

جهاد

نشریه مستقل دانشجویی
سال اول، شماره دوم

کار فرهنگی در اردوی جهادی



درباره ی تهیه ی محتوای فرهنگی و روش ارائه ی آن برای دانشجویان حاضر در اردوی جهادی نکات مهمی وجود دارد که حاصل تجربه ی مسئولین فرهنگی در اردوهای متعدد است. قبل از اردو حتما باید شناسایی کامل از افراد شرکت کننده در اردو بعمل آید. ممکن است بسته ی فرهنگی آماده شده مناسب حال آنها نباشد. بنابراین مخاطب سنجی مهم ترین بخش طراحی مدیریت کار فرهنگی داخلی گروه جهادی میباشد. مثلا محتوای فرهنگی آماده شده توسط تیم فرهنگی داخلی بالاتر از سطح اطلاعات بچه های داخل گروه بود و متاسفانه برای همه قابل فهم نبود. موضوع انتخاب شده بعنوان محور اصلی اردو آشنایی با مبانی اقتصاد مقاومتی و سبک زندگی اسلامی بود که تا حدی برای شروع آن و طرح موضوع مشکل داشتیم. و بنظر من بهتر بود قبل از اردو در سطح دانشگاه یا حداقل در میان بچه های بسیج دوره های کوتاه مدت برگزار میکردیم تا آشنایی نسبی بدست میامد. مساله ی بعدی کمبود زمان مناسب برای ارائه ی محتوای فرهنگی (مثلا پخش کلیپ و موشن گرافیک) و کمبود مکان مناسب برای فزاسازی (مثلا برای نصب پوستر) بود. و همه ی این مشکلات ناشی از شناسایی ضعیف و اطلاعات ناقص در مورد مکان اسکان و زمان دقیق برنامه های عمومی اردو بود. فعالیت فرهنگی برای دانشجویان اردوی جهادی از پیچیدگی های خاص خود برخوردار است. و کار تحقیقاتی یک تیم متخصص با تجربه را میطلبد. مثلا یکی از محدودیت های موجود در اردوهای جهادی کمبود وقت و خستگی ناشی از کار است که عملا فرصت اجرای خیلی از برنامه ها را از ما میگیرد. بطور کلی برنامه های فرهنگی داخل اردو را به دو قسمت عمومی و تخصصی تقسیم بندی کردیم: عمومی شامل: اقامه ی نماز جماعت، قرآنرگزارای هیات و روضتهیه ی بسته ی فرهنگی و رزق فرهنگی، سخنرانی روحانی و حلقه های معرفت تخصصی شامل: طراحی محور تخصصی برای اردو مثلا اقتصاد مقاومتی با هدف گفتمان ساز، پخش کلیپ بطور برنامه ریزی و هدفمند مرتبط با محور اصلی اردو، نصب پوستر و فزاسازی محل اسکان، برنامه ریزی برای جلسات هم اندیشی و کرسی های آزاد اندیشی مثلا با هدف حل مشکلات اقتصادی در روستاهیه ی جزوه و بسته ی فرهنگی مرتبط با محور اصلبرگزاری مسابقه از متن جزوه ی موجود کتابخانه ی سیارفرم نظر سنجی و اعلام همکاری برای پیگیری بعد از اردو، تهیه ی بروشور با هدف معرفی محور اصلی اردو و آشنایی کلی با برنامه های فرهنگی داخلی در اردو، استفاده از روحانی و مبلغ مسلط به فعالیت فرهنگی در اردوی جهادی و مسلط به طرح مباحث برنامه ریزی شده در مراحل بعدی

جهاد ادامه دارد...

تلاش کردیم در مدت محدود با بضاعت اندک از پتانسیل فکری عظیم دانشجویان بسیجی جهادی به بهترین نحو استفاده کنیم و این انرژی ذخیره شده را تا حدی آزاد کنیم برای حل مشکلات فرهنگی اقتصادی، چرا که تا اینجا فقط از انرژی فیزیکی بچه های گروه برای تکمیل پروژه های عمرانی استفاده میشد. در نهایت امیدوارم دوستان با انتقال تجربه و پیشنهادات خود ما را یاری کنند. هزار نکته باریکتر از مو اینجاست / نه هر که سر تراشید قلندری داند

میتوان با استفاده از ایده های کاربردی و قابل استفاده در محیط روستا استفاده کرد. مثلا یکی از ایده ها برگزاری نمایشگاه محصولات روستایی با هدف تشویق به استفاده از محصولات تولید داخلی بود. یا تقدیر از کارآفرین نمونه روستا و معرفی آن بعنوان الگو به روستاییان. و ایده های دیگری مانند برگزاری کارگاه های آموزشی برای روستاییان و کارآفرینی که بعد از آموزش اقتصاد مقاومتی به دانشجویان جهادی و تشویق آنها به ایده پردازی مطرح میشود و تا حد قابل توجهی مشکلات اقتصادی روستا را حل خواهد کرد... خیلی

جهاد

* شماره دوم، اسفند ماه ۱۳۹۷

* شماره مجوز: ۹۶۳۵۳۵

* صاحب امتیاز:

امین درزی لمراسکی

* مدیر مسئول و سردبیر:

امین درزی لمراسکی

* هیئت تحریریه: محمد صادق اکبری

نوقابی، علی غفاری، سجاد کمالی نیا، احمد

قربانپور، حسین فکور یکتا، سید محمد مهدی

مرجانی، ابالفصل باژن، محمد مهدی گران،

ابالفصل عباسی، احمد قربانی پور، محمد

مهدی سعدآبادی

* طراح صفحه آرا: محمد مهدی سعدآبادی

دل‌جده

عکس نوشته



خدایا اگر من بیچاره در این لحظه بمیرم فردا در
مقابل این جوانانی که از لذت و عیش و نوش دنیا
بریدند و روبه تو آوردند سرافکنده خواهم بود.

شکوه عبداللہ سعیدی
(مخفی از وصیت نامہ)

MotiGraphic.ir
@Motigraphic

