





پیام رهبر معظم انقلاب اسلامی خطاب به ملت بزرگ ایران
در پی جنایت سحرگاه جمعه رژیم صهیونیستی

دست قدرتمند
نیروی مسلح جمهوری اسلامی
اورا رها نخواهد کرد
بإذن الله

۱۴۰۴/۳/۲۳

 KHAMENEI.IR



ياضا



طرح نامه ایده‌های مسئله
«برجسته سازی همدلی مردم
در روزهای جنگ»



eitaa.com/yaafaa

گروه "اندیشه‌ورز یافا" با هدف تولید ایده برای مجموعه‌های تولید محتوای سراسر کشور به منظور مقابله‌ی همه جانبه با رژیم غاصب و آپارتاید اسرائیل تشکیل شد.

استفاده از ایده‌ها و پیشنهادات این گروه برای تولید و انتشار محتوا کاملاً آزاد است.



ایده اول:

مقایسه مردم ایران با مردم سایر کشورها در مواجهه با بحران‌هایی مثل جنگ

بیان ایده:

در نشان دادن همدلی و مهربانی مردم ایران نسبت به هم و مقایسه آن با دیگر کشورها، سه مسئله دارای اهمیت است: اینکه مردم بفهمند این حس وحدت و همدلی بین ایرانیان، مسئله‌ای خاص است و اینگونه نیست که در میان مردم کشورهای مختلف نیز همینگونه باشد. مردم تا وقتی همدلی و وحدت را یک مسئله عادی و کم اهمیت بدانند، قدر آن دانسته نمی‌شود. لازم است در مقایسه با سایر کشورها، قدر این همدلی دانسته شود تا موجب تقویت آن شود. این همدلی و وحدت، باید به عنوان راه حل مشکلات و کلید اصلی عبور از جنگ معرفی شود. در نشان دادن همدلی مردم، از کلی گویی پرهیز شود و حتماً مصادیق جزئی بیان شود و سعی شود روایتی احساسی باشد.



ایده دوم:

فردای پیروزی اولین کاری که می‌کنم...

بیان ایده:

این ایده به جهت روحیه بخشی و امیددادن برای بعد از جنگ است و نوید پیروزی در جنگ. به این صورت که مردم، آنچه می‌خواهند فردای بعد از پیروزی انجام دهند را بیان می‌کنند. در اجرای این ایده، جهت دهی صحیح به پاسخهای مردمی مؤثر است. این نکته مهم است که مردم در پاسخ این سوالات معمولاً چیزهایی رو خواهند گفت که تا چندی پیش از جنگ اموری عادی بود و به آنها توجه نداشتند.

قالب‌های اجرایی:

این ایده می‌تواند به صورت پویش‌های مجازی، در توئیتر، اینستاگرام، پیام‌رسانهای دیگر، پویش تلویزیونی، به صورت مصاحبه مردمی و همچنین به صورت میدانی و خیابانی (دیواری که مردم در آن می‌نویسند) اجرا شود. اجرا کننده ایده می‌تواند پاسخهایی با سبک‌های مختلف اضافه کند: پاسخهای طنز، پاسخهای احساسی، پاسخهایی با محوریت غرور ملی و...



ایده سوم:

استفاده از استعاره بازی مافیا برای ترسیم شرایط امروز

بیان ایده:

استفاده از ادبیات شهروند و مافیا، به جای ایران و نفوذی‌ها و دشمن، می‌تواند مؤثر واقع شود. این ایده می‌تواند به صورت پیامهای کوتاهی در فضای مجازی، با الهام گرفتن از اصطلاحات رایج بازی مافیا و جملات معروف این بازی باشد. همچنین می‌توان دیالوگهای جذاب و ترند شده بازیکنان بازی مافیا که توسط سلبریتی‌ها بیان شده را جدا کرد و بر جنگ امروز تطبیق داد. همچنین می‌توان نمونه‌هایی از عدم همدلی شهروندان بازی و شکست آنها را، در مقابل همدلی آنها و پیروزی آنها، در مقابل هم نشان داد. همچنین می‌توان از دیالوگ‌های گرداننده بازی مانند اینکه شهر پیروز شد، استفاده کرد.

قالب‌های اجرایی:

کلیپ کوتاه در قالب انیمیشن



ایده چهارم:

یک جمله / پیام برای...

بیان ایده:

از مردم می‌خواهیم جمله و پیامی را خطاب به یکی از این موارد بیان کنند: پیامی به نیروهای پدافندی، پیامی به نتانیاهو، پیامی به ایران، پیامی به موشکهای نیروهای مسلح، پیامی به سراداران شهید، پیامی به مردم ایران، پیامی به مهمان نوازانِ مازندرانی. هدف این ایده در حقیقت روایت صحیح و شفاف از وضعیت امروز از زبان خود مردم باشد.

قالب‌های اجرایی:

این ایده می‌تواند به صورت پویش تلویزیونی، مصاحبهٔ مردمی یا به صورت خیابانی و در سطح شهر انجام شود.



ایده پنجم: با اسرائیل می جنگیم چون...

بیان ایده:

موفقیت این ایده به این است که دلایل متعدد و متنوعی بیان شود. مثلاً: با اسرائیل می جنگیم چون جرئت کرده به خاکمون تعرض کنه. با اسرائیل می جنگیم چون بچه چند ماهه رو به شهادت رسوند. با اسرائیل می جنگیم چون ایرانی باخت نمی ده. این دلایل هم می تواند کاملاً توسط اجرا کننده ایده تولید شود، و هم می تواند به صورت واقعی از مردم پرسیده شود.

قالب های اجرایی:

باید دلایل متعدد بیان شود. مثلاً طوفان توییتری با همین کلید واژه ی با اسرائیل می جنگیم چون. یا سلسله عکس نوشته هایی در اینستا و سایر پیام رسان ها و هم می تواند فضای حقیقی به صورت یک طومار در یک خیابان که توسط مردم نوشته می شود یا به صورت مصاحبه مردمی



ایده ششم:

ثبت کنش‌های مردم توسط مردم

بیان ایده:

این مهم است که اتفاقاتی که در سطح شهر می‌افتد مانند کمک‌های مردم به یکدیگر توسط خود مردم روایت شود. بستری فراهم شود مثلاً برای کنشگری «از مردم به مردم» که کارهای خوب از مصادیق همدلی در سطح شهر ثبت شود. همان اتفاقی که شهید آوینی با روایت فتح در طول جنگ رقم زد امروز به دست مردم در روایت جنگ انجام شود. به لحاظ روانشناختی این حرکت اجتماعی سبب حیات و پویایی مردم در زمان جنگ خواهد شد.

قالب‌های اجرایی:

پویش «هر نوجوان ایرانی؛ یک شهید آوینی» به همراه کلیپ. کلیپی ساخته شود که یک نوجوانی در حال عکس گرفتن با دوربین از صحنه‌های همدلی مردم در این مدت هست، هر عکسی که می‌گیرد و دوربین فلش می‌خوره، این نور فلش دوربین، میشه یک مثلاً تیری به حرف‌های رسانه‌های معاند فارسی زبان یا امثال نتاهو که مردم رو تشویق به اغتشاشات میکنند و میگن مردم همدل نیستند. در کلیپ هم پویش توضیح داده شود.



ایده هفتم:

عدم افزایش نرخ اجاره در قابستان

بیان ایده:

با نزدیک شدن به ایام تمديد اجاره‌ها و همچنین با توجه به شرایط جنگی و اختلال در کسب و کار برخی شهرها لازم است تدابیر فرهنگی این مسئله در نظر گرفته شود و همین مسئله سبب همدلی بیشتر مردم شود.

قالب‌های اجرایی:

پویش «دیوارها صدای همدلی دارند» می شود کلیپ یا فیلم کوتاهی برآش ساخته بشه که مثلا مغازه مستاجر مورد اصابت قرار گرفته و بیکار شده و یا اینکه کسب و کارش ضربه خورده و نگران این هست که چجوری قسط این ماه خونه رو بده و از ماه بعد چجوری رهن رو بیره بالا. بدون اینکه به صاحب خونه بگه، صاحب خونه بهش میگه رهن رو بالا نمیرم و اجاره این ماه رو هم نده. البته داستان نویسی میخواد و این متن اولیه است.



ایده هشتم:

روایت گری افرادی که در این ایام مهاجرت کردند و مورد مهمان نوازی قرار گرفتند

بیان ایده:

با شروع مهاجرت‌ها از شهرهای مختلف، روایت همدلی مردم در پناه دادن به هموطنان مسئله‌ای است که الان تا زمان رقم خوردن آن است باید ثبت شود.

قالب اجرایی:

پویش «ممنونم هموطن» هرکسی که مهاجرت کرده و مورد مهمان نوازی قرار گرفته، یک کلیپ یک دقیقه‌ای ضبط کند و از مهمان نوازی مردم اون منطقه تشکر کند و خودمونی صحبت کوتاهی کند. این می‌تواند در قالب یک پویش با طراحی یک پوستری باشد.



ایده نهم:

نه به دشمن فارسی زبان

بیان ایده:

این روزها در فضای مجازی با افراد زیادی روبرو هستیم که از جنگ اسرائیل حمایت می کنند و خودشان را مردم جلوه می دهند. باید نشان داده شود که این ها تنها در زبان با ما مشترک هستند و نسبتی با ایرانی بودن ندارند .

قالب های اجرایی:

پویش «نه به دشمن فارسی زبان» کلپی ساخته بشه که صحبت های بعضی از این معاندین فارسی زبان (چه سلبریتی هاشون و چه شبکه های فارسی زبان معاند) که مشترک با صحبت های نتانیاهو یا مقامات اسرائیلی یا آمریکایی هست و تقریبا به یک مضمون هستند و در کنارش تصاویری از کشته شدگان ایرانی که نشان دهد این ها در این هدف با هم مشترک هستند .



ایده دهم:

موشک نویس؛ روی موشک چی مینویسی؟!

بیان ایده:

اینکه از مردم خواسته شود پیامی که دارند را روی یک موشک بنویسند. این ایده از این جهت مهم است که نظر و گفتمان مردم ایران

قالب‌های اجرایی:

پویش «اگه میتونستی، روی موشک چی مینوشتی؟!» کلیپی طراحی بشه که اقوام مختلف ایرانی روی موشک‌هایی جمله‌هایی رو با زبان محلی شون مینویسن یا اینکه افراد مختلف سنی، جمله‌هایی رو با ادبیات خودشون مینویسن و این موشک‌ها باهم پرتاپ میشن همزمان از جاهای مختلف کشور و به مناطق مختلف اسرائیل برخورد میکنند. در انتهای کلیپ هم گفته بشه از خودتون یک کلیپ یک دقیقه‌ای ضبط کنید و بگید اگر میتونستی روی موشک چی مینوشتی؟ اگر هم امکان برقراری ارتباط برگزارکنندگان این پویش با نیروهای مسلح بود، چند تا از این جملات انتخاب بشن و روی موشک‌ها نوشته بشه و عکس‌هاش رو پخش کنند.



ایده یازدهم:

بازگو کردن خصوصیات مثبت مردم ایران از دید سفرنامه نویسان خارجی

بیان ایده:

نگاه مستشرقین به ایران از دیرباز مورد توجه بوده است. بازگو کردن خصوصیات مردم ایران در احیا و تداوم سنت ها و فرهنگ های ایران در همدلی موثر خواهد بود.

قالب های اجرایی:

موشن گرافی، ریلز، کلیپ ترکیبی (مستند-روایی) ویدئو با تصویری از یک سفرنامه نویس خارجی آغاز می شود (مثلاً تصویر نقاشی شده شاردن در حال نوشتن یا راه رفتن در بازار). صدای راوی با لحن آرام و محکم جمله ای از آن سفرنامه نویس را می خواند:

در ادامه، تصاویر واقعی از زندگی امروز ایران نمایش داده می شود: یک فروشنده که به بچه ای لبخند می زند، مهمانی که وارد خانه ای می شود و با آغوش باز استقبال می شود، دانش آموزانی که به معلم شان احترام می گذارند، مردمی که به فرد خارجی کمک می کنند و...

در پایان، مثلاً راوی می گوید:

«آن ها ما را این گونه دیدند... حالا نوبت ماست که یادمان بیاید چه بودیم و چه هستیم.»

تصویر پایانی: نقشه ایران، ساخته شده از لبخندها، مهمان نوازی ها و حرکات ساده مردم.



ایده دوازدهم:

طرح‌های اجتماعی خرد برای نشان دادن حس هم‌بستگی ملی

قالب: قالب خاصی به ذهنم نمی‌رسد ولی چندتا طرح میشه اجرا کرد:

طرح ۱: «نامه‌ات رسید»

هدف: ایجاد پیوند عاطفی مردم با مدافعان یا خانواده‌هایشان

شرح: مردم (خصوصاً بچه‌ها و نوجوان‌ها) نامه‌هایی کوتاه با دست خط خودشون برای سربازان، امدادگران، یا خانواده‌های مناطق جنگ‌زده می‌نویسن. نامه‌ها توسط پویش‌های مردمی جمع‌آوری و پست یا حضوری منتقل می‌شن.

اجرا: نمایش بعضی از نامه‌ها در رسانه‌ها یا خواندن در محیط‌های عمومی اثرگذاری عاطفی بالایی خواهد داشت.

طرح ۲: «چراغ خانه‌ها خاموش نمی‌شود»

هدف: نمایش نمادین پایداری و همبستگی در برابر دشمن

شرح: در ساعتی خاص (مثلاً ۹ شب)، مردم در سراسر کشور چراغ یک اتاق خانه‌شون را روشن نگه می‌دارن یا شمعی در بالکن یا پشت پنجره روشن می‌کنن.

معنا: «ما بیداریم. ما روشن‌ایم.»

اجرا: می‌شه با یک کمپین بصری در شبکه‌های اجتماعی همراهش کرد.

طرح ۳: «دست به دست، خانه به خانه»

هدف: مشارکت مردم در پشتیبانی داوطلبانه

شرح: هر خانواده‌ای یک کمک داوطلبانه (یک بسته خوراکی، دارو، لباس گرم، یادداشت روحیه‌بخش) آماده می‌کند و به خانه کناری خودش تحویل می‌دهد تا به همین شکل، به زنجیره‌ای از همیاری بین مردم تبدیل بشود.

اجرا: مثل «نذر فرهنگی» ولی با بار ملی و عاطفی؛ رسانه‌ای‌سازی خوبی هم می‌شه کرد ازش.

طرح ۴: «نقشه زنده»

هدف: نمایش همبستگی ملی در بستر دیجیتال

شرح: سامانه‌ای آنلاین که در آن هر کاربر با درج اسم خودش و موقعیت جغرافیایی، اعلام می‌کند «در کنار مردم کشورم هستم». هر نقطه، یک چراغ روشن روی نقشه ایران می‌شه.

اجرا: در رسانه‌ها و ریلزها نمایش داده می‌شه که این نقشه، هر لحظه در حال روشن‌تر شدن.



ایده سیزدهم:

پویش «الان وقتش نیست!!!»

قالب: پویش + ضمیمه رسانه‌ای: کلیپ احساسی-اعتراضی، موشن گرافیک با سبک هشداردهنده

توضیح:

کلیپ با صدای آژیر خطر و تصاویری از تنش‌های بیرونی (حمله دشمن، ویرانی، مردم در حال کمک به هم) آغاز می‌شود. صدای راوی می‌گوید:

«تا حالا دیدی وقتی خونه تو خطر باشه، خونواده با هم دعوا کنن؟!»

تصاویر کات می‌زنن به صحنه‌هایی از درگیری‌های لفظی و رفتاری خیالی میان اقوام مختلف ایران (مثلاً گفت‌وگوهای تنش‌دار در بازار، زمین فوتبال، یا توی تاکسی). بعد ناگهان همون افراد رو در صحنه‌های متفاوت می‌بینیم:

اون دو نفر که تو تاکسی بحث می‌کردن، حالا با هم آوار از رویه مصدوم برمی‌دارن
اون دوتا که سر لهجه به هم پریدن، حالا پشت بعد از کمک به مصدوم جنگ دارن با هم
آب تقسیم می‌کنن

همون‌هایی که قبلاً توهین می‌کردن، حالا پتورو با هم روی بچه جنگ‌زده می‌ندازن
روی تصویر نوشته میاد:

«هر اختلافی جای خودش، اما... الان وقتش نیست!!!»

و سپس:

«وقتی خاک یکیه، خون یکیه، رگ یکیه... تفرقه دیگه مال کیه؟»

#الان_وقت_تفرقه_نیست

#با_هم_میمونیم

#ایران_برای_همه_مونه

در پایان، از مردم خواسته می‌شه تا خاطرات، دلنوشته‌ها یا ویدئوهای خودشون از
لحظه‌های اتحاد بین اقوام و زبان‌ها رو با این هشتگ منتشر کنن.



ایده چهاردهم:

دشمنی که هنوز جشن می‌گیرد

قالب: ویدیو یا موشن گرافی تاریخی - تحلیلی

توضیح:

کلیپ با تصاویری از شادی‌های مردم اسرائیل در جشن پوریم آغاز می‌شود؛ رقص، لباس‌های رنگی، پخش نقل و شیرینی.

همزمان، صدای راوی بدون موسیقی می‌گوید:

«در این جشن، هر سال یاد کشتار بیش از ۷۵ هزار ایرانی گرامی داشته می‌شود...»

تصاویر به تدریج به نقاشی‌ها و مینیاتورهای کهن از دوران هخامنشی، استر و مردخای در منابع یهودی کات می‌زنند.

راوی ادامه می‌دهد: «این یک افسانه نیست. در تورات آمده: آن‌ها مردان ایرانی را کشتند، و هنوز هم به خاطرش شیرینی پخش می‌کنند...»

نمایی از صفحات کتاب استر (از عهد عتیق) نشان داده می‌شود که روی آن ترجمه فارسی عبارت «و یهودیان دشمنان خود را کشتند...» هایلایت شده.

تصاویر دوباره برمی‌گردد به جشن‌های مدرن در تل‌آویو، در حالی که راوی می‌گوید:

«از نسلی به نسل دیگر، این جشن، زنده مانده. جشن مرگ ایرانی‌ها»

«ما فراموش نکرده‌ایم. و امروز، آن‌ها هم فراموش نکرده‌اند...»



ایده پانزدهم: **هر لبخند زخمی بر پیکر اسراییل**

قالب:

موشن گرافیک، کلیپ

توضیح:

تصاویر از لبخند تک تک مردم گرفته می شود و وقتی لبخند زده می شود صدای موشک می آید مردم به سمتی نگاه می کنند و فیلم پرتاب موشک پخش می شود.



ایده شانزدهم: **یک ایران همدل؛ منجی جهان**

قالب:

موشن گرافیکی، کلیپ

توضیح:

تصویر اول گریه کودکی که در خرابی‌های غزه نشسته است، تصویر دوم زن سیاه پوستی که در حال کار کردن برای افسران انگلیسی است، تصویر سوم بی‌خانمانی مردم سوریه و تصویر هوایی از خراب شدن شهرهای سوریه، تصویر چهارم خنده‌های ترامپ و نتانیا‌هو پخش می‌شود

تصویر سیاه می‌شود و صدای صوتی که از ابتدا کم کم زیاد می‌شود یک دفعه قطع می‌شود؛ در نهایت تصویر پرتاب موشک و برخورد موشک‌ها به تلاویو با آهنگ افتخار پخش می‌شود.



ایده هفدهم: **سیمرغ نماد اتحاد و پیروزی**

قالب:
نقاشی اساطیری

توضیح:

مجموعه نقاشی‌های کارتونی به همراه داستان سیمرغ بدین شهر هست که یک عده پرنده ر کنار هم تصمیم می‌گیرند که حاکمی را برای خودش انتخاب کنند برای این کار به سمت کوه قاف می‌روند و دربین راه کم‌کم پرنده‌ها کم می‌شوند تا آنجا که متوجه می‌شوند که به قله رسیدند و می‌فهمم مقصود از سیمرغ همین سی مرغی هستند که به قله رسیدند.

ر.ک داستان منطق الطیر عطار



ایده هجدهم:

هر برخوردی با اسرائیل تبدیل به یک پازل برای ایران می شود

قالب:

موشن گرافی

توضیح:

تصویر باید به صورت کاریکاتوری هوایی طراحی شده باشد؛ به صورتی که ایران پازل های خالی است و هر موشکی که از ایران به سمت اسرائیل شلیک می شود پازلی از ایران را روشن و رنگی می شود.



ایده نوزدهم: هر محبت یک چراغ برای روشن شدن ایران

قالب:

موشن گرافیکی، کلیپ

توضیح:

تصویر اول شخص سپاهی که به کودکی گل می دهد، تصویر دوم لبخند زدن پیرمردی که بدون دریافت پول به فقیری کالا می دهد، تصویر سوم غذای نذری که به مردم داده می شود، تصویر چهارم کمک کردن پسر بچه ای که وسایل پیرزنی را دارد حمل می کند، تصویر پنجم لبخند شادی مردی که در تلویزیون موشک های ایران را می بیند، بعد از هر قسمت باید نوری از قسمتی از ایران در تصویر ماهواره ای روشن شود و این نورها به هم متصل شوند.



ایده بیستم:

بازنمایی همدلی مردم در بحران‌ها

۱. هدف تبلیغ:

تقویت روحیه همدلی ملی با بازخوانی خاطره‌های واقعی از همیاری مردم ایران در بحران‌هایی مانند کرونا، سیل، زلزله و جنگ تحمیلی؛ نمایش اینکه «ما در سختی‌ها کنار هم هستیم»

۲. پیام اصلی:

در سخت‌ترین لحظات، مردم ایران کنار هم ایستاده‌اند؛ همدلی ماست که بحران را به فرصت بدل می‌کند.

۳. مخاطب هدف:

عموم مردم، به‌ویژه نسل جوانی که تجربه‌ای مستقیم از برخی بحران‌ها (مثل جنگ تحمیلی یا زلزله بم) ندارد.

۴. بستر انتشار:

ویدیوهای کوتاه برای اینستاگرام، تلگرام، موشن گرافیک یک دقیقه‌ای، بیلبرد شهری، استند و محتوای تلویزیونی.

۵. لحن و سبک:

احساسی، گرم، الهام‌بخش، با نریشن روایی همراه با تصاویر آرشیوی یا بازسازی شده واقعی.

۶. نمونه‌های ملموس از همدلی مردم:

دوران کرونا: تهیه و توزیع غذا برای کادر درمان، تولید ماسک خانگی، ضدعفونی کوچه‌ها توسط جوانان.

سیل لرستان و خوزستان (۱۳۹۸): کامیون‌های مردمی حامل کمک، گروه‌های جهادی با دست خالی در میدان.

زلزله بم (۱۳۸۲): پذیرش کودکان بی‌سرپرست در خانواده‌ها، ساخت خانه‌های نو با کمک مردمی.

جنگ تحمیلی: اهدای طلا و فرش توسط مردم، پشتیبانی مادران و خانواده‌ها از رزمندگان، نانوایی رایگان برای جبهه‌ها.

زلزله کرمانشاه (۱۳۹۶): کمپین‌های مردمی جمع‌آوری کمک، حضور هنرمندان برای ایجاد امید.



ایده بیست و یکم:

بُرد برای همه، باخت برای همه

(یا می‌بریم، یا می‌بازیم؛ با هم.)

۱. هدف تبلیغ:

تولید محتوای رسانه‌ای با هدف القای ضرورت وحدت ملی، اعتماد به رهبری و مشارکت فعال هر ایرانی در نبرد بزرگ ملت ایران با دشمنان خارجی و بحران‌های داخلی. این محتوا با یادآوری واقع‌بینانه‌ی پیامدهای تفرقه، بر اهمیت اتحاد و مسئولیت فردی و جمعی تأکید دارد.

۲. پیام اصلی:

در نبردهای سرنوشت‌ساز، یا همه با هم پیروز می‌شویم، یا همه با هم سقوط می‌کنیم. هرکس باید سهم خود را در این پیروزی ادا کند؛ بی‌تفاوتی، بزرگ‌ترین باخت است.

۳. مخاطب هدف:

مردم ایران در همه اقشار، به‌ویژه نسل جوان، طبقه خاکستری، سلب‌اعتمادشدگان از سیاست، و مخاطبانی که دچار سردرگمی یا احساس بی‌اثر بودن شده‌اند.

۴. قالب و بستر انتشار:

موشن گرافیک روایت محور با تصویرهای دوگانه: ایران متحد / ایران متفرق
ویدیو کلیپ های یک دقیقه ای با روایت بصری (زندگی روزمره مردم در حال هم افزایی یا
در حال سقوط)

پادکست و گفت وگویی رسانه ای با مهمانانی از اقشار مختلف
پوسترهای اینستاگرامی با شعارهای چندکلمه ای و گرافیک مینیمال
نماهنگ یا سرود حماسی پایان بخش

۵. لحن و سبک:

هوشیارکننده، همدلانه، غیرتحکمی، دعوت گر، با روایتی مهربان اما جدی و صادقانه.
ترکیبی از احساس خطر و امید به پیروزی.

۶. ساختار محتوایی پیشنهادی:

بخش مضمون پیام زیرمتنی
شروع نمایش کشوری که در آن هرکس ساز خودش را می زند سردرگمی، تفرقه،
بی اعتمادی، نفوذ دشمن
میانه نشان دادن کشورهایی که با اتحاد از بحران عبور کرده اند قدرت اتحاد،
الگو برداری مثبت

نقطه عطف دو سناریو موازی: ایران در تفرقه / ایران در وحدت عاقبت انتخاب ها

اوج جمله محوری: "این جا کسی جدا نمی برد؛ یا با هم می بریم، یا با هم می بازیم"
مسئولیت مشترک

پایان دعوت به اعتماد، مشارکت، و سهم گرفتن در پیروزی انگیزش به عمل فردی

۷. المان های تقویتی:

استفاده از تصویر مردم واقعی در لباس های مختلف: پرستار، کارگر، سرباز، معلم،
راننده...

نمادسازی تصویری: زنجیره انسانی، پرچم ملی، دست هایی که روی هم قرار می گیرند
استفاده از مثال های تاریخی داخلی (مثلاً اتحاد در جنگ تحمیلی، کرونا، زلزله)
گرافیک با تضاد نور و تاریکی برای بیان «با هم / تنها»



ایده بیست و دوم: تمام تاریخ ایران در برابر اسرائیل

۱. هدف تبلیغ:

تولید محتوای رسانه‌ای برای القای این پیام که ملت ایران، با همه‌ی ریشه‌های تمدنی و تاریخی‌اش، امروز نیز به رهبری جمهوری اسلامی در خط مقابله با ظلم و تجاوز ایستاده است؛ و اگر کوروش، شاپور، شاه عباس یا نادر هم بودند، کنار ما و در برابر اسرائیل بودند.

۲. پیام اصلی:

پرچم ایران در بیشتر ادوار تاریخ، هرگز زیر بار ظلم نرفته؛ امروز نیز، تمام تاریخ ایران، پشت جمهوری اسلامی ایستاده تا اسرائیل را شکست دهد.

۳. مخاطب هدف:

مردم ایران (به‌ویژه نسل جوان و خاکستری)، ملی‌گرایان، دانش‌آموزان و دانشجویان، جامعه انقلابی و مخاطبان محور مقاومت در منطقه که با مفهوم "ایران" به‌عنوان یک تمدن مقاومت آشنا هستند.

۴. قالب و بستر انتشار:

موشن گرافیک حماسی با نمایش پرچم‌ها، قهرمانان و پادشاهان
کمیک موشن یا تیزر داستانی با گفت‌وگوی اسطوره‌ها با فرماندهان امروز
پست‌های اینستاگرامی و ویدیویی با گرافیک پرچم‌ها
نماهنگ حماسی همراه با نریشن فاخر و موسیقی رزمی ایرانی

۵. لحن و سبک:

افتخارآمیز، اسطوره‌ای، حماسی، وحدت‌بخش؛ نه ایدئولوژیک صرف، بلکه با ترکیب
ملی‌گرایی و هویت اسلامی

۶. خط داستانی پیشنهادی: (Storyline)

شروع: نمای نقشه ایران با پرچم‌های مختلف در تاریخ (از هخامنشی تا امروز)
نمایش پادشاهانی مانند کوروش، داریوش، شاپور، انوشیروان، شاه عباس، نادرشاه، در
کنار رهبری

هر شخصیت یک جمله می‌گوید که مضمون مشترک دارد:
«ایران هیچ‌گاه در برابر ظلم ساکت ننشسته؛ اگر ما هم بودیم، در خط مقدم مقاومت
بودیم»

تصویر ارتش مقاومت (سپاه، فلسطینی‌ها، لبنانی‌ها، یمنی‌ها...) با پرچم ایران در پشت
رهبری و پادشاهان ایرانی

پایان: تصویری از شکست دشمن اسرائیلی و شعاری مثل:

«این پرچم، پرچم تمام تاریخ ماست؛ و تا نابودی اسرائیل بر زمین نمی افتد».

۷. ویژگی های متمایز پروژه:

استفاده تمام سلسله ها از گرافیک پرچم جمهوری اسلامی ایران
ترکیب نمادهای اسلامی با ایرانی (مثلاً در کنار پرچم جمهوری اسلامی، درفش
شاه عباسی یا کاویانی دیده شود)

خلق شخصیت های انیمیشنی یا کارتونی از شاهان و پهرمانان تاریخی
اتصال خط مقاومت امروز به شریان تمدن ایران، نه فقط نظام سیاسی معاصر



ایده بیست و سوم:

چی می‌شد اگر...؟

«اگر حکومت دیگری جای جمهوری اسلامی بود، چه می‌شد؟»

۱. هدف تبلیغ:

تقویت ریشه‌های هویتی و تاریخی مقاومت ایران، با تأکید بر اینکه ایستادگی جمهوری اسلامی ایران در برابر سلطه‌طلبی آمریکا و اسرائیل، ادامه‌ی سنتی دیرینه از مقاومت شاهان و ملت‌های پیشین ایران در برابر امپراتوری‌های متجاوز بوده است.

۲. پیام اصلی:

ایستادگی در برابر بیگانه، ریشه در خون ایرانی دارد؛ چه هخامنشی باشی، چه ساسانی، چه صفوی، چه امروز جمهوری اسلامی.

۳. مخاطب هدف:

جوانان علاقه‌مند به تاریخ، مخاطبان ملی‌گرا و انقلابی، نسل خاکستری که با هویت تمدنی ایران پیوند عاطفی دارد.

۴. قالب و بستر انتشار:

موشن گرافیک

پادکست تاریخی

کمیک موشن حماسی

ریلز و استوری‌های اینستاگرامی

نماهنگ با صدای شاهنامه‌خوان یا نریتور فاخر یا با سبک مدرن و مشابه سازی با
هخامنشیان با مدل نبرد امروزی

۵. لحن و سبک:

حماسی، ملی‌گرایانه، پرصلابت، روایی و افتخارآمیز با استفاده از موسیقی‌های حماسی
ایرانی (سازهای کوبه‌ای، کر) و تصویرسازی تاریخی.

۶. خط داستانی پیشنهادی:

قسمت عنوان اپیزود محتوا و پیام

۱ «اگر هخامنشیان بودند...» کوروش در برابر لیدی، کمبوجیه در برابر مصر، داریوش در
برابر یونان؛ هر جا دشمنی تهدید کرد، ایران ایستاد. امروز نیز همان سنت ادامه دارد.

۲ «اگر ساسانیان بودند...» ایستادگی انوشیروان، شاپور و خسرو پرویز در برابر امپراتوری
روم، دفاع از مرزها و استقلال ایران؛ همان غرور امروز.

۳ «اگر صفویه بودند...» شاه اسماعیل و شاه عباس در برابر عثمانی‌ها، پرتغالی‌ها و
استعمارگران؛ اتحاد ملی با رنگ مذهب و غیرت ایرانی.

۴ «اگر افشاریه بودند...» نادرشاه، فاتح هند و بازپس گیرنده خلیج فارس از اشغال بیگانه؛ سیاست عزت‌مندانه ایرانی.

۵ «اما امروز جمهوری اسلامی...» وارث همان روحیه استقلال و مقاومت؛ وقتی اسرائیل و آمریکا تهدید می‌کنند، ایران مثل همیشه می‌ایستد؛ نه از سر لجاجت، بلکه از سر شخصیت ایرانی.

۷. ویژگی متمایز این پروژه:

جمهوری اسلامی در این روایت، ادامه طبیعی تمدن ایران است، نه بدیل یا انقطاع. مقاومت، نه بر پایه‌ی ایدئولوژی صرف، بلکه بر اساس ریشه‌های تاریخی، ملی و تمدنی ایران توجیه می‌شود.

حس غرور ملی و تاریخی، ابزار مهم اقناع مخاطب خاکستری خواهد بود.



ایده بیست و چهارم:

قهرمانان ایران زمین در برابر تورانیان

۱. هدف تبلیغ:

بازنمایی مقاومت متحدانه نیروهای مردمی ایران در قالب اسطوره‌های شاهنامه‌ای برای القای امید، اقتدار و مشروعیت همه جانبه دفاع ایران در برابر دشمنان خارجی (خصوصاً رژیم صهیونیستی).

۲. پیام اصلی:

همان‌گونه که رستم، گودرز، گیو و طوس در کنار هم تورانیان را شکست دادند، امروز نیز قهرمانان مقاومت، با وحدت، دشمن صهیونی را به زانو در می‌آورند.

۳. مخاطب هدف:

جوانان ایرانی و محور مقاومت، علاقه‌مندان به هویت ایرانی-اسلامی، و مخاطبان فعال رسانه‌ای.

۴. بستر انتشار:

موشن گرافیک حماسی، کمیک موشن، کلیپ‌های یک دقیقه‌ای اینستاگرامی و ریلز، یا پوستر و بیلборدهای شهری.

۵. لحن و سبک:

استعاری، حماسی، پرمصلابت، با الهام از نثر و نریشن شاهنامه.

۶. معادل سازی ها:

رستم، گیو، گودرز، بیژن، طوس = فرماندهان ایرانی و مبارزان ایرانی و جبهه مقاومت
(ایرانی، لبنانی، فلسطینی، یمنی...)

توران = اسرائیل و حامیان غربی آن

دژ سپید = پایگاه های نظامی دشمن در منطقه

نبرد نهایی = پیروزی حق بر باطل در میادین جنگ هوشمند و ایمانی امروز

طرح دوم: رهبر ایران به مثابه کاوه آهنگر

۱. هدف تبلیغ:

تصویرسازی از رهبر انقلاب اسلامی به عنوان نماد بیداری، عدالت خواهی و مقاومت با
پشتوانه مردمی در برابر طاغوت زمان (رژیم صهیونیستی)، با الگوبرداری از اسطوره ی کاوه
آهنگر در شاهنامه.

۲. پیام اصلی:

همان طور که کاوه با پرچم قیام مردم، ضحاک را از تخت کشید، امروز نیز رهبر انقلاب با
ایمان و حمایت ملت، هیولای کودک کش زمانه را به عقب رانده است.

۳. مخاطب هدف:

ملت ایران، جوانان ایرانی و انقلابی، خانواده‌های شهدا، و ملت‌های هم‌پیمان در محور مقاومت.

۴. بستر انتشار:

نماهنگ، موشن‌گرافیک‌های روایی، کلیپ‌های مذهبی/حماسی، کمیک موشن، سخنرانی‌های تصویری با نریشن.

۵. لحن و سبک:

روایی، سمبلیک، الهام‌بخش، با ترکیب تصویرسازی اسطوره‌ای و روایت معاصر.

۶. معادل‌سازی‌ها:

رهبر انقلاب = کاوه آهنگر: برخاسته از مردم، بی‌ادعا، نماد خشم مقدس و امید ملت.

پرچم کاوه = پرچم جمهوری اسلامی ایران

ضحاک ماردوش = نتانیا‌هو یا رژیم صهیونیستی

مردم ایران = مردم تحت ظلم زمانه که پشت رهبرشان ایستاده‌اند



ایده بیست و پنجم:

سهم من

بیان ایده:

به جهت فعال‌سازی ظرفیت مردمی برای کمک به هموطنان می‌توان محتوایی را برای ترغیب به مواسات تولید کرد. این محتواها می‌توانند به کمک‌های حداقلی یا بیشتر ترغیب کنند. این ایده به ۲ صورت قابلیت اجرا دارد: برای اصناف و اقشار مختلف و یا با مخاطب قراردادن عموم مردم.

قالب پیشنهادی:

متن کوتاه: با عنوان سهم من در کمک به هم‌وطنانم فلان توانایی یا دارایی من است. به صورت گفتمان‌های تویتری، پیامک انبوه، متن عکس نوشته
فیلم کوتاه: متن‌های نوشته شده می‌توانند به صورت فیلم کوتاه از مردم عادی ضبط شود. این تصویر برداری می‌تواند در قالب فقط صحبت مردم یا به صورت مصاحبه انجام شود. تصویرسازی با هوش مصنوعی نیز می‌تواند بر جذابیت کار بیفزاید.

پویش: در رسانه‌ای مردم تشویق به پویش سهم من شوند و از آنان خواسته شود تا از خودشان فیلم کوتاهی ضبط کنند و به آیدی خاصی ارسال کنند تا هم‌صنفانشان و دیگران نیز الگوبرداری کرده و به این پویش بپیوندند. هم چنین می‌توان از ایشان خواست تا هر نفر یک نفر را به این پویش دعوت کند. این پویش نیاز به انبوه پیام و پوشش رسانه‌ای دارد. تصویر: عکاسی از کنش‌های همدلانه مردم مانند میوه فروشی که به قیمت فاکتور عرضه محصولات می‌کند یا مغازه‌ای که تخفیف گذاشته یا سوپر مارکتی که برای نیازمندان محل بسته ارزاق آماده می‌کند.

سناریو موشن: این روزها که درگیر جنگ با متجاوزین (از تصاویر حمله استفاده شود) به خاکمون هستیم، خیلی از کسب و کارها آسب دیدن (تصاویر بازارهای تعطیل) و خیلی از مردم درآمد خودشون رو از دست دادن. اگر ما به کمک هم بشتابیم (تصاویر کمک‌های مردمی) می‌تونیم از این سختی‌ها مثل هرسختی دیگه‌ای که تا الان با کمک و همدلی هم پشت سر گذروندیم (تصاویر کرونا و جنگ تحمیلی) عبور کنیم.

یادداشت: اهل قلم می‌توانند با نوشتن متون تحلیلی ضرورت کمک‌های همدلانه را برای مخاطبین خود جا بیندازند. همچنین متون توصیفی می‌توانند برای به کار اندازی احساسات و عواطف مردم موثر باشند. خروجی این متون می‌تواند تبدیل به رادیو و یا نریشن کلیپ نیز شوند.

پادکست: موضوع کمک همدلانه و یا پویش، کنش گران برتر، مردمی که کنش آنان در فضای مجازی ترند شده‌است می‌توانند موضوع و مهمان پادکست‌های پرمخاطب شوند.



ایده بیست و ششم:
انتشار پیام های ایرانیان خارج از کشور و بروز حس همدردی
و بازتولید آن

قالب پیشنهادی:
پویش اینستاگرامی

توضیح:
از ایرانیان خارج کشور بخواهیم حس همراهی و قوت قلب خود نسبت به هموطنان ساکن ایران را در قالب یک ویدیو بیان کنند و برای کمک به وطنشان در شرایط جنگی یکی از دوستان یا همکاران خارجی خود را نسبت به اتفاقات اخیر آگاه کنند و با ضبط پیام ویدیویی نظر و حس او نسبت به مردم ایران را منتشر کنند



ایده بیست و هفتم: **انعکاس مهمان نوازی مردم شمال کشور در شرایط جنگی**

قالب پیشنهادی:

پویش یا مستند

توضیح:

از مردمی که خانه خود را به مقصد شهرهای شمالی کشور ترک کرده اند و در این ایام علی رغم هجوم کم سابقه جمعیت به شمال و ایجاد چالش های جدی در زندگی بومیان با مهربانی و مهمان نوازی آنها مواجه شدند بخواهیم در یک پیام متنی یا ویدیویی از این مهربانی سخن بگویند و از شمالی ها تشکر کنند



ایده بیست و هشتم: **دومینوی مردم به شکل نقشه ایران**

قالب پیشنهادی:

انیمیشن یا استاپ موشن (با تکستچر لگو)

توضیح:

دومینوها به شکل نقشه ایران هم در مرزهای بیرونی و هم در مرزهای استان ها چیده شده اند.

بر اساس تطابق جایگاهشان روی نقشه با هر استان لباس محلی مربوط به آن جغرافیای فرهنگی را به تن دارند و همه دست در دست هم هستند
یک دشمن خارجی تلاش میکند از مرزهای متفاوت برای سرنگونی دومینوها اقدام کند و به آنها فشار بیاورد (با ایجاد چشم و دهن فانتزی و افکت های صوتی فشار و تلاش آنها نشان داده شود)

در نهایت با مقاومت آنها دشمن از تلاش کردن نا امید میشود.



ایده بیست و نهم: دقت کردید مردم..؟

بیان ایده:

یکی از قالب‌های موثر در همدلی آشوبگران تلقین حس خوب به یک دیگر بود که دقت کردید پسرآمون چشم پاک‌تر شدن یا دخترآمون شجاع‌تر شدن؟ با استفاده از این قالب می‌توان همدلی مردم را افزایش داد.

متن کوتاه: دقت کردید از وقتی جنگ شده مردم با هم مهربون‌تر شدن؟ مردم شجاع‌تر شدن؟ متحدتر شدن؟ شرایط سخت‌تر شده اما حال‌مون بهتر شده؟ توییت. پیامک مصاحبه: با مردم که این حس بیان شود که از مردم حس مثبتی می‌گیرند. فیلم کوتاه: در شرایط ثبات و آرامش مردم با هم ناهم‌رسانانه رفتار می‌کردند اما الآن همان مردم با همان مردم مهربان‌تر شده‌اند.

یادداشت: بیان ادله مهربان‌تر شدن، شجاع‌تر شدن و... مردم به صورت علمی در قالب یادداشت تحلیلی. بیان تجربه‌ها در قالب یادداشت توصیفی که توانایی تبدیل به رادیو و نریشن را نیز دارند.

سناریو موشن: پیام مهربان‌تر شدن یا شجاع‌تر شدن مردم در موشن نمایش داده شود و به عنوان خصوصیت و خصیصه همیشگی ایرانیان است که در شرایط سخت متحدتر می‌شوند.



ایده سی ام: رشد گروه های تروریستی افراطی در صورت سقوط جمهوری اسلامی

بیان ایده

اگر ما مردم ایران با هم متحد نباشیم و از ستون های حکومت مرکزی خود دفاع نکنیم ایران در معرض خطر واقعی فروپاشی و تجزیه قرار می گیرد. امروز دشمن منتظر نیست که ما از بیرون شکست بخوریم آن ها روی ضعف درون حساب باز کرده اند.

ایران ما اگر تکیه گاه و حکومت مرکزی خود را از دست بدهد تبدیل می شود به زمین بازی تروریست ها و تجزیه طلب ها:

در شرق، جیش العدل و طالبان در کمین اند تا افراط گرایی مذهبی را جایگزین آرامش کنند. در غرب، کومله، دموکرات و پژاک با پشتیبانی خارجی به دنبال جدایی و خونریزی اند. در جنوب، پان عرب ها با تحریک قوم گرایی به دنبال تکه تکه کردن خاک ما هستند. در شمال غرب، پان ترک ها نقشه پیوستن بخشی از خاک ایران به کشورهای همسایه را می کشند. و در سایه همه این ها، القاعده، داعش و شبکه های سلفی مترصد فرصتی برای شعله ور کردن جنگ داخلی اند.

حتی شبکه‌های چپ و شبه‌کمونیستی در حال دامن زدن به نارضایتی‌ها برای ایجاد آشوب‌اند.
ما فقط یک گزینه داریم:

یا پشت هم باشیم و ستون ایران را نگه داریم
یا فردا از نقشه جهان، کشوری ببینیم که روزی نامش ایران بود.

قالب پیشنهادی:

موشن گرافیک

استوری موشن

ریلز استوری

متن کوتاه

توییت

مصاحبه

پوستر