

به نام خدا

**ترجمه فصل ۲۴ کتاب تجزیه و تحلیل سیاست‌گذاری عمومی: تئوری، سیاست
و روش‌ها**

(Handbook of Public Policy Analysis: Theory, Politics and
Methods)

با عنوان

استفاده (و سوءاستفاده) از پیمایش‌ها در تحلیل سیاست

(The Use (and Misuse) of Surveys in Policy Analysis)

نوشته

Frank Fischer, Gerald J. Miller, Mara S. Sidney

مترجم: محمد موحدی‌نیا

دانشجوی کارشناسی ارشد سیاست‌گذاری عمومی دانشگاه تهران

آذرماه ۱۴۰۲

مقدمه مترجم

به نام خدای رنگین کمان. این متن ترجمه فصل ۲۴ از بخش هفتم کتاب تجزیه و تحلیل سیاستگذاری عمومی است. این بخش از کتاب به روش‌های کمی‌گرا در تجزیه و تحلیل سیاست و سیاستگذاری می‌پردازد. این فصل که به تحقیقات پیمایشی اختصاص یافته توسط جری میشل، استاد امور عمومی دانشگاه باروخ نیویورک تدوین شده است. در ابتدا به چرایی نیاز به تحقیقات پیمایشی پرداخته شده و در ادامه در مورد عناصر و اصول این ابزار روشی صحبت شده. پس از آن برخی کاربردهایی که پیمایش در آن‌ها مفید است و همچنین سوءاستفاده یا استفاده‌های نادرست از پیمایش با مثال مورد بررسی قرار گرفته است. در نهایت نیز با نتیجه‌گیری فصل به اتمام رسیده. لازم به ذکر است کلمه کلیدی «Survey» در طول این فصل، نظر به مطالعات علوم اجتماعی، «پیمایش» ترجمه شده و کلمه «Poll» معادل «نظرسنجی» در نظر گرفته شده است. سعی شده ترجمه تا حد امکان روان باشد و مطالب نیاز به توضیح بیشتر در پاورقی توضیح داده شوند؛ این متن خالی از ایراد نمی‌باشد و موجب امتنان است که در این موارد اینجانب را بهره‌مند نمایید!

این ترجمه پیرو فعالیت کلاسی درس «روش پژوهش در سیاستگذاری عمومی» با تدریس آقای دکتر کیومرث اشتریان در دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران تهیه شده و برای تعمیق، فایل ارائه این فصل از طریق این [لینک](#) قابل دسترسی است. اما بی‌شک هدف اصلی این ناچیز، توسعه مرزهای دانشی رشته نوپای سیاستگذاری عمومی در کشور است و امید است ره‌توشه‌ای برای آنان که به دنبال حل مسئله ایران هستند گردد.

¹ <mailto:mo.movahedinia@gmail.com>

24 The Use (and Misuse) of Surveys in Policy Analysis

روزی روزگاری در گذشته دور، بدون تردید نئاندرتال‌ها در غاری در منطقه‌ای از اروپای امروزی به این فکر بودند که آیا باید به دلیل کاهش زاد و ولد، محل اقامت خود را تغییر دهند یا خیر. اگر لویاتان نئاندرتال به یک شیوه قرارداد اجتماعی تمایل داشت، ممکن بود از انسان‌های اولیه در مورد حمایت یا مخالفتشان به هر جایی نظرسنجی شود. نتایج می‌توانست به عنوان دلیلی منطقی برای تصمیم پرخطر رفتن یا ماندن استفاده شوند. دلیل انقراض نئاندرتال‌ها احتمالاً به این دلیل بود که جمعیت قابل توجهی سیاست درست را فهمیده بودند، اما حاکمیت آن‌ها داده‌ها را اشتباه تفسیر کرد.

یقیناً هیچ گمانه‌زنی‌ای وجود ندارد که بدانیم مردم به صورت رسمی و غیررسمی در مکان‌ها و به دلایل مختلف در طول تاریخ انسانی در مورد مسائل مختلف نظرسنجی شده‌اند. پونتیسوس پیلاتس بعد از انجام یک پیمایش غیرسامان‌مند از مردم محلی تصمیم به اعدام عیسی گرفت؛ رئیس‌جمهور بیل کلینتون پس از اینکه مشاور نظرسنجی او به او گفت که مردم به شدت مخالف رابطه او با مونیکا لوینسکی هستند، تصمیم گرفت درباره این رابطه دروغ بگوید؛ و پارلمان مجارستان پس از اینکه یک نظرسنجی نشان داد که ۵۵ درصد از مردم موافق خروج نیروهای این کشور از عراق هستند، تصمیم به انجام این کار گرفت.

این می‌تواند طبیعت بشری رهبران و پیروان باشد که از یکدیگر درباره اعتقادات یا اقدامات خود بپرسند. شاید فشاری تکاملی روی افراد وجود داشته باشد که از یکدیگر بپرسند که چقدر به شرایط محیطی سازگار شده‌اند یا ناکام مانده‌اند. در نهایت، تمایل فراگیر به گپ و گفت، واقعیتی جز یک پیمایش کوچک و غیرعلمی نیست که بیان می‌کند که دیگران چه گفته‌اند و چه کرده‌اند. در سطح نهادی، هیات مشورتی سلطنتی دیروز و هیئت مشاوران شرکت‌ها در جهان امروز ساختارهای مشابهی برای جلب نظرات در مورد اقدامات خاص هستند. در واقع رأی‌گیری چیزی بیش از یک پیمایش مورد حمایت دولت که مردم خود تصمیم می‌گیرند در آن شرکت کنند نیست که تفویض قانونی برای تصدی سمت و قانون‌گذاری فراهم می‌آورد. واقعیت این است که مردم قبل از انتخابات در مورد ترجیحات خود نظرسنجی می‌شوند و سپس پس از رأی‌گیری نیز دوباره نظرسنجی می‌شوند تا توضیح دهند که چرا اینگونه رای دادند.

جذابیت پیمایش‌ها همه‌گیر شده است. عملاً هر ملتی در جهان، قبل و بعد از انتخاب رهبران خود نظرسنجی انجام می‌دهد. در ماه‌های منتهی به انتخابات ریاست‌جمهوری ایالات متحده در سال ۲۰۰۴، پیمایش رأی‌دهندگان اگر نگوییم ساعتی، به صورت روزانه توسط سازمان‌های خبری، گروه‌های طرفداران و احزاب سیاسی انجام می‌شد. اگرچه سیاستمداران پیمایش‌ها را تقبیح می‌کنند و مدعی‌اند که تحت تاثیر نظرسنجی‌ها نیستند، اما در انتخابات سال ۲۰۰۴، تأثیر پیمایش‌ها مشهود بود؛ زیرا دو نامزد ریاست‌جمهوری تقریباً به طور انحصاری در ایالاتی کارزار تبلیغاتی به راه انداختند که پیمایش‌ها نوید رقابت تنگاتنگی در آن‌ها می‌دادند. در واقع به

دلیل سیستم انتخاباتی خاص آمریکا، که برنده آرای اکثریت یک ایالت صاحب تمام آرای الکتراال آن می‌شود، معنایی نداشت در ایالتی که یکی از نامزدها بر اساس تحقیقات پیمایشی برتری غالبی دارد، تبلیغ کرد یا شخصا حضور پیدا کرد.

اما این فقط کارزارهای سیاسی نیست که تحقیقات پیمایشی در آن محبوب شده است. پیمایش بینندگان مشخص می‌کند که کدام برنامه‌های تلویزیونی زنده می‌مانند، کدام سلبریتی‌ها محبوب یا ناپسند هستند و کدام آگهی‌های تبلیغاتی موفق یا ناموفق هستند. کمتر کالای مصرفی‌ای یافت می‌شود که تحت پیمایش بازاریابی قرار نگرفته باشد.

نظرسنجی‌های مشتریان بر محل قرارگیری محصولات در قفسه‌های فروشگاه و شکل تبلیغاتی ویتترین آن‌ها تاثیر می‌گذارد. در واقع، پیمایش دانشگاه میشیگان در مورد احساسات مصرف‌کننده به یک شاخص پیشرو برای سلامت اقتصاد آمریکا تبدیل شده است. حتی تعیین اینکه چه چیزی برای خوردن مناسب است تا حدی بر اساس پاسخ‌های مستمر و گسترده بدست‌آمده از پرسش‌نامه‌های مربوط به عادات غذایی برخی جمعیت‌های منتخب خاص است. اعتبار و توجه به پیمایش‌ها و سهولت اداره آن‌ها منجر شده که آن‌ها به بخشی از هر مکتب فکری تبدیل شوند، به طوری که مشاهده نتایج پیمایش‌ها در مجلات تخصصی انسان‌شناسی، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، آموزش، علوم سیاسی و مدیریت عمومی امری معمول است.

همچنین استفاده از تحقیقات پیمایشی بخشی از تجزیه و تحلیل سیاست است. پیمایش‌ها برای شناسایی نیازهای عمومی، پی‌بردن به حمایت و مخالفت نسبت به سیاست‌ها و ارزیابی رضایت و نارضایتی از برنامه‌ها انجام می‌شوند. پیمایش‌ها ممکن است توسط سیاستگذاران به عنوان پایه‌ای برای تصمیم‌گیری درباره ایجاد سیاست‌های جدید، پایان‌دادن به سیاست‌های قدیمی، فهم بهتر مسائل و همچنین برای حمایت از تغییر سیاست‌ها، برنامه‌ها و خدمات استفاده شود. پیمایش‌ها می‌توانند در هر مرحله از فرآیند سیاستگذاری مورد استفاده قرار گیرند: برای شناسایی مسائل، ارزیابی ارزش راه‌حل‌ها، تعیین حمایت قانون‌گذار از قوانین، ارزیابی مشکلات اجرا و سنجش نتایج. پیمایش‌ها با بسیاری از حوزه‌های سیاستگذاری مرتبطاند: محیط زیست، رفاه اجتماعی، توسعه اقتصادی، آموزش، مراقبت‌های بهداشتی، حقوق مدنی، عدالت کیفری، و امور خارجه (کریستنسون و تیلور ۱۹۸۳؛ گلیسر و باردو ۱۹۹۴؛ اسویندل و کلی ۲۰۰۰؛ تامپسون ۱۹۹۷). برای تأثیرگذاری بر سیاستگذاری عمومی، پیمایش‌ها توسط هر بخشی -دولتی، خصوصی و غیرانتفاعی- از باغ وحش سان فرانسیسکو گرفته تا روزنامه شیکاگو تریبون و شورای شهر نیویورک انجام می‌شوند. آن‌ها می‌توانند در هر سطح دولت -فدرال، ایالتی و محلی- استفاده شوند. هر زمان و هر جا که پیمایشی انجام می‌شود، در یکپارچه‌سازی مراحل مختلف آن و تجزیه و تحلیل نتایج بحث پول مطرح است. در سال ۲۰۰۱، دولت جرج بوش نزدیک به یک میلیون دلار به تنهایی صرف عملیاتی برای سنجش واکنش مردم به گزینه‌های پیشنهادی تامین اجتماعی و سیاست‌های انرژی کرد (گرین ۲۰۰۲).

واضح است که پیمایش‌ها بخش مهمی از فرآیند سیاستگذاری هستند، اما عجیب اینکه کتاب‌های تجزیه و تحلیل سیاست، اغلب روش‌های پیمایش را از جعبه ابزارهای روش‌شناسی تحلیل‌گر خارج می‌کنند. به عنوان مثال، در ۴۹۹ صفحه ویرایش چهارم کتاب «تجزیه و تحلیل سیاست: مفاهیم و اقدامات» (۲۰۰۵)^۱ نوشته دیوید ویمر و آیدان واینینگ، تنها یک صفحه و نیم بحث درباره مصاحبه وجود دارد، حتی کلمه پیمایش یا نظرسنجی در فهرست نیز آورده نشده است. کسی دلیل این غفلت را نمی‌داند، اما وقتی که می‌خواهیم نحوه مطالعه سیاست‌هایی که بر زندگی افراد بی‌شماری تأثیر می‌گذارند را درک کنیم، مطمئناً زمان مناسبی برای نئاندرتال بودن نیست. بنابراین، هدف این فصل، بررسی استفاده از پیمایش‌ها در تجزیه و تحلیل سیاست است. قسمت اول فصل اصول

¹ Policy Analysis: Concepts and Practices (2005)

تحقیقات پیمایشی را شناسایی می‌کند، قسمت دوم نمونه‌هایی ارائه می‌دهد از اینکه پیمایش‌ها چگونه به سوالات مختلف سیاستی می‌پردازند و قسمت آخر مشکلات مربوط به تحقیق پیمایشی را بررسی می‌کند.

اصول تحقیق پیمایشی

هنگام انجام یک پیمایش چهار مورد وجود دارند که باید در نظر گرفته شوند: (۱) انتخاب بهترین نوع پیمایش برای استفاده، (۲) ایجاد سوالات خوب، (۳) تعیین افرادی که باید پیمایش شوند و (۴) تجزیه و تحلیل نتایج.

نوع پیمایش

سه نوع پیمایش وجود دارد: تلفنی، حضوری و خودگردان^۱. پیمایش‌های تلفنی ساده‌ترین نوع هستند. زیرا همه چیز که نیاز است، یک تلفن، شماره تلفن‌ها و یک تماس‌گیرنده است (گرچه پیمایش‌های تلفنی در مقیاس بزرگ نیازمند سیستم‌های پیچیده‌ای مانند رایانه‌های کمک‌تلفنی و یک کادر بزرگ و آزموده هستند). مصاحبه تلفنی با افراد به‌طور چشمگیری رایج‌ترین روش برای نظرسنجی از تعداد زیادی از افراد -ملت، یک ایالت یا یک منطقه بزرگ شهری- است. پیمایش‌های تلفنی به دلیل فوری بودن، قالب استاندارد و امکان توضیح سوالات توسط مصاحبه‌گران، مفید هستند. به هر حال، دسترسی به افرادی که تلفن ندارند (بی‌خانمان‌ها، بیماران بیمارستانی، زندانیان و ...) غیرممکن است و اغلب تماس با برخی از جمعیت‌های خاص (قضات، پزشکان، مقامات منتخب و ...) با واسطه (مانند منشی، دستیار و ...) با مشکلاتی همراه است. یکی دیگر از مشکلات، دریافت پاسخ از افرادی است که از منشی تلفنی و سیستم‌های شناسایی تماس برای غربال‌گری استفاده می‌کنند. همچنین استفاده از تجهیزات شماره‌گیری خودکار برای تماس با شماره‌های بی‌سیم، برای کسانی که نظرسنجی می‌کنند قانوناً ممنوع است.

پیمایش‌های حضوری شامل تماس چهره به چهره بین مصاحبه‌گران و پاسخ‌دهندگان است. این ممکن است شامل یک پرسش‌نامه قالب‌بندی شده با تعدادی پاسخ باشد که یکی پس از دیگری می‌آیند یا ممکن است ساختاری نداشته باشد و شامل سوالاتی مانند مکالمه بین دو دوست باشد. پیمایش‌های حضوری برای جمعیت‌های بزرگ مناسب نیستند، اما زمانی که نیاز به ارتباط با گروهی منتخب از مردم در یک محیط طبیعی -در خیابان‌ها، در یک مرکز خرید یا داخل اتاق انتظار- داریم، بسیار مفید هستند. یک مزیت اصلی این است که به مصاحبه‌گران این امکان را می‌دهد تا سوالات را به پاسخ‌دهندگان توضیح دهند. برای انجام کار به نحو احسن، مصاحبه‌گران آموزش دیده حیاتی هستند چرا که تلفظ‌های صدا، زبان بدن و سایر نشانه‌های فیزیکی می‌توانند پاسخ‌ها را شکل دهند. مصاحبه‌های حضوری گران‌قیمت و زمان‌بر هستند.

پیمایش‌های خودگردان برای تکمیل بین پاسخ‌دهندگان توزیع می‌شوند. پیمایش‌ها می‌توانند به چهار روش توزیع شوند: (۱) ارسال از طریق پست و بازگشت از طریق پست، (۲) ارسال از طریق ایمیل یا قرارداد در یک وب‌سایت و بازگشت از طریق ایمیل یا واردکردن اطلاعات در وب‌سایت، (۳) قرارداد در مکان‌های خاص (روی یک میز یا پیشخوان) و بازگشت از طریق پست یا به محل (صندوق پستی و ...) و (۴) توزیع به افراد هنگام ورود یا خروج از ساختمان‌ها، خیابان‌ها، اتاق‌ها یا مکان‌های دیگر. مزایای پیمایش‌های

¹ Self-administered

خودگردان شامل ناشناس ماندن پاسخ‌دهندگان، قابلیت پرسیدن سوالات حساس، امکان دسترسی به جمعیت‌هایی که دسترسی به آن‌ها دشوار است و عدم وجود سوگیری^۱ مصاحبه‌گر می‌باشند. از جنبه منفی، دریافت پاسخ دشوار است - پرسشنامه‌ها به راحتی در سطل زباله انداخته می‌شوند، ایمیل حذف می‌شود و پیمایش‌هایی که در محل باقی می‌مانند ممکن است دریافت نشوند. حیاتی است که اطمینان حاصل شود که یک فرد بیش از یک پیمایش را تکمیل نکند، در غیر این صورت نمونه سوگیرانه خواهد بود. در اینجا پرسیدن سوال‌های خوب بسیار مهم است زیرا تفسیر سوالات به پاسخ‌دهندگان واگذار می‌شود.

پرسش‌نامه‌ها

سوالات محوریت پیمایش‌ها هستند. معمایی که وجود دارد این است که ساخت پرسش‌نامه بیشتر یک هنر است تا یک علم. هیچ نسخه دقیقی برای چگونگی پرسیدن هر سوالی در پیمایش‌ها وجود ندارد، اگر چه کتبی وجود دارند که راهنمایی برای پرسیدن سوالات ارائه می‌دهند، مانند کتاب «نجام تحقیق پیمایشی»^۲ (۲۰۰۳) نوشته پیتز ناردی و «پیمایش‌های پستی و اینترنتی: روش طراحی سفارشی»^۳ (۲۰۰۰) نوشته دان دیلمن. گاهی اوقات سوالات از پیمایش‌های قبلی تکرار می‌شوند، اما در اکثر موارد سوالات به صورت ترتیبی از یک پیمایش به پیمایش بعدی ایجاد می‌شوند. سوالات دو نوع کلی دارند: (۱) سوالات بسته که مجموعه‌ای از دسته‌بندی‌های پاسخ را برای پاسخ‌دهندگان فراهم می‌کنند تا آن‌ها را تکمیل کنند، و (۲) سوالات باز که به پاسخ‌دهندگان اجازه می‌دهند که پاسخ‌های خود را بنویسند.

سوالات پیمایش متغیرها را عملیاتی می‌کند. یک متغیر مستقل، متغیری است که یک رفتار، نگرش یا نیاز را توضیح می‌دهد. برای مثال، وابستگی حزبی ممکن است به عنوان یک متغیر مستقل مورد استفاده قرار گیرد تا حمایت یا مخالفت با برخی سیاست‌ها را توضیح دهد. متغیر وابسته، چیزی است که توضیح داده می‌شود یا برای آن ذکر علت می‌شود. برخی متغیرهای وابسته معمول عبارتند از: رضایت از سیاست، استفاده از خدمات و حمایت از برنامه‌های عمومی.

هر دو متغیر مستقل و وابسته مقادیر یا ویژگی‌های مختلفی دارند. به عنوان مثال، سن می‌تواند برای افراد مختلف یا برای یک شخص در زمان‌های مختلف مقادیر متفاوتی داشته باشد. به طور مشابه، کشور مبدأ یک متغیر است زیرا به کشور هر شخصی می‌تواند یک مقدار اختصاص داد. دو ویژگی متغیرها هستند که همیشه باید به آن‌ها دست یافت. هر متغیر باید جامع باشد، به این معنی که باید شامل تمام پاسخ‌های ممکن باشد. برای مثال، اگر متغیر «مذهب» باشد و تنها گزینه‌ها «پروتستان»، «یهودی» و «مسلمان» باشند، مذاهب اندک دیگری وجود دارند که در این لیست گنجانده نشده‌اند. این لیست تمام پاسخ‌ها را شامل نمی‌شود. از آنجا که امکان شمول تمام پاسخ‌های ممکن برای برخی از متغیرها وجود ندارد، معمول است که رایج‌ترین ویژگی‌ها را به صورت صریح فهرست کرده و سپس از یک دسته کلی مانند «سایر» برای در نظر گرفتن همه موارد باقی‌مانده استفاده کرد. علاوه بر جامع بودن، پاسخ‌های یک متغیر باید متقابلاً منحصر به فرد باشند، به این معنی که هیچ پاسخ‌دهنده‌ای نباید قادر به داشتن دو ویژگی به‌طور همزمان باشد. اگرچه این ممکن است بدیهی به نظر برسد، اما اغلب در عمل بسیار مشکل است. برای مثال، در مورد خاصی ارائه متغیر «وضعیت شغلی» با دو ویژگی «شاغل» و «بیکار» مناسب نیست. مشکل اینجاست که این پاسخ‌ها لزوماً متقابل نیستند - شخصی که در عین

¹ Bias

² *Doing Survey Research (2003)*

³ *Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method (2000)*

شاغل بودن به دنبال شغل دوم است، می‌تواند هر دو ویژگی را علامت بزند. - راه‌حل می‌تواند افزودن دسته دیگری با عنوان «شاغل اما در جستجوی کار» یا اجازه‌دادن به پاسخ‌دهنده برای انتخاب همه گزینه‌ها باشد.

سوالات پیمایش می‌توانند مقیاس‌های سطح اسمی، ترتیبی یا فاصله‌ای داشته باشند. سطح اسمی مقیاسی است که دارای دسته‌های متفاوت بدون هیچ گونه ترتیبی است. به عنوان مثال، در پیمایش پرسیده شود که آیا شخص مالک خانه است یا مستاجر است. سطح ترتیبی مقیاسی است که دارای مجموعه‌ای از دسته‌های مرتب است. مثلاً سن را می‌توان با مجموعه‌ای از بازه‌های مرتب اندازه‌گیری کرد، مانند از هجده تا سی‌سالگی، از سی و یک تا چهل و اندازه‌گیری سطح فاصله‌ای مقیاسی است که در آن هر مقدار به تنهایی دسته خودش است. برای مثال، پرسیدن یک سوال باز که در آن از پاسخ‌دهنده خواسته می‌شود تا مدت اشتغال خود را بنویسد. هر پاسخ می‌تواند مقدار خاص خودش باشد. سطح مقیاس سوالات مهم است زیرا نوع تجزیه و تحلیل آماری که می‌توان انجام داد را تعیین می‌کند.

موارد بسیار دیگری نیز وجود دارند که هنگام ساخت یک ابزار پیمایشی باید مورد توجه قرار گیرند (میلر و میلر-کویاهاسی، ۲۰۰۰). باید به پاسخ‌دهنده گفته شود که چگونه به سوالات پاسخ دهد و باید بیان شود که پیمایش محرمانه است یا خیر. اکثر پیمایش‌ها با سوالاتی شروع می‌شوند که به نسبت پاسخ‌دادن به آن‌ها آسان است و سپس به سوالاتی با پیچیدگی بیشتر می‌پردازند. سوالات جمعیت‌شناختی^۱ (درآمد، سن، محل سکونت و ...) معمولاً در انتهای پیمایش مطرح می‌شوند. به طور معمول، پژوهشگران پیمایش می‌خواهند در سوالات خود شدت احساسات را بدست آورند، به طوری که سوالی مثل اینکه آیا کسی راضی یا ناراضی است، نمی‌پرسند؛ بلکه از فرد پرسیده می‌شود که آیا او بسیار راضی، تا حدودی راضی، تا حدودی ناراضی یا بسیار ناراضی است. سوالات نباید سوگیرانه یا هدایت‌کننده باشند. آن‌ها برای پاسخ‌دهندگان باید قابل فهم باشند، که نیازمند دقت تحلیلگر در تطبیق سوالات با واحدهای تجزیه و تحلیل است. این یکی از دلایلی است که پیمایش‌ها باید پیش از اجرای واقعی آزمایش شوند.

پاسخ‌دهندگان

دو رویکرد برای تصمیم‌گیری در مورد اینکه چه کسانی باید مورد پیمایش قرار گیرند وجود دارد: (۱) کل جمعیت مورد نظر یا (۲) نمونه‌ای از جمعیت. هنگامی که جمعیت کوچک است، معمولاً همه مورد پیمایش قرار می‌گیرند. مثلاً، اگر کسی نظرات بیست و پنج مجرم نوجوان را در مورد یک دوره تربیتی بدون زندان^۲ که به تازگی گذرانده‌اند را مورد پیمایش قرار دهد، آنگاه همه بیست و پنج نفر پیمایش شده‌اند. نیازی به نمونه‌گیری از آن‌ها نبود. اما هنگامی که جمعیت درگیر بزرگتر است، انجام نمونه‌گیری، یعنی برداشت زیرمجموعه‌ای از جمعیت، ارزشمند است. دو نوع نمونه وجود دارد: احتمالی^۳ و غیراحتمالی^۴.

یک نمونه احتمالی، نمونه‌ای است که در آن اسامی از جمعیتی گرفته می‌شوند که اندازه و ویژگی‌های آن (مانند جنسیت، سن، محل سکونت و ...) مشخص است. به عبارت دیگر، ابزاری وجود دارد تا به صورت آماری بفهمیم آیا نمونه جمعیت را نمایندگی می‌کند یا خیر. در یک نمونه احتمالی، می‌توان خطای نمونه‌گیری را محاسبه کرد - اختلاف بین آمار نمونه و پارامترهای واقعی جمعیت.

¹ Demographic

² Alternative-to-incarnation boot camp

³ Probability sampling

⁴ Non-Probability sampling

خطای نمونه‌گیری تابعی از تعداد پاسخ‌دهندگان است - هر چه تعداد افرادی که از آن‌ها داده جمع‌آوری می‌شود بیشتر باشد، خطای نمونه‌گیری کمتر است (و البته، هزینه پیمایش بیشتر است). برای مثال یک پیمایش با هزار پاسخ‌دهنده خطای نمونه‌گیری ± 3.1 درصد خواهد داشت، درحالی‌که با دویست پاسخ‌دهنده، خطای نمونه‌گیری ± 6.9 درصد خواهد بود. انتخاب تصادفی رایج‌ترین شکل نمونه‌گیری احتمالی است که شامل تخصیص شانس انتخاب دقیق به هر آزمودنی در یک جمعیت می‌شود. نوع دیگر نمونه‌گیری احتمالی نمونه سیستماتیک است که شامل انتخاب اسامی یا موارد از لیست جمعیت در فواصل مشخص (مثلاً هر دهمین نفر) است. نمونه‌گیری غیراحتمالی نمونه‌ای است که در آن اسامی از یک جمعیت که اندازه و ویژگی‌های آن ناشناخته است، انتخاب می‌شوند. به عنوان مثال، اگر مقامات حمل و نقل شیکاگو بخواهند پیمایشی روی مسافران انجام دهند، آن‌ها می‌دانند که جمعیتی از مسافران وجود دارد، اما لیست اصلی‌ای که بتوانند اسامی را از آن استخراج کنند، نخواهند داشت. در نمونه‌گیری غیراحتمالی، تلاش بر این است که تخمین بزنیم آیا نمونه جمعیتی که وجود آن شناخته‌شده است، اما پارامترهای دقیق آن ناشناخته است را نمایندگی می‌کند یا خیر. برای ساخت توزیعی نماینده از پاسخ‌دهندگان، ممکن است تلاشی هدفمند برای بدست آوردن پاسخ‌ها بر اساس دسته‌بندی‌های خاصی مانند جنسیت، نژاد یا شغل صورت گیرد.

نمونه چه از نوع احتمالی باشد چه غیراحتمالی، یک محقق پیمایشی تلاش می‌کند تا اندازه نمونه به اندازه کافی بزرگ باشد تا تقریب خوبی از جمعیت باشد، نرخ پاسخ‌دهی بالاتر از ۵۰ درصد باشد و اطمینان حاصل شود که همه سوالات موجود در ابزار پیمایش پاسخ داده شده باشند. کیفیت یک نمونه به نحوه استفاده از آن وابسته است. اگر یک ایالت قصد داشته باشد ارزش ایجاد یک برنامه منطقه کسب و کار جدید را بسنجد و بخواهد بداند که چقدر در دیگر مناطق جواب داده است، ممکن است کافی و خوب باشد تا نمونه‌ای از تجارب ایالت‌های همجوار در استفاده از مناطق کسب و کار را در اختیار داشته باشد. فردی از یک اندیشکده که در حال بررسی دیدگاه‌های مربوط به مناطق کسب و کار در کل کشور است، احتمالاً خواستار نمونه‌ای از ایالت‌های آمریکا از هر منطقه‌ای از کشور است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

اعداد خروجی پیمایش‌ها هستند. جالب ماجرا اینجاست که سوالات ذهنی، آمار عینی تولید می‌کنند. هر سوالی در یک پیمایش یک تحلیل یک‌متغیره است که ممکن است بسته به قالب سوال، به عنوان یک توزیع فراوانی یا معیار گرایش به مرکز ارائه شود. آمار دومتغیره ارتباط بین دو سوال را نشان می‌دهد. آمار چندمتغیره در مورد ارتباط بین دو یا چند سوال است، که اغلب شامل استفاده از تحلیل رگرسیون است. به عبارت دیگر، یک پیمایش که حمایت از کوپن‌های تحصیلی را ارزیابی می‌کند، می‌تواند نشان دهد چند نفر از پاسخ‌دهندگان با کوپن‌ها حمایت یا مخالفت کرده‌اند (تحلیلی یک‌متغیره). همچنین می‌تواند نشان دهد که آیا جمهوری‌خواهان یا دموکرات‌ها بیشتر یا کمتر از کوپن‌های تحصیلی حمایت می‌کنند (تحلیل دومتغیره)؛ و می‌تواند نشان دهد آیا حمایت یا مخالفت با کوپن‌ها تحت تأثیر یک متغیر بیشتر از سایر متغیره‌است، مانند وابستگی حزبی، جنسیت، محل سکونت یا درآمد (تحلیل چندمتغیره).

تکنیک‌های زیادی برای تعیین دقت نتایج پیمایش وجود دارد، که می‌توان آن‌ها را با استفاده از بسته نرم‌افزاری آماری محاسبه کرد. به عنوان مثال، آماره مربع کای^۱ میزان اهمیت روابط دومتغیره بین متغیرهای سطح اسمی را اندازه‌گیری می‌کند، در حالی که ضرایب همبستگی قدرت رابطه بین چندین متغیر سطح فاصله‌ای را اندازه‌گیری می‌کند. آماره دیگر ضریب همبستگی پیرسون^۲ است، که معیاری برای اندازه‌گیری قدرت ارتباط بین دو متغیر فاصله‌ای است. نوع آماره‌ای که برای ارزیابی ارزش روابط استفاده می‌شود وابسته به چگونگی ارزیابی سوالات، اندازه نمونه و مخاطب تحلیل است. بحث‌های آماری پیچیده ممکن است برای خوانندگان دانشگاهی مناسب‌تر باشد تا برای سیاستگذاران یا عموم مردم.

داده‌های پیمایش می‌توانند به صورت روایی^۳، نموداری و جدولی ارائه شوند. اگر از جداول استفاده شود، مهم است که اطلاعات کافی برای تفسیر آسان ارائه شود، اما اطلاعات به حدی زیاد نباشد که فهم آن مشکل شود. جداول باید دارای عنوانی توصیفی باشند، همه متغیرها و دسته‌بندهای مرتبط با آن‌ها باید به وضوح برجسب‌گذاری شوند، متغیرهای مستقل باید در ستون قرار گیرند و متغیر وابسته باید در سطر لیست شود، معیارهای آماری باید در پایین جدول لیست شوند و تعداد موارد استفاده‌شده در تحلیل باید مشخص شود. پس از یک بخش نتیجه‌گیری یا پیشنهادات، معمول است که یک گزارش سیاستی حاوی یک پیوست باشد که شامل ابزار پیمایش به همراه پاسخ‌ها به هر سوال است.

استفاده از پیمایش‌ها

چندین روش برای بررسی سیاست‌های عمومی با استفاده از پیمایش‌ها وجود دارد. سه کاربرد اینجا نشان داده شده‌اند: (۱) ارزیابی نیاز به سیاست‌ها، (۲) درک حمایت و مخالفت نسبت به راه‌حل‌ها و (۳) ارزیابی پاسخ‌گویی سیاست‌ها نسبت به افراد و گروه‌ها.

نیازسنجی

تحلیل‌گران سیاست معمولاً نیاز به سیاست‌ها را در میان گروه‌های مختلف مردم ارزیابی می‌کنند. اگر سیاستگذاران ندانند چه نیازهایی وجود دارد، چگونه بدانند که باید سیاستی را اتخاذ کنند؟ اگر چه نیاز مفهومی حدوداً مبهم است که می‌تواند از یک فرد یا گروه نسبت به دیگری متفاوت باشد، راهی ساده برای درک نیاز این است که از مردم پرسیم چه چیزی نیاز دارند و به آن‌ها اجازه دهیم مفهوم نیاز را خودشان تعریف کنند. هنگامی که سطح نیاز برای یک جمعیت خاص ارزیابی شد، می‌توان هوشمندانه‌تر در مورد طرح‌ریزی بحث کرد. در حالت ایده‌آل سیاستگذاران و حامیان سیاست به دنبال این هستند که خدمت یا مداخله‌ای انجام دهند تا به جمعیت کمک کنند که به یک حالت رضایت‌بخش دست یابند یا به آن نزدیک شوند (پوساواک و کری، ۲۰۰۳).

نمونه‌ای از نیازسنجی، پیمایشی انجام‌شده توسط اداره خدمات کسب و کار کوچک شهر نیویورک است تا نیاز به یک منطقه بهبود کسب و کار (BID)^۴ در یک منطقه محلی تعیین شود. BID شرکتی با مدیریت حرفه‌ای است که هدف آن بهبود یک منطقه،

¹ Chi Square

² Pearson's r

³ Narrative

⁴ Business improvement district

با استفاده از وجوه حاصل از مالیات‌ها یا هزینه‌های ویژه اجباری پرداختی توسط صاحبان ملک و یا کسب و کار در یک منطقه مشخص‌شده قانونی، است. مسئله این است که آیا در اینجا BID نیاز است یا خیر. برای نیازسنجی، پیمایشی بین تمام کسب و کارها و صاحبان املاک توزیع می‌شود و از آن‌ها می‌پرسد که آیا با اوضاع بد محله مانند خیابان‌های کثیف، جیب‌زنی، نماهای فرسوده و مکان‌های خرده‌فروشی موافق هستند یا مخالف؛ هنگامی که نتایج پیمایش نشان‌دهنده توافق قاطعی در مورد شدت مشکلات در منطقه باشد، شورای شهر دلیل بیشتری برای تصویب ایجاد یک BID دارد. در واقع، تقریباً تمامی چهل و هفت BID شهر نیویورک بعد از آنکه پیمایش‌ها نشان دادند کسب‌وکارها معتقد بودند که نیاز دارند، ایجاد شده‌اند.

سنجش افکار عمومی

ارزیابی سطح حمایت و مخالفت نسبت به گزینه‌های سیاستی در فرآیند سیاست‌گذاری امری معمول است. هر کسی می‌تواند در ارزیابی راه‌حل‌ها مشارکت کند، از مقامات منتخب گرفته تا مدیران دولتی، حامیان سیاست و روزنامه‌نگاران. همواره مطالعاتی برای کشف نظرات در مورد محدودیت سقط جنین، خصوصی‌سازی تامین اجتماعی، به راه انداختن مدارس اختصاصی یا ساخت سیستم‌های حمل و نقل عمومی انجام می‌شود. در واقع، پیمایش‌ها به نوعی از همه‌پرسی درباره ارزش گزینه‌های سیاستی تبدیل می‌شوند. اگر بیشتر مردم از گزینه‌ای حمایت کنند، به آن راه حل اعتبار می‌دهد، بدون توجه به اینکه راه حلی موثر است یا خیر. برعکس، اگر مخالفتی کلی با یک گزینه وجود داشته باشد، این ممکن است گزینه را کم ارزش تر کند، حتی اگر شانس موفقیت بالایی داشته باشد.

مثال مهم‌تری از تصمیم شهرها برای احداث استادیوم‌های ورزشی، در بحث نحوه استفاده از پیمایش‌ها برای سنجش حمایت و مخالفت با سیاست‌های عمومی وجود ندارد. در هر شهری که ساخت ورزشگاه‌های جدید برای بیسبال، فوتبال، بسکتبال یا چندمنظوره در نظر گرفته شده باشد، نظرسنجی‌هایی انجام شده است تا دیدگاه ساکنان شهر و مقامات منتخب تشخیص داده شود. این پیمایش‌ها توسط گروه‌های شهروندی مخالف ورزشگاه‌های با تامین مالی عمومی، گروه‌های تجاری حامی و رسانه‌های محلی علاقه‌مند به ارزیابی متعادل‌تر، انجام می‌شوند. به طور کلی، نتایج مثبت پیمایش می‌تواند به پیشنهاد ساخت ورزشگاه احترام ببخشد و نتایج منفی می‌تواند پیشرفت را بسیار دشوار کند. در سال ۲۰۰۱، پروپوزالی برای ساخت یک ورزشگاه با بودجه عمومی در شهرهای به اصطلاح دوقلوی^۱ مینی‌اپولیس و سنت‌پل، بطور جدی تحت تاثیر یک پیمایش افکار عمومی انجام‌شده توسط روزنامه «سنت‌پل پائونیر» قرار گرفت. در خبر صفحه نخست، این روزنامه گزارش داد که تامین مالی عمومی برای امکانات ورزشی، پیشنهادی جذاب برای ساکنان شهرهای دوقلو نیست. بر اساس یک پیمایش تلفنی از ۴۰۶ ساکن، ۶۲ درصد از رای‌دهندگان ممکن مورد سؤال در سنت‌پل و ۷۱ درصد از کسانی که در مینی‌اپولیس مورد نظرسنجی قرار گرفتند، با هر گونه تامین مالی عمومی قابل توجه برای یک ورزشگاه جدید برای تیم بیسبال توثینز مخالفت کردند. پس از انجام پیمایش، پیشنهاد ساخت ورزشگاه توسط شورای شهر رد شد. اگر چه نتایج پیمایش تنها دلیل رد آن نبود، اما حتما یکی از عوامل اصلی بود.

¹ Twin cities

ارزیابی تأثیر گذاری

پیمایش‌ها برای ارزیابی نتایج سیاست‌ها نیز انجام می‌شوند. ممکن است افراد در مورد اینکه آیا از یک آگهی عمومی آگاه هستند، آیا زمانی از یک خدمت اصلاح‌شده استفاده کرده‌اند یا آیا از یک برنامه جدید یا در حال اجرا راضی یا ناراضی هستند، پیمایش شوند. پیش‌فرض این است که ظرفیت یک نظام سیاسی برای پاسخ‌گویی به ترجیحات شهروندانش، محوریت نظریه و عمل دموکراتیک است. از منظر دموکراتیک، ممکن است واقعا مهم نباشد که یک سیاست موثر یا کارآمد باشد، بلکه مسئله این است که آیا برخی از اقشار مردم را، طبق نتایج یک پیمایش، راضی می‌کند یا خیر.

ارزیابی برنامه آموزش مقاومت در برابر سوء مصرف مواد مخدر^۱ (D.A.R.E) مثال خوبی است که نشان می‌دهد چگونه پیمایش‌ها در ارزیابی تأثیر، بر دیگر روش‌ها غلبه می‌کنند. برنامه D.A.R.E شامل افسران پلیس آموزش‌دیده با یونیفرم است که به دانش‌آموزان دبستانی (معمولا ۸ تا ۱۲ ساله) در مورد چگونگی مقاومت در برابر مواد مخدر درس می‌دهند. در واقع D.A.R.E با استفاده از افسران پلیس برای آموزش برنامه درسی، گزارش‌های دست اول از تجارب افسران را از خیابان به کلاس درس می‌آورد. این دروس اطلاعات واقعی درباره مواد مخدر، با تأکید بر مواد مخدر آغازین^۲ (ماریجوانا، الکل و دخانیات)، را ارائه می‌دهند و مهارت‌های امتناع را از طریق نقش‌بازی کردن و تکنیک‌های دیگر آموزش می‌دهند. وقتی نوبت به ارزیابی D.A.R.E می‌رسد، مطالعات هزینه-فایده بطور مداوم آن را ناکارآمد نشان می‌دهند، و طرح‌های شبه تجربی نیز به این نتیجه رسیده‌اند که این برنامه در جلوگیری از جوانان برای مصرف مواد مخدر چندان مؤثر نیست (لینمن و همکاران، ۱۹۹۹). با این حال، این برنامه در مدارس باقی می‌ماند، زیرا پیمایش‌ها بطور مداوم نشان داده‌اند که والدین، معلمان، مدیران و دانش‌آموزان از عملکرد آن راضی هستند. به عنوان مثال، یک پیمایش در سال ۱۹۹۵ از ۱۸۰۰ نفر از والدین، معلمان و فارغ‌التحصیلان D.A.R.E در ایلینویز نشان داد که این برنامه مفید است و ارزش دارد که ادامه داده شود. بیش از ۹۲ درصد از شرکت‌کنندگان آن را «خیلی خوب» یا «خوب» ارزیابی کردند. این ارزیابی تأثیرات در وبسایت D.A.R.E (۲۰۰۴) گزارش شده است که وقتی با سایر پیمایش‌های مشابه همراه می‌شود، به عنوان دلیلی منطقی برای ادامه حضور این برنامه در مدارس دولتی به حساب می‌آید.

سوءاستفاده از پیمایش‌ها

این واقعیت که پیمایش‌ها همواره مورد استفاده قرار می‌گیرند به این معنی نیست که آن‌ها کامل هستند. پیمایش‌ها سه مشکل دارند: (۱) اغلب پیمایش‌هایی که انجام می‌شوند از نظر روش‌شناسی ناقص‌اند، (۲) معمولا پیمایش‌هایی انجام می‌شوند که سوگیری سیاسی دارند و (۳) پیمایش‌ها به‌طور نامناسبی به عنوان جایگزینی برای سایر اشکال مشارکت دموکراتیک مورد استفاده قرار می‌گیرند.

¹ Drug Abuse Resistance Education

² Gateway drugs

نقایص پیمایش

ساخت پیمایشی کامل آسان نیست، چه بسا غیرممکن باشد. به سادگی می‌توان پیمایش‌هایی یافت که حاوی نمونه‌های غیرنماینده متشکل از تعداد کمی از افراد که تصمیم به مشارکت گرفته‌اند، نرخ پاسخ‌دهی بسیار پایین، سوالات بسیار مبهم، کلمات ناواضح در پرسشنامه، موضوعات پیچیده‌ای که پاسخ آن‌ها تنها به بله و خیر محدود شده‌اند، و آمارهایی که درصد ارائه می‌دهند بدون اینکه تعداد واقعی افرادی که به سوالات پاسخ داده‌اند را بیان کنند، هستند. واقعیت این است که هر کسی می‌تواند بدون هیچ‌گونه تخصصی پیمایشی انجام دهد و به اصطلاح پلیس پیمایش وجود ندارد که پژوهشگران بد را دستگیر کند. جریمه تحقیقات ضعیف انتقاد از تجزیه و تحلیل است، که فقط گاهی اتفاق می‌افتد، یا نادیده گرفتن نتایج است، که همیشه اتفاق می‌افتد.

یک نمونه از پیمایش ضعیف، نیازسنجی‌ای است که توسط ائتلاف زنان فعال منطقه داون‌تاون لس‌آنجلس^۱ در سال ۲۰۰۱ انجام شد، که هدف آن درک مشکلات زنان بی‌خانمان منطقه اسکیدرو^۲ بود. یکی از سوالات این بود: «به‌طور کلی، رفتار ماموران مختلف، پناهگاه‌ها و آژانس‌های خدمات اجتماعی منطقه اسکیدرو را چگونه ارزیابی می‌کنید؟» پاسخ‌ها عبارت بودند از: (۱) خیلی خوب، (۲) خوب، (۳) متوسط، (۴) ضعیف، (۵) خیلی ضعیف و (۶) بدون نظر. مشکل این سوال این است که در واقع سه سوال است: یکی درباره ماموریت‌ها، دیگری درباره پناهگاه‌ها و سومی درباره آژانس‌های خدمات اجتماعی. همچنین این سوال تعریف نمی‌کند که اصطلاح ماموران به چه معناست و فرض می‌کند که پاسخ‌دهندگان در مورد مکان اسکیدرو توافق دارند. علاوه بر این، پاسخ‌ها مشخص نیستند؛ آیا واقعا می‌توان بین خیلی خوب و خوب یا بین خیلی ضعیف و ضعیف تمایز قائل شد؟ نمونه پیمایش شامل ۳۹۹ نفر بود، اما هیچ تلاشی برای نشان دادن اینکه آیا نمونه جمعیت زنان بی‌خانمان را نمایندگی می‌کند یا خیر، انجام نشده بود. پیمایش تنها در یک روز تابستان تکمیل شده بود، بنابراین ممکن نیست بدانیم که تغییرات فصلی در نظرات زنان تاثیر دارد یا خیر. به بیان ساده، پیمایش دارای نقایص روش‌شناسی بسیاری بود، اگرچه که این امر موجب نشد که ائتلاف از انتشار نتایج و استناد به آن‌ها در مجامع سیاست‌گذاری خودداری کند. شاید روش‌شناسی به اندازه کافی مهم نبوده باشد زیرا نتایج، کار حمایتی ائتلاف در قبال زنان بی‌خانمان لس‌آنجلس را تایید و تصدیق کرد.

سوگیری پیمایش

پیمایش‌ها ممکن است از نظر روش‌شناسی دقیق باشند، اما سوگیرانه باشند. در تجزیه و تحلیل سیاست‌گرایی وجود دارد که دلیلی برای پیمایش جز توجیه، حمایت یا حمله به سیاست‌های عمومی وجود ندارد. به عبارت دیگر، پیمایش‌ها در تحلیل سیاست بیشتر ابزارهای سیاسی‌اند تا تلاش‌هایی علمی. آیا واقعا کسی باور می‌کند که شخصی با ایدئولوژی محافظه‌کارانه پیمایشی انجام دهد که نشان دهد والدین از برنامه‌های کوپن تحصیلی ناراضی‌اند؟ آیا انجمن بازنشستگان آمریکا (AARP) هرگز آمار ارائه کرده است که نشان‌دهنده مخالفت عمومی سالمندان با خرید داروهای ارزان در کانادا باشد؟ آیا انجمن سیرا واقعا پیمایشی انجام می‌دهد که ثابت کند اکثر مردم گسترش شهری را مشکلی اساسی نمی‌پندارند؟^۳ روشن است که چرا رئیس‌جمهور جرج بوش در سال ۲۰۰۴، به

¹ The Los Angeles Downtown Women's Action Coalition

² Skidrow

³ Sierra club یک سازمان حقوقی حفاظت از محیط زیست در آمریکاست که از اهداف اصلی آن حفاظت از زیستگاه‌های طبیعی است. منظور از Sprawl (گسترش شهری) روند گسترش ناپذیر و پراکنده مناطق شهری به سمت مناطق غیرشهری است که با تخریب محیط زیست همراه است.

پیمایشی استناد کرد که نشان می‌داد ۷۰ درصد از عراقی‌ها از سیاست‌های او حمایت می‌کنند و به همان اندازه واضح است که چرا او پیمایشی را که نشان می‌داد ۷۰ درصد اروپایی‌ها مخالف سیاست‌های او هستند، رد کرد.

فضای بین عینیت و ذهنیت گذراست. به عنوان مثال، منطقه سبز شهری در کانکتیکت، نیوهیون، در سال ۱۹۹۹ پیمایشی انجام داد که طی آن ۹۰۰ نظرسنجی را به شکل پستی یا دستی به صاحبان املاک و کسب‌وکارها فرستاد، که به ۱۳۱ پاسخ و نرخ پاسخ‌دهی ۱۵ درصد منجر شد که منطقه با افتخار آن را در خبرنگارهای به عنوان افزایش ۱۷۳ درصدی پاسخ‌ها نسبت به پیمایش سال گذشته منتشر کرد. به سوال «آیا به طور کلی از تأثیری که منطقه سبز شهری بر مرکز شهر داشته، راضی هستید؟»، ۷۱.۸ درصد «بله» و ۶.۹ درصد «خیر» جواب دادند. به سوال «آیا از زمان ایجاد منطقه در ژانویه ۱۹۹۷ تغییر مثبتی در مرکز شهر احساس/مشاهده کرده‌اید؟»، ۷۰.۲ درصد «بله» و ۷.۶ درصد «خیر» جواب دادند. منطقی است که فکر کنیم منطقه سبز شهری هرگز پیمایشی انجام نداده که بیش از ۷۰ درصد جواب منفی برای هر یک از این سوالات داشته باشد. به نظر می‌رسد که این پیمایش بیشتر درباره حمایت بوده است تا توصیفی تجربی از افکار عمومی.

پیمایش‌های غیردموکراتیک

موضوع نهایی در تحقیق پیمایشی این پیش‌فرض است که بهترین معیار برای هر سیاست عمومی، داشتن مجموعه‌ای از پاسخ‌ها به سوالات پیمایش است. در واقع، پاسخ به پیمایش‌ها جایگزینی برای اشکال دیگر مشارکت دموکراتیک شده است (شرکت در جلسات عمومی، نامه‌نگاری با مقامات دولتی و شرکت در انتخابات). پیمایش یکی از معدود روش‌هایی است که شهروندان می‌توانند از طریق آن دیدگاه‌های خود را در مورد روش‌های جایگزین دفع زباله در یک محل یا پیشنهادی در یک ایالت برای کاهش کسری بودجه با انتشار اوراق قرضه و کاهش خدمات بیان کنند. فرض بر این است که پیمایش‌ها سعی در اصلاح نفوذ نخبگان ثروتمند و گروه‌های ذی‌نفع حرفه‌ای در فرآیند سیاست‌گذاری دارند. به غیر از رای‌دادن، پیمایش‌ها یکی از معدود فرصت‌ها برای افراد محروم و افراد پر مشغله برای تجزیه و تحلیل و شکل‌دادن به سیاست‌های عمومی است. حتی این حس وجود دارد که عمل مصاحبه‌شدن ممکن است احساس بیگانگی یک شهروند با سیاست و حکومت را کاهش دهد (بنسون ۱۹۸۱؛ وب و هاتری ۱۹۷۳).

یکی از مشکلات استفاده از پیمایش‌ها به عنوان ابزاری برای انعکاس دموکراسی، هزینه پایین و منافع محدود برای مصاحبه‌شوندگان است (برینسکی، ۲۰۰۴)؛ پاسخ‌دهندگان با پیمایش‌کنندگان تماس نمی‌گیرند، بلکه پیمایش‌کنندگان و حامیان سیاسی آن‌ها هزینه‌های مشارکت را از طریق ارتباط با مردم و بسیج آن‌ها بر عهده می‌گیرند و آنان را به شکل محدودی از کنش سیاسی مشغول می‌کنند. اما این تنها نیمی از معادله است؛ زیرا پاسخ به نظرسنجی‌ها نیز فعالیتی با منافع پایین است. افراد در آغاز مصاحبه هیچ ارزش افزوده‌ای برای خود در پایان مصاحبه متصور نیستند. به عبارت دیگر، استفاده از پیمایش‌ها در فرآیند سیاست‌گذاری تکیه بر کمترین مخرج مشترک مشارکت دموکراتیک است.

مشکل دیگر این است که واکنش همه پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه‌ها یکسان نیست. در نتیجه، پیمایش‌ها منجر به تقویت نابرابری‌های اجتماعی می‌شوند. پیمایش‌های کمی چندزبانه هستند و بیشتر آن‌ها نیازمند این‌اند که پاسخ‌دهندگان بتوانند اطلاعات بروکراتیک را پردازش کنند. افراد مختلفی از تحقیقات پیمایشی حذف می‌شوند، مانند کودکان، افرادی که در مؤسسات خاصی هستند (زندان‌ها، بیمارستان‌ها و ...) و افرادی که به هر دلیلی زمان یا علاقه به پاسخگویی به سوالات پیمایش ندارند. در مصاحبه‌های تلفنی، خانوار بدون تلفن کنار گذاشته می‌شوند، که این به معنای کم‌ارزش شدن نظرات کسانی است که درآمد کمتر، مشاغل کم‌ثبات‌تر و

ارتباطات گروهی و اجتماعی کمتری دارند (اوسولیوان، راسال و برمر ۲۰۰۴). برای مثال اگر در پیمایشی تلفنی در زمینه سیاست‌های مسکن افراد بدون تلفن حذف شوند، معناداری پیمایش مورد شک قرار می‌گیرد.

نظرسنجی‌ها بیشتر شامل افرادی می‌شوند که دوست دارند نظرات خود را در مورد مسائل بیان کنند. بحثی که وجود دارد این است که فهم منافع عمومی باید فراتر از شمارش نظرات افرادی باشد که از اظهار نظر در مورد هر موضوعی لذت می‌برند. در واقع، یکی از ایده‌های دموکراسی نمایندگی این است که مقامات منتخب و مدیران دولتی مسئولیت دارند که اکثریت بی‌صدا را درک کنند. بی‌شک هدف از پیمایش‌ها این نیست که مردم را مجبور کنند که نظر داشته باشند. در بسیاری از مسائل سیاستی، مردم اطلاعات کافی برای ارزیابی آگاهانه ندارند. به عنوان مثال، اکثر آمریکایی‌ها دربارهٔ قانون «هیچ کودکی بی‌بهره نمی‌ماند»^۱ شنیده‌اند، اما تقریباً از هر ده نفر، هفت نفر اظهار دارند که به اندازهٔ کافی نمی‌دانند تا در مورد این ابتکار آموزشی دولت فدرال نظر دهند.

مشکل نهایی این است که پیمایش‌ها تمایل دارند مسائل پیچیده را به سطحی پیش پا افتاده با عباراتی گیرا و سوالاتی که پاسخ به آن‌ها آسان است، تقلیل دهند. آیا واقعاً برای دموکراسی خوب است که در مورد سیاستگذاری عمومی به ساده‌ترین شکل ممکن فکر شود؟ پیمایش‌های ساده‌انگارانه ممکن است کاری جز ایجاد ترکیبی درهم از ایده‌ها و نظرات که تنها نشان‌دهندهٔ سردرگمی بیشتر مردم است، انجام ندهد. به عنوان مثال، نظرسنجی هرپس^۲ را در نظر بگیرید که در سال ۲۰۰۲ به صورت آنلاین در میان نمونه‌ای در سطح ملی متشکل از ۲۱۱۸ بزرگسال انجام شد. داده‌ها به گونه‌ای وزن‌دهی شدند تا همهٔ بزرگسالان آمریکا را نمایندگی کند. نظرسنجی نشان داد:

- تقریباً همه، ۹۳ درصد از کل بزرگسالان، از «ادامهٔ مبارزهٔ ایالات متحده علیه تروریسم به منظور کشتن یا دستگیری کسانی که حملات ۱۱ سپتامبر را برنامه‌ریزی کرده یا از آن حمایت کردند» حمایت می‌کنند.
- وقتی صحبت از حمایت ایالات متحده از کشورهای دیگر که علیه تروریست‌هایشان می‌جنگند به میان می‌آید، افکار عمومی بسیار مبهم‌تر است. اکثریت معتدل با حمایت ایالات متحده از اسرائیل (۶۳٪) و از بریتانیا در ایرلند شمالی (۵۶٪) موافق‌اند. افکار عمومی در مورد اینکه آیا حکومت ایالات متحده باید از حکومت‌های هند، روسیه یا اسپانیا در برابر کسانی که به آن‌ها در کشمیر، چین و منطقه باسک حمله می‌کنند، تقریباً به طور مساوی موافق و مخالف‌اند. همچنین اکثر مردم (۶۸٪) با حمایت ایالات متحده از حکومت چین در تبت یا «دیکتاتوری غیردموکراتیک، تمامیت‌خواه یا نظامی» (۶۴٪) مخالف هستند.
- ۵۸ درصد از کل بزرگسالان معتقدند که «استفاده از بمب و اسلحه علیه حکومت‌هایی که برای مردم خود حق تعیین سرنوشت با انتخابات آزاد دموکراتیک قائل نیستند» می‌تواند موجه باشد.
- اکثریت ۵۷ درصدی مردم می‌گویند که «مردمی را که برای سرنوشت حکومت‌های دیکتاتوری، نظامی یا غیردموکراتیک می‌جنگند» به عنوان مبارزان آزادی می‌پندارند و تنها ۱۱ درصد آن‌ها را تروریست می‌پندارند.
- وقتی که حکومت به اندازهٔ کافی بد باشد، تقریباً همه فکر می‌کنند که استفاده از بمب و اسلحه علیه حکومت موجه است. وقتی که در مورد تلاش افسران آلمانی برای بمباران و کشتن هیتلر در جنگ جهانی دوم گفته شد، ۸۹٪ از بزرگسالان

^۱ No Child Left Behind قانونی اصلاحی در زمینه آموزش است که سال ۲۰۰۱ امضا شد. هدف اصلی این قانون بهبود کیفیت‌های آموزش و تضمین حقوق همهٔ دانش‌آموزان بر اساس استانداردهای معین است.

^۲ Harris Poll

می‌گویند که «اگر راه دیگری برای مبارزه علیه یک حکومت یا رهبر واقعا بد نداشته باشید، کشتن غیرنظامیان از نظر اخلاقی موجه است.»

نتیجه این نظرسنجی این است که افکار عمومی در مورد اینکه تروریسم چیست، سردرگم است. مشخص نیست که چگونه این اطلاعات به سیاستگذاران یا در این مورد، به پاسخ‌دهندگان کمک می‌کند. تروریسم مقوله پیچیده‌ای است که نیازمند تفکر در مورد بسیاری از رویدادهای تاریخ بشر، سنجش مزایا و معایب اشکال مختلف مشارکت در زمینه‌های مختلف و فهم طیف وسیعی از رفتارهای انسانی است. درک این دشوار است که چگونه ساده‌سازی واقعیت از طریق مجموعه‌ای از پرسش‌ها که نتایج متضادی را به همراه دارند، به بهبود سیاستگذاری عمومی، یکی از اهداف آشکار تحلیل سیاست، کمک می‌کند.

نتیجه‌گیری

این واقعیت که در استفاده از پیمایش‌ها مشکلاتی وجود دارد به این معنا نیست که باید آن‌ها را از فرایند سیاستگذاری حذف کرد. آنچه نیاز است، توجه دقیق‌تر به نحوه استفاده از پیمایش‌ها و درک بهتر روش‌هایی است که ممکن است از آن‌ها سوءاستفاده یا استفاده نادرست شود. به بیان ساده، دانش کلید موفقیت در استفاده موثر است. در این راستا، آموزش‌دهندگان باید تلاش بیشتری صرف بررسی پیمایش‌ها در کتاب‌های تحلیل سیاست و کلاس‌های دانشگاهی نمایند. به ویژه دانشگاهیان، باید از نحوه گزارش نتایج پیمایش‌ها در ژورنال‌های حرفه‌ای آگاه باشند، زیرا آن‌ها به‌طور ضمنی استانداردها را برای قضاوت ارزش پیمایش‌های انجام‌شده در دنیای سیاست و مدیریت تعیین می‌کنند. هنگام ارائه یافته‌های تحقیق پیمایشی، بر همگان واجب است که در توضیح روش‌شناسی خود دقت کنند. دقت ممکن است به کاهش خطاها، افشای سوگیری و نشان دادن نحوه استفاده از نتایج کمک کند. یک گزارش پیمایش که جزئیات نحوه پرسیدن سوالات را نشان می‌دهد، تمام جنبه‌های روش نمونه‌گیری را بیان می‌کند و تحلیل آماری را شرح می‌دهد، به احتمال بیشتری استفاده و فهمیده می‌شود؛ همچنین زمانی که اصول تحقیق پیمایشی به دقت دنبال شوند و از مشکلات مربوط به آن‌ها اجتناب شود، استفاده از پیمایش‌ها در تحلیل سیاست کمتر به شکل نثاندرتالی خواهد بود و احتمال اینکه به سیاست‌های عمومی خوب منجر شود بیشتر خواهد بود.

منابع

- Benson, Paul R. (1981). Political Alienation and Public Satisfaction With Police Services. *Pacific Sociological Review* 24(1): 45–64.
- Berinsky, Adam J. (2004). *Silent Voices: Public Opinion and Political Participation*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Christenson, James A., and Gregory S. Taylor. (1983). The Socially Constructed And Situational Context For Assessment of Public Services. *Social Science Quarterly* 64(2): 264–274.
- Dillman, Don. (2000). *Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method*. New York: Wiley.

- Downtown Women's Action Coalition. (2001). *Downtown Women's Needs Assessment: Findings and Recommendations*.
- Glaser, Mark A., and John W. Bardo. (1994). A Five Stage Approach For Improved Use of Citizen Surveys in Public Investment Decisions. *State and Local Government Review* 26(3): 161–172.
- Green, Josuha. (2002). The Other War Room: President Bush Doesn't Believe in Polling— Just Ask his Pollsters. *The Washington Monthly*, (April).
- Harris Poll. (2004). <http://www.harrispoll.com>
- Kelly, Janet, and David Swindell. (2002). A Multiple-Indicator Approach To Municipal Service Evaluation: Correlating Performance Measurement and Citizen Satisfaction Across Jurisdictions. *Public Administration Review* 62(5): 610–621.
- Lynam, Donald R., Richard Milich, Rick Zimmerman, Scott P. Novak, T. K. Logan, Catherine Martin, Carl Leukefeld, and Richard Clayton. (1999). Project DARE: No Effects at 10-Year Follow-Up. *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 67, No. 4 (August): 590–593.
- Miller, Thomas L., and Michelle A. Miller-Kobayahsi. (2000). *Citizen Surveys: How To Do Them, How To Use Them, What They Mean*. Washington, DC: International City Management Association.
- Nardi, Peter M. (2003). *Doing Survey Research: A Guide to Quantitative Methods*. New York: Longman.
- O'Sullivan, Elizabethann, Gary R. Rassal, and Maureen Berner. (2004). *Research Methods for Public Administrators*. New York: Longman.
- Posavac, Emil J., and Raymond G. Carey. (2003). *Program Evaluation: Methods and Cases*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Project D.A.R.E. (2004). <http://www.dare.com>.
- *St. Paul Pioneer Press*. (2001). Little Support for Public Financing for Twins' Stadium, (November 1), Internet edition.
- Swindell, David, and Janet Kelly. (2000). Linking Citizen Satisfaction Data to Performance Measures. *Public Performance & Management Review* 24(1): 30–52.
- Thompson, Lyke. (1997). Citizen Attitudes about Service Delivery Modes. *Journal of Urban Affairs* 19(3): 291–302.
- Weimer, David L. Weimer, and Aidan R. Vining. (2005). *Policy Analysis: Concepts and Practices*. New York: Prentice Hall.
- Webb, Kenneth, and Harry P. Hatry, H. (1973). *Obtaining Citizen Feedback*. Washington, DC: The Urban Institute Press.