



צ'קליסט לבניית מסר

שלב 0: אל תגיבו מהבטן

כשאנחנו מגיבים מהבטן, המסרים שלנו מדויקים פחות ואנחנו פגיעים יותר לניסיונות התגרות של הצד השני. בכל מצב של בניית מסר, בין אם יזום או תגובתי, לפני שמתחילים – עוצרים, מתכננים, ורק אז לוחצים על "שלח".

שלב 1: הגדירו מטרה

מה המטרה של המסר שלכם? מה הוא נועד לעשות? כשאתם עונים על השאלה, שאלו את עצמכם "למה?" כמה פעמים עד שתגיעו למטרה המדויקת ביותר שאתם מסוגלים להגדיר. ככל שהמסר שלנו מדויק יותר, כך גדל הסיכוי שהוא ישפיע.

בשלב זה, מומלץ לבדוק אם אתם **מגיבים** או **יזמים**. גם במקרים של תגובות, ניתן ליזום פעולה אקטיבית שתפעל כנגד האירוע שאליו אתם מגיבים. ככל הניתן, תמיד נרצה ליזום פעולה משלנו, ולא רק להתנגד. **התנגדות היא תמיד חלשה מיוזמה.**

שלב 2: דעו את הקהל

מי הקהל שלכם? במה הם מאמינים? האם הם תומכים בכם, אדישים, או מתנגדים? מה הבסיס הרגשי והרציונלי לעמדה שלהם? מה הם יודעים עליכם? מה הם יודעים על הנושא? ככל שתדעו יותר על הקהל שלכם, תוכלו להתאים אליו את תוכן ההצגה בצורה טובה יותר. אל תפחדו להשקיע זמן בהבנת הקהל – זה תמיד משתלם בהמשך.

שלב 3: איך אתם נתפסים?

איך הקהל רואה אתכם? מה התדמית שלכם? מה בתדמית שלכם מועיל למסר שלכם ומה מזיק? אם התדמית שלכם מזיקה לכם, נסו למצוא דרך להשפיע עליה באמצעות המסר. בעוד שמסר בודד לא ישנה את התדמית שלכם באופן קבוע, אתם כן יכולים למסגר את עצמכם באופן שונה במקרה הספציפי הזה.

שלב 4: הרכיבו תמונת מצב

עכשיו שאתם יודעים מה העמדה של הקהל בנושא הרלוונטי ואיך אתם נתפסים, הרכיבו תמונה מלאה של המצב באמצעות הכלים הבאים:

- **הכוחות הפועלים** – מלבד הקהל שלכם ואתם, אילו כוחות נוספים מעורבים בסיטואציה, איזה תפקידים הם משחקים, וכיצד הם משפיעים על העמדות?
- **יסודות מוסריים** – מסביב לאיזה יסוד מוסרי בנויה הסיטואציה? מה היסודות המוסריים הרלוונטיים עבור הקהל שלכם? (פגיעה / הוגנות / נאמנות / ציות / טוהר)
- **רגש דומיננטי** – מה הרגשות הדומיננטיים בקהל, ואיך הם משפיעים על העמדה שלו? (פחד / כעס / התלהבות / עצב / אדישות)
- **שפה** – אם יש צד שני שפועל נגדכם, באיזו שפה הוא משתמש? האם ואיך השפה שלו מחזקת את המסר?



שלב 5: הגדירו את המסר

הגדירו את המסר המדויק שלכם על פי תמונת המצב, ובאמצעות הכלים הבאים:

- **איך / אז מה?** – בדקו אילו ערכים שונים יכולה העמדה שלכם לקדם, ובחרו את הערך המתאים ביותר למצב ולקהל שלכם – זה הערך שיעמוד בבסיס המסר שלכם. מומלץ להשתמש גם בעקרונות היסודות המוסריים כדי לבחור את היסוד המוסרי המתאים ביותר לקהל שלכם.
- **הפעלה רגשית** – בחרו את הרגש המתאים ביותר עבור הקהל שלכם ונסו לוודא שהמסר שמפעיל אותו.
- **מסגור עצמי** – נסו לבנות מסר שמשפיע על התדמית שלכם באופן שיגדיל את הסיכוי שיקשיבו לכם.
- **שימוש בעמדת הקהל** – אם אתם יכולים להשתמש בעמדות הקהל לטובת המסר שלכם, המסר שלכם יתחזק.

כשסיימתם להגדיר את המסר, צמצמו אותו לכדי משפט אחד קצר: זה ראש החץ של המסר שלכם.

שלב 6: הוסיפו אלמנטים משכנעים

עכשיו שיש לכם מסר מרכזי, נסו להוסיף אליו אלמנטים שיהפכו אותו למשכנע יותר:

- **פער בין רצוי למצוי** – ציירו תמונת עתיד חיובית (אך לא מופרכת) מנקודת המבט של הקהל שלכם, והבהירו איך העמדה שלכם מקרבת את המציאות למצב הרצוי.
- **הימנעו מהתנגשות חזיתית** – ודאו שהמסר שלכם לא תוקף עמדות בסיס (או זהויות) שהקהל שלכם לא יוכל לוותר עליהן.
- **הישארו פרקטיים** – אל תציעו הצעות שלא ניתן ליישם במציאות הנוכחית; הקהל שלכם יזהה את זה מיד.
- **דייקו את השפה** – ודאו שאתם לא מחבלים בעמדה שלכם בגלל השפה שבה אתם משתמשים.

שלב 7: צפו להתנגדות

נסו להבין כיצד הצד השני יגיב למסר שלכם ומה יהיו נקודות ההתנגדות המרכזיות, והשתמשו בכלים שהוצגו למעלה כדי להכין תשובות מראש. בכל מצב של דו-שית, נסו לפרק התנגדויות באמצעות שאלות ממוקדות ולא באמצעות ירי של טיעונים.

שלב 8: דבקו במסר שלכם

המסר שלכם מוכן – זה הזמן להתחיל להשתמש בו. במהלך הדרך, גורמים אחרים ינסו להסיט את הדיון למחוזות אחרים – אך אם המסר שלכם טוב, כמעט תמיד יהיה עדיף עבורכם לדבוק בו ולא להיכנס למלכודת של ויכוח ראש בראש עם הצד השני. אם יש ספק – חזרו על שלב 5.