

راهنمای کامل فعالیت انتخاباتی

نجات؛ نهضت جوانان انقلاب توحیدی | @nejaatt_ir



معرفی « نجات »

نجات (نهضت جوانان انقلاب توحیدی) قرارگاه جمعی از طلاب و دانشجویان فعال استان قم است که با دغدغه رفع ۳ خلأ اساسی در جبهه انقلاب شکل گرفته است:

۱. دور بودن نیروهای انقلابی از قشر خاکستری
۲. نداشتن ادبیات عوام فهم و روان در مواجهه با این قشر
۳. شبکه نبودن و هواری کاری

با توجه به این ۳ خلأ و ناظر به سه محور «مشارکت حداکثری»، «شاخص های اصلح» و «نفی گفتمان غریبگرایه» تصمیم به طراحی حدود ۱۰ عملیات انتخاباتی برای گروه های فعال در سراسر کشور گرفتیم که ضمن این عملیات ها، حرف های نیروهای جبهه انقلاب با ادبیات ساده و همه فهم در قالب جملات کوتاه و عملیات های میدانی به قشر خاکستری جامعه برسد.

برخی از این عملیات ها عبارت اند از:

- قالب های چهره به چهره (سناریوهای تاکسی، صف نانوایی، صف انتظار بانک و...، بحث ساختگی، صحبت ۶۰ ثانیه ای، گفتگوی شکلاتی و...)
- قالب فلش ماب (حرکت های جمعی و غافلگیرانه در اماکن عمومی)
- بروشور خلاق (صندوق رای کوچک، شناسنامه حاج قاسم و...)
- شابلون انتخاباتی
- سرود
- کانال محله
- تریبون آزاد و...

این قالب ها برای انواع گروه ها و تشکل ها قابل استفاده بوده و هر جمعی به تناسب ظرفیت و توانایی های خود می تواند این عملیات ها را اجرا کند؛ چه بهتر که گروه های فعال هر شهر با یکدیگر ارتباط گرفته و این عملیات ها را به صورت هماهنگ انجام بدهند.

برای آشنایی هرچه بهتر با طرح، ابتدا توضیح تمام عملیات ها را مطالعه کنید و اگر به هر دلیلی نمی خواهید یا نمی توانید تمام توضیحات را مطالعه کنید، پیشنهاد ما به شما برای اجرا، قالب چهره به چهره است.

به امید ارتباط بیشتر نیروهای انقلاب با یکدیگر، مشارکت حداکثری و پیروزی در انتخابات



۱ اجرای سرود

- **سرود** از قالب هایی است که رهبر معظم انقلاب تاکید زیادی روی آن دارند ، چراکه به دلیل تلفیق شدن دو هنر شعر و موسیقی ، ظرفیت تاثیرگذاری قابل توجهی دارد.

- به لطف خدا در زمینه سرود، تولیدات قوی ، تمیز و تاثیر گذار کم نیست و ما نیز چند **نمونه منتخب** را در این بسته انتخاباتی قرار دادیم تا هر گروه طبق توان و سلیقه خود سرود مناسب را انتخاب و اجرا کند .

- سرود می تواند نقش بسزایی در **دهیدن شور انتخاباتی** در شهر و محله و همچنین در برانگیختن حس **وطن دوستی و امید آفرینی** در جامعه داشته باشد ؛ لکن اگر متن شعر مستقیم تر از این به انتخابات بپردازد ، تاثیرگذار نخواهد بود.

- فراموش نکنید که سرود قرار نیست همه ی آنچه که مد نظر ماست به مخاطب منتقل کند ، بلکه این قالب تنها یکی از قطعات این پازل است و می بایست جهت تکمیل کلام از **ظرفیت قالب های دیگر** نیز استفاده کنیم .

- قالب سرود اگر به صورت **فلش ماب** و غافلگیرانه در نقاط پر رفت و آمد اجرا شود، تاثیرگذاری چند برابری خواهد داشت و اولویت بعدی پس از این ، اجرای سرود در **فضای باز** محله و کوچه هاست.

- اگر سرود را در مکان رسمی اجرا می کنید، بهتر است اعضای گروه سرودتان دارای لباسی **متحدالشکل** داشته باشند ؛ اما اگر به صورت فلش ماب اجرا می کنید، جهت رعایت عنصر غافلگیری ، به هیچ وجه نباید از لباس یک دست استفاده کرد!

- غالب گروه های سرود، حتی حرفه ای ها هم موقع اجرا لب میزنند!! کفایت به تعداد اعضای گروه سرودتان ، **میکروفون نمایشی** داشته باشید و دیگر نگران مشکلات آماده سازی سرود هماهنگ نباشید .

- ما در میان فایل های این بسته ، دو قطعه آماده اجرا به نام «**نسل امید**» و «**آینده روشن**» و دو آهنگ «**اینجا**» و «**سلام به آینده**» را همراه با آهنگ بے کلام برای شما قرار داده ایم که در صورت تمایل اقدام به اجرای آن نمایید .

- همچنین می توانید نمونه اجرای فلش ماب در فرودگاه مهرآباد را ، برای ایده گرفتن مشاهده کنید .



تعریف:

فلش ماب عبارت است از یک حرکت جمعی سازماندهی شده به صورت غافلگیرانه و نمادین در یک مکان عمومی. فلش ماب های پیشنهادی ما اکثراً نماد های خیابانی هستند، یعنی جمعی از انسان ها که در محله پر رفت و آمد در کنار هم و با تابلوهایی که در دست دارند، مفهوم را نشان می دهند. این قالب علاوه بر تاثیرگذاری و جذابیت که برای مخاطب دارد، ظرفیت بالایی در «**خبرسازی**» و «**انتشار**» در فضای مجازی خواهد داشت. همچنین در بازار کسب و کار، می تواند دشواری انتخاباتی را به سطح جامعه بیاورد.

۸ نکته کلی:

۱. نماد های خیابانی ظرفیت ارائه محتواهای بیشتر را فراهم می کنند؛ یعنی افرادی برای تماشای این نماد جمع می شوند که بعضاً قصد **گفتگو** و **اظهار نظر** دارند و به این صورت می توانید از همین ظرفیت استفاده کرده و در کنار این قالب، از قالب **چهره به چهره** (مثلاً آماده بودن افرادی که جزئی از نماد هستند برای گفتگو و پاسخ به واکنش های احتمالی) و یا **نشر پرورشور** بهره ببرید.
 - همچنین اگر تعداد شما به قدری باشد که نیروهای خودتان هم بین مردمی که نماد را نگاه میکنند حضور داشته باشند، میتوان قالب **بحث ساختگی** را هم در اینجا پیاده کنید تا کمه فضا ملتهب شده و جمعیت بیشتری برای دیدن نماد حاضر شوند.
 - این قالب به شدت ظرفیت تلفیق شدن با قالب **سرود** که به صورت غافلگیرانه اجرا شود را دارد.
 ۲. حتماً از **بحث** و **گفتگوی شدید** و با حدت اجتناب کنید تا **درگیری خیابانی** ایجاد نشود.
 ۳. از قالب ها و تبلیغات **غیر متعارف** پرهیز کنید تا اصل این فعالیت **خداشه دار** و جمع نشود.
 ۴. **پروتکل های بهداشتی** را کاملاً رعایت کنید.
 ۵. از تیم های رسانه ای جهت **پوشش کامل خبری** دعوت کنید.
 ۶. سعی کنید نمادها را در **مکان های دارای عابر پیاده** و یا میدان های **شلوغ** یا چهارراه اجرا کنید.
 ۷. خودتان را به پیشنهادات و جملات ما **محدود** نکنید و سعی کنید از **خلاقیت** خودتان برای طراحی **نماد جدید** یا **جملات بهتر** استفاده کنید؛ اگر در این مساله موفق بودید، طرح خود را برای ما هم ارسال کنید تا به بسته خود اضافه کنیم.
 ۸. موقع شروع، با دوستان خود هماهنگ کنید که بعنوان «**مردم**» دور شما جمع شوند و از شما عکس بگیرند تا **توجه دیگران** هم جلب شود.
- در صفحات بعد می توانید چند نمونه پیشنهادی ما برای اجرای فلش ماب را مشاهده کنید!



نمونه های پیشنهادی فلش ماب (۱)

۱. اقشار مختلفی که عکس شهدا را دست گرفته اند

توضیح:

از اقشار مختلف مردم تعدادی جمع می شوند و بعضی عکس هایی از شهیدان را دست می گیرند و بعضی دیگر هم با هم جمله ی "به نیابت از شهدای مان رای می دهیم" را نشان می دهند.

نکات و پیشنهادات:

۱. این طرح را می توان با ۵ الی ۱۲ نفر اجراء کرد؛ طبیع است هر چه افراد بیشتر باشند، بهتر است.
۲. انتخاب افراد از اقشار مختلف مهم است، هم تفاوت سنی، هم تفاوت در اصناف، که در پوشش هم دیده بشود؛ مثلا از پرستار و مهندس و کارگر تا آتش نشان و ورزشکار و هنرمند.
۳. می توان همین طرح را با یک شهید مشخص اجراء کرد، مثلا تعدادی عکس از حاج قاسم تهیه شود و جمله ی "به نیابت از سردار رای می دهیم" نوشته شود.
۴. می توانید از شهدای شاخص شهر یا محله هم برای این طرح استفاده کنید. اگر افرادی که در نماد حاضر میشوند، از خانواده ی خود شهید هم باشند و عکس شهید خود را در دست بگیرند نور عالی نور است!

۲. قشر جوان و نوجوانی که دغدغه های خود را مطرح می کنند

توضیح:

افرادی جوان و نوجوان جمع می شوند و دغدغه ی خود را با جملاتی مطرح می کنند؛ مثلا:
آینده ما در دست شماست، این دفعه درست رای بدهید!
جواب جوانی ما را چه می دهید؟ (با رنگ بنفش)
انتخابات نزدیک است، سرنوشت ما را به حال خود رها نکنید! (حال خود را با رنگ بنفش بنویسید.)

نکات و پیشنهادات:

۱. این طرح را می توان با ۵ الی ۱۲ نفر اجراء کرد؛ طبیع است هر چه افراد بیشتر باشند، بهتر است.
۲. انتخاب افرادی که سن کمتری دارند و مشخص است حق رای ندارند، مهم است و تاثیر زیادی در جلب ترجم و عواطف مخاطب دارد و ظرفیت خبرسازی را دو چندان میکند.



نمونه های پیشنهادی فلش ماب (۲)

۳. اقشار مختلفی که عکس افراد مختلف کارآمد و ناکارآمد را دست گرفته اند

و می گویند: همه شون مثل هم نیستند!

توضیح:

از اقشار مختلف مردم تعدادی جمع می شوند و بعضی عکس هایی از افراد کارآمد نظام، در صحنه های جهاد و خدمت را دست می گیرند؛ مثل صحنه های فعالیت جهادی، سیل، زلزله و حضور در بین مردم و رزمندگان و... و افرادی مثل رهبر انقلاب، آقایان رئیسی، سردار سلامی، فتاح، سعید جلیلی، سعید محمد، سردار حاجی زاده، قالیباف، احمدی نژاد، شهیدان حاج قاسم، رجایی، باهنر، بهشتی و...

بعضی نیز عکس هایی از افراد ناکارآمدی که از اول انقلاب بر مردم حکومت داشتند را در دست میگیرند، یعنی میرحسین موسوی، هاشمی رفسنجانی، خاتمی و روحانی؛ بهتر است عکس این افراد در اندازه های بزرگ چاپ شود تا نشان دهنده این مساله باشد که از بین آن افراد کارآمد، این افراد را به قدرت رساندیم. همچنین برای اینکه نشان داده شود این افراد همه از یک طیف بودند، میتوان عکس آنها را سیاه و سفید یا با فیلتر «سبز» چاپ کرد.

بعضی دیگر هم جمله ای را در دست میگیرند که پیام نماد را برساند. جملات پیشنهادی:

همه شون مثل هم نیستن

همه شون مثل هم نیستن، انتخاب های ما مثل هم بودن

ناکارآمدی از انتخاب های ماست

ناکارآمدی از خروجه های صندوق رای ماست!

نکات و پیشنهادات:

- این طرح را می توان با ۵ الی ۱۲ نفر اجراء کرد؛ طبیعی است هر چه افراد بیشتر باشند، بهتر است.
- انتخاب افراد از اقشار مختلف مهم است، هم تفاوت سنی، هم تفاوت در اصناف، که در پوشش هم دیده بشود؛ مثلاً از پرستار و مهندس و کارگر تا آتش نشان و ورزشکار و هنرمند.



نمونه های پیشنهادی فلش ماب (۲)

۴. صف مرغ و صف رای

توضیح:

افرادی در صف مرغ ایستاده اند (با ساختن یک تابلو و آوردن چند عدد مرغ بسته بندی شده، نشان داده شود) و در مقابلشان افرادی در صف ایستاده اند که منتظر میشوند به یک صندوق رای و رای خود را در صندوق می اندازند. جمله ای هم در این بین نمایش داده می شود؛ جملات پیشنهادی:

اگر در صف رای (یا صف تغییر) نایستیم، باید در صف مرغ بایستیم!
اگر صف رای (یا صف تغییر) را خالی کنیم، صف مرغ تکرار خواهد شد!

نکات و پیشنهادات:

۱. پروتکل های بهداشتی را در صف ها رعایت کنید.
۲. افرادی که در صف مرغ هستند می توانند در حال **دعوا** خشکشان زده باشد.
۳. افرادی که در صف رای هستند میتوانند در **حرکت** باشند و هرکس بعد از رای دادن برود انتهای صف که صف رای از حرکت نیفتد.

۵. نظرسنجی

توضیح:

همانطور که گفته شد از ظرفیت های نماد های خیابانی، درگیر شدن مردم به موضوعات انتخاباتی و ایجاد **چالش ذهنی** برای القاء محتواست؛ یکی از این نمادها میتواند برگزاری **نظرسنجی** باشد.

ایجاد نظر سنجی با سوالی مثل: روحانی: صف مرغ به خاطر تحریم هاست، **قبول دارید؟** سوالاتی از این قبیل که شرکت کردن یا نکردن افراد و همچنین باور افراد به واقعه بودن نتیجه اهمیت ندارد و خود سوال یک محتوا را القاء می کند.

نکات و پیشنهادات:

۱. پروتکل های بهداشتی را برای نظرسنجی رعایت کنید.
۲. **سوال و نتیجه** نظر سنجی به صورت بزرگ برای رهگذران نمایش داده شود. (ما فرصت نکردیم روی ساز و کار مشخصی برای روش نظرسنجی و نمایش نتایج آن به صورت عمومی فکر کنیم. اگر شما در این مورد ایده ای به ذهن تان رسید، برای ما هم ارسال کنید.)
۳. می توان طرح دست گرفتن **واژه و تشکیل جمله** را در کنار این نماد استفاده کرد.



نمونه های پیشنهادی فلش ماب (ع)

۶. کلیدی بلند همراه عکس هایی از رخداد های منفی در دولت روحانی

و کاندید های مشابه او در انتخابات

توضیح:

کلیدی از چوب یا کائوچو ساخته شود و طول بلندی داشته باشد که جلب توجه کند و **گنجایش** **محتوا** داشته باشد؛ بر روی آن، عکس هایی از روحانی و دولتتش می خورد، مثلاً: روحانی پشت میز، روحانی درون ماشین شاسی بلند، روحانی در توپال، صف مرغ، صف سبد کالا، صف تیم مذاکره کننده در کنار هم، عکس قیمت دلار در صرافه ها، عکس خوشحالی مردم از برجام و رقص های خیابانی، عکس حسین فریدون و...

در نیمه ی این کلید خطی کشیده می شود و عکس های کاندید های **همان تفکر روحانی زده** می شود و پس زمینه این عکس ها نوشته شده: **دولت سوم روحانی یا باید کلید مان را عوض کنیم!**

نکات و پیشنهادات:

۱. استفاده از رنگ پس زمینه **بنفش** برای قسمت عکس های روحانی و رنگ **قهوه ای** برای عکس های دولت سوم روحانی.

۲. می توان **طرح های دیگر** نماد خیابانی را در کنار این نماد استفاده کرد؛ مثل اینکه جمله ای را هم چند نفر در دست بگیرند.

۷. میز مذاکره و افراد بیکار و فقیر

توضیح:

میزی تعبیه شود که یک فرد **کت و شلوازی** پشت آن نشسته و با یک فرد **کت و شلوازی** دیگر صحبت می کند، فرد **کت و شلوازی** دیگری پشت ایشان ایستاده و دارد **لبخند** می زند و دست تکان می دهد به یک یا چند نفر که چهره ی **فقیرانه** ای دارند.

نکات و پیشنهادات:

۱. اگر افراد فقیر با **پوشش** هایی از اقشار **مختلف** باشند بهتر است.

۲. فردی که با او مذاکره می شود اگر یک آقا با **گرم** خانم بی حجاب باشد بهتر است و اگر هم آقا بود، کراوات یا هر نماد دیگری داشته باشد که نشان دهنده **خارجی** بودنش باشد.



تعریف:

طرح کانال محله ویژه گروه هایی است که در محله فعالیت دارند و تاحدی شناخته شده هستند. مثل مساجد فعال و کانون های فرهنگی و بسیج و... در گام اول این طرح در قالب های مختلف، کانال محله جذاب سازی میشود و خانواده ها را به واسطه فعالیت هایی در فضای حقیقی، به کانال می کشاند و در گام دوم در بین مطالب مربوط به محله، مطالب انتخاباتی گذاشته خواهد شد.

ایده های پیشنهادی برای جذب و نفوذ در محله:

۱. موکول کردن واقعیت غیر انتخاباتی حقیقی به کانال:

یک ایده موفق در این زمینه مربوط به نمایشگاه نیمه شعبان یکی از کانون های فعال قم هست. در این نمایشگاه، بنری نصب شده بود که عکس شهدای مدافع حرم روی بنر قرار داشت و بچه ها با پوشیدن لباس های ارتشی و کلاه خود و... بین شهدا می ایستادند و عکس از آنها عکس می گرفت. پس از عکاسی، کد مربوط به این عکس به خانواده داده میشد تا برای دریافت عکس، وارد کانال مسجد شوند و به کمک کد خود از کانال، عکس را دانلود کنند.

۲. ما و گذشته محله / قالب های پیشنهادی :

- مصاحبه با اهالی مختلف محله؛ از پیرمردهای محله که در پارک سیگار می کشند و حرف می زند تا پیرمردی که هر روز به نماز میاد تا جوان های محله
- پیدا کردن و جمع آوری عکس های قدیمی از محله و مردم آن و سپس گرفتن مشابه همان عکس با همان زاویه دوربین در حال حاضر

۳. ما و امروز محله (اخبار جذاب محله) / قالب های پیشنهادی :

- مصاحبه با افراد جذاب محل مثل مصاحبه با صاحب رستوران یا مغازه معروف محل و ...
- آمار جالبی از محل در قالب آیا میدانید؟ مثل تعداد خانه های محله یا تعداد شهدای محله و...
- عکس های ناب و پرتزه از محله هر هفته با وقایع مختلف (محله در هفته گذشته)
- اخبار عادی و روتین محله مثل تصادف یا ساختمان سازی جدید و ...
- ما و محله های دیگر / قالب های پیشنهادی:
- عهده داری محله نسبت به مناطق حاشیه شهر و سرپرستی آنها به عنوان خیریه
- جمع کردن تیمی از جوانان غیر مذهبی محل و راه انداختن مسابقه فوتبال با محله ی دیگر
- فراهم کردن خدمات مختلف در محله و دعوت از محله های دیگر جهت مشارکت مثلاً با اطلاع از توانمندی محله میتوان جریان همدلی و کمک به یکدیگر در محله راه انداخت و از مشاغل و توانایی های هرکس استفاده کرد.



۴. ما و شهدای محله (ما و اونهایی که نداشتن خاک جوادیه (مثلا) از بین بره) / قالب های پیشنهادی :

- مصاحبه با پدر و مادر های شهدای محله

- مصاحبه با رفقای شهدای محله

- عکس و خاطرات شهدا

۵. مسجد در خانه ما :

خلاصه بخواهیم بگوییم یعنی **مسجد خیابانی!** یعنی برنامه های مسجد را ما بریم در وسط خیابان اجرا میکنیم. به جای اینکه مردم برای اولین بار جذب مسجد شوند ما مسجد را دم خانه های آنها ما بریم یعنی چیزی شبیه به همین کاری که در ایام محرم انجام شد و ما با برنامه و دقیق تر. به این صورت که در نقاط مختلف محله با کارهای جذاب تجمعی شود مثل پخش سرود یا مسابقه خاص با اهالی محله یا مثلا در زمان خاص در کل محله یک صوت خاص پخش می شود مثل صوت روضه در ساعت ۹ شب شهادت و ... که قبلا در کانال اعلام شده و اهالی به آن نقطه می آیند.

۶. برگزاری مسابقات / قالب های پیشنهادی:

- نقاشی کودکان و بارگذاری در کانال

- اهالی محله در حرم و جمکران و بارگذاری در کانال

- ارسال عکس ها و فیلم ها با محوریت محله اعم از طنز و جدی

۷. ما و مسجد و کانون / قالب های پیشنهادی:

- برپایی مجالس روضه خانگی

- گزارش فعالیت های کانون و مسجد

۸. تبلیغ رسمی کانال در محله (پس از تکمیل محتواهای کانال) / قالب های پیشنهادی:

- حضور و اجرای برنامه زنده در محل مثل مصاحبه و اجرای جنگ محله و وعده پخش تصاویر مردم در کانال

- زدن بنر تبلیغ کانال در نقاط مختلف محله

- پخش پوستر کانال در خانه ها و محله ها



۴ بروشور خلاق

توضیح:

در دوران استوری های ۳۰ ثانیه ای و توییت های ۳ خطی، دیگر کسی **حوصله** مطالعه بروشورهای سه بخشه پر از محتوا را ندارد! بنابراین باید از یک محتوای **کوتاه** و قالبی **خلاقانه** برای ارائه محتوا استفاده کرد تا شاخک های مخاطب تیز شود.. این خلاقیت باید هم در خود بروشور بروز داشته باشد و هم در **بستر ارائه** بروشور.

ما **۴ دسته** بروشور خلاق آماده کرده ایم:

۱. نامه ی حاج قاسم

۲. شناسنامه ی حاج قاسم

۳. تاکسیه سیاسی

۴. صندوق رای کوچک

در ادامه، توضیح هر یک از بروشورها خواهد آمد؛ اما اشاره به چند نکته کلی ضروری است!

برای ارائه این بروشورها چند بستر را پیشنهاد میکنیم:

اول: این قالب، ظرفیت زیادی را برای تلفیق شدن با قالب **فلش ماب** (به صورت سرود یا نماد خیابانی) دارد. وقتی به واسطه سرود یا نماد، ذهن مخاطب از **مشغولیت** های روزمره، درگیر موضوع انتخابات شد، حالا **آماده پذیرش** یک محتوا است. مخاطب هایی که جلب نماد یا سرود شده اند، افراد مناسبی برای دریافت بروشور ها هستند.

دوم: **هیز مهربانی!** این بستر شاید بیشتر مناسب **بانوان** باشد. احتمالاً زیاد دیده باشید خانم هایی را که در یک مکان پر رفت و آمد مثل مقابل پاساژها یا جلوی درب پارک ها میزی گذاشته اند و از دیگران دعوت می کنند تا چند دقیقه وقت شان را به آنها اختصاص دهند و در آن مدت، یک خیریه یا یک محصول تجاری را معرفی میکنند. کسانی که از این بستر استفاده می کنند، حتماً باید به جملات گفتگوی چهره به چهره مسلط باشند.

سوم: اگر در مسجد یا حسینیه ای مراسم برگزار شده بود، بعد از **مراسم** فرصت خوبی برای پخش کردن این بروشور هاست. همچنین اگر دوستان شما بعد از **نماز جماعت**، یک صحبت ۶۰ ثانیه ای داشته اند، بعد از نماز فرصت خوبیست.

چهارم: صندلی انتظار بانک ها، مطب پزشکان، درمانگاه ها، ادارات، نانوای ها و... جایه هست که افراد معمولاً **بیگار** نشسته اند و دنبال چیزی برای مطالعه هستند. اگر بروشور شما روی دیوار یا میز مقابل شان، نظر شان را جلب کند، میتواند آنها را از موبایل شان بیرون بکشد!

پنجم: قطعاً در شهر شما، **کاسب** های انقلابی و مذهبی پیدا می شوند که تفکرشان به شما نزدیک باشد؛ میتوان بروشورها را به آنها داد تا مثل یک **تراکت** در کیسه اقلام مشتریان شان قرار دهند.



مدل های بروشور خلاق (۱):

۱. نامه به حاج قاسم

توضیح:

- در این طرح، جمله ای از **وصیت نامه** حاج قاسم در قالب یک **نامه** درآمده و برای برقراری پیوند بین این جمله و انتخابات، یک تک بیت یا جمله هم پشت نامه درج می شود که شما به تناسب ذوق خودتان می توانید از بین جملات پیشنهادی، یکی را برای پشت نامه انتخاب کنید و پرینت بگیرید.

- اگرچه از بسترهای گفته شده می توان برای توزیع این نامه استفاده کرد، اما پیشنهاد ما این است که این نامه در **پاکت** قرار گرفته و در خانه های محله های **متوسط** و **پایین** انداخته شود. برای جذاب تر شدن قضیه و اینکه مخاطب ما، خودش را حقیقتاً **مخاطب نامه** احساس کند، بهتر است پشت نامه، **آدرس دقیق** منزل مد نظر را بنویسید. برای مثال شما می دانید که کوچه ۸ خیابان ژاله در شهر گرگان، از پلاک ۲ شروع می شود تا پلاک ۹۴، بنابراین شما برای هر **پلاک**، یک نامه آماده می کنید.

- این بروشور به طور خاص، می تواند با یکی از **فلش هاب** ها تلفیق شود به شرطی که در آن فلش هاب به جای شهدای شهر، از شهید حاج قاسم سلیمانی استفاده شود.

- اگر بتوانید یک **عکس کوچک** و **کارت پستالی** از **حاج قاسم** هم در نامه بگذارید نور علی نور!

۲. شناسنامه حاج قاسم

توضیح:

- متأسفانه ما فرصت و امکان طراحی این بروشور را نداشتیم. اما ایده را توضیح می دهیم تا اگر شما مایل بودید، طراحی کنید. اگر طراحی کردید برای ما هم بفرستید تا به دست سایر گروه های فعال هم برسانیم.

- چند وقت پیش انتشارات «کتابک» شناسنامه ای از حاج قاسم چاپ کرد که بعد از درج مشخصات این شهید بزرگوار، خاطرات و نکات درباره ویژگی های ایشان هم در صفحات بعدی درج کرده بود. پیشنهاد ما این است که همین طرح انجام شود با این تفاوت که به جای خاطرات و ویژگی های فردی ایشان، محتواهایی که در طرح «نامه حاج قاسم» بیان شد، در صفحات بعدی بیاید بعلاوه صفحه مهرهای انتخاباتی.



مدل های بروشور خلاق (۲):

۳. تاکسیه سیاسی

توضیح:

- **راننده تاکسیه** در فرهنگ سال های اخیر ما، تبدیل شده به یک شخصیت طنز **تحلیگر** سیاسی و **سوژه** خیل از طنزنویسان شده است. ما به کمک جملات خود در بخش چهره به چهره، یک **دیالوگ کوتاه** بین راننده تاکسیه و مسافر طراحی کردیم برای یک طرف بروشور. برای طرف دیگر هم دوگانه هایی آماده کرده ایم که بیشتر با عکس، حرف خود را به مخاطب می رساند. شما به تناسب محتوای دیالوگ ها و ذائقه خودتان می توانید از بین عکس ها و دوگانه ها، طرح خود را برای پشت این دیالوگ ها انتخاب کنید!

- توجه داشته باشید که ترجیحا هردو طرف برگه شما، دیالوگ راننده تاکسیه و مسافر درج نشود. چون هم از **جذابیت بصری** بروشور کم میکند، هم مخاطب را با «**محتوای نوشتاری**» زیاد مواجه می کند! که شاید باعث شود **هیچ کدام** را نخواند.

۴. صندوق رای کوچک

توضیح:

- محتوای این طرح مشابه نامه حاج قاسم است، اما قالب آن **متفاوت** است؛ در این طرح، یک **تعرفه** رای کوچک طراحی شده که به جای نام رئیس جمهور و سایر جملات موجود در تعرفه رای، جمله ای از حاج قاسم درباره **جمهوری اسلامی** درج شده است! شما باید به کمک **فیلم آموزشی** موجود در بسته، از طریق فایل که برای صندوق رای طراحی شده، با **هنر اورینگامه** یک صندوق رای کوچک درست کنید و تعرفه را تا کنید و داخل آن قرار دهید؛ بعد این صندوق ها را از طرق مختلف به دست مردم برسانید! **بستر «میز مهربانه»** شاید برای این طرح، مناسب تر باشد، چون همانجا می توانید از مخاطب دعوت کنید و درخواست کنید جمله داخل تعرفه را بلند برایتان بخواند و زمینه یک **گفتگو** را فراهم کنید.

- اگر یک تیم **رسانه** ای قوی داشته باشید و بتوانید از این طرح به صورت **دوربین مخفی** فیلمبرداری کنید، خروجی جالبی میتواند داشته باشد که قابل **انتشار** در فضای مجازی هم هست.

- برای گفتگوی **چهره به چهره** در این بستر، غیر از تسلط روی جملات آماده شده، حتما روی جملات مرتبط با **حاج قاسم** هم **مسلط** باشید.



گفت و گوی چهره به چهره

علی رغم **گسترش** فراوان شبکه های مجازی و پیام رسان ها، هنوز هم خیلی از تحلیلگران (حتی تحلیلگران جریان غربگرا) معتقدند آنچه نتیجه انتخابات را تعیین میکند «**خیابان**» است! نه تلگرام! با توجه به **سیطره** دشمن و جریان غربگرا در ایران بر **فضای مجازی**، شاید بتوان گفت **بهترین** زمین بازی برای جبهه انقلاب در انتخابات نیز، همین «**خیابان**» است. اگرچه در بلند مدت باید به فکر شکستن این **تک صدایی** در فضای مجازی باشیم.

- تصور کنید در هر استان ایران، فقط و فقط **۱۰۰۰ نفر** برای گفتگوی چهره به چهره فعال بشوند. یعنی حدود **۳۰۰۰۰ نفر!** اگر در ۲۰ روز فرصت تبلیغات، این ۳۰۰۰۰ نفر روزانه با **۲۰ نفر** گفتگو کنند و از این ۲۰ نفر فقط ۱۰ نفر متقاعد به شرکت در انتخابات بشوند، **۳۰۰۰۰ * ۱۰ = ۳۰۰۰۰۰ نفر * ۲۰ روز** مساویست با **۶ میلیون رای!!** این ۶ میلیون رای میتواند میزان مشارکت انتخابات را بیش از **۱۰ درصد** افزایش دهد! فارغ از اسمی در برگه نوشته خواهد شد و تعیین کننده ی پیروز انتخابات خواهد بود.

- مهم ترین **مشکل** ما برای گفتگوی چهره به چهره این است که دست مان خالیست! حرفه برای گفتن نداریم. یا اگر داریم، قشر خاکستری حرف ما را، ادبیات ما، زبان ما را متوجه نمیشود و با آن ارتباط برقرار نمی کند. یا اگر هردو را داریم، نمیدانیم دقیقا **چطور** گفتگوی چهره به چهره را **آغاز** کنیم! چه نکاتی را رعایت کنیم و... تیم محتوایی نجات، در **دو عرصه** اقدام به طراحی جملات **کوتاه و روان** و **همه فهم** کرده است:

یک) پاسخ به مسائل مردم برای رأی ندادن

دو) صحبت هایی که پاسخ به مساله مردم نیست ، اما حرفه است که ما می خواهیم در محور نفع جریان غربگرا و تبیین شاخص های اصلاح به گوش قشر خاکستری برسانیم!

- این جملات، با **تکنیک** هایی آماده شده اند که **هرکسی** از هر قشری بتواند آنها را **برای هرکسی** از هر قشری بیان کند! چون سعی شده وجه مشترکی که در همه اقشار میتواند **نقطه اثر گذاری** باشد، در تولید جملات، **مورد توجه** قرار بگیرد.

- در گام دوم سعی کردیم این جملات را در قالب هایی بریزیم که در هر جای بتوان یک **کنشگری انتخاباتی** داشت؛ حتی چند **ثانیه** ای که موقع خرید، رمز کارت خود را به فروشنده می گوئیم تا مبلغ خرید را پرداخت کنیم! باید طوری **مسلح** به جملات باشیم که از کنار هیچ **زمان و مکان و مخاطب** به سادگی نگذریم و هر بستری را به یک **بستر تبلیغاتی** تبدیل کنیم؛ حتی صف نانوایی و صندلی انتظار بانک را...

- گفت و گوی چهره به چهره طبق ۲۰ محور در ۴ قالب مجزا طراحی شده است که عبارت است از: «**چهره به چهره متداول**»، «**صحبت ۶ ثانیه ای**»، «**بحث ساختگی**» و «**گفت و گوی شکلاتی**»

به دلیل حجم بالای محتوای این قالب، محتوای کامل این بخش به صورت مجزا در کانال های نجات به نشانی [@nejatt_ir](https://t.me/nejatt_ir) منتشر شده است!!



۶ شابلون انتخاباتی

- یکی از قالب های **تاثیر گذار**، شابلون زدن پشت ماشین هاست. فایل موجود در بسته را دانلود و سپس **پرینت لیزری** کنید و به کمک ابر و رنگ پلاستیک، در نقاط **پرفرت و آهد**، پشت ماشین ها بزنید.
- اگر بتوانید در کانال های انقلابی شهر خود یک **زمان** و مکان **مشخص را بعنوان** وعده گاه شابلون زنی مشخص کنید، شاید **استقبال** بهتری از شما بشود؛ اگر با چند گروه هماهنگ کنید و هر گروهی مکان خاص خودش را داشته باشد که چه بهتر!!
- برای اینکه دور و برتان **شلوغ** بشود و ماشین های در حال حرکت هم **نمونه کار** شما را ببینید، خوب است یک دو تا از ماشین های خودتان که شابلون خورده، در همانجا **پارک** شده باشد.

۷ تریبون آزاد

در این قالب **فضاسازی** و **طراحی** میتواند تاثیر زیادی در **جذب مخاطبین** داشته باشد. این قالب را باید در اماکن **پرفرت و آهد** مثل بازارها و میادین یا مراکزی مثل دانشگاه اجرا کنید.

ایده های برای فضاسازی:

- اجرای **فلش ماب** کنار تریبون (این قالب را میتوان با یک فلش ماب نماد خیابانے تلفیق کرد و از ظرفیت محتوای نماد، برای جذب مخاطب و موضوع صحبت ها استفاده کرد).
- طراحی یک بنر با حضور اعضای **هیئت دولت** و فضاسازی تریبون به طوری که شخص سخنران در **جایگاه رئیس جمهور** صحبت کند.
- تصویر **مسئولین** مختلف در بنر و حضور شخص در **جایگاه مسئول** خالی
- قاعدتا بخشی از تریبون باید توسط **نیروهای آماده** خودتان باشد، حتی تریبون **مخالفین!** برای این بخش، میتوانید از جملات و **سناریوهای ۶۰ ثانیه ای** استفاده کنید. یک یا چند انسان قوی هم برای مدیریت **فکری** و **فیزیکی** (!) جلسه لازم است.

۸ دعوت از سخنران

- در این طرح شما می توانید به کمک **شبکه اعزام سخنران عمار ammarnet.ir** از سخنرانان مختلف در موضوعات مختلف دعوت کنید. توجه داشته باشید که باید حداقل **سه هفته زودتر** برای دعوت سخنرانان اقدام کنید. پس اگر قصد دارید از این بستر استفاده کنید، فوراً دست به کار شوید.
- قالب های استفاده از مهمان ویژه: **پرسش و پاسخ**، **سخنرانی**، **مناظره**، **خاطره گوئی** بزرگان محله از دوران قدیم و سخته های زندگی قبل از انقلاب
 - اقتشاری که میتوانند بعنوان مهمان ویژه حضور پیدا کنند: **سیاستمداران**، **خانواده شهدا**، **جانبازان**، **تحلیلگر**، **وعاظ**، **بزرگان محله**





شما می توانید جهت :

- اطلاع از جدیدترین تولیدات

- دریافت محتوای تکمیلی

- ارسال گزارش های مردمی

- ارتباط با شبکه کشوری فعالان

به کانال نجات به نشانی

@nejaatt_ir

مراجعه فرمایید

