



SERVICE CENTER

مُرْكَزُ خَدَائِقِ الْمُؤْسَمَاتِ غَيْرِ الْحَوْمَيَّةِ

كيفية إعداد وصياغة رسالة دعوة

ضمن سلسلة "الأدلة الإرشادية" التي يصدرها
مركز خدمات المنظمات غير الحكومية

رسالة الدعوة

١. ما هي رسالة الدعوة؟

الرسالة هي عبارة موجزة للتعریف بقضیة الدعوة و هدفها العام ، كما أنها تتضمن ما ننسعى إلى تحقیقه والطريقة التي تتبعها لتحقيق أهداف الدعوة. وحيث أن الغرض من توجیه هذه الرسائل هو حث متألقها على المشاركة بدور إيجابي في مساندة قضیة الدعوة المطروحة، فإنها يجب أن تحتوي على الدور الذي نود منهم القيام به وما تتوقعه منهم تحديداً في هذا الإطار.

الرسالة هي المحور الرئيسي لأنشطة الاتصال والإعلام في عمليات الدعوة، ولا تتحقق فعالية الدعوة ولا تصل إلى أهدافها إلا باكتمال حلقة الوصل بين القائمين بعملية الدعوة وبين الجمهور المستهدف. والرسالة هي مجموع الرموز المكتوبة أو المنطقية أو المرسومة بهدف تعديل اتجاه أو تمرير قرار أو كسب تأييد الآخرين لقضیة ما وإحداث التغيير المرغوب فيه لصالح الفئة المتأثرة/المهتمة بقضیة الدعوة.

يختلف محتوى الرسالة و هيكلها باختلاف الفئة المستهدفة الوصول إليها و باختلاف الهدف المصمم من أجله والمدخل المستخدم لنقل الرسالة . وعليه ، فإن كتابة الرسالة يتطلب حنكة إبداعية و مهارة تعبير عن القضیة محل الدعوة بشكل مقنع و مؤثر يحدث التفاعل بين القائمين بعملية الدعوة والجمهور المستهدف.

٢. ما هي أهمية رسالة الدعوة؟

- الرسالة هي أداة الدعوة ببتعبير عن الهدف الأساسي المراد الوصول إليه .
- تساعد على بلورة موضوع القضیة بشكل واضح ومحدد .
- تساعد على التأثير في الجمهور المستهدف سواء بالإعلام أو الاقناع أو الضغط.
- تساعد على بناء جسور التواصل وال الحوار بين القائمين بحملة الدعوة والجمهور المستهدف من جهة، وبين القائمين بحملة الدعوة وبين القاعدة الشعبية من جهة أخرى.

- ٠ تساعد على حشد الجماهير وبناء قاعدة شعبية واسعة تسعى لتنظيم المجتمع حول موضوع القضية والبدء في رسم استراتيجية منهجية لعملية الدعوة.

عوامل نجاح إعداد رسالة الدعوة

.٣

١. دراسة جيدة لقضية الدعوة وصياغة الهدف المراد الوصول إليه في شكل فكرة أو فكرتين على الأكثر حتى لا تترافق الأفكار ويضل الهدف من الرسالة.

٢. دراسة جيدة للجمهور المستهدف ومعرفة اتجاهاته وخبراته ومعلوماته لصياغة رسالة تتناسب مع ما تم ذكره ورسم استراتيجية تواصل تؤتي بثمارها.

٣. يجب أن تعبر الرسالة بما هو متظر من الجمهور المستهدف بالتحديد حتى يستطيع تخيل الدور المتوقع منه .

٤. أن تحتوي الرسالة على حقائق منطقية وبيانات موثقة كمية وكيفية مما يزيد من ثقة الجمهور المستهدف، كما يجب أن تحتوي الرسالة أيضاً على إستمارات عاطفية مما يزيد من فرص التحريك العاطفي والتأثير المتكامل في الجمهور المستهدف.

٥. أن يشارك في إعداد الرسالة أكثر من طرف يعني إذ أن ذلك يساعد على الشعور بالولاء للقضية موضع الدعوة كما أنه يضمن تعبيرها عن الحاجات الحقيقية لأصحاب القضية وصياغتها بطريقة متسقة مع الهدف منها.

٦. أن يتم اختبار الرسالة مسبقاً مع عينة من الجمهور المستهدف ويتم رصد رد الفعل المرتد لإجراء التعديلات المناسبة على الرسالة حتى تصبح في شكلها النهائي أكثر قبولاً وتأثيراً لدى الجمهور المستهدف.

٧. أن تستخدم القيم المقبولة من ناحية العادات والتقاليد لدى الجمهور المستهدف.
وعلى سبيل المثال يميل الناس في مجتمعنا إلى الاستجابة لقيم الدين والنظام
الاجتماعي، والصحة ، والعدالة، وتوفير الفرص والرعاية.

٤. عناصر رسالة الدعوة

ت تكون الرسالة من خمسة عناصر رئيسية:

أ. المحتوى والأفكار:

وهي الفكرة أو الأفكار التي تود نقلها والمبررات الرئيسية لقضية الدعوة، والحجج والبراهين المستخدمة لإقناع الجمهور المستهدف بالقضية. ويشرط في الرسائل الموجهة إلى أصحاب القرار الإيجاز والدقة والقدرة على الإقناع. كما قد يكون من المفيد الإشارة إلى المصلحة العامة التي يمكن أن تتحقق نتيجة لهذا المقترن . و علاوة على ذلك ، فإن أصحاب القرار وراسمو السياسات عادة ما يريدون معرفة الدور الذي تود منهم القيام به تحديدا ، والأطراف الأخرى المؤيدة لقضيتك.

وبصفة عامة، يجب أن يجيب محتوى الرسالة على الأسئلة الآتية:

١. ماذا ترغب في تحقيقه من خلال جهود الدعوة؟

٢. السبب وراء السعي لتحقيق أهداف الدعوة؟ (مع بيان الآثار الإيجابية للمشاركة في تلك الدعوة والآثار السلبية للإحجام عن المشاركة).

٣. كيف تعتزم تحقيق هذه الأهداف؟

٤. ما الدور الذي تزيد مثلكي الرسالة القيام به في جهود الدعوة؟

ب. أسلوب الرسالة:

ما هي العبارات أو المفردات التي سوف تستعين بها لنقل رسالتك بصورة واضحة وفعالة؟ يفضل استخدام عبارات بسيطة وموজزة وواضحة، كما يجب أن يراعي الأسلوب ثقافة الفئات المستهدفة. ينصح بأن يتم تفادى استخدام المصطلحات الغربية والمركبة حتى لا يصعب على الجمهور المستهدف فهمها ويسهل الاتصال معه.

ج. حامل / ناقل الرسالة:

من الشخص أو الجهة التي يمكن أن يستجيب لها متنقلي الرسالة ويجدها أهلا للثقة؟ يتم اختيار الفرد أو الجهة على أساس ما يتوافر لديه من مصداقية وثقة لدى الجمهور المستهدف ، كما يجب أن تتوافر لديه مهارة اتصال عالية وقدرة على الإقناع والإبداع وحسن التصرف وسرعة البديهة. و يجبأخذ كل من خبرة وثقافة ناقل الرسالة وفقاً للمعلومات المتوفرة على الجمهور المستهدف في الإعتبار حتى لا يكون لناقل الرسالة أي أثر سلبي على محتوى الرسالة أو الهدف المراد منها. بالإضافة إلى ذلك، فإنه من الأهمية أن نزود ناقل

الرسالة بمعلومات وافية عن القضية المطروحة والتي سيعبر عنها بطلاقه وإيجاز. وأخيراً يجب أن يراعى الشكل العام لناقل الرسالة والمظهر الخارجي وتوافقه مع البيئة التي ينقل فيها الرسالة إذ أن ذلك أيضاً له أثر كبير على التواصل بينه وبين الجمهور المستهدف.

وقد يستعان بشخصيات عامة ولامعة في نقل الرسالة من لهم شعبية ومصداقية لدى الجمهور، وقدرة على جذب الضوء الإعلامي لقضية وأنشطة الدعوة، إلى جانب زيادة فرص توسيع القاعدة الشعبية وتوفير التمويل من قبل الجهات المانحة المحلية والدولية على حد سواء. كما يمكن الاستعانة أيضاً بأفراد عانوا من أضرار المشكلة أو القضية موضوع الدعوة.

٥. طريقة نقل الرسالة :

وهي الطريقة التي ستقوم من خلالها بنقل تلك الرسالة وتوجيهها إلى الشخصيات المستهدفة ليكون لها التأثير الإيجابي الذي تأمله. تتعدد طرق نقل رسالة الدعوة وبناء قاعدة الدعم اللازم لها من خلال القنوات أو الوسائل الآتية:

- التعاون مع أجهزة الإعلام الجماهيري على اختلاف أنواعها
- عقد المؤتمرات وحلقات العمل والندوات
- إصدار بيان بموقف المنظمة من القضية المطروحة
- إصدار بيانات بالحقائق حول القضية
- وضع ملصقات في الأماكن العامة
- الرسائل التحريرية : الشخصية ، والمؤسسية ، ورسائل التحالفات
- تنظيم حملات الإقناع الشخصي من خلال المقابلات الفردية
- تنفيذ حملة التماسات بهدف التأثير على صناع القرار

٦. الزمان والمكان :

ما هو الوقت المناسب لتوجيه الرسالة؟ ينبغي أن يكون المكان والزمان مناسبين لنقل الرسالة بحيث يدعم مصداقية الرسالة ويعظم من تأثيرها الإيجابي ويوفر فرص كسبها، مثل على ذلك الرسائل التي تسبق الحملات الانتخابية والمؤتمرات العامة.

٥. خطوات إعداد الرسالة واختبارها

١. أدرس موضوع القضية والهدف المطلوب الوصول إليه في إطار جماعة تضم مختلف الأطراف المعنية وإستخرج من القضية أكثر من نموذج رسالة تعبر عن الهدف المقصود من عملية الدعوة. يفضل أن يؤخذ في الاعتبار توسيع شكل الرسالة بحيث تكون في شكل كلمات أو رسم أو صورة أو شعار أو موسيقى أو مزيج منها تبعاً لتنوع قناعة نقل الرسالة.
٢. قم باختيار وتوجيه أكثر من شخص لنقل الرسالة كما ذكر سالفاً ودربيهم أكثر من مرة على توصيلها قبل تكليفهم بذلك.
٣. أستعن بذوي الخبرة أو التجارب الناجحة في هذا المجال بالتحديد أو إسع إلىأخذ رأيهم فيما يخص شكل ومضمون الرسالة وفي ناقل الرسالة أيضاً.
٤. اختبر كل نموذج مع عينة من الجمهور المستهدف وراقب رد الفعل اللفظي وغير اللفظي وقم بتسجيل النتائج فورياً حتى لا تنفلت منك أي ملاحظة. إن لم يظهر الجمهور المستهدف رد فعل واضح قم بسؤاله بشكل صريح عن رد فعله، وحاوره إذا تتطلب ذلك لتصل إلى شكل ومضمون رسالة فعال.
٥. قم بمقارنة الرسائل المختلفة من حيث درجة التقبل والتأثير ، وقم أيضاً بمقارنة أداء ناقل الرسالة بشكل مباشر أو غير مباشر عن طريق قياس مدى قوّة إقناعه وتأثيره. إذا كانت الرسالة مكتوبة فارصد رد فعل الجمهور المستهدف عن طريق إجراء مسح أو استفتاء بعدى.
٦. قم بإجراء التعديل المطلوب في شكل أو مضمون الرسالة (أو كلاهما) في ضوء نتائج الدراسة القبلية لاختبار الرسالة وذلك للوصول إلى رسالة فعالة ومؤثرة.

٦. التحديات المتوقعة في مجال نقل رسالة الدعوة وكيفية التعامل معها

كيفية التعامل معه	التحدي المتوقع
- إعادة تحليل الجهات المستهدفة للتأكد من حسن تصنيفها ، و صياغة الرسالة بأسلوب يقنع الجهات المستهدفة بأهميتها واتفاقها مع مصالحهم.	الاتفاق الظاهري من قبل الجهات المستهدفة في حين عدم افتتاحه مع محتوى الرسالة و هدفها.
متابعة ما يطرأ من تغيير في موافقهم وتعديل الرسالة مرة أخرى حتى يتسمى لهم الاهتمام بها ووضعها على جدول أعمالهم. قد تل JACK في بعض الأحوال إلى استبدال الجهات المستهدفة إلى أخرى قد تكون أكثر توافقاً.	تغير موافق الجهات المستهدفة بتغيير مصالحهم.
ال усили إلى تدريب ناقل الرسالة بحيث يتسم بمزيد من الموضوعية ويضع الاحتمالات المختلفة للاستجابة على نقل الرسالة وكيفية التعامل مع كل استجابة.	عدم قدرة ناقل الرسالة على التأثير في الجمهور المستهدف للدعوة.
ال усили إلى التخطيط الدقيق لنقل الموضوعات محور الجدل واختيار ناقليها من المتحدثين الذين لديهم درجة عالية من حسن التصرف ومهارة الاتصال والكياسة للخروج من المواقف الصعبة و اختيار الكلمات الملائمة لذلك. هذا بالإضافة إلى ضرورة إجراء عرض تجريبي مع عينة من الجهات المستهدفة.	أن يكون هناك نوع من المخاطرة إذا كانت القضية مثيرة للجدل فتحول صورة القائمين على نقل الرسالة إلى مثيري شغب و راغبين في اختلال الأوضاع القائمة.
ال усили للحصول على فرص تعفيهم من الدفع أو تخفيض الأسعار أو تنمية موارد لذلك الهدف. إذا فشلت تلك الاحتمالات فربما نضطر إلى تغيير طريقة نقل الرسالة.	قد تكون طرق نقل الرسالة لجمهور العام باهظة التكاليف أحياناً بشكل يصعب على القائمين على الدعوة تحملها (وسائل الإعلام الجماهيري).
مزيد من الدعم والمساندة من قبل الجهات الشريكة أو الفئات المهتمة و عمل فاصل من الوقت لإعادة نقل الرسالة وأن يستغل هذا الوقت في برامج الدعم المعنوي للقائمين على قضية الدعوة ونقل الرسالة	الشعور بالإحباط و يأس القائمين على نقل و متابعة رسالة الدعوة إذ أنها لا تؤتي بثمارها أو أنها تؤتي بنتائج ضعيفة لا تشجع على الاستمرار
الاستعانة بأخصائيين في موضوع الدعوة وخاصة بأخصائيين قانونيين للتأكد من الصياغي السليمة قانوناً، هذا إلى جانب بناء علاقات جيدة مع تلك الجهات و كسب ثقتهم.	قد تثير الرسالة تحفظ بعض الجهات المعنية و تعرض ناقليها للمساءلة القانونية

٧. هنال

أ. محتوى مقترن للرسالة

رسالة موجهة إلى أحد أصحاب القرار

"لم تحرز برامج محو الأمية التي تمت خلال العقود الأربع السابقة سوى قدر ضئيل من النجاح ، ولن يكون لهذه البرامج أي أثر إيجابي في خفض معدلات الأمية إذا لم يرتفع معدل الإقبال على فضول محو الأمية. وحتى يتحقق ذلك يجب تنفيذ برامج تثقيفية لأفراد المجتمع حول أهمية هذا الموضوع. لذا فإن تخصيص جزء مناسب من ميزانية الدولة من أجل دعم مثل تلك البرامج التثقيفية لأفراد المجتمع من شأنه أن يحدث تغييراً وتقدماً كبيراً" في بلادنا وما نطلب منكم هو تحديد موعداً لعقد اجتماع مع سيادتكم لمناقشة هذا الأمر".

ب. أسلوب الرسالة

- الإيجاز والدقة والقدرة على الإقناع.
- التأكيد على أن تأييد المستهدف من الرسالة لقضية المطروحة من شأنه أن يؤدي إلى دعم موقفه السياسي ومكانته الاجتماعية.
- الإشارة إلى ما سيعود على المصلحة العامة من عائد نتيجة لهذا المقترن.

ج. ناقل الرسالة

يلعب ناقل الرسالة دوراً كبيراً في مدى تأثيره على الشخص المستهدف. يجب أن تتوفر في ناقل الرسالة الصفات الآتية:

- سابقة ناجحة في الاتصال بصانعي القرار.
- لباقة وقدرة جيدة على العرض والإقناع.
- من الشخصيات الموثوقة فيها.
- يحظى بالمصداقية لدى أفراد المجتمع وصانعي القرار.
- يتمتع بشخصية تسويقية ومظهر حسن.

ع. طرق نقل الرسالة

- عقد سلسلة من الاجتماعات الرسمية وغير الرسمية.
- عقد حلقات نقاشية غير رسمية خلال الاجتماعات الدينية أو السياسية أو الاجتماعية أو اجتماعات رجال الأعمال.
- الرسائل التحريرية : الشخصية ، والمؤسسة ، ورسائل التحالفات.
- عقد الاجتماعات مع الشخصيات المستهدفة لتعريفهم بقضية الدعوة وهدفها الرئيسي.
- تقارير الحقائق.
- الكتب و النشرات الدعائية.
- عروض الفيديو القصيرة.
- الرسومات التوضيحية باستخدام الكمبيوتر.
- العروض التوضيحية باستخدام الشرائح الصوتية أو الشفافيات.
- المقالات الصحفية أو الإعلانات.
- التغطية الإعلامية والإذاعية.

هـ. الزمان والمكان

- قبل حملة انتخابية يشترك فيها صانع القرار أو بعد نجاحه مباشرة
- عقب تصريح مباشر له بتأييد القضية
- قبل التقييم السنوي مباشرة (إن وجد)
- حين ظهوره في لقاء عام أمام المستفيدين من القضية

ملحوظة خاصة بأهمية التدريب على نقل الرسالة:

يعد التدريب على تنفيذ العرض أمام مجموعة من الزملاء أو الأصدقاء من أساليب التحضير الجيد لتنفيذ عرض ناجح ومؤثر. فليقم زملاؤك بتمثيل دور أصحاب القرار المشاركون في الاجتماع ، حيث يقومون بطرح بعض الأسئلة وعليك الإجابة عليها كاملة.

خطوات عرض الرسالة بشكل فعال

- قم منذ البداية بتحديد النقاط التي تود عرضها خلال الاجتماع.
- اختر الموضوع والهدف الرئيسي للدعوة وضعه دائماً نصب عينيك عند توجيه رسالتك الحاضرين.
- اذكر السبب وراء عقد هذا الاجتماع أو القضية أو المشكلة التي تعمل على مواجهتها من خلال جهود الدعوة وأذكر السبب وراء أهميتها للمناقشة.
- اعرض على المشاركين الدور الذي تود منهم القيام به كمشاركة منهم فيما يبذل من مجهودات في هذا المجال.
- تذكر دائماً أنه لا يجب أن تطلب منهم القيام بأكثر من عمل واحد في نفس الوقت إلا إذا أظهر أحدهم رغبته في ذلك لشدة اهتمامه بموضوع الدعوة وهدفها الرئيسي.
- إذا كنت تقوم بنقل رسالة إلى مجموعة، ورأيت أن الاجتماع قد تحول إلى شكل من أشكال المناقشة الجماعية ، فإنه بذلك يعد فرصة جيدة للوقوف على آراء المشاركين ومقرراتهم وأفكارهم بشأن تلك القضية، فعليك أن تشارك في تلك المناقشات بجدية، مع الاستعداد للتفاوض ، ولكن عليك منذ البداية تحديد إلى أي مدى يمكن تقبل الحلول الوسط مع الآخرين.
- حاول أن تربط بين الموضوع الذي تناقشه وإحدى القضايا التي من شأنها جذب اهتمامهم . فأنكر مثلاً كيف يمكن من خلال تحقيق هدف الدعوة مساعدة الناس في المنطقة التي ينتمي إليها.
- إذا استعنت ببعض الرسوم التوضيحية يجب أن تكون سهلة ومبسطة وواضحة وحاول ألا تستعين بالكثير منها. ويفضل أن يكون لديك دليل خاص بما تعرض له فهذا من شأنه مساعدتك في تنفيذ عرض ناجح ومؤثر.

قائمة مراجعة يسترشد بها عند إعداد رسالة الدعوة

- هل قمت بدراسة جيدة لقضية الدعوة التي تتشد صياغة رسالتها وكسب التأييد لها؟
- هل وثقت معرفتك بهذه القضية بإحصاءات وبيانات كمية وكيفية وحقائق منطقية تساعد على الإقناع برسالة الدعوة وزيادة نسبة مصدقيتها؟
- هل قمت بدراسة الجمهور المستهدف ومعرفة خبراته وثقافته واتجاهاته لصياغة رسالة مناسبة له؟
- هل تبنيت أسلوب المشاركة للاتفاق حول محتوى الرسالة وأسلوبها؟
- ما هي المعايير التي اتخذتها لإختيار ناقل رسالة جيد؟
- هل حددت جيداً من تبغي توصيل الرسالة إليه؟ وكيف سيتم نقلها؟
- ما هو الزمان والمكان الأنسب لنقل رسالة الدعوة؟
- هل قمت بعمل اختبار أولى لنقل الرسالة؟ وهل أجريت التعديل المطلوب إذا تطلب الأمر ذلك؟
- هل خططت لتدبير الموارد الذي قد تحتاجها عملية نقل رسالة الدعوة إلى الجهات المعنية والفنان المستهدفة؟

جدول للإشتراك به عند إعداد الرسالة

	الجمهور المستهدف
	الدور المتوقع من الجمهور القيام به
	محتوى الرسالة (الموضوعات الرئيسية)
	صياغات الرسالة
	الأشخاص المسؤولين عن نقل الرسالة
	توقيت ومكان عرض الرسالة