

استبيانات رأي الناخبين- الجزء الأول

شرح تفصيلي للمدربين

الشريحة 1:

مرحبا بكم في الجزء الأول من عرض استطلاعات رأي الناخبين والذي يعتبر وسيلة أخرى من وسائل التواصل التي يمكن أن تستخدمها في حملتك. شُرح هذا الموضوع في سلسلة من أربعة أجزاء نستلها بمقدمة العرض الذي يشرح ما هي استطلاعات الرأي و متى يمكنك استخدامها في حملتك أو حزبك. يدور العرض الثاني حول كيفية وضع الاستبيان، بينما يركز الثالث والرابع علي تخطيط استطلاعات الرأي و تطبيقها. لا تنسا مراجعة القانون قبل أن تبدأ أنشطة استطلاعات رأي الناخبين.

الشريحة 2:

استطلاع الرأي هو عبارة عن نشاط يتم فيه طرح الأسئلة علي مجموعة من الأفراد أو سلسلة من الأسئلة الغرض منها تجميع معلومات عن أكثر الأشياء التي يفعلها الناس أو تشغلهم، ففي مجال السياسة تستخدم استطلاعات الرأي لجمع المعلومات حول أولويات المتطوعين والقضايا التي تشغلهم بالإضافة الي آرائهم السياسية وأمجتهم. تضمن لك الاستطلاعات رأي أيضا التواصل مع الناخبين في صورة محدثة. *لا تنسا مراجعة القانون قبل أن تبدأ أنشطة استطلاعات رأي الناخبين.*

الشريحة 3:

نتعرف هنا في هذا العرض علي "الخطوات الست لتخطيط حملتك"، وتتعلم أن كل حملة تبدأ بمرحلة البحث التي يتم فيها جمع المعلومات التي تحتاجها لتطوير استراتيجية الحملة واتخاذ جميع القرارات المهمة.

الشريحة 4:

من بين المعلومات التي تحتاج الي النظر إليها ما هي أولويات الناخبين حتى تستطيع أن تربط رسالتك بهم .

الشريحة 5:

ستحتاج إلي تحديد أماكن الناخبين المحتملين الذين قد يصوتون لك يوم الانتخابات، حتى تتمكن وضع استراتيجية الاستهداف. وكما أوضحنا في العرض الذي يدور حول استهداف الناخبين أنه يمكنك استخدام الإحصائيات الرسمية المتاحة من أجل التعرف علي ذلك، ويمكنك أيضا عمل استطلاع رأي لبناء قاعدة بيانات لمؤيديك والمصوتين المحتملين وكذلك مؤيدين معارضيك.

الشريحة 6:

تدور الحملات السياسية حول توصيل رسالتك إلي أكبر عدد ممكن من الناخبين المستهدفين مع مراعاة إنفاق أقل كمية من الموارد، مع العلم انها ليست وسيلة تواصل ذات اتجاه واحد حيث يقوم المرشح أو الحزب بتكرار ما يودون توصيله غير منتبهين لما يفكر فيه الناخبين أو ما يشعرونه، فباستخدام استطلاع الرأي ستضمن أن ناخبك سيدعمون تغذية مرجعية عما ستقوله أو تفعله في حملتك، فهذا لن تحصل علي معلومات قيمة فحسب بل ستوسع من رقعة النقاش لتشمل أفراد المجتمع إلي جانب أفراد الحملة ومؤيديك.

الشريحة 7:

وهكذا يمكنك استخدام استطلاع الرأي في تحقيق أهداف مختلفة أو مجموعة من الأهداف، في أي وقت سواء كان قبل أو خلال الحملة أو حين يتم انتخابك لمنصب معين.

الشريحة 8 :

تستخدم استطلاعات الرأي في مرحلة البحث للتخطيط للحملة علي أنها مصدر من مصادر المعلومات المستخدمة في تعريف وتحديد المجموعات المستهدفة، تحديد الرأي العام في القضايا الهامة إلي جانب تحديد التوجهات العامة. كل هذه المعلومات تجنبنا لفرض توقعات خاطئة حول آراء الناخبين بالإضافة إلي توجيهك إلي حسن استخدام مواردك خلال الحملة.

الشريحة 9:

يمكنك استخدام المعلومات التي جمعتها عن طريق استطلاع الرأي في تطوير رسالتك واختبارها.

الشريحة 10:

تستخدم الاستطلاعات رأي خلال مرحلة التواصل مع الناخبين في قياس الدعم الشعبي وفي سماع ما يود الناخبين قوله لتحفيزهم.

الشريحة 11:

يمكنك أيضا جذب انتباه وسائل الإعلام عن طريق نشر بعض النتائج التي تثير الاهتمام أو الاتجاهات التي استنتجها من استطلاع الرأي.

الشريحة 12:

حين يتم انتخابك للمنصب يمكنك استخدام الاستطلاعات رأي في المحافظة علي علاقاتك بدائرتك الانتخابية أو الإنصات إلي ما يفكر فيه الناخبين إزاء السياسات أو الحلول المقدمة، لذا يعتبر إجراء الاستطلاعات الرأي أداة قوية تجعلك أقرب إلي أهدافك، كما انها تساعدك علي فهم إحتياجات الناخبين إلي جانب أنها تسمح للناخبين أن يروا مدي تنظيمك وإصرارك في ما تفعله لمساعدة المجتمع عل النمو.

الشريحة 13 :

الآن يجب أن تعرف الفرق بين أنواع استطلاعات الرأي المختلفة.

الشريحة 14 :

نحن لا نتحدث هنا عن استطلاعات الرأي المحترفة التي تستلزم أسئلة وضع استبيان علمي طويل يحتاج إلي أكثر من ساعة للإجابة عنه بما في ذلك تصنيف عينة المقابلة إلي طبقات اجتماعية، بهدف تعميق فهم الرأي العام حول مواضيع معينة. فاستطلاعات الرأي المحترفة يجريها متخصصون في وكالات التسويق ويمكن للأحزاب السياسية أن تشتري خدماتهم ولكنها مكلفة. ففي الغالب لا تجري الأحزاب مثل هذه الاستطلاعات العلمية بنفسها حيث أنها تتطلب كفاءة وبنية تحتية تعدوا مهارات النشطاء السياسيين المعتادة.

وفي هذه السلسلة ستتعرف علي نوعين من الاستطلاعات التي من السهل علي الحزب أو فروعه تنظيمها وتنفيذها. وبالرغم من أن هذه الاستطلاعات ليست مسوحا علمية إلا إنها أداة قوية تستخدمها الأحزاب في تجميع البيانات وفهم جمهور الناخبين وضمان تحقيق التواصل مع الناخبين.

الشريحة 15:

هناك نوع من استطلاعات الرأي يحتوي علي سؤال إلي ثلاثة أسئلة يتم الإجابة عليها بنعم أو لا. فعلي سبيل المثال، هل تعتقد أن الحكومة قدمت ما يكفي لتوفر فرص عمل في منطقتك؟ أو هل تود أن تزي فرص عمل تخلق بشكل أكبر في مدينتك؟ الإجابة بنعم أو لا تمنحك فكرة واضحة عن آراء الناس في نشاط الحكومة أو احساسهم بإمكانية الوصول إلي وظائف جيدة، ولكن لن تعطيك هذه الإجابات فكرة عن حلول الأفراد المقترحة لإمكانية حل مشاكلهم.

لذا الطريقة الوحيدة التي تستخدم لتطبيق هذا الاستطلاع هي عمل مسح للمنطقة التي تريد عمل تعريف الناخب بها لتري من هم مؤيديك والناخبين القابلين للإقناع وناخبي منافسك. فكيف لك أن تعرف كل هذا؟ عن طريق طرح السؤال البسيط عن الوظائف؟ فإذا كنت أن الحزب الحاكم مثلا، جميع الناخبين الذين سيجيبون عن سؤال هل الحكومة قدمت ما يكفي لتوفر فرص عمل بنعم غالبا ما سيصوتون لك. هذا النوع من الاستطلاعات يمكن استخدامه في فهم آراء الناخبين حول بعض القضايا بعينها، فعلي سبيل المثال، إذا قال السواد الأعظم ممن تمت معهم المقابلة أنهم يفضلون خلق فرص عمل جديدة في منطقتهم، فهذا يعني أن الأفراد يعون هذه المشكلة.

الشريحة 16 :

أما النوع الثاني من الاستطلاعات يحتوي علي 8 الي 15 سوألا تستغرق من 5 الي 10 دقائق للإجابة عليها. هذا الاستطلاع لا يعد بسيطاً مثل سابقه وليس شاملاً أو مفصل مثل استطلاعات الرأي المحترفة. ولكنه يقف بين الاثنين، فبالإضافة إلي اسئلة نعم و لا يمكنك أن تصيف اسئلة الاختيار من متعدد أو الأسئلة ذات الإجابات المفتوحة. يعني أنه يمكنك استخدام هذا استطلاع الرأي في تحديد الناخبين وعمل استطلاعات رأي عن الآراء، كما انها تمكنك من تعميق فهم عن حلول الناخبين المفضلة.

فمثلا عن طريق طرح سؤال "هل تعتقد ان مشكلة المرور في مدينتك يمكن حلها عن طريق":

- أ. وجود إشارات مرور أكثر؟
- ب. وجود مطبات أكثر؟
- ج. رفع الغرامات المرورية؟
- د. فرض إجراءات أكثر صرامة للحصول علي رخصة القيادة؟
- ه. إجابة أخرى

وهكذا يمكنك أن تعرف ما هي الحلول المفضلة لحل هذه المشكلة. هذا النوع الأطول من الاستطلاعات يعتبر وسيلة قوية من وسائل التواصل التي تمكنك من تقوية علاقاتك بالناخبين؟

الشريحة 17:

الآن بما أن لديك فهم أفضل لعمليات المسح وكيفية استخدامها قبل وأثناء وبعد الحملة، انضم إلينا في العروض الثلاثة المقبلة لمعرفة المزيد حول تطوير الاستبيانات وإعداد استطلاعات الرأي وتنظيمها وتطبيقها.