



SERVICE CENTER

مركز خدمات المنظمات غير الحكومية

كيفية إعداد وصياغة رسالة دعوة

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

رسالة الدعوة

1. ما هي رسالة الدعوة؟

الرسالة هي عبارة موجزة للتعريف بقضية الدعوة وهدفها العام ، كما أنها تتضمن ما نسعى إلى تحقيقه والطريقة التي نتبعها لتحقيق أهداف الدعوة. وحيث أن الغرض من توجيه هذه الرسائل هو حث متلقيها على المشاركة بدور إيجابي في مساندة قضية الدعوة المطروحة، فإنها يجب أن تحتوي على الدور الذي نود منهم القيام به وما نتوقعه 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 المنطوقة أو المرسومة بهدف تعديل اتجاه أو تمرير قرار أو كسب تأييد الآخرين لقضية ما وإحداث التغيير المرغوب فيه لصالح الفئة المتأثرة/المهتمة بقضية الدعوة.

يختلف محتوى الرسالة وهيكلها باختلاف الفئة المستهدف الوصول إليها و باختلاف الهدف المصممة من أجله والمدخل المستخدم لنقل الرسالة . وعليه ، فإن كتابة الرسالة يتطلب حنكة إبداعية ومهارة تعبير عن القضية محل الدعوة بشكل مقنع ومؤثر يحدث التفاعل بين القائمين بعملية الدعوة والجمهور المستهدف.

2. ما هي أهمية رسالة الدعوة؟

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

- 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 تتزاحم الأفكار ويضل الهدف من الرسالة.
٢. دراسة جيدة للجمهور المستهدف ومعرفة اتجاهاته وخبراته ومعلوماته لصياغة رسالة تتناسب مع ما تم ذكره ورسم استراتيجية تواصل توتي بثمارها.
٣. يجب أن تعبر الرسالة عما هو مننظر من الجمهور المستهدف بالتحديد حتى يستطيع تخيل الدور المتوقع منه .
٤. أن تحتوي الرسالة على حقائق منطقية و بيانات موثقة كمية وكيفية مما يزيد من ثقة الجمهور المستهدف، كما يجب أن تحتوي الرسالة أيضاً على إستمالات عاطفية مما يزيد من فرص التحريك العاطفي والتأثير المتكامل في الجمهور المستهدف.
٥. أن يشارك في إعداد الرسالة أكثر من طرف معني إذ أن ذلك يساعد على الشعور بالولاء للقضية موضع الدعوة كما أنه يضمن تعبيرها عن الحاجات الحقيقية لأصحاب القضية وصياغتها بطريقة متنسقة 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

تتكون الرسالة من خمسة عناصر رئيسية:

أ. المحتوى والآنكار :

وهي الفكرة أو الأفكار التي تود نقلها والمبررات الرئيسية لقضية الدعوة، والحجج والبراهين المستخدمه لإقناع الجمهور المستهدف بالقضية. ويشترط في الرسائل الموجهة إلي أصحاب القرار الإيجاز والدقة والقدرة علي الإقناع. كما قد يكون من المفيد الإشارة إلي المصلحة العامة التي يمكن أن تحقق نتيجة لهذا المقترح . و علاوة علي 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 تريد متلقي 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 وموجزة وواضحة، كما يجب أن يراعي الأسلوب ثقافة الفئات المستهدفة. ينصح بأن يتم تقادي 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 متلقي 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 يجب أخذ كل من خبرة وثقافة ناقل الرسالة وفقاً للمعلومات المتوفرة على الجمهور المستهدف في الاعتبار 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 بطلاقة 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 ممن لهم شعبية ومصداقية لدى الجمهور، وقدرة على جذب الضوء الإعلامي لقضية وأنشطة الدعوة، الى 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.

د. طريقة نقل الرسالة :

وهي الطريقة التي ستقوم من خلالها بنقل تلك الرسالة وتوجيهها إلي الشخصيات المستهدفة ليكون لها التأثير الإيجابي الذي تأمله. تتعدد طرق نقل رسالة الدعوة وبناء قاعدة الدعم اللازمة 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

هـ. 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، مثال 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 تنوع شكل الرسالة بحيث تكون في شكل كلمات أو رسم أو صورة أو شعار أو موسيقى أو مزيج منها تبعاً لتنوع قناة نقل الرسالة.

٢. قم باختيار وتوجيه أكثر من شخص لنقل الرسالة كما ذكر سالفاً ودرّبهم أكثر من مرة على توصيلها قبل تكليفهم بذلك.

٣. أستعن بذوي الخبرة أو التجارب الناجحة في هذا المجال بالتحديد أو إسع إلى أخذ رأيهم فيما يخص شكل ومضمون الرسالة و في ناقل الرسالة أيضاً.

٤. اختبر كل نموذج مع عينة من الجمهور المستهدف وراقب رد الفعل اللفظي وغير اللفظي وقم بتسجيل النتائج فورياً حتى لا تتفقت 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 و التأثير ، وقم أيضاً بمقارنة أداء ناقل الرسالة بشكل مباشر أو غير مباشر عن طريق قياس مدى قوة إقناعه وتأثيره. إذا كانت الرسالة مكتوبة فارصد رد فعل الجمهور المستهدف عن طريق إجراء مسح أو استفتاء بعدي.

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.

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

التحدي المتوقع	كيفية التعامل معه
الاتفاق الظاهري من قبل الجهات المستهدفة في حين عدم اقتناعه مع محتوى الرسالة وهدفها.	- إعادة تحليل الجهات المستهدفة للتأكد من حسن تصنيفها ، و صياغة الرسالة بأسلوب يقنع الجهات المستهدفة بأهميتها و اتفاتها مع مصالحهم.
تغير مواقف الجهات المستهدفة بتغير مصالحهم.	متابعة ما يطرأ من تغيير في مواقفهم وتعديل الرسالة مرة أخرى حتى يتسنى لهم الاهتمام بها ووضعها على جدول أعمالهم. قد نلجأ في بعض الأحوال إلى استبدال الجهات المستهدفة إلى أخرى قد تكون أكثر توافقاً.
عدم قدرة ناقل الرسالة على التأثير في الجمهور المستهدف للدعوة.	السعي إلى تدريب ناقل الرسالة بحيث يتسم بمزيد من الموضوعية ويضع الاحتمالات المختلفة للاستجابة على نقل الرسالة وكيفية التعامل مع كل استجابة.
أن يكون هناك نوع من المخاطرة إذا كانت القضية مثيرة للجدل فتتحول صورة القائمين على نقل الرسالة إلى مثيري شغب وراغبين في اختلال الأوضاع القائمة.	السعي إلى التخطيط الدقيق لنقل الموضوعات محور الجدل واختيار ناقلها من المتحدثين الذين لديهم درجة عالية من حسن التصرف ومهارة الأتصال والكياسة للخروج من المواقف الصعبة واختيار الكلمات الملائمة لذلك. هذا بالإضافة إلى ضرورة إجراء عرض تجريبي مع عينة من الجهات المستهدفة.
قد تكون طرق نقل الرسالة للجمهور العام باهظة التكاليف أحياناً بشكل يصعب على القائمين على الدعوة تحملها (وسائل الإعلام الجماهيري).	السعي 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.
الشعور بالإحباط ويأس القائمين على نقل ومتابعة رسالة الدعوة إذ أنها لا تؤتي بثمارها أو أنها تؤتي بنتائج ضعيفة لا تشجع على الاستمرار	مزيد من الدعم والمساندة من قبل الجهات الشريكة أو الفئات المهمة وعمل فاصل من الوقت لإعادة نقل الرسالة وأن يستغل هذا الوقت في برامج الدعم المعنوي للقائمين على قضية الدعوة ونقل الرسالة
قد تنثير الرسالة تحفظ بعض الجهات المعنية وتعرض ناقلها للمساءلة القانونية	الاستعانة بأخصائيين في موضوع الدعوة وخاصة بأخصائيين قانونيين للتأكد من الصياغة السلمية قانوناً، هذا إلى جانب بناء علاقات جيدة مع تلك الجهات وكسب ثقتهم.

٧. مثال

أ. محتوى مقترح 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 فصول 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 تغييرا" وتقدما كبيرا" في بلادنا وما نطلبه منكم هو تحديد موعدا لعقد اجتماع مع سيادتكم لمناقشة هذا الأمر".

ب. أسلوب الرسالة

- الإيجاز والدقة والقدرة علي الإقناع.
- التأكيد على أن تأييدالمستهدف من الرسالة للقضية المطروحة من شأنه أن يؤدي إلي دعم موقفه السياسي ومكانته الاجتماعية.
- الإشارة إلي ما سيعود علي المصلحة العامة من عائد نتيجة لهذا المقترح.

ج. ناقل الرسالة

يلعب ناقل الرسالة دورا كبيرا في مدي تأثيره علي الشخص المستهدف. يجب أن تتوفر في ناقل الرسالة الصفات الآتية:

- سابقة ناجحة في الاتصال بصانعي القرار.
- لباقة وقدرة جيدة على العرض والإقناع.
- من الشخصيات الموثوق 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 اجتماعية أو اجتماعات رجال الأعمال.
- الرسائل التحريرية : الشخصية ، والمؤسسية ، ورسائل التحالفات.
- عقد الاجتماعات مع الشخصيات المستهدفة لتعريفهم بقضية الدعوة وهدفها الرئيسي.
- تقارير الحقائق.
- الكتيبات والنشرات الدعائية.
- عروض الفيديو القصيرة.
- الرسومات التوضيحية باستخدام الكمبيوتر.
- العروض التوضيحية باستخدام الشرائح الضوئية 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 زملائك بتمثيل دور أصحاب القرار المشاركين في الاجتماع ، حيث يقومون بطرح بعض الأسئلة وعلبك الإجابة عليها كاملة.

خطوات عرض الرسالة بشكل فعال

- قم منذ البداية بتحديد النقاط التي تود عرضها خلال الاجتماع.
- اختر الموضوع والهدف الرئيسي للدعوة وضعه دائما نصب عينيك عند توجيه رسالتك الحاضرين.
- اذكر السبب وراء عقد هذا الاجتماع أو القضية أو المشكلة التي تعمل علي مواجهتها من خلال جهود الدعوة وأذكر السبب وراء أهميتها للمناقشة.
- اعرض علي المشاركين الدور الذي تود منهم القيام به كمشاركة منهم فيما يبذل من مجهودات في هذا المجال.
- تذكر دائما 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 علي آراء المشاركين ومقترحاتهم وأفكارهم بشأن تلك القضية، فعليك أن تشارك في تلك المناقشات بجدية، مع الاستعداد للتفاوض ، ولكن عليك منذ البداية تحديد إلي أي مدي يمكن تقبل الحلول الوسط مع الآخرين.
- حاول أن تربط بين الموضوع الذي تناقشه وإحدى القضايا التي من شأنها جذب اهتمامهم . فأذكر مثلا كيف يمكن من خلال تحقيق هدف الدعوة مساعدة الناس في المنطقة التي ينتمي إليها.
- إذا استعنت ببعض الرسوم التوضيحية بيجب أن تكون سهلة ومبسطة وواضحة وحاول ألا تستعين بالكثير منها. ويفضل أن يكون لديك دليل خاص بما تعرضه فهذا من شأنه مساعدتك في تنفيذ عرض ناجح ومؤثر.

قائمة مراجعة يسترشد بها عند إعداد رسالة الدعوة

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

جدول للإسترشاد 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