

چراکه قبلاً نطدهایی به نقش آفرینی سیاسی آنها شده بود، حمایت آنها از کاندیداهای انتخاباتی با واکنش بخشی از مردم همراه می شد و دو قطبی رأی دهندگان و تحریمی ها را تشکیل می داد. « او در آخر تأکید کرد که این انتخابات مؤید همان روندهایی است که محققان در سال های اخیر بارها نسبت به آن تذکر داده بودند، مثل بی اعتمادی مردم به جناح های سیاسی، کاهش اعتبار و تأثیرگذاری گروه های مرجع و افول جایگاه رسانه های رسمی.

#### ✓ جلیلی، برنده انتخابات در توئیتز

**محمد رهبری، پژوهشگر حوزه مجازی و کلان داده هم در این نشست، درباره داده های آنلاین در طول انتخابات توضیح داد. به گفته او، روندی که داده ها در بخش آنلاین نشان می داد هم راستا با نتایج نظرسنجی هاوتنیتجه نهایی انتخابات بود: «بررسی های مانشان می دهد که در فضای تلگرام و گوگل بیشترین محتوای تولیدشده و جست و جوشده مربوط به آقای پزشکیان و بعد مربوط به آقای جلیلی بود و در ادامه سایر نامزدها به ترتیب.» به گفته او در سال های ۱۴۰۰ و ۹۶ هم بیشترین محتوای منتشرشده، مربوط به برنده انتخابات بود: «البته حتی وقتی به داده ها توجه می کنیم، می بینیم که در استان های بوشهر یا خوزستان محتوای کمتری درباره آقای پزشکیان تولید شده بود و در نهایت هم او در این استان ها رأی بالایی نداشت. هم در زمینه میزان مشارکت، هم اقبال به نامزدها این همسنگی در گوگل و توئیتز دیده می شد.» به اعتقاد رهبری، پیش بینی نظرسنجی ها دقیق بوده و حتی درباره مناظره ها دقیق برآورد شده بود: «ما پنج مناظره برای دور اول و دو مناظره برای دور دوم داشتیم. نتیجه نظرسنجی ها نشان می داد که در مرحله اول او توجه به مناظره ها - جز مناظره اول - نزولی بود. در مرحله دوم اما دو مناظره بیشترین اقبال را داشت و آخرین مناظره بازدیدکننده بسیار بیشتری را به خود اختصاص داد.» این پژوهشگر حوزه مجازی و کلان داده تأکید کرد که داده های آنلاین قابل اتکا هستند، اگر بهدرستی تفسیر شوند. «ما اگر بتوانیم داده های آنلاین را کنترل کنیم از این داده ها می توانیم به عنوان منبع و پیش بینی نظرسنجی ها استفاده کنیم.»**

با این همه او گفت که فضای توئیتز با فضای سایر شبکه های اجتماعی مثل تلگرام و اینستاگرام متفاوت بود: «در توئیتز برنده انتخابات آقای جلیلی بود، نه آقای پزشکیان. البته در فضای مجازی اقدامات هماهنگ و سازمان دهنی شده و استفاده از بات ها به اوج خود می رسد و به همین دلیل تعمیم داده های توئیتز به فضای عمومی باید با احتیاط صورت گیرد.» او به استناد همین داده های آنلاین گفت که در دور اول انتخابات هیچ شوری در فضای مجازی شکل نگرفت؛ جز در فضای توئیتز آن هم از سوی کاربران سیاسی نویس : «در فضای اینستاگرام که اغلب زنان و جوانان حضور دارند، شوری برانگیخته نشد و نتوانست این دو گروه را درگیر کند. نیمی از مردم از اینستاگرام استفاده می کنند و بیش از ۷۰ درصد از جمعیت ۱۸ تا ۲۹ سال در این پلتفرم حساب کاربری دارند. حتی در توئیتز هم کاربران روزمره نویس هم فعالیتتی در این زمینه نکردند.» به گفته او، تنها در یک دوره در اینستاگرام به این موضوع توجه شد. آن هم زمانی که میزگرد فرهنگی آقای پزشکیان برگزار شد و آقای فاضلی میکروفون را پرتاب کرد. البته این توجه هم نسبی بود. حتی در مناظرات هم این توجه به انتخابات شکل نگرفت. یعنی فضای انتخاباتی در اینستاگرام ایجاد نشد.

رهبری این راهم اضافه کرد که اینفلوئنسر ها هم نقشی در مشارکت در انتخابات نداشتند: «در این انتخابات اینفلوئنسر ها کنش انتخاباتی نداشتند و اگر درباره این موضوع حرف می زدند به شدت مورد انتقاد قرار می گرفتند و با کاهش فالوئر مواجه می شدند. به هر حال آنها بخشی از مخاطبان شان را پس از اعتراضات سال ۱۴۰۱ به دست آورده بودند و تصویری که از خود ساخته بودند با موضوع جدید، منجر به برزش مخاطبشان می شد. ازسوی دیگر برخی از آنها هم از سوی نهادی دیگر، محدود شده بودند و تجربه تلخی که سلبریتی ها از انتخابات سال ۹۶ داشتند هم بر کنش انتخاباتی آنها تأثیر گذاشت. همین مسئله سبب شد تا مشارکت از ۵۰ درصد بالاتر نرود.» به گفته او، بیشترین توجهی که به موضوع انتخابات شد، از سوی میانسالان و سالمندان بود.

اما نکته مورد توجه این پژوهشگر، چنددستگی و چندپارگی مرجعیت سیاسی در کشور است: «جامعه از نظر سیاسی چندپاره است، برای دور دوم خیلی ها که حتی چهره های منتقد بودند هم دعوت به مشارکت کردند، اما باز هم مشارکت از ۵۰ درصد بالاتر نرفت. به هر حال بخشی از مرجعیت سیاسی ایران به خارج از کشور رفته و آن بخشی که در داخل است، در اختیار نیروهای سیاسی نیست. ازسوی دیگر تکثر در مرجعیت سیاسی، تحت تأثیر شبکه های اجتماعی است.»

#### ✓ ایرانیان محافظه کارند

**محمد رضا رضایی پابندر، مدیرکل افکار سننجی مرکز تحقیقات صداوسیما یکی دیگر از افرادی بود که در این نشست حضور داشت. او گفت که نظرسنجی های انتخاباتی در بافتار اجتماعی برگزار می شود که پیچیدگی های ویژه ای دارد. به هر حال نباید غفلت کرد که جامعه ایران پیچیده است و مسائل و ویژگی های خودش را دارد که مهم ترین آن، محافظه کاری است: «در مرکز تحقیقات صداوسیما، یک اداره قدیمی وجود دارد به اسم فرهنگ مردم. در این اداره مجموعه اطلاعات درباره فرهنگ مردم ایران جمع آوری می شود. ما همیشه گفته ایم که اگر می خواهید مردم را بشناسید، باید از فرهنگ عامه مردم باخبر شوید.» به گفته او، نظرسنجی های انتخاباتی از سال ۷۵ در مرکز تحقیقات صداوسیما شروع شد. آن زمان شاهد بودیم که تفاوت های زیادی میان آنچه مردم به عنوان مشارکت و رأی به نامزدها می شناختند و آنچه در واقعیت اتفاق می افتد، وجود دارد: «برای از بین بردن این اختلاف، تدابیر زیادی اندیشیده شد. مثلاً اینکه وقتی به منزل افراد مراجعه می کردیم که ببینیم رأی می دهند یا خیر، آنها می گفتند رأی می دهیم، چون صورشان این بود که اگر رأی ندهند،**



محمد رهبری

#### پژوهشگر:

### در توئیتز برنده انتخابات آقای جلیلی بود، نه آقای پزشکیان.

### در فضای اینستاگرام که اغلب زنان و جوانان حضور دارند، شوری برانگیخته نشد و نتوانست این دو گروه را درگیر کند. اینفلوئنسرها کنش انتخاباتی نداشتند و اگر درباره این موضوع حرف می زدند به شدت مورد انتقاد قرار می گرفتند و با کاهش فالوئر مواجه می شدند

فردا سراغ شان می روند. چون آدرس خانه شان را هم داشتند. به همین دلیل به تدریج به سمت نظرسنجی های محلی - میدانی رفتیم. تجربه به مانشان داد که این روش می تواند میزان محافظه کاری را کم کند. اما آنچه ام شاهد بودیم که بخشی از جامعه مشارکت نمی کنند. باید چه می کردیم؟ اگر کنارشان می گذاشتیم جامعه آماری ما تبدیل می شد به جامعه آماری همکاری کنندگان. به همین دلیل مراکز نظرسنجی به سمت تعدیل کننده هایی رفتند تا این چالش حل شود.» رضایی گفت در نظرسنجی موضوعات حساس که مردم احساس می کنند اظهار نظرشان ممکن است دردرساز شود، باید به ویژگی های روانشناختی و فرهنگی مردم توجه شود. به هر حال انتخابات یکی از موضوعات چالش برانگیز است. او توضیح داد که پیمایش اجتماعی و افکارسنجی بر پایه علم آمار و احتمالات قرار گرفته است و ویژگی های خاص خودش را دارد، اینکه انتظار داشت، در یک جامعه ای، بتوان نقطه زنی کرد و درست به هدف زد، تصور اشتباهی است. این مسئله مراکز را با مشکلات زیادی مواجه می کند و باعث می شود تا استرس زیادی متوجه مراکز نظرسنجی شود.

#### ✓ انتخابات اخیر، منحصر به فرد بود

مدیرکل افکارسنجی مرکز تحقیقات صداوسیما، شرایط نظرسنجی های انتخابات اخیر را ویژه توصیف کرد با این توضیح که: «ما نباید مقصر را سازوکار افکارسنجی بدانیم. این روش ها قبلاً کار کرده بود و پیش بینی های دقیقی هم انجام شده بود، ما با نمونه های بزرگی در صداوسیما کار می کنیم، نمونه های ۲۶ هزار تایی هم داشتیم در حالی که در مراکزى مانند ایسپا سه هزار و پنج هزار نمونه دارند، بر خى تلفنى و بر خى حضورى کار می کنند. اما نتایج هم گراست. بنابراین سازوکار روش های افکارسنجی دچار اختلال نشده، بلکه باید علت را جای دیگری پیدا کرد.» موضوع دیگری که از سوی رضایی عنوان شد، استفاده از تحلیل بر داده ها در این دوره از انتخابات است: «موضوعی که در مرکز تحقیقات صداوسیما با آن مواجه بودیم، بالا بردن سهم تحلیل بر داده ها بود. دوستان معتقد بودند که با توجه به ویژگی های خاص این دوره از انتخابات، باید تحلیل ها را وارد داده ها کنیم. در شب آخر که چهاردهم تیرماه بود، نظرسنجی ما با مجموعه تعدیل ها، میزان مشارکت حدود ۵۰ درصد پیش بینی شد. اما باز هم تعدیل های دیگری اعمال شد و در نهایت میزان مشارکت حدود ۴۴ درصد با مثبت و منفی دو اعلام شد.» او در ادامه گفت که وقتی بر داده ها و پردازش اطلاعات تکیه می شود، نباید روی تحلیل ها مانور داد، تکیه گاه باید بر پردازش های آماری باشد. این مسئله برای مراکز تجربه ای شد.

#### ✓ نظرسنجی تلفنی دقیق است

**مهدی رفیعی، پژوهشگر و مدیرعامل سابق مرکز افکارسنجی ایسپا** از خردادماه سال ۹۸ تا فروردین ماه سال ۱۴۰۲ رئیس مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران - ایسپا بود و بعد از آن ریاست مؤسسه افکارسنجی «آرا» را به عهده گرفت. او در این نشست، درباره کیفیت نظرسنجی های پیش از برگزاری انتخابات توضیح داد و در ادامه رفتارهای انتخاباتی مردم را تحلیل کرد. او صحبت هایش را با این پرسش آغاز کرد که در جامعه ایران چه روشی برای نظرسنجی جوابگوست؟ تلفنی یا حضوری؟ «بر خى معتقدند چون مردم ایران رویکردهای محافظه کارانه دارند، نظرسنجی تلفنی روی آنها جواب نمی دهد. باید این موضوع را در نظر گرفت که نظرسنجی تلفنی از نظر نمونه گیری قطعاً دقت بیشتری نسبت به نظرسنجی حضوری دارد؛ چرا که در نظرسنجی تلفنی، نمونه ها کاملاً تصادفی انتخاب می شوند. تصادفی بودن، شرط لازم برای نظرسنجی علمی است. البته این موضوع کفایت نمی کند و نیاز به روش های تعدیلی دارد.» به گفته این پژوهشگر، به هر حال جامعه ایرا، در ارتباط با سوالات حساس مثل انتخابات ریاست جمهوری، محافظه کاری دارند. اما آیا این موضوع باعث می شود تا نظرسنجی تلفنی کنار گذاشته شود؟ خیر. باید از

سه شنبه ۹ مرداد ۱۴۰۳  
سال سوم • شماره ۵۶۴  
www.hamhianonline.ir

روش های تعدیلی استفاده کرد که نیاز به تجربه های زیادی دارد. او معتقد است که اگر از روش های تعدیل مناسب استفاده شود، نظرسنجی تلفنی می تواند دقیق باشد: «ما در ایران از روش نظرسنجی حضوری استفاده کردیم و از روش تلفنی در کنارش برای اعتبارسنجی استفاده کردیم. البته بعضی از مراکز هم بودند که از روش نظرسنجی تلفنی استفاده کردند و پاسخ نسبتاً دقیقی هم گرفتند، به ویژه درباره رأی کاندیدها.»

#### ✓ ریزش آرای قالیباف یک روز قبل از انتخابات

پرسش بعدی این پژوهشگر سوال مردم یعنی نرخ مشارکت در انتخابات است: «برخی بعد از دور اول انتخابات، وقتی دیدند که میان نرخ میزان مشارکتی که در نظرسنجی ها اعلام شده بود با آنچه اتفاق افتاد، اختلاف وجود دارد، گفتند که این روش ها برای شناخت جامعه ایران جواب نمی دهد. آیا واقعاً جامعه ایران پیچیدگی هایی دارد که دیگر نمی توان از روش های پیمایشی برای آن استفاده کرد؟ پاسخ من منفی است. همین نظرسنجی ها در چهار، پنج ماه گذشته نتایج انتخاباتی مانند مجلس شورای اسلامی را به صورت دقیق پیش بینی کرده بود. نظرسنجی های انجام شده در دور اول انتخابات ریاست جمهوری، در ارتباط با نامزدها و اولویت بندی آنها دقیق بود و در دور دوم هم تقریباً میزان مشارکت به واقعیت نزدیک بود. به هر حال نظرسنجی ها حدود یک درصد خطا دارند. بنابراین اینکه گفته می شود نظرسنجی ها دیگر به درد جامعه نمی خورد، درست نیست. به هر حال پدیده انتخابات ریاست جمهوری پیچیده است و در آن سیالیت زیادی وجود دارد، بنابراین ممکن است در آخرین روز قبل از انتخابات، اتفاقات زیادی رخ دهد که روی نتیجه ساعت مانده به انتخابات، رأی آقای قالیباف به شکل عجیبی کم شد؛ در حالی که قبل از آن هم رأی او بسیار کم بود. این مسئله نشان می دهد که بخشی از طرفداران پسی صندوق های رأی نیامدند و بخشی هم به جلیلی و پزشکیان رأی دادند.»

#### ✓ همکاری نیمی از مردم با پرشگران

موضوع دیگری که از سوی رفیعی مطرح شد، نظر برخی از افراد بود که می گویند نرخ همکاری مردم با پرسشگران زیاد شده است؛ یعنی مردم دیگر همکاری نمی کنند، به همین دلیل نظرسنجی ها دیگر دقت لازم را ندارند: «این اظهار نظر درست نیست، یک مرکز نظرسنجی خوب حتماً بسرای اینکه به نتیجه دقیق برسد، باید از روش های تعدیلی جایگزین استفاده کند. اگر میزان مشارکت مردم کم باشد، نمی توان گفت که نباید نظرسنجی انجام شود. در کشورهایی مانند آمریکا هم چنین مشکلاتی وجود دارد، به طوری که گفته می شود در این کشور نرخ همکاری با پرسشگران حدود ۱۰ درصد است.» به گفته او، زمانی که دیده می شود نرخ همکاری پایین است، باید روی متغیرهای تعدیل کننده کار کرد.

بر اساس اعلام رئیس مرکز افکارسنجی آرا، در حال حاضر نرخ مشارکت مردم با پرسشگران نظرسنجی ها حدود ۵۰ درصد است، در سال ۹۶ این میزان، ۶۵ درصد بود و حالا کم شده است. در نظرسنجی های تلفنی میزان همکاری ۵۰ تا ۵۵ درصد است. با این همه او به این سوال پاسخ داد که چرا در دور اول انتخابات ریاست جمهوری، میزان مشارکت میان آنچه ثبت شد و آنچه در نظرسنجی ها اعلام شد، تفاوت وجود دارد: «ما پدیده ای را از سال ۱۴۰۰ در نظرسنجی های انتخاباتی تجربه کردیم و آن هم مرددان بی رأی بودند. یعنی افرادی که وقتی از آنها می پرسیم در انتخابات شرکت می کنید؟ می گویند بله. ولسی زمانی که می گویم به چه کسی رأی می دهی؟ می گویند نمی دانیم و به بهانه های مختلف کاندیدای شان را اعلام نمی کنند. ما تا قبل از سال ۱۴۰۰ با این پدیده مواجه نبودیم. در سال ۹۶، شاید حدود ۵ تا ۶ درصد این پاسخ را می دادند و نتیجه آن رأی مطلقه می شد. اما این عدد در سال ۱۴۰۰ به حدود ۱۳ درصد رسید.»

#### خبرسازان



### واکنش پلیس

### به گزارش «گشت رجیستری»

بعد از انتشار گزارش «هم مبین» درباره چک کردن تصادفی گوشی های همراه شهروندان در ایستگاه های مترو تهران، مرکز اطلاع رسانی پلیس پایتخت دیروز اطلاعاتی ه در این باره صادر کرد. این مرکز بعد از آن این اطلاعیه را داده که تا به حال در این باره سکوت کرده و از «طرح» بودن آن خبری نداده بسود اما حالا اعلام کرده که این طرح، «طرح مقابله مؤثر با سارقان موبایل توسط پلیس مترو» است. در این اطلاعیه آمده است: «با بررسی های به عمل آمده و تقاضای مکرر شهروندان در خصوص مقابله با سارقان موبایل و افزایش تعداد مالباختگان در ایستگاه های مترو، فرماندهی انتظامی تهران بزرگ طرح مقابله با سارقان حرفه ای را در دستور کار قرار داد که توسط پلیس مترو در حال اجراست. با صد صورت گرفته طی مدت کمی از اجرای طرح، نرخ روزانه سرقت تلفن همراه در متروها کاهش چشمگیری یافته و به همین میزان دستگیری و بازداشت تعداد قابل ملاحظه ای از سارقان که محیط تخصصی جرم شان در ایستگاه های مترو است، افزایش داشته است.» طبق آنچه پلیس اعلام کرده است، مجرمان از طریق فرایند تخصصی مظنون گیری پلیس بازداشت می شوند و با توجه به رضایت شهروندان از اجرای این طرح، تداوم آن در دستور کار قرار گرفته و اخبار منتشرشده در خصوص اجرای طرح رجیستری از اساس فاقد اعتبار خبری و رسانه ای بوده و تصاویر افراد بازداشت شده و اقلام سرقتی در این گزارش مؤید عملکرد پلیس است.



### آلوده ترین شهر ایران به تب دنگی

معاون وزیر بهداشت گفته است که میزان ورودی های مبتلابه تب دنگی به کشور کاهش قابل توجهی نسبت به ماه های قبل داشته است و موارد افزایشی ای که در ۱۰ روز آخر اردیبهشت ماه وجود داشت، دیگر تکرار نشد. به گفته حسین فرشیدی، در حال حاضر آلوده ترین شهر ایران در موضوع بیماری تب دنگی بندر لنگه در هرمزگان بوده، اما تعداد موارد ابتلای این بیماری بیشتر نشده است و گرمای زیاد در این منطقه خود عاملی جهت کاهش تراکم پشه آندس بوده است. او اداه داد: «مهم ترین عامل در گسترش بیماری تب دنگی در جهان، تغییرات آب و هوایی است و تغییر و افزایش دما منجر به افزایش بیماری های عفونی مختلفی شده که یکی از آنها تب دنگی بوده که از طریق نیش پشه آندس به وجود می آید.»



## ۱۴ هزار بیمار هموفیلی

مدیر مرکز هموفیلی استان تهران با اشاره به اینکه ۱۴ هزار بیمار هموفیلی در کشور ثبت شده اند که ۴ هزار نفر آنها در تهران هستند، بر تأمین دارو به عنوان نیاز اصلی این بیماران تأکید کرد. به گزارش ایسنا، الناز یاری گفت که زنان، خونریزی را به دلیل عادات ماهانه در هر ماه تجربه می کنند. با توجه به ویژگی های فیژیولوژی زنان، تأمین دارو برای زنان مبتلابه هموفیلی از اهمیت فراوانی برخوردار است، همچنین کمبود دارو می تواند سبب بروز مشکلاتی در زندگی زناشویی بیماران شود. مدیر مرکز هموفیلی استان تهران درباره آمار مبتلایان به هموفیلی در کشور و تهران ادامه داد: «این احتمال وجود دارد بیماری در کشور به ویژه در مناطق محروم مانند استان سیستان و بلوچستان که ازدواج فامیلی در این مناطق شایع است، حضور داشته باشند اما شناسایی نشده باشند.»