







کتاب کار

نشر خوبی‌ها

مجموعه اقدامات عملیاتی
ویژه مبلغین جریان ساز
محرم ۱۴۰۲

اداره کل امور مبلغین
سازمان تبلیغات اسلامی
بهار ۱۴۰۲



نشر خوبی‌ها

مجموعه اقدامات عملیاتی ویژه مبلغین جریان ساز محرم ۱۴۰۲

به سفارش: اداره کل امور مبلغین سازمان تبلیغات اسلامی



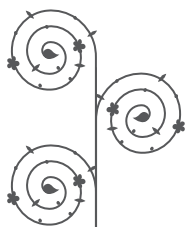
سازمان تبلیغات اسلامی

سامانه شمع

shabaketaabligh.ir

۰۲۵-۳۲۹۰۹۵۵۰

مرکز پخش کتب اداره راهبری محتوای تبلیغی
آدرس: قم، بلوار امین، کوچه ۸، فرعی سوم، پلاک ۲
ایتای اداره راهبری عملیات: <https://b2n.ir/nashrehkhuobiha>
شماره تماس: ۰۳۲۲-۲۱۹۱۳۰ داخلی ۴
شماره همراه: ۰۹۳۰۷۸۱۳۰۵۷



فهرست

- ۷ مقدمه
- مجموعه اقدامات عمومی**
- ۱۱ طرح اول:
- ۱۱ خطابه‌های حسینی
- ۱۵ طرح دوم:
- ۱۵ عاشورای چشم‌ها (نمایشگاه)
- ۲۱ طرح سوم:
- ۲۱ سر سفره شهدا
- ۲۹ طرح چهارم:
- ۲۹ تحت قبه حسین علیه السلام
- ۳۳ طرح پنجم:
- ۳۳ به عشق حسین علیه السلام
- ۳۷ طرح ششم:
- ۳۷ فضای حسینی علیه السلام
- ۴۳ طرح هفتم:
- ۴۳ فاستبقوا الخیرات
- مجموعه اقدامات تخصصی**
- ۴۷ ضرورت کار جمعی و تشکیلاتی
- ۵۲ دسته‌بندی تخصص‌های لازم
- قالب اول: چهره‌به‌چهره**
- ۵۹ آموزش مراحل تبلیغ چهره به چهره
- ۵۹ امتیازات تبلیغ چهره‌به‌چهره
- ۶۰ گام اول: جذب
- ۶۱ گام دوم: ارتباط‌گیری
- ۶۲ گام سوم: هدایت‌گری
- ۶۳ اقدامات متناسب با تبلیغ چهره به چهره



- ۶۳ ۱. روایت محله
۶۶ ۲. تاریخ شفاهی
۶۷ محل و بسترهای اجرا
۶۹ ۳. شمعی در بازار
۷۳ ۴. سخنرانی آسانسوری
۷۵ ۵. کافه گفت‌وگو
۷۹ ۶. کتاب بحث

قالب دوم: رسانه‌ای

- ۸۷ اقدامات متناسب با فعالیت رسانه‌ای
۸۷ ۱. هشتگ منبر
۹۰ ۲. پاتک در رسانه

قالب سوم: فعالیت گروهی

- ۹۹ مهارت‌های لازم برای برگزاری و مدیریت جلسات گروهی
۱۰۳ اقدامات متناسب با فعالیت گروهی
۱۰۳ ۱. سینما تفکر
۱۰۶ ۲. جهاد با طعم مستند
۱۰۸ ۳. هیس طوری
۱۱۴ ۴. سخنرانی تعاملی
۱۱۷ ۵. تلاش کن





مقدمه

با نزدیک شدن به فرصت تبلیغی ماه محرم، اداره کل امور مبلغین تصمیم دارد با توجه به منویات مقام معظم رهبری مبنی بر مردمی سازی و جریان سازی تبلیغ، به همراه شبکه مبلغان خود این کاروان الهی را همراهی کند و برای بار دیگر بتواند در این جبهه مقدس نقش آفرینی کند. رهبر معظم انقلاب در بیانی ارزشمند می فرماید:

تبلیغ باید جریان ساز باشد، تبلیغ باید گفتمان ساز باشد، تبلیغ باید فضا ایجاد کند؛ گفتمان ایجاد کند. گفتمان یعنی یک مفهوم و یک معرفت همه گیر بشود در برهه ای از زمان در یک جامعه. آن وقت، این می شود گفتمان جامعه. این، با کارهای جدا جدا برنامه ریزی نشده، حاصل نخواهد شد؛ این کار احتیاج دارد به برنامه ریزی و کار فعال و مثل دمیدن پیوسته در وسیله فشاری است که می تواند آب یا مایه حیات یا هوارا به نقاط مختلفی که مورد نظر است، برساند. باید دائم با این دم دمید، تا این اشتعال همیشه باقی بماند. این کار هیچ نباید متوقف بشود و به برنامه ریزی احتیاج دارد.^۱

طبق فرمایش صریح ایشان، اداره کل امور مبلغین بنا دارد علاوه بر اقدامات عمومی برای مبلغین سراسر کشور، اقدامات ویژه ای نیز برای

مبلغین تخصصی طراحی نموده‌ایم که همچون ماه مبارک رمضان، مبلغین و مبلغات که در منطقه تبلیغی خود حضور مستمر دارند و دارای شبکه مردمی هستند این فرمایش نایب‌المهدی عَلَيْهِ السَّلَام را در میدان تبلیغی محلات در سراسر کشور اجرا نماید.

آنچه مهم است اجرای برنامه‌هایی هماهنگ توسط مبلغین گرمی در راستای ایجاد گفت‌وگو و اتحاد است؛ لذا از تمامی دوستان تقاضا می‌کنیم که کتاب کار پیش‌رو را با دقت مطالعه فرموده و نسبت به اجرای آن اهتمام لازم را بورزند. این کتاب کار در بردارنده مجموعه اقدامات عمومی و اقدامات تخصصی است اقدامات عمومی در بردارنده ۷ طرح عملیاتی شامل موارد متعددی است تا بتواند با توجه به تنوع آنها انواع مخاطب را درگیر کند.

این اقدامات پیشنهادی برای تمام مبلغین کشور اعم از اعزامی از سازمان تبلیغات، دفتر تبلیغات، عقیدتی سیاسی، اوقاف، آزاد و... است تا با این برنامه‌های عملیاتی در کل کشور و در بین تمام مردم و دوستان سیدالشهدا عَلَيْهِ السَّلَام مشغول به تبلیغ شوند و بتوانند گفت‌وگو و اتحادی را در کشور اجرا نمایند.

اقدامات تخصصی شامل ۱۳ اقدام عملیاتی است که در سه حوزه اصلی **چهره‌به‌چهره، فعالیت رسانه‌ای، فعالیت گروهی** طراحی شده است و تمامی مبلغین می‌توانند آن را در بسترها مختلف اجرا نمایند

لازم به ذکر است که در اقدامات تخصصی علاوه بر اجرای برنامه‌ها توسط مبلغین، باید گروه‌کنشگر مردمی شما عزیزان نیز این فعالیت‌ها را اجرا و نتایج آن را برای شما ارسال نمایند

مبلغین عزیز لطفاً یک کانال در پیام‌رسان‌های ایرانی (ترجیحاً ایتا) تشکیل دهید تا فعالیت‌های کنشگران شما در آنجا انتشار پیدا کند و مکانی مناسب برای گرفتن گزارش از گروه مردمی شما باشد
باشد که موجبات لب‌خند رضایت حضرت حجت عَلَيْهِ السَّلَام را فراهم آوریم.

علی اصغر تتار

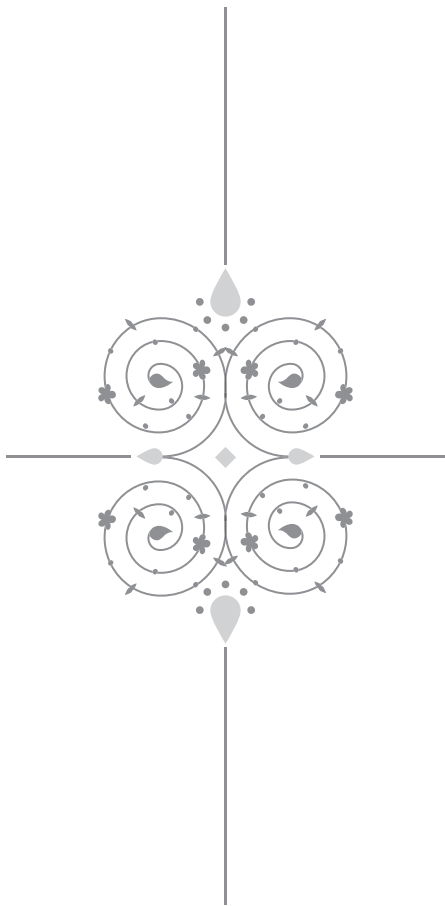
مدیراداره راهبردی عملیات‌های تبلیغی

شمع (شبکه مبلغان و عملیات‌های تبلیغی)





مجموعه اقدامات عمومی



طرح اول:

خطابه‌های حسینی

سازمان تبلیغات وظیفه دارد که نیازهای تبلیغی و فرهنگی جامعه و کف میدان را رصد و بررسی کند و از گنجینه گوهر بار دین مبین اسلام برنامه‌هایی برای حل مشکلات و رفع نیازها تدارک ببیند.

امسال با توجه به صدی که انجام شده، بحث همدلی و تقویت پیوندهای اجتماعی مسئله اصلی جامعه است و خود ما هم در جامعه می‌بینیم که گسل‌های مختلفی وجود دارد که باعث از هم گسیختگی پیوندهای اجتماعی و اختلاف بین مردم می‌شود مثل اختلافات سنی و شیعه، قومی و مذهبی، با حجاب و بی حجاب و... که باعث از بین رفتن اتحاد جامعه و قدرت جامعه اسلامی می‌شود.

برای حل این مسئله باید به تقویت پیوندهای اجتماعی و افزایش مهربانی و مدارا و سلم و مفاهیمی از این جنس پرداخت تا پشتیبان امر به معروف و نهی از منکر باشد. این همان ولاء طرفینی است که در جامعه ایجاد می‌شود.

برای اینکه در کل کشور به صورت گفتمانی این جریان ایجاد بشود ۶



محتوای تبلیغی برای منبر و ۲ محتوا برای کودک و نوجوان تدارک دیده شده است.

محتوای اول: منبر مکتوب «میاندار»

در موضوع میانداران عرصه پیشرفت دین و جامعه با توجه به شاخصه مهم اتحاد و همدلی از طریق استفاده از جایگاه میاندار هیأت که برای مخاطب مسجدی و هیأت بسیار مناسب است.

محتوای دوم: طرح درس دانش‌آموزی «میاندار»

در موضوع میانداران عرصه پیشرفت دین و جامعه با توجه به شاخصه مهم اتحاد و همدلی از طریق استفاده از جایگاه میاندار هیأت که برای مخاطب نوجوان و هیأت نوجوانان بسیار مناسب است.

محتوای سوم: منبر مکتوب «شوق زخم»

توصیه به شناخت نگاه واقع‌بینانه امام حسین علیه‌السلام به زندگی برای الگوگیری مخاطب و ایجاد زمینه برای آرامش همدلی در جامعه.

محتوای چهارم: منبر مکتوب «امام زندگی»

موضوع این کتاب فلسفه زندگی و رابطه آن با ابتلائات و تبیین نقش جهاد برای عبور موفقیت‌آمیز از گردنه‌های زندگی است. یکی از موضوعاتی که موجب همدلی و وحدت در جامعه می‌گردد تبیین مباحث اقتصادی است؛ براین اساس ما در هر جلسه با تبیین یکی از موضوعات اقتصادی سعی در ایجاد وحدت در جامعه داریم.

محتوای پنجم: منبر مکتوب «آبروی دو عالم»

بررسی جایگاه ابی‌عبدالله علیه‌السلام در هویت بخشی ملت امام حسین و تمسک به این هویت مشترک برای ایجاد حس همدلی و یک‌رنگی بر پایه ایجاد اتحاد.

محتوای ششم: منبر مکتوب «ملت مهربان»

این محصول به تبیین نقش مردم در قیام جمعی و همدلانه برای نصرت و یاری امام جامعه می‌پردازد. از این جهت که مخاطب مذهبی (مؤمنین درجات بالاتر) در تعامل با مردم عادی (مؤمنین درجه پایین‌تر) نقش

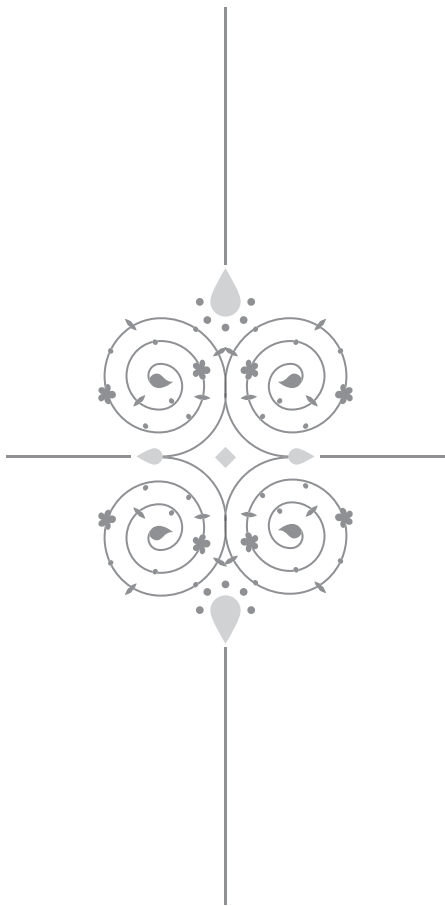


دستگیری را دارد باید در راستای تأمین خواسته امام جامعه با مردم عادی رفیق و سلم داشته باشد و با اتحاد و همدلی و آگاهی از جنگ جدید زمانه به مقابله با دشمن واقعی بپردازد.

محتوای هفتم: منبر مکتوب دانش آموزی «رفیقم حسین»

پنج منبر مکتوب دانش آموزی و پنج پیک کودک متناسب با راهبرد اتحاد و همدلی است. این محتوا برای افزایش روحیه کار جمعی و تشکیلاتی در کودک و نوجوان و با توجه به نظام مسائل حوزه اقتصادی تولید شده است. برای تهیه کتاب الکترونیکی به سامانه شمع به آدرس shabaketabligh.ir و یا کانال شمع (شبکه مبلغان) در ایتا به آدرس [@shabaketabligh1](https://www.instagram.com/shabaketabligh1) مراجعه نمایید.







طرح دوم:

عاشورای چشم‌ها (نمایشگاه)

از مشکلات ما در امر تبلیغ عدم به روز بودن بسترهای تبلیغی است، این مهم باعث شده است که عده‌ای از مخاطبین خودمان را در سال‌های اخیر از دست بدهیم.

از راه‌های اینکه بتوانیم دایره مخاطبین خودمان را به گذشته برگردانیم، این است که به روش‌های جدید تبلیغی رو بیاوریم. از جمله روش‌های جدید، برگزاری نمایشگاه‌های مختلف است که باعث می‌شود به صورت غیرمستقیم مفاهیم خودمان را به مخاطب القا کنیم.

- با توجه به خط محتوایی سازمان تبلیغات که برای محرم در نظر گرفته است باید محتوای نمایشگاه ما پیرامون این موضوع باشد، یعنی اگر می‌خواهیم عکس نوشته‌ای در نمایشگاه کار کنیم باید حول محور **جهاد تبیین و همبستگی اجتماعی و همدلی** باشد برای مثال به چند موضوع جهت برپایی نمایشگاه اشاره می‌کنیم

● نمایشگاه از دستاوردهای انقلاب

در این نمایشگاه می‌توان از دستاوردهای انقلاب که در این ۴۰ سال اتفاق افتاده استفاده کرد و همچنین بانسان دادن نقاط ضعف دشمن و همچنین



تقویت نقاط قوت خودمان، امید را در جامعه و به خصوص جوانان افزایش داد و در مقابل هجمه‌های رسانه‌ای دشمن ایستادگی کرد و ناامید نشد.

● نمایشگاه عکس‌های عاشورایی

این نمایشگاه قابلیت این را دارد که در بسیاری از موضوعات اجرا شود. مبلغ در موضوعاتی که مورد نیاز جامعه تبلیغی خودش است می‌تواند از سیره سیدالشهدا علیه السلام الهام بگیرد و این سیره و گزاره‌های تاریخی را در قالب نمایشگاه در معرض دید مخاطبان قرار دهد

● نمایشگاه منزلگاه‌های امام حسین

یکی دیگر از موضوعات مناسب برای اجرای نمایشگاه، برپایی نمایشگاهی با موضوع منزلگاه‌های امام حسین علیه السلام از مدینه تا مدینه است و در این میان علاوه بر فضا سازی و منقش کردن محیط نمایشگاه به تصاویر مربوط، می‌توان چند نفر را جهت روایتگری در مورد منازل مختلف قرارداد تا مردم بهتر با وقایع اتفاق افتاده برای سیدالشهدا علیه السلام آشنا شوند

● نمایشگاه عکس کودکان محرم

باتوجه به اثرگذاری نسل کودک و نوجوان در ساخت آینده جامعه، مبلغ با برپایی نمایشگاهی از عکس‌ها و نقاشی‌های کودکان در موضوع محرم و سیدالشهدا علیه السلام می‌توان به این عزیزان هویت جدیدی بدهد

- برای اجرای نمایشگاه نیاز به نیروی انسانی وجود دارد؛ لذا مبلغ باید تعدادی از افراد را شناسایی کند تا بتوانند این کار را انجام دهند، با چنین کاری هویت‌های کوچک جمعی ایجاد می‌شود مثلاً می‌توان گفت گروه نمایشگاه و با دادن هویت به این عزیزان در کارهای دیگر از آنها نیز استفاده کرد.
- این نبودن بستر تبلیغی باعث جذابیت بالایی برای مخاطب می‌شود؛ لذا مبلغ تأثیرگذاری بالایی بر روی مخاطب خود می‌توان داشته باشد.
- یکی از مزایای برپایی نمایشگاه قدرت رسانه‌ای بالای آن است؛ لذا مبلغ می‌تواند علاوه بر برپایی نمایشگاه به وسیله رسانه، نمایشگاه خود را هم تبلیغ کند و هم به افرادی که قدرت بازدید ندارند ارائه دهد.



- نمایشگاه‌ها در سطوح مختلفی برگزار می‌شود و همچنین انواع مختلفی دارد، مبلغ به اقتضای نوع و سطح نمایشگاه باید برای برپایی آن اقداماتی را انجام دهد.

- به محض اینکه به طور دقیق هدف خود از برپایی نمایشگاه را تعیین کردید، تمامی ابزارها و نیازهای اولیه تعیین می‌گردد.

شاید با جستجوی پرسش این سؤال‌ها به راحتی ۸۰ درصد از مسیر را طی کنید:

- چه خدماتی ارائه می‌دهید و چگونه می‌توانید به شکلی جذاب آن را توزیع کنید...؟ در قالب چاپی؟ یا استفاده از نمایشگرهای تصویری و دیجیتال ویدئو پروژکتور، نمایشگر شهری، ویدئو وال، تلویزیون ال‌سی‌دی...؟ یا برپایی غرفه‌های متعدد؟ و یا روش‌های دیگری
- آیا تعداد نفرات حاضر در نمایشگاه با توجه به فعالیت شما مناسب است؟

- آیا تقسیم وظایف به نحو صحیحی انجام شده؟

- قصد دارید توسط چه اشخاصی نمایشگاه را برپا کنید؟ توسط اشخاصی از درون محل تبلیغی؟ از طریق افرادی متخصص خارج از محل تبلیغی؟
- آیا در منطقه‌ای هستید که برای ارتباطات نیاز به مترجم دارید؟
- برای تبلیغ فعالیت تصمیم دارید از چه روش‌هایی استفاده کنید؟

- هدایای تبلیغی؟

- قرعه‌کشی؟

- دعوت از افراد مشهور و تأثیرگذار محل تبلیغی؟

- ایجاد دکوری زیبا برای عکاسی از افراد و انتشار در فضاهای مجازی...؟

- و غیره

و در نهایت ... تمامی موارد گفته شده را فراموش کنید و خلاقیت خود را محک بزنید! گاهی برای ایجاد روش‌هایی خلاقانه نیاز است تا گذشته را فراموش کرده و در این صورت احتمالاً با یک برگ برنده جدید و



منحصر به فرد مواجه خواهید شد...

- باتوجه به نوع و سطح نمایشگاه توجه به نکات زیر خالی از لطف نیست
مکان:

✓ باید مکان از نظر وسعت به قدری باشد که تمام اهداف شما را بتواند در خود جای دهد.

✓ باید حضور مردم را در نظر بگیریم نمایشگاه نباید به قدری کوچک باشد که بیننده‌ها به مشکل برخوردند و نه این قدر بزرگ که فاصله بین کاراکترها و غرفه‌ها زیاد و خسته‌کننده باشد.

✓ در نقطه‌ای از شهر باشد که مورد مراجعه عموم مردم باشد
✓ دسترسی به نمایشگاه باید سهل و آسان باشد

✓ داشتن امکانات رفاهی مناسب مثل پارکینگ و سرویس بهداشتی از جمله مواردی است که باید در مورد مکان آنها را در نظر گرفت

✓ نکات ایمنی برای برپایی نمایشگاه را در نظر بگیرید مثل وجود کپسول اطفای حریق، اورژانس و...

✓ کف نمایشگاه باید طوری باشد تا افرادی که مثلاً کالسکه یا ویلچر دارند به راحتی حرکت کنند.

زمان:

✓ باتوجه به بوم منطقه تبلیغی زمان بازدید از نمایشگاه متفاوت است، مثلاً در مناطقی که گرم است بازدید را در شب برگزار کنید.

✓ مراقب سرما و گرما برای انتخاب زمان بازدید باشید.

✓ اگر زمان بازدید شب است باید نور کافی برای نمایشگاه و همچنین امکانات رفاهی مثل سرویس بهداشتی در نظر گرفت شود

✓ اگر زمان بازدید روز است مراقب آفتاب و گرمای هوا باشید

✓ روزهای تعطیل، زمان بازدید نمایشگاه را افزایش دهید

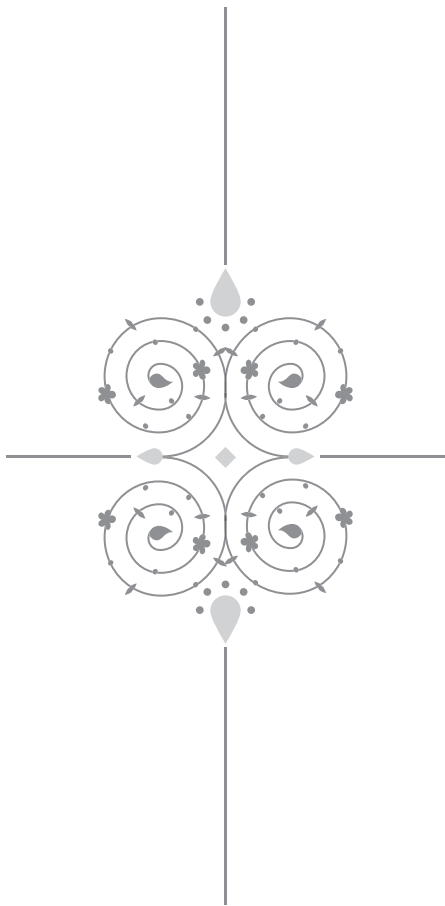
نمایشگاه:

✓ اگر نمایشگاه شما غرفه‌های مختلف دارد باید مسیر رسیدن به هر کدام طراحی شود.



- ✓ غرفه‌های شلوغ را کنار هم نگذارید مثل غرفه کودک و استیج
- ✓ افرادی را برای راهنمایی مسیر نمایشگاه در نظر بگیرید
- ✓ تمام نیروها باید توجیه باشند
- ✓ وجود مکانی برای نگهداری کودکان مثل غرفه کودک یا مهدکودک ضروری است
- ✓ افرادی را برای توضیحات نمایشگاه در مکان مختلف نمایشگاه در نظر بگیرید
- ✓ یک مرتبه خود را جای بازدیدکننده بگذارید و از منظر او نمایشگاه را بررسی کنید و به سؤالات زیر برای خود پاسخ دهید
- ✓ آیا با اولین نگاه، غرض شما از برپایی نمایشگاه برای بازدیدکنندگان قابل شناسایی است؟
- ✓ آیا آثار خود را که در معرض دید قرار داده‌اید به درستی جای گذاری شده‌اند؟
- ✓ آیا اطلاعات چاپی و بروشورها در دسترس بازدیدکنندگان قرار گرفته‌اند؟
- ✓ آیا مسیر دستیابی به غرفه‌ها (از در ورودی نمایشگاه تا محل غرفه‌ها) به درستی اطلاع‌رسانی شده و قابل شناسایی است؟
- ✓ آیا تابلوهای راهنما در هنگام جاگذاری در زاویه دید بازدیدکنندگان قرار دارد تا توجه آنها را در هنگام عبور جلب کند؟
- ✓ آیا فعالیت‌های تبلیغاتی شما در محل غرفه، به وضوح قابل دیدن و شناسایی هستند؟
- ✓ آیا غرفه را به شیوه‌ای جذاب و موردعلاقه بازدیدکنندگان طراحی کرده‌اید؟
- ✓ نظرسنجی از نمایشگاه توسط بازدیدکنندگان فراموش نشود
- ✓ در نظر گرفتن مکانی برای پرسش و پاسخ از ضروریات است
- ✓ از تبلیغ چهره‌به‌چهره در نمایشگاه غافل نشوید





طرح سوم:

سر سفره شهدا

روایتگری

مقام معظم رهبری می‌فرماید: ما اگر بتوانیم ابعاد حادثه (به‌عنوان مثال دفاع مقدس) را با نگاه و زبان هنرمندانه، ببینیم و تبیین کنیم و به تصویر بکشیم، به افزودنی هیچ احتیاج ندارد؛ این افزودنی‌های مضر و رنگ‌آمیزی‌های غیرلازم هیچ لزومی ندارد.

در مورد شهدا هم همین کار را بکنید.

خوشبختانه ما به عهد شهدا نزدیکیم، وصیت‌نامه‌های اینها را داریم، پدر و مادرهای اینها خیلی‌شان هستند و هم‌زمان اینها حضور دارند؛ آدم می‌بیند. کتابی از همین کتاب‌های شهدا را من نگاه می‌کردم که با هم‌رزم‌های او مصاحبه شده بود و جزئیات را ذکر می‌کردند؛ بعضی از آن هم‌رزم‌ها خودشان شهید شده بودند و بعضی‌ها زنده بودند؛ انسان در هنگام خواندن کتاب به گریه می‌افتاد! هیچ لازم نبود که کسی برای انسان نوحه‌سرایی کند. مسئله شهدا این‌جوری است. مسئله شهدا خیلی مسئله بزرگی است، خیلی مسئله داغی است؛ ما کمتر



پرداخته‌ایم، کمتر می‌پردازیم.^۱

شما دارید شهدا را تعظیم می‌کنید و تکریم می‌کنید و نامشان و یادشان را زنده می‌دارید. ما به این احتیاج داریم؛ جمهوری اسلامی به این تعظیم و تکریم شهدا نیازمند است.^۲

پرواضح است که تمام ما مدیون خون شهدا و ایثارگران و خانواده‌های آنها هستیم، و باید این دین خود را به نحوی ادا کنیم. این دین به گردن ما مبلغین از چند جهت است یکی مثل دیگر مردم که حق عمومی شهدا به گردن همه مردم است و دیگری ترغیب کردن مردم به ادای دین نسبت به شهدا، لذا مبلغ علاوه بر حق عمومی که بر عهده همه مردم است وظیفه دیگری نیز دارد و باید برای آن تلاش کند.

این طرح در راستای ادای دین تمام مبلغین نسبت به شهدا است.

چه خوب می‌شود اگر همه ما در فعالیت تبلیغی، خود را ملزم کنیم و از شهدا برای مردم بگوییم

برای این کار مبلغ ما با توجه به خط محتوایی که در ابتدای بحث به آن اشاره شد می‌تواند از سیره عملی و خاطرات شهدا وام بگیرد و این مهم را برای مخاطب خود تبیین کند.

برای روایتگری شهدا احتیاجات زیادی نیاز نیست و مبلغ با کمترین امکانات نیز می‌تواند این طرح را اجرا کند.

آنچه مهم است توسل به خود شهدا برای اجرای این امر است. در مرحله بعدی تهیه محتوا برای این کار است، مبلغ باید در پی محتوا برای انتقال خط محتوایی به مخاطب خود باشد به خصوص از شهدای بومی منطقه به خوبی می‌توانید استفاده کنید.

تکریم خانواده شهدا، ایثارگران و جانبازان

مقام معظم رهبری در سخنانی می‌فرماید: من مشتاقم که جوان‌های ما قصه جنگ تحمیلی هشت ساله را بدانند که چه بود. این را بارها گفته‌ایم؛

۱. دیدار مسئولان مؤسسه‌ی روایت سیره‌ی شهدا در تیرماه ۸۹

۲. ۱۶/۱۱/۱۳۹۶



افراد هم گفته‌اند و تشریح کرده‌اند؛ اما یک نگاه کلان به این هشت سال، با اطلاع از جزئیاتی که وجود داشته است، خیلی برای برنامه‌ریزی آینده جوان در روزگار ما مهم است.^۱

همه باید بدانند که در دوران دفاع مقدس چه معجزات عظیمی از حضور مؤمنانه و پرتلاش نیروهای بسیجی در صحنه‌های جنگ اتفاق افتاد؛ این را باید همه بدانند.^۲

ما هرچه برای دوره دفاع مقدس سرمایه‌گذاری و کار کنیم، زیاد نیست؛ چون ظرفیت هنری و ادبی کشور برای تبیین این دوره، خیلی گسترده، وسیع و عمیق است و از این ظرفیت تاکنون استفاده خوب و درخوری نشده.^۳

اینکه تصور بشود که هنر دفاع مقدس در جامعه ما مخاطب ندارد، طالب ندارد، این هم خطای بزرگی است، از اشتباهات فاحش است؛ اگر کسی این را خیال کند. تحقیقاً پرمشتری‌ترین آثار هنری بعد از انقلاب در زمینه‌های مختلف، آن آثار هنری است که مربوط به دفاع مقدس بود؛ چه در زمینه فیلم و سینما، چه در زمینه کتاب، خاطره، داستان.^۴

هشت سال دفاع مقدس ما صرفاً یک امتداد زمانی و فقط یک برهه زمانی نیست؛ گنجینه عظیمی است که تامت‌های طولانی ملت ما می‌تواند از آن استفاده کند، آن خوشبختانه ما به عهد شهدا نزدیکیم، وصیت‌نامه‌های اینها را داریم، پدر و مادرهای اینها خیلی‌شان هستند و هم‌زمان اینها حضور دارند؛ آدم می‌بیند. کتابی از همین کتاب‌های شهدا را من نگاه می‌کردم که با هم‌رزم‌های او مصاحبه شده بود و جزئیات را ذکر می‌کردند؛ بعضی از آن هم‌رزم‌ها خودشان شهید شده بودند و بعضی‌ها زنده بودند؛ انسان در هنگام خواندن کتاب به گریه می‌افتاد! هیچ لازم نبود که کسی برای انسان نوحه‌سرایی کند. مسئله شهدا این‌جوری است. مسئله شهدا

۰۸/۰۸/۱۳۸۷.۱

۱۴/۲/۱۳۸۷.۲

۳۷/۰۶/۱۳۸۴.۳

۲۴/۰۶/۱۳۸۸.۴



خیلی مسئله بزرگی است، خیلی مسئله داغی است؛ ما کمتر پرداخته‌ایم، کمتر می‌پردازیم. را استخراج کند و مصرف کند و سرمایه‌گذاری کند.^۱

دفاع مقدس نماد همبستگی ملی، برابری و وحدت ملت ایران بود که حالا و پس از گذشت سال‌ها ضروری است آن رویکرد و سبک و زندگی و مدیریت آن با در نظر گرفتن شرایط و ضوابط موجود برای غلبه بر مشکلات فراروی جامعه بکار گرفته شود.

آنچه مهم است آشنایی نسل جدید با ظرفیت موجود از دفاع مقدس در بین خودشان است همین خانواده‌های شهدا و جانبازان و آزادگان که بین ما زندگی می‌کنند گنجینه بزرگی هستند که مبلغ ما می‌تواند از این استعداد و ظرفیت به نحو احسن استفاده کند.

- این اتفاق علاوه بر اثر مثبت بر روی مخاطبین محبوبیت ویژه‌ای برای مبلغ به خصوص در بین خانواده‌های شهدا ایجاد می‌کند
- جهت این کار ارزشمند مبلغ ابتدا باید با خانواده‌های شهدا و جانبازان و آزادگان ارتباط بگیرد و آنها را دعوت به شرکت در این جلسه کند.
- برای این کار از بنیاد شهید منطقه تبلیغی خود نیز می‌توانید کمک بگیرید
- می‌تواند به همراه جمعی از بزرگان منطقه تبلیغی اقدام به برگزاری روضه در منزل این عزیزان نماید
- برگزاری جلسه روایتگری شهدا احتیاج به مقدمات فراوانی نمی‌خواهد و مبلغ با کمترین شرایط هم می‌تواند آن را برگزار کند
- کافی است که از این بزرگواران دعوت نماید و در موضوع جهاد تبیین و همدلی (خط محتوایی سازمان تبلیغات برای محرم ۱۴۰۲) رزمندگان دفاع مقدس صحبت کنند و خاطراتی را بیان کنند
- امکان دارد که روایتگران موضوعی را غیر از خط محتوایی که شما به آنها گفته‌اید بیان کنند، در چنین حالتی خیلی سعی نکنید تا سخنان آنان را جهت‌دهی کنید



- به اذعان تمام افرادی که کارهایی برای شهدا انجام می‌دهند، خود شهدا مدیریت جلسه و تأثیرگذاری بر دل‌ها را بر عهده می‌گیرند؛ لذا مبلغ نباید نگران اثر جلسه باشد
- خود مبلغ باید خاطراتی ناب از شهدا و ایثارگران داشته باشد تا در بین برنامه روایتگری کند
- بهتر است که خاطرات مربوط به شهدای بومی آن منطقه بیان شود
- با توجه به بالا بودن سن خانواده‌های معظم شهدا برای اجرا طفاً شرایط را برای این بزرگواران فراهم نمایید مثل وجود صندلی در جایگاه، حتی الامقدور جایگاه پله نداشته باشد
- هنگام اجرای یکی از سروران عزیز دیگر خانواده را هم دعوت نمایید تا در جلسه شرکت نمایند، این کار باعث می‌شود که دیگران هم ترغیب شوند و خاطراتی از عزیزان خود بیان نمایند
- به علت کهولت سن این عزیزان امکان اینکه صدا به خوبی به مخاطب نرسد زیاد است؛ لذا تا جایی که امکان دارد سیستم صوتی خوبی را فراهم نمایید
- عموم مردم رفتارهای مبلغ را زیر نظر می‌گیرند و گاهی او را الگو برای خود می‌دانند؛ لذا مبلغ هنگام اجرای مراسم احترام ویژه‌ای به خانواده‌های معظم شهدا و ایثارگران بگذارد.
- زمان و مکان برگزاری مراسم باید با شرایط اکثر شرکت‌کنندگان هماهنگ باشد بخصوص شرایط خانواده‌های شهدا ایثارگران
- برای اثرگذاری بیشتر بر روی مخاطب باید تا جایی که امکان دارد دغدغه‌های ذهنی مخاطب را برطرف نمایید؛ لذا شرایط آسایش شرکت‌کنندگان مثل سرویس بهداشتی، مهدکودک و ... را فراهم نمایید
- لطفاً از بازتاب رسانه‌ای این‌گونه جلسات غافل نشوید که علاوه بر ضریب دادن به کار فرهنگی اسباب شادی خانواده‌های معظم شهدا جانبازان و ایثارگران می‌شود



- تهیه یک لوح تقدیر و هدیه دادن به خانواده‌های معظم شهدا و ایثارگران از نکات قابل توجه اجرا این طرح است

روایتگری در هیئت

از جمله بسترهای مناسب برای انتقال سبک و سیره زندگی شهدا و ایثارگران در هیئت است. با این کار علاوه بر اینکه افراد شرکت‌کننده در هیئت با زندگی شهدا بیشتر آشنا می‌شوند، مطالب مبلغ اثرگذاری بالایی هم دارد

در این جلسه که چند سالی است در حال رواج پیدا کردن در بین هیئات است، مبلغ مدت کوتاهی مثل ۵ دقیقه از زمان هیئت را اختصاص به بیان خاطراتی از زندگی شهدا که مرتبط با محور محتوایی است بیان می‌کند جهت این کار مبلغ باید محتوای ناب و دست‌اولی را تهیه نماید از پرداختن به خاطراتی که در ذهن مخاطب باعث ایجاد سؤال می‌شود و یا اینکه برای مخاطب قابل قبول نیست، پرهیز نماید

جهت تهیه محتوای مناسب برای روایتگری در موضوع خط محتوایی کتاب کار **نشر خوبی‌ها** به کانال‌های زیر می‌توانید مراجعه فرمایید.

https://eitaa.com/parastohae_ashagh313

<https://eitaa.com/Loveshohada28>

<https://eitaa.com/ravayatgarnews>

کافه شهدا

اجرای این طرح در فضای عمومی شهر مثل پارک یا محل تردد مردم باید اجرا شود به گونه‌ای که مکانی توسط داربست یا هر وسیله دیگری محدود می‌شود و مردم جهت پذیرایی به آنجا مراجعه می‌کند و در ضمن پذیرایی، مدتی از خاطرات شهدا که توسط مبلغ در حال روایت شدن است استفاده می‌کند

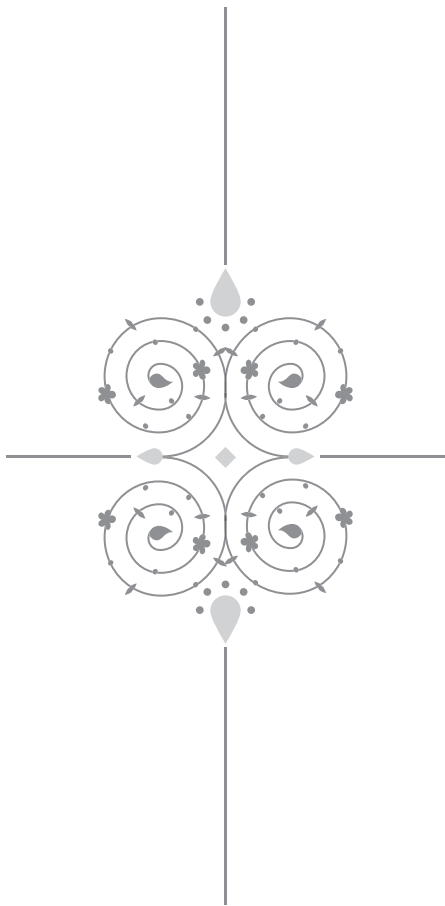
این کار باعث می‌شود که خاطره خوبی برای مخاطب به وجود بیاورد که علاوه بر پذیرایی شدن نکاتی کلیدی را از زندگی شهدا آموخته است

برای اجرای این طرح در مرحله اول مبلغ باید وسایل پذیرایی را تهیه نماید



که با توجه به تنوع انواع پذیرایی شرایط ویژه‌ای را باید در نظر بگیرد
از جمله موارد مورد نیاز سیستم صوتی است که باید به طوری باشد که
صدا علاوه بر وضوح کافی برد مناسبی هم داشته باشد
لازم به ذکر است که جهت اجرای این برنامه نیاز به چند نفر وجود دارد؛
لذا مبلغ برای اجرا کافه شهدا باید از افراد بومی محل تبلیغی استفاده نماید





طرح چهارم:

تحت قبه حسین علیه السلام

تماس با حسین علیه السلام

- زندگی امروزه اقتضائات خاصی دارد که تعدادی از این شرایط مثبت و گاهی منفی هستند از جمله موارد اینکه مردم فرصت بسیاری از کارها را ندارند؛ ولی با اینکه زمان برای کارها کم شده است، امکانات پیشرفت فراوانی کرده است. سبک زندگی جدید باعث شده است که برای ما محدودیت‌هایی رقم بخورد که گاهی این محدودیت‌ها برای زندگی معنوی نیز ایجاد شده است، با توجه به مقدمات مطرح شده یکی از کارها برگزاری روضه‌های تلفنی هست به صورتی که ما می‌توانیم برای خانواده‌ها و افرادی که امکان شرکت در مجالس روضه سیدالشهدا علیه السلام را ندارند به صورت تلفنی برای آنها روضه خوانده شود.
- به نظر می‌رسد که این کار از مصادیق تعظیم شعائر حسینی است که باعث می‌شود سطح معنوی خانواده‌ها را بالا ببرد
- از محاسن این طرح این است که مبلغ می‌تواند ارتباط مستمر با مخاطب بگیرد و مشکلات متعدد مخاطب اعم از مسائل خانوادگی تحصیلی تربیت فرزند و... را رفع نماید



- باید در نظر داشته باشیم که چنین فعالیتی علاوه بر تأثیر مستقیم بر زندگی مخاطبین باعث می‌شود که مبلغ ما در بین جامعه تبلیغی خود شناخته شده و در مناسبت‌های تبلیغی بعدی از او دعوت شود.
- با توجه به نو بودن این طرح در ابتدای کار نیاز است که مبلغ با یک سخنرانی انگیزشی این طرح را برای مخاطبین خود توضیح دهد و آنها را ترغیب کند که این کار را انجام دهند.
- گاهی اوقات استقبال مردم از چنین طرح‌هایی به قدری زیاد می‌شود که خود مبلغ به تنهایی نمی‌تواند آن را اجرا کند، برای این مشکل باید اقدام به شناسایی افرادی کند که می‌توانند در این طرح او را یاری کنند؛ مثلاً اگر مادحین اهل بیت علیهم‌السلام در محل تبلیغی حضور دارند از آنها برای اجرای این طرح استفاده کند.
- قدم بعدی شناسایی و ساماندهی خانواده‌هایی است که از این طرح استقبال می‌کنند.
- بی‌شک یکی از دغدغه‌های مهم برای یک مبلغ تأمین محتوای تبلیغی خود است، پس مبلغ باید قبل از شروع این طرح روضه‌های کوتاهی آماده کند
- در ابتدای تماس تلفنی بهترین زمان برای ارتباط‌گیری با مخاطب است، مخاطب در ضمن احوالپرسی می‌تواند ارتباط لازم را با مخاطب خود بگیرد و باعث شود که مخاطب به صحبت کردن با یک مبلغ ترغیب شود.
- طول کشیدن زمان روضه باعث گریز مخاطب می‌شود؛ لذا هر جلسه روضه باید بین ۵ تا ۱۰ دقیقه طول بکشد.
- در انتهای مکالمه مبلغ می‌تواند پیشنهادی برای ادامه کار و دوباره برگزار شدن این طرح را به مخاطب خود بدهد.
- دلگرم کردن دیگر مبلغین و همچنین مردم به این طرح از کارهای تبلیغی است که ما می‌توانیم اجرا کنیم؛ لذا در صورت امکان فایل صوتی خود را برای اداره کل اعزام مبلغ ارسال کنید تا ضریب رسانه‌ای آن باعث شود اثرات مثبتی در جامعه رقم بخورد.



هر خانه یک حسینیّه

- تأکیدات مقام معظم رهبری مبنی بر توجه به توسل و دعا برای دفع این بلا از سوی دیگر، به همت جامعه بزرگ روحانیت طرح روضه‌های خانگی (هر خانواده یک روضه) اجرامی‌گردد.
- در این طرح ضمن برگزاری جلسات عزاداری اهل بیت علیهم‌السلام با حضور افراد یک خانواده اهداف کلان زیر دنبال می‌گردد:

۱- احیای روضه‌های خانگی

با این طرح سنت حسنه روضه خانگی که سالیان دور کانونی برای تقویت فضای معنوی جامعه ما بوده، احیا می‌گردد.

۲- شکل‌گیری طرح روحانی خانواده

پس از احیای روضه خانگی و در اثر استمرار حضور مبلغ دینی در یک خانواده و بعد از ایجاد ارتباط بین افراد خانواده با مبلغین دینی، شکل‌گیری روحانی خانواده برای پاسخگویی به سؤالات و دغدغه‌های دینی مردم به‌عنوان یکی از اهداف بلندمدت این تشکل محقق می‌گردد.

۳- ایجاد شبکه بزرگ مبلغین روضه‌های خانگی

یکی دیگر از اهداف بلندمدت که در این طرح پیش‌بینی شده است شکل‌گیری شبکه بزرگ مبلغین روضه‌های خانگی است که با این شبکه امکان ایجاد تبلیغ جریان‌ساز به‌عنوان یکی از مطالبات مهم رهبر حکیم انقلاب از مبلغین فراهم می‌گردد.

۴- بهره‌گیری از ظرفیت‌های مردمی (باشگاه مشتریان)

ایجاد بانک اطلاعات جامع مخاطبین روضه‌های خانگی برای بهره‌گیری و جهت‌دهی در امور اقتصادی، معیشتی، فرهنگی و دینی از دیگر اهداف بلندمدت این طرح است.

- قدم اول این برنامه معرفی آن به مخاطبین است؛ لذا مبلغ باید طی یک سخنرانی این طرح را برای مخاطبین خود معرفی نماید و اعلام آمادگی کند برای اجرای این طرح

- از اهداف کلان جامعه تبلیغی ایجاد جریانی است که بعد از حضور مبلغ



- نیز فعال باشد به همین منظور مبلغ می‌تواند از عزیزی که می‌توانند در اجرای این طرح فعالیت کنند را جمع‌آوری کند تا بعد از حضور مبلغ هم این فعالیت ادامه پیدا کند
- مرحله بعدی زمان‌بندی برای افرادی است که اعلام آمادگی کرده‌اند برای اجرای طرح در منزلشان
 - روزه در منازل باید کوتاه باشد تا خانواده‌ها اذیت نشوند
 - چند روایت و خاطره برای عظمت برگزاری روزه خانگی را مبلغ در ابتدای جلسه مطرح کند
 - در پایان جلسه مبلغ ضمن تشکر از خانواده‌ها به دلیل اجرای این برنامه می‌تواند پیشنهاد بدهد در صورت تمایل دوباره در این طرح شرکت کنند



طرح پنجم:

به عشق حسین علیه السلام

- یکی از مشکلات موجود در جامعه بی توجهی افراد به یکدیگر است، تاحدی که شاهد این هستیم که همسایه از همسایه، فامیل از فامیل و... از حال یکدیگر بی خبرند.
- باتوجه به خط محتوایی عملیات محرم لزوم همبستگی اجتماعی و همدلی ضروری است؛ از جمله مهم ترین مصادیق کارهای اجتماعی دستگیری از دیگران و رفع مشکلات اطرافیان است که باعث ایجاد امید در بین مردم می کند.
- در ابتدای کرونا همه مردم شاهد این فعالیت در سطح کشور بودند که تمام ملت به فکر دستگیری از هم نوعان خود بودند و شاهد بودیم که چقدر بسته های مواسات تهیه و توزیع گردید.
- مبلغ ما می تواند برای رسیدن به اهداف
۱. ایجاد مسئولیت پذیری در جامعه برای رفع بی توجهی افراد به یکدیگر
۲. رفع مشکلات اجتماعی، اقتصادی و... منطقه تبلیغی خود
اقدام به تشکیل گروه هایی مردمی برای مواسات و دستگیری کند.



- اگر مبلغ در منطقه تبلیغی خود چنین فعالیت‌هایی را انجام دهد باعث به وجود آمدن مسائل زیر می‌شود:
 ۱. دستور ولی من باب ایجاد زنجیره تواسی
 ۲. ایجاد تشکیلات در منطقه تبلیغی
 ۳. شناسایی افراد مؤثر و خیر در منطقه تبلیغی
 ۴. رفع مشکلات منطقه تبلیغی توسط افراد بومی منطقه
 ۵. اعتمادسازی مبلغ در منطقه تبلیغی
 ۶. ایجاد جریان تواسی و مواسات در منطقه تبلیغی
- در ابتدای امر، مبلغ باید یک سخنرانی انگیزشی و معرفی این طرح برای مخاطب داشته باشد، باید در نظر داشته باشیم که این سخنرانی باید به صورتی باشد که انگیزه کافی در مردم ایجاد شود به طوری که خودشان این کار را ادامه بدهند.
- در گام بعدی باید با استفاده از ظرفیت موجود در مکان تبلیغی یک تیم برای اجرای این طرح ایجاد کرد؛ لذا از همان ابتدا مبلغ باید با این نگاه به افراد بنگرد و افراد مناسب را برای این کار انتخاب کند و تیم اجرایی خود را تشکیل دهد
- همان طور که در ادامه مصادیق متعددی برای دستگیری معرفی شده است لازم است که مبلغ هر تعداد از این فعالیت‌ها را که می‌تواند انجام دهد انتخاب کند تا بتواند آن را به نحوه احسن انجام دهد
- از جمله مواردی که خود مبلغ باید آن را انجام دهد شناسایی خیرین و همچنین خانواده‌های مستضعف است
- یکی از مواردی که معمولاً در فعالیت مبلغین مغفول واقع می‌شود ضریب رسانه‌ای دادن به فعالیت‌ها است؛ لذا باید مبلغ به این مهم اهتمام ویژه‌ای داشته باشد، به صورتی که عکس و فیلم این اقدامات را در فضای مجازی انتشار بدهد
- هنگام ارتباط با اقشار آسیب‌پذیر جامعه گاهی اوقات نیاز به مشاوره‌های تخصصی به وجود می‌آید؛ لذا مبلغ باید لیستی از



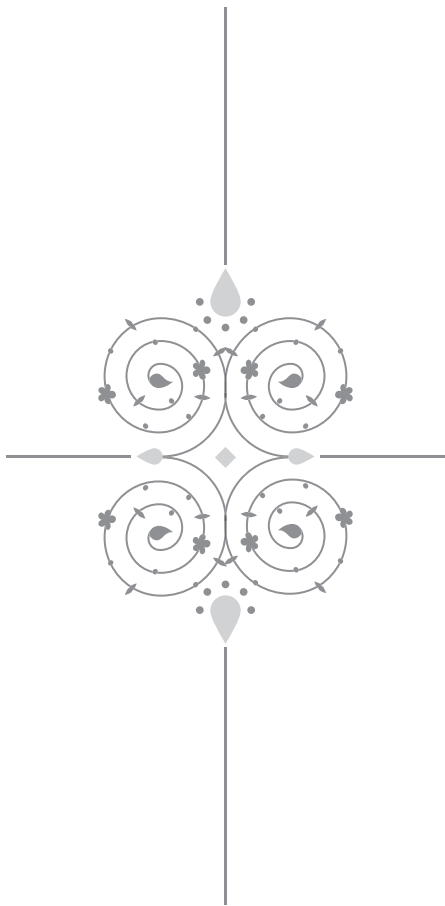
مشاوره‌های تخصصی داشته باشد که در صورت نیاز با آنها ارتباط بگیرد و مشکلات به وجود آمده را رفع نماید.

- یکی از وظایف ما به وجود آوردن جریان مواسات در کشور است؛ لذا باید تمام مبلغین از فعالیت‌های خدمات اجتماعی خود گزارش‌های تصویری تهیه کنند و برای اداره امور مبلغین ارسال کنند تا ستاد با ضریب رسانه‌ای دادن به آن علاوه بر ایجاد جریان در کشور مایه دلگرمی دیگر مبلغین در مناطق مختلف تبلیغی باشد.

مصادیق پیشنهادی برای دستگیری کردن

۱. سرکشی به خانواده‌های نیازمند
۲. توزیع بسته‌های غذایی
۳. سازندگی
۴. مشاوره
 - ✓ خانواده
 - ✓ طلاق
 - ✓ ازدواج
 - ✓ قضایی
 - ✓ کودک و نوجوان
 - ✓ اقتصادی
 - ✓ و...
۵. تسویه بدهی خانواده‌های نیازمند
۶. تهیه جهیزیه
۷. آزادکردن زندانی
۸. وغیره





طرح ششم:

فضای حسینی علیه السلام

در گذشته، حضور آحاد و اقشار مختلف مردم در مجالس عزای امام حسین علیه السلام حاکی از شور و شعور شهروندان و عشق آنها به سالار و سرور شهیدان بود و عزاداران با هر جایگاه اجتماعی و توان مالی، با اشتیاق و عشق در پی آن بودند که در این ایام با برپایی خیمه‌های عزا و سیاه‌پوش کردن محله‌های شهر و حتی با برافراشتن پرچم سیاه یا زدن کتیبه مشکی بر سردر خانه‌شان در عزاداری امام حسین علیه السلام، سهیم و شریک باشند. مساجد، تکایا، حسینیه‌ها و سقاخانه‌ها از یکی دو هفته قبل از آغاز ماه محرم برای استقبال از عزای امام حسین علیه السلام آماده می‌شدند و از روز اول محرم نه‌تنها سطح شهر و کوچه‌ها و خیابان‌ها از سوی مردم سیاه‌پوش می‌شدند، بلکه از روز اول ماه محرم، مرد و زن و پیر و جوان به تدریج رخت عزا به تن می‌کردند و سیاه‌پوش می‌شدند و به یک‌باره با شهری روبه‌رو می‌شدیم که هم فضاها و معابر آن و هم شهروندانش جامه مشکی پوشیده بودند تا جایی که حتی یکی از نذرهای مرسوم مردم، نذر پیراهن سیاه و پارچه مشکی بود. کوچه‌پس‌کوچه‌های همه شهرها از زمان‌های قدیم هم‌زمان با آغاز ماه محرم، عزادار امام حسین علیه السلام می‌شدند و



عزاداران برای سید و سالار شهیدان علیهم‌السلام در طول تاریخ پررنگ نگه داشته شده است.

وقتی شهر سیاه‌پوش می‌شود به این معناست که ما متوجه‌ایم اکنون وقت عزاداری بوده و بنا است برای فرزند پیامبر اسلام صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم که زیر بار ظلم نرفت و مظلومانه به شهادت رسید، عزاداری کنیم.

اهل بیت علیهم‌السلام هم این نوع لباس پوشیدن را تأیید کردند و در مراسم عزاداری لباس سیاه می‌پوشیدند.

ائمه اطهار علیهم‌السلام از روز اول محرم عزاداری می‌کردند به این جهت که نمی‌خواستند فقط یک سالگرد و یا یک یادبود و یک عزاداری معمولی برای حضرت سیدالشهدا علیهم‌السلام و یاران‌شان برگزار شود، بلکه به دنبال این بودند، تا حوادثی را که برای امام حسین علیهم‌السلام اتفاق افتاده را نسل‌های بعد از امام نیز به خوبی درک کنند.

در مجموع، عزاداری آگاهانه و عبرت‌آموز برای واقعه کربلا، گوهری است ارزشمند و گران‌بها که در قالب اشکال متنوع فرهنگی در گذر زمان به تدریج شکل گرفته است. بی‌شک کرونا از دلایل مهم برای کم‌رنگ شدن سیاه‌پوش کردن شهر است.

اتفاقاتی که در چند ماه گذشته مثل همه‌گیر شدن سرود سلام فرمانده و همچنین مهمانی ۱۰ کیلومتری عید سعید غدیر، نشان داد که مردم ایران اسلامی عاشقانه ارادت به ساحت مقدس اهل بیت دارند و این ارادت از دیرباز برای سیدالشهدا علیهم‌السلام رنگ و بوی دیگری می‌گیرد؛ لذا مبلغ ما باید مروج شعائر حسینی باشد و برای سیاه‌پوش کردن محله تبلیغی خود اقداماتی را انجام دهد

برای سیاه‌پوش کردن شهر و ابراز ارادت به خاندان آل‌الله علیهم‌السلام اقدامات زیر به عنوان پیشنهاد می‌توان شمارا در این امر کمک کند.

برپایی ایستگاه صلواتی

در کشور ما در ایام ماه محرم به خصوص در دهه اول محرم غرفه‌ها و ایستگاه‌های صلواتی در سرتاسر کشور برپا می‌شود که یا توسط شهرداری شهرها یا توسط مردم اجرا می‌شود معمولاً در



ایستگاه‌های صلواتی چای و شربت توزیع می‌شود و در کنار آن صدای مداحی فضای آن محدود را پر می‌کند. این بخشی از فرهنگ و اعتقادات مذهبی و یکی از مصادیق تعظیم شعائر حسینی در کشورمان است.

چه خوب است که ایستگاه‌های صلواتی فرهنگی هم در کنار این ایستگاه‌ها ایجاد شود که به جای مداحی‌های خالی از مضمون، فایل‌های صوتی مفید و آموزنده شامل مداحی و سخنرانی‌های کوتاه با خط محتوایی مبلغ شنیده شود. همچنین بتوان به هر اتومبیلی که در حال گذر هستند یک سی دی هدیه داد که مطمئناً این اقدام با استقبال رانندگان مواجه خواهد شد.

جهت دانلود مطالب مناسب برای برگزاری ایستگاه صلواتی به لینک زیر مراجعه فرمایید

<https://bayadkarikard.blog.ir/1394/07/18>

- برای برپایی یک ایستگاه صلواتی اقداماتی مختلفی را باید انجام دهید
- اولین کاری که باید انجام دهید زدن داربست و علم کردن ایستگاه است.
- یکی از اقلام ضروری برای مسقف کردن ایستگاه، برزنت است. به واحدهای شهرداری و پایگاه‌های بسیج محله‌تان سری بزنید. آنها حتماً چادر برای مسقف کردن دارند. برای ایجاد حریم ایستگاه صلواتی اولویت با چادر برزنتی است؛ اما اگر گیرتان نیامد بنر هم کارتان را راه می‌اندازد، یا هر چه که بتوانید محدوده ایستگاه را بپوشانید
- فقط حواستان باشد ایستگاهتان در یک جای مناسب قرار گرفته باشد که هم عبور و مرور زیاد باشد، هم اینکه ایستگاهتان سد معبر نکرده باشد.
- اگر در شب تصمیم به برپایی ایستگاه دارید حتماً به فکر نورپردازی هم باشید
- نوع دکور و تصویرسازی خود ایستگاه صلواتی در رساندن پیام می‌تواند مؤثر باشد و لحظاتی مخاطب را درگیر کند.
- ایستگاه صلواتی دو بخش مجزا باشد برلی بانوان و آقایان، خیلی



- وقت‌ها دیده می‌شود که اختلاط بین زن و مرد در هنگام توزیع چای و مواد خوراکی شأن کار را پایین می‌آورد.
- نکات ایمنی برای برپایی نمایشگاه را در نظر بگیرید مثل وجود کپسول اطفای حریق، اورژانس و...
 - حتماً محلی برای جمع‌آوری زباله را نظر بگیرید.
 - رعایت نکات بهداشتی به خصوص رعایت کامل پروتکل‌های بهداشتی از ضروریات برگزاری ایستگاه صلواتی است.

هر کوچه یک حسینه

هدف از این کار آوردن روزه‌ها به داخل کوچه‌ها است، با این ایده می‌توان از تعطیل شدن روزه‌های سیدالشهدا علیه السلام جلوگیری کرد و شعائر حسینی را در جامعه گسترش داد و همچنین هویت‌های جمعی کوچکی در هر کوچه و مجتمعی ایجاد کرد

برای این کار مبلغ ما می‌تواند بدون کوچک‌ترین امکانات و شرایطی این کار را انجام دهد و موجب رضایت حضرت زهرا رضی الله عنها را فراهم نماید مبلغ می‌تواند دیگران را با جمله «کوچه به کوچه عشق تو را جار می‌زنم» دعوت به برگزاری جلسات روزه کوچه نماید.

در این مجالس مبلغان به در خانه خانواده‌های شهدا یا پیر غلامان می‌روند، از آن‌ها دعوت می‌کنند تا در یک جلسه کوتاه روزه شرکت کنند. این مجلس کاملاً بدون تکلف است. صندلی ساده‌ای منبر مداح است و خواندن روزه‌خوان با یک سیستم صوت ابتدایی یا حتی بدون سیستم صوتی آغاز می‌شود. مداح با یک «بسم الله الرحمن الرحیم» و «صلی الله علیک یا ابا عبد الله علیه السلام» آغاز می‌کند و صدای این روزه موجب می‌شود تا همسایه‌ها از پنجره‌ها دنبال منشأ صدا بگردند.

وقتی کسی ببیند یک روحانی، بدون تکلف در گوشه‌ای از کوچه مشغول روزه‌خوانی است، بلافاصله خود را به جلوی در خانه شهید می‌رساند تا از همان جا مجلس را دنبال کند.

این مراسم نهایتاً نیم ساعت طول می‌کشد. هدف از اجرای این مراسم، برقراری فرصت بهره‌برداری از فضایل روزه برای خانواده‌های شهدا و



همسایه‌های آن‌هاست؛ چون در شرایط کرونایی ممکن است به هر دلیل امکان حضور در مراسم رانداشته باشند و از سوی دیگر ایجاد حال و هوای مجلس امام حسین علیه السلام در کوچه‌ها و خیابان‌های شهر است.

حسینیه کودکانه

در ده‌های ۵۰ و ۶۰ از جمله اقداماتی که کودکان آن زمان انجام می‌دادند ایجاد تکیه درب منازل با چادر مشکی مادران خود بود. این اقدام زیبا باعث می‌شد که کودکان با مفاهیم والای قیام سیدالشهدا آشنا بشوند و همین اقدام کوچک و ناچیز سلامت معنوی کودکان را تضمین کرد

باتوجه به تغییر سبک زندگی این اقدام تربیتی در بین جامعه کم‌رنگ شده است؛ لذا مبلغ می‌تواند با تشویق کودکان و همچنین توجیه پدر و مادرها این فعالیت فرهنگی را احیاء نماید

برای این کار مبلغ باید به حداقل‌ها اکتفا نماید و سخت‌گیری خاصی در اجرای این امر نداشته باشد

دادن هویت به این کودکان از جمله اقداماتی است که یک مبلغ می‌تواند برای تقویت و تثبیت این طرح انجام دهد

تکیه سیار

از جمله اقدامات در تعظیم شعائر حسینی برگزاری تکیه سیار است. با این کار می‌توانیم فضای روضه و ذکر و یاد سیدالشهدا علیه السلام را در شهر زنده نگه داریم

برای این کار باید یک سیستم صوت را بر روی وسیله نقلیه سوار کرد و در سطح محل تبلیغی حرکت داد و شروع به ذکر مصائب سیدالشهدا علیه السلام نمود. همچنین یکی دیگر از اقداماتی که مبلغ می‌تواند در این زمینه اجرا کند راه‌اندازی دسته‌جات خودرویی و موتورسیکلتی است

توجه داشته باشید در ساعاتی که اغلب مردم مشغول استراحت هستند نباید تکیه سیار در محله حرکت کند.

راه‌اندازی دسته‌جات عزا

طبق تأکیدات اهل بیت علیهم السلام مبنی بر تعظیم شعائر حسینی و ظهور و بروز



اجتماعی این عزاداری‌ها، مثل هرساله که مردم با راه‌اندازی دسته‌جات عزاداری ارادت خود را به سیدالشهدا علیه السلام ابراز می‌دارند، مبلغ نیز جهت اجرای این امر اهتمام ویژه‌ای داشته باشد

رعایت حق‌الناس از مواردی است که مبلغ به‌عنوان فردی که حرکت و رفتار او توسط مردم ارزیابی می‌شود باید توجه ویژه به آن داشت. از جمله این موارد ساعت حرکت دسته‌جات و همچنین محل برگزاری است که راه تردد را بند نیاورد

این خانه عزادار حسین است

جهت سیاه‌پوش کردن جامعه می‌توان از منازل شروع کرد به طوری که مبلغین با استفاده از ظرفیت سازمان‌ها و نهادها و همچنین بانیان محترم اقدام به تهیه تعدادی پرچم نماید و ابتدای ماه محرم با رفتن درب منازل و هدیه دادن پرچم سعی در سیاه‌پوش کردن شهر نماید

تمام مبلغین می‌توانند این اقدام را با پویش #هر-خانه-یک-پرچم در فضای مجازی بازتاب رسانه‌ای بدهند که در این صورت اثرگذاری آن در جامعه چندین برابر می‌شود.

این اقدام را می‌توان با برنامه هر خانه یک حسینیّه نیز گره بخورد و علاوه بر نصب پرچم و سیاه‌پوش کردن منازل روضه‌های خانگی را نیز ترویج کرد.

حسینیّه مجازی

تأثیر فضای مجازی در زندگی امروزه را کسی نمی‌تواند انکار کند. این فضا مثل یک چاقوی دولبه می‌ماند که هم جهت منفی و هم جهت مثبت دارد. مبلغین جهت تعظیم شعائر حسینی و همچنین ایجاد امید در جامعه می‌توانند از این تهدید یک فرصت مناسب درست نمایند

مبلغ می‌تواند با شناسایی ظرفیت‌های فعال در عرصه فضای مجازی اهداف خود را توسط این افراد به مخاطب خود برساند

باید توجه داشت که محدودیت‌های عزیزان فعال در فضای مجازی را باید مدنظر قرارداد





طرح هفتم:

فاستبقوا الخیرات

مسابقه کتاب خوانی

مقام معظم رهبری تأکیدات خاصی برای کتاب خوانی مردم دارند، لذا مبلغ برای انجام این دستور ولی امر جامعه باید اقداماتی را انجام دهد

پیشنهاد سازمان تبلیغات اسلامی برای این مهم با توجه به خط محتوایی محرم و ایجاد گفتمان واحد در جامعه، برگزاری مسابقه کتاب خوانی با موضوع جهاد تبیین است

مبلغ در مدت ۱۰ روز که در محل تبلیغی خود است می تواند این کار را انجام دهد

برای این کار ابتدا باید کتاب مورد نظر را انتخاب نماییم و در صورت امکان تعدادی از این کتاب را تهیه کنیم تا در اختیار مردم قرار دهیم. حتی الامکان نسخه الکترونیکی آن نیز تهیه شود

مبلغ می تواند حجم کتاب را تقسیم به ۱۰ نماید و برنامه ریزی کند جهت خواندن آن توسط مردم

با ایجاد یک گروه مخصوص افراد شرکت کننده در مسابقه در فضای مجازی در پایان هر روز می توان خلاصه ای از همان قسمت مطالعه شده



روز را در گروه بارگذاری نماید (جهت خلاصه می‌توان از خود مردم کمک گرفت)

مسابقه استعداد برتر

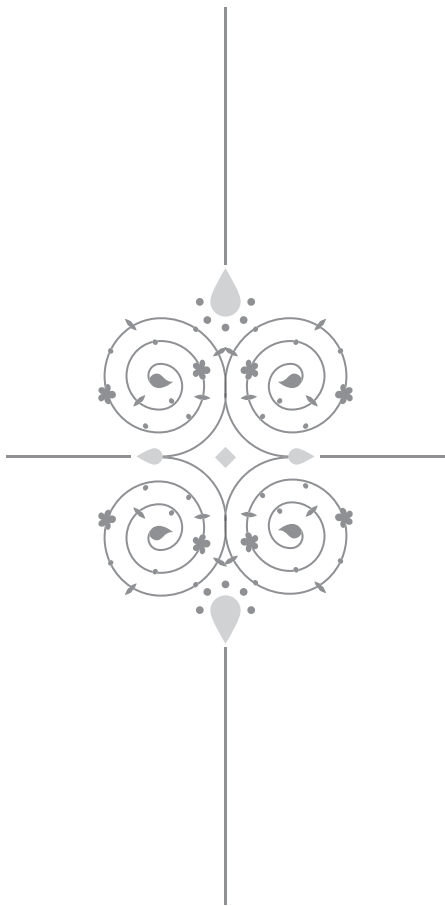
نوجوانان و جوانان سرشار از استعدادهای مختلف و متنوعی هستند. مبلغ می‌تواند از این ظرفیت عظیم که حدود ۱۰ روز در اختیار او است استفاده نماید. از جمله برنامه‌های قابل اجرا برای مبلغین، برگزاری مسابقه استعدادیابی مرثیه‌خوانی برای نوجوانان و جوانان است. اگر حتی یک نفر را یک مبلغ بتواند شناسایی نماید، مادامی که آن فرد مشغول به ذکر مصیبت برای اهل بیت هست برای این مبلغ ثواب نوشته می‌شود

ایجاد بستر جهت دیده شدن این عزیزان و همچنین تقویت این استعداد از جمله فعالیت‌های یک مبلغ برای این طرح است

تکریم از این عزیزان اگر توسط بزرگ‌ترهای شهر صورت گیرد خاطره خوبی برای این افراد ایجاد می‌کند



مجموعه اقدامات تخصصی





ضرورت کار جمعی و تشکیلاتی

در مورد اتحاد قلوبی که امام زمان در نامه‌شان به شیخ مفید به آن اشاره کردند و فرمودند اگر شیعیان ما بر سر امر ولایت ما قلوبشان با هم یکی می‌شد دیدار ما به تأخیر نمی‌افتاد مطلبی است که واقعاً اتحاد و اجتماع قلوب یعنی چه و چگونه اتفاق می‌افتد؟ از کلام بزرگان و عرفاً چنین استفاده می‌شود که اتحاد واقعی در جمع شدن جسمانی برای رسیدن به یک هدفی اتفاق نمی‌افتد؛ بلکه اتحاد و اجتماع واقعی باید ابتدا در قلب‌ها اتفاق بیفتد و در قلب‌ها اتحادی اتفاق نمی‌افتد مگر اینکه غرایض و اهداف شخصی در کار نباشد و حول هدف الهی و ولایی همهٔ افعال و رفتارها شکل بگیرد. در سوره حشر آمده است که:

همه آن یهودیان [به صورت متحد و یک پارچه] با شما نمی‌جنگند مگر در آبادی‌هایی که دارای حصار و قلعه و دژ هستند، یا از پشت دیوارها، دلاوری آنان میان خودشان شدید است [ولی از رویارویی با شما می‌ترسند] آنان را متحد و می‌پنداری درحالی که دل‌هایشان پراکنده است؛ زیرا آنان گروهی هستند که تعقل نمی‌کنند. (آیه ۱۴)

با اینکه به ظاهر دور هم جمع شدند تا با دشمن بجنگند؛ ولی قلوبشان پراکنده است و هرکس منفعت شخصی را می‌بیند



در حدیث معصومین علیهم‌السلام هست که اگر دو نفر روی زمین
 قلبشان با هم یکی شد اینها بهترین خلق

خدایند. علتش این است که تا اغراض مادی و اهداف نفسانی از دو نفر
 رفع نشود و هواهای دو فرد متحد نباشد دو قلب با هم متحد نمی‌شود.

مقام معظم رهبری در سخنانی پیرامون کار تشکیلاتی می‌فرمایند:

تشکیلات یکی از فرایض هر گروه مردمی است که یک هدفی را دنبال
 می‌کنند. تشکیلات یعنی نظم، یعنی ارتباط و اتصال و زنجیره‌ای کارکردن؛
 این معنای تشکیلات است. این چیزی است که نه فقط بد نیست؛ بلکه
 یک چیز خوب و بلکه یک چیز ضروری است. هیچ کاری در دنیا بدون
 تشکیلات پیش نمی‌رود. انقلاب اسلامی ایران هم بدون تشکیلات پیش
 نرفت و پیروز نشد.^۱

طبیعی است که اساس کار، تشکیلات است. شکی نیست که تا
 تشکیلاتی نباشد، هیچ چیزی بر اساس آن نمی‌شود بنا کرد؛ لیکن در ایجاد
 تشکیلات نباید خیلی معطل ماند.

بدون سازماندهی، بدون تشکیلات، مدیریت امکان ندارد و کار هم
 پیش نمی‌رود. نخیر، بنده معتقد به نظم سازمانی هستم؛ اما معتقدم که
 این نظم سازمانی نباید ما را از هویت خودمان خارج کند.

نکته دیگر، کار جمعی، تعاون و همکاری با یکدیگر و همت بلند است.
 کودکان و همچنین جوانان را از آغاز عادت بدهیم که با همت بلند نگاه
 کنند. مسائل گوناگونی وجود دارد که اینها را باید در سطح دنیا دید، در
 سطح جهانی باید مشاهده کرد، نه در سطح منطقه‌ای، چه برسد به این که
 انسان بخواهد آنها را در سطح کشوری یا در سطح ولایتی و استانی ببیند.
 مسائلی وجود دارد که اینها را باید در آفاق صدساله و صد و پنجاه‌ساله دید،
 نه در یک افق محدود پنج‌ساله و ده‌ساله و کمتر. اینها همت بلند لازم دارد؛
 نگاه بلندهمتانه به مسائل گوناگون. این دانش‌آموز یا این دانشجوئی
 که شما امروز دارید تربیت می‌کنید، چند صباح دیگر یک استاد است، یک



مدیر فعال است، یک کارشناس برجسته است، یک عنصر مؤثر در حرکت سیاسی جامعه است؛ چند صباح دیگر این وجود مؤثری در جامعه خواهد بود. این را آن جوری تربیت کنید که با این همت بلند بار بیاید.

ما اعتقادمان این است که بهترین راهی و برترین حربه‌ای که می‌تواند این راه را باز کند و هدایت الهی را و هدایت انقلابی را در ذهن‌ها و جان‌ها بنشانند و به میوه بیاورد مثمر کند، یک تشکیلات است یک تهذیب است. این اعتقاد کاست، ما عقیده داریم که اگر چنانچه کسانی بخواهند در خارج از کشور برای انقلاب کار کنند و اینها متشکل نباشند، مجتمع نباشند. نخواهند توانست - از لحاظ کیفیت، از لحاظ کمیت - آن کاری را بکنند که یک گروه متشکل انجام خواهد داد.^۱

اسلام همه چیز را جمعی دارد، حتی عبادت؛ می‌دانید عبادت یعنی شخصی‌ترین کار آدم، کار آدم با خدا که هیچ ارتباط با کارهای معمولی و دنیوی و همکاری و تعاون ندارد دیگر، رابطه‌ای است بین انسان و خدا - آن عبادت نوعی تقدیس را می‌گوییم، نه مفهوم عام عبادت، همین عبادتی که در ذهن مردم هم بیشتر است - این یک رابطه انسان است با خدا. همین را اسلام می‌گوید دسته جمعی انجام بدهید؛ نماز جماعت، حج و... به‌هرحال ما از این روح جمعی اسلام دور ماندیم.^۲

یک تشکیلات واحد، اولین و واضح‌ترین معنایش این است که افرادی در این تشکیلات کار می‌کنند، اینها به دنبال یک جهت واحدی، به دنبال گمشده‌ی واحدی می‌گردند، آن‌هم با همکاری و همراهی و همگامی با یکدیگر. پس اخلاق تشکیلاتی، یعنی اخلاق اسلامی؛ اخلاق تشکیلاتی، یعنی اخلاق اسلامی منظم، یعنی چگونگی برخورد دو برادر. دو هم فکر، دو هم آهنگ، دو هم جهت. اگر دو نفر از دو طرف که با هم صد و هشتاد درجه اختلاف جهت دارند می‌آیند به طرف هم این یک جور برخورد است، این برخورد اصطکاک است. اگر کسانی با هم به یک جهت حرکت می‌کنند، این

۱. اعضای واحد تبلیغات خارج از کشور حزب جمهوری ۱۳۶۷/۹/۱۸



نوع دیگر این برخورد است؛ برخورد همکاری، همگامی، و همراهی است.^۱ تأکید رهبر معظم به عنوان رهبر جامعه و همچنین ولی امر مسلمین بر این است که باید روحیه کار تشکیلاتی از همان کودکی و سنین پایین به افراد آموزش داده شود و این مهم شامل تمام افراد جامعه نیز هست. مبلغین گرامی به طور ویژه مورد خطاب مقام معظم رهبری قرار گرفته و دستور دادند که تبلیغ باید جریان ساز باشد.

تبلیغ باید جریان ساز باشد، تبلیغ باید گفتمان ساز باشد، تبلیغ باید فضا ایجاد کند؛ گفتمان ایجاد کند. گفتمان یعنی یک مفهوم و یک معرفت همه گیر بشود در برهه‌ای از زمان در یک جامعه. آن وقت، این می‌شود گفتمان جامعه. این، با کارهای جدا جدا برنامه‌ریزی نشده، حاصل نخواهد شد؛ این کار احتیاج دارد به برنامه‌ریزی و کار فعال و مثل دمیدن پیوسته در وسیله فشاری است که می‌تواند آب یا مایه حیات یا هوا را به نقاط مختلفی که مورد نظر است، برساند. باید دائم با این دم دمید، تا این اشتعال همیشه باقی بماند. این کار هیچ نباید متوقف بشود و به برنامه‌ریزی احتیاج دارد. یک نمونه، همین تبلیغات ماه محرم است که به مناسبت عزاداری محرم انجام می‌گیرد. این، بهترین فرصت برای تبلیغ کردن است. از این فرصت باید استفاده کرد^۲

در ادامه قالب‌های تبلیغی در طرح نشر خوبی‌ها را که در سه حوزه **چهره‌به‌چهره و کار رسانه‌ای و اقدامات گروهی** هست را خدمت شما سروران ارائه می‌نماییم که تماماً بر اساس همین اهمیت کار تشکیلاتی و هویت جمعی طراحی شده است و به تقویت این ویژگی‌ها کمک خواهد کرد.

فرهنگ **کارگروهی** در کشور ما از گذشته دچار مشکلات زیادی بوده است. بسیاری از روان‌شناسان ایرانی اعتقاد دارند یکی از علت‌هایی که ورزش‌های فردی کشور ایران نسبت به ورزش‌های تیمی، قدرت بیشتری دارد، نبود فرهنگ **کارگروهی** در مردم ایران است. اگر به مسابقات



ورزش‌کاران ایرانی دقت کرده باشید متوجه می‌شوید که در ورزش‌هایی مانند کشتی، وزنه‌برداری، تیراندازی و... که به صورت تک نفره برگزار می‌شوند، عنوان‌ها و مقام‌های بسیار بهتری نسبت به ورزش‌های تیمی به دست می‌آوریم. مقام معظم رهبری هم در بیانی به همین نکته اشاره می‌نمایند:

می‌دانید ملت‌ها خصال ملی دارند. بعضی از ملت‌ها خصلتی دارند که خصلت عمومی است، بعضی از ملت‌ها خصلت‌های دیگری دارند که حالا مربوط به تاریخ و جغرافیا و اقلیم است و به عوامل گوناگونی وابسته است. ما این روحیه شور و شوق را، میل به تحقیق را، کنج‌کاو‌ی را، خسته نشدن و پیگیری کردن را باید در ملت‌مان به وجود بیاوریم. این روحیه، کم است؛ نیست. کار جمعی هم که گفتند، همین جور است؛ کار جمعی هم جزو خصال ملی ما نیست. شما به ورزش‌های ما هم که نگاه کنید و مقایسه کنید با ورزش‌هایی که متعلق به اروپائی‌هاست، می‌بینید همین جور است. ورزش ملی ما که کشتی است، یک ورزش انفرادی است. حتی ورزش باستانی ما هم که یک ورزش دسته‌جمعی است، هر کسی برای خودش ورزش می‌کند. می‌دانید وقتی که توی گود زورخانه می‌روند، کار دسته‌جمعی انجام نمی‌گیرد؛ با هم یک حرکاتی را انجام می‌دهند، هر کسی ورزش خودش را انجام می‌دهد؛ مثل فوتبال یا والیبال نیست که کار این، مکمل کار آن باشد؛ لذا کار، کار جمعی نیست. این یک نقص ملی است در ما؛ این را باید درست کرد؛ باید تزریق کرد.^۱

یکی از اهداف اصلی طرح نشر خوبی‌ها فعال کردن مردم در امر تبلیغ است، به همین دلیل ایجاد شبکه مردمی جزء اصول و اهداف این طرح است

امروزه با پیشرفت دنیای تکنولوژی و پیچیده‌تر شدن فعالیت‌های سازمانی، اهمیت کار فردی کم‌رنگ شده است و اهمیت کارهای گروهی روبه‌افزایش است

چهار اصل مقدماتی و لازم برای شروع هر کارگروهی و شبکه مردمی



ضروری است و اگر هر مجموعه‌ای که خود را تیم می‌داند این ویژگی‌ها را نداشته باشد نمی‌تواند به هدف و ارزش دلخواه خود برسد. این ۴ اصل از جمله عوامل مؤثر در موفقیت کار تیمی است.

۱. مأموریت یکسان

۲. وجود مهارت‌های مکمل

۳. اهداف یکسان و واضح

۴. توافق در رویکرد یکسان و مشترک کار

باتوجه به نکات بالا برای ایجاد و تقویت شبکه‌ی مردمی شما نکاتی کلی را خدمت شما عرض می‌کنیم تا بتوانید یک شبکه‌ی مردمی تشکیل دهید و آن را تقویت کنید و در فعالیت‌های تبلیغی خود از این ظرفیت استفاده نمایید.

دسته‌بندی تخصص‌های لازم

برای اینکه افراد را مجبور نکنیم به کارهایی مشغول شوند که به آن‌ها علاقه ندارد، باید براساس تخصص‌های لازم برای گروه خود افراد را جذب کنیم. بنابراین تصمیم بگیرید تمام تخصص‌هایی که برای پیشبرد کارتان به آن‌ها نیاز دارید را دسته‌بندی کنید

پیدا کردن افراد متخصص

برای تخصص‌هایی که دسته‌بندی کرده‌اید، افراد مناسب و کاربردی را انتخاب کنید. یادتان باشد هرچقدر تخصص افراد به کاری که می‌خواهند در سازمان انجام دهند نزدیک‌تر باشد، در انجام آن کار موفق‌تر عمل خواهند کرد

شفافیت در بیان هدف گروه

وقتی افراد مورد نظرتان را پیدا کردید، هدف اصلی و نهایی کار گروهی خود را به صورت کاملاً واضح و شفاف با آن‌ها در میان بگذارید. هر سوالی که در مورد هدف داشتند را پاسخ دهید و نگذارید هیچ نقطه ابهامی در خصوص هدف گروه باقی بماند. اگر بتوانید یک شعار خوب برای هدف گروه انتخاب کرده و آن را در جایی آویزان کنید تا



هدف مورد نظر همیشه جلو دید افراد گروه باشد.

شفافیت در بیان نقش‌ها

وقتی نقش افراد در گروه مشخص نباشد، بی‌نظمی بر گروه حاکم خواهد شد؛ در نتیجه گروه نمی‌تواند در مسیر برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته حرکت کند. همین اتفاق زمانی می‌تواند تکرار شود که مسئولیت‌ها و نقش اعضا شفاف نباشد.

هر چقدر نقش افراد تیم مشخص‌تر و تخصصی‌تر باشد، آن‌ها بهتر می‌توانند توانایی‌های خود را در جهت هدف‌های سازمان به کار بگیرند؛ بنابراین نقش‌ها را کاملاً واضح تعیین کنید و به تمام پاسخ‌ها جواب دهید تا هیچ ابهامی در این باره باقی نماند.

دانش رهبری

اگر در انجام وظایف فوق با مشکل برخورد کردید یا متوجه شدید که نمی‌توانید افراد را در جای درست خود قرار دهید، به فکر تقویت دانش رهبری خود باشید. مدیریت یک گروه یا تیم به تخصص نیاز دارد؛ بنابراین بهتر است هر روز خود را با آخرین اطلاعات مدیریت گروهی بروز کنید. تنها در این صورت می‌توانید از افراد گروه‌تان انتظار داشته باشید درست عمل کنند.

در واقع اولین کسی که باید به قواعد گروه پایبند باشد، مدیر یا رهبر آن گروه است. بهتر است بدانید یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در موفقیت کار تیمی نیز نحوه رهبری آن تیم است.

تأکید بر مزایای کارگروهی

ممکن است افرادی در گروه باشند که مزایای کارگروهی برای آنها مشخص نباشد و بخواهند تک‌روی کنند. در این موقعیت‌ها، وظیفه یک مدیر تأکید بر مزایای کارگروهی است.

احترام به جایگاه افراد

ممکن است که تعدادی از افراد گروه تصور کنند که وظیفه و تخصص بقیه از کاری که آنها انجام می‌دهند با ارزش‌تر است؛ بنابراین ارزش‌گذاری برای تک‌تک وظایف و نقش‌ها در یک گروه از



اهمیت زیادی برخوردار است. توجه به تمام نقش‌ها و بازگ کردن فعالیت‌های ارزشمند آنان در جلسات می‌تواند این خلأ را کاملاً پوشش دهد.

رهبری اشتراکی

وقتی تمام افراد نمی‌توانند در نقش رهبر عمل کنند کارایی هر یک از افراد چندین برابر بالاتر می‌رود در واقع یکی از بهترین اما حساس‌ترین بخش‌های کارگروهی ایجاد رهبری اشتراکی است در رهبری اشتراکی هر یک از افراد بسته به موقعیت و شرایط خاص می‌توانند تصمیمات مهمی اتخاذ کرده و در مورد انجام فعالیت‌ها نظر بدهند.

به این نکته توجه نمایید که وقتی افراد هنوز به تعهد کافی در برابر گروه نرسیده‌اند یا از نقش اصلی خود خبر ندارند در رهبری اشتراکی ممکن است گروه را دچار آشفتگی کنند.

ارتقادادن دیگران

در یک گروه موفقیت فردی ارزش خود را از دست می‌دهد؛ در گروه همه افراد باید بتوانند تمام تلاش خود را جهت یک هدف مشترک به کار بگیرند. در چنین شرایطی افراد از ارتقادادن سایر افراد تیم لذت می‌برند. انسان‌ها کسی که به آنها ارزش داده است را همیشه دوست خواهند داشت؛ بنابراین هرچقدر افراد یک تیم بتوانند یکدیگر را ارتقاد دهند حس بهتری نسبت به همدیگر پیدا می‌کنند.

انعطاف‌پذیری

افراد خشک و غیرقابل‌انعطاف نمی‌توانند در جایگاه تیمی خود درست عمل کنند. در واقع برای فعالیت صحیح در گروه باید بتوانید انعطاف‌پذیر باشید. اگر از این روحیه برخوردار نیستید

از خودگذشتگی

هیچ تیمی نتوانسته است با تک‌روی افراد خود به موفقیت برسد؛ یکی از لازمه‌های کارگروهی از خودگذشتگی هر یک از افراد آن تیم است. از خودگذشتگی کار راحتی نیست؛ اما در صورتی که روحیه



غالب افراد گروه شود می‌تواند معجزه ایجاد کند.

انضباط

در سایه انضباط است که یک تیم می‌تواند در مسیر هدفی که دارد حرکت کند. هر بی‌نظمی در گروه برابر با عقب افتادن یک مرحله از کارگروه است. این انضباط است که استعداد را به توانایی تبدیل کرده و برنامه‌ریزی‌ها را به سمت اقدام و عمل می‌کشاند. یکی از فاکتورهای اصلی موفقیت در کارگروهی انضباط گروهی و فردی هر یک از اعضا است به همین دلیل است که حضرت امیر در توصیه به فرزند ارشد خود تأکید به نظم در کنار تقوا می‌کنند.

پیگیر بودن

پیگیر بودن یعنی اهمیت دادن به کیفیت انجام کارها وقتی افراد نمی‌تنها در فکر از سر واکردن مسئولیت‌های خود نباشد و دغدغه اصلی آنها درست انجام شدن وظایف باشد آن تیم در جهت درستی حرکت می‌کند و یقیناً به نتیجه بزرگی می‌رسد.

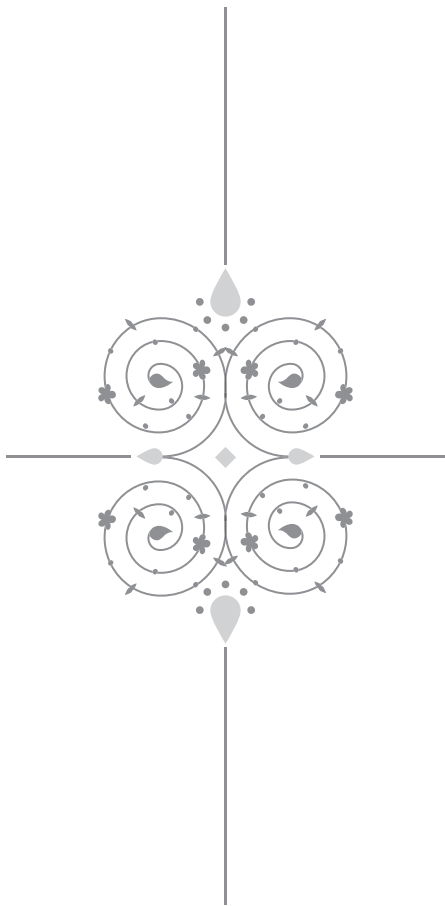
با اجرای این مراحل شما می‌توانید یک شبکه مردمی ایجاد نمایید و تمام اقدامات را با کمک آنها اجرا نمایید







قالب اول: چهره به چهره



آموزش مراحل تبلیغ چهره به چهره

امروز مبلغین ما با قشر خاکستری و سیاه کمترین تعامل و ارتباط را دارند. قشر خاکستری حدود ۶۰ درصد و سیاه حدود ۱۵ درصد جامعه را تشکیل می‌دهند؛ یعنی حدود ۷۵ درصد جامعه قشر سیاه و خاکستری هستند که جامعه روحانیت یا هیچ ارتباطی با ایشان ندارد یا ارتباطش بسیار کم است اگر هم ارتباطی دارد تأثیرگذاری اش بسیار حداقلی است اگر بخواهیم در تحقق منویات رهبر معظم انقلاب که تسریع تحقق گام دوم انقلاب است پیشرفت خوبی داشته باشیم یکی از پایه‌های این پیشرفت خوب ارتباط مؤثر مبلغین عزیز با جامعه است بله ما به مواجهه روبرو با عموم مردم نیاز داریم.

همان‌طور که می‌دانیم برای یک مبلغ با هر گرایش و تخصصی که دارد قرآن حدیث تاریخ فلسفه کلام فرق لازم است که در ارتباط و مواجهه رودررو با انسان‌ها عملکرد مفید و مؤثری داشته باشد.

امتیازات تبلیغ چهره به چهره

۱. تبلیغ عملی است

عمل انسان بارها بیشتر از کلامش اثرگذار است اخلاق عملی تأثیر بی‌ظنیری بر دیگران دارد به‌ویژه اگر هدفمان رضای خدا و ترویج اسلام عزیز

باشد دو صد گفته؛ چون نیم کردار نیست سخنرانی جایگاه ویژه‌ای دارد؛ اما در بسیاری از موارد یک رفتار نیکو و کرامت اخلاقی به مراتب مؤثرتر از ده‌ها سخنرانی است.

۲. تبلیغی فعال است نه منفعل

یکی از مزیت‌های تبلیغ چهره‌به‌چهره نسبت به تبلیغ در قالب سخنرانی و منبر این است که من خودم به سمت مخاطب می‌روم نه اینکه بنشینم ببینم چه کسی به سوی من می‌آید به عبارتی مخاطب شما محدود به مسجدی‌ها و هیئتی‌ها نیست؛ بلکه کسانی که در خیابان و حتی در پارک یا کنار ساحل دریا می‌بینید همه را شامل می‌شود اینجا شما فعال هستید و می‌توانید تأثیر خوبی در ترویج دین داشته باشید. وقتی شما به عنوان یک روحانی به سمت مردم می‌روید آثار فراوانی دارد از جمله اینکه طرف مقابل به شما به عنوان یک دوست نگاه می‌کند تا یک سخنران اینکه شخص مقابل بتواند حرف‌هایش را به شما بگوید و با شما درد و دل کند گام بلندی در جهت از بین بردن فاصله‌های میان مردم جامعه با روحانیون است

۳. کم‌هزینه و سهل الوصول است

یکی دیگر از مزایای تبلیغ چهره‌به‌چهره کم‌هزینه و سهل الوصول بودن آن است در اهمیت برپایی مجالس سخنرانی تردیدی نیست؛ اما یکی از ویژگی‌های این مجالس هزینه‌دار بودنشان است مخارج مکان مخارج اطلاع‌رسانی پذیرایی سخنران سرمایه‌ش گرمایش نور صوت و غیره به همین دلیل برگزاری چنین مجالسی چون با محدودیت‌هایی مواجه است گاهی سخت محقق می‌شود؛ اما ارتباط چهره‌به‌چهره واقعاً کم‌هزینه است به راحتی انجام می‌شود؛ مثلاً شما به محل تحصیل محل کار خرید یا مسافرت که می‌روید به طور طبیعی هم‌زمان با افراد زیاد و با سلیقه‌های مختلفی روبرو می‌شوید که می‌توانید از این فرصت مواجهه هرچند کوتاه برای تبلیغ و اثرگذاری استفاده کنید.

گام اول: جذب

انواع شیوه‌های جذب

الف) شیوه‌های جذب ظاهری



۱. لباس و ظاهر آراسته

۲. معطر بودن

ب) شیوه‌های جذب فزاکلامی

۱. لبخند و تبسم داشتن

۲. نگاه با محبت

۳. گذشت از خطای دیگران

ج) شیوه‌های جذب کلامی

۱. پیش سلام شدن

۲. حاضر جوابی متواضعانه

د) شیوه‌های جذب مهارتی

مثال: رزمی کار بودن، طب سنتی دانستن، مهارت‌های کامپیوتری، خطاطی، نقاشی، اطلاعات عمومی خوب داشتن و....

و) شیوه‌های جذب معنوی

گام دوم: ارتباط‌گیری

انواع و روش‌های ارتباط‌گیری

۱. نوع سلام کردن: نحوه سلام ما متناسب با شخصیت طرف مقابل باشد

۲. با اسم صدا زدن

۳. دست دادن: مهم‌تر از دست دادن نوع دست دادن است که مناسب با

طرف مقابل باشد

۴. بهانه گویی: گفتگو به کمک سؤال پرسیدن یا روش روایت خوانی و یا

بهانه‌های طبیعی

۵. اشتراک‌سازی: پیدا کردن وجوه اشتراک بین خودمان و طرف مقابل

۶. استفاده از ابزارهای ارتباطی: وسایلی که جذب‌کننده هستند مانند بازی

میخ‌های جادویی



گام سوم: هدایتگری

مراحل:

۱. **محبت:** اگر ارتباط در بستر محبت محقق شود اثرگذاری فوق‌العاده بالا می‌رود محبت با رعایت نکات و روش‌های زیر انجام می‌شود:

۱. رعایت سن و شخصیت افراد

۲. محتوای مناسب

۳. لحن مناسب

۴. تکریم شخصیت

۵. هدیه دادن و احسان کردن

۲. **اعتمادسازی:** در فرایند هدایتگری مخاطب بسیار لازم و ضروری است

که با روش‌های زیر محقق می‌گردد:

۱. تشویق کردن

۲. شاکی شدن

۳. گفتن نمی‌دانم

۴. رفع حاجت او

۳. **دستگیری:** هدایتگری و دستگیری شامل هدایتگری حداقلی مثل

پاسخ به یک شبهه و سؤال ذهنی مخاطب و همچنین هدایتگری حداکثری که همان تغییر در مسیر زندگی مخاطب بوده است.

نکته: نوع پایان دادن به گفتگو در تبلیغ چهره به چهره مهم است ابتدا

تشکر سپس اجازه و بعد خدا حافظی.

در ادامه اقداماتی که در این مدل اجرامی شود را معرفی می‌نماییم.





اقدامات متناسب با تبلیغ چهره به چهره

باتوجه به اینکه این فعالیت‌ها به صورت چهره‌به‌چهره صورت می‌گیرد؛ ولی حتماً باید در فضای مجازی انعکاس داشته باشد

۱. روایت محله

یکی از کارهای مهم در منبر علاوه بر سخنرانی که برنامه معمول تمام طلاب در ایام تبلیغی است این است که مبلغ باید در ایام تبلیغی خود در محله، به شناسایی افرادی که تأثیرگذار هستند بپردازد و آنها را در منبر خود معرفی کند

توجه داشته باشید که جهت شناسایی به دنبال فعالیت‌هایی باشید که تمام مردم می‌توانند انجام دهند به طور مثال خیرین مدرسه‌ساز و یا تهیه جهیزیه ممکن است تمام افراد آن را نتوانند انجام دهند. شما علاوه بر اینکه این افراد را معرفی می‌کنید به دنبال افرادی باشید که کارهای خیر و خوب دم‌دستی انجام می‌دهند مثلاً

✓ قصاب محله که افراد نیازمند محله می‌شناسد و قبل از اینکه آنها آبروی خود را خرج کنند به آنها کمک می‌کنند.

✓ خانم خیاط محله که برای نوع‌روسان تخفیف ویژه قائل می‌شود

✓ سوپری محله که به افراد نیازمند اجناس نسبی می‌دهد



✓ و....

با این کار علاوه بر تکریم این عزیزان در محله و معرفی آنها به دیگران می‌توانید زمینه مناسبی برای الگوسازی این افراد فراهم نمایید.
در اجرای این کار دقت داشته باشید که آبروی افراد نیازمند در خطر نیفتد.

فرایند

برای معرفی افراد مؤثر در محله مبلغ اول باید توسط افراد محله به شناسایی افراد مؤثری که در محله کار خیری انجام می‌دهند و یا کار مهمی که خیر و خوبی آن به افراد محله می‌رسد را پیدا کند در مرحله بعدی می‌تواند از آنها دعوت کند که در جلسه منبر حضور داشته باشند و ایشان را بالای منبر رسول خدا معرفی کند. می‌توانید چند دقیقه زمان به فرد بدهید تا خود و کارش را معرفی کند

سعی کنید در موضوعات مختلف به دنبال چنین افرادی بپردازید مثل

✓ تهیه جهیزیه

✓ آزاد کردن زندانی

✓ دستگیری از نیازمندان

✓ تهیه بسته ارزاق برای نیازمندان

✓ زنان موفق

✓ همسر داری و تربیت فرزند

✓ راه اندازی صندوق قرض الحسنه

✓ راه اندازی باشگاه ورزشی

✓ سعی در رفع نیازهای محله

✓ پیگیری و مسائل و مشکلات محله از نهادها دستگاه‌های مربوطه

✓ راه اندازی مهد کودک و مدرسه

✓ تشویق و تسهیل راه اندازی اشتغال‌های خرد خانگی

✓ برگزاری برخی مراسمات در فضای عمومی

✓ و....

مبلغین گرامی توجه داشته باشند که افرادی را معرفی کنید که مردم



بتوانند از او الگوبرداری کنند؛ مثلاً فردی که شدیداً متمول هست را مردم می‌گویند «دارد و خرج می‌کند من هم اگر داشتم به دیگران کمک می‌کردم» ولی اگر افرادی که مثل خود مردم هستند را انتخاب و معرفی کردید دیگر چنین حرفی زده نمی‌شود!

مخاطب هدف

این اقدام برای تمام افرادی هست که علاوه بر پای منبر شما در محله تبلیغی شما حضور دارند در واقع درخواستی که ما از مبلغ داریم این خواهد بود که فقط به افراد پای منبر خود جهت تبلیغ بسنده نکنید.

محل و بسترهای اجرا

برای معرفی این افراد شما باید در منبر خود از آنها یاد کنید و یا اینکه به آنها فرصت صحبت بدهید تا علاوه بر اینکه کار خیر خود را معرفی می‌کنند ناخودآگاه تبلیغ کسب و کار ایشان نیز باشد علاوه بر این کار مبلغ باید از این اقدام عکس و فیلم تهیه نماید و در کانال محله خود بارگذاری نماید.

فعالیت گروه مردمی

همان طور که در تک‌تک اقدامات نشر خوبی‌ها خواهیم گفت فعالیت گروه مردمی شما در این اقدامات حائز اهمیت است در اقدام روایت محله آن چیزی که به نظر می‌رسد برای بهتر پیاده شدن این عملیات در میدان نیاز است، فعالیت گروه مردمی شما است، به نحوی که از این شبکه مردمی در شناسایی و انعکاس رسانه‌ای فعالیت استفاده نمایید. به طور مثال کسب محله که جزء گروه مردمی شما هستند نسبت به خیرین محله اطلاعات بیشتری دارند لذا می‌توانند به شما در این امر کمک شایان توجهی کنند.

نحوه گزارش دهی

آنچه برای سازمان تبلیغات در عرصه جهاد تبیین مهم است خروجی‌های رسانه‌ای شما از این اقدام شما است؛ لذا اگر مبلغی چنین خروجی نداشته

۱. جهت معرفی کارهای بیشتر و توضیحات تکمیلی رجوع شود به طرح محله هم‌دل



باشد از نظر سازمان تبلیغات در این طرح نمی‌تواند قرار بگیرد و به طبع از مزایای این طرح نیز نمی‌تواند استفاده کند؛ لذا از تمام دوستان مبلغ درخواست داریم که حتماً یک کانال ترجیحاً در پیام‌رسان ایتا ایجاد نمایید و این اقدامات را در آن منعکس نمایید و لینک آن را برای ادمین کانال نشر خوبی‌ها ارسال فرمایید.

۲. تاریخ شفاهی

ماهیت و تعریف

راوی قراردادن افراد خانواده که قبل از انقلاب را درک کرده‌اند تا خاطراتشان و یا خاطراتی که از دیگران را شنیده‌اند را روایت کنند

هدف

الف) آشنایی نوجوانان و جوانان با دوران پهلوی؛

انسان وقتی نسبت به موضوعی تصویری ندارد و یا تصور اشتباهی دارد با بیان و توصیف دقیق از آن توسط دیگران، تصویری بهتر نسبت به آن موضوع را برای خود تجسم می‌کند. چه کسی بهتر از شخصی که آن موضوع را دیده و در آن فضا زندگی کرده می‌توان آن تصویر را بسازد، لذا باید از بزرگ‌ترها خواست تا در خصوص تجربیات خود که فضای زمان شاه را درک کرده‌اند در قالب بیان خاطره صحبت کنند تا تصویرسازی بهتری برای مخاطب نوجوان و جوان شکل بگیرد.

ب) تخریب دوران پهلوی؛

وقتی راوی یا همان بزرگ‌تر شروع به تعریف خاطرات خود می‌کند از آنجاکه تجربه شخصی خودش است، با حس و حال بهتری می‌تواند فضای زمان شاه را بیان کند که این قاطعیت در بیان، خود باعث می‌شود که مخاطب بدون اینکه حرفی از مقایسه در میان بیاید شروع به مقایسه کند و از تصورات غلطی که برای او در جامعه از زمان شاه شکل گرفته فاصله بگیرد و در اینجا این ذهن مقایسه‌گر مخاطب است که به صورت غیرمستقیم در بلندمدت در جنگ مقایسه‌گری نبرد بین زمان شاه و بعد از انقلاب را به نفع زمان انقلاب سوق می‌دهد.



ج) هویت‌دهی بزرگ‌ترها؛

در این زمان که کوچک‌ترها کمتر احترامی برای بزرگ‌ترها قائل هستند و چه‌بسا برخی از این مشکلات را به‌خاطر قیام بزرگ‌ترها در دهه پنجاه می‌دانند با دور او جمع‌شدن به بهانه دیدوبازدید و مخاطب قرارگرفتن توسط مبلغ، با اهداف و شرایط تفکر بزرگ‌تر آشنا می‌شوند که این خود چند هدف را دنبال می‌کند یکی اینکه خود را در جای بزرگ‌تر تصور می‌کنند تا جایی که شاید در قیام سال پنجاه و هفت حق را به او دهند و یکی دیگر از این اهداف موردتوجه قرارگرفتن بزرگ‌تر است آن هم از جانب نسل امروز که کمتر به بزرگ‌تر خود به‌عنوان اصل و ریشه نگاه می‌کند و در نهایت شنیدن خاطرات بزرگ‌تر باعث ثبت این خاطرات نزد مخاطب جوان می‌شود.

محل و بستریهای اجرا

الف) جمع‌های خانوادگی

ب) مهمانی‌ها

ج) هر جمعی که شرایط محور قرارگرفتن بزرگ‌ترها را دارد

د) گعده‌های بعد از هیئت و مجالست با پیر غلامان سیدالشهدا

فرایند

مبلغ وقتی در چنین جمع‌هایی قرار می‌گیرد می‌تواند با مطرح‌کردن سؤال‌هایی بزرگ‌ترها را کم‌کم در مسیر بیان خاطرات خود قرار دهد برای مثال؛

- خانه شما چطور بود
- تردد و سفر شما چگونه بود
- نحوه سربازی رفتن و شهرهایی که سربازی می‌رفتند کجا بود کیفیت سرباز به چه نحوی بود
- مهمانی‌ها چطور بود و با چه کیفیتی برگزار می‌شد
- خاطرات هیئت و محرم (هیئت‌گرفتن‌های مخفیانه در زمان پهلوی)
- بیان کرامات از امام حسین به‌خصوص در هیئت



- بیان خاطرات زیارت رفتن در زمان‌های گذشته (کربلا، مکه، مشهد و...)
- و...

وقتی آنها شروع می‌کنند به تعریف ناخواسته در وادی تعریف نکاتی را بیان می‌کنند که مبلغ می‌تواند از لابه‌لای آنها مشکلات زندگی در زمان پهلوی را پیدا کند با اشاره ظریف به این نکات مطالب نادرستی که در خصوص پهلوی است را بیان کند

باتوجه به این که ممکن است افراد بزرگ‌تر در جمع بیشتر از یک نفر باشند می‌توان کم‌کم دیگران را نیز داخل بحث آورد و از تجربیات آنها استفاده کرد، در این حالت بدون این که مبلغ بخواهد کاری انجام دهد و به صورت کلیشه‌ای زمان قیل و بعد انقلاب را مقایسه کند مقایسه‌ای که غالباً مردم اگر از طرف مبلغ و طلبه باشد را مغرضانه می‌دانند، به نفع مبلغ تمام می‌شود

می‌توان از اشخاص بزرگ جمع درخواست کرد که به خاطر ثبت و ماندگاری خاطرات شما با صدای خودشان، اجازه ضبط خاطره را با صدای خود او را از او بگیرند و اگر اجازه دادند در گروه‌های خانوادگی و محله نشر دهید.

شرایط

مبلغ باید در این کار هوشیاری لازم را داشته باشد و جاهایی باید ورود کند و گره مناسب را بین زمان قدیم و جدید را بزند و یا اینکه جاهایی باید در میان بحث آمده بحث را از محدوده‌ای که ممکن است باعث خلط مطلب شود دور کند. باید توجه داشت که این سؤالات را از افرادی که بیشتر انقلابی هستند و یا اینکه روحیه منصفانه دارند بپرسد.

باید دانست که این فعالیت به ابزار خاصی نیاز ندارد و بدون هیچ پیش‌نیاز می‌توان آن را انجام داد

برای نمونه از خاطره مادر یکی از مبلغین می‌توان خدمتتان گفت که مادر ایشان تعریف می‌کردند می‌خواستند برای خان‌نان درست کنند برای این کار رفتند پیشخان تا از او پول بگیرند و خرید کنند ایشان می‌گویند پدر و مادرم پیشخان رفتند و خان همان‌طور که بر روی میز خود نشسته بود بدون اینکه جابه‌جا شود یک سکه را سمت پدرم پرت کرد پدرم به صورت



چهار دست و پا به سمت سکه رفتند تا سکه را بردارند بعد از برداشتن خان یک سکه دیگر را به سمت دیگری می‌اندازد و پدرم باز با همان حالت به سمت سکه رفتند و این کار چندین بار ادامه داشت تا پول تهیه نانی که برای خود خان تهیه می‌شد جمع شود.

در خاطره‌ای دیگر یکی از مبلغین از پدرشان نقل می‌کنند که پدرشان هر وقت که شب‌ها بیدار می‌شدند برای وضو گرفتن به آب نیاز داشتند گریه می‌کردند و می‌گفتند گذشته ما خیلی سخت بود

فعالیت گروه مردمی

در این اقدام گروه مردمی بیشتر از مبلغ می‌توانند فعال باشند چه بسا مخاطب اصلی این فعالیت گروه مردمی مبلغ باشند که باید اقدام به برگزاری این جلسات تاریخ شفاهی در بین خانواده‌ها و در هیئت‌ها در ایام محرم نمایند.

همچنین در امر انعکاس رسانه‌ای در فضاهای مجازی باید به نحو احسن فعال گردند.

نحوه گزارش دهی

همان طور که قبلاً اشاره شد در صورت امکان جلسه را فیلم برداری کنید تا علاوه بر نشر آن در فضای مجازی و کانال خود در محله، لینک کانال را برای ادمین ارسال نمایید و یک یادگاری از بزرگ‌ترها که حقیقتاً برکت جامعه ما هستند بماند

لازم به ذکر است در صورت نبود امکان فیلم برداری حتماً جلسه را به صورت صوتی ضبط نمایید.

۳. شمعی در بازار

ماهیت و تعریف

یکی از بهترین بسترهایی که برای مبلغ وجود دارد در بین اصناف و بازاریان بودن است علاوه بر ارتباط‌گیری و توسط مبلغین و کسبه می‌توان کارهای مختلفی را در بین خودشان رقم زد، به گونه‌ای که خود کسبه کنشگر شوند و خودشان فعالیت‌های مختلفی را انجام دهند.



هدف

الف) ارتباط‌گیری با کسبه و بازاریان؛

این ارتباط در اصل به نحو ارتباط اولیه است به گونه‌ای که از کسب و کارشان پرسیده شود یا اگر اطلاعاتی از صنف آنها دارید ارائه دهید که با این کار بسیاری از کسبه یخشان در ارتباط‌گیری باز می‌شود و شروع به صحبت کردن می‌کنند،

ب) تبلیغ در بین بازاری‌ها؛

بعد از برقراری ارتباط اولیه بهتر است که کسبه متدین و مؤمن را شناسایی کنید و با آنها به گونه‌ای رفتار داشته باشید و به آنها پیشنهاد برگزاری مراسم زیارات و ادعیه داده شود تا بازاری‌ها با هم در یک مکان جمع شوند و مراسمی را داشته باشند، البته که صرفاً تبلیغ در بین بازاری‌ها این نیست که منبر رفت و دعا خواند همین رفت‌وآمد با آنها و پای درد دلشان نشستن نشان داده که آنها زوایایی از زندگی خود را مطرح می‌کنند و از مبلغ راهنمایی و یارهاکار می‌خواهند، این مرحله بهترین مرحله برای وارد شدن طلبه به عنوان یک مبلغ است چنان که علمای قدیم ما هم رسم داشتند که در میان کسبه و بازاری‌ها رفت‌وآمد می‌کردند و بدون هیچ‌گونه چشم داشتی مشکلات آنها را رفع می‌کردند و این کسبه خود بهترین پشتوانه مذهبی برای دین در ایام مختلف می‌شدند.

مخاطبان

در این روش بازاریان، کسبه راسته‌های مختلف بازارها، دست‌فروشان و مغازه‌دارهای محله‌ها بهترین جامعه هدف هستند که غالباً در صورت موضع در ابتدای کار تجربه نشان داده بعد از زمان کوتاهی همراهی‌های بسیار خوبی با مبلغ دارند

فرایند

ابتدا باید مبلغ دقت داشته باشد در بازار یا راسته یا محله و یا پاساژ بدون حضور فرد همراه وارد شود تا جلب توجه کمتری کند سپس مبلغ باید یک منطقه کوچک را به عنوان هدف مورد ارزیابی قرار دهد بعد از ارزیابی کم‌کم شروع به ارتباط‌گیری بین کسبه‌ای که در ارزیابی هدف‌گذاری کرده



بود کند و سپس در بین این روابط کوتاه که شاید تا چند روز مستمر باید انجام بگیرد افراد امین و متدین و پای‌کار را شناسایی کنند سپس شروع به فعالیت‌های تبلیغی دیگر از جمله برگزاری ادعیه و جلسات و مراسمات اهل بیت علیهم‌السلام بکند، باید سعی کرد که از همه قشرها را جذب این روابط کرد علاوه بر این می‌توان به صورت تبلیغ چهره‌به‌چهره از مشکلات کسبه که برای مبلغ قابل حل است مطلع شد و مبلغ در راستای رفع آن مشکلات تلاش کند، همان‌طور که در مورد‌های قبل تر گفته شد این است که مبلغ می‌تواند از این ارتباط مؤثری که برقرار می‌کند فیلم و فایل تصویری تهیه کند و باز نشر دهد.

شرایط

یکی از مواردی که مبلغ باید به آن توجه داشته باشد این است که گوش شنوا باشد لازم نیست که به همه مشکلات یا ابهامات و یا شبهات مطرح شده از طرف کسبه پاسخ داده شود و غالباً باید شنونده بود تا ارتباط مؤثر که کار بسیار سخت و ظریفی است برقرار کند و بعد در مراحل که به نظر می‌رسد ظرفیت تبلیغ چهره‌به‌چهره وجود دارد باظرافت نکات را بیان کند، نکته‌ای که به نظر می‌رسد برای جذب مخاطب بازاری بسیار مهم است دانستن نکاتی در خصوص جلب رزق بیشتر است که مخاطب از آن استقبال می‌کند که توصیه می‌شود در این خصوص به حلیه المتقین مراجعه شود

ابزار

مهم‌ترین چیزی که می‌توان به عنوان ابزار در این عملیات برای طلبه نام برد از جمله آنها رعایت اخلاق فردی است که هم جایگاه مبلغ حفظ شود و هم کسبه با او احساس راحتی کنند در مرحله بعد کلام لین است که با زبانی نرم و لین با مخاطب سخن گفته شود و نکته مهم دیگر این است که شخص مبلغ باید طبیب دوار بطب خود باشد؛ مانند پیامبر مکرم اسلام ﷺ و اهل بیت ایشان نیز این روش و سیره را داشتند که در بازار حضور مستمر داشتند و این رفتار از مبلغ هم انتظار می‌رود، یکی از رفتارهای تربیتی ایشان با این جامعه مخاطب داشتن تداوم در ارتباط است که برای این مخاطب بسیار جذاب و قابل توجه است.



محتوای لازم

ضمن ارتباطی مؤثری که با کسبه گرفته می‌شود در حین این ارتباط مؤثر و گفت‌و شنودها می‌تواند روایاتی که در باب کسب‌وکار است را برای افراد بازگو کند و اینکه اتفاق‌هایی که برای کسبه متدین افتاده و درس‌آموز است را بازگو کند

اردو؛

اگر به نظر مبلغ فضا به سمتی رفت که می‌تواند اردو یا گردش نیم‌روزی را با آنها داشته باشد می‌تواند آنها را به منزل خانواده شهدا ببرد و کسبه را با خانواده شهدا آشنا کند و یا در مناطق ضعیف شهر تردد کنند و در حین این کار آنها را تشویق به کمک‌رسانی به قشر ضعیف کنند
دعای ندبه در بازار، رفع رجوع مشکلات، کارهای عملیاتی، کارهای فرهنگی
پاساژ

کارهایی که در مطالب قبل را بیان کردیم همه در اینجا کاربردی است و می‌توان در اینجا اجرا کرد، نکته‌ای را که مبلغ باید به آن توجه داشته باشد این است که همه این کارها باید با کمک کسبه انجام شود.

نکته: جمع کسبه و بازاریان بستر بسیار مناسبی برای نشر مطالب شما هستند. اگر مبلغی کمی خلاقیت به خرج بدهد و از دریچه میل این عزیزان که همان کسب درآمد است وارد شود، تمام کسبه حاضر هستند که تمام دستورات مبلغ را اجرا نمایند

فعالیت گروه مردمی

گروه مردمی شما در امر انعکاس رسانه‌ای در فضاهای مجازی باید به نحو احسن فعال گردند.

نحوه گزارش‌دهی

مبلغین گرامی علاوه بر خوداظهاری مبنی بر تعداد مغازه‌های فتح شده می‌توانند تعدادی عکس یا فایل صوتی و یا تصویری از فعالیت‌های خود در مغازه‌ها را در کانال خود بارگذاری نماید و لینک آن را برای ادمین کانال نشر خوبی‌ها ارسال نماید.



۴. سخنرانی آسانسوری

اگر بخواهیم در یک بیان کوتاه در خصوص سخنرانی آسانسوری بگوییم، باید گفت که به گفتگوهایی کوتاه و چهره‌به‌چهره‌ای که در جامعه فراگیر است و غالباً در تاکسی‌ها، صف نانوایی، گعده‌های دوستانه بعد از هیئت، اتوبوس، مترو و دورهمی‌های فامیلی و غیره شکل می‌گیرد را سخنرانی آسانسوری می‌گوییم استفاده از بسترهای این‌چنینی جهت گفتگوی سازنده و امیدآفرین در موضوعاتی که به جهاد تبیین مرتبط است حرکتی کوتاه اما مؤثر است تا بتوان به مخاطب تلنگرهای مناسبی زد و چه بسا در نهایت باعث تغییر نظر بعضی از افراد هم شد.

باتوجه به اینکه در جامعه امروز منفی‌بافی، تزریق ناامید و سیاه‌نمایی در این چنین فضاهایی بسیار شایع شده است می‌توان از همین بسترها استفاده کرد و مسیر فکری مخاطبین را جهت داد، مخاطبی که با تکرار بسیار زیاد این مسائل کوتاه و جهت‌دار در بعضی از مواقع حتی مسلمات و بدیهیات را هم در لحظه فراموش می‌کند و با شخص معاند همراه می‌شود، اینجا است که ما می‌توانیم چهره واقعی انقلاب را بحق حفظ کنیم و در نزد مخاطبین ارتقا دهیم چه بسا بتوانیم کسانی را که باعث تزریق این احساسات منفی هستند به عقب برانیم و حتی دیگران را با خود همراه کنیم، باید گفت این روش همان جهاد تبیین است که مقام معظم رهبری می‌فرمایند.

فرایند کار

قبل از اینکه وارد فرایند کار شویم باید گفت که باتوجه به مکان‌های مختلف مخاطب نیز تغییر می‌کند و مبلغ بسته به این فضاهاست که سخن را مدیریت می‌کند، بعد از شناخت مخاطب این نکته را باید توجه داشت که در این مکان‌ها انسان باید مسلط به احساسات خود باشد و کنترل شده از مبانی دفاع کند، زیرا غالباً این افراد که نسبت به مسائل و مشکلاتی که با آن مواجه هستند، به این توجه ندارند که غالب گزاره‌هایی که در حال بیان آن هستند یا صحیح نیستند و یا صحیح و غلط در ذهن آنها مخلوط شده است؛ لذا ابتدا باید با خونسردی به گفته آنها گوش داد و



نکات کلیدی که می‌توان با آن استدلال مخاطب را از بین برد را پیدا کرد بعد از پایان حرف مخاطب باید مبلغ میدان داری کند، ضمن توجه به اینکه این افراد مطالبی را که بیان می‌کنند از شنیده‌هایشان است، مبلغ باید دقت داشته باشد به گونه‌ای رفتار کند که مخاطب باور داشته باشد که خیرخواه فرد مخاطب است و به او یادآوری کند که ما هم با شما در این شرایط و فضا زندگی می‌کنیم و این مشکلات برای ما هم باعث ناراحتی است، بعد از این رفتار که باعث آرامش مخاطب می‌شود، باید از فرد خواست که برای گفته‌هایش مدرک مناسب و رسمی ارائه کند نه اینکه همین‌طور بدون مدرک یک سلسله ادعا مطرح کند، مبلغ باید توجه به این داشته باشد که قرار نیست در یک ملاقات کوتاه فرد را قانع کرد، اشتباهی که غالب مبلغین و مذهبی‌ها مرتکب آن می‌شوند، فقط او قرار است شاکله ذهنی غلطی که برای فرد شکل گرفته را از بین ببرد که این خود دستاورد بزرگی محسوب می‌شود و بعد اگر فضا مناسب بود به سمت اقناع فرد برود.

بارها دیده شده که اگر در مقابل این افراد شروع به بیان حقایق به صورت صحیح شود، خود آنها از موضع خود کوتاه می‌آیند، اما اگر سکوت شود و حقایق را بیان نکنیم این افراد دیگران را نیز با خود همراه می‌کنند.

حتماً مکالمه خود را ضبط کنید این کار چند حسن دارد که یکی از آنها این است که خود شخص در فضای مناسب با گوش دادن به این مکالمه نقاط قوت و ضعف خود را پیدا کند و جهت ارتقا کار خود تلاش کند، صوت را به دیگران نشان دهد و از آنها در خصوص رفع این چنین شبهاتی کمک بخواهد و یا اینکه بهترین لحظات را برش بزند و برای دیگران بدون ایجاد حساسیت منتشر نماید

در نهایت باید گفت مبلغ عزیز باید توجه داشته باشد که در تمام مراحل دفاع از دین و انقلاب خداوند متعال با او همراهی می‌کند و از چیزی نترسد که ترس بهترین ابزار شیطان برای این است که مانع دفاع از دین شود.

چند نمونه صوتی در کانال برای شما معرفی می‌شود:

<https://eitaa.com/joinchat/3524723032Cc96349ddf6>



فعالیت گروه مردمی

لازم به ذکر است که محتواهای تولید شده در این زمینه و نمونه‌های صوتی در کانال بالا را نیز به گروه مردمی خود معرفی کنید و آنها را با این اقدام آشنا نمایید تا آنها نیز مثل شما در مواجهه با مردم همین اقدام را اجرا نمایند

تمامی فعالیت گروه مردمی خود را در کانال محله بارگذاری نمایید و همچنین خود افراد در مکان‌های مختلف آن را منتشر نمایند.

نحوه گزارش دهی

مبلغین گرامی حتماً باید فایل صوتی این جلسات را در کانال خود بارگذاری نمایند.

۵. کافه گفت‌وگو

ماهیت و تعریف

حضور مبلغ در کافه‌های سطح شهر و برقراری ارتباط با افراد حاضر در کافه به شکلی که با ایجاد فضای گفتگو ابتدا دل‌ها به هم نزدیک شده و نهایتاً برخی از گره‌های ذهنی مخاطبین گشوده شود

هدف

نزدیک شدن به مخاطبین غیرمذهبی که کمتر در اماکن مذهبی حضور دارند و در غیر از اماکنی مانند کافه مجالی جهت تبادل فکر و اندیشه و گفتگو پیدا نمی‌شود. در نتیجه اخبار خوب و حال خوب منتشر گردد.

مخاطب هدف

مشتریان کافه‌ها اعم از نوجوانان و جوانان دختر و پسر

فرایند

این مدل از برنامه تبلیغی به سه طریق قابل انجام است:
الف: ایجاد کافه: در این نوع خود ما با راه‌اندازی کافه مدنظر جهت‌های فکری و رفتاری مطلوب را با فضاسازی و سرو انواع نوشیدنی به سبک ایرانی اسلامی و آموشد افراد خاص تأمین می‌نماییم.



ب: هماهنگی با کافه: در این مدل با جستجو و تفحص در بین کافه‌ها، افرادی که با ما هماهنگ هستند را توجیه می‌کنیم و با ایشان بر سر ایجاد عملیات گفتگو در کافه به شکل هدف‌مند تفاهم می‌نماییم. او می‌تواند در این جهت برای من در کافه نقش تسهیلگر را داشته باشد.

● یا دوست و آشنایی دارم که خود کافه دار است و یا در کافه مشغول کار است

● یا با افراد در کافه در فرایندی دوست می‌شوم

● یا دوستانی و آشنایانی دارم که مشتری خاص برخی کافه‌ها هستند و از طریق ایشان با کافه دوست می‌شوم

ج: ورود دفعی به کافه: در این مدل به صورت ابتدایی وارد کافه می‌شویم و با بهره‌گیری از روش‌های ارتباط مؤثر با مشتریان و عوامل کافه ارتباط برقرار می‌کنیم و به سمت عملیات گفتگو حرکت می‌کنیم.

در مدل (ب و ج) لازم است فرد عمل‌کننده از قابلیت‌های رفتاری خاص مانند اجتماعی بودن، شجاعت در برخورد، خلاقیت، اطلاعات عمومی بالا، سعه صدر، ذکاوت و هوش هیجانی و نشاط رفتاری و... برخوردار باشد.

انواع روش‌های ورود به بحث و گفتگوی دوطرفه در کافه:

● سفارش نوشیدنی و شوخی با کافه‌دار (با منو، با قیمت، با کیفیت نوشیدنی، با تیپ کافی من، با سرعت آماده‌سازی و...)

● ارتباط‌گیری با میزهای مجاور و راه‌اندازی گفتگو از طرق روش‌های ارتباط مؤثر

● استفاده از سوژه‌ها و بهانه‌های موجود در کافه اعم از منو، دکوراسیون، موزیک در حال پخش و مهمانان در کافه جهت ارتباط‌گیری

● راه‌انداختن دعای زرگری بانفر دوم که همراه شما وارد کافه شده است

● صحبت مصنوعی یا واقعی با گوشی موبایل و طرح مطالبی جهت تحریک دیگران برای ورود به بحث

انواع روش‌های فعالیت در کافه به صورت یک‌طرفه:

● جای کتاب: اجازه‌گرفتن از کافی دار برای معرفی و تبلیغ یک کتاب و

مهمان کردن افراد کافه به صرف چای



- نسکافه کتاب: نیازی به اجازه نیست فقط افراد دور میز مدنظر مهمان به یک نسکافه می‌شوند و کتاب رو معرفی می‌شوند
 - قهوه کتاب: همان
 - چای فیلم: با هماهنگی مسئول کافه اندازه نوشیدن یک چای فیلم عمومی انتخاب شده و مؤثر در کافه پخش می‌شود
 - نسکافه فیلم: همان
 - قهوه فیلم: همان
 - چای نت: یک مسیر از قبل تعیین شده برای سایت گردی یا کانال گردی جهت روشن‌گری و معرفی چند سایت و کانال خوب به اندازه نوشیدن یک چای
 - قهوه نت: همان
 - نسکافه نت: همان
 - چای خبر: به مدت نوشیدن یک چای اخبار خوب و خبرهای خوش را ارائه می‌دهیم
 - قهوه خبر: به مدت نوشیدن یک قهوه تلخ چند خبر خوب و شیرین را منتقل می‌کنیم
 - نسکافه خبر: همان‌طور
- می‌توان در هر کدام از نوشیدنی‌های جسمی تطابق روحی در نوشیدنی روح ایجاد کرد مثلاً:
- در قهوه کتاب کتاب‌های تلخ (رمان درام) کار کنیم یا در قهوه فیلم فیلم‌های تلخ
- در نسکافه کتاب، کتاب‌های شیرین و نسکافه فیلم همین‌طور در چای کتاب و چای فیلم فیلم‌ها و کتاب‌های داغ و به‌روز را کار می‌کنیم این مقدار توضیح فقط جهت نمونه و مثال بود؛ لذا امکان انواع فعالیت‌ها جهت تأثیرگذاری در کافه وجود دارد که با خلاقیت و تجربه عملیات دیگران قابل افزایش است.
- اگر چنانچه این کار در کافه گفتگو مدل شود امکان طراحی یک منوی



فرهنگی شیک و باکلاس قابل انجام است مثلاً بدو ورود مشتری به کافه برای او یک منوی نوشیدنی فرهنگی ارائه می‌کنیم که در کنار هر نوشیدنی یک اتفاق فرهنگی یا خدمت فرهنگی برای او ارائه می‌شود که اسامی خاص نوشیدنی، خوراکی و فرهنگی دارد مثلاً

قهوه معاصر / اسپرسو حکمت / ماسالا ۵۷ / شیر انبه پهلوی / چای عنکبوت / شیرموز دوزخ / چای امام حسین / دم‌نوش قرانی /

شرایط

همراه داشتن برخی ابزارها و بازی‌های سرگرم‌کننده کوچک جهت اداره دوره‌می

همراه داشتن برخی کتب مفید و جذاب که سویه مذهبی ندارد

همراه داشتن برخی کلیپ‌ها و تصاویر ناب ناب در موبایل یا تبلت جهت تبادل اطلاعات و روشنگری افراد داخل کافه

آمادگی مالی جهت مهمان کردن و دعوت کردن چند نفر برای قهوه یا چای و...

نکته: همان‌طور که در معرفی این اقدام مشخص شد این اقدام علاوه بر چهره‌به‌چهره در حوزه فعالیت گروهی نیز می‌تواند قرار بگیرد

نحوه گزارش‌دهی

با رفق‌های جدید در کافه یا خود کافه‌دار که در واقع جزء شبکه مردمی شما هستند هماهنگ باشید که از شما فیلم و عکس بگیرند خودتان سلفی بگیرید با بچه‌هایی که با آنها مرتبط شدید اگر دوست داشتند و منعی نبود صدای مباحثه رو ضبط کنید تا دیگران استفاده کنند

مطرح کنید که کانال و گروه دارید و عکس و فیلم‌ها رو برای مصرف و خوراک کانال و گروه تون می‌خواهید

تمامی این عکس‌ها و فیلم‌ها و حتی صوت جلسات باید در کانال مبلغ بارگذاری شود و لینک آن را برای ادمین کانال نشر خوبی‌ها ارسال فرمایید. توجه فرمایید در انتشار این اقدام از ظرفیت شبکه مردمی می‌توانید استفاده نمایید



۶. کتاب بحث

ماهیت و تعریف

ورود به عالم کتاب به شکل جمعی و از طریقی غیر از مطالعه فردی و مباحثه هدف‌مند

در این اقدام مبلغ باید به بهانه کتاب با مخاطب خود ارتباط برقرار کند و مطالبی از معارف را با او گفتگو کند

لازم به ذکر است که به هیچ عنوان نباید به صورت مستقیم از مسائل دینی سخن گفت. حتی امکان دارد در مکالمه ما به هیچ عنوان از مسائل دینی سخن به میان نیاید و صرفاً یک ارتباط‌گیری صورت بگیرد. در اینجا مبلغ باید بتواند از هنر خود استفاده نماید و این ارتباط را حفظ نماید تا بتواند بر روی مخاطب خود اثرگذار باشد

هدف

آشنا کردن دیگران با انواع کتب مفید و دعوت به تفکر و مطالعه از طریق گفتگو و مباحثه صمیمانه

مخاطب هدف

جوانان و نوجوان و تمامی افرادی که در علاقه‌ای به کتاب خواندن دارند

محل و بستریهای اجرا

پارک، کافه، مسجد، هیئت، مترو و هر مکان دیگری که مخاطب به نوعی منتظر است و ظاهراً بیکار است و آمادگی گفتگوی حداقلی در حد ۱۰ دقیقه الی ۱ ساعت به بالا دارد.

فرایند

- تعدادی کتاب خاص و ویژه جهت انواع سلیق مخاطبین در کوله خود داشته باشید
- کتاب‌ها معمولاً باید کم حجم باشند
- برخی از کتب باید چند نسخه باشند
- برقراری ارتباط با افراد مجاور و دعوت آنها به اینکه می‌خواهیم به شما



کتاب معرفی کنیم

- ایجاد اطمینان که قصد فروش کتب را ندارم و فقط می‌خواهیم گفتگو کنیم
- ایجاد چالش و طرح قسمتی از محتوای کتاب که مخاطب را به هر نحوی به ادامه بحث تحریک می‌کند
- این کار می‌تواند با خواندن متن پشت جلد یا خواندن صفحه‌ای از صفحات از قبل انتخاب شده یا گزارشی از بازخورد عجیب کتاب در جامعه یا تعداد چاپ مجدد یا ویژگی‌های خاص کتاب یا مؤلف باشد.
- حداقل ۱۰ مدل و روش جهت اداره کتاب بحث وجود دارد که خودتان با خلاقیت می‌توانید آن را ابداع و اداره کنید
- برای نمونه: افراد حلقه من ۳ نفر هستند کتاب را بین افراد تقسیم می‌کنم آدرس صفحه‌ای را می‌دهم آن یک صفحه را می‌خوانیم و بعد افراد نسبت به ادعای مطرح شده در آن قسمت نظر می‌دهند.
- برای نمونه: شبهه‌ای را طرح می‌کنم تا ذهن‌ها درگیر شود کتاب را در اختیار دیگران قرار می‌دهم و می‌گویم با جستجو در فهرست پاسخ را در صفحه مذکور مطالعه کنید. بعد در مورد شیوه پاسخگویی بحث می‌کنیم.
- برای نمونه: یکی از مباحث چالشی جامعه کنونی را طرح می‌کنم و ارجاع به فلان قسمت کتاب داده و می‌خوانیم

شرایط

- باید کتاب را کاملاً خوانده باشیم
- باید آدرس انتشارات و نحوه فروش مجازی کتاب را بدانیم
- باید درصد بیشترین تخفیف را بدانیم
- باید حتی الامکان کتاب‌های مرتبط و مشابه آن کتاب را بشناسیم
- باید قدرت مدیریت بحث و گفتگو را داشته باشیم



فعالیت گروه مردمی

بعضی از افراد گروه مردمی خود که افراد تحصیل کرده و یا افرادی هستند که آشنا با کتاب هستند را در این اقدام با خود همراه کنید و آنها نیز همین اقدام را مانند شما اجرا کنند

یکی دیگر از همراهی گروه مردمی انعکاس و انتشار عکس و فیلم و صوت این اقدام خواهد بود

نحوه گزارش دهی

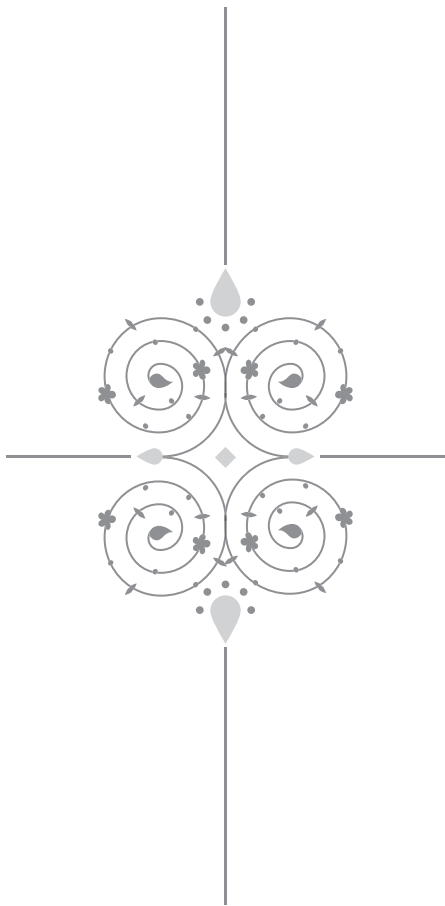
مباحثه و گفتگوی به وجود آمده بین شما و مخاطبین را حتماً ضبط نمایید با این کار علاوه بر این که می‌توانید در فرصتی مناسب صوت خود را دومرتبه گوش کنید و نکات زیادی را در ارتباطات بعدی بکار بگیرید، می‌توانید این فایل را در کانال مجازی خود که ایجاد کردید منتشر نمایید

لازم به ذکر است که لینک این کانال را باید به ادمین کانال نشر خوبی‌ها ارسال نمایید





قالب دوم: رسانه‌ای





رهبر معظم انقلاب علیه السلام در سخنانی پیرامون فضای مجازی می‌فرمایند:
فضای مجازی به اندازه انقلاب اسلامی اهمیت دارد و عرصه فرهنگی
عرصه جهاد است.

اگر از فضای مجازی غافل شویم اگر نیروهای مؤمن و انقلابی این میدان
را خالی کنند مطمئناً ضربه خواهیم خورد.

هر کس به اندازه وسع و توان و هنر خود باید در این میدان حضور یابد.
۱- گاهی انسان حرف حق را می‌تواند با استدلال قوی و با زبان شیوا و
هنرمندانه بیان کند که این حرف به گوش و چشم هزاران و شاید
میلیون‌ها مخاطب برسد.

۲- گاهی شاید ما حرفی برای گفتن نداشته باشیم؛ اما می‌توانیم انعکاس
کارهای خوب و هنری دیگران در فضای مجازی بشویم.

۳- گاهی با یک کلام، یک جمله می‌توانیم باعث تقویت روحیه جناح مؤمن
انقلابی فعال در فضای مجازی بشویم.

به اعتقاد من، امروزه ذکر مستحبی بعد از نماز ما، کار فرهنگی و جهادی
در فضای مجازی است!

دشمن دو هدف را به نظر ما در جنگ نرم دنبال می‌کند...: یکی این است
که این زنجیرهٔ توأسی به حق و به صبر را قطع کند؛ دوّم اینکه حقایق را وارونه



نشان بدهد که تبلیغات فراوانی هم دارند که حقایق عالم را راحت به عکس و به دروغ وارونه نشان بدهند... من یک وقتی گفتم جوان‌های ما افسران جنگ نرم ما هستند. جوان‌ها نباید اجازه بدهند یک چنین اتّفاقی بیفتد و باید امیدآفرینی کنند، باید توصیه‌ی به ایستادگی، توصیه‌ی به تنبلی نکردن، توصیه‌ی به خسته نشدن کنند؛ اینها کارهایی است که جوان‌های ما که گفتیم افسران جنگ نرم هستند بر عهده دارند. البته امروز فضای مجازی یک فرصتی است برای این کار. حالا دشمنان از فضای مجازی جور دیگر استفاده می‌کنند؛ اما شما جوان‌های عزیز این جوری از آن استفاده کنید: از فضای مجازی استفاده کنید برای امیدآفرینی، برای توصیه‌ی به صبر، برای توصیه‌ی به حق، برای بصیرت آفرینی، برای توصیه‌ی به خسته نشدن، تنبلی نکردن، بیکاره نماندن و مانند اینها. خب این در مورد این کار اول دشمن که قطع زنجیره‌ی توامی و حفاظت از یکدیگر است!

اهمیت و ضرورت فعالیت در فضای مجازی بر همه واضح هست. متأسفانه طلاب به عنوان فعال در امر تبلیغ خیلی در این فضا فعال نیستند و این طرح به دنبال این است که ذائقه‌ی طلاب را در این عرصه تغییر بدهد. گفته‌ی مقام معظم رهبری حجت را بر همه‌ی ما تمام می‌کند و ضرورت کار در فضای مجازی را برای تمام مبلغین مشخص می‌کند.

در نشر خوبی‌های ماه مبارک رمضان برای مبلغینی که در این فضا فعالیت می‌کردند آموزش‌هایی در زمینه‌ی ویرایش عکس و صوت و فیلم تهیه و در کانال آموزش کارسناه‌ای با موبایل بارگذاری کردیم

جهت استفاده از این آموزش‌ها بر روی لینک زیر کلیک نمایید

<https://eitaa.com/joinchat/1677459831C649e65f65>

لازم به ذکر است که آموزش‌های تخصصی‌تر و مواردی که مورد نیاز شما در روند اجرای طرح است را نیز در همین کانال بارگذاری می‌نماییم.





اقدامات متناسب با فعالیت رسانه‌ای

در ادامه اقدامات مربوط به فعالیت رسانه‌ای را خدمت شما عزیزان معرفی می‌نماییم

۱. هشتگ منبر

منبر جزء جدایی‌ناپذیر از تبلیغ است؛ ولی آنچه برای ما مهم است و در عرصه جهاد تبیین اهمیت دارد این است که علاوه بر منبر رفتن که کار اصلی یک طلبه است بتواند نکات مهم و ناب منبر خود را جدا کند و در قالب‌های صوتی یا تصویری قابل‌ارائه کند تا بتوان آنها را در فضای مجازی و یا به صورت گزیده بین مردم و مبلغین دیگر نشر دهد؛ لذا از این رو چند مورد از راهکارها و موضوعات را جهت کمک به مبلغ در این عرصه بیان می‌کنیم.

اهداف

الف) برجسته‌سازی مطالب ناب منبر؛

هر منبری دارای بخش‌هایی اعم از شروع، پایان، نقاط اوج و فرود و همچنین پیام‌های اصلی و فرعی است که باعث زیبایی منبر می‌شود؛ لذا از همه مهم‌تر پیام اصلی منبر است که در نقاط اوج منبر جای‌گذاری شده است، با این کار می‌توان پیام‌های اصلی مبلغ را که در اوج منبر قرار دارد



و گیرایی بالایی برای مخاطب دارد را جدا کرده و در اختیار دیگر مبلغین و مخاطبانی که در مجلس نیستند و غالباً از طریق فضای مجازی مطالب را دنبال می‌کنند، قرارداد.

ب) تشویق و ترغیب مبلغین؛

با تکرار نکته‌های ناب منبر و نشر آن همراه با دسته‌بندی موضوعی مطالب، مبلغین دیگر نیز می‌توانند با بکار بردن این مطالب در منبر خود نیز استفاده کنند که علاوه بر بالا رفتن کیفیت منبرها، آنها نیز با الگوبرداری از شما و آماده‌سازی نکات برجسته منبر خود به صورت فایل صوتی یا تصویری باعث نشر مطالب ناب قرآن و کلام اهل بیت علیهم‌السلام بشنود.

ج) ارتقاء کیفیت منبرها؛

همان‌طور که در مطلب قبل بیان شد با بکار بردن مطالب دیگر مبلغین به تدریج شاهد ارتقای کیفیت مطالب و نحوه ارائه آنها توسط مبلغ خواهیم شد و این خود باعث شناخته تر شدن سخنرانان بین مردم خواهد شد.

نکته: مبلغین گرامی به این نکته توجه داشته باشند آنچه برای ما در خروجی رسانه‌ای حائز اهمیت است، خروجی‌های رسانه‌ای است که در موضوعات اقتصادی، معیشت، و رفع مسائل مردم است

مخاطب هدف

الف) غالباً در بین مردم هستند افرادی که نمی‌توانند با حضور در مراسم از مطالب منبر که در مسجد یا هیئات برگزار می‌شود استفاده کنند؛ از این رو در فضای مجازی به دنبال پیدا کردن مطالب دینی جهت ارتقای معرفت خود هستند این دسته از افراد یکی از گروه‌های هدف مبلغ می‌توانند باشند

ب) افرادی نیز هستند که دین دارند؛ اما متفاوت از گروه قبل اند، اینها کسانی هستند که غالباً شب‌های خاص به هیئات و مساجد می‌آیند؛ مانند مراسمات تاسوعا و عاشورا، این افراد در فضای مجازی در حال سیر هست به گونه‌ای که اگر با مطالب معنوی برخورد داشتند آن را پیگیری می‌کند و در غیر این صورت برای دیدن این مطالب فضای مجازی را جستجو نمی‌کنند، برش و به اشتراک گذاشتن منبرها و نکات ناب آنها باعث می‌شود این



افراد در معرض بیشتر این فرمایشات اهل بیت و قرآن قرار بگیرند. (ج) در آخر هم می‌توان افرادی را نام برد که اصلاً به دنبال منبر و روضه نیستند، این افراد زمانی که با یک مطلب ناب در فضای مجازی مواجه می‌شوند مطلب را گوش می‌دهند از این مطالب استقبال می‌کنند و این خود بهترین دلیل برای نشر نکات برجسته منبر است.

محل و بسترهای اجرا

تمام نکات برجسته سخنرانی و یا پیام‌های مؤثر تبلیغی از آنجاکه برگرفته از کلام خداوند متعال و اهل بیت عصمت و طهارت است باعث احیای قلوب می‌شود (ان حدیثنا یحی القلوب) لذا این مطالب همه در صورت نحوه صحیح ارائه و بیان ظرفیت نشر را دارند، حال سؤال پیش می‌آید چه فضایی پرمخاطب‌تر از فضای مجازی که همه در آن حضور دارند و به آن دسترسی آسان دارند!؟.

فرایند

در منبر، ابتدا باید اصل منبر را ثبت و ضبط نمود و آنجایی را که خود منبری به‌عنوان پیام اصلی در نظر گرفته‌اند و یا فکر می‌کند خوب از کار درآمده است را جدا کنند، سپس بعد از اصلاح و ترمیم و صداگذاری‌های مناسب یا قرار دادن جلوه‌های صوتی مناسب در جای جای آن را نشر دهید، توصیه می‌شود برای اینکه همه اقشار جامعه بتوانند از این مطالب استفاده کنند از قراردادن جلوه‌های نوشتاری به‌صورت زیرنویس یا طراحی نوشته بر روی تصویر استفاده لازم برده شود.

شرایط

نکاتی که اینجا قصد داریم مطرح کنیم نکاتی است که برای بهتر شدن فایل‌های صوتی و تصویری شما پیشنهاد داده می‌شود و لزوماً نبود آنها نباید مانع تهیه و نشر ظرفیت‌های بالای گزیده منبر مبلغ شود (الف) صدای مبلغ بهتر است رسا و واضح باشد و به‌گونه‌ای نباشد که کلمات نامفهوم باشند یا مطالب ناقص بیان شوند که این خود باعث کم‌شدن اثر مناسب مطلب می‌شود



ب) بهتر است که سیستم صوت جلسه را به‌گونه‌ای تنظیم کنید که صدا به‌صورت صاف و شفاف ضبط شود
 ج) اگر قصد دارید که یک فایل تصویری تهیه کنید بهتر است که لحظاتی را از مخاطب هم تصویربرداری شود، تا فایل تصویری طبیعی‌تر باشد و بیننده ارتباط‌گیری بهتری با مبلغ برقرار کند.

توضیحات

تهیه این کلیپ‌ها منحصر در اجرای سخنرانی نمی‌باشد؛ بلکه در فضاهایی غیر از منبر و در حین اینکه معارف اهل بیت را بیان می‌کنند را می‌توان در فایل‌های تصویری آورد

فعالیت گروه مردمی

این اقدام نیز مثل دیگر اقدامات برای بهتر اجرا شدن آن باید ظرفیت گروه مردمی را به خدمت گرفت و در فیلم‌برداری و تهیه صوت از منبر، برش و تولید فایل‌های صوتی و تصویری و همچنین انتشار آن از گروه مردمی استفاده نمایید.

نحوه گزارش‌دهی

آنچه برای سازمان تبلیغات در عرصه جهاد تبیین مهم است خروجی‌های رسانه‌ای شما از سخنرانی ماه محرم است؛ لذا اگر مبلغی چنین خروجی نداشته باشد از نظر سازمان تبلیغات در این طرح نمی‌تواند قرار بگیرد و به طبع از مزایای این طرح نیز نمی‌تواند استفاده کند؛ لذا از تمام دوستان مبلغ درخواست داریم که حتماً منبرهای خود را ضبط نموده و نقاط برجسته آن را به‌صورت کلیپ تصویری و یا پادکست صوتی در کانال محله خود بارگذاری نمایید و لینک آن کانال را برای ادمین کانال نشر خوبی‌ها ارسال نمایند.

۲. پاتک در رسانه

ماهیت، تعریف و هدف

کارهایی که مبلغین می‌توانند انجام بدهند ایجاد پویش‌های مختلف در فضای مجازی است که با هشتگ‌هایی مختلف مبلغ می‌تواند در فضای مجازی جریان‌سازی کند و از افراد فعال در محل تبلیغی که حضور



دارد جهت ثبت و نشر استفاده کند از جمله این پویش‌ها؛ اقتصاد خراب، جیب‌های خالی، بازار کساد، سرزمین نفرین شده، مسافرت بی مسافرت و... است که با راه‌اندازی این پویش‌ها و هشتگ‌ها ضمن فیلم‌برداری از محیط‌های شلوغ و پر رفت‌وآمد نشان می‌دهیم که مردم در حال زندگی عادی خود هستند و اینکه بعضی از مشکلات آن‌طور که رسانه‌های معاند و دشمنان دارند به مردم تلقین می‌کنند در زندگی روزمره و روابط آنها تأثیر مستقیم نداشته یا که به‌هیچ‌عنوان تأثیر نداشته؛ بلکه خلاف گفته‌های آنها نیز است و این ناامیدی که آنها دم از آن می‌زنند کاملاً ساختگی است، حال چرا ما خودمان از این عناوین ناامیدکننده استفاده می‌کنیم؟ دو جهت دارد یک از آنها این است که این رسانه‌ها و پیاده‌نظام آنها در کشور مردم را عادت داده‌اند تا هشتگ‌های سیاه و ناامیدکننده را دنبال کنند و ما از این طریق به‌گونه مخاطب را غافل‌گیر می‌کنیم و هم به مخاطب و معاندین نشان می‌دهیم اوضاع بر خلاف تصور آنها است

بیان تعدادی پویش‌ها

هشتگ‌های «جیب خالی»، «هیئت خدمت‌رسان^۱»، «ایستگاه خوبی‌ها^۲»، «سیاه‌پوشان^۳»، «نذر حسین^۴»، «برکت حسین^۵» «اقتصاد خراب»، «حجاب زینبی^۶» و یا «بازار کساد» این‌گونه است که مبلغ و یاریاران او در بازارها رفته و از خرید مردم بدون ایجاد حساسیت فیلم‌برداری می‌کنند یا سوآلاتی از مردم می‌پرسند که از چه زمانی در بازار مشغول خرید هستند؟ چقدر خرید کرده‌اند؟ و... یا از فروشنده فیلم می‌گیرند که در حال فروش اجناس خودش است و در حال کاسبی است و... که در آخر فیلم این پیام را در کلیپ خود اعلام می‌کنند که بازار رونق دارد و اقتصاد بازار خراب نیست و جیب‌ها خالی شده؛ اما دست‌ها پراز خرید است.

۱. یک پویشی راه بیندازید که مردم کارهای خوب هیئت را در رسانه بازتاب دهند

۲. منظور از این برگذاری استگاه‌های صلواتی در بین شهر است

۳. سیاه پوش کردن محلات و هیئات و تکایا با نصب پرچم درب منازل

۴. طبخ غذای نذری در منزل

۵. تقسیم غذای هیئت بین افرادی که امکان حضور در هیئت ندارند

۶. عکس گرفتن از دختران کوچک باحجاب پوشش چادر و انعکاس آن در فضای مجازی



«پویش سرزمین نفرین شده»؛ از آنجاکه چندین بار در بیان سلبریتی‌های جامعه این عنوان را برای ایران عزیز بکار برده‌اند قصد داریم زیبایی‌های ایران و ایرانی را با این هشتگ معکوس استفاده کنیم، به‌گونه‌ای که مکان‌های زیبای تاریخی، طبیعی و یا شهری و تفریحی را در فیلم‌های کوتاه نشان دهیم یا رفتارهای مردم عزیز در این ایام تابستان که مقارن با ایام سوگواری آل الله هست را نشان دهیم و باعث ترویج آن رفتار در این مدت شویم.

«هشتگ مسافرت بی مسافرت» در این پویش می‌خواهیم نشان دهیم که مردم با وجود سختی در معیشت ولی باز با مدیریت اقتصادی مسافرت ایام تابستان را کنار نگذاشته‌اند و به شهرهای دیگر سفر داشته‌اند و مکان‌هایی که می‌توان از آنها فیلم گرفت؛ مانند تجمع چادرهای مسافرتی و تفریح‌گاه‌های و... است.

اینها چند نمونه از تعداد زیادی از پویش‌هایی بود که می‌توان راه انداخت لازم است این نکته را عرض کنیم صرفاً نیاز نیست که پویش‌ها معکوس باشد می‌توان از عنوان‌های امیدوارکننده هم استفاده نمود تا میزان امیدواری را به صورت مستقیم در جامعه تزریق کرد و نکته‌ای که باز نیاز به یادآوری دارد این است که از آنجاکه مردم عادت کرده‌اند به سیاه‌نمایی و یا دیدن نیمه خالی لیوان بهتر است فیلم‌برداری و یا گزارش‌گیری به‌گونه‌ای باشد که حساسیت مردم در اطراف شما را زیاد نکند تا موضع‌گیری لحظه‌ای بعضی افراد مانع از کار مثبت شما نباشد، نکته‌ای که نباید فراموش کرد این است که این هشتگ‌ها را حتماً در زیر فیلم یا کلیپ خود بارگذاری کنید در آخر باید گفت که بهتر است فیلم‌ها کمتر از دو دقیقه باشد تا مخاطبان زمان کمتری برای دیدن و نتیجه‌گیری وقت بگذارند.

شاخص‌های دیگری که می‌توان به آن اشاره کرد شاخص‌های مذهبی، معنوی، گردشگری و تفریحی است و شما می‌توانید در این شاخص‌ها فیلم‌های کوتاهی را بگیرید و در فضاهای مختلف اقدام به انتشار آنها نمایید.



فعالیت گروه مردمی

در این فعالیت گروه مردمی می‌تواند دوش به دوش مبلغ هم اقدام به تشویق دیگران به حضور در پویش کنند و هم خود در پویش‌های معرفی شده توسط مبلغ شرکت کنند

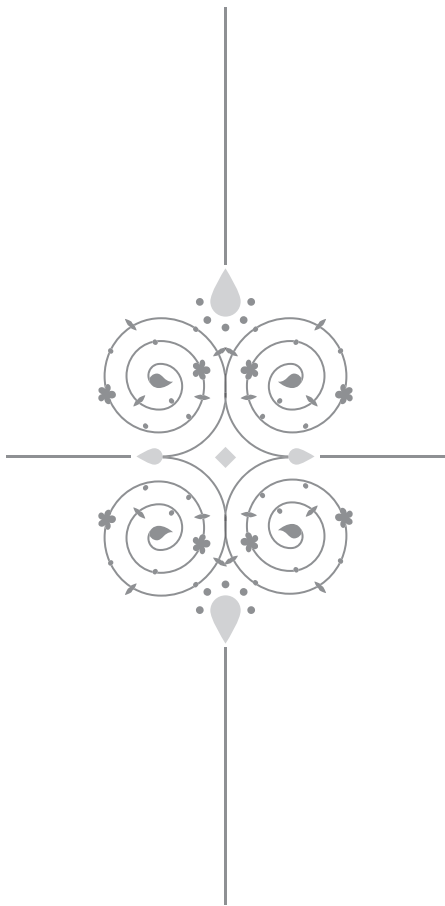
نحوه گزارش دهی

تمام این فیلم‌های گرفته شده توسط مبلغ و یا شبکه مردمی او باید در کانال محله‌ای که توسط مبلغ ایجاد شده بارگذاری شود و لینک آن را برای ادمین کانال نشر خوبی‌ها ارسال نمایند.





قالب سوم: فعالیت گروهی





ضرورت کار جمعی و همچنین تأثیر آن بر همه ما واضح و مشخص است؛ ولی از باب نمونه قسمتی از سخنان شهید صدر را که در جمع علمای قم سخنرانی کردن را برای شما می‌آوریم تا این اهمیت و ضرورت بیشتر برای ما نمایان شود

ایشان می‌فرمایند: شما یک نفر را به من معرفی کنید که عده روحانیون را در ایران بداند! شما که افرادتان را نمی‌شناسید، چطور می‌خواهید کار کنید؟

چندتاشیعه در دنیا هست؟ بفرمایید!

چندتاروحانی شیعه در دنیا است؟ بفرمایید!

چندتاروحانی در ایران است؟ بفرمایید!

مقدار تحصیلاتشان چقدر است؟ چند تا مسجد در ایران است؟ صلاحیت روحانیونی که در مناطق کار می‌کنند چقدر است؟ ارتباطشان با هم چگونه است؟ اگر یکی‌شان مریض و گرفتار شد، به چه وسیله‌ای می‌شود به او کمک کرد؟

اصلاً این حرف‌ها چیست؟ آقایان، ما کجا می‌خواهیم زندگی کنیم؟ در کدام دنیا؟ نتیجه‌اش هم می‌دانید چیست؟ این است که نه تنها مسیحیان از ما می‌برند، نه تنها یهودی‌ها از ما می‌برند، نه تنها سنی‌ها دارند از ما پیش می‌افتند آقا ابداً! شیعیان مرتضی «می‌افتند! ما هم در خواب خوش فرورفته‌ایم که بله آقا.

بنده دیده‌ام شیعه مسیحی شده! دیده‌ام شیعه سنی شده! دیده‌ام



شیعه وهابی شده! شما ممکن است دیده باشید، ممکن هم هست ندیده باشید! اینجا با دلی خوش نشسته‌ایم، به حقانیت خودمان اعتماد داریم، و خیال می‌کنیم که مطلب تمام شده است. کجا تمام شد آقا! آخر مگر می‌شود بی تبلیغ و بدون سازماندهی پیش رفت؟ اقلا ما همان قسمت مساجدمان را منظم کنیم. تبلیغاتمان را منظم کنیم. در دعوتمان هماهنگی به وجود بیاوریم. آقا، بنده پای این منبر می‌روم یک چیز می‌شنوم، پای آن منبر چیزی دیگر! اصلاً متناقض! اصلاً نامربوط! این منبری یک چیز می‌گوید، و آن یکی چیزی دیگر! من چطور می‌توانم با این تبلیغات متناقض ایمانم را بارور کنم و رشد دهم؟ به هیچ وجه ممکن نیست چنین چیزی تحقق یابد!

اگر فرزندان دنیا هستیم، دنیایی که «وَالسَّمَاءَ رَفَعَهَا وَوَضَعَ الْمِيزَانَ»^۱ دنیایی که همه چیزش منظم است، اگر منظم نباشیم، محکوم به مرگیم و فرزند این دنیا نیستیم. در عصری که همه چیزش به صورت مؤسسه درآمده، باید خودمان را سازمان دهیم و منظم کنیم.

اگر در جامعه‌ای که همه به صورت دسته جمعی کار می‌کنند، بخواهیم تک‌روی بکنیم، محکوم به زوالیم، ضعیفیم و حقیریم. خداوند اگر بخواهد به ما کمک بکند، البته، به کار دسته جمعی بیشتر کمک می‌کند، چون «يُدَالِلُهُمُ عَلَى الْجَمَاعَةِ»^۲ بنابراین، برای کار کردن و کار مؤثر کردن باید کار منظم کرد و کار دسته جمعی.^۲

در کتاب کار نشر خوبی‌های ۲ در محرم نیز مانند گذشته به این مهم پرداخته‌ایم و تعدادی اقدامی تعریف کرده‌ایم که باید به صورت گروهی اجرا شود؛ یعنی برای محقق کردن فلان اقدام شما حتماً باید یک جمع چند نفره را تشکیل دهید و با آنها این کار را انجام دهید

این علاوه بر تأکید ما بر تشکیل شبکه مردمی است که تمام اقدامات باید با همکاری آنها اجرا شود

در ادامه نکاتی را پیرامون اجرا و مدیریت اقدامات گروهی بیان می‌نماییم

۱. سوره الرحمن آیه ۷

۲. سخنرانی امام موسی صدر تاریخ ۷ مهر ۱۳۴۴





مهارت‌های لازم برای برگزاری و مدیریت جلسات گروهی

برنامه‌ریزی جلسات

قبل از برگزاری جلسه حتماً باید شما برای اجرای اقدام برنامه‌ریزی داشته باشید. توجه به زمان و سن مخاطب و همچنین محتوایی که می‌خواهید ارائه دهید در برنامه‌ریزی شما خیلی خواهد بود.

شرکت‌کنندگان در جلسه را محدود سازید

معمولاً وقتی تعداد شرکت‌کننده افزایش می‌یابد، جلسه کم‌بازده می‌شود لذا سعی کنید تعداد محدودی از افراد را در جلسه شرکت دهید. اگر تعداد بیشتری تقاضا داشتند حتماً دو جلسه برگزار کنید

نوشتن نام افراد شرکت‌کننده در جلسه

در گروه‌هایی که تعداد افراد آن زیاد هستند، نوشتن نام افراد یکی از تکنیک‌های مدیریت جلسات گروهی است. نوشتن نام افراد حاضر در جلسه موجب آشنایی بیشتر آنها با یکدیگر و بالارفتن تعامل، تمرکز و توجه افراد می‌شود.

تنظیم دستورالعمل‌ها و قوانین

در زمان برگزاری جلسات گروهی، قوانین جلسه را به همه بگویید. این



قوانین شامل احترام به عقاید دیگران، نحوه پاسخگویی به سؤالات، چشم‌پوشی از رتبه و مقام و مشارکت در بحث می‌شود. در وهله اول شما به عنوان مدیر باید از قوانین پیروی کنید تا دیگر اعضای گروه نیز به آنها احترام بگذارند. رعایت کردن قوانین جلسات گروهی موجب می‌شود افراد ارتباط نزدیک‌تری با هم برقرار کرده و همه در بحث شرکت کنند.

برای اجرای هر کدام از اقدامات گروهی شما باید علاوه بر اجرای قوانین کلی، قوانین آن اقدام را نیز رعایت نمایید

گوش دادن فعال

یکی از نکات مهم در مکالمات مؤثر این است که افراد احساس کنند حرف‌هایشان شنیده و تأیید می‌شود. مدیریت جلسات گروهی باید از طریق تماس چشمی، زبان بدن، بیان کردن خلاصه صحبت افراد به دیگران و در آخر تأیید حرف‌های سخنران نشان دهد که متوجه مسائل شده است.

افزایش مشارکت

مدیریت جلسات گروهی باید به همه افراد فرصت اظهار نظر بدهد؛ همچنین در زمان برگزاری جلسات گروهی با بررسی دقیق، افراد کم‌حرف و ساکت را شناسایی کرده و نظر آنها را نیز بپرسید.

مدیریت زمان

یکی از اصول مهم اداره یک جلسه گروهی مدیریت زمان آن جلسه است که شما حتماً باید به آن توجه ویژه‌ای داشته باشید
برای مثال ممکن است یک مسئله‌ای چالش برانگیز باشد بیشتر زمان شما را درگیر کند و یا اینکه یک فردی مشارکت بیش از اندازه داشته باشد و جلسه را یک طرفه کند یا با سؤالات متعدد زمان شما را هدر بدهد و به اهداف خود از جلسه نرسید پس حتماً باید این نکات را توجه نمایید تا بتوانید یک جلسه مفید داشته باشید.

سازمان دهی جلسه

یکی از نکات مهم در مدیریت جلسات گروهی، سازمان دهی موضوعات



است؛ اگر در طول جلسه چندین موضوع مورد بحث قرار گرفت، شما باید آنها را یادداشت کرده و از شرکت‌کنندگان بخواهید که مباحث مهم‌تر را در اولویت قرار دهند. چنانچه مباحث پیشنهادی در یک جلسه قابل پیگیری نباشند، باید رسیدگی به آنها را به جلسات بعدی محول کنید.

استفاده از تکنیک‌های خلاقیت

هنگام برگزاری جلسات گروهی باید مکالمه‌های رقابتی افراد را مدیریت کرده و درگیری‌های به وجود آمده را حل و فصل کنید. در ضمن به همه شرکت‌کنندگان فرصت صحبت بدهید و از انتقاد و محدود کردن ایده‌ها بپرهیزید. مدیریت ضعیف، فشارهای اجتماعی و فقدان مهارت گاهی موجب می‌شود که فرایند بارش فکری بی‌اثر شود. در واقع بارش فکری، تکنیک خلاقیت فردی یا گروهی است که به افراد فرصت اظهار نظر و بیان ایده‌هایشان را می‌دهد؛ مدیریت جلسات گروهی می‌تواند با جمع‌بندی نظرات، در جهت دستیابی به هدف گام بردارد.

داشتن رفتار بی‌طرفانه

هنگام برگزاری جلسات گروهی، افراد نظرات گوناگونی ارائه می‌دهند؛ مدیریت جلسه باید با بی‌طرفی کامل نظرات موافق و مخالف را گوش دهد و از آنها برای دستیابی به هدف استفاده کند. فراموش نکنید که گاهی افراد منتقد بهترین ایده‌ها را بیان می‌کنند، پس تعصب را کنار بگذارید و فقط رشد گروه را مدنظر قرار دهید.

تعیین جهت مباحث

مدیریت جلسات گروهی باید مباحث مختلف را هدایت کند. اگر در طول برگزاری جلسات گروهی، افراد مدام از موضوعی به موضوع دیگر بروند، هرگز به نتیجه نمی‌رسید و همه دچار سردرگمی خواهند شد؛ بنابراین یکی از وظایف مدیر جلسه جهت‌دهی به مباحث و جلوگیری از پراکنده‌گویی است.

مهارت حل تعارض و اختلاف نظر

در جلسات گروهی، همیشه بین افراد اختلاف نظر پیش می‌آید. برای



مدیریت جلسات گروهی باید از مهارت‌های تسهیلگری برای از بین بردن تعارضات استفاده کنید؛ مدیریت بحث‌ها و شناسایی زمینه‌های اختلاف نظر، می‌تواند برای افراد فضایی ایجاد کند که نظرات خود را بیان کرده و دیگران نیز به آنها گوش دهند.

تعیین وقت استراحت

یکی از مهم‌ترین نکات در برگزاری جلسات، تعیین وقت استراحت است. اگر احساس کردید افراد خسته شده‌اند یا بحث در مورد موضوعی خاص به درازا کشیده است، زمانی را به استراحت اختصاص دهید. یک وقفه کوتاه موجب می‌شود ایده‌های بهتری به ذهن افراد خطور کند.

برقراری ارتباط غیرکلامی

یک مدیر باید از روی لحن و زبان بدن افراد گروه، منظور آنها را متوجه بشود؛ این امر موجب برقراری تعامل بیشتر افراد می‌شود. حتماً در حین برگزاری جلسات گروهی به تک‌تک افراد توجه داشته باشید

چیدمان محیط

قبل از برگزاری جلسات گروهی، به چیدمان محیط توجه کنید. محل قرارگرفتن صندلی‌ها، وسایل سمعی و بصری و وسایل روی میز باید بیشترین مشارکت را در بین افراد ایجاد کند. معمولاً اتاق جلسات به صورت نیم‌دایره یا دایره چیده می‌شود تا افراد بتوانند به راحتی با هم ارتباط برقرار کنند.

در صورت نداشتن چنین امکاناتی حتماً به صورت حلقه‌ای جلسه را تشکیل دهید تا افراد بتوانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند

جمع‌بندی

هدایت مباحث و جمع‌بندی، یکی از نکات مهم در مدیریت جلسات گروهی است. بعد از اینکه همه افراد فرصت مشارکت در بحث و بیان ایده‌های خود را یافتند، در انتها باید یک جمع‌بندی صورت بگیرد. جمع‌بندی به معنی موافقت با نظرات همه افراد نیست، بلکه اتخاذ بهترین تصمیم برای دستیابی به هدف است.





اقدامات متناسب با فعالیت گروهی

بعد از ارائه نکات آموزشی جهت مدیریت گروه، اقدامات مربوط به این مدل را خدمت شما معرفی می‌نماییم.

۱. سینما تفکر

ماهیت و تعریف

یکی از راهکارهایی که بسیار می‌تواند برای مخاطب جذاب و مؤثر باشد استفاده از کلیپ‌هایی است که دربردارنده مفهوم و مضمون‌های مختلفی هستند که باعث تلنگر برای مخاطب می‌شود

هدف

از جمله کاربردهایی که این برنامه دارد این است که می‌تواند برای شروع کار از آن استفاده کرد و باعث گرم شدن جلسه و تمرکز مخاطب روی جلسه شود

ذهن مخاطب را درگیر می‌کند و او را وادار به فکر کردن در خصوص موضوع مورد نظر می‌کند

از دیگر مزایایی که این روش از تبلیغ دارد این است که مخاطب بعد از پایان جلسه هنوز درگیر تصاویری است که دیده و در حال تحلیل و بررسی مطالب ارائه شده در فایل تصویری مورد نظر است.



مخاطب هدف

- الف) مخاطب اولی که می‌توان مورد هدف این برنامه قرار بگیرد آشنایان و نزدیکان هستند
- ب) دوستان
- ج) عموم مردم

محل و بسترهای اجرا

از محافل غیررسمی و گعده‌هایی که تشکیل می‌شود، می‌توان به‌عنوان یکی از بهترین بسترها برای این نوع تبلیغ نام برد در این مکان‌ها افراد باسلیقه‌های مختلف در کنار هم جمع می‌شوند و در این لحظه است که می‌توان برای جلب توجه این افراد از یکی از این کلیپ‌هایی که داریم است در اصل باید گفت این‌گونه تبلیغ یکی تبلیغاتی است که می‌توان در همه بسترها اجرا کرد به‌گونه‌ای که هم مخاطب را جذب کند و محیط را برای ارائه کار مبلغ فراهم سازد

فرایند

قبل از هر کاری مبلغ بایستی که چند فیلم را از قبل همراه خود داشته باشد به‌گونه‌ای که به موضوع آن اشراف کامل داشته باشد تا بتواند در موقعیت‌های مختلف بسته به فضایی که در آن قرارداد موضوع مناسب را پخش کند فضاهایی که می‌توان برای این کار متصور شد اعم از قطار ماشین، مهمانی‌ها و گعده‌های بعد از هیئت است، دقت داشته باشید که باید تمرکزتان روی نقطه چالشی کلیپ باشد و از آنجا مخاطب را به حرکت و بحث وادار کنید که اگر این چنین عمل شود مخاطب خود وارد بحث می‌شود و از اینجاست که چالش بین افراد شروع می‌شود و این خود باعث می‌شود که مبلغ چند قدم رو به جلو بردارد.

مبلغ باید به چند نکته‌ای که ممکن است آفت این فضای شکل گرفته باشد توجه کند؛ مبلغ خود نباید به صورت مستقیم اعمال نظر کند، باید بگذارد که بحث یا به صورت زمان دهی مشخص برای هر شخص جلورود یا زمان به صورت آزاد باشد؛ اما برای پایان جلسه زمانی را مشخص کند، در این



فضا بهترین کاری که مبلغ می‌تواند انجام دهد کاملاً مستمع باشد تا بتواند سیر فکری افراد را شناسایی کند، توصیه می‌شود که جمع‌بندی را به عهده خود مخاطب بگذارید.

شرایطی که کلیپ مورد نظر باید داشته باشد ابتدا این است که کلیپ زمان کوتاهی داشته باشد؛ مثلاً پنج دقیقه و نه بیشتر، از کلیپ برای افراد جمع تازگی داشته باشد البته باید یادآور شد که غالب افراد جامعه کلیپ‌هایی که مبلغ تصور بر تکراری بودن آن را دارد، تاکنون ندیده‌اند؛ لذا بهتر است که مبلغ یک بررسی اجمالی در جمع جهت تکراری بودن یا نبودن کلیپ داشته باشد، بهتر است که حداقل دو یا سه کلیپ پخش شود و از یک کلیپ غیرمرتبط نیز استفاده شود که سیر ارتباط کلیپ‌ها را مخاطب حدس نزند، و می‌توان از کلیپ‌های طنز نیز استفاده کرد، در انتها برای اینکه بحث را رونق دهید سعی کنید که از همه نظرخواهی کنید

ممکن است که برای مبلغ سؤال پیش آید که چه کلیپ‌هایی را استفاده کند و از کجا تهیه کند، باید گفت که مجموعه‌های زیادی هستند که کلیپ‌های خوبی را تهیه کرده‌اند که با یک جستجوی ساده در اینترنت می‌توان آنها را پیدا کرد از جمله آنها می‌توان به مجموعه‌های بیناشو، کبریت‌مدیا، نصرتی‌وی، خارج بدون فیلتر، عمار، پاورقی، کلیپ‌های برنامه سندباد و از این دسته مجموعه‌ها نام برد

جهت دانلود و استفاده از کلیپ‌ها می‌توانید به کانال مراجعه نمایید:

<https://eitaa.com/joinchat/3524723032Cc96349ddf6>

فعالیت گروه مردمی

گروه مردمی شما مثل دیگر فعالیت‌ها همچون مبلغین می‌تواند این اقدام را نیز اجرا کنند و بازخوردهای شرکت‌کنندگان را در فضای مجازی منتشر نمایند.

لازمه فعال شدن گروه مردمی شما در این اقدام آموزش مدل مباحثه بعد از پخش کلیپ است.



نحوه گزارش دهی

مبلغین گرامی مانند اقدامات گذشته باید از جلسات خود که در آن سینما تفکر را اجرا می‌کنند فیلم گرفته بشود و در کانال خود بارگذاری نماید و لینک آن را برای ادمین ارسال فرماید.

۲. جهاد با طعم مستند

با گسترش رسانه و تولیدات رسانه‌ای تبلیغات منفی بسیار زیادی علیه اسلام و انقلاب اسلامی صورت گرفته است؛ لذا عده‌ای از دغدغه‌مندان در عرصه رسانه با تولیدات خود شروع به خنثی‌سازی این‌گونه تبلیغات کرده‌اند، خوب است برای اطلاع‌رسانی و تغییر نگرش و بصیرت‌افزایی مخاطب خود سعی بر پخش این تولیدات کند، هر یک از این تولیدات با اهدافی ساخته می‌شود که خود تولیدکننده در فیلم بیان می‌کند و ممکن است که این هدف یا باهدف مایکی باشد و یا متفاوت لذا خود مبلغ است که می‌تواند جهت و هدف فیلم را به مطلوب خود نزدیک گرداند، با توجه به موضوع هر فیلم، مخاطبان نیز تغییر می‌کنند و جامعه هدف گسترده‌تر و یا کوچک‌تر می‌شود، لذا این مبلغ است که در جایگاه تشخیص این است که فیلم در کدام مکان و برای کدام مخاطب ارائه شود برای مثال بعضی از فیلم‌ها هستند که بهتر است به خاطر جایگاه مسجد و هیئت در مسجد و هیئت پخش نشود هر چند که مخاطب آن فیلم فرد مسجدی باشد و لذا می‌توان برای این مخاطب در فضای پایگاه بسیج یا مکانی که نزدیک به مسجد است فیلم را پخش کرد، بسترهای مختلف برای فیلم‌های مختلف وجود دارد، هیئات مساجد، محیط‌های آموزشی، منازل افراد معتمد و آشنایان، اردوها و مکان‌های تفریحی پررفت و آمد و... است.

بنا به نیاز مخاطب فیلم‌ها را دسته‌بندی کرده و در مکان مناسب آن پخش کنید، سعی کنید چند روز قبل از پخش جهت اطلاع‌رسانی فراخوان دهید و یا برای اکران دوباره آن در مکان‌های دیگر جهت در اختیار گذاشتن فضای مناسب فراخوان دهید، از مخاطب بخواهید که لحظات تأثیرگذار فیلم را برای شما بازگو کند و شما آن لحظات را بنا به استقبال اکثریت جدا کرده و در تبلیغات فیلم یا گروه‌های مختلف قرار دهید، از کسانی که مایل هستند



بخواهید که بعد از فیلم حضور داشته باشند و فیلم را تحلیل و بررسی کنند و چه خوب است که از این لحظات نشست‌های مخاطبین و تحلیل آن فیلم گرفته شود تا بتوان در دسترس دیگران از جمله سازنده فیلم قرارداد.

محتوای لازم

بهتر است محتوای که خود مبلغ مناسب مخاطب می‌داند را انتخاب و پخش کند؛ اما جهت کمک به انتخاب محتوای مناسب می‌توان از فیلم‌هایی عمار یار استفاده کرده

خصوصیات فضا و ابزار مورد نیاز

بهتر است فیلم از طریق ویدئو پروژکتور پخش شود؛ لذا مکان نیز باید به‌گونه‌ای باشد که صفحه‌نمایش مناسب را دارا باشد و یا اینکه بتوان آن را تاریک کرد تا کیفیت بهتری را برای مخاطب به نمایش گذاشت، استفاده از آل‌سی‌دی نیز مناسب این کار است که با وجود دستگاه صوت مناسب کیفیت بهتری را می‌توان شاهد بود.

جهت دانلود و استفاده از کلیپ‌ها و مستندهای تهیه شده می‌توانید به کانال مراجعه نمایید:

<https://eitaa.com/joinchat/3524723032Cc96349ddf6>

فعالیت گروه مردمی

این اقدام نیز همچون سینما تفکر و مابقی اقدامات، گروه مردمی شما نیز در فضاهای مختلف و بسترهای موجود آن را اجرا نمایند و در فضای مجازی و کانال مخصوص محله که توسط مبلغ راه‌اندازی شده منتشر کنند

نحوه گزارش دهی

آنچه برای ما در این اقدام مهم است تغییر نگرشی است که توسط فعالیت مبلغ در این برنامه برای مخاطب صورت می‌گیرد؛ لذا تعداد اکران و همچنین تعداد افرادی که برای آنها فیلم اکران کردید را در کانال خود بارگذاری نمایید.

از جلسات حتماً باید فیلم گرفته بشود و در کانال خود بارگذاری نمایید



۳. هیس‌طوری

همه شنیده‌ایم که «تاریخ را فاتحان می‌نویسند». بله! فاتحان هرچند تاریخ را آن‌طور که دلشان می‌خواهد نوشته‌اند؛ اما نویسنده تاریخ، هرگز نمی‌تواند واقعیت‌ها را عوض کنند! قطعاً در سرتاسر کتاب‌های قطور تاریخ، کلمه‌هایی جابه‌جا شده، مظلومی جای ظالمی را گرفته و ظالمی در هیبت آزادی خواه قد علم کرده. پس بیراه نیست اگر بگوییم، گاهی «تاریخ را فاتحان، تحریف می‌کنند!» این تمام آن چیزی است که ما بر آن داشته تا نسل نوجوانان را دعوت کنیم به اینکه «هیس‌توری» را پاک کند!

تاریخ و سرگذشت «استعمار» و فاجعه‌های دردناکش یکی از گوشه‌های تاریک تاریخ چند قرن اخیر جهان است که فاتحانش تمایلی به افشای واقعیتش ندارند و ترجیح می‌دهند همیشه در سکوت بماند. ما اسم این گوشه تاریک و منس‌بازیگران اصلی‌اش را گذاشته‌ایم واقعیت «هیس‌طوری!»

پویش «هیس‌طوری»، بزرگ‌ترین پویش کتاب‌خوانی و کنشگری نوجوانان کشور، با موضوع آشنایی با تاریخچه استعمار است که به همت مجموعه‌ای از سازمان‌ها، نهادها و گروه‌های تربیتی کشور در حال برگزاری است.

انگیزه‌های اصلی برگزاری پویش «هیس‌طوری» این‌هاست:

۱. جایگاه ویژه شناخت تاریخچه استعمار و غرب‌شناسی در فریضه ضروری و بنیادین جهاد تبیین
۲. اهمیت خوانش تاریخ به‌ویژه تاریخچه استعمار در مسیر حرکت گام دوم انقلاب اسلامی
۳. گفتمان‌سازی در نسل نوجوان با موضوع پرونده تاریک و سیاه غرب
۴. پایین بودن سرانه مصرف کتاب‌های مفید به‌ویژه در شاخه تاریخ معاصر (گرایش تاریخ غرب)
۵. جذابیت موضوعات مربوط به استعمار، برای جهت‌دهی به کنش‌های هنری نوجوانان
۶. تأکید مقام معظم رهبری بعد از مشاهده و تورق مجموعه کتاب



سرگذشت استعمار (محتوای اصلی پویش) بر ترویج این مجموعه و آشناسازی نوجوانان کشور با تاریخچه استعمار.

معرفی پویش

در پویش **هیس طوری**، نوجوان به دو کار مهم دعوت می‌شود: «مطالعه کتاب» و «کنشگری هنرمندانه»؛ بنابراین، این پویش، صرفاً یک پویش کتاب‌خوانی نیست؛ بلکه یک پویش کتاب‌خوانی و کنشگری است. در این پویش، نوجوانان ابتدا کتاب‌ها را مطالعه کرده و سپس متناسب با محتوای کتاب و ذوق و هنر و سلیقه خود، یک اثر هنری تولید می‌کنند. این مسیر به لطف طراحی جذاب و بازی‌وارسازی پویش، به گونه‌ای انجام شده که نوجوان هم به **ورود** به پویش ترغیب می‌شود و هم به **ادامه دادن** و به **پایان** رساندن آن.

این پویش با محوریت محتوایی مجموعه کتاب **سرگذشت استعمار** برگزار می‌شود. مجموعه‌ای که در پانزده جلد، توسط آقای مهدی میرکیایی نوشته شده و توسط نشر مهرک به چاپ رسیده است. در این مجموعه، ما با روایت‌هایی واقعی، نو، کوتاه و تکان‌دهنده از جنایات استعمارگران مواجه می‌شویم که شناخت آن‌ها برای مخاطب قطعاً جذاب خواهد بود. این مجموعه کتاب، از شروع قصه پرغصه استعمار آغاز می‌شود و تمامی اتفاقات ریز و درشتی که درباره این جنایت بزرگ تاریخی رخ داده، بررسی کرده است.

مهم‌ترین اتفاقی که بعد از خواندن این مجموعه کتاب رخ می‌دهد، **تغییر جدی نگاه** خوانندگان نسبت به غرب و کشورهای اروپایی خواهد بود. کشورهایی که در حال حاضر خود را متمدن و انسان‌دوست معرفی می‌کنند، اما تاریخچه آنان، این دروغ‌های بزرگ را برملا می‌کند؛ آن‌هم به صورت کاملاً مستند و دقیق و با جزئیات؛ بنابراین می‌توان گفت که خواندن این کتاب، گامی مهم و لازم در مسیر مبارزه با استکبار غرب است. **مخاطب هدف** در این پویش، **نوجوانان** ۱۳ تا ۱۸ ساله هستند.

این پویش تا **پایان فصل بهار ۱۴۰۲** ادامه خواهد داشت و اختتامیه پویش در قالب برگزاری رویداد ویژه با حضور برترین‌های پویش انجام خواهد شد.



مراحل، فرایند و بستر

این پویش در بستر سایت هیس طوری در حال برگزاری است. جزئیات بیشتر درباره فرایند ورود و فعالیت مخاطب در پویش، در قالب راهنماهای تصویری در سایت قرار گرفته است؛ اما مراحل فعالیت به صورت خلاصه به این ترتیب است:

- ✓ ورود به سایت و عضویت در پویش
 - ✓ ورود به کتاب اول و خرید و مطالعه آن
 - ✓ تکمیل اطلاعات حساب کاربری
 - ✓ شرکت در آزمون کتاب اول
 - ✓ انجام کنش هنرمندانه برای کتاب اول
 - ✓ ثبت امتیاز و نظر کارشناسی برای کتاب اول
 - ✓ ورود به کتاب دوم و انجام مراحل پنج‌گانه (۱. خرید، ۲. مطالعه، ۳. شرکت در آزمون، ۴. انجام کنش، ۵. ثبت امتیاز و نظر)
 - ✓ ورود به کتاب سوم و انجام مراحل پنج‌گانه، و... تا کتاب پانزدهم
- هرکدام از مراحل، امتیاز و سکه خاص خودشان را دارند و علاوه بر امتیاز و سکه، مدال‌هایی برای کاربرانی که به امتیاز مشخصی برسند، پیش‌بینی شده است.

در بخش جوایز نیز متناسب با میزان امتیاز و مدال دریافتی، جوایز متعددی پیش‌بینی شده که برخی بدون قرعه‌کشی و بعضی با قرعه‌کشی به شرکت‌کنندگان تعلق می‌گیرد.

جزئیات روش دریافت امتیاز، سکه و مدال و همچنین جوایز، در قالب راهنماهای تصویری در سایت قرار گرفته است.

تذکر این نکته لازم است که سایت هیس طوری، صرفاً بستر برگزاری تعامل و کنش مخاطب است و تمامی کسانی که از هر طریقی کتاب‌ها را بخوانند (چه نسخه چاپی و چه نسخه الکترونیک در سایر کتاب‌خوان‌ها)، امکان شرکت در این پویش از طریق سایت هیس طوری را دارند.



سفیران هیس طوری

در راستای ترویج هر چه بیشتر و بهتر این پویش بزرگ، بخشی با عنوان «سفیران هیس طوری» پیش‌بینی شده است. این بخش، ویژه تمامی علاقه‌مندان به مشارکت در ترویج پویش است و آن‌ها می‌توانند با ثبت نام در بخش سفیران، علاوه بر کسب اجر معنوی این اقدام ارزشمند، به‌ازای هر نوجوانی که به دعوت آن‌ها وارد پویش شود و کتاب‌ها را مطالعه کند، هدیه نقدی دریافت کنند.

برای اینکه سفیر هیس طوری شوید، کافی است وارد سایت سفیران هیس طوری شوید و بعد از تکمیل اطلاعات خواسته شده و پذیرفتن قوانین و مقررات، لینک دعوت اختصاصی خود را دریافت کنید.

سپس نوجوانان را به پویش دعوت کنید و از آن‌ها بخواهید که از طریق لینک اختصاصی شما، در پویش ثبت نام کنند و کتاب‌ها را تهیه کرده و بخوانند.

هر نوجوان با خواندن سه کتاب، مدال «کتاب‌خوان تازه‌کار»، با خواندن هشت کتاب، مدال «کتاب‌خوان فعال» و با خواندن پانزده کتاب، مدال «کتاب‌خوان حرفه‌ای» را دریافت می‌کند.

هدیه نقدی این بخش، به‌ازای دریافت این مدال‌ها توسط نوجوانان، به شرح زیر به شما تعلق خواهد گرفت:

دریافت هر مدال کتاب‌خوان تازه‌کار، ۲۰,۰۰۰ ریال

دریافت هر مدال کتاب‌خوان فعال، ۳۰,۰۰۰ ریال

دریافت هر مدال کتاب‌خوان حرفه‌ای، ۵۰,۰۰۰ ریال

بنابراین، اگر هر کدام از نوجوانان دعوت شده توسط شما، تمامی کتاب‌ها را بخوانند، مبلغ ۱۰۰,۰۰۰ ریال هدیه به شما تعلق خواهد گرفت.

ضمناً ملاک تعلق گرفتن هدیه نقدی، دریافت مدال است، بنابراین اگر نوجوانی هفت کتاب را بخواند و فقط مدال کتاب‌خوان تازه‌کار را دریافت کند، فقط هدیه آن مدال به شما تعلق خواهد گرفت.

برای دریافت اطلاعات بیشتر درباره سفیران هیس طوری و ثبت نام در این بخش، به سایت سفیران هیس طوری مراجعه کنید.



آدرس‌های موردنیاز:

سایت سفیران هیس طوری: ketabno.com/histori/safiran
 کانال سفیران هیس طوری در ایتا: eitaa.com/safiran_histori
 سایت پویش هیس طوری: ketabno.com/histori
 کانال پویش هیس طوری در ایتا: eitaa.com/histori_ir

مدل‌های پیشنهادی دعوت:

مدل دعوت مخاطبان به پویش، بسته به موقعیت جغرافیایی و زمان و مکان فعالیت سفیر، متفاوت خواهد بود و در این زمینه، خلاقیت و مخاطب‌شناسی حرف اول و آخر را می‌زند؛ اما بر اساس تجربه‌های جمع‌آوری شده از سایر سفیران، چند مدل زیر برای دعوت مخاطبان به پویش پیشنهاد می‌شود.

جهت دریافت توضیحات بیشتر درباره روش‌های پیشنهادی، آشنایی با روش‌های جدید و دریافت محتواهای چندرسانه‌ای که در ضمن پیشنهادها به آن‌ها اشاره می‌شود، به کانال سفیران و پویش مراجعه کنید.

۱. زنگ هیس طوری

شما می‌توانید با هماهنگی مدیران مدارس محله خود، در یکی از ساعت‌ها (زنگ پرورشی و یا تاریخ و...) در کلاس حضور پیدا کنید و ضمن استفاده از تخته و نوشتن برخی آمارهای عجیب و غریب از جنایات اتفاق افتاده در دوران استعمار و یا نقل داستان برخی شخصیت‌ها و یا خوانش بخش‌هایی از کتاب‌های سرگذشت استعمار، دانش‌آموزان را با خود همراه کنید و در پایان کلاس، آن‌ها را به شرکت در پویش دعوت کنید.

۲. هیس طوری در کانال

شما می‌توانید به انتخاب خود بخشی از محتوای موجود در کانال هیس طوری را در کانال شخصی خود یا مسجد و محله ارسال کنید و ذیل هر کدام از محتواها، لینک دعوت اختصاصی خودتان را درج کنید.

۳. ساعت هیس طوری خوانی



شما می‌توانید در شب‌های ماه مبارک رمضان، ساعتی را مشخص کنید که در آن ساعت علاقه‌مندان به هیس طوری خوانی در مسجد جمع شوند و در زمان و مکان یک‌سان، کتاب‌های سرگذشت استعمار را مطالعه کنند.

۴. هیس طوری در صف نماز

شما می‌توانید بخشی از فرصت موجود بعد از نماز ظهر و عصر را به بیان نکات کوتاهی از محتوای کتاب‌های سرگذشت استعمار اختصاص بدهید و در پایان، حاضرین را به ثبت نام و شرکت در پویش هیس طوری دعوت کنید.

۵. شب‌های هیس طوری

شما می‌توانید هر شب بعد از منبر یا برنامه رسمی خود، در فضایی غیررسمی در قالب حلقه و یا حضور در فضایی بیرون از مسجد (پارک، کنار رود و...) باتکیه بر حقایق موجود در کتاب‌های سرگذشت استعمار، درباره انگیزه‌ها، جنایت‌ها و پیامدهای این فاجعه بزرگ تاریخی گفتگو کنید و از حاضرین نیز بخواهید تا نظرشان را بیان کنند. در پایان نیز، حاضرین را به ثبت نام و شرکت در پویش هیس طوری دعوت کنید.

۶. کارگاه هیس طوری

شما می‌توانید در صورتی که در تولید یکی از قالب‌های کنش‌های هنری موردنیاز در پویش (پوستر یا عکس نوشته، کمیک یا نقاشی، چت استوری، پادکست) تخصص نسبی داشته باشید، زمان و مکان مشخصی را جهت آموزش این قالب تعیین کنید و در قالب کارگاه، ابتدا آموزش و سپس تولید را انجام دهید. البته در این زمینه آموزش‌های ساده و آسانی در قالب ویدئوی آموزشی در سایت بارگذاری شده است که می‌توانید در کارگاه آموزشی، آن‌ها را پخش کنید.

۷. نمایشگاه هیس طوری

شما می‌توانید در صورت وجود امکانات، برخی از محتواهای موجود در کانال را گزینش و چاپ کنید و در محل پرتدد نصب کنید.

۸. آیتم هیس طوری

شما می‌توانید ویدئوهای ترویجی جذاب و کوتاهی که در سایت و کانال



بارگذاری شده را به عنوان آیتم‌های تنوع‌بخش در لابه‌لای آیتم‌های اصلی ویژه‌برنامه‌های خود پخش کنید.

۹. هیس‌طوری همه‌جا

شما می‌توانید در صورت امکان نسخه چاپی و در صورت امکان نسخه دستی دعوت به پویش را به تعداد قابل‌توجهی آماده کنید و آن را در تمامی مکان‌های پرتردد محله خود نصب کنید. (نانوایی، سوپرمارکت، میوه‌فروشی، کتابخانه، مسجد، مدرسه، امامزاده، پارک، مکان‌های تفریحی و...)

۱۰. دعوت چهره‌به‌چهره

از هر چه بگذریم، روش دعوت چهره‌به‌چهره از موفق‌ترین روش‌هاست. شما می‌توانید با حضور در پاتوق‌های نوجوانان چه در زنگ تفریح مدارس و چه در پارک و مسجد، به صورت چهره‌به‌چهره درباره جنایات غرب و اروپا گفتگو کنید و آن‌ها را به خواندن این کتاب‌ها دعوت کنید.

۴. سخنرانی تعاملی

ماهیت و تعریف

اجرای فایل طراحی شده، شامل عکس و صوت از برخی افراد مهم اثرگذار تاریخ معاصر که کمتر مخاطبین آنها را می‌شناسند به نحوی که مخاطب در مرحله اول شناسایی می‌کند و بعد از آن هر کس اطلاعاتی از ایشان دارد به جمع معرفی کرده و در نهایت مبلغ توضیحات تکمیلی را ارائه می‌نماید تا یک گفتگوی دوطرفه به صورت پرسش از مبلغ و پاسخ از شنونده ایجاد شود.

هدف

از طریق این مدل سخنرانی، نادانسته‌های مخاطب را که در فضای مجازی به او نمی‌رسد از طریق چیستان طور به مخاطب منتقل می‌کنیم و او را با مسائل انقلاب آشنا می‌نماییم.

مخاطب هدف

دوستان و اشنایان، فامیل، بچه‌های سر کلاس، افراد شرکت‌کننده



در حلقه معرفت یا دورهمی و عموم فضاهای گفتگویی و یا هیئت‌های دانش‌آموزی

محل و بستریهای اجرا

کافه، کلاس، حلقه، دورهمی، کارگاه و...

فرایند

قالب و ابزار این نوع از گفتگو به چند شکل قابل انجام است
مرحله اول:

کسب اطلاعات خاص و ویژه از افراد خاص در دنیا که آن اطلاعات اصلاً شنیده نشده یا کمتر شنیده شده
مرحله دوم به یکی از ۴ مدل:

۱. تهیه لیست اسامی افراد خاص بعلاوه برش‌های مورد نظر در مورد هر نفر که واقعاً شنیدنی است
۲. تهیه تعدادی عکس‌های پرینت شده و لمینت شده از افراد
۳. فتوکلیپ تهیه شده از عکس‌های افراد
۴. پاورپوینت متشکل از عکس‌های افراد
۵. صوت‌های مشخص شده از افراد

نکته: محتوایی که برای این اقدام آماده شده است در کانال نشر خوبی‌ها قرار می‌گیرد؛ ولی در نظر داشته باشید می‌توانید بنا بر زیست‌بوم منطقه تبلیغی خود محتوای مناسب برنامه خود را مانند نمونه تهیه و اجرا نمایید.
نکات توضیحی بیشتر:

- شخصیت‌ها سیاسی، علمی، هنری، ورزشی، شهدایی یا اجتماعی و... باشند
- شخصیت‌ها سیاه و سفید، دوست یا دشمن، داخلی یا خارجی باشند
- شخصیت‌ها گمنام، کمتر شناخته شده، شناخته شده و معروف، یا به شدت مشهور باشند
- برای هر شخصیت یک یا دو گزاره و توضیح آماده شود که آن توضیح



روشن‌گرانه و فوق‌العاده است و در یکی از محورهای جهاد تبیین به شدت ما را کمک می‌کند.

● می‌توان برای هر پاسخ که مخاطب می‌دهد (نام یا توضیح شخصیت را حدس می‌زند) به ترتیب آسان به سخت امتیاز در نظر گرفت و گفتگو رارقابتی کرد.

مرحله سوم:

در آغاز سخنرانی تعاملی عکس نفر اول را نشان می‌دهیم و سؤال می‌کنیم چه کسی ایشان را می‌شناسد؟

در صورت پاسخ یا عدم پاسخ او را معرفی می‌کنیم بعد می‌پرسیم او که بود؟

در صورت پاسخ یا عدم پاسخ باز می‌پرسیم او چه ویژگی خاصی داشت؟ بعد توضیح نهایی را می‌دهیم که آن توضیح هدف ماست. مثلاً اگر شخصیت مورد نظر گاندی است جمله معروف او را در معرفی امام خمینی یا امام حسین علیه‌السلام مطرح می‌کنیم و می‌رویم سراغ گزینه بعدی.

شرایط

- زمان توضیحی برای شخصیت‌ها باید محدود و کوتاه باشد
- توضیحات اشخاص باید خیلی خاص و جالب و تعجب‌برانگیز باشد
- حتی‌الامکان سؤالات تشخیص شخصیت‌ها امتیازبندی شده باشد
- نوع گفتگو و توضیحی که مخاطبین می‌دهند قاعده‌مند باشد

فعالیت گروه مردمی

شبکه مردمی شما می‌تواند در تهیه محتوا برای این اقدام کمک شایان توجهی به شما نمایند همچنین می‌توانند در انعکاس رسانه‌ای این فعالیت شما را یاری نمایند

نحوه گزارش‌دهی

از برگزاری این جلسه حتماً فیلم و عکس تهیه نمایید و آن را در کانال



خود در فضای مجازی بارگذاری نمایید و لینک آن را برای ادمین کانال نشر خوبی‌ها ارسال فرمایید. در ضمن می‌توانید این برنامه را در فضای مجازی نیز اجرا نمایید و تعداد بازخورد و بازدید آن را تیم ارزیاب مجازی ما بررسی نماید.

۵. تلاش کن

طرح نوجوانانه (تلاش کن) در پی یافتن کیمیای ارزشمند ایست تا مخاطب به‌وسیله تفکر و جهت‌دادن آن مس‌وجود خود را طلا کند. در واقع این طرح با شبکه‌سازی و تولید محتوای تفکر محور به دنبال رشد هویت شخصی و ملی و کشف استعداد و خودباوری مخاطبین است

ضرورت

اگر نتیجه فعالیت‌های فرهنگی کشف استعداد نباشد در بهترین حالت پرکردن وقت است نه ارزشمند کردن آن، پرکردن حافظه است نه شکوفا کردن استعداد شخص
صرف انتقال مفاهیم است نه یاددادن تفکر.
به امید تحقق منویات دیده‌بان انقلاب برای پرورش نسلی اهل خردورزی و فلسفیدن.

اهداف

اهداف اصلی:

۱. گفتمان‌سازی و عملیاتی‌کردن منویات مقام معظم رهبری توسط شبکه طلاب انقلابی در کمترین زمان در قالب کشف و شکوفای استعداد و تفکر خلاق و شکل‌دهی هویت انسانی در راستای تمدن اسلامی.
۲. تولید و اجرای محتوای روشمند، متناسب ادبیات کودک و نوجوان و ارزیابی میدانی آن.
۳. توانمندسازی، مهارت‌افزای و رشد مستمر مربیان تربیتی.



اهداف فرعی:

۱. پرکردن اوقات فراغت مخاطب
۲. تربیت مخاطبین، بر اساس کنشگری اجتماعی و داشتن روحیه فعال، نه منفعل، در راستای امیدبخشی و اهداف انقلاب با توجه به بیانیه گام دوم
۳. نمود رسانه‌ای داشتن فعالیت‌های تربیتی و عدم انفعال در فضای مجازی
۴. ارائه روش‌های مفید در رشت و تربیت دانش‌آموزان در راستای طرح تحول آموزش و پرورش.

موضوعات

موضوعاتی که قرار است در طرح پیرامون آنها کار شود: ۱. شکرگزاری؛ ۲. پوشش؛ ۳. دشمن‌شناسی؛ ۴. سواد رسانه؛ ۵. مهدویت و شهدا؛ ۶. سواد اقتصادی؛ ۷. محبت؛ ۸. هویت ملی مذهبی.

یک موضوع هم در طول این ۴۰ روز اجرای طرح کار می‌شود که همان سواد مالی و اقتصادی است.

۵ تا موضوع ۷ روزه ۳۵ روز طول می‌کشد؛ ولی ما زمان طرح را بیشتر گرفته‌ایم که اگر بعضی از شهرها صلاح دانست پیرامون یک موضوع بیشتر صحبت کند فرصت داشته باشند و آن ۵ روز به صورت شناور هست که ان شاء الله استفاده بهینه بشود و ممکن است یک روز آخرش را بخواهند برای اختتامیه استفاده بکنند و روز اولش را برای افتتاحیه فلذا این روزها بیشتر مدنظر گرفته شده است.

ذیلاً شیوه‌نامه یکی از موضوعات به صورت خلاصه بیان می‌گردد:

- در روز اول بچه‌ها بعد از گروه‌بندی همراه مربی به بازدید از یکی از ایستگاه‌های آتش‌نشانی رفته و با هماهنگی قبلی، به گفتگو با عوامل آتش‌نشانی پرداخته و به آموزش برخی نکات ایمنی مشغول می‌شوند. سپس در انتهای برنامه مربی و بچه‌ها به تشکر از عوامل آتش‌نشانی می‌پردازند و بیان می‌کنند بابت این که مراقب ما هستید متشکریم.
- نکته قابل توجه این است که برای جذابیت بیشتر بهتر است بچه‌ها با



لباس آتش نشان آشنا شده و در یک اطفای حریق مصنوعی شرکت کنند. همچنین به بیان این نکات پرداخته شود که وظیفه آتش نشان تنها اطفای حریق نیست و موارد دیگری را نیز مثل نجات کسانی که در آسانسور می مانند، نجات حیوانات، و... شامل می گردد.

مری بدین بهانه به از خودگذشتگی و شهدای آتش نشان و الگویی مثل علی لندی

نیز اشاره ای می کند.

● روز دوم مری بچه ها را به خانه بهداشت (مرکز بهداشت، درمانگاه یا بیمارستان نزدیک محله) می برد و بچه ها از زحمات آن ها تشکر می کنند.

ضمناً قابل ذکر است مری می تواند با توجه به موقعیت مکانی وزمانی به ارگان های مختلف و یا حتی افراد خاص تأثیرگذار در محله را هم مراجعه نمایند و از آنها نیز تشکر به عمل آورند.

● روز سوم: مری با بچه ها به طبیعت گردی می روند که شامل چشمه، جنگل، بیابان، باغ و یا حتی یک پارک ساده را نیز شامل می شود. مری به بحث شگفتی های آفرینش می پردازد مثل گل، درخت، آسمان، خورشید و به گفتگو به نعمت های خدا و مطرح کردن چگونگی شکرکردن از این نعمت ها می پردازد و طرح مسئله می کند و به بچه فرصت می دهد تا فردا در مورد نحوه شکرگزاری از این نعمت ها تحقیق کنند.

فردا به بررسی تحقیقات و اکتشافات بچه ها می پردازد و در نتیجه به بهترین نحوه و آسان ترین که همان نماز خواندن است می پردازد.

مری بعدش به بازدید از مسجد می رود و به بچه ها می گوید برای نماز خواندن نیاز به ابزار داریم که همان (مهر، تسبیح و سجاده) نیاز داریم. بعدش میریم برای ساخت این ابزار (کارگاه سفالگری جهت ساخت مهر و تسبیح یا خودشان با گل درست می کنند و با کمک مادر یک سجاده درست می کنند)



حالا برای آموزش احکام و نحوه نماز خواندن به وسیله بازی و نمایش به بچه‌ها آموزش می‌دهیم.

و در روز آخر نماز می‌خوانند و مستندسازی می‌کنند

فعالیت گروه مردمی

شبکه مردمی شما در تولید و انتشار کلیپ می‌توانند شمارا یاری نمایند

نحوه گزارش دهی

از مجموعه فعالیت‌هایی که در این اقدام انجام می‌دهید از ابتدا تا انتها هر موضوع عکس و کلیپ از نوجوانان تهیه نموده و آن را در کانال محله خود منتشر نمایید.

نکته: همان‌طور که بارها تکرار کردیم ارسال لینک کانالتان به ادمین کانال نشر خوبی‌ها جهت ارزیابی فعالیتان الزامی است

السلام علیک یا ابا عبدالله

پایان

