

الحالة الأولى: أخرج للإدلاء بصوتك الاتصالات الهاتفية للتشجيع على التصويت: هل تفلح؟



تقوم دراسة الحالة هذه على "المقارنة بين الأسلوبين التجريبي والتقليدي باستخدام تجربة ميدانية واسعة النطاق في تعبئة الناخبين" وهي من إعداد كيفن أرسينو، وآلان س. غرير، ودونالد ب. غرين، التحليل السياسي 14: 1-36. ونتوجه بالشكر إلى معدي الدراسة لسماحهم لنا باستخدامها وإطلاعنا على بياناتهم.

تمهيد

مرحبا، هل يمكنني التحدث رجاءً إلى جو أيوا؟ أنا مارك شاتلاند من تصويت 2002، وهي حملة غير حزبية تسعى لتشجيع المواطنين على الإدلاء بأصواتهم. نريد فقط تذكيرك بأن الانتخابات سيعقد يوم الثلاثاء. نجاح ديمقراطيتنا يعتمد على ممارستنا لحقنا في التصويت، ولذا نأمل منكم الخروج والإدلاء بصوتكم يوم الثلاثاء. هل أستطيع الاعتماد عليكم في التصويت يوم الثلاثاء؟

خلال الأسبوع الذي سبق انتخابات الكونغرس الأمريكي عام 2002، بذل متطوعو حملة تصويت 2002 جهودهم لتعبئة الناخبين. وخلال ذلك الأسبوع اتصلوا هاتفياً بستين ألف ناخب محتمل وأسمعهم الرسالة المذكورة أعلاه.

هل زادت حملة تصويت 2002 من نسبة الإقبال على التصويت؟ كيف يمكننا معرفة ذلك؟ دراسة الحالة هذه تعالج هذه الأسئلة بفحص أساليب مختلفة قد يستخدمها الناس لتقييم أثر برنامج ما أو مشروع. وعلى الرغم من أن إطار هذه الدراسة يدور حول السياسة الانتخابية بالولايات المتحدة، فإن المسائل المثارة هنا تنطبق أيضاً عند تقييم أثر البرامج الاجتماعية في محيط الدول النامية.

1 - خلفية

الإقبال على التصويت بالولايات المتحدة تاريخياً

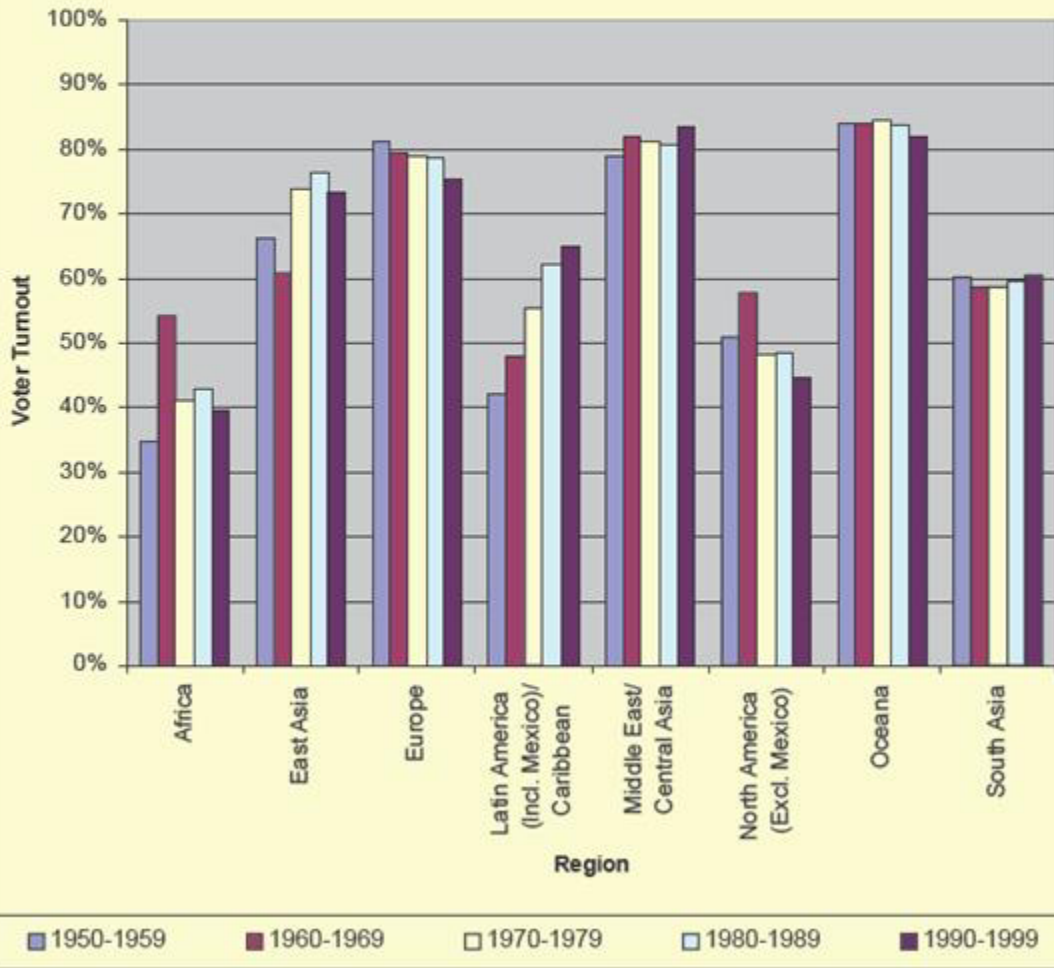
تشهد الولايات المتحدة تبايناً شديداً في نسبة السكان الذين يشاركون في الانتخابات (وهي ما يعرف بنسبة الإقبال). ويرجع الجزء الأكبر من هذا التباين إلى القوانين التي بدلت تعريف من يحق لهم الإدلاء بأصواتهم. ففي عام 1868، بعد الحرب الأهلية، امتدت حدود المواطنة لتشمل "كل من وُلد بالولايات المتحدة أو تجنس بجنسيتها" 1، وسرعان ما تلاها حق التصويت بغض النظر عن "العرق أو اللون أو ظروف العبودية السابقة"، بإقرار التعديل الخامس عشر للدستور. 2 وكان من نتائج هذه التعديلات الدستورية الجديدة أن سجل قرابة مليون شخص من العبيد الذين تحرروا مؤخراً أسماءهم كناخبين. 3 وحصلت النساء على حق التصويت في عام 1920 بفضل التعديل التاسع عشر للدستور. 4 وفي عام 1965، اعتُبرت العراقل التي وُضعت لمنع سكان بعينهم من التصويت غير قانونية بموجب قانون حقوق التصويت. 5 ومنذ ذلك الحين، تراجعت نسبة الإقبال على التصويت تدريجياً، مما يوحي بتنامي اللامبالاة تجاه العملية الديمقراطية. 6

International Voter Turnout

~Voter Turnout in other Democracies~

The decay in voter interest is a concern for many countries. In the more developed countries, voter turnout has been declining in the past half century. Figure 1, below, shows the trend in voter turnout for a number of regions since 1950.⁷

Figure 1



مساعي تعبئة الناخبين

في انتخابات الكونغرس الأمريكي عامي 1998 و 2000، كانت نسبة الإقبال متدنية بشكل خاص. فمن بين السكان في سن الاقتراع بالولايات المتحدة لم يدل سوى 46.6% فقط بأصواتهم في انتخابات عام 2000 لمقاعد الكونغرس (وانتخابات الرئاسة المترافقة معها) بعدما كان التذني قد بلغ مداه في في انتخابات التجديد النصفى السابقة عام 1998 إذ لم يزد على 34.7% و مع اقتراب موعد انتخابات تجديد نصفى أخرى في عام 2002، نظم أفراد من ولايتي أيوا ومشيغان، ممن ألقهم ذلك التذني في نسبة الإقبال على التصويت، حملة تصويت 2002 – وهي جهد من خلال الهاتف لتذكير الناخبين بموعد الانتخابات وحثهم على الإدلاء بأصواتهم. وكان توقعهم، وقد توفر لديهم

العدد الكافي من المتطوعين واتصالهم بما يكفي من الناخبين المحتملين، أن يفلحوا في زيادة نسبة الإقبال بدرجة كبيرة في الولايتين.

غير أن هناك بعض الجدل حول ما إذا كانت الحملات الهاتفية فعالة حقاً. وعلى مدى السنوات الأربعين الأخيرة من تعبئة الناخبين، تراجعت الأساليب التقليدية للحملات الشخصية المباشرة، مثل التدقيق في قوائم الناخبين، لتحل محلها أساليب التسويق الجماهيرية مثل البريد المباشر والاتصالات الهاتفية.8 وشهدت تلك الفترة تناقصاً في عدد المتطوعين بالأحزاب السياسية، وكذلك في عضوية المنظمات غير الحزبية مثل أندية الليونز، والروتاري، والكيوانيز. وفي دراسة أجريت في عام 2000، يخلص ألان غرير ودونالد غرين إلى أن "تراجع التعبئة الشخصية قد أسهم، من وجهة نظر البعض، في تناقص إقبال الناخبين بالولايات المتحدة على الإدلاء بأصواتهم منذ الستينيات."9 ويبدو هذا الطرح مقنعاً بدرجة معقولة. غير أن التزامن ما بين زيادة الحملات الهاتفية وتراجع نسبة الإقبال على التصويت لا يعني أن الحملات الهاتفية هي التي تسببت في تراجع الإقبال. فقد كان من الممكن أن تنخفض نسبة الإقبال أكثر لو أن الاتصال الشخصي المباشر حل محله لأشياء، وليس البريد المباشر والاتصالات الهاتفية. والسؤال الآن: هل يبطيء التسويق الجماهيري على الأقل من سرعة التراجع؟ الجزء التالي يستكشف حقيقة الأمر بطرحه السؤال الأكثر تحديداً: هل كان لحملة تصويت 2002 أثر على نسبة إقبال الناخبين؟.

II – هل أفلحت حملة تصويت 2002؟

حصل أعضاء حملة تصويت 2002 على أرقام هواتف 60 ألف شخص. واتصلوا بهم جميعاً، لكنهم لم يتمكنوا من التحدث إلا إلى نحو 25 ألفاً منهم فقط. وقد سجلوا بدقة ما إذا كان الاتصال بكل شخص قد تم بنجاح أم لا. كما جمعوا بيانات عن عدد أفراد كل أسرة، وأعمارهم، والجنس ذكر أم أنثى، وما إذا كان الناخب من المسجلين حديثاً، ومن أي ولاية أو مقاطعة، ومدى لتنافس بتلك المقاطعة. ومن واقع السجلات الرسمية استطاعوا معرفة ما إذا كان الناخب قد أدلى بصوته فعلاً في انتخابات 2002 أم لا.

موضوع النقاش 1: تحليل بيانات 2002

وافقت حملة تصويت 2002 على إطلاعكم على بياناتها عن الستين ألف أسرة التي اشتملت عليها الحملة. والمطلوب منكم استخدام هذه البيانات لتقييم تأثير حملة تصويت 2002 على مشاركة الناخبين. والمطلوب منكم إمعان النظر في الأسلوبين المذكورين أدناه. وتستطيعون لو شئتم الرجوع إلى الملحق المرفق للحصول على بعض الخلفيات عن تقييم أثر برنامج ما.

الأسلوب الأول – الاختلاف بين نسبة الناخبين الذين أمكن الوصول إليهم والذين تعذر الوصول إليهم
نفترض أن الخمس والعشرين ألف أسرة التي تلقت الاتصال تشكل المجموعة المشاركة وأن الأسر الأخرى الخمس والثلاثين ألفاً (الذين تعذر الوصول إليهم) تمثل مجموعة المقارنة. إذا أردتم معرفة تأثير تلقي الاتصال على نسبة الإقبال على التصويت، يمكنكم تحري ما إذا كان تصويت من تلقوا الاتصال أكثر احتمالاً من تصويت من لم يتلقوا الاتصال. قارنوا بين نسبة من أدلوا بأصواتهم من مجموعة المعالجة وأولئك الذين أدلوا بأصواتهم من مجموعة المقارنة.

سؤال النقاش 1 – ما عسى أن تكون المشكلة في استخدام هذا الأسلوب لتقييم أثر البرنامج؟ هل سيعطيكم قياساً دقيقاً للأثر الحقيقي؟

الأسلوب الثاني – استخدام الانحدار المتعدد لتعويض الاختلافات بين من أمكن الوصول إليهم ومن تعذر الوصول إليهم
لو ارتبتم في أن تكون لدى من تم الوصول إليهم صفات شخصية موروثة تختلف عن صفات من تعذر الوصول إليهم، يمكنكم التعويض عن هذه الاختلافات باستخدام انحدار متعدد المتغيرات كما يلي:
تحديد تكوين المجموعة المشاركة ومجموعة المقارنة كما في الأسلوب الأول. ولتقييم أثر البرنامج نجرى انحداراً يكون فيه "المتغير التابع" متغير صفر/واحد يدل على إدلاء الشخص بصوته أم لا (حيث 0=أدلى بصوته و 1=لم يدل بصوته). و "المتغير المفسر الرئيسي" متغير صفر/واحد يدل على تلقي الشخص للاتصال أم لا (حيث 0=لم يتلق الاتصال و 1=تلقي الاتصال). ويمكن تعويض اختلافات الصفات الشخصية المحتملة باستخدام "متغيرات مفسرة" أخرى مثل السن والجنس وحادثة تسجيل الناخب إلخ. ويمثل المعامل الخاص بالمتغير المفسر الرئيسي (مثل تلقي الاتصال) الأثر التقديري للبرنامج.

ويورد الجدول الأول الأثر التقديري لحملة تصويت 2002 باستخدام كل من هذين الأسلوبين. ويقارن الجدول الثاني بين الصفات المتوسطة لأفراد المجموعة المشاركة ومجموعة المقارنة التي تم استخدامها في هذين الأسلوبين.

سؤال النقاش 2 – بالنسبة للأسلوب الثاني، ناقش ما إذا كان من المنطقي أن نتوقع للأثر التقديري أن يمثل الأثر السببي الحقيقي لحملة تصويت 2002 على مشاركة الناخبين.

سؤال النقاش 3 – لماذا في اعتقادك كان الأثر التقديري باستخدام الأسلوب الثاني أقل من الأثر التقديري باستخدام الأسلوب الأول؟

سؤال النقاش 4 – هل يمكن معالجة نقاط ضعف الأسلوب الأول بأخذ عينة عشوائية من المجموعة المشاركة وعينة عشوائية من مجموعة المقارنة؟

سؤال النقاش 5 – باستخدام البيانات المذكورة أعلاه، هل يمكنك التفكير في أساليب أكثر إقناعاً لتقدير أثر حملة تصويت 2002؟

الجدول الأول: نسبة من أدلوا بأصواتهم، ومن أمكن الوصول إليهم، أو تعذر الوصول إليهم			
نسبة الإقبال من بين الناخبين الذين:			
الأثر التقديري	تعذر الوصول إليهم	أمكن الوصول إليهم	
الأسلوب الأول:			
10.9 pp*	53.6%	64.5%	فارق بسيط
الأسلوب الثاني:			
6.1 pp*			نكوص متعدد

pp = نقطة مئوية

* = هامة إحصائياً عند مستوى 5%

أ: الضوابط تشمل عدد أفراد الأسرة، والسن، وحادثة التسجيل، والمقاطعة، ودائرة مجلس شيوخ الولاية، ودائرة مجلس نواب الولاية، أو من دائرة تنافسية.

الجدول الثاني: خصائص من أمكن الوصول إليهم ومن تعذر الوصول إليهم			
الفارق	تعذر الوصول	أمكن الوصول	
0.06	1.50	1.56	عدد أفراد الأسرة
4.8	51.0	55.8	متوسط الأعمار
2.4 pp*	53.8%	56.2%	نسبة الإناث
-2.3 pp*	9.6%	7.3%	نسبة حديثي التسجيل
0.5 pp	49.8%	50.3%	نسبة الآتين من دائرة تنافسية
8.0 pp*	46.7%	54.7%	نسبة الآتين من أيوا
	34,929	25,043	حجم العينة

pp = نقطة مئوية

* = هامة إحصائياً عند مستوى 5%

موضوع النقاش II: استخدام بيانات فريق العمل

في حال الارتياح بشأن اختلاف الخصائص بين من أمكن الوصول إليهم ومن تعذر الوصول إليهم، يمكن استخدام بيانات فريق العمل – مثل التعقب الزمني للشخص نفسه.

تبين أن فريق العمل في حملة تصويت 2002 كان لديه أيضاً بيانات عن مشاركة كل شخص في الانتخابات السابقة (1998 و 2000). ويفترض أن السلوك التصويتي فيما مضى يمثل مؤشراً قوياً على السلوك التصويتي مستقبلاً. والجدول الثالث يرصد السلوك التصويتي لمجموعة الأشخاص الذين أمكن لحملة تصويت 2002 الوصول إليهم ومجموعة من تم الاتصال بهم ولكن تعذر الوصول إليهم.

سؤال النقاش 1 – كيف يمكن استخدام هذه البيانات المتعلقة بالسلوك التصويتي فيما مضى في تحسين تحريكك؟

سؤال النقاش 2 – بأخذ المعلومات الواردة بالجدول الثالث في الاعتبار، هل تتوقع للأسلوب الذي اقترحت في السؤال السابق أن يسفر عن تقدير أعلى أم أدنى لأثر حملة تصويت 2002 على إقبال الناخبين؟

الجدول الثالث: نسبة من أدلوا بأصواتهم في الانتخابات السابقة من بين مجموعتي من أمكن الوصول إليهم ومن تعذر الوصول إليهم			
نسبة الإقبال في انتخابات 1998 و 2000 و 2002			
الفارق	تعذر الوصول	أمكن الوصول	
10.9 pp*	53.6%	64.5%	ادلوا بأصواتهم في 2002
8.4 pp*	63.3%	71.7%	ادلوا بأصواتهم في 2000
9.0 pp*	37.6%	46.6%	ادلوا بأصواتهم في 1998
1.9 pp*	16.0%	17.9%	الفارق بين 1998 و 2002

pp = نقطة مئوية
* = هامة إحصائياً عند مستوى 5%

موضوع النقاش III: التجريب العشوائي

تبين أن الستين ألف شخص اختيروا عشوائياً من بين نحو مليوني ناخب محتمل. وهذا يمثل العشوائية التي تحدث بالتجارب السريرية، حيث يخصص العلاج/العقار عشوائياً لكي تحصل عليه مجموعة من المرضى دون الأخرى. ويمكننا استغلال هذه العشوائية لتقدير أثر حملة تصويت 2002. والفكرة هي أن الستين ألف شخص الذين اتصلت بهم الحملة (ويطلق عليهم الآن اسم مجموعة المعالجة) يجب أن يكونوا مماثلين تماماً للمليون شخص (ويطلق عليهم الآن اسم المجموعة الحاكمة) في كل شيء (مما يمكن أو يتعذر ملاحظته) باستثناء أن المجموعة الأولى اتصلت بها حملة تصويت 2002. والجدول الرابع يقارن بين المجموعتين (المعالجة والحكمة) من حيث بعض الخصائص الممكنة ملاحظتها. ويقدم الجدول الخامس الأثر التقديري لحملة تصويت 2002 بالمقارنة بين نسبة إقبال الناخبين من مجموعة المعالجة ونسبة الإقبال بين المجموعة الحاكمة.

سؤال النقاش 1 - لاحظ أن المجموعتين تبدوان متماثلتين في الجدول الرابع. هل هذا ما كنت تتوقعه؟

سؤال النقاش 2 - لاحظ أن تقديرات الأثر في الجدول الخامس ليست مؤثرة إحصائياً. وهذه النتيجة تختلف عما أفرزته الأساليب السابقة. ماهي في رأيك الأسباب الكامنة وراء هذا الاختلاف في النتائج؟

ملحوظة فنية: لأسباب ستعرض لها لاحقاً، يحتاج تقدير الأثر المأخوذ من هذا الفارق البسيط إلى تعديل كي نأخذ في الاعتبار أن 35 ألفاً من أفراد مجموعة المعالجة تعذر الوصول إليهم. ويظهر الجدول السادس كلا من المقارنة البسيطة بين المجموعتين - حيث مجموعة المعالجة تتألف من كل من اتصلت بهم حملة تصويت 2002، كما يظهر أيضاً الأثر الضمني للبرنامج بعد إجراء التعديل اللازم لمراعاة حقيقة أنه لم يتم الوصول إلى كل أفراد المجموعة. (ستتعلمون كيفية إجراء هذا التعديل خلال الدورة).

الجدول الرابع: خصائص مجموعة المعالجة والمجموعة الحاكمة			
الفارق	تعذر الوصول	أمكن الوصول	
0.3 pp	56.4%	56.7%	أدلووا بأصواتهم في 2002
-0.4 pp	23.1%	22.7%	أدلووا بأصواتهم في 1998
0.00	1.50	1.50	عدد أفراد الأسرة
-0.2	52.2	52.0	متوسط الأعمار
-0.6 pp	55.2%	54.6%	نسبة الإناث
0.0 pp	11.6%	11.6%	نسبة المسجلين حديثاً

pp = نقطة مئوية
* = هامة إحصائياً عند مستوى 5%

الجدول الخامس: تحليل العشوائية			
نسبة الإقبال من بين الناخبين بالمجموعتين:			
الأثر التقديري	المجموعة الحاكمة	مجموعة المعالجة	
0.2 pp	58.0%	58.2%	الأسلوب الرابع أ: الفارق العشوائي البسيط
0.2 pp			الأسلوب الرابع ب: الانحدار المتعدد العشوائي

pp = نقطة مئوية
* = هامة إحصائياً عند مستوى 5%

خاتمة

الجدول السادس يستعرض تقديرات آثار حملة تصويت 2002 باستخدام الأساليب المختلفة التي توقشت في دراسة الحالة.

الجدول السادس - ملخص تقديرات الأثر	
الأثر التقديري لحملة تصويت 2002	
الأسلوب	
الفارق البسيط	10.8 pp*
النكوص المتعدد	6.1 pp*
اختلافات الفوارق مع بيانات فريق العمل	1.9 pp*
التجريب العشوائي	0.2 pp

pp = نقطة مئوية
* = هامية إحصائية عند مستوى 5%

كما ترون، ليست كل الأساليب تعطي نفس النتيجة. ومن ثم فإن اختيار الأسلوب الملائم يعد امراً بالغ الأهمية. والغرض من هذه الدراسة لم يكن تقييم حملة بعينها لتعبئة الناخبين، بل كان تقييم أساليب التقييم في هذا السياق المعين.

في تحليلنا لحملة تصويت 2002، وجدنا أن من تصادف أن رفعوا سماعة الهاتف كانوا الأكثر احتمالاً لأن يدلوا بأصواتهم في الانتخابات المقبلة (والسابقة). وعلى الرغم من أخذنا في الاعتبار إحصائياً بعض الخصائص الممكنة ملاحظتها، بما فيها الخصائص السكانية (الديموغرافية) والسلوك التصويتي فيما مضى، فقد كانت هناك بعض الفروق الكامنة التي يتعذر ملاحظتها بين المجموعتين، بمعزل عن حملة اخرجوا للتصويت. ولذا فكلما أظهرت الأساليب غير العشوائية أثراً إيجابياً كبيراً، كانت النتيجة تُعزى إلى "انحراف الاختيار" (وهو في هذه الحالة اختيار من رفعوا سماعة الهاتف) لا إلى نجاح حملة اخرجوا للتصويت.

موضوع النقاش V: القابلية للتطوير

انحراف الاختيار مشكلة تنشأ في الكثير من تقييمات البرامج. فكروا في بعض برامج التطوير العشوائية التي سبق وأن قيمتموها، أو شهدتموها. ناقشوا كيف تم اختيار المجموعة المشاركة، وكيف أثر "الاختيار" ربما على إمكانية تقييم الأثر الحقيقي للبرنامج.

ملحق – تقييم التأثير (أو الأثر السببي) للبرنامج

- تقدير الأثر السببي (أو التأثير) لبرنامج أو مشروع ما ينطوي على عقد مقارنة بين النتيجة في حال تنفيذ المشروع وفي حال عدم تنفيذه. ويُشار عادةً إلى الأخيرة باسم **الواقع السببي**.
- **الواقع السببي** يمثل حال المشاركين في البرنامج لو لم يكن هناك برنامج (لو لم يشاركوا، على سبيل المثال، في البرنامج)
 - الواقع السببي لا يمثل حال عالم لا يتلقى فيه المشاركون أي خدمات على الإطلاق، بل حال عالم يتلقى فيه المشاركون الخدمات التي يتلقونها عادةً لو لم يشاركوا في البرنامج موضع التقييم.
- الواقع السببي يستحيل رصده مباشرة
 - ولذا، فإن الهدف الأساسي من تقييم الأثر يمكن اعتباره محاولة **تمثيل** أو **تقليد** الواقع السببي
 - يتم ذلك عادةً باختيار مجموعة أفراد لم يشاركوا في البرنامج
 - يشار عادةً إلى هذه المجموعة باسم **المجموعة الحاكمة** (في حال إجراء تجربة عشوائية) أو باسم **مجموعة المقارنة** (في حال استخدامنا أساليب غير تجريبية لتقدير الأثر)
 - كيفية اختيار هذه المجموعة يُعدّ قراراً بالغ الأهمية في تصميم أي تقييم للأثر
 - الغرض من ذلك هو اختيار مجموعة تماثل تماماً مجموعة المشاركين في كل شيء باستثناء شيء واحد: تعرضهم للبرنامج موضع التقييم
 - الهدف في النهاية هو أن نستطيع أن نعزو اختلاف النتائج بين مجموعة المشاركين والمجموعة الحاكمة/مجموعة المقارنة إلى البرنامج (وليس إلى أي عوامل أخرى)

مراجع

- 1 التعديل الرابع عشر للدستور الأمريكي
- 2 التعديل الخامس عشر للدستور الأمريكي
- 3 إدارة الحقوق المدنية بوزارة العدل الأمريكية، قسم التصويت، مقدمة إلى قوانين حقوق التصويت الفيدرالية، قبل صدور قانون حقوق التصويت، إعادة البناء وتعديلات الحرب الأهلية
http://www.usdoj.gov/crt/voting/intro/intro_a.htm
- 4 التعديل التاسع عشر للدستور الأمريكي
- 5 إدارة الحقوق المدنية بوزارة العدل الأمريكية، قسم التصويت، مقدمة إلى قوانين حقوق التصويت الفيدرالية، قانون حقوق التصويت لعام 1965
http://www.usdoj.gov/crt/voting/intro/intro_b.htm
- 6 ألان غربر، ودونالد غرين، 2000. "آثار الجولات الانتخابية، والاتصالات الهاتفية، والبريد المباشر، على إقبال الناخبين: تجربة ميدانية" *American Political Science Review* 94 (3): 653-663
- 7 المعهد الدولي للديمقراطية والمساعدة الانتخابية:
http://www.idea.int/vt/country_view.cfm?CountryCode=US
- 8 كيفن أرسينو، وإيان غربر، ودونالد غرين 2004. "مقارنة الأسلوبين التجريبي والتماثلي باستخدام تجربة ميدانية واسعة النطاق في تعبئة الناخبين" مسودة أولية
- 9 ألان غربر، ودونالد غرين، 2000: 653