

# بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

---

روش های اقناع و متقاعد سازی  
در  
کنشگری جمعیت

موسسه آموزشی پژوهشی

اسرار بیان





لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ ﴿٤﴾

ثُمَّ رَدَدْنَاهُ أَسْفَلَ سَافِلِينَ ﴿٥﴾

إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ فَلَهُمْ أَجْرٌ غَيْرُ مَمْنُونٍ ﴿٦﴾

فَمَا يُكَذِّبُكَ بَعْدُ بِالذِّينِ ﴿٧﴾ أَلَيْسَ اللَّهُ بِأَعْلَمَ بِمَا تُكْرَهُ



” لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ. “  
(القرآن ٩٥: ٤)



v.OuranicPath.com/misconceptions/khitan.f

بدن انسان  
قانونمند  
خلق شده است  
آیا  
روان انسان  
هم  
قانونمند است



لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ

*We have certainly created man in the best of stature*

Surah 96:4

[www.fb.com/ilyahGroup](http://www.fb.com/ilyahGroup)

کشف قوانین بدن انسان

علم پزشکی

را بوجود آورد و بررسی  
قوانین حاکم بر روان انسان  
توسط علم

روان شناسی و انسان شناسی  
مورد پژوهش قرار گرفت

وخلقنا الإنسان

في أحسن تقويم

فلم - مها فطيمات - جليل



## قانونمندی ساختار وجود انسان

روان انسان

بدن انسان

روان شناسی

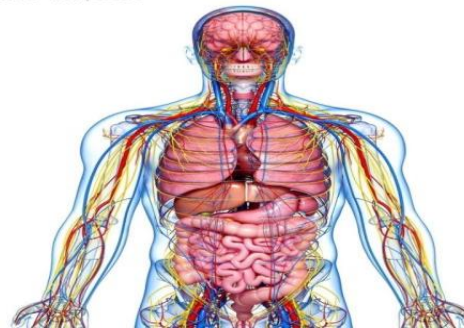
علم پزشکی

اندیشه و احساس

فشار و قند  
خون

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ  
“Indeed, We created humans  
in the best form.”

Surah At-Tin | 95:4





ادعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ  
بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ

احساس

اندیشه

تغییر رفتارهای انسان

نگرش انسان

انگیزش انسان

اندیشه انسان

احساس انسان

رفتار انسان

فرآیند  
تأثیر گذاری  
بر رفتارهای  
انسان

# قوانین حاکم بر ذهن انسان

نتیجه گیری شباهتها  
و تفاوت‌های  
موضوعات

بررسی اطلاعات جدید  
با  
اطلاعات قبلی

اعتماد به تجربیات  
پر تکرار دیگران

پذیرش در برابر  
دلایل متعدد و  
مستندات متقن





# آنچه برای اقناع مخاطب در هر موضوعی احتیاج داریم



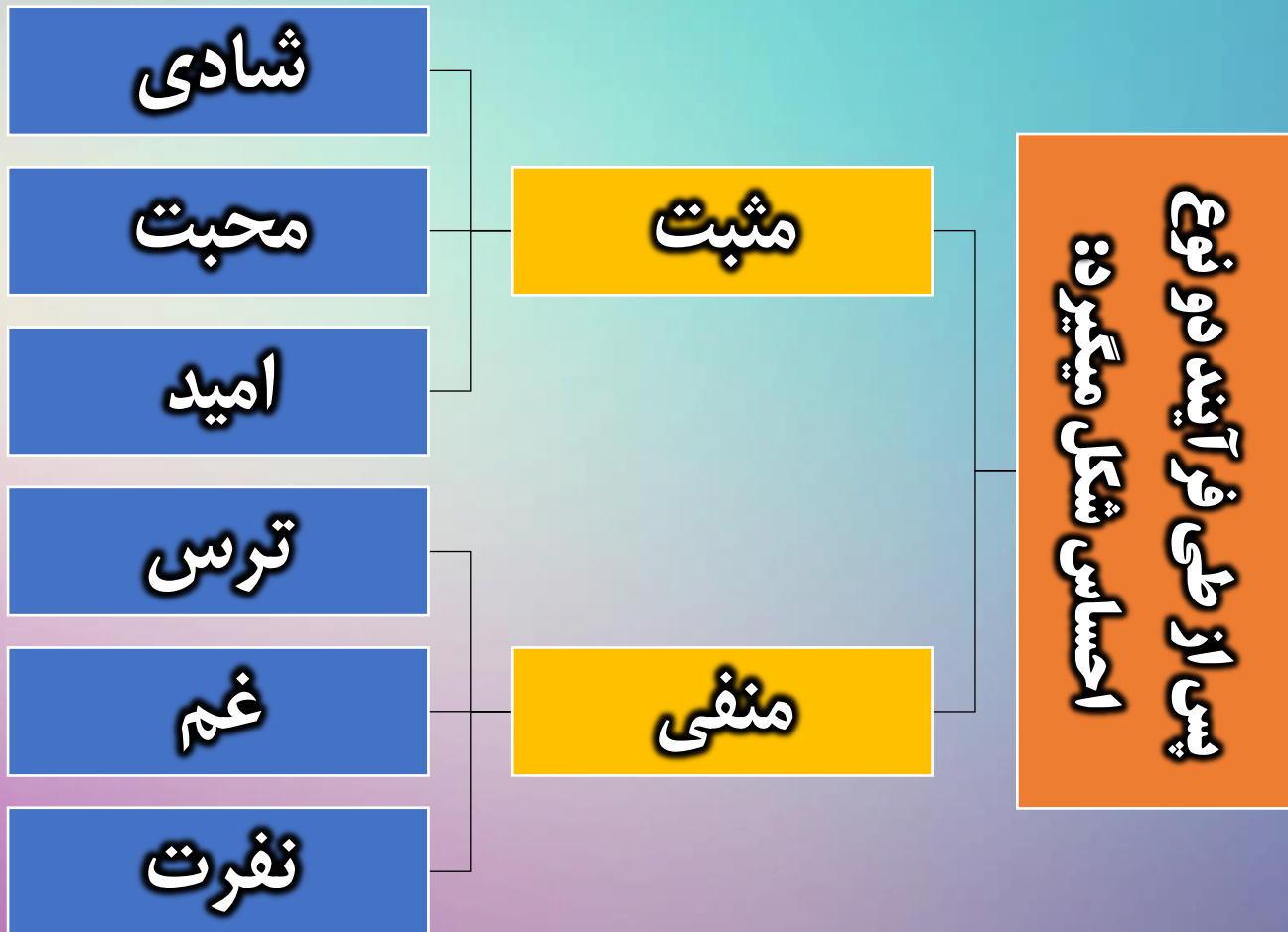
چگونه بگویم؟  
مقبولات و  
اعتقادات او  
چیست؟



چه بگویم؟  
چه چیز را  
نمی داند؟



# فرآیند تأثیر احساسی



# تجزیه احساسهای اصلی

احساسات منفی

نفرت

غم

ترس

احساسات مثبت

امید

محبت

شادی

نقص  
گریزی

ضرر  
گریزی

درد  
گریزی

جمع  
گرایبی

منفعت  
طلبی

زیبائی  
گرایبی

گرایشهای سلبی

گرایشهای ایجابی

# کاربردهای روش های اقناع اندیشه و پرورش احساس



در روابط شغلی با همکاران



در روابط همسران



در روابط والدین با فرزندان



موضوع جلسه امروز :  
کاربرد روشهای اقناع اندیشه  
در جهت متقاعد سازی مخاطبان موضوعات جمعیتی

# موضوعات و پرونده های مهم جمعیتی

۳

فشارهای اجتماعی

۲

دغدغه های تربیتی

۱

مشکلات اقتصادی

۶

راحت طلبی

۵

انتقادات و توقعات

۴

عدم آمادگی خانواده

# موضوعات و پرونده های مهم جمعیتی

۹

کنشگری  
مثبت و منفی

۷

عدم  
علم و اطلاعات

۸

عدم  
انگیزه و اشتیاق

۱۰

ازدواج  
و  
دیر فرزند آوری

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
مَسْأَلَةُ الْعِلْمِ







# روشهای اقناع اندیشه

# روش های اقناع اندیشه

روش تعلیل

روش سوم

تعلیل و توجیه

تعلیل و تبیین

روش مقایسه

روش اول

مقایسه و ترجیح

مقایسه و تشبیه

روش استقراء

روش دوم

استقراء میدانی

استقراء آزمایشی

## روش مقایسه و ترجیح

**اقناع مخاطب از طریق مقایسه دو موضوع و اثبات ترجیح یکی بر دیگری از طریق بیان تفاوت ها**  
➤ مثال ها:

- مقایسه آثار تک فرزندی و چند فرزندی
- مقایسه رزاقیت الهی در دریاها، صحراها، پرندگان با دادن روزی فرزند سوم و یا چهارم
- مقایسه ازدواج به موقع و ازدواج در سنین بالا
- مقایسه پاداش کمک به نجات یک انسان با کمک برای فقرا

# روش مقایسه و تشبیه



اقتناع مخاطب از طریق مقایسه دو موضوع و اثبات این همانی با بیان شباهت ها

• مثال ها :

• بی حوصلگی و دشواری : مقایسه با کنکور و سختی درس خواندن

▪ سقط جنین: مقایسه با کشتن یک کودک توسط صهیونیست ها و

داعش

▪ مشکلات اقتصادی : شیر مادر اثبات رزق اختصاصی ، مقایسه جوانان

مجرد و متاهل

# روش استقراء میدانی



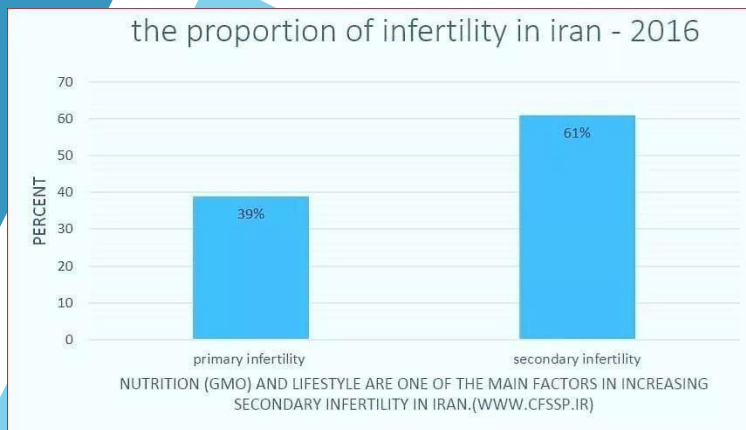
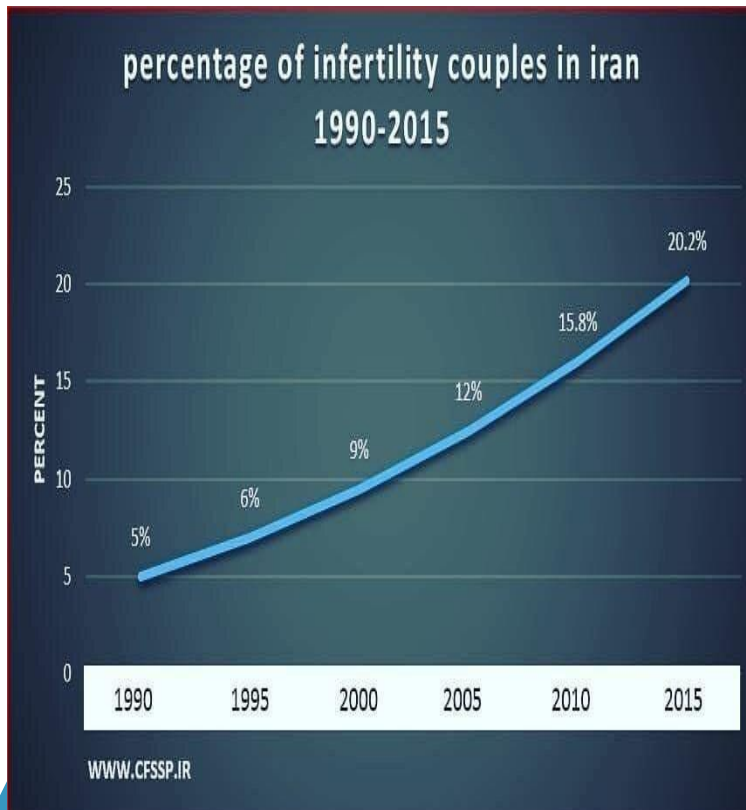
اقناع مخاطب از طریق ارائه آمار و ارقام موارد مرتبط

➤ مثال ها:

• مقایسه آمار تلفات رانندگی ، کرونا ، دفاع مقدس ، طوفان الاقصی و سقط جنین

• آمار پیش بینی سازمان ملل نسبت به کاهش جمعیت و سالمندی کشور در سال ۱۴۸۰

• آمار موارد حمایت های انجام شده توسط قانون جوانی جمعیت



## روش استقرار آزمایشی

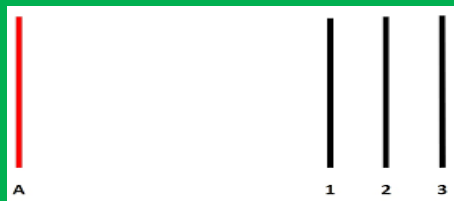
اقناع مخاطب از طریق ارائه آمارهای به دست آمده از نتایج تحقیقات و آزمایش ها

➤ مثال ها :

• نازایی / میزان درمان ناباروری ، ۲۲ در صد ناباروری ، ۶۰ درصد ثانویه

• عوارض دیرفرزند آوری ، ناباروری ثانویه ، فاصله سنی

• مخالفت و طعنه اطرافیان و آزمایش سولومان اش



# روش تعلیل و توجیه



**مثال های بیشتر :**

**کنشگری جمعیت  
واسطه خیرات و  
برکات**

**مشارکت در قتل**

**جایگزینی حیوانات**

**تعریف :**

**اقتناع مخاطب از طریق بیان علل  
مطلوبیت یا وجوه عدم مطلوبیت یکی  
موضوع**

**آیا فرزند کمتر موجب زندگی بهتر می  
شود ؟**

**۱. فرزند کمتر و لزوم گذاشتن وقت و  
انرژی بیشتر**

**۲. فرزند کمتر و تربیت بدتر به جهت  
توجه بیش از حد**

**۳. فرزند کمتر و ناتوانی در نگهداری  
از والدین در سالمندی**

**۴. فرزند کمتر و ریسک بالای از دست  
دادن یا بد شدن فرزند**



# روش تعلیل و تبیین

مثال های بیشتر :

سهولت فرزند بیشتر

ترس از آینده و  
دشواریها

آیا اگر مشکل  
اقتصادی حل شود  
مشکل جمعیت حل  
می شود ؟

تعریف :

اقناع مخاطب از طریق تبیین نمونه ها  
ی اثبات یا نقض ، ویژگی ها ، شواهد و  
قرائن یکی موضوع

نمونه ایجابی : لذت دختر داشتن و

ارزش فرزند سوم

نمونه نقضی : میانگین تعداد فرزند در

بالاشهر و پائین شهر

ویژگی ها : تجربه تلخ خود و دیگران و

تفاوتهای خانواده ها و حتی فرزندان

شواهد و قرائن : ازدواج و ازدیاد رزق

پيامبر خدا صلي الله عليه و آله  
هر که دختر داشته باشد، خداوند در پی  
یاری و کمک، برکت و امرزش اوست



پیامبر اکرم (ص) فرمودند :

هر خانه ای که در آن دختر باشد، هر روز دوازده برکت و رحمت از  
آسمان ارزانی اش میشود و زیارت فرشتگان از آن خانه قطع نمیکردد .



# نکاتی پیرامون استفاده از روش های اقناع اندیشه



- استفاده پیشینی و پسینی از روشهای اقناع اندیشه
- اقناع چند مرحله ای و استفاده ترکیبی از روشها
- انگیزش قبل از اقناع و تحریک احساسات بعد از اقناع را جدی بگیرید
- گاهی اوقات فرد حرف شما را آن لحظه به جهت غرورش نمی پذیرد اما در ناخودآگاهش اقناع شما اثرش را می گذارد
- برای خدا و خالصانه حرف بزنیم خدا به کلام ما اثر می دهد « من کان لله کان الله له »
- توسل به حضرت زهرا سلام الله علیها و فرزند شهیدشون حضرت محسن رو فراموش نکنید به شدت موثر خواهد بود
- همه تلاش هامون رو به نیت زمینه سازی ظهور و افزایش یاران امام زمان عج انجام بدیم





# ترس از فقر نه خود فقیر

وَلَا تَقْتُلُوا أَوْلَادَكُمْ حَسْبِيَ إِمْلَاقٌ  
نَحْنُ نَرْزُقُهُمْ وَإِيَّاكُمْ إِنْ قُتِلْتُمْ كَانَ خَطْبًا كَبِيرًا  
[الإسراء : 31]

فَلْ لَوْ أَنَّهُمْ تَمْلِكُونَ خَزَائِنَ رَحْمَةِ رَبِّي  
إِذَا لَأَمْسَكْتُمْ حَسْبِيَ الْإِنْفَاقُ وَكَانَ الْإِنْسَانُ قَتُورًا  
[الإسراء : 100]

تاک

هزار منبرای

گریه مجری معروف

تاک



# با سپاس از حسن توجه شما

# روش تعلیل و توضیح

اقناع مخاطب از طریق کنار هم گذاشتن دلایل متعدد از ابعاد مختلف

• توضیح آیه (( ما من و ایه الا علی الله رزقها...))

درآمد کم ← هر فرزند یک پرونده رزق  
مشکل مسکن ← روزی فرزند سوم

توضیح آیه...)

• به شواهد و قرائن: ترس از دشواریهای آینده

• نمونه ها: مخالف یکی از زوجین / سهولت فرزند بیشتر

# انواع مخاطب از نظر عواطف

و

## حالات آنان از نظر فرآیند تاثیر گذاری در موضوع جمعیت

### منفی

سوال از نظرات  
مقاومت در پذیرش  
احساس نفرت  
مخالف اقدام  
منتقد در کنشگری

### خنثی

سوال از تجربیات  
تعارض با تجربیات  
احساس ترس  
مردد در اقدام  
منفعل در کنشگری

### مثبت

تخلیه اطلاعات  
تطبيق با اطلاعات  
احساس محبت  
مصمم در اقدام  
فعال در کنشگری

انواع مخاطبین موضوع جمعیت  
و  
فرآیند تاثیرگذاری بر آنها

موضوعات  
جمعیتی

انواع  
مخاطبین  
جمعیت





# مخاطبین از نظر عواطف مثبت

## ارتباط گیری اولیه

تعریف از مخاطب

مستقیم گوئی

## تخلیه اطلاعات

سوال از دلایل موافقت یا مخالفت

سوال از وضعیت تاهل و فرزندان

## اقناع اندیشه

توضیح و تبیین

تجزیه و تحلیل اطلاعات

## تحریک احساس

توصیف لذت

بیان ثمرات

## رفتار سازی

برنامه دهی

الگو دهی

## کنشگری

جهاد و شهادت

ولایتمداری

# مخاطبین از نظر عواطف خنثی

## ارتباط گیری اولیه

اظهار درک مخاطب

غیر مستقیم گوئی

## تخلیه تجربیات

سوال از تجربیات ناموفق

سوال از شرایط

## اقناع اندیشه

تعلیل و مقایسه

ناهماهنگی شناختی

## تحریک احساس

ایمنی بخشی و امید آفرینی

خنثی سازی و جایگزینی

## رفتار سازی

تلقین

تشویق

## کنشگری

جلوگیری از گناه

شریک در خیرات

# مخاطبین از نظر عواطف منفی

## ارتباط گیری اولیه

نقاط مشترک

آشنایی دادن

## تخلیه اطلاعات

بررسی میزان مخالفت

سوال از نظرات

## اقتناع اندیشه

تعامل مصنوعی

نقد و بررسی

## تحریک احساس

تنهایی گریزی و نقص گریزی

ایجاد ترس و غم

## رفتار سازی

برانگیختن تامل و تفکر

ایجاد تردید

## کنشگری

علاقه به آینده ایران

عدم شراکت در قتل

قرآنی

روایی

تاریخی

کتابی

آزمایشی

میدانی

انواع استقراء



۲۰,۰۰۰

۱۵,۰۰۰

۱۰,۰۰۰

۵,۰۰۰

۰

d-mag.ir

۱۶,۵۱۴

۱۵,۹۳۲

۱۶,۲۰۱

۱۷,۱۸۳

۱۶,۹۴۶

۱۵,۳۹۶

۱۶,۷۷۸

۱۹,۴۹۰

۱۳۹۶

۱۳۹۷

۱۳۹۸

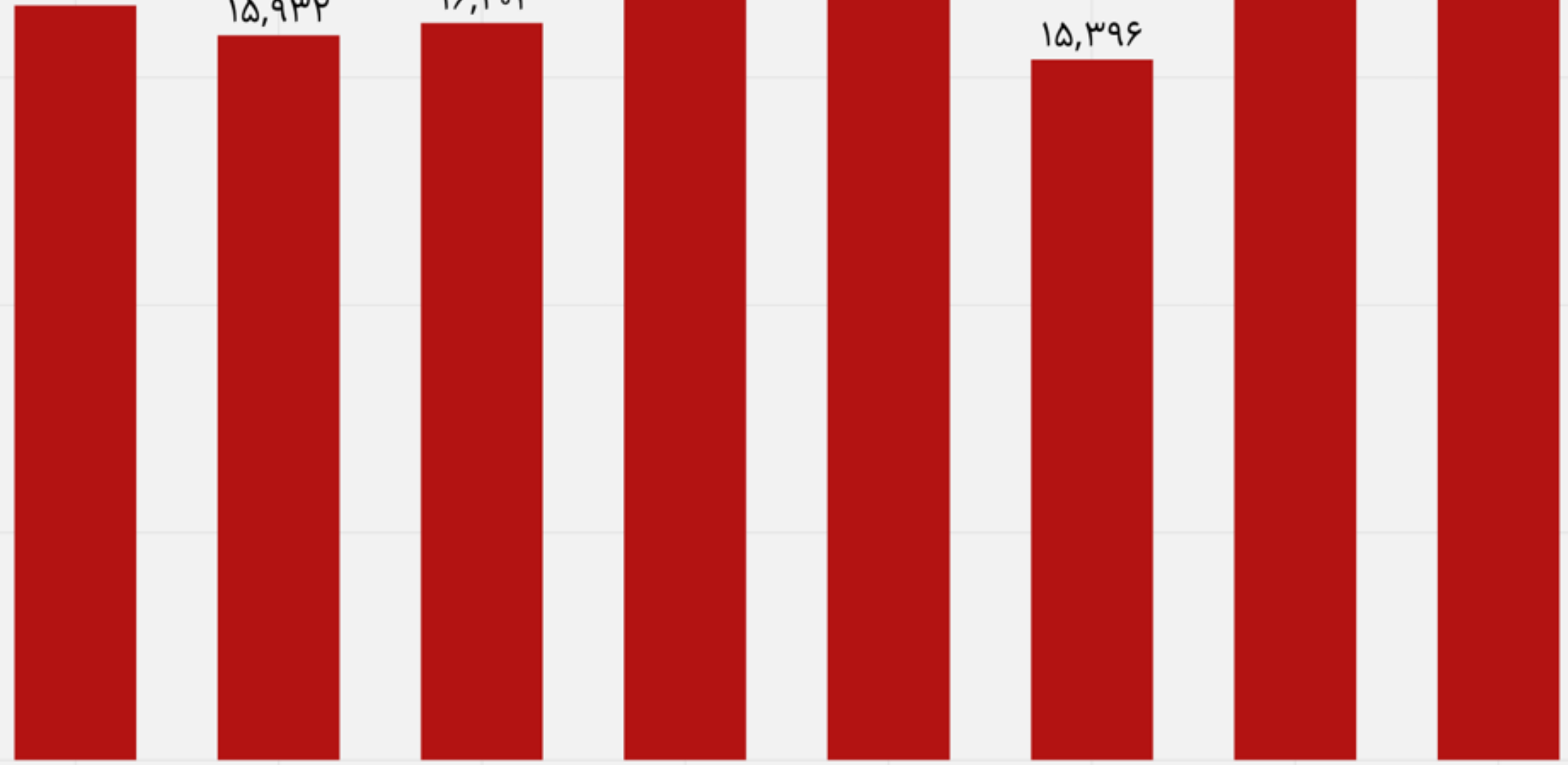
۱۳۹۹

۱۴۰۰

۱۴۰۱

۱۶

۱۶





يارب العالمين

1200  
0m / 0  
03 / 00  
FPS / 25  
1000.4 / CR 2

[aparat.com/Apratgram](http://aparat.com/Apratgram)

# شرایط استقراء

۱. گستره استقراء قابل اعتناء باشد.

۲. در بیان استقراء، دقت و نسبت رعایت شود.

۳. در استقراء میدانی سوآلها و شرایط مصاحبه مهم است.

۴. در استقراء آزمایشی شرایط و سال آزمایش، شخص آزمایش‌گر کشور آزمایش‌کننده و تعداد افراد آزمایش‌شده مهم است.

۵. نتیجه استقراء مورد تحلیل مناسب و خوب قرار گیرد گاهی تحلیل غلط باعث می‌شود مخاطب اصلاً قانع نشود.

۶. استقراءهای بومی و بلاواسطه و دارای تحلیل قرآنی و روایی از اهمیت بیشتر و اولویت بیشتری برخوردار است.



# نحوه تحلیل آمار

۱. توجه به جامعه آماری

۲. توجه به شرایط جمعیت آماری

۳. توجه به علت عملکردهای جمعیت آماری

۴. توجه به فضای حاکم بر جامعه آماری

۵. توجه به مرکز نشر آمار

۶. استفاده از مستندات آیات و روایات در تحلیل

۷. آمار مستند باشد و ذکر عدد دقیق آمار دارای اهمیت است.

۸. حتی الامکان قبل از بیان آمار تمرکز ذهنی در ذهن مخاطب ایجاد شود.

۹. به باورپذیری آمار و نتایج غیر مستقیم آن و تحلیل‌های دیگر از علت عملکرد جامعه آماری هم توجه شود.



---

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است، چاپگرها و متون بلکه روزنامه و مجله در ستون و سطرآنچنان که لازم است، و برای شرایط فعلی تکنولوژی مورد نیاز، و کاربردهای متنوع با هدف بهبود ابزارهای کاربردی می باشد، کتابهای زیادی در شصت و سه درصد گذشته حال و آینده، شناخت فراوان جامعه و متخصصان را می طلبد، تا با نرم افزارها شناخت بیشتری را برای طراحان رایانه ای علی الخصوص طراحان خلاق، و فرهنگ پیشرو در زبان فارسی ایجاد کرد، در این صورت می توان امید داشت که تمام و دشواری موجود در ارائه راهکارها، و شرایط سخت تایپ به پایان رسد و زمان مورد نیاز شامل حروفچینی دستاوردهای اصلی، و جوابگوی سوالات پیوسته اهل دنیای موجود طراحی اساسا مورد استفاده قرار گیرد.

## روند تغییر کمپانی

### دوره پنجم تغییرات

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است، چاپگرها و متون بلکه روزنامه و مجله در ستون و سطرآنچنان که لازم است.

### دوره هفتم تغییرات

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است، چاپگرها و متون بلکه روزنامه و مجله در ستون و سطرآنچنان که لازم است.

### دوره چهارم تغییرات

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است، چاپگرها و متون بلکه روزنامه و مجله در ستون و سطرآنچنان که لازم است.

### دوره ششم تغییرات

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است، چاپگرها و متون بلکه روزنامه و مجله در ستون و سطرآنچنان که لازم است.

## دوره هشتم تغییرات

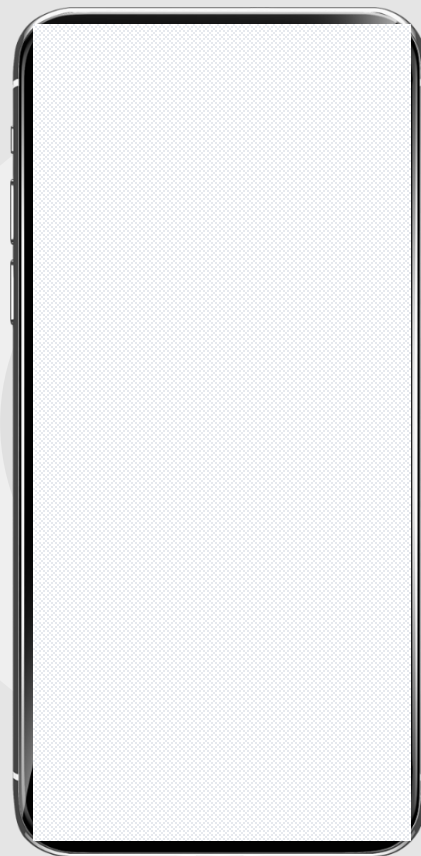
لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است، چاپگرها و متون بلکه روزنامه و مجله در ستون و سطرآنچنان که لازم است.

## روند تغییر کمپانی

## دوره نهم تغییرات

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است، چاپگرها و متون بلکه روزنامه و مجله در ستون و سطرآنچنان که لازم است.

# تیتیر مورد نظر خود را وارد کنید



۰۱

## تیتیر خود را وارد کنید

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید  
سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با  
استفاده از طراحان گرافیک است

۰۲

## تیتیر خود را وارد کنید

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید  
سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با  
استفاده از طراحان گرافیک است



**40%** **تیترا خود را وارد کنید**

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است.

**50%** **تیترا خود را وارد کنید**

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است.

**70%** **تیترا خود را وارد کنید**

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است.

## تیتر خود را وارد کنید

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است.

## تیتر خود را وارد کنید

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است.



## تیتر خود را وارد کنید

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است.

## تیتر خود را وارد کنید

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است.

# پیشرفت طی زمان

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید  
سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با  
استفاده از طراحان گرافیک است،  
چاپگرها و متون بلکه روزنامه و مجله در  
ستون و سطرآنچنان که لازم است.



لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی  
نامفهوم از صنعت چاپ است.

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی  
نامفهوم از صنعت چاپ است.

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی  
نامفهوم از صنعت چاپ است.

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی  
نامفهوم از صنعت چاپ است.

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی  
نامفهوم از صنعت چاپ است.



## راهکارهای تبلیغاتی کمپانی

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است.

### کمپین مورد نظر را وارد کنید

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است.

پرداخت به ازای هر کلیک

**CPC**



پرداخت به تعداد دفعات نمایش

**CPM**



پرداخت به ازای سشن

**CPS**



### کمپین مورد نظر را وارد کنید

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است.

پرداخت به ازای نصب

**CPI**



پرداخت به ازای هر لید

**CPL**



پرداخت به ازای یک اقدام خاص

**CPA**





## نام و نام خانوادگی

سمت شغلی

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است، چاپگرها و متون بلکه روزنامه و مجله در ستون و سطرآنچنان که لازم است.

JEEBSTORE

Wordpress

60%

HTML

90%

CSS

70%

Javascript

50%

PHP

65%

JQuery

40%

## نام و نام خانوادگی

سمت شغلی

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است، چاپگرها و متون بلکه روزنامه و مجله در ستون و سطرآنچنان که لازم است.

JEEBSTORE

Wordpress

60%

HTML

50%

CSS

35%

Javascript

70%

PHP

80%

JQuery

40%

## نام و نام خانوادگی

سمت شغلی

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است، چاپگرها و متون بلکه روزنامه و مجله در ستون و سطرآنچنان که لازم است.

JEEBSTORE

Wordpress

80%

HTML

90%

CSS

70%

Javascript

70%

PHP

90%

JQuery

35%

## نام و نام خانوادگی

سمت شغلی

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است، چاپگرها و متون بلکه روزنامه و مجله در ستون و سطرآنچنان که لازم است.

JEEBSTORE

Wordpress

65%

HTML

60%

CSS

30%

Javascript

50%

PHP

70%

JQuery

100%

# نام و نام خانوادگی

سمت شغلی

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است، چاپگرها و متون بلکه روزنامه و مجله در ستون و سطرآنچنان که لازم است.

JEEBSTORE

Wordpress

35%

HTML

90%

CSS

70%

Javascript

15%

PHP

25%

JQuery

30%

# تیم پشتیبانی



سمت و مقام

نام و نام خانوادگی



سمت و مقام

نام و نام خانوادگی



سمت و مقام

نام و نام خانوادگی



**تیترا خود را وارد کنید**



# الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا

## اکثر عملا

اگر اکثر می فرمود دلالت بر کمیت می کرد

## حسن عملا

اگر حسن می فرمود صرف کار خوب مهم بود نه بهترین کیفیت

## اخلص عملا

فقط حسن فعلی مهم نیست حسن فاعلی هم مهم است



**با تشکر از همراهی شما**

[www.jeebstore.com](http://www.jeebstore.com)