانمندی یا استقلال تشخیص می‌دهد، مخالفت کند. افزون بر این، هر پروژه نظرسنجی انتخاباتی باید پیش از اجرا به کمیسیون گزارش و تأیید شود. برای مثال، اگر یک روزنامه یا شرکت پژوهشی قصد دارد در دوره کارزار انتخاباتی درباره رفتار رأی‌دهی نظرسنجی کند، باید پرسش‌نامه، روش‌شناسی و سایر جزئیات را چند روز پیش از آغاز کار میدانی به کمیسیون ارسال کند. این کار، امکان بررسی رعایت مقررات (مانند بی‌طرفی در پرسش‌ها یا نمونه‌گیری مناسب) را فراهم می‌کند. همچنین، قانون مذکور انجام نظرسنجی توسط نهادهای خارجی یا سازمان‌های ثبت‌نشده را ممنوع اعلام کرده است؛ تنها مؤسسات داخلی ثبت‌شده مجاز به اجرای نظرسنجی‌اند، تا از نظرسنجی‌های غیرمجاز جلوگیری شود؛ وضعیتی که از نظر منطق با برخی کشورها مانند ژاپن و فرانسه مشابه است (Frankovic, 2024, July 28).

یکی از ویژگی‌های شاخص نظام کره جنوبی «دوره ممنوعیت انتشار نتایج نظرسنجی» پیش از انتخابات است. «قانون انتخابات مقامات دولتی» انتشار هرگونه نتایج نظرسنجی مرتبط با نامزدها یا احزاب را در شش روز پایانی پیش از روز رأی‌گیری ممنوع می‌کند. طبق این قانون، هر نظرسنجی پیش‌انتخاباتی که به طور عمومی منتشر می‌شود باید در وبسایت کمیسیون بررسی نظرسنجی‌های انتخاباتی با جزئیات شامل حجم نمونه، تاریخ کار

۱. اثر موج‌سواری (Bandwagon Effect) به حالتی اشاره دارد که افراد در تصمیم‌گیری‌های سیاسی یا انتخاباتی تحت‌تأثیر این تصور قرار می‌گیرند که اکثریت چه می‌کند یا چه کسی پیش‌تاز است. در این وضعیت، رأی‌دهندگان ممکن است به نامزدی گرایش پیدا کنند که در نظرسنجی‌ها از سایر نامزدها جلوتر است. البته این اتفاق نه لزوماً به دلیل همسویی ارزشی یا شایستگی آن نامزد، بلکه به دلیل تمایل روانی برای همراه شدن با جریان غالب یا پیروزی احتمالی انتخابات است. این پدیده در ادبیات رفتار رأی‌دهندگان به‌عنوان یکی از پیامدهای بالقوه انتشار گسترده نظرسنجی‌ها شناخته می‌شود. با این حال، پژوهش‌های تجربی نشان می‌دهد که اثر موج‌سواری همیشه پر قدرت یا قطعی نیست و میزان بروز آن به زمینه‌ای که انتخابات در آن برگزار می‌شود، نوع رسانه‌ها، سطح قطبی‌سازی و درجه اطمینان مردم به نتایج نظرسنجی‌ها بستگی دارد.

میدانی، روش نمونه‌گیری، نرخ پاسخ، حامی مالی/سفارش‌دهنده و حاشیه خطا ثبت شود. این کمیسیون یک پورتال آنلاین دارد که شهروندان و روزنامه‌نگاران می‌توانند تمام نظرسنجی‌های مجاز را در آن جست‌وجو کنند (Lago et al., 2015: 944-950).

کره جنوبی همچنین دارای «قانون حمایت از اطلاعات شخصی» است که نخستین بار در ۲۰۱۱ تصویب شد و هرگونه پردازش داده شخصی را در بر می‌گیرد. سازمان‌های نظرسنجی هنگام کار با اطلاعات پاسخ‌گویان موظف به رعایت این قانون هستند؛ برای مثال، اگر از شماره تلفن یا نشانی برای نمونه‌گیری استفاده شود، مؤسسه باید این داده‌ها را حفاظت کند و نمی‌تواند بدون رضایت، آن‌ها را برای اهداف غیرپژوهشی به کار ببرد. همچنین این قانون، به‌عنوان یکی از سخت‌گیرانه‌ترین قوانین حریم خصوصی در جهان شناخته می‌شود و توسط «کمیسیون حفاظت از اطلاعات شخصی» نظارت می‌گردد. در عمل، بیشتر نظرسنجی‌ها به‌صورت ناشناس انجام می‌شود^۱ و بدین ترتیب خطرات سوءاستفاده از حریم خصوصی کاهش می‌یابد. اما اگر مؤسسه‌ای داده‌های شناسایی‌کننده پاسخ‌گویان را برای پیمایش‌های طولی حفظ کند، الزامات قانون حمایت از اطلاعات شخصی در مورد رضایت، محدودیت هدف و امنیت داده فعال می‌شود. مواردی بوده که در آن‌ها به مؤسسات نظرسنجی به دلیل نگهداری فهرست تماس بدون رضایت مناسب، تذکر داده شده است (Greenleaf, 2014: 493-499).

سیاست کره جنوبی از شکاف‌های منطقه‌ای تأثیر می‌پذیرد و نظرسنجی‌ها معمولاً نتایج را به تفکیک منطقه گزارش می‌کنند. مؤسسات باید در تحلیل و بازنمایی این داده‌ها محتاط باشند تا تنش‌های منطقه‌ای را تشدید نکنند. همچنین موضوعاتی مانند تنش با کره شمالی و امنیت ملی حساس‌اند؛ هرچند نظرسنجی درباره آن‌ها ممنوع نیست، ولی پرسش‌ها با دقت طراحی می‌شود تا به جانب‌داری متهم نشوند. در قانون، تابوها یا ممنوعیت‌های مشخصی (مانند ممنوعیت نظرسنجی درباره دین یا پادشاهی در برخی کشورها) تعیین نشده است اما هر چیزی که ممکن است نقض قوانین دیگر تلقی شود، مثلاً «قانون امنیت ملی» که آشکال جانب‌داری از کره شمالی را جرم‌انگاری می‌کند، باید با احتیاط طرح شود. پرسشی که بتوان آن را همدلانه با رژیم کره شمالی تعبیر کرد، در عمل می‌تواند مشکل‌ساز شود؛ بنابراین پرسش‌ها در حوزه امنیت معمولاً خنثی هستند و باید بر سیاست‌های نظام سیاسی متمرکز شوند.

قطر

قطر در سال ۲۰۰۳ قانون مهمی (لازم‌الاجرا از ۲۰۰۵) تصویب کرد که اصلاحات و آزادی‌های سیاسی محدود و تدریجی را وعده می‌داد، البته در عمل، تصویب این قانون به شکل‌گیری و توسعه مراکز و صنعت نظرسنجی مستقل کمک نکرد. تحول مهم در این زمینه، تأسیس «مؤسسه پژوهش‌های پیمایشی اجتماعی و اقتصادی» در دانشگاه قطر در سال ۲۰۰۸، با همکاری دانشگاه میشیگان آمریکا بود. این مؤسسه، یکی از نخستین تعهدات نهادی جدی به پژوهش پیمایشی نظام‌مند در کشور را نمایندگی می‌کرد. این مرکز انجام پیمایش‌های سالانه درباره مسائل اجتماعی، آموزش، سلامت و گاه نگرش‌ها نسبت به شرایط اقتصادی و خدمات عمومی را آغاز کرد.

با این حال، نظرسنجی صریح سیاسی (مانند سنجش میزان محبوبیت و همراهی با سیاست‌های امیر قطر یا ترجیحات برای نهادهای انتخابی) بسیار محدود و حساس باقی ماند. پیش از ۲۰۲۱، قطر هیچ انتخابات قانون‌گذاری نداشت (تنها انتخابات شوراهای شهرداری از ۱۹۹۹ برگزار می‌شد که آن هم تقریباً بدون نظرسنجی بود یا به‌ندرت موضوع پیمایش قرار می‌گرفت). در نتیجه، محرک اصلی نظرسنجی در بسیاری کشورها یعنی «انتخابات رقابتی»، در قطر تا حد زیادی غایب بود. سنجش دیدگاه‌های سیاسی، اگر هم انجام می‌شد، بیشتر از طریق ابزارهای غیررسمی یا پژوهش‌های سفارش‌داده‌شده دولتی با مصرف داخلی صورت می‌گرفت.

سازمان‌های بین‌المللی نظرسنجی بنا به دلایلی از جمله دشواری‌های دسترسی و کوچک بودن جمعیت شهروندان، به‌ندرت قطر را در پیمایش‌های جهانی خود می‌گنجانند. با این حال، قطر در دهه ۲۰۱۰ در برخی پروژه‌های منطقه‌ای نظیر «عرب بارومتر» و «شاخص افکار عمومی عرب» وارد شد. «شاخص افکار عمومی عرب» که توسط «مرکز عربی پژوهش و مطالعات سیاسی» (مستقر در دوحه) اجرا می‌شود، در برخی موج‌ها قطر را نیز دربرگرفته و بینشی (اغلب با گرایش مثبت) درباره نگرش‌های عمومی در قطر در یک بستر منطقه‌ای ارائه کرده است. این تلاش‌ها نشانه گشایش تدریجی بودند: تا اواخر دهه ۲۰۱۰، نظرسنجی کنترل‌شده درباره نگرش‌های کلی (مانند دیدگاه نسبت به مسائل منطقه‌ای، هویت، مصرف رسانه) با تسامح دولت، اگر نه با حمایت مستقیم آن، انجام می‌شد (Bertelsmann Stiftung, Qatar Country Report, 2024).

یکی از اسناد مهم، «قانون چاپ و نشر» (اصلاح‌شده در ۱۹۷۹ و ۱۹۹۸) است که رسانه و انتشار را تنظیم می‌کند. این قانون مقرر می‌کند که محتوای منتشر شده (که می‌تواند شامل نتایج نظرسنجی نیز باشد) نباید حساسیت‌های سیاسی و مذهبی را نقض یا به خانواده سلطنتی توهین کند. هرچند در این قانون صراحتاً از نظرسنجی نام برده نشده، اما انتشار نتایج سیاسی حساس توسط یک مؤسسه نظرسنجی می‌تواند نقض این محدودیت‌های کلی تلقی

۱. در نظرسنجی‌ها معمولاً اطلاعات شناسایی‌کننده پرسیده نمی‌شود.

شود. افزون بر آن، «قانون مجازات» قطر (به‌ویژه اصلاحات سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۲۰) طرح برخی از انتقادات عمومی را جرم‌انگاری کرده است. برای نمونه، ماده ۱۳۴ این قانون، انتقاد از امیر قطر یا نایب امیر را جرم دانسته و برای آن مجازات حبس در نظر گرفته است. این واقعیت‌ها، تأثیر بازدارنده‌ای بر نظرسنجی دارد: طرح سؤال مستقیم از شهروندان درباره عملکرد امیر قطر یا مسائل سیاسی بحث‌برانگیز، برای پاسخ‌گو و پژوهشگر، پرخطر است (European Centre for Democracy and Human Rights, Freedom of Expression in Qatar, 2024).

چارچوب دیگر، «قانون جرائم سایبری» سال ۲۰۱۴ و اصلاح ۲۰۲۰ قانون مجازات است که انتشار «اخبار کاذب» یا شایعه در فضای آنلاین را تا ۵ سال حبس قابل مجازات می‌داند. اگر نتایج یک نظرسنجی از نگاه مقامات «کاذب» یا «مضر برای افکار عمومی» تلقی شود، به‌صورت بالقوه می‌توان این مقررات را علیه آن به‌کار گرفت. باتوجه‌به ابهام مفهوم «اخبار کاذب»، این وضعیت می‌تواند انتشار هر نظرسنجی حاوی داده‌های نامطلوب برای رژیم را به مخاطره بیندازد، زیرا ممکن است برچسب «اطلاعات نادرست» بخورد (European Centre for Democracy and Human Rights, Freedom of Expression in Qatar, 2024).

در فقدان قوانین اختصاصی نظرسنجی، خودسانسوری و تنظیم غیررسمی نقشی کلیدی دارند. بر اساس یک قاعده نانوشته، رسانه‌های قطری (که عمدتاً تحت نفوذ دولت‌اند) از انتشار نتایج نظرسنجی‌های سیاسی داخلی اجتناب می‌کنند. برای مثال، شبکه دولتی الجزیره گاهی اوقات درباره مسائل بین‌المللی پروژه‌هایی را سفارش می‌دهد؛ اما از سفارش پروژه‌های نظرسنجی درباره وضعیت سیاسی قطر اجتناب می‌کند. دولت قطر نیز گاهی یافته‌هایی شبیه نظرسنجی را در قالب گزارش‌های حکمرانی (مثلاً پیمایش رضایت شهروندان) منتشر می‌کند، اما این گزارش‌ها اغلب بیانگر افکار عمومی نیستند و در قالب بازخوردهای «خنثی» و غیرسیاسی ارائه می‌شوند. در کنار این، سنت «مجالس» و مشورت‌های غیررسمی وجود دارد که امیر قطر از آن‌ها برای سنجش فضا و دریافت بازخورد استفاده می‌کند؛ بنابراین چنین سازوکارهایی در قطر، تا حدی جایگزین نظرسنجی رسمی محسوب می‌شوند.

در قطر نظرسنجی درباره مسائل سیاسی یا مذهبی (مانند نگرش به دموکراسی، دیدگاه نسبت به خانواده حاکم یا سیاست خارجی) یا به‌طور کلی انجام نمی‌شود، یا نتایج آن محرمانه باقی می‌ماند. پیمایش‌های بین‌المللی که قطر را در نمونه خود دارند، مانند «پیمایش ارزش‌های جهانی» یا «عرب بارومتر»، داده‌های خود را در سطح جهانی منتشر می‌کنند، اما درباره کشور قطر، غالباً داده‌ها را با تأخیر زیاد و در همکاری با مقامات قطری منتشر می‌کنند؛ و نتایج آن در رسانه‌های داخلی پوشش داده نمی‌شود. پژوهشگران برای طرح این یافته‌ها در سطح بین‌المللی، از تضمین‌های قوی برای ناشناس‌سازی نمونه استفاده می‌کنند و یافته‌ها را با احتیاط ارائه می‌دهند؛ معمولاً بر سطح بالای رضایت یا ارزش‌های اجتماعی محافظه‌کارانه تأکید می‌شود که با روایت رسمی هم‌خوان است. هر یافته‌ای که ممکن است حساسیت‌برانگیز تلقی شود، در بحث داخلی، یا برجسته نمی‌شود، یا اساساً حذف می‌گردد (Bertelsmann Stiftung, Qatar Country Report, 2024).

در کشور قطر، در حوزه اجتماعی، آزادی عمل بیشتری وجود دارد، هرچند که این آزادی همچنان در چارچوب فرهنگ و دین رایج تعریف می‌شود. نظرسنجی درباره موضوعاتی چون اشتغال زنان، آموزش یا سلامت عمومی قابل‌قبول است؛ اما حتی در اینجا نیز نحوه طرح پرسش‌ها اهمیت زیادی دارد. مثلاً پرسش پیرامون «برابری جنسیتی» باید به‌گونه‌ای مطرح شود که متضمن ناسازگاری با ارزش‌های اسلامی تلقی نگردد.

گزارش‌های «آزادی نظرسنجی» انجمن جهانی تحقیقات افکار عمومی، قطر را در شمار کشورهایی می‌گذارند که اجرای نظرسنجی معتبر در آن‌ها بسیار دشوار است و انتشار آزاد نتایج ممکن نیست. این وضعیت پرسش‌های هنجاری را مطرح می‌کند: آیا انجمن‌های جهانی نظرسنجی باید برای اصلاح وضعیت در قطر فشار وارد کنند؟ تاکنون چنین فشارهایی حداقلی بوده، زیرا قطر از نظر اندازه بازار نظرسنجی کوچک، اما از لحاظ سیاسی و اقتصادی، بازیگری راهبردی است. به‌طور خلاصه، اجماع علمی بر آن است که نظرسنجی از افکار عمومی در قطر در مراحل اولیه و به‌شدت مقید به کنترل‌های دولتی و خودسانسوری است. نظرسنجی‌هایی که انجام می‌شوند، عموماً در خدمت تقویت روایت رسمی‌اند.

چین

چین یکی از محدودکننده‌ترین محیط‌ها برای نظرسنجی افکار عمومی را، به‌ویژه برای مؤسسات خارجی دارد. در این کشور مجموعه‌ای از قوانین عام مانند «قانون آمار»، «قانون امنیت ملی» و مقررات خاص درباره فعالیت‌های پیمایش اجتماعی حاکم است. ستون اصلی این قوانین «قانون آمار جمهوری خلق چین» و آیین‌نامه‌های اجرایی آن است. طبق این قانون، «اداره ملی آمار» اختیار گسترده‌ای در حوزه پیمایش‌های آماری دارد. در سال ۱۹۹۹ و سپس ۲۰۰۴ و بعدتر، اداره ملی آمار «آیین‌نامه موقت برای مدیریت پیمایش‌های اجتماعی مرتبط با خارج» را صادر کرد. این مقررات صراحتاً مقرر می‌کند که هر سازمانی که با مشارکت یا ارتباط خارجی در چین اقدام به اجرای پیمایش کند، باید مجوز ویژه بگیرد. مطابق ماده ۳ این آیین‌نامه، سازمان‌ها یا افراد خارجی حق ندارند به‌طور مستقل در چین پیمایش کنند؛ آن‌ها باید از طریق نهادهای چینی دارای مجوز عمل کنند (Truex, 2017: 334-340).

دولت چین بدین ترتیب یک نظام مجوزدهی برای پژوهش پیمایشی ایجاد کرده است. شرکت‌های پیمایش داخلی می‌توانند در صورت برآورده کردن معیارهای سخت‌گیرانه (مانند شخصیت حقوقی معتبر، کارکنان متخصص، سیستم‌های امن داده و غیره) برای این مجوز درخواست دهند. این شرکت‌ها ملزم به پذیرش بازرسی‌های سالانه از سوی مراجع آماری هستند. اجرای پیمایش بدون مجوز، غیرقانونی است و با مجازات‌هایی مانند جریمه، ضبط درآمد حاصل و حتی تعطیلی نهاد همراه است. هدف اعلام‌شده، «تضمین کیفیت، محرمانگی و قانون‌مندی» پیمایش‌هاست و بازتاب‌دهنده محیط سیاست‌گذاری‌ای است که به‌مرور محدودکننده‌تر شده است.

فراتر از مجوزدهی، در کشور چین دریافت تأییدیه برای هر پروژه پیمایش الزامی است. مطابق ماده ۱۲ این آیین‌نامه، حتی نهادهای دارای مجوز نیز باید برای هر پیمایش، بسته به گستره جغرافیایی آن، از اداره استانی یا ملی آمار تأییدیه بگیرند. در متن درخواست، باید هدف پیمایش، محتوای پرسش‌ها، پرسش‌نامه کامل، طرح نمونه‌گیری و غیره درج شود؛ اگر مقامات محتوا را مشکل‌زا تشخیص دهند، می‌توانند مجوز را رد کنند. این سازوکار امکان «بازبینی محتوا» را فراهم می‌کند: هر پیمایشی که به موضوعات حساس (مانند نگرش سیاسی، روابط قومی و نظایر آن) نزدیک شود، احتمالاً در همین مرحله متوقف می‌شود.

محیط حقوقی چین همچنین شامل «قانون امنیت ملی» (۲۰۱۵) و «قانون اسرار دولتی» است که سایه سنگینی بر فعالیت‌های پیمایشی می‌اندازند. یک مؤسسه نظرسنجی باید از هر اقدامی که بتواند به‌عنوان افشای اسرار دولتی تفسیر شود، پرهیز کند. «اسرار دولتی» در چین تعریف بسیار گسترده‌ای دارد؛ اطلاعات درباره ناآرامی‌های اجتماعی یا نگرش عمومی نسبت به حزب حاکم می‌تواند ذیل این عنوان قرار گیرد. آیین‌نامه پیمایش‌های مرتبط با خارج، صریحاً می‌گوید که پیمایش‌ها نباید برای «کسب اسرار دولتی» یا «آسیب‌زدن به امنیت یا منافع ملی» به‌کار روند. این امر به مقامات دستاویز حقوقی می‌دهد تا با هر پیمایشی که حقایق سیاسی ناخوشایندی را آشکار می‌کند، مقابله کنند. برای نمونه، اگر نظرسنجی‌ای نارضایتی قابل‌توجه از مسئولان محلی را نشان دهد و این نتایج در خارج منتشر شود، دولت می‌تواند مدعی شود که این امر با دامن‌زدن به انتقاد از رژیم، به منافع ملی آسیب زده است (Truex, 2017: 341-346).

از سال ۲۰۲۳، در چین سخت‌گیری در زمینه انجام نظرسنجی بیشتر شد؛ زمانی که «وزارت امنیت دولتی» چین از عموم مردم خواست در برابر پیمایش‌های غیرمجاز نهادهای خارجی هوشیار باشند و آن‌ها را به‌طور بالقوه تلاش برای «جاسوسی» تلقی کنند. گزارش‌هایی وجود دارد از این‌که برخی شهروندان چینی به دلیل مشارکت در تکمیل پرسشنامه، مورد پرسش پلیس قرار گرفته‌اند. این نمونه‌ها نشان می‌دهد که نظرسنجی‌ای که بتواند کوچک‌ترین اطلاعاتی درباره افکار عمومی در چین ارائه کند، از نگاه رژیم سیاسی در چارچوب امنیت ملی دیده می‌شود. در داخل، نظرسنجی‌های خود حزب (توسط واحدهای پیمایش داخلی حزب یا مراکز پیمایشی رسانه‌های دولتی) طبعاً مشمول این محدودیت‌ها نیست؛ بلکه بخشی از فرایند حکمرانی محسوب می‌شود. اما نتایج این پیمایش‌ها محرمانه باقی می‌ماند یا فقط در قالبی کنترل‌شده منتشر می‌شود (Lei & Lu, 2017: 215-223).

صنعت داخلی پژوهش پیمایشی چین دارای برخی نهادهای حرفه‌ای است، هرچند این نهادها تحت هدایت حزب عمل می‌کنند. «انجمن پژوهش بازاریابی چین» از جمله این سازمان‌هاست که بسیاری از شرکت‌های پژوهش بازار و نظرسنجی را دربر می‌گیرد. این انجمن، خدماتی نظیر آموزش، صدور گواهی حرفه‌ای و تعیین استانداردهای صنعتی را ارائه می‌دهد که اغلب بازتاب‌دهنده دستورالعمل‌های انجمن اروپایی تحقیقات بازار و افکار عمومی در موضوعات فنی است. اعضا متعهد می‌شوند کیفیت داده‌ها، رازداری پاسخ‌گویان و نظایر آن را رعایت کنند. باین‌حال، این انجمن‌ها چالشی برای محدودیت‌های دولتی ایجاد نمی‌کنند؛ بلکه به شرکت‌ها کمک می‌کنند تا در چارچوب موجود به‌درستی عمل کنند. برای مثال، انجمن پژوهش بازاریابی چین اعضا را در جریان الزامات جدید مجوزدهی یا قوانین داده‌قرار می‌دهد تا از تخلف و تحمیل مجازات جلوگیری شود. به‌طور مشابه، «انجمن پژوهش افکار عمومی چین» که بیشتر ماهیت علمی دارد و زیر نظر فدراسیون‌های علمی - اجتماعی وابسته به دولت فعالیت می‌کند؛ ممکن است کنفرانس‌هایی درباره روش‌های پیمایش برگزار کند، اما از ورود به مباحثی مانند گشایش سیاسی یا مطالبه آزادی اطلاعات پرهیز می‌کند (Jiang & Yang, 2016: 626-631).

بنابراین، می‌توان چارچوب حقوقی - تنظیمی چین را چنین خلاصه کرد: الزامات سخت‌گیرانه برای مجوزدهی و تأیید پروژه پیمایش، محدودیت‌های محتوایی مبتنی بر قوانین امنیت ملی و اسرار دولتی و همچنین اختیارات گسترده‌ای برای برخورد با نظرسنجی‌های غیرمجاز تعریف شده است. نتیجه آن است که تنها نهادهای مورد تأیید دولت مجاز به سنجش نظام‌مند افکار عمومی‌اند و حتی این نهادها نیز موظف‌اند در نحوه استفاده و انتشار نتایج نهایت احتیاط را رعایت کنند.

استخراج الگوهای تنظیم‌گری و تحلیل تطبیقی

پس از بررسی تفصیلی چهار کشور منتخب، این بخش با هدف ارائه تصویری فراگیر از تنوع رویکردها، تحلیل تطبیقی الگوهای کلان تنظیم‌گری افکارسنجی را سامان می‌دهد. مقاله حاضر بر پایه پژوهش جامع‌تری نوشته شده است که در آن هشت کشور مطالعه شده‌اند، اما با توجه به محدودیت تعداد کلمات مقاله، تنها چهار کشور نماینده یعنی آلمان، کره جنوبی، قطر و چین در متن اصلی به صورت تفصیلی بررسی شده‌اند. چهار کشور دیگر یعنی ایالات متحده آمریکا، آفریقای جنوبی، ترکیه و روسیه نیز همچنان بخشی از بدنه تحلیلی پژوهش هستند و یافته‌های آن‌ها برای حفظ انسجام تطبیقی، در این بخش و در قالب یک جدول فشرده گنجانده شده‌اند. این جدول که چکیده‌ای از مقایسه هشت کشور بر اساس ابعاد مشترکی همچون چارچوب‌های قانونی، نهادهای نظارتی، حدود آزادی انتشار، جایگاه دولت و میزان اتکای حرفه‌ای بر انجمن‌های تخصصی است، امکان مشاهده روندهای کلان و تشخیص الگوهای نهادی تکرارشونده را فراهم می‌کند. بر پایه همین جدول مقایسه‌ای، در پایان این بخش، الگوهای استخراج شده به صورت دسته‌بندی شده معرفی می‌شوند.

یافته‌های تطبیقی این پژوهش نشان می‌دهد که نظام‌های تنظیم‌گری افکارسنجی در جهان در قالب طیفی از رویکردها سازمان می‌یابند؛ از سازوکارهای کاملاً خود تنظیم‌گرایانه تا الگوهای مبتنی بر مداخله و کنترل گسترده دولت. مقایسه میان کشورهای مورد مطالعه روشن می‌کند که کارآمدی نظام تنظیم‌گری بیش از آنکه به شدت مداخله دولت وابسته باشد، به شفافیت قواعد، تقسیم کار نهادی، شفافیت روش‌شناسی و وجود نهادهای حرفه‌ای معتبر وابسته است.

جدول ۱. الگوهای تنظیم‌گری افکارسنجی در هشت کشور مورد مطالعه

الگوی تنظیم‌گری	ویژگی‌های اصلی	نمونه کشورها
خودتنظیم‌گری با مداخله حداقلی دولت	اتکای اصلی بر انجمن‌های حرفه‌ای؛ نبود نهاد دولتی تخصصی برای تأیید نظرسنجی؛ نظارت عمدتاً مبتنی بر قواعد اخلاقی و قوانین عمومی (داده‌محور (مثل حریم خصوصی)؛ آزادی کامل در تولید و انتشار؛ الزام به شفافیت روش‌شناسی	ایالات متحده آمریکا، آلمان
تسهیل‌گری دولتی با نظارت محدود	دولت نقش هماهنگ‌کننده دارد؛ نظارت بر کیفیت داده‌ها و سازوکارهای انتشار؛ وجود قوانین مشخص برای دوره‌های انتخاباتی؛ استقلال نسبی نهادهای حرفه‌ای؛ تعامل میان بخش دولتی و بخش علمی/خصوصی	کره جنوبی، آفریقای جنوبی
نیمه اقتدارگرا (کنترل جهت‌دار دولت)	نیاز به مجوز در موضوعات حساس؛ محدودیت انتشار در حوزه‌های سیاسی/امنیتی؛ امکان توقف فعالیت در صورت «مغایرت با منافع ملی»؛ وجود فضای محدود برای بازیگران خصوصی؛ انتشار تحت نظارت شدید	ترکیه، روسیه، قطر
اقتدارگرایی فراگیر	کنترل کامل دولت بر همه مراحل؛ طراحی پرسش‌نامه، جمع‌آوری داده، تحلیل، انتشار؛ سانسور رسمی؛ انحصار کامل اطلاعات؛ نبود نهادهای مستقل حرفه‌ای؛ مجازات‌های قانونی شدید برای تخطی از مقررات	چین

فراسوی الگوهای مرسوم؛ صورت‌بندی نهادی تنظیم‌گری افکارسنجی در ایران

مرور تجربه هشت کشور منتخب نشان داد که تنظیم‌گری این حوزه در یک طیف متنوع از الگوها قرار می‌گیرد؛ از خودتنظیم‌گری حرفه‌ای با حداقل مداخله دولت، تا اشکال مختلف مداخله‌گری دولتی از جمله تسهیل‌گری، کنترل جهت‌دار و در نهایت اقتدارگرایی فراگیر. این الگوها صرفاً تفاوت در میزان مداخله دولت نیستند، بلکه بر شبکه‌ای از پیش‌شرط‌های نهادی همچون ظرفیت نهادهای مدنی، شفافیت قواعد حرفه‌ای، استقلال انجمن‌های تخصصی و سازوکارهای پاسخگویی استوارند.

در پرتو این چارچوب تحلیلی، وضعیت ایران را نمی‌توان به سادگی در یکی از این چهار الگوی کلاسیک جای داد. ساختار موجود، ترکیبی ناهمگون از عناصر مختلف است که در آن هم‌زمان نشانه‌هایی از مداخله دولتی، خودتنظیم‌گری محدود صنفی و فعالیت نسبتاً مستقل در بخش‌هایی مانند تحقیقات بازار مشاهده می‌شود. از یک سو، بخش قابل توجهی از مراکز افکارسنجی در پیوند مستقیم یا غیرمستقیم با نهادهای دولتی و شبه‌دولتی فعالیت می‌کنند و از سوی دیگر، حوزه‌هایی از فعالیت‌های پژوهشی در بخش خصوصی با درجه‌ای از استقلال نسبی شکل گرفته‌اند. در عین حال، ابهام در سازوکارهای مجوزدهی، نبود قواعد شفاف برای انتشار نتایج، و فقدان نظام نظارت حرفه‌ای منسجم، موجب شده است که این حوزه در وضعیت نهادی ناپایدار و غیرصورت‌بندی شده قرار گیرد.

از منظر اقتصاد سیاسی، این وضعیت نهادی ناپایدار، در چارچوب ساختار دولت‌محور تخصیص منابع و گسترش نهادهای میانجی قابل فهم است؛ ساختاری که در آن مرز میان حوزه عمومی و خصوصی به‌طور نسبی سیال است و دسترسی به منابع و فرصت‌ها عمدتاً از مسیر شبکه‌های نهادی میانجی صورت می‌گیرد. در چنین زمینه‌ای، مراکز افکارسنجی نیز ناگزیر در پیوند با همین شبکه نهادی عمل می‌کنند و به‌ندرت می‌توان از یک بازار کاملاً رقابتی یا یک نظام حرفه‌ای کاملاً خودتنظیم‌گر سخن گفت. هم‌زمان، محدودیت ظرفیت و انسجام نهادهای مدنی مستقل نیز موجب شده است که پیش‌شرط‌های لازم برای استقرار کامل مدل خودتنظیم‌گری فراهم نباشد.

بر این اساس، این مقاله استدلال می‌کند که «مدل ایران» را نمی‌توان در چارچوب یکی از الگوهای مرسوم جهانی طبقه‌بندی کرد، بلکه با نوعی صورت‌بندی ترکیبی و تا حدی «فرامدل» مواجه هستیم که در آن عناصر چند الگو به‌طور هم‌زمان و ناهمگون حضور دارند. این ویژگی، امکان انطباق ساده با دوگانه‌های رایج «بازارمحور در برابر دولت‌محور» را محدود می‌سازد و ضرورت ارائه یک مسیر مرحله‌ای و واقع‌گرایانه را برجسته می‌کند.

در چنین شرایطی، الگوی پیشنهادی برای ایران در افق نهادهای بلندمدت، حرکت تدریجی به سمت ترکیبی از «خودتنظیم‌گری حرفه‌ای» و «کاهش مداخله مستقیم دولت» است؛ الگویی که در آن نهادهای صنفی و حرفه‌ای مسئولیت اصلی در تضمین شفافیت، پاسخگویی و کیفیت داده‌ها را بر عهده می‌گیرند و دولت نقش خود را به قانون‌گذاری، تنظیم‌گری کلان و تسهیل‌گری نهادهای محدود می‌کند. با این حال، تحقق چنین مدلی مستلزم توسعه تدریجی نهادهای مدنی، افزایش ظرفیت سازمان‌های حرفه‌ای و تثبیت قواعد شفاف و قابل اجرا در بلندمدت است.

در کوتاه‌مدت، با توجه به وضعیت نهادهای موجود، این مطالعه پیشنهاد می‌کند که «الگوی تسهیل‌گری دولتی همراه با نظارت محدود» به‌عنوان یک مرحله گذار مورد توجه قرار گیرد. این الگو از یک سو با واقعیت کنونی، یعنی حضور پررنگ نهادهای دولتی و شبه‌دولتی در حوزه افکارسنجی، سازگار است و از سوی دیگر امکان حرکت تدریجی به سمت افزایش استقلال حرفه‌ای و تقویت سازوکارهای خودتنظیمی را فراهم می‌سازد. در این چارچوب، دولت به جای مداخله مستقیم در تولید یا هدایت محتوا، بر ایجاد زیرساخت‌های قانونی، تعریف استانداردهای حداقلی و تسهیل شکل‌گیری نهادهای حرفه‌ای متمرکز می‌شود.

در مجموع باید گفت، کارآمدی نظام تنظیم‌گری در حوزه افکارسنجی در گرو طراحی یک مسیر تدریجی، مرحله‌مند و نهادهای است؛ مسیری که از وضعیت فعلی ترکیبی و تا حدی غیرشفاف، به سمت یک نظام پایدارتر مبتنی بر شفافیت، پاسخگویی و تفکیک روشن نقش‌ها حرکت کند. چنین رویکردی، ضمن پرهیز از الگوهای انتزاعی و غیرقابل انطباق، امکان بهبود تدریجی کیفیت حکمرانی افکارسنجی در ایران را فراهم می‌آورد و چارچوبی واقع‌گرایانه برای اصلاح نهادهای در این حوزه ارائه می‌دهد.

نتیجه‌گیری

این پژوهش با بررسی تطبیقی نظام‌های تنظیم‌گری مراکز افکارسنجی در هشت کشور با زمینه‌های حقوقی و سیاسی متفاوت، نشان داد که تنظیم‌گری افکارسنجی را نمی‌توان صرفاً بر مبنای میزان مداخله دولت تبیین کرد. یافته‌ها حاکی از آن است که کارآمدی نظام‌های تنظیم‌گری بیش از هر چیز به وجود قواعد شفاف، نهادهای حرفه‌ای معتبر، سازوکارهای پاسخ‌گویی و استانداردهای روشن روش‌شناختی وابسته است. بر همین اساس، چهار الگوی اصلی شامل خودتنظیم‌گری حرفه‌ای، تسهیل‌گری دولتی با نظارت محدود، کنترل جهت‌دار دولتی و اقتدارگرایی فراگیر استخراج و صورت‌بندی شد.

مقایسه تجربه کشورهای مورد مطالعه نشان داد که هیچ الگوی واحدی به‌صورت جهان‌شمول قابل توصیه نیست و موفقیت هر نظام تنظیم‌گری به میزان انطباق آن با شرایط نهادهای، حقوقی و سیاسی هر جامعه بستگی دارد. در این میان، الگوهای مبتنی بر شفافیت، استقلال حرفه‌ای و نظارت محدود اما قاعده‌مند، توانسته‌اند توازن مناسب‌تری میان اعتبار علمی، اعتماد عمومی و نیازهای حکمرانی برقرار کنند.

تحلیل وضعیت ایران نیز نشان داد که ساختار موجود را نمی‌توان در چارچوب هیچ‌یک از الگوهای مرسوم جهانی جای داد. حوزه افکارسنجی در ایران واجد ویژگی‌های ترکیبی و ناهمگونی است که از هم‌زمانی عناصر مداخله دولتی، خودتنظیم‌گری محدود و فعالیت‌های نسبتاً مستقل پژوهشی ناشی می‌شود. از این‌رو، مقاله حاضر از مفهوم «فرامدل» برای توصیف وضعیت ایران استفاده می‌کند؛ وضعیتی که نیازمند اصلاحات تدریجی و مرحله‌ای، نه تغییرات دفعی و صرف الگوبرداری مستقیم از نمونه‌های خارجی است.

بر این اساس، پیشنهاد اصلی پژوهش آن است که در کوتاه‌مدت، الگوی «تسهیل‌گری دولتی همراه با نظارت محدود» به‌عنوان مسیر گذار مورد توجه قرار گیرد و هم‌زمان زیرساخت‌های لازم برای تقویت انجمن‌های حرفه‌ای، ارتقای شفافیت روش‌شناختی و توسعه سازوکارهای خودتنظیمی فراهم شود. در افق بلندمدت نیز حرکت به سوی نظامی مبتنی بر استقلال حرفه‌ای، پاسخ‌گویی نهادهای و حداقل مداخله مستقیم دولت می‌تواند زمینه ارتقای کیفیت افکارسنجی و افزایش اعتماد عمومی به این حوزه را فراهم سازد.

پیشنهادهای سیاستی

یافته‌های تطبیقی این پژوهش نشان می‌دهد که طراحی یک نظام کارآمد برای تنظیم‌گری مراکز افکارسنجی در ایران نیازمند ترکیبی از نظارت هدفمند دولتی، استقلال حرفه‌ای و سازوکارهای شفافیت است. در ادامه، مجموعه‌ای از پیشنهادها سیاستی ارائه می‌شود که بر اساس تجربه کشورهای مورد مطالعه و ملاحظات نهادهای ایران قابل اجرا و بومی‌سازی شده است.

۱. تقویت چارچوب نهادی تنظیم‌گری با نقش هماهنگ‌کننده

در گام نخست، می‌توان به ضرورت وجود یک سازوکار نهادی مشخص برای هماهنگی و تنظیم‌گری فعالیت مراکز افکارسنجی اشاره کرد. این سازوکار، چه در قالب یک نهاد مستقل و چه در قالب ساختاری وابسته به یک نهاد عمومی غیردولتی، می‌تواند وظایفی همچون ثبت مراکز، تدوین استانداردهای حداقلی، و رسیدگی به تخلفات حرفه‌ای را بر عهده داشته باشد. تجربه‌های تطبیقی نشان می‌دهد که موفقیت چنین نهادی بیش از هر چیز به میزان استقلال عملی و پرهیز از مداخله محتوایی وابسته است.

۲. تدوین چارچوب قانونی برای فعالیت مراکز افکارسنجی

همانطور که در تجربه برخی کشورها ملاحظه شد، در بسیاری از تجارب تطبیقی، وجود قانون اختصاصی به‌عنوان زیرساخت اولیه تنظیم‌گری پایدار عمل کرده است. در شرایط کنونی که تنظیم‌گری فعالیت مراکز افکارسنجی در قالب مقررات پراکنده انجام می‌شود، تدوین یک چارچوب قانونی مشخص می‌تواند به کاهش ابهام نهادی کمک کند. چنین چارچوبی، به‌جای تمرکز بر کنترل محتوایی، می‌تواند بر اصول حکمرانی داده، شفافیت روش‌شناسی، و تعریف صلاحیت‌های حرفه‌ای استوار باشد.

۳. الزام شفافیت کامل روش‌شناسی در انتشار نتایج

یکی از عناصر مشترک در الگوهای موفق تنظیم‌گری، شفافیت در ارائه اطلاعات روش‌شناختی است. از این منظر، می‌توان انتشار نتایج افکارسنجی را منوط به ارائه حداقلی از اطلاعات فنی مانند حجم نمونه، روش نمونه‌گیری، زمان اجرا و مشخصات کلی پیمایش دانست. این رویکرد بیش از آنکه ماهیت محدودکننده داشته باشد، به تقویت قابلیت ارزیابی عمومی نتایج کمک می‌کند.

۴. طراحی نظام ثبت و طبقه‌بندی مؤسسات افکارسنجی

ایجاد یک پایگاه اطلاعاتی جامع از مراکز فعال می‌تواند به شفاف‌تر شدن فضای نهادی کمک کند. چنین سامانه‌ای می‌تواند اطلاعات پایه‌ای درباره ساختار حقوقی، حوزه فعالیت و سوابق حرفه‌ای مراکز را در اختیار قرار دهد و به‌عنوان یک مرجع اطلاع‌رسانی و نه ابزار محدودسازی عمل کند.

۵. تقویت سازوکارهای خودتنظیمی حرفه‌ای

با توجه به نقش محدود نهادهای مدنی در وضعیت فعلی، تقویت تدریجی انجمن‌های حرفه‌ای می‌تواند بخشی از بار تنظیم‌گری را به درون جامعه تخصصی منتقل کند. این انجمن‌ها می‌توانند در حوزه‌هایی مانند تدوین اصول اخلاق حرفه‌ای، حل اختلافات تخصصی و ارتقای استانداردهای علمی نقش‌آفرین باشند.

۶. تدوین سازوکارهای رسیدگی به تخلفات و خطاهای حرفه‌ای

یکی از الزامات مهم در ارتقای اعتماد عمومی، وجود سازوکارهای پیش‌بینی‌پذیر برای رسیدگی به خطاهای حرفه‌ای است. این سازوکارها می‌توانند طیفی از اقدامات تدریجی را شامل شوند؛ از تذکر حرفه‌ای تا تعلیق اعتبار نهادی، به‌گونه‌ای که هم بازدارندگی ایجاد شود و هم از مداخلات غیرشفاف جلوگیری گردد.

۷. تقویت حفاظت از داده‌ها و حمایت از پژوهشگران

در مسیر تقویت کیفیت افکارسنجی، توجه به حفاظت از داده‌های فردی و امنیت پاسخ‌دهندگان اهمیت اساسی دارد. این موضوع می‌تواند در قالب مقررات مشخص درباره محرمانگی اطلاعات و استفاده مسئولانه از داده‌های جمع‌آوری‌شده دنبال شود. علاوه بر حمایت و حراست از پژوهشگران دخیل در پروژه‌های حساس که نتایج آن ممکن است برای مجریان پروژه تبعات شخصی داشته باشد نیز ضرورت دارد.

۸. ارتقای سواد داده‌ای در رسانه‌ها و نهادهای عمومی

یکی از چالش‌های مهم در زمینه افکارسنجی، نحوه تفسیر و استفاده از نتایج در فضای رسانه‌ای و تصمیم‌گیری است. در این راستا، ارتقای سواد داده‌ای در میان کنشگران رسانه‌ای و نهادی می‌تواند به استفاده دقیق‌تر و مسئولانه‌تر از نتایج کمک کند.

۹. طراحی پورتال ملی شفافیت نظرسنجی‌ها

با الگوبری از وبگاه کمیسیون انتخابات کره جنوبی، می‌توان پورتال واحدی برای انتشار تمام نظرسنجی‌های ثبت‌شده ایجاد کرد. این پورتال باید شامل اطلاعات روش‌شناسی، پرسش‌نامه، تاریخ اجرا و مستندات اصلی باشد. چنین سامانه‌ای هم از انتشار نظرسنجی‌های جعلی جلوگیری می‌کند و هم به شفافیت کلی داده‌های منتشر شده کمک می‌کند.

تعارض منافع

نویسندگان تعارض منافع ندارند.

حامی مالی

این پژوهش با حمایت مالی مرکز افکارسنجی ملت، وابسته به مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، انجام شده است.

منابع و مآخذ

- اسلامی، روح اله و ذوالفقاریان، فاطمه (۱۴۰۴). تحلیل سیاست‌گذاری فرهنگی در ایران؛ بازیگران، مطالبات و راهکارهای تنظیم‌گری در بستر تحولات اجتماعی. *فصلنامه علمی مطالعات راهبردی فرهنگ*، ۵(۴)، ۲۹-۹.
- الفتی، سیدعلی؛ ربیعی، علی؛ رحیمی، عبدالرحیم و ولیخانی دهاقانی، ماشاله (۱۴۰۴). تأملی بر سیاست‌گذاری رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ نرم آمریکا در عراق؛ اهداف و راهبردها. *فصلنامه علمی مطالعات راهبردی فرهنگ*، ۵(۲)، ۱۱۴-۸۵.
- ADM & BVM (German Market and Social Research Associations). (2024). Guideline on Publishing the Results of Market and Social Research. ADM e.V.
- Article 19. (2003). Comparative study of laws and regulations restricting the publication of electoral opinion polls. Article 19, Global Campaign for Free Expression.
- Bertelsmann Stiftung. (2024). Qatar Country Report – BTI 2024 (Transformation Index).
- Donsbach, W. (2001). Who's afraid of election polls? Normative and empirical arguments for the freedom of pre-election surveys. Foundation for Information–ESOMAR.
- Eslami, R., & Zolfagharian, F. (2025). Cultural policymaking in Iran: Actors, demands, and regulatory strategies amid social transformations. *Strategic Studies of Culture Quarterly*, 5(4), 9–29. [In Persian]
- ESOMAR, & WAPOR. (2009). ESOMAR/WAPOR guide to opinion polls and published surveys. ESOMAR.
- ESOMAR, & WAPOR. (2023). The freedom to conduct and publish opinion polls, 2023. ESOMAR/WAPOR.
- European Centre for Democracy and Human Rights (ECDHR). (2024). Freedom of Expression in Qatar
- European Parliamentary Research Service (Del Monte, M. & Kotanidis, S.). (2023). Length of the Election Campaign and the Electoral Silence Period in European Parliament Elections, Briefing No. PE 751.463
- Frankovic, K. (2024, July 28). Defending polling: Why it is necessary and how we can protect the freedom to poll [Keynote presentation]. World Association for Public Opinion Research (WAPOR).
- Freude, A. C. H., & Freude, T. (2016). Echoes of history: Understanding German data protection. In Newpolitik. Bertelsmann Foundation.
- George, A. L., & Bennett, A. (2005). Case studies and theory development in the social sciences. mit Press.
- Greenleaf, G. (2014). South Korea's innovations in data privacy principles: Asian and global contexts. *Computer Law & Security Review*, 30(5), 492–505.
- Holtz-Bacha, C. (2012). Opinion Polls and the Media in Germany: A Productive but Critical Relationship. In C. Holtz-Bacha & J. Strömbäck (Eds.), *Opinion Polls and the Media: Reflecting and Shaping Public Opinion* (pp. 93–112). Palgrave Macmillan.
- ICC/ESOMAR. (2016). ICC/ESOMAR International code on market, opinion and social research and data analytics. International Chamber of Commerce (ICC); ESOMAR.

- Jiang, J. & Yang, D. (2016). "Lying or Believing? Measuring Preference Falsification From a Political Purge in China." *Comparative Political Studies*, 49(5), 600-634.
- Lago, I., Guinjoan, M., & Bermúdez, S. (2015). Regulating disinformation: Poll embargo and electoral coordination. *Public Opinion Quarterly*, 79(4), 932–951.
- Lei, X., & Lu, J. (2017). Revisiting Political Wariness in China's Public Opinion Surveys: Experimental Evidence on Responses to Politically Sensitive Questions. *Journal of Contemporary China*, 26(104), 213–232.
- Marshall, P., Charney, J., & Rosas, N. (2020). Legal regulation of election polls: Theoretical and comparative analysis. *Cuestiones Constitucionales: Revista Mexicana de Derecho Constitucional*, 42, 215–250. <https://doi.org/10.22201/ijj.24484881e.2020.42.14342>
- Olfati, S. A., Rabiei, A., Rahimi, A., & Valikhani Dehaghani, M. (2025). A reflection on the media policy of the Islamic Republic of Iran in confronting the U.S. soft war in Iraq: Objectives and strategies. *Strategic Studies of Culture Quarterly*, 5(2), 85–114. **[In Persian]**
- Petersen, T. (2012). Regulation of opinion polls: A comparative perspective. In C. Holtz-Bacha & J. Strömbäck (Eds.), *Opinion polls and the media: Reflecting and shaping public opinion* (pp. 47–68). Palgrave Macmillan.
- Truex, R. (2017). "Consultative Authoritarianism and Its Limits." *Comparative Political Studies*, 50(3), 329-361.