

رسالة الحملة - الجزء الثاني

صياغة الرسالة

شرح تفصيلي للمدربين

الشريحة:1

هذا هو الغرض الثاني التابع لسلسلة العروض التقديمية التي تتناول رسالة الحملة، ففي التقديم الأول ناقشنا ما يمكن تضمينه في رسالة الحملة وما الذي لا يستحسن تضمينه، أما في هذا التقديم والتقديم الذي سوف يليه فسنركز على كيفية تطوير الرسالة، محددين الخطوات التي تتضمنها تلك العملية كما سنقدم أدوات مفيدة لتستخدم أثناء عملية تطويرها. سنتعلمون كيف تطورون بيان موجز وقوي يضع حجج لإقناع الناخب بالاسباب التي طبقا لها عليه أن يدعم مرشحك أو قائمة حزبك.

وقبل أن نبدأ، ننصح بتحميل ورقة عمل الرسالة من على موقعنا الإلكتروني. يمكنك القيام بالتدريبات بينما تستمع للتقديم، ولتيسير العمل يمكنك توقيف العرض عند كل جزء مشروح أو بعد انتهاء كل عرض تقديمي من العروض الخاصة بهذه السلسلة.

الشريحة:2

يمكن شرح عملية تطوير الرسالة في أربع خطوات بسيطه: #

الشريحة:3

صياغة الرسالة،#

الشريحة:4

تحسينها وتنقيحها باستخدام أداة تسمى صندوق الرسالة، #

الشريحة:5

مقارنتها بتلك التي صاغها خصومك، وأخيرا #

الشريحة:6

التحقق من الرسالة إذا ما كانت تتوفر فيها الخصائص المميزة للرسالة الجيدة. #

الشريحة:7

وسنقوم في هذا الغرض التقديمي بشرح الخطوة الأولى. #

الشريحة:8

تكمن الخطوة الأولى في صياغة الرسالة في محاولة إجابة أهم سؤال سياسي، وهو: ما الذي سيجذب أي شخص ليصوت لي وليس لخصمي؟

ومن بين أفضل الطرق للقيام بذلك هو إتباع منهج إيجابي، يطرح الاسباب التي من أجلها يصوت أي شخص للمرشحين. ويمكن عمل هذا من خلال الإجابة على الثلاث أسئلة التالية: #

الشريحة:9

- لماذا ترشح نفسك؟ #

الشريحة:10

- ما الذي ستفعله حين تصل لذلك المنصب؟ والسؤال الأخير#

الشريحة:11

- لماذا أنت المرشح الأكثر تأهيلا؟ #

الشريحة:12

أما إن كان إختياركم سلك نهج مختلف فننصح بالتركيز على الأسباب التي ستجعل الناخب لا يمتنع عن إعطاء صوته لخصمك. ويعد هذا النهج هام جدا في السباق الانتخابي بين مرشحين إثنين أما في حالة تعدد المرشحين فعادة يكون النهج الأول هو الأكثر فعالية والتحدث بإيجابية عن مرشحك أو قائمتك الحزبية. فالنقطة الرئيسية هي إنك تريد الناس أن يركزوا عليك بدلا من البدائل الأخرى المتاحة لهم.#

الشريحة:13

أما الأسئلة الثلاث المطروحين في النهج الإيجابي سالف الذكر فهم يميلون لإيضاح عدة أمور، من بينها#

الشريحة:14

دوافع المرشحين

الشريحة:15

والاولويات

الشريحة:16

والمؤهلات الخاصة بالمرشح، ولا يوجد ترتيب أمثل للإجابات المقدمه فالأكثر أهمية هو أن تعطي الرسالة حجج واضحة وموجزة بهدف بث#

الشريحة:17

الثقة

الشريحة:18

والرؤية. فمن الممكن أن تتعدد الأسباب وراء ترشيح مرشح أو أسباب إعتقاده بأنه المرشح الأكثر تأهيلا لهذا المنصب، كما يحتمل أن يكون لديه قائمة طويلة من الأولويات للعمل عليها عند وصوله لذلك المنصب، ولكن التحدي يكمن في أن تقرر أي حجج يستخدم. وتذكر، لا تكون الرسالة أطول من 60 ثانية كما يجب أن تكون فعالة، ويجب أن تتماشى مع إهتمامات المصوتين المستهدفين. #

الشريحة:19

لا تنسى أن التواصل الناجح لا يتعلق بما ستقوله ولكن بما يريد الناس سماعه.#

الشريحة:20

وهناك تحدي آخر ستواجهه وهو أن المصوتين سيتلقون رسائل من منافسين آخرين في الانتخابات. ومن أجل أن تكون رسالتك مقنعة، لا تكفي بتضمين أفضل الإجابات فحسب وإنما عليك أن تختارها بعناية لتفسر دوافعك وأولوياتك ومؤهلاتك، كما عليك أيضا أن تضع في اعتبارك ما سيقوله المنافسون الآخرون. #

الشريحة:21

وفي الأداة المقدمة والتي أسميناها "صندوق الرسالة" وستساعدك على القيام بذلك.#

الشريحة:22

كما ترى على الشاشة - يوجد أربع خانات عليك ملؤهم:#

الشريحة:23

- ما الذي تقوله عن نفسك?#

الشريحة:24

- ما الذي يقوله خصومك عن انفسهم?#

الشريحة:25

- ما الذي يقوله عنك؟#

الشريحة:26

- ما الذي تقوله عنهم؟

بحيث تعكس كل من هذه الخانات الأنواع المختلفة من الرسائل التي سيستمع إليها المصوتين أثناء فترة الحملة: #

الشريحة:27

• لماذا عليهم أن يصوتوا لك #

الشريحة:28

• لماذا عليهم أن يصوتوا لخصومك #

الشريحة:29

• لماذا عليهم عدم التصويت لخصومك #

الشريحة:30

• لماذا عليهم عدم التصويت لك.

فالهدف هو تشكل وصياغة رسالتك حتى تكون الأسباب المقدمه لناخبيك ليدعموك أقوى من الأهداف التي يقدمها خصومك لهم. وبعبارة أخرى – نحن نستخدم صندوق الرسالة لسرد كل الخيارات الممكنة، ثم نحللهم ونرى أيا منهم الأفضل ونتخذ قرار نهائي بما سنستخدمه وما لا يستخدم في رسالتنا.

وها هي الطريقة التي نتبعها – فلنتمرن سوياً! #

الشريحة:31

أنظر إلى صندوق الرسالة في ورقة العمل الخاصة بك. الخطوة الأولى هي أن تقوم بملء خانة "ما الذي تقوله عن نفسك؟" أكتب جميع الرسائل الإيجابية الممكنة الممكن إستخدامها ثم قم بكتابة جميع مزايا مرشحك أو قائمتك الحزبية. وقد تكون تلك القائمة طويلة جداً، وبما إنك ليس لديك الوقت الكافي لإطلاع ناخبيك علي جميعها فعليك أن تنتقي القليل من بينها لتتحدث عنها إلى الناخبين. #

الشريحة:32

والآن أملا خانة "ما الذي يقوله عن أنفسهم؟" بالرسائل الإيجابية التي يستخدمها خصومك. ولتقوم بهذا بدقة، يجب أن تستمع لخصومك بانتباه وفهم كيف فسروا دوافعهم وأولوياتهم ومؤهلاتهم.

وبعد قيامك بهاتين الخطوتين، انظر إلى الرسائل الإيجابية التي حددتها لنفسك ولخصومك، وأطرح السؤال التال وحاول أن تجيب عليه: إذا سمع الناخبين كلا القائمتين، فلاي منهما يصوتون؟

وكما ذكرنا من قبل، سيتعرض الناخبون أيضا إلى رسائل سلبية يرد بها أسباب تمنع دعمهم لبعض المرشحين. ستساعدك كلتا الخانتين الأخرتين في صندوق الرسالة من توقع ما يمكن أن يقوله عنك خصومك والأشياء السلبية التي من الممكن أن تقولها عنهم. حاول أن تملأ هذا القسم في ورقة العمل الخاصة بك الآن. #

الشريحة:33

يتطلب قيامك بعمل قائمة تضم جميع الأشياء السلبية الوارد أن يقولها خصمك عنك الجدية الشديدة، فهو تشكل اعتراف بنقاط ضعفك لمساعدتك على مواجهتها. فبمعرفة نقاط ضعفك، يمكنك معرفة كيفية حماية نفسك وتحويل نقاط ضعفك الى نقاط قوة. ولشرح كيفية القيام بذلك، فإذا كان مرشحك شاب تغيب عنه الخبرة، فيمكنك توقع إستخدام تلك النقطة ضده. فيمكنك عندها تحييدها قبل حتى أن يتحدثوا عنها عن طريق تقديم الشباب باعتبارهم طاقة جديدة من شأنها جلب منظور نحتاج إليه في السبابة. وبهذه الطريقة إذا قام خصمك بنشر فكرة عدم التصويت لمرشحك كونه شابا، فستدور العبارة التاليه في أذهانهم: "نعم ربما كان شاب ولكن هذا ما نحتاج إليه بالضبط في السياسة حاليا. #

الشريحة:34

أما الخطوة الأخيرة وهي أن تقوم بسرد إجابات تجيب عن السؤال التالي: لما على المصوتين ألا يعطوا أصواتهم لخصومك؟ أملاً الخانة الأخيرة في ورقة العمل، وذلك بتضمين كل نقاط الضعف المتعلقة بخصومك التي تستطيع كتابتها. قد تكون قائمة طويلة للغاية – وعليك إذا إختيار بعض هذه السلبيات يكون من شأنها إضعاف الرسالة الإيجابية الخاصة بخصمك.

ومن الهام أن نؤكد هنا أن هذا النهج بعيد كل البعد عن الحملات السلبية. فقد صمم هذا الجزء في صندوق الرسالة ليساعدك على تذكر نقاط ضعف خصومك، وبذلك ستستطيع مقارنة نفسك بشكل أفضل مع منافسيك والرد على أي بيانات سلبية يقولونها عنك. وللقيام بذلك، حدد جميع نقاط الضعف التي من الممكن أن تفكر فيها – وستقرر لاحقاً عن كيفية إستخدامها وما إذا كنت ستستخدمهم من عدمه. وفي الواقع فهناك العديد من الطرق لجذب الانتباه إلى نقاط ضعف خصمك دون ذكرها بشكل مباشر. #

الشريحة:35

وعليك أن تتذكر أنه لا يوجد داعي للحديث عن خصمك إذا كنت تتقدم عليه، ففي كل مرة تذكر فيها اسم خصمك فإنك وبشكل غير مباشر تمنحه دعاية مجانية، حتى إذا كنت تذكر سلبياته. وإن إضطرت للتحدث عن خصمك، فأختر منافسيك على أصوات مجموعتك المستهدفة ممن لديهم فرص حقيقية للفوز بالإنتخابات. فليس هناك حاجة الى أن تتحدث أو تذكر الخصوم الأقل شعبية فبذلك اسمائهم تزيد من شعبيتهم بين جمهور من يستمعون لك. #

الشريحة:36

بعد قيامك بملء الأربع خانات الخاصة بصندوق الرسالة، ستحتاج للنظر الى ما كتبتة وإجابة الأسئلة الآتية: #

الشريحة:37

- هل رسالتك أقوى من رسالة خصمك؟ و#

الشريحة:38

- هل الأسباب التي قدمتها للمصوتين ليدعموك أقوى وأكثر إقناعاً من حجج خصمك؟

فلننظر إلى مثال من صندوق الرسالة في الحملة الخيالية بين ندا ومحمد. #

الشريحة:39

تقول ندا: "ستستطيع عن تعتمد على ندا في أن تكافح من أجلك"، وتقول عن محمد: #

الشريحة:40

"محمد لن يكن إلى جانبكم حين نحتاجون إليه" ويقول محمد عن نفسه: #

الشريحة:41

"يستطيع محمد أن يجمع الناس لإنجاز الأعمال" ويقول عن ندا: #

الشريحة:42

"ندا تكافح ولكنها لا تستطيع إنجاز مهامها".

يبين لك هذا المثال ميزة عظيمة لصندوق الرسالة – ففي الحقيقة الأربع صناديق متوازية مع بعضها البعض. فنذا تريد أن تقدم نفسها باعتبارها شخص لا يمل العمل من أجل راحة ومنفعة المجتمع، في حين إنها تتوقع أن يهاجم خصمها هذه النقطة عن طريق الحديث عن كونها تكافح مع الجميع ولكنها لا تحقق شيئاً في النهاية. وبذلك قد تستطيع أن تحول نقد خصمها الى نقطة قوة لديها بقول أن أي شخص يستطيع الاعتماد عليها لتكافح من أجله وفي نفس الوقت تقول عن محمد أنه لن يقف بجانب أحد حين يحتاجوه، وبذلك ستلغي الثقة في رسالته الإيجابية بأنه يقوم بانجاز الأعمال. #

الشريحة:43

تطوير الرسالة هي عملية تتطلب عدة ساعات وأكثر من محاولة واحدة، ويجب عليك أن تستمر في العمل حتى تحصل على رسالة رابحة.

قبل أن تنتقل إلى العرض التقديمي التالي ضمن سلسلة رسالة الحملة، حاول ان تكتب رسالتك في ورقة العمل. وحين تفرغ من ذلك، أنضم إلينا لتتعلم المزيد عن كيفية تنقيح واختبار رسالتك! #