

رهبر معظم انقلاب مدظله

ما دستگاه تولید محتوا لازم داریم. در
زمینه‌ی تولید محتوا می‌توانیم اطمینان کنیم
به تصادفات و آنچه پیش می‌آید.

دیدار با شورای عالی فضای مجازی ۱۳۹۶/۱۱/۳

الگوی هدف‌سازی تولید و توزیع محتوا ویژه فعالین و مبلغین



مجمع راهبری نیروهای انقلاب

الله الرحمن
الرحمن!

فهرست:

- چرا در این دوره از انتخابات برای افزایش مشارکت باید تلاش کنیم؟ ۴
- چرا جریان تولید و توزیع محتوا باید هدفمند و دقیق باشد؟ ۵
- تیب فکری ۹
- مشخصه‌های این تیب فکری ۱۳
- دلایل تصمیمات و رفتارهای انتخاباتی مخاطب ۱۷
- ادله و عوامل موثر در تصمیم مخاطب بر مشارکت یا عدم مشارکت ۱۹
- رفع مانع و پاسخ به ادله عدم شرکت در انتخابات ۱۹
- ۱- بی اعتماد به نظام ۲۱
- ۲- بی اعتماد به فرایند یا مجریان انتخابات ۲۲
- ۳- بی اعتماد به تاثیر انتخابات ۲۳
- ۴- بی اعتماد به نقش مردم و خودش در انتخابات ۲۴
- ۵- بی اعتماد به نامزدهای حاضر در انتخاب ۲۴
- قانع نمودن مخاطب برای شرکت در انتخابات ۲۵
- ملاک مذهب (فقط اعتقاد به اصل مذهب) ۲۸
- ملاک «الزام به مذهب» ۲۹
- ملاک «انقلابی بودن» (فقط اعتقاد به اصل انقلاب) ۳۰
- ملاک «الزام به انقلاب» ۳۰
- ملاک «ولایی بودن» (فقط اعتقاد به اصل ولایت) ۳۱
- ملاک «الزام به ولایت» ۳۱
- ملاک «منفعت طلب شخصی» ۳۲
- ملاک «دغدغه‌مند اجتماعی» ۳۳



چرا در این دوره از انتخابات برای افزایش مشارکت باید تلاش کنیم؟

امام خمینی ره :

«چند روز دیگر مسئله انتخاب رئیس جمهور است. باید همه شما [و] همه اشخاصی که در هر جا هستند، اهل علمی که در هر جا هستند، با کمال جدیت، مردم را دعوت کنند به دخالت (شرکت در انتخابات) دخالت کنند در مسئله، حاضر بشوند... نگویید که دیگران رأی می دهند. من هم باید رأی بدهم، تو هم باید رأی بدهی، آن روستایی هم که در کنار مزرعه خودش کار می کند باید رأی بدهد؛ تکلیف است. این یک تکلیف الهی است. این هم یک چیزی حساب نکنید که خوب، دیگران هستند، من چه می کنم؟ خیر. برای هر فردی از افراد این ملت تکلیف است که حفظ کند اسلام را...»

در این ایام، که اعلان می کنند مسئله انتخاب رئیس جمهور [را]، آن اشخاصی که در حوزه ها هستند، باید دست از کارها بردارند و راه بیفتند توی شهرها و دهات و روستاها و آن جاهای دور افتاده و کمک کنند. و اگر نکنند، فردا مسئول اند پیش خدا و اگر مسامحه کنند، فردا مسئول اند پیش خدا. مردم را دعوت کنند به دخالت در امور، به انتخاب یک رئیس جمهور صحیح، کمک کنند برای رساندن صندوقها به روستاهای دور افتاده. اگر شما نکنید، آنهایی که بر ضد شما هستند، می کنند این کار را؛ تبلیغ می کنند آنجاها. شماها مبلغ اسلام هستید.

اهمیت این همان اهمیتی است که اسلام دارد. یک نفری که وارد بشود و در رأس امور واقع بشود و - خدای نخواستہ - فاسد از کار در آید، یک کشور را به فساد می کشاند.»^۱

۱ صحیفه امام خمینی، جلد ۱۵، صفحه ۱۵



رهبر معظم انقلاب مدظله:

«چند هفته‌ی دیگر انتخابات داریم؛ این انتخابات، مهم است. برادران و خواهران عزیز! این انتخاب، مهم است. این سخن در واقع خطاب به همه‌ی ملت ایران است. اصل حضور مردم در صحنه‌ی انتخابات مهم است؛ زیرا مشارکت عمومی نشان‌دهنده‌ی همبستگی ملی است و همبستگی ملی می‌تواند در مقابل توطئه‌های دشمنان به کشور مصونیت ببخشد. دشمن از اختلافات سود می‌برد و از تشتت آراء مردم سوء استفاده می‌کند. دشمن از دودستگی‌ها و فتنه‌گری‌ها و جنگ‌افروزی‌های داخل کشور استفاده می‌کند. وقتی یک ملت یکپارچه و یکدست باشد و مسؤولان کشور همه با یکدیگر همدل و همراه باشند، شمشیر دشمن کُند می‌شود و جرأت نمی‌کند به چنین کشور و ملتی نظر بد بیندازد و با او به چشم توطئه نگاه کند. مشارکت مردم در امر انتخابات می‌تواند این همبستگی ملی را در مقابل چشمان دشمن عنود و حيله‌گر به نمایش بگذارد و به ملت و کشور ما مصونیت ببخشد. لذا من بارها گفته‌ام که اصل حضور مردم در انتخابات، حتی از انتخاب اصلح هم مهمتر است؛ اگر چه انتخاب اصلح هم بسیار اهمیت دارد.»^۲

چرا جریان تولید و توزیع محتوا باید هدفمند و دقیق باشد؟

انتخابات ۱۴۰۰ شرایط متفاوت از همه‌ی ادوار گذشته‌ی انتخابات دارد. کرونا و استفاده‌هایی که به واسطه‌ی جو ایجاد شده در جامعه، برای کنترل ارتباطات انسانی صورت گرفته عملاً الگوی تبلیغ و تبیین را در این انتخابات تغییر داده. سوء مدیریت یا مدیریت به سوء برخی مسئولین، موجب شد که عمده‌اً یا بالاجبار روابط حضوری انسانی به‌خصوص بدنه‌ی مردمی مومنین و فعالین انقلاب با جامعه‌ی مخاطب قطع شود و مناسک و ساختارهای



اسلامی و انقلابی همچون مساجد و نمازهای جمعه و هیئات و جریان‌های تبلیغی روحانیت و... تحت تاثیر این برنامه‌ریزی‌ها به صورت کلی جایگاه روشنگری و راهبری خود را از دست بدهند. در مقابل فرصت ایجاد شده در دل تهدید کرونا، به برخی اجازه داد با توسعه افسارگسیخته فضای مجازی، جریان اثر گذاری بر نظام تمایلات و انتخابات‌های مخاطب را بیش از پیش تحت تاثیر قرار دهند؛ نمونه واضح آن را در اقداماتی می‌توان مشاهده کرد که شاید بتوان گفت که آن اقدامات ابزاری برای مهندسی افکار عمومی در بخش مهمی از بدنه رای دهندگان جامعه ایران محسوب می‌شود؛ به عبارتی تغییر الگوی تعامل با قشر بزرگ و مهمی از جامعه مانند روستائیان را که همیشه از تعیین کننده‌ترین بخش در نتایج انتخابات بوده‌اند، نمونه‌ای از همین اقدامات است؛ محدود کردن دسترسی فعالین انقلابی و طلاب به این بخش از جامعه از یک سو و توسعه بی ضابطه زیرساخت‌ها و بالا بردن ضریب نفوذ اینترنت به بهانه آموزش روستائی از سوی دیگر، در عمل این قشر را به مخاطبی جدید برای ساختارهایی چون اینستاگرام و سایر پیام‌رسان‌های خارجی و متاثر از اینفلوئنسرها و بنگاه‌های دروغ پراکنی بدل ساخت.

طبیعی است که با توجه به شرایط موجود بخش فراوانی از ارتباطات و فعالیت‌های تبیینی مرتبط با انتخابات ۱۴۰۰ توسط جریان انقلابی و غیر انقلابی در فضای مجازی صورت می‌گیرد.

از سویی هم در مکالمات رودررو و هم در محتوای منتشر در فضای مجازی، اختلاف‌های سنی و تفاوت‌های فکری و... در میان مخاطبین، تاثیر بسیار چشمگیری در پذیرش یا انکار مطالب دارد و چه بسا محتوایی که می‌تواند در گفتگو با یک فرد



مذهبی موجب اقتناع او برای مشارکت در انتخابات شود، نسبت به فرد غیر مذهبی یا غیر پایبند به دستورات دینی، نتیجه‌ای کاملاً متفاوت داشته باشد. این تفاوت نسبت به ملاک‌های دیگری مانند «انقلابی بودن»، «ولایی بودن»، «دغدغه اجتماعی داشتن» و «منفعت طلب بودن» هم وجود دارد. بر این اساس برای فعالین جبهه انقلاب مجهز بودن به دستگاه تولید محتوا ضروری است و نمی‌توان به الگوهای تصادفی و غیر هدفمند اکتفا نمود. رهبر معظم انقلاب در دیدار با اعضای عالی شورای مجازی در همین زمینه فرمودند:

«یک مسأله، مسأله‌ی تولید محتواست. دستگاه تولید محتوا لازم داریم. ما در زمینه‌ی تولید محتوا نمیتوانیم اطمینان کنیم به تصادفات و آنچه پیش می‌آید. بانکهای اطلاعاتی هستند البته. [اما] باید بنشینید روی این مسأله -تولید محتوا- طراحی کنید، فکر کنید. ما البته جوانهای خوشفکر متدین داریم، افراد به درد بخوری برای تولید محتواهای اجتماعی داریم، حوزه‌های علمیه را داریم که دستشان در این زمینه واقعاً باز است. بعضی از دانشگاهی‌ها را داریم، همین طور که عرض کردم، جوانهای خیلی خوبی در این زمینه داریم. البته بانکهای اطلاعاتی را هم داریم. از اینها باید استفاده کنید. دستگاه تولید محتوا را تقویت کنید؛ ما به این مسأله احتیاج داریم.»^۳

افراد در طول زندگی خود با اتفاقات و اطلاعات مختلفی مواجه می‌شوند که به تدریج بر رفتار آن‌ها اثر می‌گذارد و هر تغییر بر رفتار آن‌ها متوقف بر تاثیر و مدیریت بر این دو بخش مهم؛ یعنی آثاری ناشی از اتفاقات یا اطلاعات خواهد بود؛ به عبارت دیگر فردی

۳. مقام معظم رهبری، ۱۳۹۶/۱۱/۰۳



که به واسطه مدیریت ضعیف برخی مسئولین یا نفوذ دقیق برخی منافقین در بدنه کشور و ایجاد مشکلات متعدد اقتصادی، فرهنگی و امنیتی و... با وضعیت معیشتی مختلف فرهنگی، خانوادگی و... مواجه شده، حق دارد که از وضع موجود عصبانی باشد و ممکن است به غلط این مشکلات را به پای کل نظام بنویسد و تصمیم به فاصله گرفتن و عدم مشارکت در انتخابات بگیرد.

خیانت یا حماقت برخی مسئولین - که متأسفانه اغلب با انتخاب خود ما به قدرت رسیده‌اند - ممکن است فردی را از شرکت در انتخابات باز دارد و چه بسا وی را وادار به زاویه گرفتن از اصل نظام مقدس اسلامی که خون هزاران شهید و دعای هزاران مومن و عالم عارف الهی پشتوانه بقای آن بوده، بکند. جبران این آسیب‌ها در اغلب موارد به سادگی امکان‌پذیر نخواهد بود.

الگوی تیپ شناسی سعی دارد با بررسی آن دسته از خصوصیات مخاطب که مبنای تصمیم‌گیری او در موضوع «رای دادن» است - بدون ذکر پیچیدگی‌های علمی و با ادبیاتی روان و ساده - فعالین انقلابی را یاری دهد تا بهترین الگوی تفاهم با مخاطب را برگزیده و از محتوای هدفمند آن برای اقناع دوستان، آشنایان و سایر افراد در فرصت اندک باقی مانده استفاده نماید.

در این جزوه برای آشنایی اولیه با روش اقناع براساس تیپ فکری افراد، برخی مطالب به صورت مختصر و تیتروار ارائه می‌گردد.



یکی از بدیهی‌ترین اقسام تیپ‌شناسی، تیپ‌شناسی فکری است که بیشترین سهم را در رفتارهای آگاهانه افراد دارد. مسئله مشارکت یا عدم مشارکت در انتخابات هم از این قاعده مستثنا نیست و ساختارهای فکری و ذهنی افراد تاثیر بسیار مهمی بر تصمیمات وی در این زمینه دارد؛ به همین جهت امروزه الگوی نوین «جنگ ادراکی» یا «جنگ شناختی» برای اثرگذاری بر جوامع و افراد، جایگزین الگوهای قدیمی دیکتاتوری مبتنی بر زور و فشار، شده است. در الگوهای جدید جنگ‌های ادراکی، به جای استفاده از ابزارهایی چون شبکه‌ی مخوف ساواک برای کنترل جریان اطلاعات و داده در جامعه، از ابزارهای ساده‌ای مانند «رسانه‌ها» و «فضای مجازی» برای اثرگذاری و مدیریت «افکار عمومی» بهره برده می‌شود؛ زیرا به صورت طبیعی هر فرد بسته به شرایط تربیتی و آموزشی و عوامل محیطی که در طول زندگی با آنها مواجه بوده، به لحاظ فکری در ابعاد مختلف ساختارهای فکری و ذهنی متفاوتی را می‌پذیرد و همه رفتارها بلکه تمایلات و آرزوهایش را بر اساس آن تنظیم می‌کند و برای دفاع از آن ممکن است مال، آزادی یا حیات خویش را هم هزینه کند همانگونه که خداوند متعال در قرآن در این زمینه می‌فرماید:

«الَّذِينَ آمَنُوا يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ كَفَرُوا يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ الطَّاغُوتِ؛ آنان

که ایمان آورده اند، در راه خدا می‌جنگند؛ و کسانی که کافر شده اند، در راه

طاغوت می‌جنگند.» (النساء، ۷۶)

از این رو هر تغییری در رفتار ارادی و آگاهانه افراد، در گرو تغییر یا اصلاح فکر و اندیشه آنها است و قطعاً اطلاع از تیپ‌های فکری و نیز آشنایی با شیوه‌های مواجهه با افراد برای تغییر ساختارهای فکری که موجب تصمیم به عدم شرکت در انتخابات می‌گیرد، قبل از مواجهه با آنها لازم است.

از جمله مهمترین ملاک‌ها در ساختار فکری افراد که هر تغییری در آن می‌تواند تصمیم فرد برای شرکت در انتخابات را تغییر دهد، موارد زیر است.



از کنار هم قرار گرفتن این ملاک‌ها حالت‌های متفاوتی از نظر تیپ فکری افراد ایجاد می‌شود؛ به عنوان نمونه:

- ✏️ افرادی که مذهب، انقلاب، ولایت و مسائل جامعه برایشان اولویت دارد و به اصطلاح مذهبی، انقلابی و لائمی و دغدغه‌مند به جامعه محسوب می‌شوند.
- ✏️ افرادی که فقط مذهب برایشان اولویت دارد و مسائل انقلاب، اصل ولایت یا فرمایشات رهبر انقلاب، تاثیری در تصمیماتشان ندارد.
- ✏️ افرادی که فقط به منافع شخص خود فکر می‌کنند و سایر موارد یا اصلاً برایشان اهمیت ندارد و یا در اولویت آنها نیست.



✏️ افرادی که نه تنها مذهبی نیستند بلکه با مذهب یا انقلاب و... ضدیت و مخالفت جدی نیز دارند.

و ✏️

بر اساس این ملاک‌ها و برخی ملاک‌های دارای اهمیت دیگر به سادگی میتوان ۲۵۶ تیپ فکری را دسته بندی نمود که البته همه آنها ضرورتاً مهم و نیازمند توجه نیستند و در این فرصت کوتاه تا انتخابات جای پرداختن به همه آنها نیست. به همین جهت آن بخش از تیپ‌های فکری که بیشترین اهمیت و فراوانی در جامعه را دارند حدود ۳۷ تیپ فکری هستند که با دقت بیشتر تنها ۱۱ تیپ را در کانون توجه قرار می‌دهیم.

برای روشن شدن بیشتر ابعاد این تیپ‌های فکری می‌توان به برخی تعاریف آنها توجه کرد.





مذهبی

• شخصی که اصل مذهب را پذیرفته و راضی به انکار و مقابله با مذهب نمی‌شود. (به عبارت دیگر اگر کسی را در تقابل با اصل مذهب ببیند راجع به او واکنش نشان می‌دهد؛ یعنی مبنای اولویت تصمیم‌گیری وی عدم انکار اصل مذهب است و ممکن است انسان پایبند یا غیر پایبند به تکالیف باشد.)

ملتزم به مذهب

• شخصی که تکالیف و لوازم و فروع مذهب را پذیرفته و راضی به انکار و مقابله با تکالیف و اصل مذهب نمی‌شود هر چند که ممکن است در مواردی کوتاهی‌هایی داشته باشد. (یعنی تصمیم و بنای عمل به احکام و دستورات اسلام را دارد هر چند در مواردی در عمل اشکال داشته باشد.)

انقلابی

• شخصی که اصل انقلاب را پذیرفته و راضی به انکار و مقابله با انقلاب نمی‌شود. (به عبارت دیگر اگر کسی را در تقابل با اصل انقلاب ببیند به او واکنش نشان می‌دهد؛ یعنی مبنای اولویت تصمیم‌گیری چنین شخصی، عدم انکار یا ضربه به اصل انقلاب است.)

ملتزم به انقلاب

• شخصی که فروع و لوازم انقلابی بودن را پذیرفته و راضی به انکار و مقابله با انقلاب نمی‌شود. هر چند که ممکن است در مواردی کم‌کاری‌هایی نیز داشته باشد (یعنی تصمیم و بنای همراهی عملی با انقلاب را دارد هر چند در مواردی در عمل اشکال داشته باشد.)

ولایی

• شخصی که اصل ولایت را پذیرفته و راضی به انکار و مقابله با این ولایت نمی‌شود. (به عبارت دیگر اگر کسی را در تقابل با اصل ولایت ببیند نسبت به او واکنش نشان می‌دهد؛ یعنی مبنای اولویت تصمیم‌گیری وی عدم انکار اصل ولایت است.)

دغدغه مند به جامعه

• شخصی که نسبت به امور جامعه و مردم پیرامون خود دغدغه مند است و فقط به منافع شخصی خود فکر نمی‌کند.

منفعت طلب شخصی

• شخصی که یکی از مهمترین ملاک‌هایش در تصمیم‌گیری، برآورده شدن منافع شخصی خودش باشد حتی اگر با برخی مسائل دین و انقلاب و ولایت در تنافی باشد.

بررسی مصداقی عملکرد مبتنی بر تیپ شناسی

بعد از شناخت ابعاد شخصیتی افراد و الگوی فکر و تصمیم‌گیری آنها، لازم است که شناختی اجمالی از نحوه مواجهه با افراد دارای تیپ فکری مختلف پیدا کرد.

به عنوان مثال یک فرد ملتزم به مذهب انقلابی عادی غیر ملتزم به ولایت فقیه به لحاظ فکری دارای خصوصیتی است که برای اقتناع و مواجهه با او باید متناسب با همان خصوصیات اقدام کرد

مشخصه‌های این تیپ فکری

به صورت کلی در این تیپ فکری با شخصیتی مواجه هستید که مشخصات ذیل را داراست:

۱- مذهبی است: منظور از مذهبی بودن در این جزوه اولویت داشتن دین و مذهب برای فرد است به نحوی که مذهب مبنای قضاوت‌های فرد قرار گیرد و در دوران میان مذهب و موارد دیگر چون اقتصاد و معیشت، مذهب را ملاک عمل قرار دهد؛ چنین افرادی ارزش‌های دینی را فدای امر دیگری نمی‌کند.

۲- انقلابی عادی است: منظور از یک انقلابی عادی بودن این است که فرد در عین اینکه مشروعیت و کارآمدی کلی انقلاب را پذیرفته و راضی به براندازی و تغییر نظام نیست؛ ولی مصالح و آرمان‌های نظام برای وی اولویت ندارد و در تعارض با منافع شخصی، گروهی یا حزبی از آرمان‌های نظام چشم پوشی

می‌کند؛ مانند کسانی که با تصور اینکه حمایت از مقاومت در تراحم با منافع ملی است به آن معترض می‌شود.

۳- مقید به ولایت فقیه نیست: این افراد به بیانات رهبری التزامی ندارند و در عمل اینکه رهبری در مورد چیزی الزام کرده باشند یا از موردی نهی کرده باشند، تاثیری در انگیزه و عملکرد آنها ندارد البته این افراد دارای طیف وسیعی هستند که از یک سو دوستدار شخص رهبری اما غیر ملتزم به ایشان تا فردی که منتقد رهبری است را شامل می‌شود.

۴- دغدغه مند اجتماعی است بدین معنا که نسبت به امور جامعه و مردم پیرامون خود دغدغه مند است و فقط به منافع شخصی خود فکر نمی‌کند.

۵- منفعت طلب شخصی است بدین معنا که منافع شخصی خود را نیز مبنای محاسبه برای رأی دادن قرار خواهد داد.

چنین شخصیتی با توجه به تیپ فکری اش، زمانی به یک نامزد رأی خواهد داد که:

اعتقاد داشته باشد این کاندیدا در راستای دغدغه اقتصادی و معیشتی وی گام‌هایی برمی‌دارد.

معتقد باشد که عملکرد این کاندیدا و مسئولین منصوب وی در تضاد با اصل دین یا دستورات و فروع دین نیست و چه بسا در مسیر تقویت دین و مذهب و دینداری مردم عمل می‌کند؛ به این صورت که یا قرائت این شخص از دین



چیزی شبیه گفتمان کاندیدای مد نظر باشد؛ یا اگر تفاوتی در تعریف دین و الزامات دینداری با کاندیدای مدنظر دارد با مظاهر بی دینی و ضدیت با ارزش‌ها در عملکرد آن کاندیدا آشنا نیست.

☑ این فرد را انسانی میانه‌رو بدانند نه کسی که به تصور او به واسطهٔ انقلابی‌گری رفتار افراطی دارد و با پیگیری گفتمان خاص انقلاب، برای منافع ملی هزینه درست می‌کند.

☑ تقابل و ضدیتی در عمل آن نامزد با اصل ولایت نبیند.

☑ کاندیدای مورد نظر را در راستای برطرف کردن دغدغه‌های اجتماعی و منافع شخصی خود ببیند.

چنین فردی را زمانی می‌شود قانع کرد که به یک فرد خاص رای ندهد که:

☑ به او نشان داده شود که توانمندی، سابقه، رویه و گفتمان پذیرفته شده توسط کاندیدای مورد نظر، دغدغهٔ اقتصادی او در مورد خود فرد و دیگر افراد جامعه را جوابگو نیست

☑ ممکن است این کاندیدا در اعتقاد یا عمل با اصل دین داری یا برخی مظاهر و دستورات اسلام در تعارض باشد.

☑ عملکرد این فرد باعث به خطر افتادن اصل نظام است.

۴ در این صورت هر اتفاقی در حوزه مذهب توسط جریان و گفتمان لیبرال را مثبت و در راستای قرائت دینی خودش تلقی می‌کند و در این زمینه نمی‌توان با او به گفتگو پرداخت.

طبیعتاً با این توضیحات به منظور متقاعد کردن چنین شخصی نباید در رابطه با ولایت فقیه یا فرمایشات ایشان و ملتزم بودن به انقلاب صحبت کرد؛ چرا که این فرد به این اصول پایبند نبوده و برای او نه تنها در اولویت و چه بسا در صورت اطلاع از تقابل کاندیدای لیبرال و غربگرا با این اصول، مایل به رای دادن به آن نیز می‌شود؛ همان‌گونه که در تبلیغات انتخاباتی و سخنان کاندیدای خاص (لیبرال) تلاش برای جذب این تیپ فکری از این منظر را می‌توان مشاهده کرد. برای منصرف کردن این شخص از چنین رأیی کفایت عدم تامین دغدغه‌های اجتماعی این فرد اعم از اقتصادی و معیشتی و... توسط دولتی با این عملکرد و طرز تفکر را به وی اثبات کرد. علاوه بر این می‌توان از ساختار مذهبی شخصیت وی که در بخش مشخصات به آن پرداخته شد، استفاده گردد و محتوای مناسب وی در اختیار او قرار گیرد.



همانگونه که ذیل عنوان «انقلابی»، خصوصیت‌های این تیپ توضیح داده شد، نمی‌توان انتظار داشت با استفاده از حساسیت‌های که در یک فرد «انقلابی ملتزم» هست، او را قانع نمود لکن با توجه به این خصوصیت که قاعداً یک انقلابی عادی راضی به از بین رفتن انقلاب و نظام اسلامی و استقرار یک نظام غیردینی نیست، می‌توان خطر وقوع این اتفاق را به شکل نرم، هشدار دارد و شواهد آن را بیان نمود؛ ولی با توجه به تیپ شخصیتی وی نباید این بخش از ادله را در اولویت قرار داد و بیش از اندازه بر آن‌ها تاکید کرد.

دلایل تصمیمات و رفتارهای انتخاباتی مخاطب

با توجه به مشخصه‌های تیپ فکری لازم است تا عملکرد هر تیپ را راجع به مطلوب‌های مدنظر در انتخابات پیش رو بررسی کرد و محتوای متناسب با این عملکرد را در اقناع او بکار بست.



طبیعتاً باید هر دسته از ادله فوق به صورت دقیق تشخیص داده شود و مبنای برقراری ارتباط و اقناع هر تیپ فکری قرار گیرد.

تلاش برای جلب مشارکت حد اکثری مهمترین تکلیف فعالین انقلابی

از بیانات رهبر معظم انقلاب روشن شد که بی‌تردید مهمترین مسئله از میان همه رفتارهای انتخاباتی بالا، رقم زدن انتخاباتی پرشور با بالاترین میزان مشارکت خواهد بود و این مهم حتی از انتخاب نامزد اصلح هم اهمیت بیشتری دارد.

علاوه بر جایگاهی که مشارکت حد اکثری در همه انتخابات گذشته داشته است، در انتخابات پیش رو به علت شرایط حاکم بر فضای اقتصادی و سیاسی کشور، دارای اهمیت ویژه است با این حال میتوان مشاهده نمود که برخی از فعالین انقلابی و دغدغه مندان اجتماعی به واسطه ترکیب نامزدهای تائید صلاحیت شده بر خلاف هفته‌ها و ماه‌های قبل نسبت به اصل مشارکت یا نتایج انتخابات اهتمام کمتری دارند که ناشی از عدم اطلاع از نقش مشارکت حد اکثری مردم در انتخابات برای تحکیم پایه‌های نظام و عملکرد آن دارد.

با توجه به ضرورت و اهمیت تلاش برای ارتقاء مشارکت حد اکثری از یک سو و اقدامات جریانات غیر انقلابی یا ضد انقلاب برای کاهش مشارکت و القای ناامیدی و شبهه نسبت به روند انتخابات آزاد در کشور از سوی دیگر، لازم است همه فعالان جریان انقلاب با همت مضاعف نسبت به جلب مشارکت مردم در انتخابات اقدام نمایند از این

۵ بیانات رهبر معظم انقلاب در ۱۳۸۴/۲/۱۷



رو در گام نخست باید عواملی را که می‌تواند در نظر مخاطب منجر به عدم مشارکت شود، مورد بررسی قرار داد.

ادله و عوامل موثر در تصمیم مخاطب بر مشارکت یا عدم مشارکت

برای اینکه بتوان مخاطب را به این تصمیم رساند که در انتخابات شرکت کند لازم است چند گام را به صورت منطقی پیمود:

۱- ادله و عواملی که علت عدم شرکت در انتخابات است را شناخت و برطرف نمود.

۲- ادله و عواملی که می‌تواند موجب تصمیم بر شرکت در انتخابات شود را ایجاد کرد.

برخی مخاطبین نه تنها دلیلی برای شرکت در انتخابات نمی‌بینند بلکه برای عدم شرکت در انتخابات نیز ادله‌ای دارند؛ در این افراد قاعداً ابتدا باید مانع را برطرف کرد و بعد از آن فرد را برای شرکت اقناع نمود به عبارتی ابتدا باید فرد را از تصمیم قطعی بر عدم مشارکت به تردید در مشارکت و بعد از آن به تصمیم بر مشارکت واداشت.

رفع مانع و پاسخ به ادله عدم شرکت در انتخابات

با توجه به اینکه سوء تدبیر یا تدبیر به سوء برخی مسئولین سبب شده که موجی از نارضایتی و عصبانیت در بخش زیادی از بدنه جامعه شکل بگیرد که به صورت طبیعی می‌تواند منجر به کاهش مشارکت شود، لازم است آن بخش از این نارضایتی که به واسطه

حسن معاشرت و گفتگو قابل رفع است با جدیت و همت مومنین انقلابی، اصلاح و به تصمیم برای شرکت در انتخابات بدل شود.

به صورت کلی همه عوامل و ادله ای که می تواند مخاطب را از مشارکت در انتخابات منصرف کند، در چند دسته خلاصه می شود:



به صورت عادی این بی اعتمادی می تواند هر کسی را به این نتیجه برساند که در انتخابات شرکت نکند از این رو در گام اول برای ایجاد مشارکت لازم است این ادله به خوبی بررسی شود و بر اساس الگوی تیپ شناسی مخاطب متناسب با ساختارهای ذهنی او به هر یک از آنها پاسخ مناسب داده شود.



در زیر می‌توانید برخی از این نتیجه‌گیری‌های غلط ولی رایج را مشاهده نمایید:

۱ - بی‌اعتماد به نظام

بی‌اعتماد به نظام می‌تواند معلول برخی از موارد زیر باشد:

☑ مخاطب فرق بین دولت و اصل نظام را نمی‌داند و عملکرد دولت را به کل نظام تعمیم می‌دهد یا در آن شبیه دارد.

☑ مخاطب جایگاه دولت را در کل نظام و در میان قوای دیگر نمی‌داند یا در آن شبیه دارد.

☑ مخاطب رابطه میان رهبری با کل نظام و مشخصاً با دولت را نمی‌داند یا در آن شبیه دارد.

☑ دولت رابطه میان قوا با هم و قوا با کل نظام را نمیداند یا در آن شبیه دارد.

☑ مخاطب محذورات و مقدورات اداره کشور توسط دولت را نمی‌داند یا در آن شبیه دارد.

☑ مخاطب تاثیر عوامل داخلی و خارجی موثر بر نتیجه و عملکرد دولت در شکل‌دهی به وضع موجود را نمی‌داند یا در آن شبیه دارد.

به صورت طبیعی فردی با این شبهات و اعتقادات برای عدم شرکت در انتخابات ادله‌ای شبیه به موارد زیر برای شما مطرح خواهد کرد:

✎ همه مشکلات از اصل نظام است و رای دادن تاثیری در حل مشکلات ندارد.

✎ مشکلات ناشی از جایگاه یا عملکرد رهبری است.

✎ دولت اختیارات لازم برای حل مشکلات یا اداره کشور را ندارد.



- ✏ دولت اگر بخواهد هم نمی گذارند کار بکند.
- ✏ برای اعتراض به وضع موجود نباید رای داد.
- ✏ رای دادن موجب استمرار وضع موجود است.
- ✏ نظام برای پرستیژ خارجی به رای ما نیاز دارد.
- ✏ رهبری اگر می خواست می توانست وضع موجود را اصلاح کند.
- ✏ دولت ها همه مترسک هستند.

۲- بی اعتماد به فرایند یا مجریان انتخابات

بی اعتماد به فرایند یا مجریان انتخابات می تواند معلول برخی از موارد زیر باشد:

☑ مخاطب فرایند و ساختارهای انتخابات ایران را نمی شناسد یا در آن شبیهه دارد.

☑ مخاطب افراد یا نهادهای موثر در روند انتخابات را نمی شناسد یا نسبت به آنها شبیهه دارد.

☑ مخاطب مکانیزم های نظارتی و صیانتی انتخابات در نظام جمهوری اسلامی را نمی شناسد یا نسبت به آنها شبیهه دارد.

به صورت طبیعی فردی با این شبهات و اعتقادات برای عدم شرکت در انتخابات ادله ای شبیهه به موارد زیر برای شما مطرح خواهد کرد:

✏ شورای نگهبان مانع انتخابات آزاد است.

✏ انتخابات مهندسی می شود.

✏ انتخابات نیست انتصابات است.

✏ از قبل مشخص است چه کسی باید از صندوق بیرون بیاید.



۳- بی‌اعتماد به تأثیر انتخابات

بی‌اعتماد به تأثیر انتخابات می‌تواند معلول برخی از موارد زیر باشد:

- ☑ مخاطب سهم انتخابات را در کارآمدی یا ناکارآمدی کل نظام نمی‌داند.
- ☑ مخاطب سهم انتخابات را در روی کار آمدن رئیس جمهور خوب و اصلاح دولت و وضع موجود را نمی‌داند.
- ☑ مخاطب سهم یک رئیس جمهور را در دولت برای اصلاح یا تثبیت یا بدتر شدن مشکلات موجود نمی‌داند.
- ☑ مخاطب سهم دولت را در تخریب یا اصلاح وضع کشور نمی‌داند.

به صورت طبیعی فردی با این شبهات و اعتقادات برای عدم شرکت در انتخابات ادله‌ای شبیه به موارد زیر برای شما مطرح خواهد کرد:

- ✎ دولت اختیارات لازم برای حل مشکلات یا اداره کشور را ندارد.
- ✎ دولت اگر بخواهد هم نمی‌گذارند کار بکند.
- ✎ هر کدام بیایند فرقی در زندگی مردم حاصل نمی‌شود.
- ✎ همه قسمت‌های نظام باید با هم درست بشوند و رئیس جمهور درست کار مشکلی را حل نمی‌کند.



۴- بی‌اعتماد به نقش مردم و خودش در انتخابات

بی‌اعتماد به نقش مردم و خودش در انتخابات می‌تواند معلول برخی از موارد زیر باشد:

✓ مخاطب سهم خود را در انتخابات و روی کار آمدن رئیس جمهور و دولت مناسب یا نامناسب نمی‌داند.

✓ مخاطب سهم خود را می‌داند ولی موانعی برای اثر کردن آن می‌بیند.

به صورت طبیعی فردی با این شبهات و اعتقادات برای عدم شرکت در انتخابات ادله‌ای شبیه به موارد زیر برای شما مطرح خواهد کرد:

✎ یک رأی چه تاثیری در کل انتخابات می‌گذارد.

✎ حتی اگر من خوب هم رای بدهم باز یک عده‌ای با رای نامناسب نتیجه را خراب می‌کنند.

۵- بی‌اعتماد به نامزدهای حاضر در انتخاب

بی‌اعتماد به نامزدهای حاضر در انتخابات می‌تواند معلول برخی از موارد زیر باشد:

✓ مخاطب خصوصیت رئیس جمهور اصلح و دولت خوب را نمی‌داند.

✓ مخاطب مصداق اصلح و دولت خوب را نمی‌شناسد.

✓ مخاطب مصداق اصلح را نمی‌پسندد.

به صورت طبیعی فردی با این شبهات و اعتقادات برای عدم شرکت در انتخابات ادله‌ای شبیه به موارد زیر برای شما مطرح خواهد کرد:



چون کسی را نمی‌شناسم ممکن است با رأی من فردی بر سر کار بیاید که با اقدامات مضر به دین، نظام و مردم ضربه بزند.

چون کسی را نمی‌شناسم، رأی نمی‌دهم

این افرادی که تایید شده‌اند خصوصیات فرد اصلح را ندارند.

برای اینکه نوبت به اقناع فرد برای تصمیم شرکت در انتخابات برسد لازم است که شبهات فوق به صورت مناسب رفع شود که البته در بسیاری از موارد با یک گفتگوی کوتاه و صمیمی این اتفاق خواهد افتاد.^۶

قانع نمودن مخاطب برای شرکت در انتخابات

در گام اقناع، لازم است با هر فردی متناسب با وجوه غالب تیپ فکری خودش گفتگو کنید و ادله‌ای متناسب با آن را برایش اقامه کنید.

با وجود اینکه هر تیپ فکری با توجه به ملاک‌هایی که در تصمیماتش دخیل است، عوامل متفاوتی را در ایجاد و رفع مشکلات موثر می‌داند ولی در عمل در همه این تیپ‌ها، فرد به دنبال راه کاری برای کم کردن مشکلات و آسیب‌ها و نیز بالا بردن قوت‌ها و فرصت‌ها خواهد بود از این رو همه دلیل‌هایی که برای اقناع این افراد استفاده می‌شود باید به نوعی از منظر او یا عامل رشد نقاط قوت و فرصت‌ها باشد یا به شکلی موجب

۶ برای اطلاع از پاسخ شبهات بر اساس الگوی تیپ شناسی به جزوه شبهات و برای اطلاع از شیوه گفتگوی چهره‌به‌چهره، تلفنی و در فضای مجازی به جزوه روش برقراری ارتباط و اقناع رجوع شود.

کاهش نقاط ضعف و تهدیدها باشد و در غیر این صورت دلیلی برای مشارکت در انتخابات نخواهد داشت.

با توجه به تنوع تیپ های فکری و خصوصیات افراد، به صورت طبیعی بررسی همه ادله شرکت یا عدم شرکت برای همه تیپ ها از حوصله این جزوه خارج است از این رو لازم است تا فعالین و دغدغه مندان انقلابی که به دنبال اقناع اطرفیان و افراد جامعه برای شرکت در انتخابات هستند با الگو و منطق تبیین ادله مذکور آشنا شوند تا بر اساس آن برای هر فرد با هر نوع تیپ فکری بتوانند بهترین و قانع کننده ترین دلیل را اقامه نمایند.

با این توضیح در یک تقسیم کلی میتوان همه دلیل های اقناع افراد برای تصمیم بر شرکت در انتخابات و انصراف از عدم شرکت را متاثر از سه دسته دانست:



مشارکت	عدم مشارکت
حل شدن مشکلات (رفع نقاط ضعف و تهدیدات) تحقق اهداف و آرمانها (تحقق نقاط قوت و فرصت های متوقع)	حل نشدن مشکلات (عدم رفع نقاط ضعف و تهدیدات) عدم تحقق اهداف و آرمانها (عدم تحقق نقاط قوت و فرصت های متوقع)
عمیق و زیاده تر نشدن مشکلات (زیاد نشدن نقاط ضعف و تهدیدات) کم یا متوقف نشدن داشته ها و پیشرفت ها (کم نشدن و عدم تضعیف نقاط قوت و فرصت ها)	عمیق و زیاده تر شدن مشکلات (زیاد شدن نقاط ضعف و تهدیدات) کم یا متوقف شدن داشته ها و پیشرفت ها (کم شدن و تضعیف نقاط قوت و فرصت ها)
عدم ایجاد مشکلات جدید (عدم ایجاد نقاط ضعف و تهدیدات) از بین رفتن داشته ها و دستاوردها (از بین رفتن نقاط قوت و فرصت ها)	ایجاد مشکلات جدید (ایجاد نقاط ضعف و تهدیدات) از بین رفتن داشته ها و دستاوردها (از بین رفتن نقاط قوت و فرصت ها)



هر یک از تیپ های فکری بر اساس منطق ذهنی خود در محورهای فوق میتواند دلیلی برای شرکت یا عدم شرکت داشته باشد که به صورت خلاصه و نمادین جدول زیر گویای آن است.

مذهبی	مطلبیم به مذهب	انقلابی	مطلبیم به انقلاب	والایی	مطلبیم به ولایت	دغدغه مند	منفعت طلب
نوبه اول ۱							
نوبه اول ۲							

همانگونه که پیش از این توضیح داده شد، نادیده گرفتن الگوی فوق در فرایند اقتناع ممکن است باعث شود ادله مذکور در یک ملاک، نه تنها فرد فاقد آن ملاک را برای مشارکت ترغیب نکند، بلکه او را از مشارکت نیز منصرف نماید.

در ادامه برخی از این ادله برای هر ملاک از تیپ فکری به عنوان نمونه و برای آشنایی با شیوه کار ذکر می شود.

ملاک مذهب (فقط اعتقاد به اصل مذهب)

چنین فردی (مذهبی عادی) به دستورات اسلام به صورت کامل پایبند نیست ولی راضی به ضربه خوردن اسلام یا اسلامیت نظام و جامعه نیست؛ بنابراین برای اینکه به تصمیم برای شرکت در انتخابات برسد باید این حقیقت مهم را بپذیرد که:

«عدم شرکت در انتخابات در راستای به خطر افتادن اصل اسلام و بازگشت کفر و بی‌دینی به ایران است..»

☑ نمونه استدلال:

✎ کاهش مشارکت مانع اصلاح و توقف اقدامات و برنامه‌هایی چون ۲۰۳۰ میشود که به دنبال حذف دین و دینداری از صحنه زندگی مردم هستند.

✎ کاهش مشارکت به دلیل عدم پشتوانه مردمی می‌تواند به گسترش دین در سایر نقاط جهان آسیب وارد کند.

✎ عدم مشارکت افراد مذهبی ممکن است باعث نفوذ عناصر بی‌دین یا سست ایمان در مدیریت اجرایی کشور شود و به این واسطه تضعیف دین رقم بخورد.

✎ نظام جمهوری اسلامی ایران در داخل و خارج، معنویت و دین‌داری را تقویت بلکه احیاء کرده است. لذا تضعیف و خدای نکرده نابودی آن، موجب تضعیف و بلکه نابودی دین می‌شود. از طرفی کاهش مشارکت، تضعیف نظام را در پی دارد.



ملاک «التزام به مذهب»

چنین فردی به صورت کامل به دستورات اسلام پایبند است و برای شرکت در انتخابات باید میان دینداری خود و رای دادن ارتباطی ببیند از این رو باید برای وی تبیین گردد که: «شرکت در انتخابات یک تکلیف است و عدم حضور وی در انتخابات و پایین آمدن مشارکت موجب تضعیف نظام اسلامی است.»

☑ نمونه استدلال

🖋 طبق نظر مراجع معظم تقلید عدم شرکت در انتخابات حرام است.

🖋 طبق آیات و روایات متعدد و عقل، انسان نمی‌تواند نسبت به سرنوشت خود و دیگران بی‌تفاوت باشد.

🖋 کاهش مشارکت موجب تضعیف نظام اسلامی می‌شود و لذا اقتدار و قدرت نظام در اجرای احکام اسلامی مثل احکام قضاء، آموزش و پرورش دینی، احکام اقتصادی و برپایی شعائر دینی کاهش می‌یابد.

🖋 نظام جمهوری اسلامی در حد توان خود، در منطقه و همچنین در سطح بین‌الملل عامل به یکی از احکام مهم اسلامی یعنی کمک به مظلوم و مبارزه با ظالم است، که با تضعیف نظام در اثر کاهش مشارکت، قدرت نظام در عمل به این حکم اسلامی تضعیف می‌شود.

🖋 عدم مشارکت و در نتیجه تضعیف نظام باعث متوقف شدن امور دینی که در حال رشد در آنها هستیم مانند اعتکاف و راه پیمایی اربعین می‌شود.

ملاک «انقلابی بودن» (فقط اعتقاد به اصل انقلاب)

چنین فردی (انقلابی عادی) به لوازم انقلابی بودن به صورت کامل پایبند نیست ولی راضی به ضربه خوردن به انقلاب یا نظام نیست؛ بنابراین برای اینکه به تصمیم برای شرکت در انتخابات برسد باید این حقیقت مهم را بپذیرد که:

«عدم شرکت در انتخابات موجب آسیب به انقلاب و توسعه وابستگی است.»

☑ نمونه استدلال:

✏ در صورتی که مشارکت پایین بیاید زمینه برای تغییر نظام فراهم می‌شود؛ چون دشمنان دائماً در تبلیغاتشان در حال القای دو نکته هستند:

اول- کاهش مشارکت یعنی نارضایتی گسترده مردم از اصل نظام.

دوم- لزوم برپایی همه پرسى نسبت به اصل نظام در صورت نارضایتی گسترده مردم.

ملاک «التزام به انقلاب»

با توجه به اینکه فرد مورد نظر با چنین خصوصیتی به مبانی انقلاب پایبند است و اهداف و آرمان‌های انقلاب برای وی در اولویت هستند برای قانع کردنش به منظور مشارکت در انتخابات می‌توان از موارد زیر استفاده کرد:

«عدم شرکت در انتخابات وادادگی به دشمنان انقلاب و خیانت به انقلاب است.»

«عدم شرکت در انتخابات مستلزم عدم استقامت مردم نسبت به آرمانها و اهداف انقلاب و عدم التزام به آن می‌شود.»

☑ نمونه استدلال:



✏️ با کاهش مشارکت، انقلاب اسلامی به آرمان‌هایش مانند تمدن نوین اسلامی و محقق کردن زمینه ظهور نمی‌رسد.

✏️ عدم مشارکت و پایین آمدن آن، موجب تضعیف نظام شده و این باعث میشود در زمینه‌هایی که در حال رشد هستیم؛ مانند علمی و هسته‌ای توقف ایجاد گردد.

ملاک «ولایی بودن» (فقط اعتقاد به اصل ولایت)

چنین فردی به دستورات ولی و فقیه به صورت کامل پایبند نیست ولی راضی به ضربه خوردن اصل ولایت یا ولایت مدار بودن نظام و جامعه نیست؛ بنابراین برای اینکه به تصمیم برای شرکت در انتخابات برسد باید این حقیقت مهم را بپذیرد که:

«عدم شرکت در انتخابات موجب تضعیف و آسیب به جایگاه ولایت یا بازگشت نظام طاغوتی است»

ملاک «التزام به ولایت»

فرد دارای این خصوصیت به دستگاه ولایت و شخص ولی فقیه قناعت دارد و در صورت تصمیم بر عدم مشارکت می‌توان از دو نکته زیر برای اقناع وی برای مشارکت استفاده کرده.

«عدم شرکت در انتخابات نافرمانی و خیانت به ولی است.»

«عدم مشارکت موجب تضعیف التزام به ولی فقیه در جامعه می‌شود.»

☑️ نمونه استدلال:

✏️ عدم مشارکت که منجر به کاهش مشارکت می‌شود، به معنای این است که ولیی بر مردمی حکومت می‌کند که پشتیبان او نیستند و این، عامل ضربه دیدن دستگاه ولایت و در نتیجه نظام جمهوری اسلامی است.

✏️ عدم مشارکت یعنی اینکه ولی امر نمی تواند فرامین خود را در جامعه پیاده کند و افرادی که باید دستورات ایشان را پیاده کنند اعتناء نمی کنند در نتیجه مشکلات مردم حل نمی شود.

ملاک «منفعت طلب شخصی»

با توجه به اینکه برای چنین فردی منافع شخصی در اولویت و نسبت به آنها حساس است برای اقناع وی برای شرکت در انتخابات باید از منطق زیر استفاده نمود:

«عدم شرکت در انتخابات موجب از دست رفتن منافع و ضرر شخصی اش می شود»

☑️ نمونه استدلال:

✏️ مشارکت در انتخابات به معنای وجود پشتوانه‌ای مردمی برای نظام است و این باعث تغییر در دستگاه محاسباتی کشورهای خارجی می شود. در صورت عدم مشارکت و از دست رفتن این پشتوانه مردمی دولت‌های خارجی که با ما دشمن هستند چند اقدام انجام می دهند:

۱. یکی از عوامل کاهش مشارکت را اثرگذاری تحریم‌ها برمی‌شمارند، پس تحریم‌های بیشتری وضع می‌کنند که این خود موجب فشار اقتصادی بیشتر و افزایش تورم می‌شود.
۲. با ترساندن کشورهای دیگر اجازه بستن قرارداد با ما را نمی‌دهند که این نیز باعث عدم حل مشکلات اقتصادی می‌شود.
۳. به فکر ضربه به امنیت و استقلال ما می‌افتند.
۴. در هر زمینه‌ای که در حال پیشرفت هستیم، سنگ اندازی می‌کنند.
۵. کشورهای خارجی که با ما دشمن نیستند نیز به خاطر عدم پشتوانه مردمی، اقدام به بستن قرارداد بلند مدت نمی‌کنند، در نتیجه مشکلات اقتصادی ما پابرجا می‌ماند.



۶. پشتوانه‌ی مردمی در داخل کشور زمینه را برای هر اقدام نظام فراهم می‌کند. اگر این پشتوانه شکل نگیرد؛ دولت راغب نمی‌شود که برنامه ریزی بلند مدت برای پروژه‌های اقتصادی که باعث رفع مشکلات اقتصادی و ایجاد شغل است انجام بدهد.
۷. نظام به پشتوانهٔ مردم می‌تواند با تمام مفسدین به خصوص مفسدین دانه‌درشت برخورد کند که در صورت عدم وجود پشتوانه، قدرت اینکار را پیدا نمی‌کند.
۸. با وجود این پشتوانه دولت خود را پاسخگو می‌بیند تا برای رفع نیازهای مختلف مردم تلاش کند و پاسخگو باشد.

ملاک «دغدغه‌مند اجتماعی»

فردی با این چنین خصوصیت نسبت به حوادث پیرامون خود توجه دارد و فقط به منافع شخصی خود فکر نمی‌کند. برای مشارکت چنین فردی لازم است برای وی تبیین گردد که: «عدم شرکت در انتخابات موجب فوت مصالح جامعه و تهدید منافع جامعه می‌شود»

☑ نمونه استدلال:

کاهش مشارکت این پیام را به دشمن می‌رساند که تحریم اثر کرده و لذا دشمن با اعمال تحریم بیشتر، مانع از حل شدن مشکل تورم و موجب افزایش فقر در بین مردم جامعه می‌شود.

کاهش مشارکت باعث کاهش اقتدار نظام و در نتیجه عدم تحقق ایران قوی می‌شود.

کاهش مشارکت باعث کاهش اقتدار و کاسته‌شدن از آبروی نظام می‌شود و در این صورت امنیت و استقلال جامعه به خطر می‌افتد.



مجمع راهبری نیروهای انقلاب

جهت ارتباط، طرح سوالات، دریافت سایر محصولات و همکاری

با ما در ارتباط باشید.

۰۲۵-۳۱۷۴۱۴۰۰ 

۱۰۰۰۳۱۳۰۳۱۳ 

کانال محصولات: @morna۱۴۰۰

پشتیبانی و پاسخگویی: @nehzati۰۷