

نظریه سازان

افشاگری تکان دهنده قائم مقام سابق مؤسسه
کالوپ از شیوه‌های جعل افکار عمومی در آمریکا

www.ketab.ir

نویسنده: دیوید دبلیو مور
ترجمه و تلخیص: ایمان ضیابری

فارس

نظریه سازان

افشاگری نکان دهنده قائم مقام سابق مؤسسه گالوپ از

شیوه های جعل افکار عمومی در آمریکا

سرشناسه: مور، دیوید، ۱۹۵۱ - م. david w. moore
عنوان و نام پدیدآور: نظرسازان: افشاگری نکان دهنده قائم مقام سابق مؤسسه گالوپ
از شیوه های جعل افکار عمومی در آمریکا [کتاب] / نویسنده دیوید دیلمور؛ ترجمه و
تلخیص معاونت آموزش و پژوهش خبرگزاری فارس.
مشخصات نشر: تهران: خبرگزاری فارس، معاونت آموزش و پژوهش، اداره کل پژوهش، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری: ۸۷ ص.؛ ۱۴/۵×۲۷/۵ س. م.
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۳۲۰-۳۳-۴
وضعیت فهرست نویسی: فایا
پادداشت: عنوان اصلی: The opinion makers: an insider exposes the truth behind the polls, c2۰۰۸
موضوع: افکار عمومی -- ایالات متحده
Public opinion -- United States: موضوع
موضوع: نظرسنجی -- ایالات متحده
Public opinion polls -- United States: موضوع
موضوع: رسانه های گروهی -- ایالات متحده -- جنبه های سیاسی
Mass media -- Political aspects -- United States: موضوع
موضوع: مطبوعات و سیاست -- ایالات متحده
Press and Politics -- United states: موضوع
شناسه انجمن: خبرگزاری فارس. اداره کل پژوهش
ردیف بدلی: کنگره ۹۱۳۸۷م ۱۷الف/ HN۹۰
رده بندی دیویی: ۳۰۳/۳۸۲۰۴
شماره کتابشناسی: ۶۷۱۸۶۲

نویسنده: دیوید دیلمور مور

ترجمه و تلخیص: ایمان منیابری

ناشر: مؤسسه خبرگزاری فارس

چاپ و صحافی: پردیس دانش

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۳۲۰-۳۳-۴

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۷۵,۰۰۰ تومان

نوبت چاپ: دوم، ۱۴۰۳

گرافیک: محمد جواد مرآتی

معاونت آموزش و پژوهش خبرگزاری فارس، تهران، ضلع شمال
شرقی تقاطع انقلاب اسلامی و خیابان حافظ، کوچه شهید سعیدی،
معاونت آموزش و پژوهش خبرگزاری فارس، انتشارات خبرگزاری
فارس - شماره تماس: ۶۶۹۷۳۹۷۴ - ۲۱.

www.book.farsnews.ir

این کتاب با کاغذ حمایتی منتشر شده است.

فهرست مطالب

۷	مقدمه
	فصل اول
۱۱	افکارسنج‌ها زیر آتش انتقاد
	فصل دوم
۲۵	تولید افکار عمومی
	فصل سوم
۴۱	به آمریکایی‌ها بگوییم که چه فکر می‌کنند
۵۶	گسترش نظرسنجی‌ها
	فصل چهارم
۶۱	انتخابات غیر قابل بررسی
۷۱	نظرسنجی زیر تیر چراغ برق
	فصل پنجم
۷۷	بد خواندن افکار عمومی
۸۳	آسیب رساندن به دموکراسی

عنوانی که رسانه‌های آمریکایی برای آخرین نظرسنجی گالوپ درباره ایران در زمان انتشار بولتن حاضر - انتخاب کردند، این بود که «یک سوم آمریکایی‌ها ایران را دشمن شماره یک خود می‌دانند». گالوپ، چنان شهرتی به هم زده است که گزاره‌هایی اینچنین، به راحتی از سوی مردم جهان پذیرفته می‌شود و کسی از اعتبار متدولوژی و شیوه نظرسنجی‌های آن نمی‌پرسد. ظاهر ماجرا این است که این مؤسسه نظرسنجی طبق دقیق‌ترین و علمی‌ترین شیوه‌های نمونه‌گیری، یک جامعه آماری نمونه را انتخاب کرده و سپس نظر این افراد درباره موضوعی با طرح پرسش‌هایی سنجیده می‌شود. اما این، هر چند شاید بخشی از ماجرا باشد، همه ماجرای نظرسنجی‌های گالوپ نیست. هم گالوپ و هم دیگر مؤسسات بزرگ نظرسنجی در آمریکا ناگفته‌ها و رازهای مگویی دارند که اگر افشا شود، اکثر نظرسنجی‌هایی که به نام نظرات مردم ایالات متحده منتشر می‌شود، بی اعتبار خواهد شد. دیوید مور، قائم مقام سابق مؤسسه گالوپ، در کتاب «نظرسازان» از این رازهای مگو گفته است. «دیوید مور» را نباید یک مقام سابق تصور کرد که به سبب اختلافات

داخلی در سازمان یا معزول شدنش از یک مقام، کتابی علیه سازمان سابق خود نوشته است. او استاد علوم سیاسی و افکارسنجی دانشگاه «نیوهمپشایر» است که مورد توجه رؤسای گالوپ قرار گرفته و برای مدتی جذب این مؤسسه نظرسنجی می‌شود، اما با پی بردن به آنچه در پشت صحنه گالوپ اتفاق می‌افتد، ترجیح می‌دهد به همان کار آکادمیک خویش بازگشته و چنین عرصه عملی را برای همیشه رها کند. حسن نوستالژیک «مور» در سراسر کتاب او قابل مشاهده است. او از علم نظرسنجی، و حتی از شخص جرج گالوپ به نیکی یاد کرده و نظرسنجی‌های علمی، دقیق و تأثیرگذار وی در دهه ۱۹۳۰ را می‌ستاید. اما افسوس می‌خورد که امروز، نظرسنجی از یک کار علمی و حرفه‌ای به فعالیتی تجاری - رسانه‌ای و با هدف عملیات روانی و تحت تأثیر قرار دادن افکار عمومی گذار کرده است. مور معتقد است و اسناد فراوانی عرضه می‌کند تا ثابت کند که مؤسسات نظرسنجی آمریکایی به تولید افکار عمومی «مشغولند؛ او می‌گوید مؤسسات نظرسنجی عامداً افکار عمومی را «بد می‌خوانند» و می‌خواهند به آمریکایی‌ها بگویند که چه فکر می‌کنند. او اسنادی ارائه کرده و می‌گوید که نظرسنجان در آمریکا به قدری به نظرسازی مشغولند که بعضاً مدعی می‌شوند ما رئیس جمهور را انتخاب می‌کنیم! مور از تکنیک‌های نظرسازی گالوپ پرده برداشته است و به تفصیل درباره تاکتیک‌هایی چون «گزینه تحمیلی»، «شیوه‌های تغییر ماهیت جامعه آماری پس از نمونه‌گیری»، «نحوه سوءاستفاده از جهل عمومی» و... بحث می‌کند و برای آنها شواهد عینی می‌آورد. آنچه پیش روی شماست متن خلاصه شده کتاب «نظرسازان»

است که امید است مورد استفاده فعالان سیاسی و رسانه‌ای، مؤسسات
نظرسنجی و دانشجویان و اساتید رشته ارتباطات اجتماعی قرار گیرد.

۹

مقدمه

معاونت پژوهش و آموزش خبرگزاری فارس

www.ketab.ir