

# زیر دعویت

پویش زنجیره دعوت

سفیر دعوت به مشارکت در انتخابات باشیم



## مقدمه

با بررسی شرایط انتخابات و مطابق با برخی نظرسنجی‌ها، درصد قابل توجهی از مردم، در این دوره از انتخابات رأی نخواهند داد. مسائل اقتصادی، بی‌اعتمادی به مسئولین و نامیدی از روی کار آمدن دولتی توانمند از دلایل اصلی این مسئله بیان شده است.

در حقیقت مجموعه ناکارآمدی‌ها طی یک دهه اخیر، افرادی را که تصمیم به رأی‌ندادن گرفته‌اند، مصمم کرده است. پیش‌بینی می‌شود مسائلی که در دوره‌های قبل باعث اقناع جمیع از مردم برای شرکت در انتخابات می‌شود (مانند شور انتخاباتی و فضاهای رسانه‌ای عمومی، میتینگ‌ها، سخنرانی‌ها و...) در این دوره، امکان غلبه بر این تصمیم را نخواهند داشت.

همان‌طور که می‌دانید اغلب مردم در هر دوره فارغ از سوگیری‌های سیاسی و جناحی، تصمیم به رأی‌دادن یا ندادن می‌گیرند و این بخش، بزرگترین درصد از جامعه را شامل می‌شوند. برای این افراد، مسائل اقتصادی یکی از مهم‌ترین فاکتورهایی است که این روزها آنها را مصمم به رأی‌دادن کرده است، از طرفی جریانات سیاسی در دوره‌های مختلف، از خود کارآمدی لازم برای حل مشکلات را نشان ندادند، لذا امیدی هم به تغییر وضعیت خود با روی کارآمدن دولتی دیگر ولو در جناح مقابل، ندارند.

این نکات، مارا به این نتیجه می‌رساند که فعالیت‌های مرسوم انتخاباتی که در رسانه‌های عمومی انجام می‌گیرد، از برنامه‌های صداوسیما گرفته تا مستندهای انتخاباتی، فضای شهری و تبلیغات محیطی و حتی شبکه‌های اطلاع‌رسانی مجازی، چندان توان تغییر نظر این قشر را نخواهد داشت. حال سؤال اینجاست که باید چه کاری انجام داد تا تأثیرگذار بود؟! پاسخ به این سؤال نقطه شروع بحث ما در این متن است.

راهکار این است که بدنه انقلابی و مردمی در این انتخابات جدی‌تر وارد عرصه شوند و به عنوان یک مبلغ مؤثر نقش آفرینی کنند چرا که این دقیقاً همان کاری است که هر زمان در بزنگاه‌های مختلف به درستی انجام گرفت، مشارکت بالای مردم و نتیجه مطلوب انتخاباتی را حاصل کرده است (رجوع به تجربه انتخابات سال ۸۴).

حال با چه مدلی می‌توان این کار را شکل داد؟ آیا با چسباندن پوستر در سطح شهر توسط مردم و یا فوروارد محتواهای رسانه‌ای در گروه‌های مجازی و خانوادگی، تغییر نظر مردم حاصل می‌شود؟ جواب اکثر کارشناسان «خیر» است. با مسائلی که در مقدمه متن بیان شد، ما باید از این حرکات شکلی که صرفاً منجر به شور انتخاباتی می‌شود عبور کرده و در نقطه تأثیر بنشینیم؛ جایی که بیش از همه، احتمال تغییر نظر افراد را محتمل می‌کند یعنی «روابط فردی».

در این دوره باید تاجای ممکن از کمیت این تبلیغ‌ها بکاهیم و با انتخاب هوشمندانه مخاطب خود، وقت خود را صرف افرادی کنیم که امکان تغییر نظر آنها وجود دارد. مهمترین فاکتور انتخاب، افرادی هستند که با وجود تفاوت نظر در انتخابات، نسبت به ما حس اعتماد دارند. ممکن است این اعتماد به خاطر روابط خانوادگی با بستگان و یا دوستان باشد و یا ممکن است به سبب خدماتی که از طرف ما به آنها داده شده، شکل گرفته باشد.

اگر هر کدام از ما ۸ نفر از افرادی را که بیشترین احتمال تأثیر را بر آنها می‌دهیم انتخاب کنیم و سپس تمام تلاش خود را برای اقناع آنها صرف کنیم، می‌توانیم چند میلیون رأی جدید را به مشارکت در انتخابات اضافه کنیم. در یک نگاه حداقلی، اگر از بدن رأی ۱۶ میلیون نفری سال ۹۶، تنها یک میلیون نفر با این روش همراه شوند و هر کدام فقط یک نفر را برای شرکت در انتخابات قانع کنند، یک میلیون نفر به مشارکت در انتخابات اضافه خواهد شد.

با توجه به رویکردی که آقای رئیسی در تبلیغات انتخاباتی پیش گرفته‌اند (مانند کمک به محرومین به جای تبلیغات گران‌قیمت، عدم نصب بنرهای بزرگ شهری، راه‌اندازی پویش هر خانه یک ستاد و...)، هدف در این پویش تنها دعوت به «حضور حداکثری همه مردم به مشارکت در انتخابات» است، نه صرفاً رأی دادن به آقای رئیسی، لذا متن پیش رو با این رویکرد نگاشته شده است.

## چرایی پویش

علاوه بر مسائلی که در مقدمه بیان شد، در اینجا به چند جنبه مثبت دیگری که در این طرح به وقوع می‌پیوندد به صورت مختصر اشاره می‌شود.



## حذف فرصت طلبان انتخاباتی

عموماً تأمین هزینه‌های ستادهای انتخاباتی توسط باندهای ثروت و قدرت صورت می‌گیرد. آن هم به جهت وامدار کردن کاندیدای منتخب برای گرفتن رانت و امتیاز در دوران مسئولیت کاندیدا. این پویش با هدف حذف بانیان ستادهای میلیاردی که رانتخواران دولت فردا هستند، کلید خورده است.





## اهمیت تبلیغ چهره به چهره

برای شکستن جو و هیاهوهای کاذب انتخاباتی، مؤثرترین نوع تبلیغ، روش تبلیغ فرد به فرد است. امروزه هم در حوزه تبلیغ، دیگر تکیه بر رسانه‌های جمعی کافی نیست و در شکل‌های مستقیم ارتباطی، انقلابی در حال وقوع است. امروزه روش تبلیغات ویروسی، یکی از پر اولویت ترین هدف‌های کمپین‌های تبلیغاتی است که بر مبنای تبلیغات چهره به چهره بنا شده است.

متن



## اعتقاد و اعتماد به توان مردمی

مطابق بیانیه و شعار انتخاباتی آقای رئیسی، اعتقاد داریم که «جريان مردمی»، اصیلتر و با قدرت تراز هر جریان و ابزار دیگری است؛ پس از ابتدا حتی در تبلیغات انتخاباتی نیز با همین رویکرد وارد میدان شده‌ایم و عمل به این عبارت، باید در جزئی‌ترین مصادیق رفتاری مانمود پیدا کند.

مُحَمَّدْ جَعْفَرْ مُحَمَّدْ



## شنیدن، اولویت اول هرگفتگو

با تمام قدرتی که رسانه‌های اصلی دارا هستند، اما توانایی شنیدن مخاطب در آنها به شدت پایین تراز تبلیغات چهره به چهره است. در دنیای بمباران اطلاعاتی، اگر می خواهیم بر روی شخصی اثرگذار باشیم، باید ابتدا شنونده او باشیم.

سازمان اسناد و کتابخانه ملی



## تبلیغات هدفمند به جای تبلیغات عمومی

نسل جدید تبلیغات در دنیا به جای تبلیغات عمومی با هزینه های گزارف و خسته کننده، بر روی اختصاصی کردن تبلیغات متمرکز شده است. تبلیغات هدفمند، متناسب با هر فرد و جامعه مخاطب، پیام خاص او را تولید و ارائه می کند. این همان ویژگی اصلی در تبلیغات چهره به چهره است.



# شیوه نامه اجرایی



## گام اول

### مخاطب را هوشمندانه انتخاب کنیم

در اطرافیان همه ماهستند افرادی که در دایره بالای اثربازی از ما قرار دارند؛ ابتدا از این نقطه باید شروع کرد و توجه داشت که هدف پویش، کیفیت اثرگذاری است نه کمیت. سعی کنید با نگاهی به دوستان، بستگان و یا افرادی که به سبب خدماتتان، نگاه مثبتی به شما دارند، افراد دارای اولویت را در نظر بیاورید.

این کار را می‌توانید با مرور دفترچه تلفن همراه خود انجام دهید. از بین این افراد، ۸ نفری را که اولویت بالاتری دارند انتخاب کنید؛ یعنی ۸ نفری که احتمالاً رأی نمی‌دهند و شما را به عنوان یک انسان مورد اعتماد یا مطلع می‌شناسند و نظر شما می‌تواند روی آنها تأثیرگذار باشد.

حتی اگر فکر می‌کنید این افراد بیش از ۸ نفر هستند، تأکید بر این است که پس از اقنان ۸ نفر اول، به دنبال افراد بیشتر بروید. کیفیت اثرگذاری را به هیچ عنوان فدای تعداد افراد نکنید.



## گام دوم

### ارتباط‌های زنده برندۀ آند

معمولًاً افرادی که ماروی آنها تأثیرگذاریم، بادیدارها و گپ‌وگفت حضوری که بستر انتقال احساسات هستند تأثیر بیشتری می‌پذیرند پس حتی الامکان سعی کنید دلیلی برای یک ملاقات حضوری با این افراد پیدا کنید. در صورتی که امکان این کار را ندارید، تماس تلفنی بهترین جایگزین است، حتی اگر تنها راه ارتباطی شما شبکه‌های اجتماعی است، پیام‌های خود را ترجیحاً به صورت صوتی ارسال کنید. ارتباطات نوشتاری در فضای مجازی کم‌اولویت ترین نوع ارتباط است زیرا احساسات و عواطف در آن به نسبت سایر روش‌ها امکان انتقال کمتری دارد.





### گام سوم

### شنونده خوبی باشیم

الزام یک گفت و گوی مؤثر و صحیح، ابتدا شنیدن حرف‌ها، شباهات و مسائلی است که باعث شده تا فرد مقابل، تصمیم به رأی ندادن بگیرد. این گام مقدمه شناسایی ذهنیتهای نادرست در فرد است. بسیاری از مواقع، طرف مقابل با شنیده شدن کلامش از طرف شخصی که او را معتقد به نظام و انقلاب می‌داند احساس آرامش می‌کند پس باید سعی کنیم شنونده خوبی باشیم.

در بسیاری از موارد حق را به طرف مقابل بدھید؛ به عنوان مثال اگر مشکلات اقتصادی، مسئله اصلی مخاطب شماست، واقع گرایانه این مشکلات را تأیید کنید. تأیید یک مشکل، به معنای پذیرش راه حل آنها که همان رأی ندادن است، نیست. با ریشه یابی مسائلی که باعث این مشکلات شده است، «رأی دادن و انتخاب درست» را راه حل بروون رفت از مشکلات معرفی کنید.

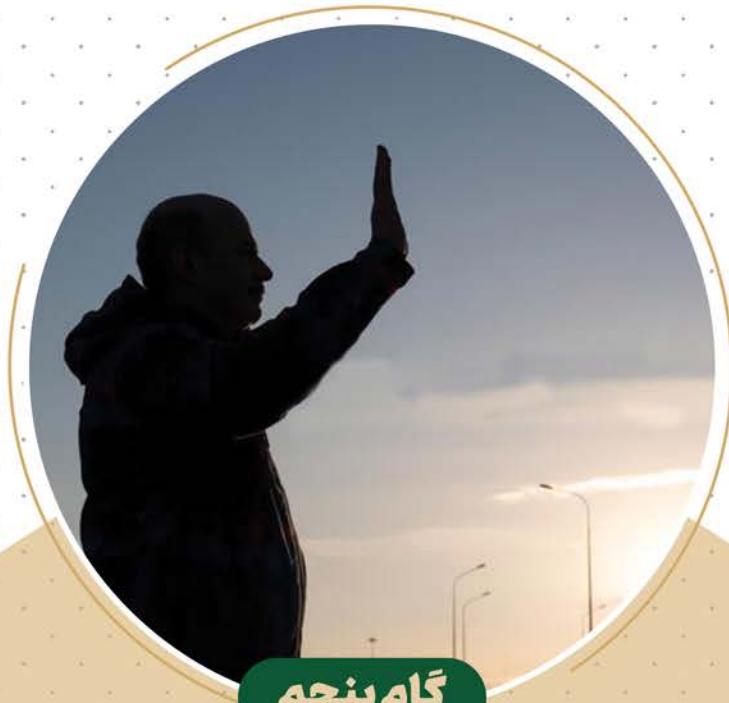


## گام چهارم

### محتوای غنی همه چیز است

استدلال و منطق، لازمه یک مباحثه اثربخش است و محتوای غنی، آن چیزی است که باعث استدلال و منطق می‌شود. در این مرحله می‌توان از محتواهای منطقی و دقیقی که توسط ستاد پویش مردمی در اختیارتان قرار گرفته و در بخش محتوای گفت و گوی این جزو نیز خواهد آمد، برای روشنگری و رفع شببه استفاده نمایید.





### گام پنجم

### قطع ارتباط ممنوع

برای جلوگیری از اثرباری افراد از حملات مخربانه و تبلیغات منفی به خصوص در روزهای پایانی و نزدیک به رأی‌گیری نیاز جدی است تا تعاملات را به صورت مؤثر حفظ کنید و ادامه دهید. لازم نیست تمام شباهات را در جلسه اول پاسخ دهید، فرایند تغییر نظر می‌تواند در چندین جلسه انجام گیرد. حتی اگر از تغییر نظر آنها اطمینان پیدا کرده‌اید، باز در روزهای آخر مجدد با آنها ارتباط برقرار کنید و حتی برای رأی دادن با آنها همراه شوید.

# محتوای گفتگو

شبهات و پاسخ‌های ناظر به سؤالات مردم برای عدم مشارکت



## همه شون مثل هم هستن! هر کی بیاد وضع همینه!

پاسخ: وقتی همه جا سیل اومد، روحانی  
بلیت گرفت و رفت کیش! ولی فرماندهان  
سپاه و ارتش، موقع سیل و زلزله رفتن کف  
میدون و مشکل مردم رو حل کردن. نامردیه  
که بگیم اینا مثل هم هستن.



## همه شون مثل هم هستن! هر کی بیاد وضع همینه!

پاسخ: یکی میشه مسؤولی که داداشش  
دزدی میکنه و کاری بهش نداره؛ یکی هم  
میشه مثل رئیسی که در خود قوه قضائیه،  
صدها قاضی و کارمند و وکیل رو محاکمه و  
مجازات میکنه. اگه یه آدم ضد فساد بیاد،  
خیلی چیزاعوض میشه.



## همه شون مثل هم هستن! هر کی بیاد وضع همینه!

پاسخ: رئیس جمهور عراق و ترکیه هم که  
عوض میشن، روی اقتصاد ما تأثیر میذاره،  
مگه میشه تغییر رئیس جمهور خود ایران  
تأثیر نداره؟!



## همه‌شون مثل هم هستن! هر کی بیاد وضع همینه!

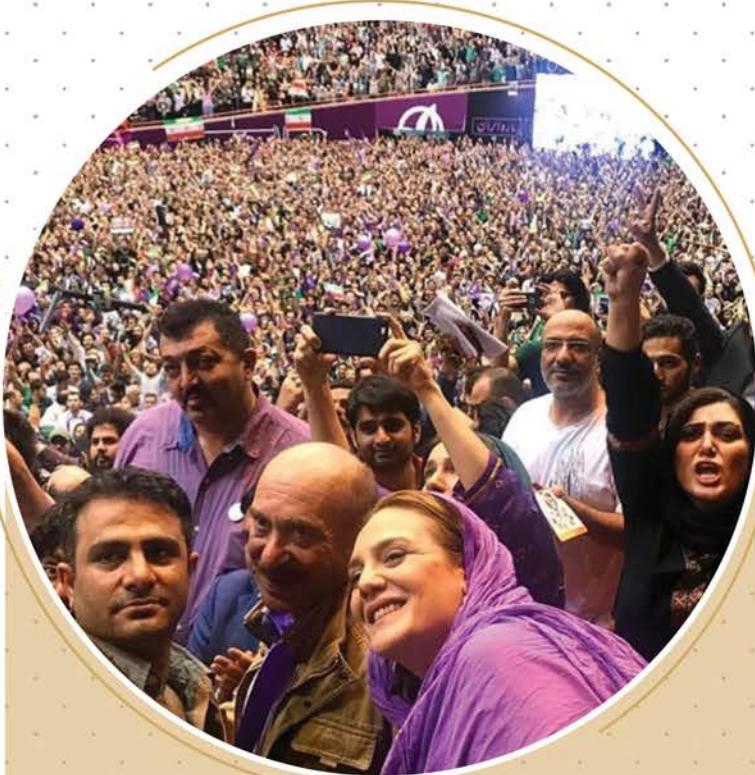
پاسخ: اگه همه‌شون مثل هم هستند، پس  
چرا بی‌سی فقط رئیسی رو تخریب می‌کنه؟



## همه‌شون مثل هم هستن! هر کی بیاد وضع همینه!

پاسخ: اون جوونی که توی رؤیاهاشم نمی  
دید خونه‌دار بشه و با مسکن مهر خونه‌دار  
شده، از شما قبول نمی‌کنه که همه‌شون  
مثل هم هستن.

«  
»



## همه‌شون مثل هم هستن! هر کی بیاد وضع همینه!

پاسخ: اگه همه‌شون مثل هم بودن، سلبیریتی  
ها انقدر خودشون رو به آب و آتش نمی‌زدن  
برای اینکه یک شخص خاص رأی بیاره.

سازمان امنیت ملی



## همه‌شون مثل هم هستن! هر کی بی‌آد و ضع همینه!

پاسخ: مازمان جنگ سیم خاردار نداشتیم،  
الان ماهواره و موشک فضایی و نقطه‌زن  
داریم، پس یعنی مشکلات رومی‌تونیم حل  
کنیم، به شرطی که آدمی که انتخاب می  
کنیم درست باشه.

«فَلَمَّا نَبَذَ رَبُّكَ الْجَنَاحَيْنِ»



## همه شون مثل هم هستن! هر کسی بیاد وضع همینه!

پاسخ: الان همه دکترا مثل هم هستن؟ همه راننده تاکسی‌ها مثل هم هستن؟ همه جا آدم خوب و بد پیدا می‌شه (اگر مثال با توجه به صنف کاری گوینده باشد، بهتر است).

\*\* \*\* \*\* \*\* \*\*



FWS | فارسی

## همه‌شون مثل هم هستن! هر کی بیاد وضع همینه!

پاسخ: زم با یه شبکه ماهواره‌ای مصاحبه کرد و گفت ماتوی آمدنیوز از روحانی حمایت کردیم که ضعف مدیریتیش باعث ایجاد نارضایتی مردم بشه. او ناخوب می‌فهمن که همه‌مثل هم نیستن.

\*\*\*



**همه‌شون مثل هم هستن!  
هرکی بیاد وضع همینه!**

پاسخ: یه جوری میگن هرکی بیاد وضع همینه که انگار پراید ۶ میلیونی و دلار ۳ تومانی برای زمان شاه بوده.

\*\*\*



## همه‌شون مثل هم هستن! هر کسی بیاد وضع همینه!

پاسخ: توی آمار بانک جهانی، از اول انقلاب تا سال ۲۰۱۳ که روحانی روی کار او مده، جمعیت زیر خط فقر، از ۴۵ درصد رسید به زیر ۱۰ درصد. اما از ۲۰۱۳ تا حالا از زیر ۱۰ درصد رسیده به بالای ۵۰ درصد. خدایی ش نامردیه بگیم همه مثل روحانی هستن..

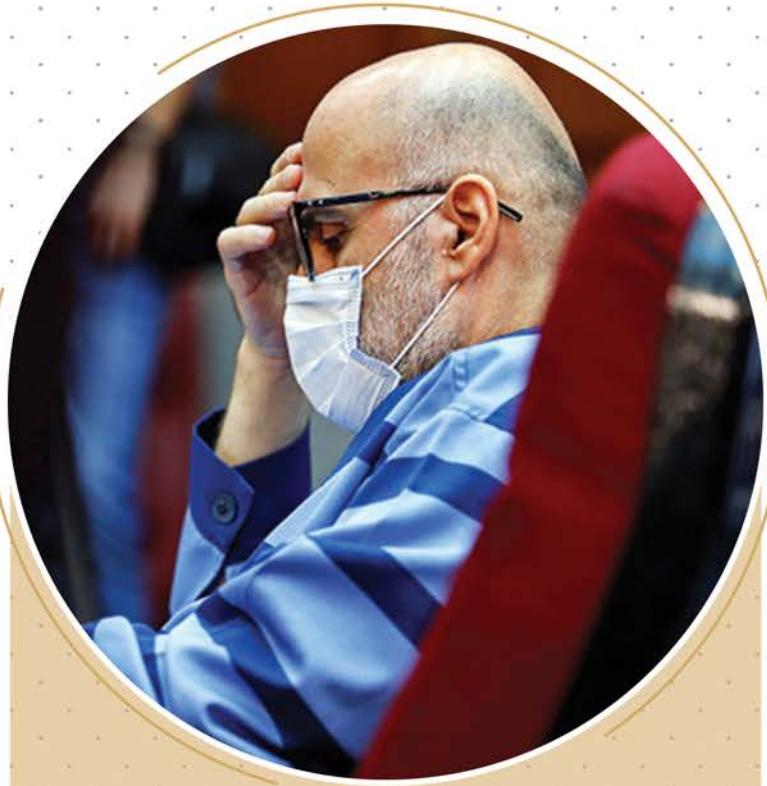
«**نه بزرگ نه بزرگ نه بزرگ**»



## همه‌شون مثل هم هستن! هرگز بیاد وضع همینه!

پاسخ: باید علمی صحبت کنیم. رئیسی نشون داد که تغییر آدم‌ها باعث تغییر وضعیت می‌شود. تا حالا با صدها قاضی و کارمند و وکیل قوه قضائیه برخورد کرده، چند تا نماینده مجلس رو بازداشت کرده؛ مدیر عامل ایران خودرو و سایپارو محکمه کرده؛ برادر رئیس جمهور رو مجازات کرده...





## همه‌شون مثل هم هستن! هر کی بیاد وضع همینه!

پاسخ: همه رو نباید با یه چوب روند. طبری رو زمان رئیسی گرفتن، در حالی که قبل از رئیسی هم طبری کار می‌کرد. این همه از اعضای فاسد شورای شهر توی زمان رئیسی دستگیر شدن.

«فَلَمَّا جَاءَهُمْ بِالْحُكْمِ لَمْ يَرْجِعُوهِ إِلَيْهِمْ وَلَمْ يَكُنْ لَّهُ حِلٌّ أَنْ يَرْجِعُهُمْ إِلَيْهِمْ بَعْدَ إِذْ أَنْهَى اللَّهُ بِهِمْ مَا كَانُوا فِيهِ يَعْمَلُونَ»



همه‌شون مثل هم هستن!  
هر کس بیاد وضع همینه!

پاسخ: پس اگه موافقید روحانی تا آخرش  
رئیس جمهور باقی بمونه!

.....



## رأى بى راي! ما معترضيم!

پاسخ: طرف دید توی روزنامه نوشته سیگار  
ضرر داره، گفت من دیگه روزنامه نمی خونم!  
ما رأى نديم، دل مون خنك ميشه ولی  
مرغ که ارزون نميشه. انتخابات هم تعطيل  
نميشه. بالاخره يكى مياد، ولی ما مى تونيم  
تعين کنيم کي بياad.

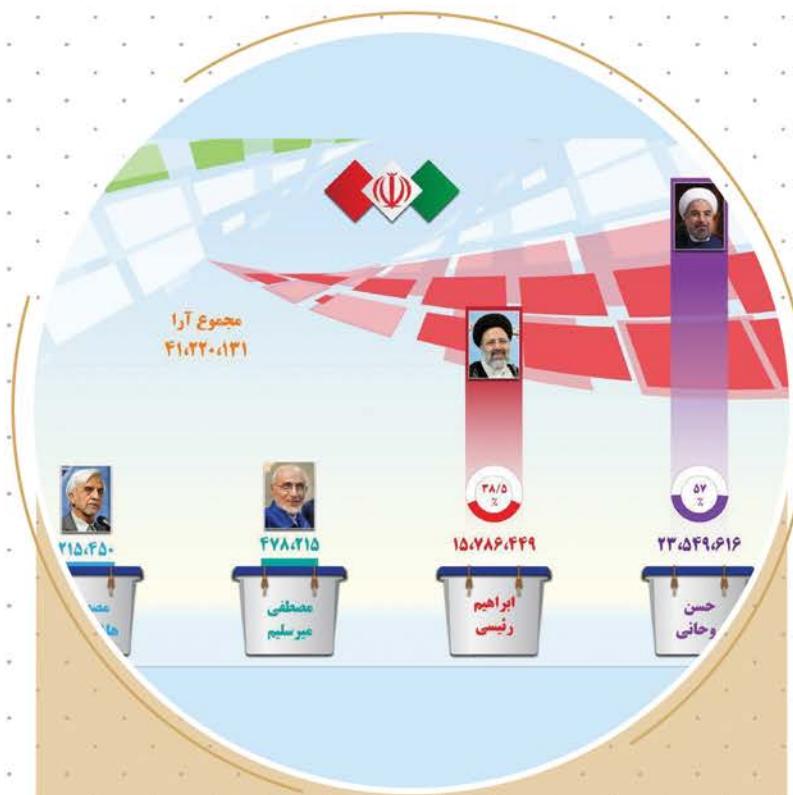




## رأى بى راي! ما معترضيم!

پاسخ: اون کسانی که به ما میگن رأى ندین،  
همونایی هستن که دلار ۳۰ تومنی رو رسوندن  
به ۳۵ تومن. همونایی هستن که دنبال  
نابودی ایران، چون میدونن با رأى ندادن ما،  
 وضعیت بدتر میشه.





## رأی بی رای! مامعترضیم!

ما اگه رأی ندیم انگار به اونی که بدتره رأی دادیم! سال ۹۶ پونزده میلیون نفر رای ندادن. اگه نصفشون به بقیه کاندیداها رأی می دادن، الان وضع ما این نبود.



کشورم را دوست دارم

من در سرنوشت کشورم سهیم هستم

## رأى بى رأى! ما معترضيم!

ماتا حالا مشارکت ۳۷ درصدی هم داشتیم!  
با مشارکت نکردن مگه چیزی درست میشه؟!  
باید کاری کنیم که احتمال حل مشکل افزایش  
پیدا کنه.

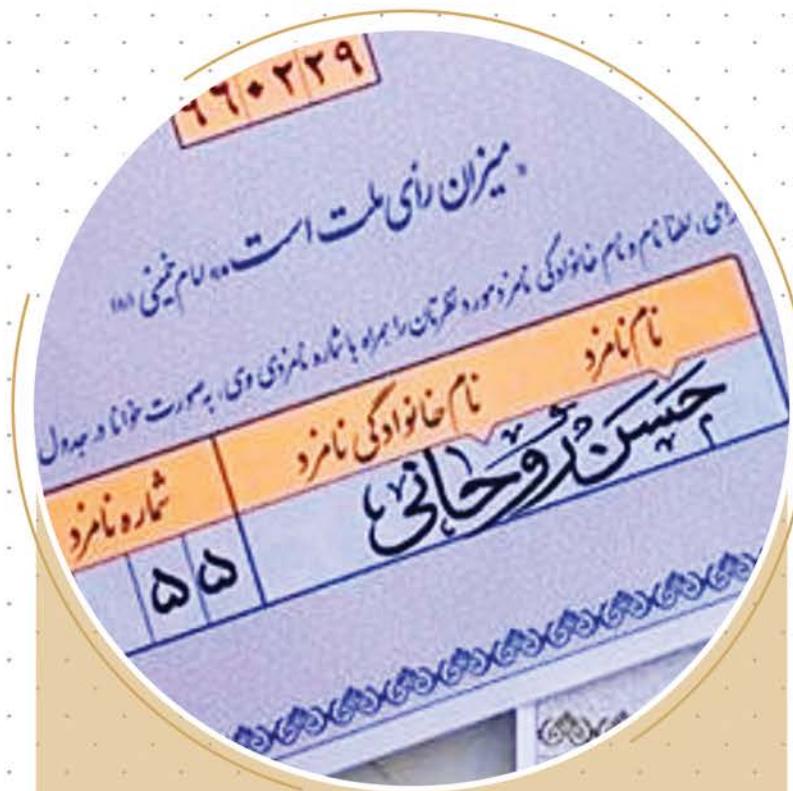




## رأی بی رای! ما معارضیم!

اعتراض یعنی بلند کردن صدا، نه حرف  
نزن. کسی که اعتراض داره، یکی رو سرکار  
میاره که بهتر باشه، تازه برآش رأی هم جمع  
میکنه!





## رأى بى رأى! ما معترضيم!

اعتراض به وضع موجود؟! وضع موجود  
حاصل رأى خودمونه. يعني هیچ کس نیست  
که با افراد موجود متفاوت باشه؟





## هر کسی رو خودشون بخوان میارن سرکار!

پاسخ: اگه قرار بود خودشون انتخاب کنن  
افراد مختلف و تفکرات صد درصد متفاوت  
به قدرت نمی‌رسیدن!

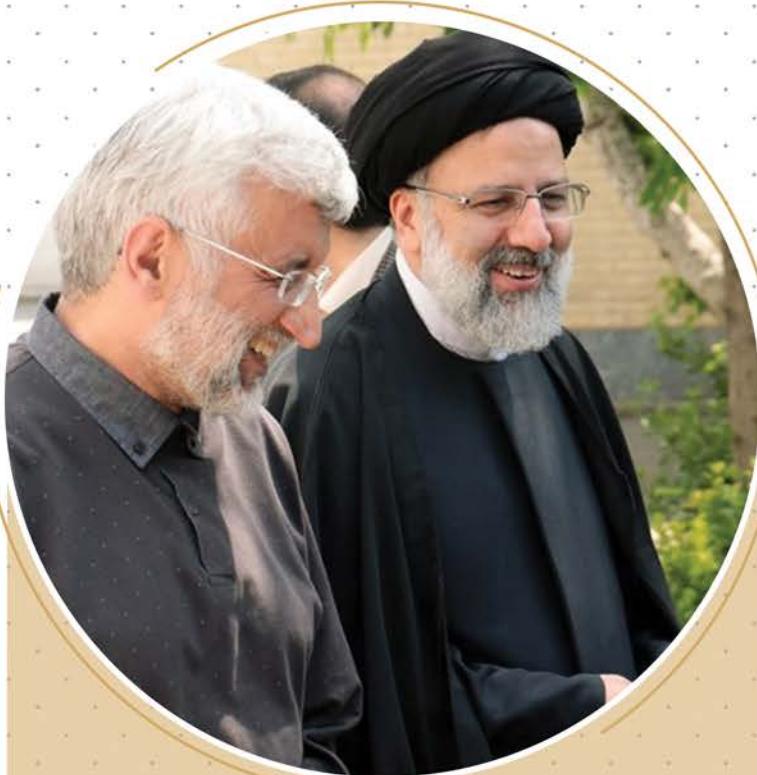




## هر کسی روح خودشون بخواه می‌آرن سرگار!

پاسخ: هر نامزد سر صندوق نماینده دارد،  
چطور ممکنه این همه تقلب جلوی چشم  
۱۰۰ هزار نماینده نامزدها، ۱۰۰ هزار ناظر  
شورای نگهبان، ۱۰۰ هزار نماینده فرمانداری  
ها و ۷۱ هزار بازرس اتفاق بیفته؟

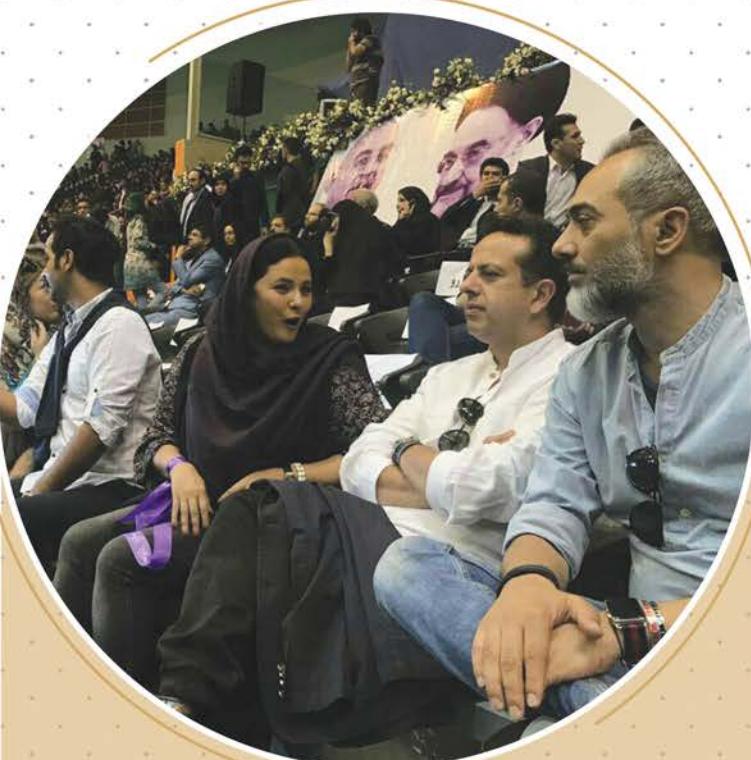




## هر کسی رو خودشون بخوان میارن سرگار!

پاسخ: خب رئیسی که خیلی بیشتر به حرف خودشون بود، چرا سال ۹۶ اون رو رئیس جمهور نکردن، یا سال ۹۲ چرا جلیلی رئیس جمهور نشد؟!





## رئیس جمهور توی ایران اختیار نداره!

پاسخ: پس چرا این همه سرو دست می شکن برای رأی آوردن؟ و چرا این همه سلبریتی و رسانه های خارجی دشمن نظام میگن رأی ندین؟! پس حتماً اختیار داره.





## رئیس جمهور توی ایران اختیار نداره!

پاسخ: پس فرق دوره احمدی نژاد و روحانی،  
به خاطر چی بود؟ تفاوت در سیاست خارجی،  
معیشت مردم، اشتغال، ساخت و ساز و ...





## رئیس جمهور توی ایران اختیار نداره!

پاسخ: پس چرا هاشمی و خاتمی از روحانی حمایت کردن؟ اینا که خودشون رئیس جمهور بودن، از میزان اختیارات رئیس جمهور مطلع بودن.

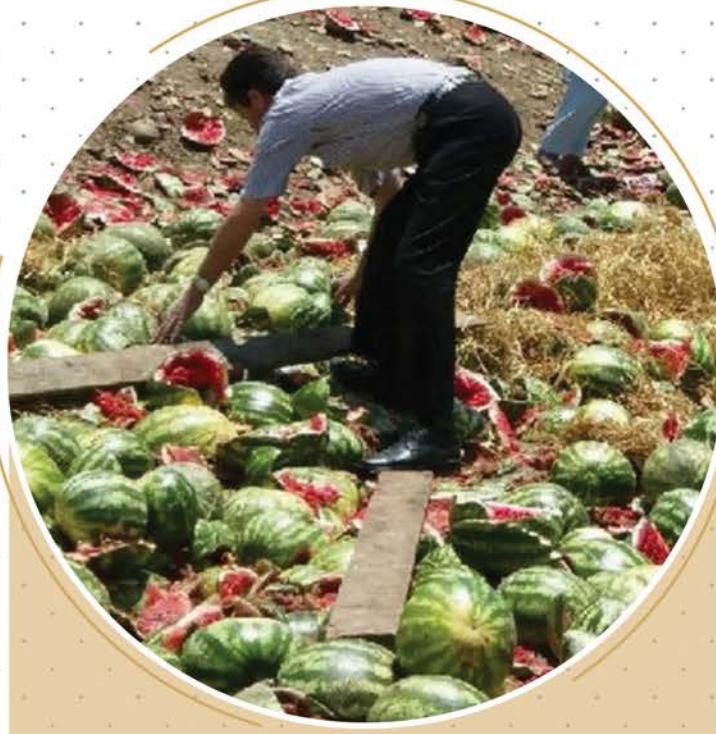




## رئیس جمهور توی ایران اختیار نداره!

پاسخ: ۹۰ درصد بود جه کشور، انتخاب ۲۰ وزیر،  
انتخاب ۳۱ استاندار، انتخاب ۴۵۰ فرماندار،  
ریاست شورای عالی امنیت ملی، شورای عالی  
انقلاب فرهنگی، شورای عالی اقتصادی، شورای  
عالی فضای مجازی و... (جمعاً ۲۷ شورای  
عالی) در اختیار رئیس جمهوره.





## این مملکت درست بشو نیست!

پاسخ: ما ۱۵ همسایه داریم با ۶۰۰ میلیون جمعیت، اون وقت کشاورز ما ۳۰ درصد محصولات شو می ریزه دور، چرا؟ چون آقایون وقتی میگن تعامل با دنیا؛ فقط آمریکا و اروپا رو جزو دنیا حساب می کنند.





## این مملکت درست بشوونیست!

پاسخ: اگه جلوی دزدی‌ها رو بگیریم، اگه نذاریم آدم‌هایی که شایسته نیستن به مدیریت برسن، همه چی درست‌شدنیه. همین موضوع مسکن رو میشه باستن مالیات به ۳ میلیون خونه خالی حل کرد ولی باید توان انجام و اراده اون رو رئیس جمهور داشته باشه.





## این مملکت درست بشو نیست!

پاسخ: توی ۸ سال جنگ، دلارمون ۴ برابر شد، توی ۸ سال مذاکره، دلارمون ۱۰ برابر شد. این مملکت وقتی درست میشه که به فکر ساختنش به دست خودمون باشیم تابه دست دشمنان مون.

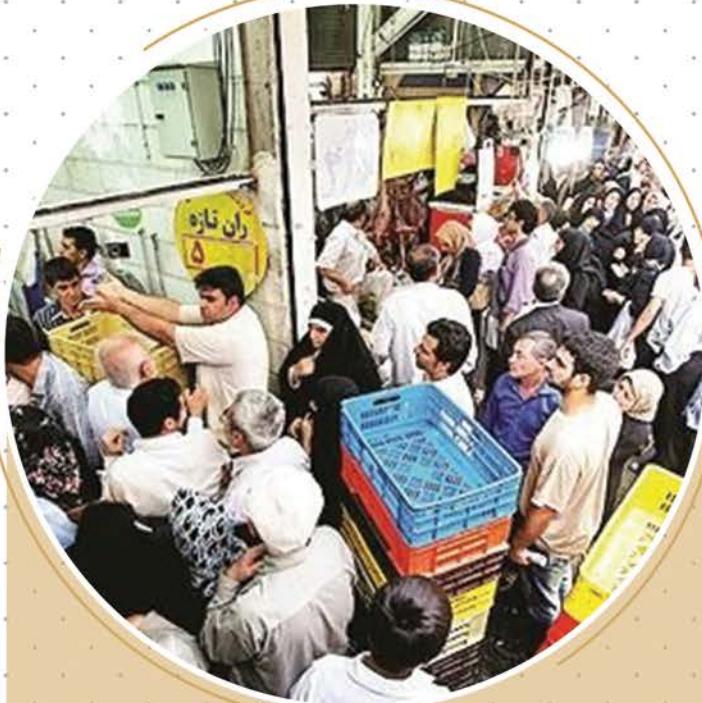
دست دشمنان بگیرید



## تا وقتی تحریم هست، مشکلات هم هست!

پاسخ: رئیس جمهور آمریکا خودش توی یه مصاحبه گفت تحریم‌های ما فقط ۳۰ درصد روی ایران اثرداره؛ یعنی ۷۰ درصد مشکلات ایران، داخلیه.





## تا وقتی تحریم هست، مشکلات هم هست!

پاسخ: صف مرغ، مافیای فولاد، بورس، افزایش نقدینگی، افزایش قیمت لبندیات، اختلاف قیمت خودرو با بازار، پیاز ۱۲ هزار تومانی و فرار مالیاتی، ربطی به تحریم نداره، سوء مدیریت این مسائل رو به وجود میاره.



## باید ها و نباید های گفت و گوی چهره به چهره

## • معرفت بازیگران

- اولین گفت و گو، سخت ترین گفت و گوست. اگر اولی را شروع کنید، ترس تان می‌ریزد و در گفت و گوهای بعدی راحت‌تر خواهد بود. پس سریع تر قدم اول را بردارید.
- بیش از اینکه گوینده خوبی باشد، شنونده خوبی باشد. کم گویی و گزیده‌گویی رمز اصلی است.
- همدردی و درگ مقابله را فراموش نکنید. اثر صداقت و محبت، بیشتر از استدلال است.
- اول برادری خود را ثابت کنید. در گام اول، طرف مقابل را تأیید کنید. حتی حرف‌هایی را که ممکن است غلط باشد می‌توان با همراهی ابتدایی با طرف مقابل فرصت شنیده شدن تان را بیشتر کنید و سپس آن را نقد کنید. حضرت ابراهیم (ع) برای اثبات همراهی خود حاضر شد درباره خورشید و ستاره بگوید «هذا ربی!» اما بعد مسیر صحبت را به سمت حرف مدنظر خود یعنی غلط بودن انتخاب چنین خدایی پیش برد.
- ظاهر آراسته، لبخند، ابراز محبت و بوی خوش معجزه می‌کند. اما مراقب باشد آراستگی را با تجمل گرایی یا به اصطلاح لاکچری بودن اشتباه نگیرید.
- تحت هیچ شرایطی عصبانی و تندرنشوید. آرام و متین و مهربان باشد. حتی اگر ناسزا به دوستداران ماهم دادند، مثل امام باقر (ع) سعی کنیم جواب تندی‌ها را هم با مهربانی و ملایمت بدھیم. این البته منافاتی با بیان حق واستقامت ندارد.
- در چند دقیقه اول فقط سؤال کنید تا مسئله اصلی و دغدغه اساسی مخاطب را شناسایی کنید و سپس شروع به حل مسئله کنید.
- فراموش نکنید که "وما رمیت اذ رمیت، ولكن الله رمی" قصدتان را خالص کنید و با توصل و توکل پیش بروید.
- تأثیرگذاری فقط با بیان مطالب نیست، بلکه گاهی پای درد دل نشستن، دهها برابر مهم‌تر و مؤثرتر از بحث کردن سر سؤالات و شباهات است. گاهی مخاطب مافقط

## • معرفت بازیگران

می خواهد ناراحتی اش را ابراز کند و شباهاتی که مطرح می کند، واقعاً شبهه نیست، بلکه قالب بیان ناراحتی اوست.

- استفاده از مثال و بیان غیر مستقیم مطالب می تواند در فهم آن نکته مؤثر باشد. مثلاً برای گفتن اینکه همه مثل هم نیستند، اگر طرف مقابل راننده تاکسی است به او بگوییم راننده های بی انصافی هستند که در هنگام بارش باران، کرایه را چند برابر می کنند اما خود شما این طور نیستید.
- تاجی ممکن برای برقراری ارتباط دلیلی غیر از انتخابات داشته باشید تا مخاطب با گارد بسته جلوی شما قرار نگیرد.
- لازم نیست طرف مقابل در همان لحظه متحول شود، به طرف فرصت فکر کردن بدھید و اگر می توانید این فرایند را در چند جلسه پیگیری کنید. ممکن است طرف مقابل به هر دلیلی در آن لحظه نخواهد منطق شما را پذیرد، ناامید نشود و سعی در گرفتن اعتراف نکنید!
- حرف هارا با ادبیات مردم بیان کنید؛ ادبیات گفتمانی خود را تبدیل به ادبیات روزمره مردم کنید تا قابل فهم تر شود. مثلاً به جای اقتصاد مقاومتی، اقتصاد قوی و ملی رامی توان استفاده کرد. از واژه های ارزشی و درونی نشده که شنیدن آنها معنایی به ذهن مخاطب خاکستری القانمی کند دوری کنید، مانند امامین انقلاب، شجره طیبه، بصیرت و ...
- خودت باش! سعی کنید در گفت و گوهات اجایی که می شود خودتان باشید و فیلم بازی نکنید. مخصوصاً اینکه افرادی که در این کمپین جامعه هدف هستند قبلًا با آنها مراوداتی داشتید و آنها نسبت به شما و خلقيات تان شناخت دارند.
- اعتراف شجاعانه به «نمی دانم»، بهتر از دست و پا زدن برای جواب است. باید حریت داشته باشید و اشکال هایی را که وارد است قبول کنید و سعی نکنید همه چیز را تطهیر کنید.



- شوخی و خنده، بهترین راه برای باز کردن گارد مخاطب و آب کردن یخ ارتباط است. البته اگر به این مسأله آگاه هستید که ذاتاً فردی بی نمک هستید به سمت این روش نروید!
- اگر خودتان حرفی را کامل درک نکردید، نمی توانید آن را با حفظ کردن منتقل کنید. سعی کنید در درک درست مطالب واستدلال ها اول خود را کامل قانع کنید.
- مخاطبی که اساساً مفهوم عزت و استقلال برایش مهم نیست، نمی تواند مطلب شما را درباره مذاکرات عزتمندانه و مقدرانه هضم کند. در این موارد یک پله به عقب باید رفت و موضوع گفت و گو را اصل عزت و اقتدار قرار داد، نه نقد سیاست خارجی دولت.





زنگنه  
دیگر نمایش