

# همدلانه

روش های گفتگو  
و همدلی اجتماعی در بحران





سورة الحديد من القرآن

---



همدانه؛

ویژه گروه‌های جهادی در شرایط جنگ

موضوع: روش‌های گفتگو و هم‌دلی اجتماعی در بحران

۲۰ص.

تولید شده توسط: معاونت رشد و توانمندسازی سازمان بسیج دانشجویی.

خرداد ۱۴۰۴

# فهرست

۵.....	مقدمه
۸.....	نکات مهم گفت‌وگو در شرایط جنگی
۱۰.....	هفت نکته مهم در فعالیتهای مردمی
۱۳.....	اهم نکات مربوط به گفتگوی چهره‌به‌چهره
۱۸.....	طوفان واژه‌ها
۱۹.....	مخاطب‌شناسی

## مقدمه

بسیاری از جوانان و نوجوانان می‌پرسند: ما چگونه می‌توانیم در این نبرد مشارکت داشته باشیم؟ نمی‌خواهیم فقط تماشاچی باشیم، و دیگر زندگی عادی برایمان مفهوم سابق را ندارد. نمی‌خواهیم فقط غصه بخوریم یا حرص بخوریم؛ بلکه به دنبال راهی برای نقش‌آفرینی هستیم.

یکی از مهم‌ترین فعالیت‌ها در زمان جنگ، جهاد تبیین است؛ یعنی آگاه‌سازی مردم، ایجاد وحدت و هم‌صدایی در جامعه، و مقابله با دشمن از طریق روشنگری. این جهاد، نه تنها به روشنگری عمومی کمک می‌کند، بلکه با تقویت باورهای مردم، آن‌ها را در مسیر ایستادگی و مقاومت هدایت می‌کند. در چنین شرایطی، هر فردی می‌تواند با ابزارهایی که در اختیار دارد (از گفت‌وگوهای روزمره گرفته تا فعالیت‌های رسانه‌ای) در این مسیر نقش‌آفرینی کند. اهمیت این مبارزه فکری زمانی بیشتر مشخص می‌شود که دشمن با ابزارهای تبلیغاتی و رسانه‌ای خود تلاش دارد افکار عمومی را منحرف کرده و روحیه مقاومت را تضعیف کند؛ بنابراین، مسئولیت ما فراتر از یک واکنش ساده است؛ بلکه باید با آگاهی، تحلیل دقیق، و انتشار محتوای هدفمند، در این نبرد حضور جدی داشته باشیم.



برای فعالیت در این زمینه باید به چند نکته قبل از شروع کار توجه شود:

۱. شناخت دایره تأثیر؛ ابتدا باید بدانیم در چه محیط‌هایی می‌توانیم اثرگذار باشیم، چه در فضای مجازی، چه در جمع‌های خانوادگی، دوستانه یا اجتماعی. هر فرد دایره نفوذ خودش را دارد، و با شناخت آن، می‌توان تأثیرگذاری بیشتری داشت.

۲. انتخاب محتوای مفید و هدفمند؛ آگاهی از بیانات رهبران و درک صحیح مسائل روز، به ما کمک می‌کند تا محتوای مناسب برای مخاطبان خود را انتخاب کنیم. محتوای ما باید دقیق، مستند، و تأثیرگذار باشد تا بتواند دیگران را آگاه کند.

۳. هم‌فکری و تولید محتوا؛ همکاری و هم‌فکری با دوستان و گروه‌های هم‌فکر، به ما کمک می‌کند که محتوای باکیفیت‌تری خلق کنیم. تبادل نظر و مشارکت در تولید محتوا، تأثیرگذاری را چندبرابر می‌کند و راهی برای تحقق "جهاد تبیین" است.

۴. خودسازی و رشد معنوی؛ تأثیرگذاری در جامعه، نیازمند رشد درونی است. باید به خودسازی بپردازیم، تمایلات دنیوی را کنار بگذاریم، و فطرت الهی را تقویت کنیم. پیش از هر اقدام، باید "گارد مبارزه" بگیریم، نیت خود را خالص کنیم، و با آمادگی ذهنی و روحی وارد میدان شویم.



۵. دعا و توسل، سلاحی قدرتمند؛ نباید فراموش کنیم که دعا، اشک و توسل، از سلاح‌های مؤمنین در نبردها هستند. این‌ها باعث نزول رحمت الهی و مقابله با وسوسه‌های درونی می‌شوند. مبارزه فقط در عرصه بیرونی نیست، بلکه پیروزی در نبرد درونی نیز به همان اندازه اهمیت دارد.

برای فعالیت موفق در عرصه جهاد تبیین در زمان جنگ، به ابزارها و مهارت‌هایی نیاز داریم که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌کنیم.



## نکات مهم گفت‌وگو در شرایط جنگی

در شرایط جنگی، حفظ سلامت روان مردم بسیار مهم است. باید توجه داشت که در هنگام صحبت با مخاطب در شرایط جنگی نباید باعث صحبت با ایشان باعث ایجاد رعب و ترس و یا امید کاذب شود. برخی نکات کلیدی برای برخورد روان‌شناختی با این افراد عبارت‌اند از:

۱. پذیرش احساسات طبیعی؛ ترس، اندوه، خشم و اضطراب در زمان جنگ طبیعی هستند. سرکوب این احساسات می‌تواند آسیب روانی را تشدید کند.
۲. محدودسازی دریافت اخبار؛ مواجهه بیش از حد با اخبار جنگی، اضطراب را افزایش می‌دهد. بهتر است با راهنمایی درست، منابع معتبر را معرفی کنید و میزان استفاده از اخبار را کنترل کنید.
۳. حفظ ارتباطات اجتماعی؛ دعوت به ارتباط با خانواده و دوستان می‌تواند از بروز اختلال فشار روانی پس از سانحه (PTSD) جلوگیری کند و تاب‌آوری روانی را افزایش دهد.
۴. تداوم روال‌های روزمره؛ راهنمایی و هدایت به حفظ فعالیت‌های روزانه، حس کنترل و ثبات را تقویت می‌کند و به تنظیم روان کمک می‌کند.





۵. تمرین تکنیک‌های آرام‌سازی؛ تمرین‌هایی مانند تنفس عمیق، تمرکز حواس و حرکات بدنی ساده برای کاهش تنش توصیه می‌شود.
۶. توجه ویژه به کودکان و سالمندان؛ مراقبت روانی متناسب با سن، گفت‌وگو با زبان ساده و ایجاد محیطی امن برای این گروه‌ها ضروری است.
۷. دریافت کمک تخصصی در موارد بحرانی؛ در صورت بروز نشانه‌هایی مانند افکار آسیب‌رسان، اختلال خواب شدید یا بحران روانی، مراجعه به روان‌شناس یا استفاده از خدمات مشاوره تلفنی را توصیه کنید.
۸. مدیریت احساسات؛ در زمان بحران، کنترل خشم و اضطراب در مکالمات ضروری است تا ارتباطات مؤثر باقی بمانند.
۹. همدلی واقعی؛ از نام بردن کلمات کلیشه‌ای که شرایط آن فعلاً وجود ندارد مثل همه چی درست میشه و... بپرهیزید و احساسات فرد را درک کنید و نشان دهید که کنار او هستید.

## هفت نکته مهم در فعالیتهای مردمی

۱. تبدیل “دعوی حکومت” به “خون خواهی ملی”

مردم باید احساس کنند که این اتفاق، نه فقط یک موضوع دولتی و حکومتی، بلکه توهین و تعدی به “من ایرانی” است.

باید گفته شود:

- اینها آمدهاند وسط خاک ایران ما زنان و فرزندان ما را کشتند؛ این دیگر دعوی سیاست نیست، دعوی حیثیت ایرانی است.
- اگر امروز بی جواب بماند، فردا تمام شهرهای ما را در فهرست می گذارند.

۲. بازنمایی چهرهٔ مظلوم و انسانی از شهدا

مردم وقتی تصویر انسانی از شهدا ببینند (مادر، همسر، فرزند...)، حس انتقام درونی شان فعال می شود. اینجا باید بسیار کار کنیم:

- عکس کودک شهید
- گریهٔ مادر
- آشفتگی خانه ها و محلات
- مظلومیت و بی گناهی مردم



### ۳. یادآوری تاریخ

هر جا ساکت شدیم، دشمن جلوتر آمد، کارکرد روایت تاریخی بسیار بالاست:

- در برجام کوتاه آمدیم، آن‌ها دانشمندان را زدند.
- بعد از شهادت سردار سلیمانی، انتقام بسزایی گرفته نشد و دشمن شیر شد.

### ۴. استفاده از واژهٔ “بازدارندگی مردمی”

مردم باید بفهمند انتقام فقط برای تسکین نیست، برای جلوگیری از جنگ و ناامنی در آینده است.

- انتقام یعنی که اسرائیل بفهمد نباید تکرار کند.
  - امنیت پایدار با پاسخ محکم ساخته می‌شود، نه با کوتاه آمدن.
۵. بی‌آبرو کردن گفتمان انفعال

روایت صلح‌طلبی بی‌هزینه نیست؛ باید آن را بی‌آبرو کنیم:

- این‌ها که می‌گویند سکوت کنیم، جواب خون بچه‌های مردم را چه می‌دهند؟
- اگر مادر خودشان در این حادثه بود، باز هم می‌گفتند سکوت کنیم؟
- امروز شعار صلح می‌دهند، فردا با اشغال خاک هم کنار می‌آیند!



## ۶. ایجاد حس “اکثریت خاموشِ آمادهٔ انتقام”

فضای روانی مهم است؛ باید طوری فضا را بسازیم که مردم ببینند جمعیت زیادی خواهان پاسخ هستند.

- پویش‌های میلیونی در هشتگ‌ها
- ریل و استوری‌های گستردهٔ مردم عادی
- چهره‌های ارزشی وارد میدان شوند و بگویند: ما مردم انتقام می‌خواهیم.

## ۷. برندسازی انتقام به‌عنوان “حق مردم” نه فقط “وظیفهٔ حکومت”

نباید بگذاریم این‌طور جلوه کند که انتقام صرفاً تصمیم نهادهای بالا است.

- این انتقام، مطالبهٔ ما مردم است
- ما این پاسخ را برای ناموس، خاک، امنیت، عزت خودمان می‌خواهیم



## اهم نکات مربوط به گفتگوی چهره‌به‌چهره

برای ارتباط با مخاطب و گفتگو با ایشان لازم است به نکات زیر توجه لازم صورت بگیرد.

- گفتگو اول؛ اولین گفتگو سخت‌ترین گفتگوست اگر اولی را شروع کنید، بر ترس غلبه می‌کنید و با نفرات بعد راحت‌تر خواهد شد.
- شناسایی کن؛ قبل از ارتباط گرفتن و صحبت کردن باید مخاطب را از حالات و رفتارش شناسایی کنیم و به سراغ مخاطبینی برویم که احتمال تأثیرگذاری بالایی دارند. مثلاً جوانان دانشجو یا پیرمردهای مسن انرژی خیلی زیادی از شما خواهند گرفت بازدهی کمتری هم خواهند داشت.
- رصد کن؛ ما محتوای خود را به شخص نمی‌گوییم؛ بلکه او را رصد می‌کنیم و سؤال‌ها و دغدغه‌هایش را شناسایی می‌کنیم و به آنها پاسخ می‌دهیم نه اینکه ده تا مطلب برایش بگوییم.
- اشتباه نزن؛ تأثیرگذاری فقط با بیان مطالب نیست، بلکه گاهی پای درد و دل نشستن ده‌ها برابر مهم‌تر و مؤثرتر از بحث کردن سر سؤالات است. گاهی مخاطب ما فقط می‌خواهد ناراحتی‌اش را ابراز کند و شبیهاتی که مطرح می‌کند واقعاً شبیه‌اش نیست؛ بلکه بیان ناراحتی‌اش هست.



- غیرمستقیم؛ گاهی مطالب را می‌توانیم غیرمستقیم بگوییم؛ مثلاً به جایی که بگوییم همه مثل هم نیستند به راننده‌تا کسی بگوییم راننده قبل شما خیلی بی‌انصاف بود و قیمت بالا می‌گرفت.
- دنبال قانع کردن نباش؛ لازم نیست طرف مقابل حتماً در همان لحظه متحول شود و شبیه ما فکر کند. خود ما خیلی از چیزهایی که قبولشان داریم نتیجه، بحث‌هایی هست که در آن بحث قانع نشدیم! اما به هر دلیل در آن لحظه نخواستیم بپذیریم پس نه ناامید شوید و نه اعتبار بگیرید.
- با انسان‌ها مثل انسان برخورد کن؛ خاستگاه اصلی تغییر آدم‌ها غیرمعرفتی، احساسی و گرایشی است؛ اما ما معمولاً معرفتی مواجهه می‌شویم درحالی‌که مخاطب ما انسان است در تغییر آدم‌ها، سهم محبت و صداقت بیشتر از استدلال است.
- حواس جمع باش؛ زود خودمان را (قالبمان را، جنسمان را) لو ندهیم وگرنه مخاطب تا آخر صحبت‌های ما را با عینک بدبینی خواهد دید و اشتباه خواهد شنید.
- سؤال کن؛ اینکه به یک نفر مثل یک کارشناس مسائل سیاسی مرجع پاسخگویی به سؤالات شما باشد برای آن شخص خیلی جذاب است و این شخصیتی که به او داده می‌شود تأثیر بسزایی در جذب او دارد.





- تف به ریا؛ در آغاز سعی کنید یک جوری اعتماد طرف مقابل را جلب کنید. مثلاً به فرزندش محبتی بکنید مثل شکلات دادن یا کمکی به طرف مقابل بکنید یا لابه لای صحبت های خود اشاره کنید به اینکه دوستان شما گروه های جهادی و خیریه دارند و برای نیازمندان بسته های غذایی توزیع می کنند.
- سراپاگوش باش؛ گوش بودن و شنیدن خیلی بهتر از زبان بودن و حرف زدن است مردم الان می خواهند عقده هایشان را و گله هایشان را خالی کنند و این خالی کردن خیلی به آنها روحیه می دهد پس گوش بدهیم و همراه شویم و کم کم نجاتمان را بگیریم.
- حس خوب بساز؛ در مواجهه با خانم ها سعی کنیم ظاهر آراسته نه آرایش داشته باشیم، با روی گشاده صحبت کنیم تناسب را در رنگ هایی که برای لباس انتخاب می کنیم در نظر بگیریم.
- خودت باش؛ سعی کنید در گفت و گوها تا جایی که می توانید فیلم بازی نکنید و خودتان باشید و گرنه زود لو می روید.

- با پرچم سفید به پیکار می‌رویم؛ اعتراف شجاعانه به نمی‌دانم بهتر از دست‌وپازدن برای جواب است حریت داشته باشید و اشکال‌هایی که وارد است یا شبهه‌ای هست که شاید وارد باشد قبول کنید و سعی نکنید همه چیز را تطهیر کنید با واقعیت کنار بیایید حتی برخی جاها اگر اشتباه هم نیست؛ ولی طرف مقابل اصرار دارد شما قبول کنید تا آرام شود و بعد دوباره نقدش کنید.
- خنداننده شو؛ طنز و شوخی و خنداندن بهترین راه برای باز کردن گارد مخاطب و آب کردن یخ ارتباط‌گیری‌اش هست فقط مراقب باشید لوده و سبک نباشید.
- عینکش را عوض کن؛ مخاطب ما ساختار ذهنی ما را ندارد و مثل ما فکر نمی‌کند. ما باید برای حرکت مخاطب از عناصر زنده در او شروع کنیم یعنی نیاییم با ساختار فکری خودمان طرف مقابل را پیش ببریم؛ بلکه باید او را بشناسیم و با عناصر زنده در ذهن او هدایتش کنیم؛ مثلاً برای کسی که عاشق فوتبال است باید از بازیکن‌های تیم ملی انگلیس شروع کرد بعد مسیر گفتگو را به استعمار انگلیس رساند.
- زنجیره انتقال را رد نکن؛ اگر مخاطبمان نظرش تغییر کرد و ظرفیتش را داشت از او بخواهیم برود و با بقیه رفقا و آشنایان خودش هم بحث کند و روی آنها تأثیر بگذارد باز هم زنجیره را قطع نکن؛ اگر دیدی طرف مقابل از اول توجیه است و مثل ما فکر می‌کند تمرکز خود را روی





- ترغیب به او به فعالیت و تبلیغ بگذارید حتی می‌توانید او را به تشکل خود وصل کنید یا محتوی مورد نیاز او را به دستش برسانید.
- ناامید نشو؛ اگر چند مورد اول نگرفت ناامید نشویم؛ چون اوایل کار چهره به چهره سخت است و باید کم کم یاد بگیریم ضمن اینکه برخی هستند که هیچ کس نمی‌تواند با آنها ارتباط برقرار کند.
  - برای مادر بزرگت بگو؛ اگر خودتان حرفی را نفهمیده‌اید، با حفظ کردن آن نمی‌توانید منتقلش کنید اگر توانستید حرفی را به مادر بزرگتان به عنوان نماد کسی که معمولاً با مسائل روز آشنا نیست و به سختی می‌توان مطلب جدیدی را به او منتقل کرد بگویید؛ یعنی آن حرف را فهمید اید.
  - یک پله به عقب برگرد؛ مخاطبی که اساساً مفهوم عزت و استقلال برایش مهم نیست، نمی‌تواند مطلب شما را درباره مذاکرات عزتمندانه و مقتدرانه هضم کند! یک پله به عقب تر باید رفت و موضوع گفتگو اصل عزت و اقتدار خواهد بود.
  - عطایش را به لقایش ببخش؛ اگر مخاطبتان خیلی گارد داشت وقتتان را تلف نکنید با یک تشکر و آرزوی موفقیت و پایان خوش صحبت را فیصله دهید.
- ❖ و ما رَمَيْتِ اِذْ رَمَيْتِ؛ قبل از هر گفت و گو توسل به ائمه و توکل فراموش نشود و در حین گفتگو خدا را در نظر بگیرید.

## طوفان واژه‌ها

در صحبت با مخاطب، برای افزایش کارآمدی لازم است از سه دسته واژه استفاده نکنیم

- واژگان کلیشه‌ای حتی اگر مقدس‌ترین واژگان ما هستند؛ مانند اقتصاد بی‌منت، اقتصاد قوی، اقتصاد مقاومتی مخاطب نباید فکر کند اخبار می‌بیند.
- واژگان درونی نشده واژه‌ای که خودمان هم با آن ارتباط نمی‌گیریم و حس راحتی با آن نداریم را استفاده نکنیم؛ مثلاً اقتصاد درون‌زا
- واژگان ارزشی واژه‌هایی که معنای دقیق آنها برای مخاطب مشخص نیست؛ اما بار ارزشی سنگینی دارند؛ مثلاً امامین انقلاب، شجره طیبه، بصیرت و... با مردم حرف بزنیم.



## مخاطب‌شناسی

درگام آخر لازم است دسته‌بندی و سن و جنسیت مورد توجه قرار گیرد.

- دسته‌بندی عقاید فکری مخاطب
  - مطالب مذهبی را بیشتر می‌پسندد
  - مطالب غیرمذهبی را بیشتر می‌پسندد
  - انقلابی بودن برایش اهمیت دارد
  - انقلابی بودن برایش اهمیت ندارد
  - دارای غیرت ملی است
- دسته‌بندی دغدغه‌های فکری مخاطب
  - دغدغه مسائل معیشتی دارد (فقیر - شاکی - ثروتمند)
  - دغدغه مسائل اجتماعی دارد
  - دغدغه مسائل امنیتی دارد
- دسته‌بندی علایق مخاطبین
  - به شهدا علاقه دارد
  - به اهل بیت علاقه دارد
  - به رهبر انقلاب علاقه دارد
  - از رهبر انقلاب تبعیت می‌کند
  - مطالب ادبی را دوست دارد



- مطالب روشنفکرانه دوست دارد
- مطالب از زبان خارجی‌ها را دوست دارد
- دسته‌بندی مواجهه مخاطب با نظام
  - به نظام انتقاد دارد
  - به روحانیت انتقاد دارد
  - به رهبر انقلاب انتقاد دارد
  - فرق مجلس را با کل نظام نمی‌داند
  - اعتقادی به نظام ندارد



# یادداشت

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



محمد زاده



یکی از مهم‌ترین فعالیت‌ها در زمان جنگ، جهاد تبیین است؛ یعنی آگاه‌سازی مردم، ایجاد وحدت و هم‌صدایی در جامعه، و مقابله با دشمن از طریق روشنگری. در شرایط جنگی، حفظ سلامت روان مردم بسیار مهم است. باید توجه داشت که در هنگام صحبت با مخاطب در شرایط جنگی نباید صحبت با ایشان باعث ایجاد رعب و ترس و یا امید کاذب شود.



مدرسه خدمت و پیشرفت

[www.tavana.school](http://www.tavana.school)