إلى المترشحين مع التحية .. كيف تتعرف على احتياجات الناخبين ؟

نشر في جريدة أخبار الخليج في 3 يوليو 2022

بقلم: الدكتور زكريا الخنجي

لا يكفي أن يكون المترشح من أبناء الدائرة الانتخابية ليعتقد أنه يعرف كل أفراد الدائرة أو أنه يعرف كل احتياجات الناخبين في الدائرة الانتخابية، فمهما كان المترشح قريبًا من بعضهم إلا أن هناك أفرادًا آخرين قد لا يصل إليهم ولا يعرف ما احتياجاتهم، لذلك فعليه أن يصل هو إليهم ولا ينتظر ويقبع في مكتبه أو مقره حتى يأتوا إليه ليتعرف إليهم، وأعتقد – حسب علمي المتواضع – أن السؤال المطروح هنا هو كيف يمكن للمترشح أن يتعرف على احتياجات الناخبين وأهل الدائرة ؟ هو السؤال الأهم الذي يجب أن يعرفه المترشح لتزيد أسهمه في الوصول إلى قبة البرلمان أو مقعد المجلس البلدي، كذلك وبناء على هذه الاحتياجات سوف يتمكن المترشح من كتابة برنامجه الانتخابي بحرفية منهجية ومنطقية.

كيف نتعرف على احتياجات الناخبين ؟

حاول الكثير من العلماء دراسة احتياجات الناس، وظهرت العديد من النظريات والأفكار لتحديد ذلك، وربما من أشهر تلك النظريات والأفكار ما يعرف بهرم إبراهام ماسلو للاحتياجات الإنسانية، والتي حددها في

خمسة احتياجات أساسية، وهي: الحاجات الفسيولوجية، حاجات للأمن، الحاجة للحب والانتماء، حاجات الاحترام والتقدير، وأخيرًا الحاجة إلى تحقيق الذات.

وربما يمكن للمترشح أن يفكر مبدئيًا في هذا الهرم وهذه الاحتياجات، إلا أنها بالنسبة له يجب ألا تكون هي الاحتياجات النهائية، فالمترشح يجب ألا يكتفي بهذه النظرية فقط وإنما عليه أن يسبر غور الدائرة الانتخابية حتى يتمكن من تحديد كل الاحتياجات وبالتالي فإن هذا يمكنه من صياغة احترافية للبرنامج الانتخابي.

مرة أخرى نسأل كيف يمكنه ذلك ؟

وجدنا أن هناك العديد من الطرق، منها ما هو سهل وتقليدي ومنها ما هو صعب إلا أنه منهجي وعلمي وأكثر دقة في العمل والوصول للحقائق، منها استخدام الاستبيان أو الاستبانة، وإجراء اللقاءات المباشرة مع أفراد المجتمع والتعرف على احتياجاتهم من أفواههم.

ويُعد الاستبيان أو الاستبانة أحد أهم وسائل البحث عن المعلومات، وهي تستعمل على نطاق واسع من أجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو اتجاهاتهم، وتأتي أهمية الاستبيان كأدوات لجمع المعلومات، وعلى الرغم مما يتعرض له الاستبيان من انتقادات من أنه غير اقتصادي في الجهد والوقت إذا ما قورن بالمقابلة والملاحظة، إلا أن الاستبيان الذي يتألف من مجموعة من

الفقرات والأسئلة يمكن أن تلخص وتحوي كل من فكرة الملاحظة والمقابلة في عدد بسيط من الأوراق والأسئلة، حيث أن الاستمارة تحتوي على مجموعة من الفقرات يقوم كل مشارك بالإجابة عليها بنفسه دون مساعدة أو تدخل من أحد.

ويجب أن يكون معلومًا أن الاستبانة يجب أن تكتب بطريقة منهجية علمية، بحيث تساهم بطريقة واضحة للحصول على المعلومات المراد الوصول إليها، ومن ناحية أخرى فإنه من المهم ألا تكشف أسرار الناس وحياتهم الشخصية، فالمترشح يريد أن يتعرف على احتياجات الناخبين وليس على حياتهم وأسرارهم.

كما أن الأسئلة التي تدرج في الاستبانة يجب أن:

أ. تكون قصيرة قدر الإمكان.

ب. تكون مرتبة ترتيبًا منطقيا ومتدرجة من العام إلى الأكثر تخصصًا.

ت. تكون واضحة الكتابة مع حسن التنسيق.

ث. يتناول كل سؤال بها فكرة واحدة فقط.

ج. تصاغ الأسئلة بكلمات بسيطة واضحة لا غموض فيها، ولا تحتمل أي معنى آخر غير المقصود منها.

ح. تكون الأسئلة موضوعية، بمعنى خلوها من الاقتراحات الموحية بالإجابة المطلوب ذكرها.

أما المقابلة، فتعرف بلفظ (الاستبار)، وتعني (سبر) واستبر الجرح أو البئر أو الماء أي امتحن غوره ليعرف مقداره، واستبر الأمر جربه واختبره. وتعرف المقابلة بأنها "المحادثة الجادة الموجهة نحو هدف محدد غير مجرد الرغبة في المحادثة لذاتها"، وينطوي هذا التعريف على عنصرين رئيسيين هما: المحادثة بين شخصين أو أكثر في موقف مواجهة، وأن الكلمة ليست هي السبيل الوحيد للاتصال بين شخصين فخصائص الصوت وتعبيرات الوجه ونظرة العين والهيئة والايماءات والسلوك العام كل ذلك يكمل ما يقال. بالإضافة إلى توجيه المحادثة نحو هدف محدد ووضوح هذا الهدف شرط أساسي لقيام علاقة حقيقية بين القائم بالمقابلة وبين المبحوث.

وتُعد المقابلة أداة بارزة من أدوات المترشح، وهي من أهم الوسائل التي يمكن الاعتماد عليها في جمع المعلومات، كما أنها عبارة عن علاقة اجتماعية مهنية دينامية، وتبادل لفظي وجهًا لوجه بين شخصين أو أكثر، فالشخص الأول هو المترشح أو من ينوب عنه وهو القائم بالمقابلة ثم الناخبين الذين يتوقعون المساعدة وبناء علاقة ناجحة في جو نفسي آمن تسوده الثقة المتبادلة بين الطرفين، وهي ترمي إلى جمع المعلومات من أجل إيجاد حل لمشكلة ما.

إذن فالمقابلة ليست مجرد محادثة عادية أو إشباع لرغبة الحديث بين طرفين، بل هي عبارة عن تبادل معلومات وتوظيف خبرات وإبداء مشاعر وإظهار اتجاهات بكل أمانة وصدق.

وكما قلنا في الاستبانة فإن المقابلة أيضًا يجب ألا تأتي بصورة عشوائية، وإنما يجب أن تكون منهجية حتى يمكن الوصول من خلالها إلى الهدف الذي يرغب المترشح الوصول إليه، وهي معلومات عن الدائرة الانتخابية والتي تساعده في كتابة البرنامج الانتخابي كما أشرنا الأسبوع الماضي.

وعلى المترشح أن يضمن للناخب سرية المعلومات التي سوف يقدمها، فالمعلومات المتحصل عليها يجب أن تبقى سرًا بين المترشح والناخب، وتحفظ بأمانة بحيث لا يمكن أن يطلع عليها الأشخاص العاديون والذين ليست لهم علاقة بميدان الاختصاص.

وعلى المترشح – أيضًا – أو من يقوم بالمقابلة أن يكون قادرًا على الاصغاء، لكل كلمة يتفوه بها الناخب وكذلك كل إيماءة أو حركة، لأن كل تلك الأمور يمكنها أن تعطي صورة واضحة لاحتياجات الناخبين.

وإن سارت الأمور بصورة منهجية علمية، فإنه سوف يتراكم لدينا كم كبير من المعلومات، لذلك فإنه من الواجب علينا الآن فرز كل تلك المعلومات وأن يتم تحليلها حتى نصل إلى مجموعة من القضايا التي تهم معظم أفراد الدائرة الانتخابية، فمن الجدير بالذكر اننا من خلال هذا

البحث عن احتياجات الناخبين سوف نواجه العديد والعديد من القضايا الفردية أو حتى الخاصة جداً والتي لا تمس إلا فرداً واحداً أو بضع أفراد من الدائرة، ولكن هذا لا يعني ابداً أن نهمل هذه الاحتياجات أو أن نتخلص منها أو أن نرميها، وإنما يجب أن توضع في مكانها الخاص الصحيح وأن نتعامل معها في اللحظات المناسبة.

أما بالنسبة إلى الاحتياجات التي حظيت بأعداد كبيرة من أصوات الناخبين فإنها عادة ما يكون التركيز عليها مهماً، لأنه يمكن التركيز عليها في البرنامج الانتخابي. ولقد وجدنا أن هناك العديد من الطرق والمنظومات المستخدمة في تحليل هذه النتائج، بعض من تلك الطرق سهلة وبعضها – نوعاً ما – صعبة، لذلك على المترشح أو المستشار الإعلامي أن يحدد الطريقة الأنسب والتي يمكنها أن تُظهر المعلومات المراد الوصول إليها بأفضل صورة.

ثم نأتي بعد ذلك إلى تحديد وترتيب القضايا حسب الأولويات والاحتياجات التي طرحها الناخبون، لتكن مثلاً 10 قضايا أو أقل أو أكثر، وهذا يعني أن تركز الحملة الانتخابية على هذه القضايا مع التركيز الأكبر على قضيتين أو ثلاث فقط مع عدم إهمال القضايا الأخرى.

ويجب أن يلاحظ ونحن هنا نتحدث ونعرض الموضوع بأسلوب بسيط جداً، ان العملية تحتاج من المترشح وفريق العمل الى نوع من الجهد والوقت وخاصة في بحث احتياجات الناخبين، إلا أن هذا الأسلوب هو

الأسلوب المنهجي الذي يمكن الاعتماد عليه، فليس من الحكمة أن نكتب احتياجات الناخبين ونحن في غرف مكيفة مغلقة، أو أن نهمل كل تلك الاحتياجات، أو نعتقد أننا نعرف كل ما يفكر فيه الناخب لذلك فليس من المجدي أن نبحث ونكتب ونحلل، ولسان حال المترشح يقول "أنا ابن الدائرة الانتخابية وأعرف كل ما يريد الناس"، فهذا الأسلوب لم يعد مفيدا اليوم، لأن احتياجات الناس تتغير.

وعندما لا يتم البحث والتقصي عن الاحتياجات بمنهجية علمية فإننا نجد أن معظم البرامج الانتخابية تكون متشابهة، إلا فيما ندر، فالمترشح الفلاني يعود إلى بعض البرامج القديمة لبعض المترشحين الأقدمين ويأخذ من هنا فقرة ومن هناك فقرة، وهكذا حتى يجمع صفحتين أو ثلاث صفحات من البرنامج الانتخابي مجمعة ومقتبسة من عدة برامج الانتخابية، ثم يعمل خليطًا من كل هذا لينتج عنه برنامج انتخابي عشوائي غير منسق كما يقول الأخوة في المثل المصري (سمك، لبن، تمر هندي).

ليس ذلك فحسب وإنما يصر بعض المترشحين على محاولة إرغام الناخبين على قضايا محددة، ربما لا تمت إليهم بصلة، إلا أن الناخب أصبح اليوم يعرف ما يريد وكيف يطالب به، وخاصة في حال وجود أكثر من مترشح في الدائرة فالخيارات متعددة والسوق مفتوح. لذلك فإن على

المترشح أن يبذل الجهد الكافي حتى يحقق حلمه وحلم أفراد الدائرة الانتخابية.