

خطوات وضع الرسائل الرئيسية

1. جمع المعلومات الأساسية. استعرض محتوى المواد المبينة ذات الصلة المستخدمة في سياقك وفعاليتها، وكذلك ابحث في الرسائل المتعلقة بالعنف المبني على النوع الاجتماعي الفعالة المستخدمة في أجزاء أخرى من العالم. اتصل بمنظمات أو مجموعات أخرى، مثل شبكة الوقاية من العنف المبني على النوع الاجتماعي لمعرفة المعلومات التي صدرت مؤخراً.

2. إنشاء فريق لتصميم الرسائل. حدد أعضاء الفريق المعني بالعنف المبني على النوع الاجتماعي، وأصحاب المصلحة الرئيسيين بما في ذلك قادة المجتمع، وممثلات عن النساء والفتيات، إلخ) وغيرهم من الأشخاص المناسبين للمساعدة في تصميم الرسائل ونقاط الحوار ومواد الاتصال. خص وقتاً لاستضافة حلقة عمل للتصميم حتى يتسنى للمهنيين المعنيين بالعنف المبني على النوع الاجتماعي وأصحاب المصلحة الاجتماع والمشاركة في عملية وضع الرسائل وتصميمها. ادع مصممي غرافيك، أو خبراء في مجال الإعلام، أو كليهما إلى ورشة العمل الخاصة بالتصميم ممن يمكنهم المساهمة بأفكار ووجهات نظر تتعلق بالوصول إلى الجمهور.

3. تحديد المحتوى الأساسي. تحديد المحتوى الذي ينبغي إدراجه في مواد الإعلام والتثقيف والاتصال الرئيسية باستخدام المعلومات التي تم جمعها والنتائج المرجوة المحددة.

اطرح الأسئلة الآتية للمساعدة في تحديد المحتوى الأساسي:

- ما هي التغييرات أو الإجراءات التي نسعى إليها فيما يتعلق بالوقاية من العنف المبني على النوع الاجتماعي؟
- لم يجب على المجتمع المحلي اتخاذ هذا الإجراء؟
- ما هو المحتوى الأساسي والإجراءات الأساسية الأكثر إلحاحاً أو التي ينبغي جعلها أولوية؟
- ما هي الرسائل الأكثر ملاءمة للقادة لإيصالها؟
- ما الذي يجب تجنبه أو التصدي له في تاريخ لاحق؟

4. صياغة الرسائل الرئيسية. تكون الرسائل الفعالة واضحة ودقيقة وجذابة. وتتضمن كل رسالة نقطتين أو أكثر. وينبغي صياغة الرسائل من حيث الفائدة. ارجع إلى القائمة المرجعية التالية لتصميم الرسائل لمساعدتك في توجيه وضع الرسائل⁶

اجعل الرسائل بسيطة:

- اجعل الرسائل سهلة الفهم.
- اجعلها قصيرة (بسيطة ومباشرة - خير الكلام ما قل ودل).
- تجنب استخدام لغة اصطلاحية (استخدم كلمات ومصطلحات معروفة)
- اجعل الرسائل تركز على مشكلة محددة.
- اجعلها عملية المنحى ومركزة على الحلول.
- اجعل الرسائل أو نقاط الحوار جذابة ومثيرة للاهتمام.

معرفة الجمهور:

- خاطب قيم الجمهور وأعرافهم ومعتقداتهم.
 - خاطب احتياجات الجمهور وأولوياتهم من حيث صلتها بالعنف المبني على النوع الاجتماعي.
 - ضع في اعتبارك الأسلوب الأكثر جاذبية للجمهور.
- دعوة الجمهور إلى التوصل إلى استنتاجاتهم:
- لا تقدم جميع التفاصيل.
 - اسمح للجمهور باستخدام عمليات التفكير الخاصة بهم.
- تقديم بدائل أو حلول إيجابية:
- ابقِ تركيز الرسائل على الفوائد أو السلوكيات الإيجابية عوضاً عن استخدام أساليب التخويف أو العنف الدرامي لإحداث المزيد من التأثير.
 - قدم سلوكيات ومواقف وقيم إيجابية بديلة.
- أخيراً، خاطب عواطف الناس . الهدف من جعل الرسائل «عاطفية» هو حث الجمهور على الاهتمام - فعندئذ على الأرجح سيتخذون الإجراءات اللازمة. وأفضل طريقة لفعل ذلك هي مخاطبة الأشياء التي تهمهم أو تحفزهم حقاً.⁷
5. الاختبار المسبق للرسائل. تبادل الرسائل الرئيسية مع مجموعة صغيرة من الأشخاص لمعرفة ردود أفعالهم وآرائهم. جهز نُسخ الاختبار من الرسائل. (انظر النشرة الإرشادية: الاختبار المسبق للاتصال)
- الاختبار المسبق للرسائل.
- الهدف من الاختبار المسبق هو الإجابة عن الأسئلة التالية:
- ← هل المادة/الرسالة مفهومة بسهولة وبصورة صحيحة ؟
 - ← هل الصور واللغة ملائمة ثقافياً واجتماعياً ؟
 - ← هل الرسالة ذات صلة بالجمهور المستهدف ؟
 - ← هل تتضمن الكثير من المعلومات أم القليل من المعلومات ؟
 - ← هل المصدر مناسب وموثوق ؟
 - ← هل المواد تعجب الجمهور المستهدف ؟
 - ← هل سيتخذ الجمهور المستخدم إجراءات بناءً على المواد ؟
 - ← هل سيتحدثون عنها مع أصدقائهم ؟
 - ← هل هناك أي شيء يمكن أن يغضب الجمهور أو شخص في مجتمعهم المحلي ؟
- نقح الرسائل بناءً على نتائج الاختبار المسبق وآراء الفرق.
 - ضع الصيغة النهائية للرسائل استعداداً لوضع المواد.

يمكن أن يصاب الناس بالارتباك بسرعة بسبب الرسائل المختلطة وتشبعهم بأنشطة متعددة تستهدف مجموعة من القضايا المختلفة. وسيتيح التنسيق مع القطاعات الأخرى وضع خطة متماسكة وشاملة قد تحظى بقبول أفضل من قادة المجتمع المحلي.