

طراحے، ساخت، انتقال و مدیریت پیام انتخاباتے



مدرس: فرنوش امیر شاہ

w w w . y a l d a n e t w o r k . o r g

فرآیند

۱. تعریف روایت کمپین

۲. پیام چیست؟

۳. شناخت مخاطبان

۴. چالش شنیده شدن

۵. معیارهای یک پیام مؤثر

۶. پیام سازی

۷. تعیین سیاست‌ها

۸. آزمون پیام

۹. استفاده از پیام: نظم و تکرار



تعیین روایت کمپین

قبل از هر اقدامی، اول خودتان باید به این پرسشها جواب دهید:

چرا در انتخابات شرکت کرده‌اید؟

ارزش‌های شما چه هستند و مزیت شما نسبت به رقبا چیست؟



اگر بتوانید به این سوال‌ها جواب دهید:

پایه‌های اصلی روایت کمپین خود را بنا نهاده‌اید.

مرزهای واضحی برای ارتباط‌های خود تعیین کرده‌اید.

روایت کمپین





پیام چیست؟

گزاره‌ای کوتاه و صادقانه است که به رای‌دهندگان می‌گوید:

چرا باید به شما رای بدهند. چه تمایزی میان شما و سایر رقبا وجود دارد.

متاثر از راهبرد و روایت کمپین شما است.

باید این قدرت را داشته باشد تا جهت فکری رای‌دهندگان را به نفع‌تان تغییر دهد.

تلاش‌های شما و کمپین انتخابی‌تان را متمرکز می‌کند.

زمینه‌ساز ارتباط مخاطبان با نامزد انتخاباتی می‌شود.





پیام

پیام باید:

چنان ساده باشد که بتواند بارها و بارها تکرار شود.

برای همه مخاطبان قابل درک باشد.

رای‌دهندگان مردد را قانع کند تا رای خود را به نفع شما در صندوق بیندازند.



تفاوت‌های شعار، پیام، و خط مشی

شعار

بسیار کوتاه

اطلاعات بسیار محدود

طراحی شده تا به خاطر سپرده
شود و تاثیر بیشتری بگذارد.

برای تمام رای‌دهندگان

پیام

کوتاه

اطلاعات کوتاه و خلاصه

پاسخ به این پرسش که چرا
باید به شما رای داده شود؟

برای رای‌دهندگان جامعه هدف

خط مشی

طولانی

جامع و مفصل

بیان سیاست‌هایی که در
صورت پیروزی اتخاذ خواهد
شد.

همه آن را نمی‌خوانند

شناخت مخاطب

شناسایی مشکلات،
دغدغه‌ها و
خواسته‌های جامعه
هدف

خلق تصویری
ذهنی از مخاطبان
بر مبنای گزاره‌های
عینی و واقعی

شناسایی و تعیین
جامعه هدف بر
مبنای تحقیق و
ارتباط با مخاطبان

روی چه گروهی سرمایه‌گذاری کنیم؟

برای پاسخ به این پرسش، نیاز
به شناسایی مخاطبان است.

باید جامعه هدف مشخص شود

نیاز به تحقیق و
پژوهش و ارتباط با
طیف‌های مختلف
مردم دارد.

خود را جای آنان
بگذارید و شخصیتی
فرضی از آنها خلق
کنید.

بر اساس پرسش‌های
زیر می‌توان
شخصیت‌های گوناگونی
را ترسیم کرد.

چند ساله هستند؟ زن
هستند یا مرد؟ چه شغلی
دارند؟ میزان تحصیلات
آنان چقدر است؟ در چه
طبقه اجتماعی قرار
دارند؟ مذهبی و سنتی
هستند یا لائیک؟

بعد از این ترسیم
ذهنی، می‌توان مسائل
مهم، دغدغه‌ها و
خواسته‌های آنان را
شناسایی کرد و برای
آنها سیاست‌گذاری
نمود.

اگر به این شناخت
برسید، آنگاه می‌توانید
داستانتان را روایت
کنید و پیام انتخاباتی
خود را منتقل نمایید.

چالش شنیده شدن

یک کاندیدای
انتخابات تنها با
رقبای سیاسی خود
مواجه نیست.

مخاطبان مشتاق امور سیاسی

کسانی که از انتخابات نفع غیر مستقیم می‌برند

شهروندان آگاه

شهروندان عادی

این سه گروه

از قبل می‌دانند به چه کسی رأی دهند.

تکلیفشان روشن است.

محیط را می‌شناسند، سیاست را دنبال می‌کنند و دقیقاً می‌دانند به دنبال چه چیزهایی هستند.

تعداد جمعیت آنان چندان قابل توجه نیست.

مشتاقان امور سیاسی

- که نفع مستقیمی در نتایج انتخابات دارند، مانند سیاست‌ورزان، حکومت‌مداران، تحلیل‌گران سیاسی

افرادی که نفع غیرمستقیم دارند

- مانند اعضای احزاب سیاسی، سازمان‌های جامعه مدنی، اتحادیه‌های تجاری، برخی کارکنان شرکتهای دولتی

شهروندان آگاه

- مانند وکلا، روزنامه‌نگاران، و اساتید دانشگاه. اما این دسته به همین افراد محدود نمی‌شود، چون شهروندان آگاه تقریباً در هر گروه اجتماعی وجود دارند.

سه گروهی که
سرنوشت‌ساز
نیستند:



شهروندان عادی، سرنوشت‌سازان انتخاباتی

گروه بزرگ و بسیار تاثیرگذار بر نتایج انتخابات

بخش بزرگی از این افراد اصولاً به دنبال شرکت در انتخابات نیستند.

مشغولیت‌های خودشان را دارند.

اطلاعات کافی ندارند.

جلب نظر این افراد که به «آرای خاکستری» معروف هستند، می‌تواند برای کاندیدا سرنوشت‌ساز باشد.



آرای خاکستری

به حرفهای شما
گوش نمی‌دهند مگر
این‌که درباره
موضوعاتی که
برایشان مهم است
حرف بزنید.

این گروه از
رای‌دهندگان:

باید شما را جزئی
از خود بدانند که با
آنان وجه اشتراک
دارید و از زبانشان
سخن می‌گویید.

شناسایی دغدغه‌ها،
خواسته‌ها و
امیدهایشان نیاز به
تحقیق و پژوهش
دارد.



چالش شنیده شدن





پیام‌سازی

پاسخ به پرسش‌های اصلی

انتخاب کلمه‌های درست

یافتن سبک

بررسی تمایزها



پرسش‌های اصلی برای پیام‌سازی

چرا در انتخابات
کاندیدا شده‌ام؟

قصد دارم چه
مشکلی را حل یا
شرایطی را تغییر
دهم یا برعکس
تثبیت کنم؟

طرح و برنامه‌ام
برای رفع مشکل‌ها،
تغییر شرایط و یا
تثبیت یک موقعیت
چیست؟

چه ویژگی باعث
می‌شود من در
مقایسه با سایر رقبا،
جناح مقابل و
مخالفانم گزینه
بهتری باشم؟



پاسخ به پرسش‌های اصلی

نیازمند پاسخ کوتاه،
صریح و صادقانه
است

پاسخ به آن، نقشه
راه و هدف نامزد
انتخابات را
مشخص می‌کند.

اول خود را قانع
کنید تا بتوانید
رای‌دهندگان را
راضی کنید.

بدون پاسخگویی به
پرسش‌های اصلی،
سراغ مراحل بعدی
نروید.



نمونه‌هایی از کلمه‌های کلیدی

مؤثر	شفاف	حقوق	جوان‌گرایی
همراه	جدید	رفاه	تجربه‌گرایی
همدل	تغییر	شغل	رهبر
اعتدال‌گرا	احترام	صادق	نماینده
اصلاح‌طلب	رفع‌تنش	آبادانی	مردمی
اصولگرا	آزادی	رو به جلو	رفاه
مستقل	امنیت	پیشرو	نترس
برابری	عدالت	گفت و گو	مشارکت

این کلمه‌ها می‌توانند نمونه‌هایی از لغت‌های کلیدی باشند و بسته به اولویت‌های پیام انتخاباتی کاندیدا تنظیم شود.

یافتن سبک

خلاق و متمایز و در عین حال اصیل و واقعی باشد.

بر «متفاوت» بودن تکیه کند.

لحنی شبیه به سایر رقبا و سیاسیون نداشته باشد.

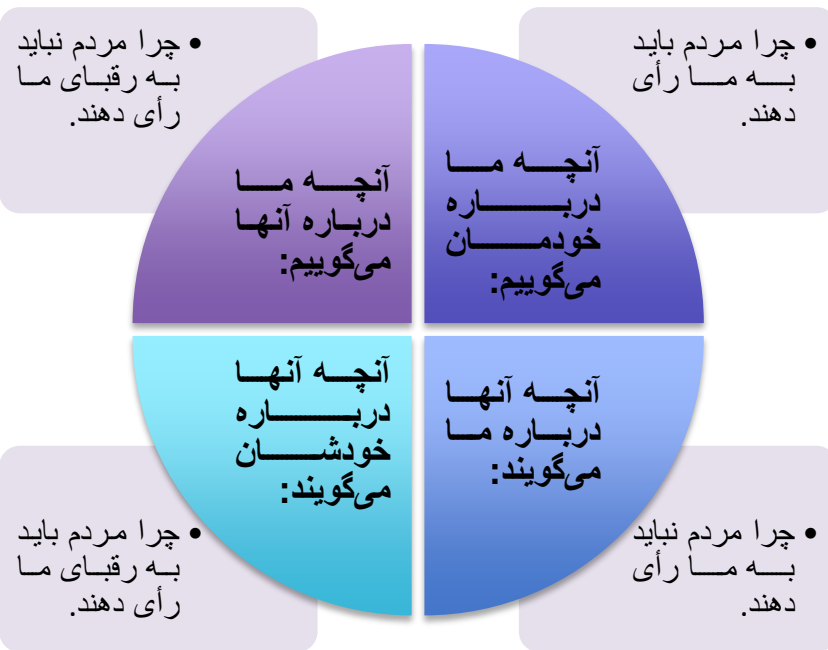
حرف تازه و سبک متفاوت، نظر مخاطبان را جلب می‌کند و بر روی آنها تاثیر می‌گذارد.

از کلمات ساده و قابل فهم استفاده شود.



بررسی تمایزها

یکی از راه‌ها برای آنکه مطمئن شوید مسائل مهم و کلیدی را در پیام خود گنجانده اید، تدوین «چارچوب پیام» بر اساس یک جدول ساده است:



تعیین سیاست‌ها

به تعیین سیاست‌ها، معمولاً «چارچوب گذاری» گفته می‌شود. بهترین رویکرد این است که:

مشکل را تشریح کنید.

راه حل‌هایی را پیشنهاد کنید

توضیح دهید که چگونه می‌خواهید راه حل را عملی کنید.

نقش رأی‌دهندگان در حصول نتیجه و ضرورت این امر را شرح دهید.

آزمون پیام

گروه کانونی

چه چیزی را
دوست دارند تغییر
دهید.

بپرسید که چه
بخش‌هایی از پیام
را دوست
نداشته‌اند و چرا؟

بررسی کنید آیا
پیام را دوست
دارند و آن را
متقاعدکننده
یافته‌اند یا خیر.

بازخورد پیام خود
در این افراد را
دریافت کنید.

کارشناسانی را از
بین آشنایان خود و
رأی‌دهندگان هدف
انتخاب کنید.



استفاده از پیام:
نظم و تکرار

نظم پیام

به پیام انتخاباتی پایبند بمانید.

پیام باید در همه موقعیت‌های ارتباطی نامزد انتخابات تکرار شود.

پیام باید مبنای تمام ارتباطات باشد.

پایبند ماندن به پیام سبب شاخص و برجسته بودن در مناظره‌های انتخاباتی می‌شود.





www.yaldanetwork.com

www.facebook.com/yaldanetwork

www.aparat.com/yaldanetwork

telegram.me/yaldanetwork

© 2016 Yalda Network

تمامی حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به شبکه یلدا است.