

بسم الله الرحمن الرحيم

عملیات نبض غیرت

ایده های کنشگری تبلیغی در ایام جنگ – نسخه (۱)

فهرست مطالب

مقدمه.....	۲
روانشناسی مخاطب خاکستری در غبار جنگ.....	۲
ایده‌های تبلیغی:.....	۴
۱. طرح (این رو دیدی؟).....	۴
۲. طرح «سفیران هویت» (اهداء نماد ملی در اصناف).....	۵
۳. طرح «پژواک آگاهی» (پخش صوتی در محیط عمومی).....	۶
۴. طرح «نجوای حقیقت» (مکالمه الکی یا ضبط صدای هدفمند).....	۷
۵. طرح «دیالوگ عزت» (گفتگوی دو نفره نمایشی در اماکن شلوغ).....	۸
۶. طرح «پیک همبستگی» (توزیع اقلام مکتوب تبیینی).....	۹
۷. طرح «پاتوق همبستگی» (گفتگوی صمیمی در تفرجگاه‌ها).....	۱۰
۸. طرح «فال امید و پایداری» (ارتباط معنوی و انگیزشی).....	۱۱
۹. طرح «چالش بصیرت بصری» (معمای تبیینی).....	۱۲
۱۰. طرح «پایگاه خدمت و تبیین» (ایستگاه صلواتی چندمنظوره).....	۱۳
۱۱. طرح «تلنگر در توقف» (پلاکاردهای مفهومی سر چهارراه).....	۱۴
۱۲. طرح «رسانه سیار» (تبیین خودرویی و شیشه‌نویسی).....	۱۵
۱۳. طرح «مائدة همدلی» (توزیع افطاری ساده درب منازل).....	۱۶
۱۴. طرح «سنگر خانگی» (برگزاری روضه‌های خانگی تبیینی).....	۱۶
۱۵. طرح «انعکاس اراده» (ایجاد دیوار گفتگو).....	۱۷
۱۶. طرح «شبکه منّا» (مبلغین نفر به نفر انقلاب اسلامی - ۱ به ۸).....	۱۹
ملاحظات عمومی و اجرایی (ویژه کلیه طرح‌ها).....	۲۰
پیشنهادهای شما.....	۲۰

مقدمه

روانشناسی مخاطب خاکستری در غبار جنگ

در شرایطی که دشمن با عملیات روانی سنگین (Cognitive Warfare) به دنبال القای حس «بی‌پناهی» و «خیانت مسئولین» است، مبلغ انقلابی باید بداند که مخاطب خاکستری از دستور یا شعار مستقیم فراری است. او به دنبال «کشف حقیقت» است، نه «تزریق عقیده».

۱. اصل «امنیت عاطفی» بر «منطق سیاسی» مقدم است

مخاطب خاکستری در زمان جنگ بیش از هر چیز نگران امنیت خانواده و بقای سرزمین خویش است.

- او لزوماً به دنبال این نیست که چه کسی حق است؛ او به دنبال این است که چه کسی می‌تواند از او محافظت کند.
- نمایش قدرت موشکی «مانند هاپرسونیک فتاح یا خیبر» برای این مخاطب صرفاً یک خبر نظامی نیست، بلکه یک «تضمین بقا» است.

۲. شکستن «فیلتر انسان‌زدایی» دشمن

- دشمن تلاش می‌کند رهبران و فرماندهان را افرادی دور از مردم، ترسو یا قدرت‌طلب نشان دهد «شایعات فرار یا پناهگاه‌های زیرزمینی».
- روایت ساده‌زیستی خانواده رهبری و حضور آن‌ها در خط مقدم تا لحظه شهادت، این تصویر ساختگی را در ذهن مخاطب فرو می‌ریزد.
 - معرفی ابعاد پنهان شخصیت ایشان «مانند طبع لطیف در شعر یا اشراف علمی بر نانو و کتاب گارد دفاعی مخاطب را می‌شکند؛ چرا که او با یک «انسان حکیم» روبرو می‌شود، نه فقط یک سیاستمدار.

۳. مکانیسم «کشف» به جای «تدریس»

- انسان‌ها از چیزی که خودشان کشف کنند، بیشتر دفاع می‌کنند تا چیزی که به آن‌ها دیکته شود.
- استفاده از روش‌های غیرمستقیم «مانند نمایش کلیپ در مترو یا مکالمه صوری تلفنی» اجازه می‌دهد مخاطب حس کند خودش حقیقت را «شنیده» یا «دیده» است.
 - طرح سوالات چالشی «مانند حدس زدن شغل گوینده یک جمله علمی» مخاطب را وادار به تفکر فعال می‌کند.

۴. تحریک «غیرت ملی» در مقابل «تجزیه‌طلبی»

برای قشر خاکستری، «ایران» نقطه‌ی اشتراک نهایی است.

- تبیین طرح‌های دشمن برای تجزیه ایران «مانند نامه‌های پارلمان اسرائیل»، بحث را از «حمایت از نظام» به «حمایت از کيان وطن» تغییر می‌دهد .

- توزیع پرچم در مغازه‌ها و اماکن، نمادی از ایستادگی مردم پای امنیت و تمامیت ارضی کشور است که حتی مخاطب معترض را نیز با خود همراه می‌کند .

۵. پیوند عاطفی از طریق «مظلومیت مقتدر»

نمایش مظلومیت کودکان «مانند شهدای دختر مینابی یا حادثه کرمان) در کنار اقتدار نظامی، ترکیبی می‌سازد که مخاطب را از حالت انفعال به حالت «انزجار از دشمن» می‌برد .

- اینجا هدف این است که مخاطب متوجه شود دشمن با «هویت ایرانی» مشکل دارد، نه فقط با یک تفکر خاص .

ایده‌های تبلیغی

در این جزوه، ۱۶ روش عملیاتی بر پایه این اصول روانشناختی طراحی شده است. به یاد داشته باشید که در زمان جنگ، کلام شما باید بوی «اطمینان»، «امید» و «غیرت» بدهد.

۱. طرح (این رو دیدی؟)

هدف: ایجاد شوک عاطفی، شکستن بایکوت خبری رسانه‌های دشمن و انتقال پیام مظلومیت و اقتدار به قشر خاکستری از طریق «کشف» شخصی مخاطب.

• شیوه اجرا:

۱. **انتخاب محتوا:** یک فایل تصویری «عکس یا کلیپ کوتاه زیر ۳۰ ثانیه» که پتانسیل بالایی برای جلب توجه دارد انتخاب کنید.

۲. **شروع غیرمستقیم:** در حالی که در صف ایستاده‌اید یا روی صندلی مترو نشسته‌اید، گوشی را طوری بگیرید که صفحه آن برای اطرافیان قابل رویت باشد. طوری به صفحه نگاه کنید که انگار خودتان از دیدن آن منقلب شده‌اید.

۳. **فتح باب گفتگو:** اگر کسی کنجکاو شد یا خودتان فرصت را مناسب دیدید، گوشی را به سمت او بگیرید و بپرسید: «بخشید، شما این رو دیده بودید؟».

• مثال‌های کاربردی:

○ **سناریوی مظلومیت:** تصویر دختران دانش‌آموز مینابی را نشان دهید که چند روز قبل از شهادت در حال قرائت قرآن بوده‌اند. بگویید: «این طفل معصوم‌ها چه گناهی داشتند که اسرائیل و آمریکا باید مدرسه‌شان را بزنند؟». سپس تبیین کنید که دشمن با اصل وجود ایران و ایرانی مشکل دارد.

○ **سناریوی اقتدار:** کلیپی از اصابت موشک‌های هایپرسونیک فتاح یا خیبرشکن را نشان دهید که پدافند دشمن در رهگیری آن‌ها ناتوان است. بگویید: «رسانه‌هایی مثل اینترنشنال چقدر سانسور می‌کنند، ببینید چطور پایگاه‌هایشان را درهم کوبیدیم».

○ **سناریوی عاطفی:** تصویری از لبخند یا آرزوی شهادت رهبری را نشان دهید و بگویید: «می‌گفتند فرار کرده، اما تا لحظه آخر کنار خانواده شهدا و مردم ماند و در خانه خودش شهید شد».

۲. طرح «سفیران هویت» (اهداء نماد ملی در اصناف)

هدف: تقویت فضای بصری شهر با نمادهای اقتدار، ایجاد حس همبستگی ملی و مقابله با طرح‌های تجزیه‌طلبانه دشمن از طریق تعامل مستقیم با کسبه.

• شیوه اجرا:

۱. **تدارک محتوا:** تعدادی پرچم ایران، تصاویر باکیفیت از رهبری یا نمادهای اقتدار نظامی تهیه کنید.

۲. **ورود محترمانه:** به عنوان یک مشتری یا همشهری دلسوز وارد مغازه شوید. بعد از یک احوالپرسی گرم، هدیه را ارائه دهید.

۳. **پیام تبیینی:** روی نقطه اشتراک همه ایرانی‌ها یعنی «حفظ تمامیت ارضی» و «امنیت» تاکید کنید.

• مثال‌های کاربردی:

○ **هدیه پرچم:** هنگام دادن پرچم بگویید: «این روزها دشمنان در پارلمان‌هایشان برای تجزیه ایران نقشه می‌کشند». «این پرچم رو اگر جلوی مغازه بزنید، یعنی ما اجازه نمی‌دهیم یک وجب از این خاک کم بشه و پای امنیتمون ایستادیم».

○ **هدیه تصویر رهبری:** بگویید: «این مرد تا آخرین لحظه از عزت ما دفاع کرد؛ نصب این تصویر در مغازه‌تون قوت قلب مشتری‌هاست که بدانند ایران مقتدر باقی می‌مونه».

○ **جملات انگیزشی:** «خدا همان‌طور که اصحاب فیل را نابود کرد، این دشمنان را هم که به کوچک و بزرگ ما رحم نمی‌کنند، نابود خواهد کرد».

۳. طرح «پژواک آگاهی» (پخش صوتی در محیط عمومی)

هدف: شکستن فضای سکوت یا شایعه در محیط‌های عمومی و رساندن پیام حق به گوش مخاطبانی که ممکن است مستقیماً با شما گفتگو نکنند.

• شیوه اجرا:

۱. **آماده‌سازی فایل:** یک پادکست کوتاه، تحلیل خبری معتبر یا یک کلیپ صوتی حماسی/ادبی انتخاب کنید.

۲. **تنظیم صدا:** صدای گوشی را در حدی قرار دهید که تا شعاع یک یا دو متری شما به‌خوبی شنیده شود، اما باعث آزار نشود.

۳. **وانمودسازی:** طوری به گوشی نگاه کنید که انگار در حال گوش دادن به یک پیام مهم یا تماشای یک ویدئوی جذاب هستید.

• مثال‌های کاربردی:

○ **بعد ادبی و انسانی:** پخش فایلی از اشعار لطیف و قشنگ رهبر انقلاب. اگر کسی پرسید این صدای کیست، بگویید: «باورتان می‌شود این طبع ظریف و این شعر زیبا متعلق به حضرت آقااست؟». این کار گارد ذهنی مخاطب را نسبت به شخصیت ایشان می‌شکند.

○ **بعد علمی و استراتژیک:** پخش سخنرانی درباره پیشرفت‌های نانو یا علم در ایران. سپس با اطرافیان تبادل نظر کنید که چطور یک رهبر می‌تواند در تمام این حوزه‌ها صاحب‌نظر باشد.

○ **بعد افشاگرانه:** پخش فایلی صوتی درباره رسوایی‌های اخلاقی سران غرب «مانند پرونده جزیره اِپستین» و مقایسه آن با نگاه ابزاری آن‌ها به زن. بگویید: «کسی که به دختران کشور خودش رحم نمی‌کند، چطور ادعای نجات زنان ما را دارد؟».

۴. طرح «نجوای حقیقت» (مکالمه الکی یا ضبط صدای هدفمند)

هدف: دفع شبهات خطرناک «مانند شایعه فرار مسئولین» از طریق یک مکالمه «دزدیده شنیده شده» که گارد دفاعی مخاطب را می شکند.

• دستورالعمل اجرا:

- **پروتکل امنیتی:** حتماً گوشی را روی حالت «پرواز» یا بی صدای کامل قرار دهید تا زنگ خوردن ناگهانی، سناریو را لو ندهد. [user experience] اگر به اشتباه زنگ خورد، وانمود کنید خطوط مخابراتی قاطی شده است. [user experience]
- **شیوه مکالمه:** گوشی را کنار گوش بگذارید یا در حال ضبط صدای (Voice) ایتایی باشید. برای طبیعی تر شدن، ابتدا با یک رابطه گرم و احوالپرسی ساده شروع کنید. [user experience]
- **پیش گیری از لو رفتن:** می توانید از قبل پیامی به گوشی خود بفرستید تا اگر کسی به صفحه گوشی نگاه کرد، تصویر چت باز باشد.

• مثال های کاربردی:

- **سناریوی رفع شبهه فرار:** «آره فلانی، منم اول باورم نمی شد و شنیده بودم آقای خامنه ای رفته روسیه. اما وقتی خبر شهادت خودش و همسرش «خانم خجسته» و حتی نوه و دامادش رو توی خونه خودشون شنیدم، واقعاً غصه ام گرفت. می گفتن بهشون اصرار شده برن پناهگاه، ولی گفتن وقتی مردم نمیتونن برن، منم کنار مردم می مونم.»
- **سناریوی ساده زیستی:** «جالب بود که تا قبل از شهادت، کسی اصلاً اعضای خانواده شون رو ندیده بود. این حس مردمی بودنشون که اینقدر شبیه بقیه باشن، توی هیچ کدوم از سران کشورهای دیگه نیست.»

۵. طرح «دیالوگ عزت» (گفتگوی دو نفره نمایشی در اماکن شلوغ)

هدف: تولید تحلیل در متن جامعه و ایجاد «همراهی جمعی» با استفاده از تکنیک‌های روانشناسی اجتماعی.

• دستورالعمل اجرا:

- **انتخاب مکان:** نانوایی‌ها در ظهر از اتوبوس موفق‌تر هستند؛ چون افراد زمان بیشتری برای شنیدن دارند. [user experience]
- **شروع هوشمندانه:** با یک اشاره به موضوعی روزمره «مثل گرانی نان یا شلوغی» وارد بحث شوید. [user experience].
- **توزیع نقش:** یک نفر نقش «خاکستری متمایل به سوال» و دیگری نقش «تبیین‌گر مطلع» را بازی کند. مراقب باشید نقش خاکستری را آنقدر تند بازی نکنید که باعث درگیری شود یا نتوانید جوابش را بدهید. [user experience]
- **مخاطب‌سازی:** حتماً اطرافیان را وارد بحث کنید و نظرشان را بپرسید تا گفتگو به یک جریان جمعی تبدیل شود. [user experience]

• مثال‌های کاربردی:

- **سناریوی مقایسه قدرت:** نفر اول درباره ناو آمریکایی ابراز نگرانی کند. نفر دوم توضیح دهد که چطور با ۴ موشک می‌توان آن را شکست داد.
- **سناریوی غیرت ملی:** گفتگو درباره نامه‌های اعضای پارلمان اسرائیل برای تجزیه ایران. نفر دوم بگوید: «این‌ها کلاً با ایران و ایرانی مشکل دارند و نمی‌خواهند چیزی از ایران باقی بماند.»

۶. طرح «پیک همبستگی» (توزیع اقلام مکتوب تبیینی)

هدف: تثبیت پیام در ذهن مخاطب و ایجاد مرجعیت خبری در فضای آلوده به شایعات جنگی.

• دستورالعمل اجرا:

- **طراحی محتوا:** از واژه «شبنامه» استفاده نکنید؛ اسامی مانند «پیک بیداری» یا «روایت اول» مناسب‌ترند. یک طرف برگه را به مطالب آرامش‌بخش «مانند اذکار یا توصیه‌های تاب‌آوری» اختصاص دهید.
- **توزیع ترکیبی:** برگه را در صف نانوائی یا اتوبوس توزیع کنید و همزمان درباره محتوای آن گفتگو کنید. [user experience]
- **نصب در صنوف:** پرچم ایران یا عکس رهبری را به مغازه‌داران هدیه دهید و اجازه بگیرید بروشور را پشت شیشه نصب کنید.

• مثال‌های کاربردی:

- **محتوای برگه:** چاپ جملات کوتاه و تلنگرآمیز؛ مثلاً: «خدایی که اصحاب فیل را نابود کرد، اصحاب پدوفیل را هم نابود می‌کند».
- **محتوای تبیینی:** توضیح درباره موشک‌های هایپرسونیک «فتاح، خیبر، سجیل» برای ایجاد حس امنیت.
- **فراخوان غیرمستقیم:** استفاده از تصاویر شهدای مظلوم «مانند حادثه کرمان» و نوشتن این جمله: «به خاطر پاسداشت خون این بچه‌ها، باید اعلام انزجارمون رو نشون بدیم».

۷. طرح «پاتوق همبستگی» (گفتگوی مصمیمی در تفرجگاه‌ها)

هدف: نفوذ تبیینی در فضای آرام خانواده‌ها و جوانان برای تبدیل «ترس از جنگ» به «غیرت ملی و پایداری».

• موقعیت‌شناسی و آمادگی:

- اولین قدم در هر موضعی، توسل قلبی به ذوات مقدسه برای اثرگذاری کلام است.
- زمان‌های شلوغ پارک‌ها «عصرها و شب‌ها» را برای حضور انتخاب کنید.
- مخاطب باید از چهره اولیه شناسایی شود؛ اگر متمایل به «سفید» «حامی» است، او را به سمت اقدام حمایتی ببرید و اگر «خاکستری» است، محتوای تبیینی ارائه دهید.

• شیوه اجرا:

- ورود را با یک رابطه گرم شروع کنید؛ مثلاً اشاره به بازی کودکان یا شلوغی پارک.
- در مکان‌هایی مانند کافه گفتگو یا فضاهای نشستن جمعی قرار بگیرید که امکان جمع شدن چند نفر هست.
- در کنار هم قرار بگیرید و بر سر یک موضوع واحد «مثل اخبار پیروزی‌های موشکی» صحبت کنید.

• مثال کاربردی:

- در یک گفتگوی دوستانه، با اشاره به آرامش فعلی پارک بگویید: «دشمن می‌خواست این آرامش را با تجزیه ایران از بین ببرد، اما همین اقتدار موشکی باعث شده که جرات نکنند به خاک ما تعرض جدی کنند.» اگر مخاطب گارد گرفت، بحث را به سمت «امنیت خانواده» و «تجربه تلخ کشورهای همسایه» ببرید.

۸. طرح «فال امید و پایداری» (ارتباط معنوی و انگیزشی)

هدف: ایجاد آرامش روانی و تقویت روحیه تاب‌آوری در قشر خاکستری از طریق سنت‌های معنوی ایرانی-اسلامی.

• ابزار کار:

- یک کتاب که بحث امید و تاب‌آوری را برساند «مانند قرآن یا مجموعه‌ای از خاطرات و اشعار رهبری) انتخاب کنید.
- استفاده از فلش‌کارت‌های مزین به وصایای شهدا یا جملات بزرگان درباره آینده درخشان ایران.

• شیوه اجرا:

- با صدایی رسا جلب توجه کنید؛ صدای بلند در اماکن شلوغ جذابیت بیشتری دارد.
- به مخاطب بگویید برای عاقبت بخیری و پیروزی ایران نیت کند و کتاب را باز کند.
- پس از باز شدن صفحه، متن را برای او بخوانید و پیام امیدبخش آن را تبیین کنید.

• مثال کاربردی:

- **سناریوی اشعار:** اگر شعر لطیفی از حضرت آقا آمد، آن را بخوانید تا مخاطب با طبع ظریف و حکیمانه ایشان آشنا شود.
- **سناریوی قرآنی:** اگر آیه نصرت آمد، بگویید: «همان خدایی که اصحاب فیل را نابود کرد، اصحاب پدوفیل و جنایتکاران امروزی را هم نابود خواهد کرد».

۹. طرح «چالش بصیرت بصری» (معماهای تبیینی)

هدف: فعال کردن قوه تحلیل مخاطب از طریق پرسشگری و نمایش تصاویر استراتژیک برای کشف نقشه‌های دشمن.

• شیوه اجرا:

۱. **طرح سوال:** یک تصویر چاپی یا دیجیتال به مخاطب نشان دهید و بپرسید: «اصلاً متوجه می‌شوید موضوع در مورد چیست؟».

۲. **درگیر کردن مخاطب:** از او بخواهید حدس بزند تصویر متعلق به کیست یا چه موضوعی را نشان می‌دهد.

۳. **تبیین نهایی:** پس از شنیدن پاسخ، محتوای تبیینی را جلو بیاورید و طرح‌های دشمن را توضیح دهید.

• مثال‌های کاربردی:

- **سناریوی نقشه‌ها:** تصویر نقشه اسرائیل را نشان دهید و سپس آرم لباس سربازان صهیونیست را؛ با تطبیق این دو، طرح‌های توسعه‌طلبانه آن‌ها «مثل ارض موعود از نیل تا فرات» را تبیین کنید.
- **سناریوی حدس شخصیت:** جملاتی از رهبری در حوزه‌های نانو، کتاب، زن یا علم را بیاورید. از مخاطب بخواهید حدس بزند شغل این فرد چیست؟. پس از حدس‌های مختلف، تصویر ایشان را نشان دهید تا جامعیت علمی ایشان تبیین شود.
- **سناریوی جنایت:** تصویر دختران مینابی را نشان دهید و بپرسید: «فکر می‌کنی این‌ها کجایی هستند؟». پس از همراهی عاطفی مخاطب، توضیح دهید که این‌ها دانش‌آموزان ایرانی بودند که توسط آمریکا و اسرائیل به شهادت رسیدند.

۱۰. طرح «پایگاه خدمت و تبیین» (ایستگاه صلواتی چندمنظوره)

این طرح ایستگاه صلواتی را از یک مرکز توزیع نذورات صرف، به یک «قرارگاه عملیات فرهنگی» تبدیل می‌کند که ظرفیت‌های متنوعی برای اثرگذاری بر قشر خاکستری دارد.

- **برپایی ایستگاه نمایشگاهی:** در کنار بخش پذیرایی، فضایی به صورت نمایشگاه عکس و پوستر طراحی شود تا مخاطب در حین انتظار، با اسناد و تصاویر تبیینی مواجه گردد.
- **میزهای گفتگو و کافه گفتگو:** فضایی صمیمی برای نشستن و گپ‌وگفت ایجاد کنید تا مبلغین بتوانند به صورت چهره‌به‌چهره به شبهات پاسخ دهند.
- **پخش صوتی و بصری:** استفاده از سیستم صوتی برای پخش سرودهای حماسی و نمایشگر برای پخش کلیپ‌های تبیینی کوتاه که به سرعت پیام را منتقل می‌کنند.
- **بیان نکات زنده:** مبلغین می‌توانند در فواصل زمانی مختلف، نکات کوتاه تبیینی را به صورت زنده و با استفاده از بلندگو برای حاضرین بیان کنند.
- **توزیع اقلام مکتوب:** توزیع برگه‌های «پیک بیداری» «شبنامه» یا تصاویر رهبری و پرچم در میان مراجعین.
- **خدمات شابلون‌زنی:** کلیشه و شابلون‌زنی با شعارهای حماسی و ملی بر روی بدنه و شیشه خودروهایی که در کنار ایستگاه توقف می‌کنند.
- **اجرای زنده گروه سرود:** استفاده از گروه‌های سرود نوجوان برای اجرای برنامه‌های حماسی در فواصل زمانی مشخص که باعث جلب توجه بیشتر عابرین می‌شود.

۱۱. طرح «تلنگر در توقف» (پلاکاردهای مفهومی سر چهارراه)

هدف این طرح، بهره‌گیری از فرصت توقف رانندگان پشت چراغ قرمز برای انتقال پیام‌های کوتاه و کوبنده است که ذهن مخاطب را به چالش می‌کشد.

- **نحوه آرایش نیروها:** گروهی از نوجوانان و جوانان را به خط کنید تا پلاکاردهای به هم متصل را در کنار هم نگه دارند.
- **زمان بندی اجرا:** با قرمز شدن چراغ راهنما، پلاکاردها را بالا بگیرید تا در دیدرس مستقیم رانندگان قرار گیرد.
- **تکنیک پلاکارد دو طرفه:** روی یک طرف پلاکارد جمله‌ای سؤال‌ی یا مفهومی بنویسید و پس از چند ثانیه، با برگرداندن آن، جمله تلنگرآمیز یا تبیینی را به مخاطب نشان دهید.
- **مثال محتوایی:** در یک سمت بنویسید: «خدایی که اصحاب فیل را نابود کرد...» و در سمت دیگر: «اصحاب پدوفیل را هم نابود می‌کند».

۱۲. طرح «رسانه سیار» (تبیین خودرویی و شیشه‌نویسی)

این طرح با استفاده از بدنه خودروها، شایعات دشمن را در سطح شهر خنثی کرده و پیام اقتدار و مظلومیت را به همه جا می‌برد.

- **شیشه‌نویسی اثرگذار:** نصب جملات کوتاه و عاطفی بر روی شیشه عقب خودروها که مستقیماً به شایعاتی نظیر فرار مسئولین پاسخ می‌دهد.
- **پاسخ به شایعات:** استفاده از جملاتی که نشان‌دهنده حضور مسئولین در کنار مردم است؛ مانند: «می‌گفتند فرار کرده یا زیر زمین است، اما در دفتر کارش همراه با خانواده شهید شد؛ شهید سید علی خامنه‌ای».
- **نصب نمادها:** استفاده از تصاویر رهبری یا پرچم ایران در ابعاد مناسب بر روی شیشه‌ها یا آنتن خودروها برای تقویت فضای بصری پایداری در شهر.

۱۳. طرح «مأئده همدلی» (توزیع افطاری ساده درب منازل)

این طرح با استفاده از سنت حسنه افطاری، باب ارتباط عاطفی را در محلات باز کرده و بستری برای انتقال پیام‌های آرامش‌بخش و تبیینی فراهم می‌کند.

• شیوه اجرا:

- تهیه بسته‌های افطاری بسیار ساده «نان، پنیر، خرما» در بسته‌بندی‌های بهداشتی و شکیل.
- مراجعه به درب منازل در ساعات نزدیک به افطار و تقدیم هدیه به همسایگان.

• محتوای پیوست:

- در کنار بسته افطاری، یک نسخه از «پیک بیداری» یا تصویر باکیفیتی از رهبری قرار داده شود.
- می‌توان از جملاتی که حس مردمی بودن مسئولین را منتقل می‌کند استفاده کرد؛ مانند اینکه رهبری و خانواده‌شان تا لحظه آخر در کنار مردم ماندند و مانند یک فرد عادی در خانه خود به شهادت رسیدند.

۱۴. طرح «سنگر خانگی» (برگزاری روضه‌های خانگی تبیینی)

تبدیل محافل سنتی مذهبی به کانون‌های تحلیل سیاسی و تقویت روحیه پایداری در میان همسایگان و اقوام.

- شیوه اجرا:

- برگزاری یک جلسه روضه ساده و کوتاه در منزل و دعوت از همسایگان با رویکرد دعا برای نصرت اسلام.
- اختصاص بخشی از برنامه به قرائت قرآن و هدیه ثواب آن به ارواح طیبه شهدا و رهبر شهید.

- محتوای تبیینی:

- دعوت از یک سخنران مطلع برای تبیین شجاعت مسئولین و رد شایعاتی نظیر ترس یا فرار سران کشور.
- هدیه دادن عکس رهبری یا اقلام هویتی در انتهای مراسم به مهمانان برای تقویت پیوند قلبی.

۱۵. طرح «انعکاس اراده» (ایجاد دیوار گفتگو)

ایجاد فضایی برای تخلیه هیجانات اجتماعی و مشاهده همبستگی ملی در برابر دشمن خارجی در اماکن پرتردد.

• شیوه اجرا:

- نصب یک بنر بزرگ سفید در میداين اصلی، ایستگاه‌های صلواتی یا معابر پرتردد با عنوان «دیوار گفتگو».
- قرار دادن چندین مائیک در کنار بنر و دعوت از مردم برای نوشتن نظرات خود.

• محتوای پیشنهادی برای موضوع دیوار:

- «پیام شما به آمریکا و اسرائیل پس از جنایات اخیر».
- «دلنوشته‌ای برای رهبر شهید و فرماندهان جبهه مقاومت».
- «عهد من برای حفظ امنیت و یکپارچگی ایران».

۱۶. طرح «شبکه منّا» (مبلغین نفر به نفر انقلاب اسلامی - ۱ به ۸)

این طرح یک شبکه ارتباطی مویرگی برای خنثی‌سازی جنگ روانی در لایه‌های عمیق جامعه و دعوت به کنشگری مستقیم است.

• شیوه اجرا:

- هر مبلغ موظف است با حداقل ۸ نفر از دوستان، اقوام یا همکاران خود تماس تلفنی برقرار کند.
- پس از حال و احوال‌پرسی صمیمانه، یک نکته کلیدی تبیینی «مثلاً درباره امنیت ملی یا پوشالی بودن قدرت پدافندی دشمن» بیان شود.

• محتوا و اقدام پیشنهادی:

- پاسخ به شبهات رایج در تماس؛ مانند تبیین ساده‌زیستی خانواده رهبری که حتی تا پس از شهادت نیز کسی آن‌ها را نمی‌شناخت.
- دعوت از مخاطب برای یک اقدام عملی؛ مانند حضور در تجمعات شبانه برای پاسداشت خون شهدا و خنثی‌سازی نقشه دشمن برای ایجاد آشوب داخلی.
- درخواست از مخاطب برای ادامه زنجیره و تماس با ۸ نفر دیگر از نزدیکانش.

• توجه:

- این طرح، از طرح‌های مهم کشوری می‌باشد که جهت آشنایی با جزئیات بیشتر و اقدامات موثر می‌توانید کانال طرح به آدرس https://eitaa.com/shabake_menna را دنبال نمایید.



ملاحظات عمومی و اجرایی (ویژه کلیه طرح‌ها)

- **زمان‌بندی طلایی:** شناسایی زمان‌های شلوغ در هر منطقه بسیار مهم است؛ برای مثال نانوایی‌ها در وقت ظهر بستر مناسبی برای گفتگوهای تبیینی هستند.
- **رابطه گرم اولیه:** در تمام مداخلات حضوری، ابتدا با یک موضوع روزمره «خرید، آب و هوا و غیره» رابطه گرم ایجاد کنید.
- **مدیریت ارتباطات دیجیتال:** هنگام استفاده از سناریوهای صوتی یا مکالمه صوتی، حتماً گوشی را در حالت پرواز قرار دهید؛ در صورت زنگ خوردن ناگهانی، اختلال در خطوط مخابراتی را بهانه کنید.
- **تکنیک مخاطب‌محوری:** به جای سخنرانی یک‌طرفه، افراد را مستقیماً مخاطب قرار داده و وارد بحث کنید تا احساس مشارکت در کشف حقیقت داشته باشند.

پیشنادهای شما

اگر شما نیز غیر از موارد فوق، پیشنهادهایی دارید می‌توانید به پشتیبان مرکز تخصصی جهاد تبیین به شناسه @Tabyin_admin در ایتا ارسال نمایید.