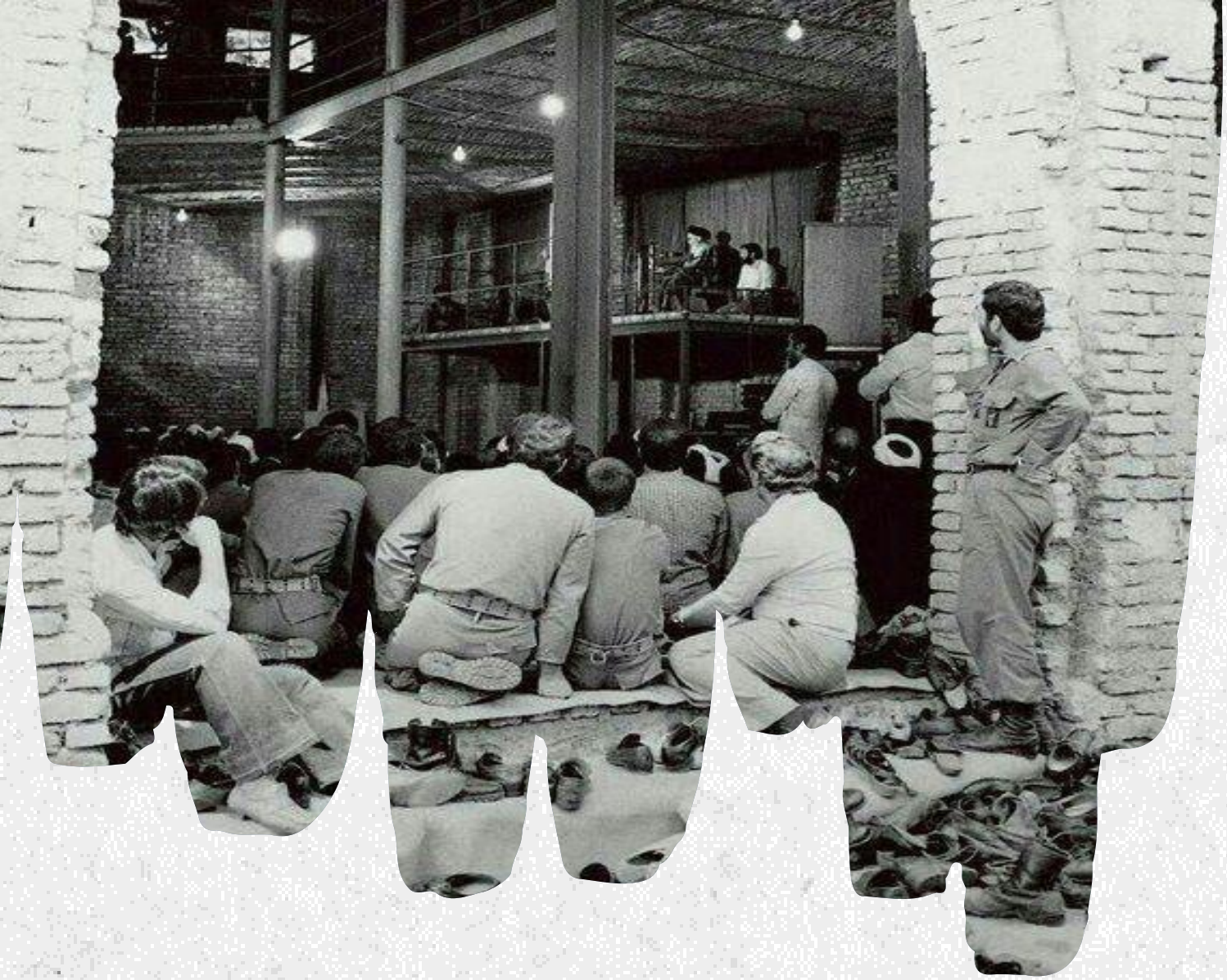


حرکت عمومی
و
حلقه‌های میانی

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ

(سوره مبارکه الرعد آیه ۱۱)



تئوری انقلاب

نظام‌های جهانی

- **کاپیتالیسم**
- **کمونیست**
- **نه شرقی نه غربی یعنی چه؟**

تئوری انقلاب

ملت عزیز من! اشکالات و مشکلات زیاد است و ما وارث یک مملکت آشفته هستیم. مملکت ما را خراب کرده اند و رفته اند؛ و ما وارث یک مملکت مخروبه هستیم. باید به خواست خدا تمام ملت برای ساختن ایران قیام کند. ایران یک مملکت زلزله زده، یک مملکت اجنبی زده، و یک مملکت دشمن زده است. **اینک ما باید ایران را بسازیم؛ از نو بسازیم ولی مشکلات دارد مشکلات فقط با دولت رفع نمی شود، مشکلات با یک قشر یا دو قشر از ملت رفع نمی شود. همهٔ ملت باید دست به هم بدهند و هر کس در هر شغل، مقام و مکانی که هست، دست به دست ملت بدهد و با هم این بنای جدید را به پایان برسانیم**، و یک ملت جدید و یک دولت جدید و یک بنای جدید که همه اسلامی باشد و همه انسانی باشد ما از سر بنا کنیم.

لینک کامل پیام:

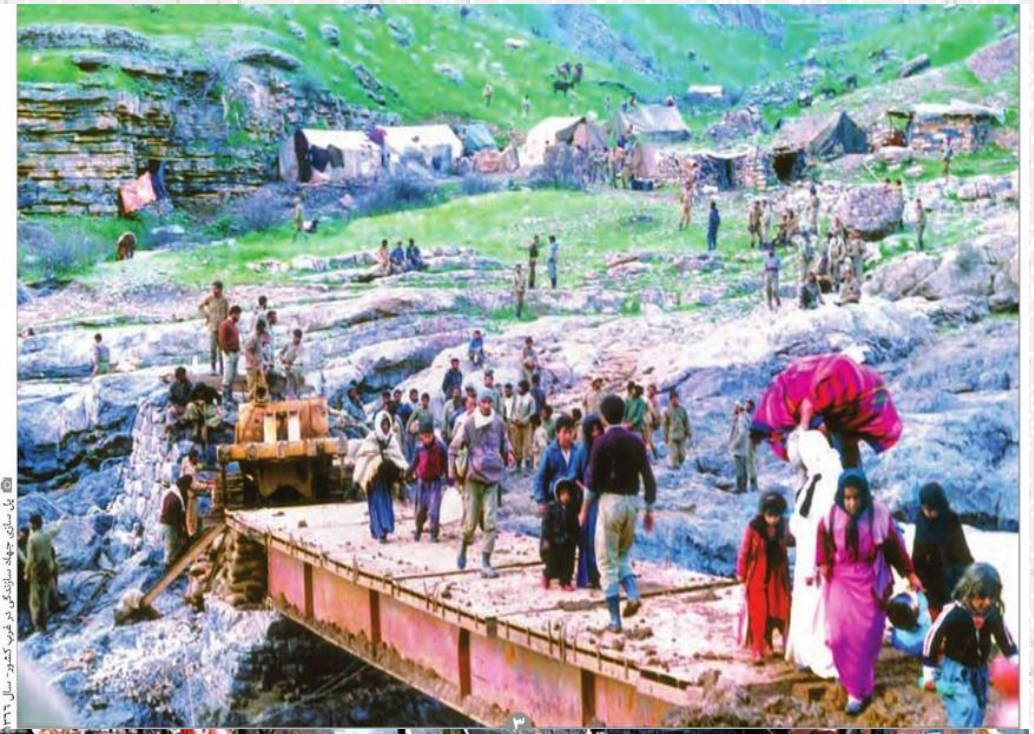


مثال‌های تئوری انقلاب

- انقلاب
- بسیج
- جهادسازندگی
- نهضت سواد آموزی
- کمیته های امداد
- کمیته‌ها
- سپاه اوایل انقلاب
- حشد الشعبی و جیش الوطنی
- گروه‌های مقاومت
- سیل، زلزله، کرونا



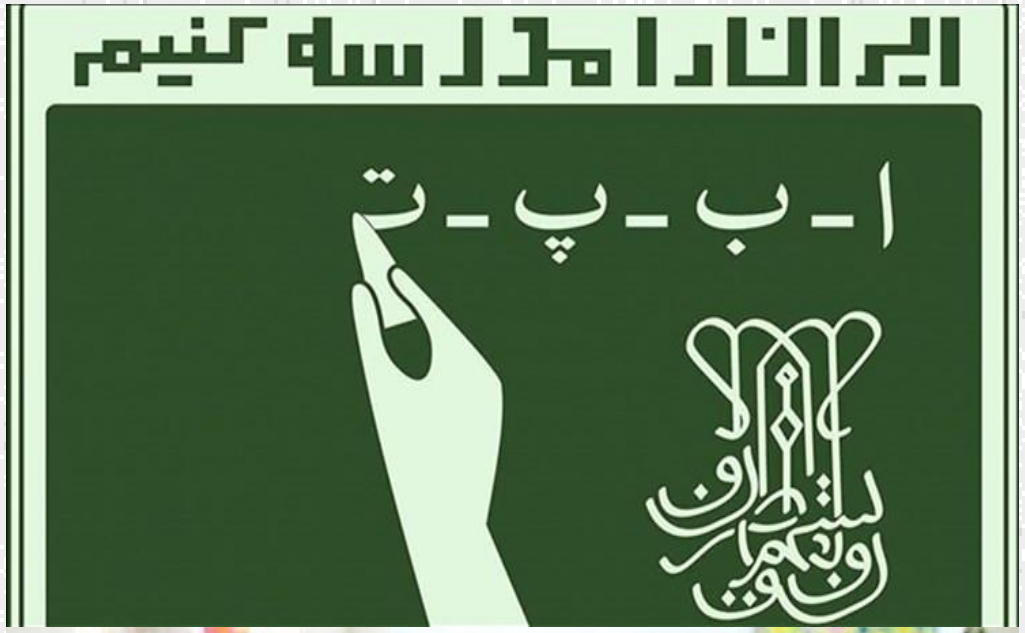
پیام تشکیل جهاد سازندگی ۲۶ خرداد ۵۸

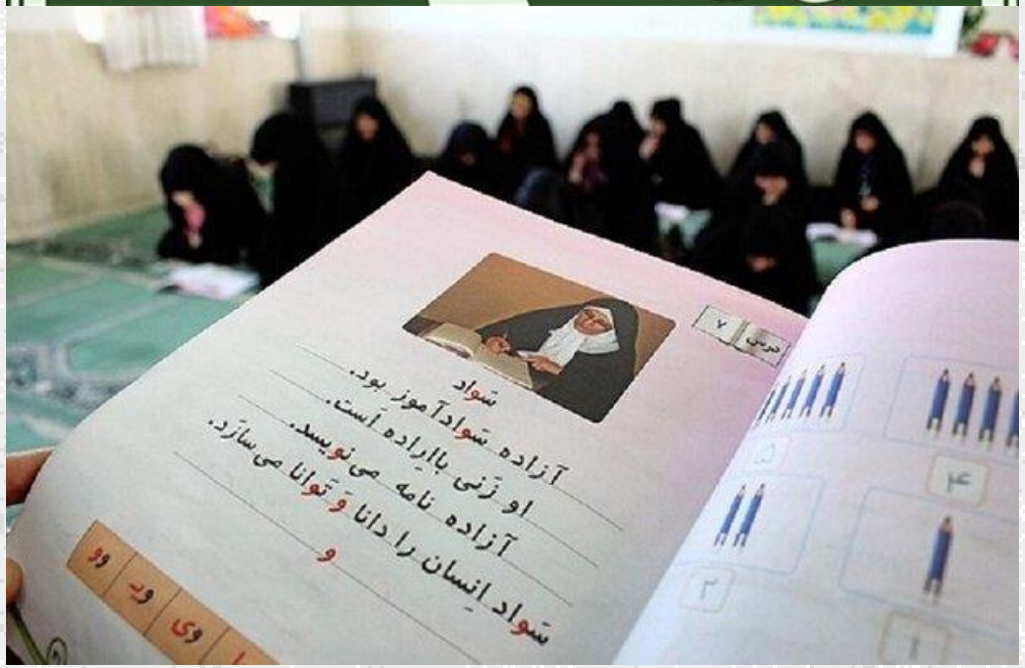




ما در مشکلات باید متوسل بشویم به ملت. ملتی که ـ بحمدالله ـ مهیا برای کمک و فداکاری بوده و هستند. با فداکاری ملت ـ بحمدالله ـ مراحلی را که بسیار اهمیت داشت پشت سر گذاشتیم، موانع مرتفع شد، خائنین رفتند، و اگر تتمه ای هم باشد، با همت ملت خواهند رفت. لکن این دیوار شیطانی بزرگ که شکست، پشت آن دیوار خرابیهای زیاد هست؛ و ما باید به همت ملت آن خرابیها را ترمیم کنیم. ناچاریم که به ملت متوجه بشویم برای سازندگی؛ برای اینکه ترمیم کنیم این خرابیها که در طول مدت حکومت جائر پهلوی در مملکت ما حاصل شده است. و ـ بحمدالله ـ ملت ما راجع به سازندگی، این مهیا بودن خودشان را اعلام کرده اند. **دانشجوهای عزیز، متخصصین، مهندسین و بازاری، کشاورز، همهٔ قشرهای ملت، داوطلب برای این است که ایرانی که به طور مخروبه به دست ما آمده است بسازند. از این جهت، باید ما بگوییم یک جهاد سازندگی، موسوم کنیم این جهاد را به «جهاد سازندگی» که همهٔ قشرهای ملت، زن و مرد، پیر و جوان، دانشگاهی و دانشجو، مهندسین و متخصصین، شهری و دهاتی، همه با هم باید تشریک مساعی کنند** و این ایران را که خراب شده است بسازند

پیام تشکیل نهضت سواد آموزی ۸ دی ۵۸

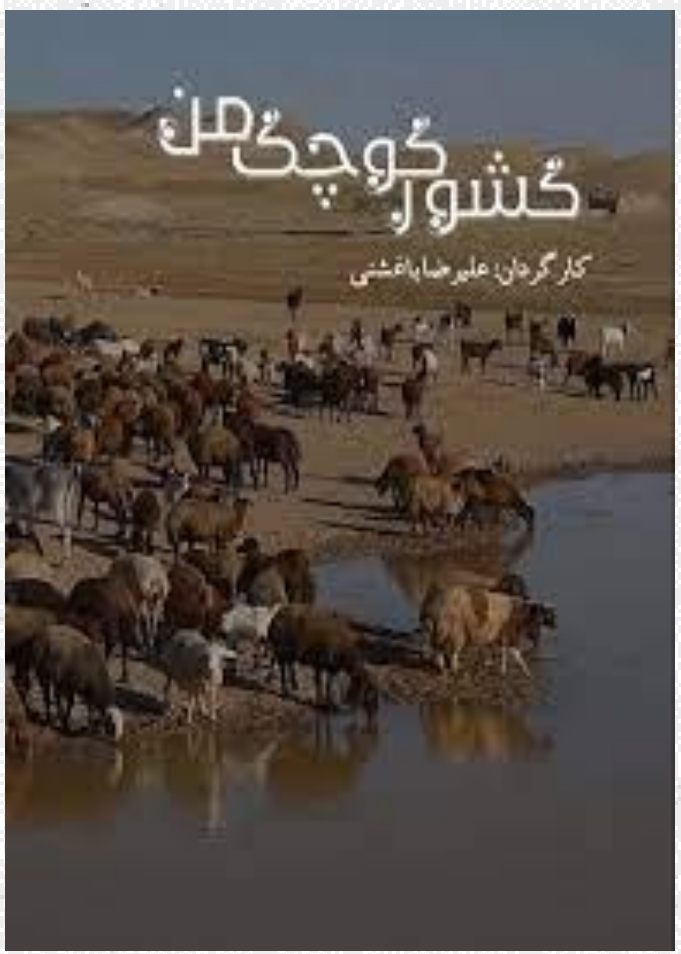




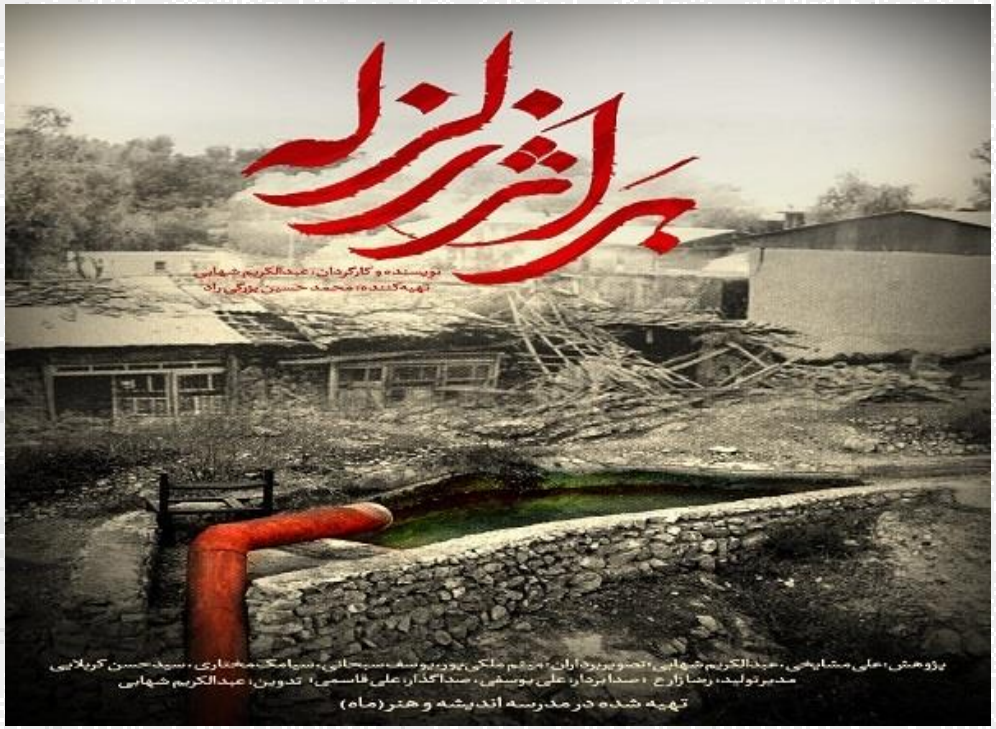
برادران و خواهران ایمانی!
برای رفع این نقیصه درد آور، بسیج شوید و ریشه این نقص را از بن بر کنید. تعلیم و تعلم عبادتی است که خداوند تبارک و تعالی ما را بر آن دعوت فرموده است. ائمه جماعات شهرستان‌ها و روستاها مردم را دعوت نمایند و در مساجد و تکایا باسوادان نوشتن و خواندند را به خواهران و برادران خود یاد دهند و منتظر اقدامات دولت نباشند و در منازل شخصی اعضای بی‌سواد را تعلیم کنند و بی‌سوادان از این امر سر پیچی نکنند.
من از ملت عزیز امید دارم که با همت والای خود بدون فوت وقت، ایران را به صورت مدرسه‌ای در آورند و در هر شب و روز و در اوقات بی‌کاری یکی دو ساعت را صرف این عمل شریف نمایند. بپا خیزید که خداوند متعال با شماست. از خدای تعالی سعادت و سلامت و رفاه ملت شریف را خواستارم.

پیام تشکیل بسیج دانشجویی و طلبه

مستندها:



لینک مستند:



لینک مستند:

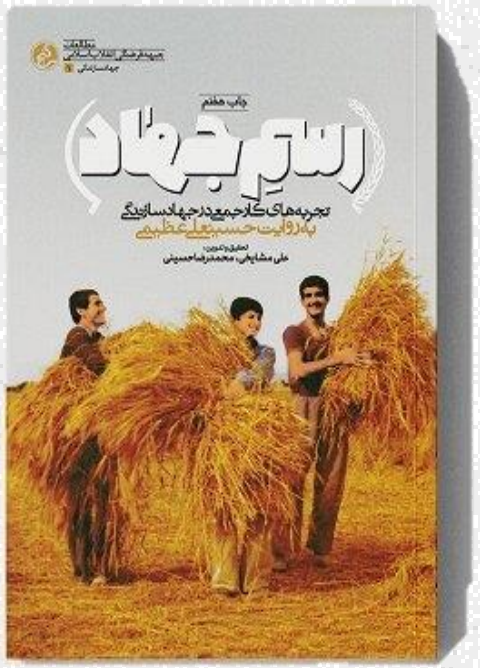


لینک مستند:

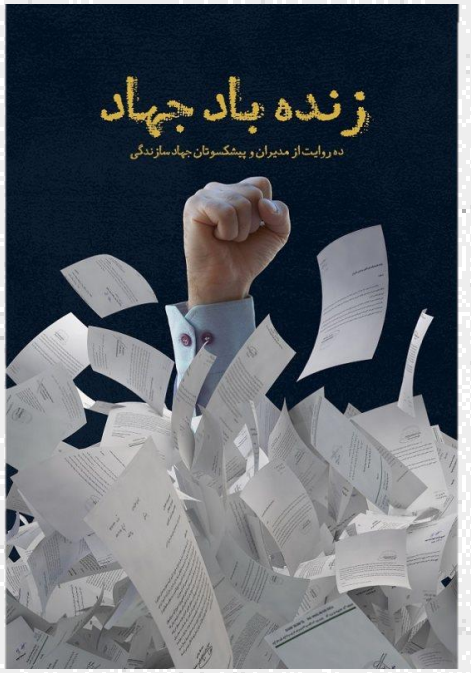
کتاب‌ها:



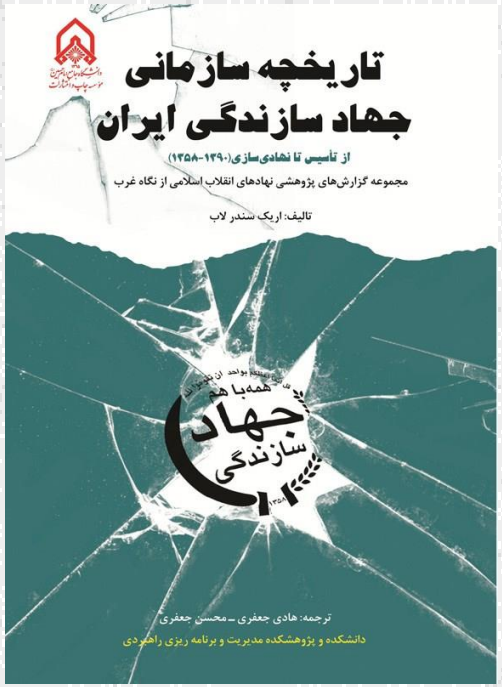
لینک کتاب:



لینک کتاب:



لینک کتاب:



لینک کتاب:

فعالیت: بررسی دو حرکت عمومی



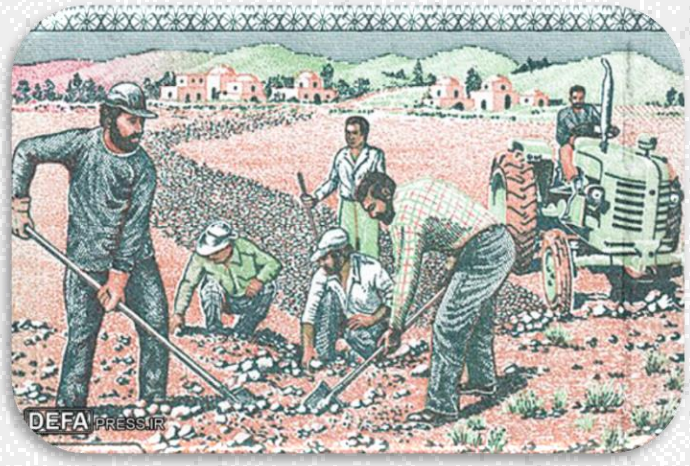


- جهادسازندگی
- نهضت سوادآموزی

چه ویژگی‌های داشتند که توانستند مردم را به میدان بیاورند؟

چه عواملی سبب سرعت گرفتن کار آنها شد؟

چه عواملی سبب متوقف یا کند شدن حرکت آنها شد؟





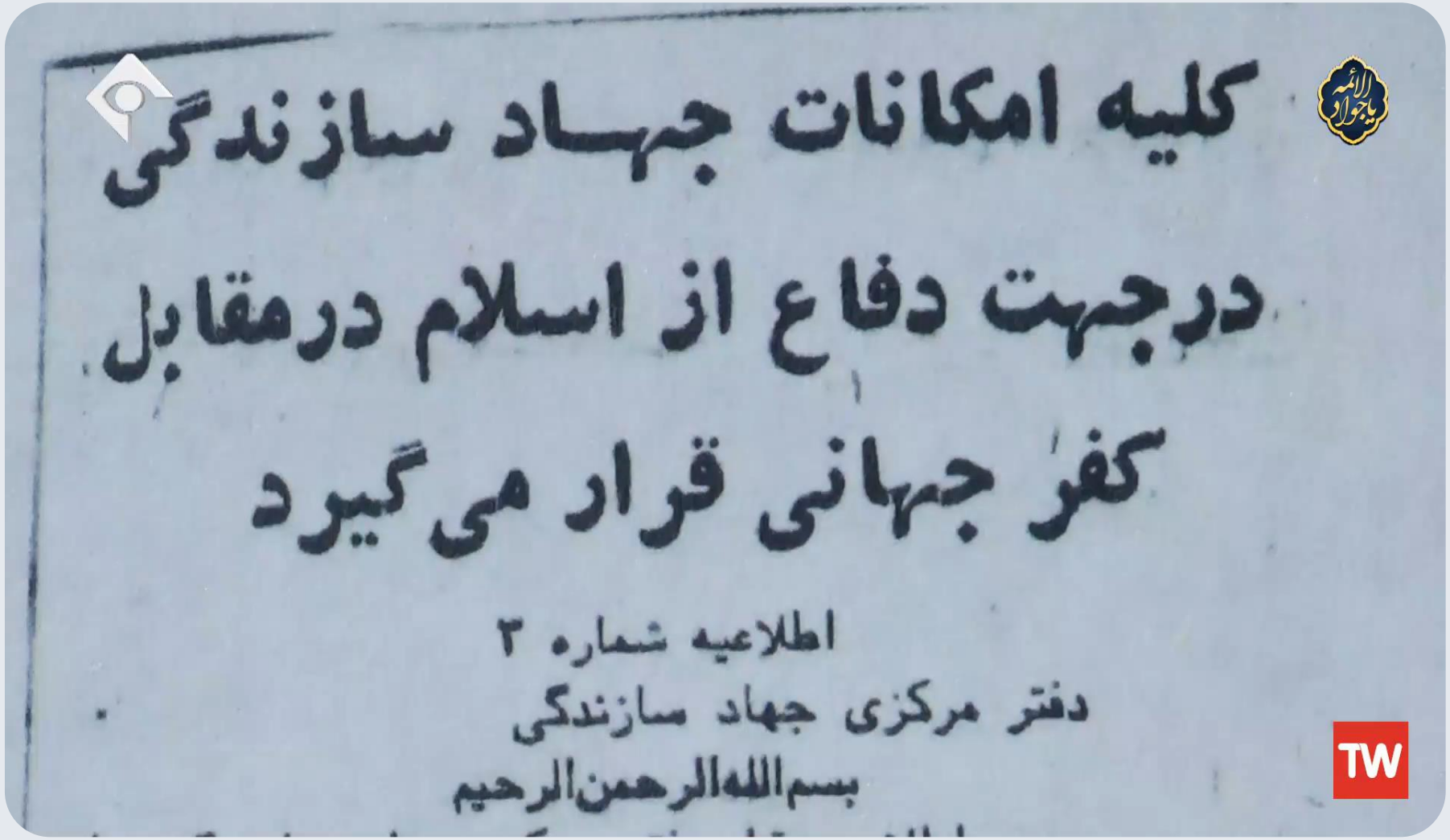




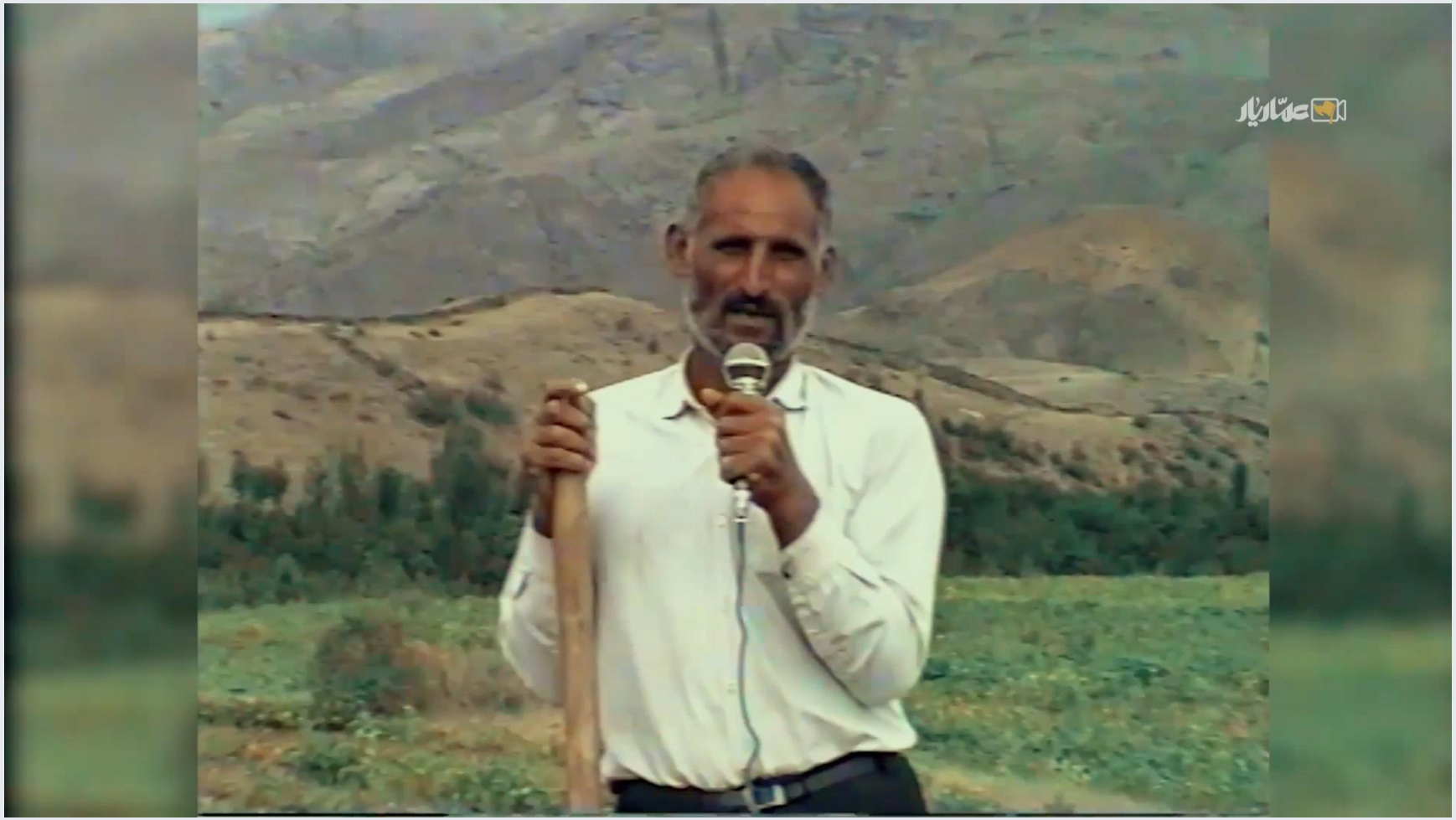
برشی از مستند جوانمرگ



برشی از مستند جوانمرگ



برشی از مستند بر اثر زلزله



گروه اول	گروه دوم	گروه سوم	گروه چهارم
1. ساده کردن فعالیت ها 2. هر کس هر توانی که داشت 3. تبین با ادبیات عام فهم 4. مبتنی بر نیاز مردم 5. دادن راهکارهای ساده 6. مردمی بودن کار و شروع کننده خود مردم بودند 7. فراگیر بودن و سن خاص نداشتن (پیر، جوان، زن، مرد)	1. ملزم به سازمان نبودن 2. آتش به اختیار 3. از هر سطح و دانش می توانست کمک بدهد 4. تخصصی نشدن کارها 5. توجه به قشرهای مختلف 6. حضور مردم در همه عرصه ها حتی نظارت 7. ایجاد حس مسئولیت در مردم	1. تعریف واحدهای کوچک و خرد برای فعالیت 2. سهل بودن کارها 3. مشخص بودن جهت فعالیت ها 4. وجود عامل های امیدبخش 5. شناخت صحنه داشتن 6. تنوع فعالیت ها 7. چابکی در اقدام و عمل	1. خودجوش بودن (منظم بودن ولی معطل ساختار نبودن) 2. عمومی بودن و نداشتن پیچیدگی 3. سرعت عمل (منتظر دستور و... نماندن) 4. معنویت بالا و الهی بودن کارها، ایثار گرانه بودن 5. عدم طبقه بندی مردم

عوامل توقف یا کند شدن سرعت

گروه اول	گروه دوم	گروه سوم	گروه چهارم
1. سازمانی شدن	1. جدا شدن از مردم	1. ----------	1. ----------
2. تغییر نیت ها و غیر خودجوش شدن	2. ----------	2. ----------	2. ----------
3. تصدی گری دولت ها و حاکمیت	3. ----------	3. ----------	3. ----------
4. تخصصی و حرفه ای کردن فعالیت ها بدون حفظ فعالیت های ساده	4. ----------	4. ----------	4. ----------
	5. ----------		

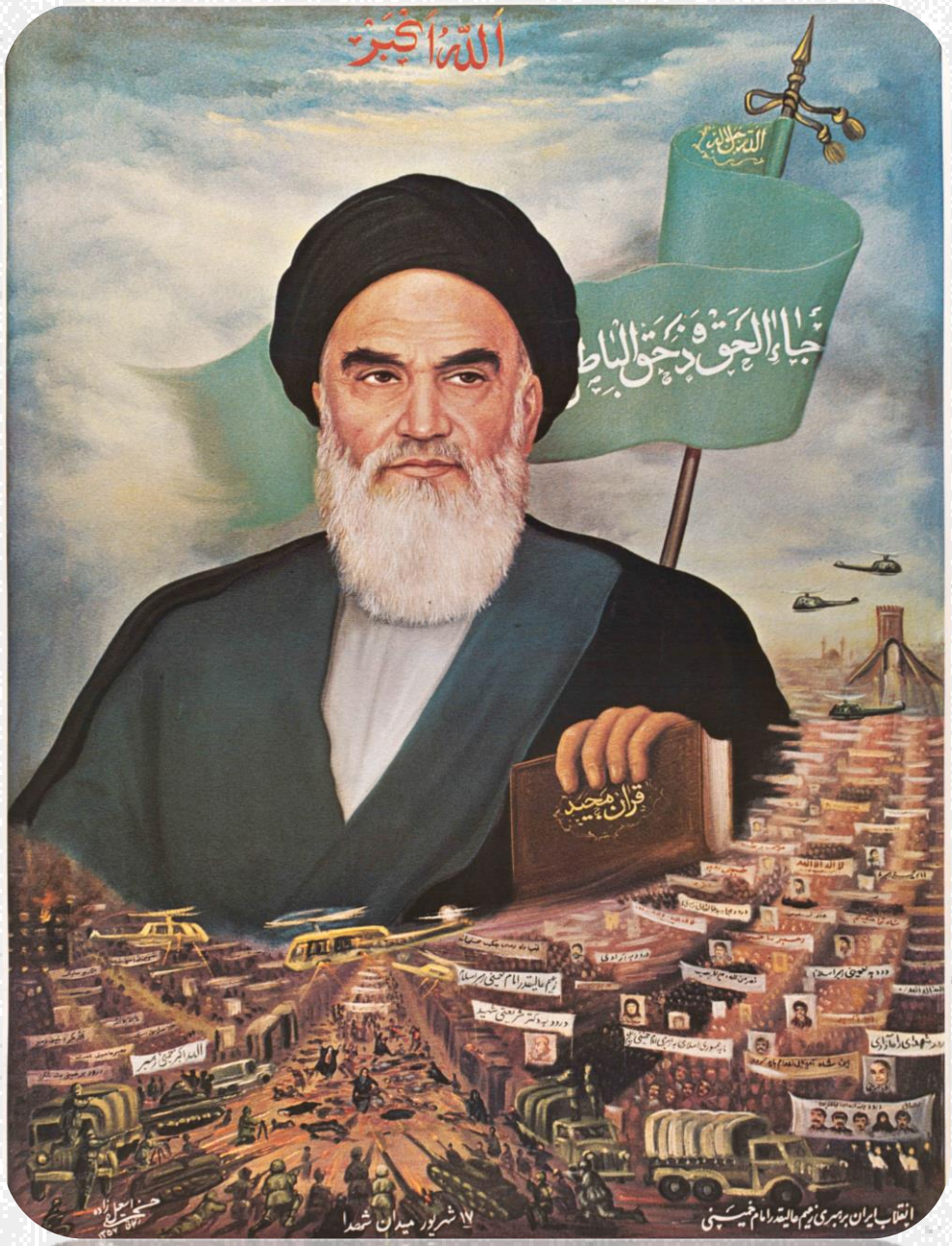
سیر حرکت بحث های فرهنگی
آقا عزیز
تا دیدار سال ۹۰
و..

یک تشخیص اساسی و حیاتی امام داد و آن این بود که این مسئله‌ی مهم را فقط ملّت ایران میتواند حل کند. این مسئله، صرفاً مسئله‌ی نیروهای مسلّح نیست. ولو نیروهای مسلّح بعد خب وضع بهتری پیدا کردند لکن این کار، کار ملّت ایران است، ملّت باید وسط بیاید؛ همچنان که ملّت ایران انقلاب را به پیروزی رساند، جنگ را هم ملّت ایران باید به پیروزی برساند. امام این را تشخیص داد و بر اساس آن عمل کرد و این حرکت عظیم مردمی را به وجود آورد.

در دفاع مقدّس برای حضور مردمی یک مدل‌سازی جدیدی انجام گرفت.

نحوه‌ی حضور مردمی یک نحوه‌ی شگفت‌آوری است...

(بیانات به مناسبت چهلمین سالگرد دفاع مقدس ۱۳۹۹/۰۶/۳۱)



[در مدل جبهه مردمی جنگ] اوّلاً همه‌ی آحاد ملّت ایران، آنهایی که مایل بودند در این عرصه شرکت کنند،

هر که بود، هر چه بود،

توانست در یک شبکه‌ی زنده، کارآمد، داوطلبانه و پُرشور جای خودش را پیدا کند.

فرض بفرمایید یک رزمنده‌ی سیزده چهارده ساله میتوانست جای خود را پیدا کند، بیکار نمانَد؛

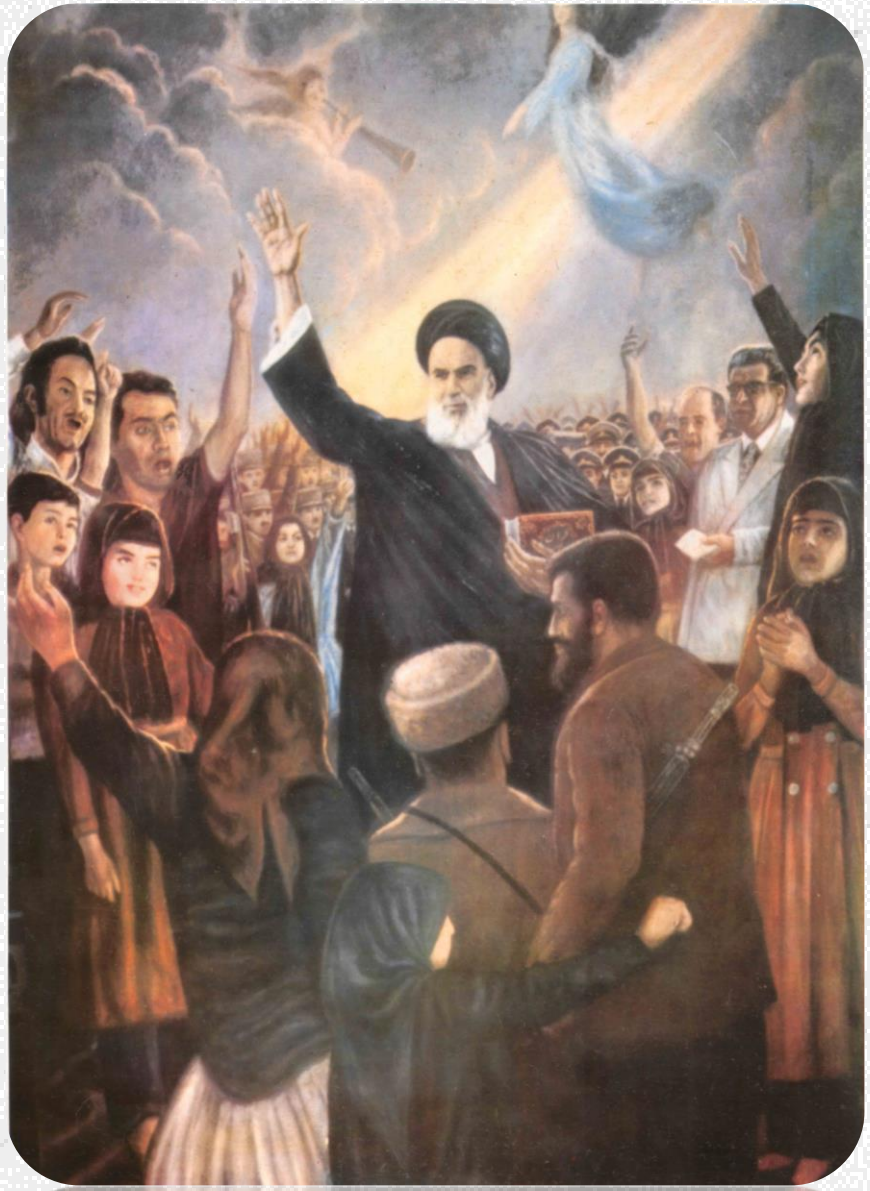
فرض بفرمایید که آب بیاورد، خبر ببرد، پیام‌رسان باشد و از این قبیل کارها. یک پیرمرد هفتادساله هم که میرفت جبهه، او هم همین جور؛ او هم میتوانست کار خودش را پیدا کند. توقّعی که از یک پیرمرد در جبهه وجود داشت، کاملاً مشخّص بود، معلوم بود؛

هیچ کس بیکار نمیماند؛ نه آن بچّه‌ی سیزده‌ساله بیکار میماند، نه آن پیرمرد هفتادساله بیکار میماند.

پزشک جرّاح، کاسب جزء، روحانی مسجد، کارگر کارخانه، شاعر و سرودخوان، راننده و صاحب‌کار و ریخته‌گر، کشاورز روستایی، کارمند اداری و انواع و اقسام گروه‌های مردمی میتوانستند در این شبکه‌ی عظیم مردمی حضور پیدا کنند... این مدل جدید بود؛ مدل‌سازی جدیدی که

همه میتوانستند همکاری کنند، همه میتوانستند هم‌افزایی کنند...

(بیانات به مناسبت چهلمین سالگرد دفاع مقدس)



فعالیت: خوانش دیدار ۱۳۹۸/۳/۱

سوالات کلیدی دیدار یک سه

۱	ضرورت حرکت عمومی از منظر حضرت آقا چیست؟ چرا ما باید حرکت عمومی را ایجاد کنیم؟
۲	حرکت عمومی از منظر حضرت آقا دارای ویژگی هایی است این ویژگی ها چه چیزهایی هستند؟
۳	بیان راهکارهای حرکت میانی با حلقه های میانی است حلقه های میانی را تعریف کنید که چه کسانی با چه ویژگی های هستند؟
۴	ملزومات شکل گیری حرکت عمومی چه چیزهایی هستند؟

فعالیت: خوانش دیدار ۱۳۹۸/۳/۱

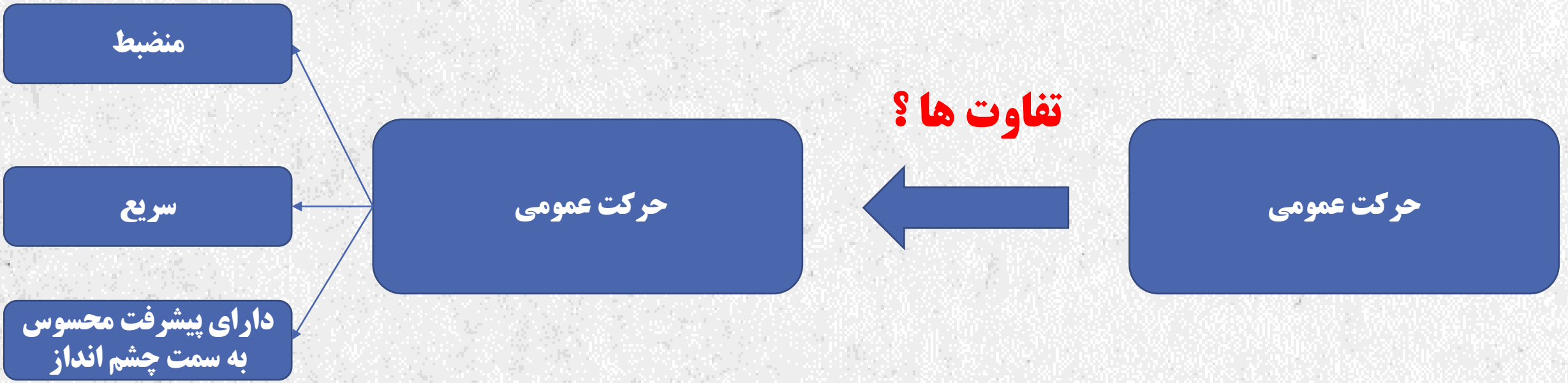
نام گروه:

اهمیت و ضرورت	ویژگی حرکت در گام دوم	تعریف	ملزومات	مصداق
چرا حرکت عمومی نیاز هست	تفاوت حرکت در گام دوم در نسبت با گام اول	تعریف حلقه های میانی	پیش نیازهای ایجاد حرکت عمومی چه چیزهایی است؟	مصادیق حرکت عمومی را در منطقه ای که زیست می‌کنید مثال بزنید.

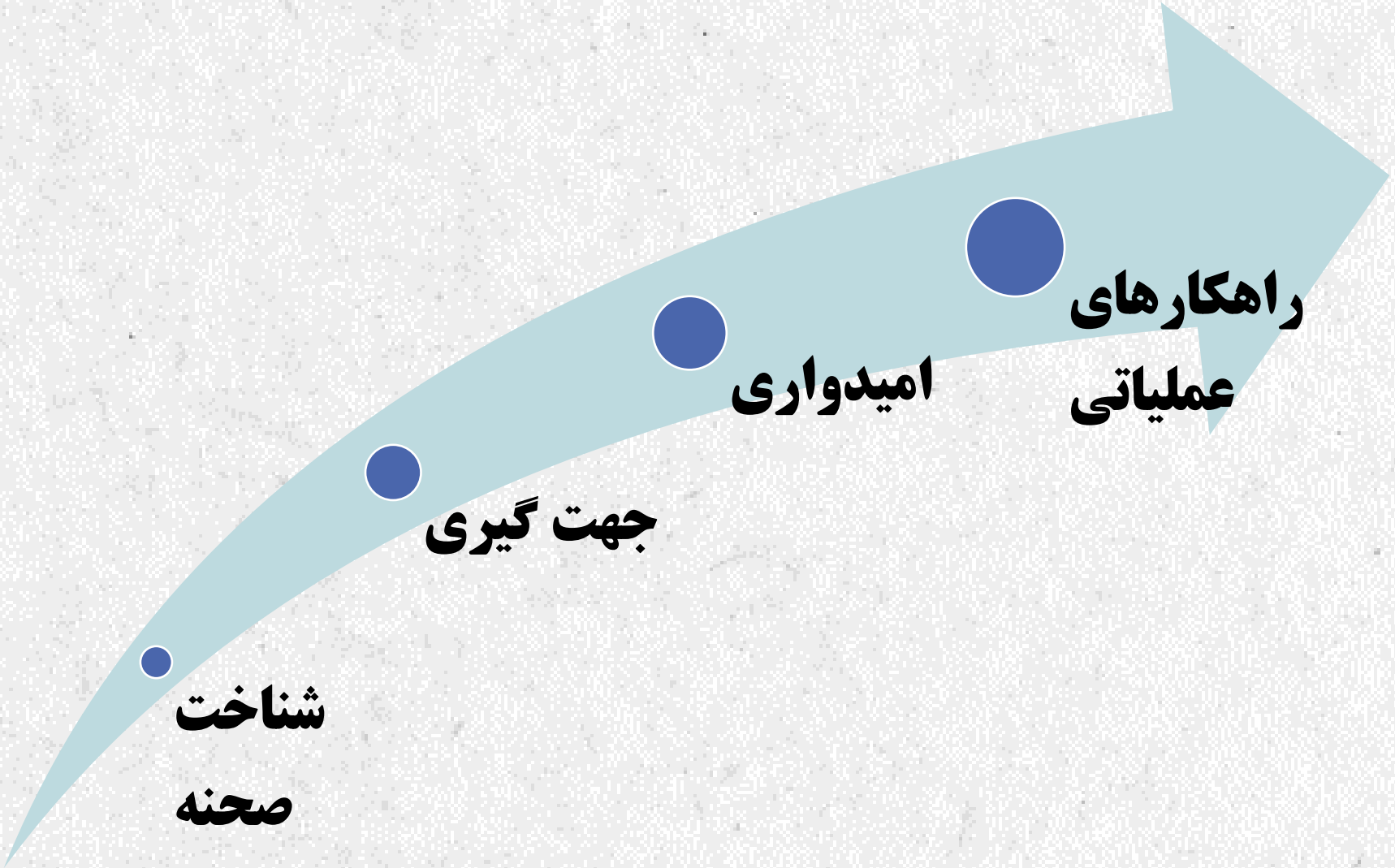
اهمیت و ضرورت	ویژگی های حرکت عمومی	تعریف	الزامات
1. حل مسئله و مشکل 2. تمدن اسلامی 3. جامعه اسلامی 4. تغییر و تحول در بدنه مسئولین و مدیریتی	---------- ---------- ---------- ---------- ----------	---------- ---------- ---------- ---------- ----------	---------- ---------- ---------- ---------- ----------

ویژگی‌ها در حرکت عمومی گام دوم: تفاوت های حرکت در گام دوم نسبت به گام اول

خب، ما به یک حرکت عمومی به سمت آن چشم‌انداز نیاز داریم؛ باید یک حرکت عمومی در کشور راه بیفتد؛ **البتّه این حرکت وجود دارد** منتها بایستی انضباط پیدا کند، سرعت پیدا کند و پیشرفتش به سمت آن چشم‌انداز محسوس باشد.



ملزومات: پیش نیازهای حرکت عمومی



تعریف حلقه میانی و زبان گویا و ذهن فعال

برای یک حرکت عمومی این چهار عنصر نیاز است، **تبیین** اینها نیاز دارد به **ذهن فعّال و زبان گویا**؛

منتها این [مورد] آخری که مسئله‌ی **راهکارهای عملی** باشد، احتیاج دارد به هدایت، تمرکز، پیگیری، فعّالیّت پی‌درپی و لحظه‌به‌لحظه برای اینکه بتواند این کاروان عظیم جامعه را و مهم‌تر از همه جوانهای جامعه را به پیش ببرد.

این کارِ چه کسی است؟ این به عهده‌ی **جریانهای حلقه‌های میانی** است. این، نه به عهده‌ی رهبری است، نه به عهده‌ی دولت است، نه به عهده‌ی دستگاه‌های دیگر است؛ [بلکه] به عهده‌ی مجموعه‌هایی از خود ملّت است که خوشبختانه امروز ما این را کم هم نداریم. ما نخبه‌های فکری در زمینه‌های گوناگونِ مورد نیاز در میان جوانان، در میان مسئولین خودمان داریم. اینها میتوانند بنشینند برنامه‌ریزی کنند و هدایت کنند.

تعریف حلقه میانی

سوال اول: حلقه‌های میانی چه کسانی هستند و کارکرد آنها چیست؟

پاسخ اولیه:

افراد و مجموعه‌های مردمی،

که با درک ضرورت ورود گسترده جوانان به حرکت عمومی جامعه به سمت چشم‌انداز،

با تمرکز، برنامه‌ریزی، هدایت، پیگیری، فعّالیّت پی‌درپی و لحظه‌به‌لحظه،

در یک عرصه مشخص،

راهکارهای عملی به‌میدان‌آوردن مردم برای افاده مانند تشکیل گروه‌های مردمی جدید

برای حل مسائل فرهنگی اجتماعی را دنبال می‌کنند.

عنصر چهارم این است که بالاخره در هر برهه‌ای **راهکارهای عملی** لازم است. آنچه شما سؤال میکنید -یعنی نسل جوان ممکن است سؤال بکند و یک سؤال مستتری است- همین است که بالاخره راهکار عملی برای اینکه ما بتوانیم به عنوان یک جوان وارد میدان بشویم چیست.

این چهار عنصری که گفتیم -همه‌ی اینها- که برای یک حرکت عمومی این چهار عنصر نیاز است، تبیین اینها نیاز دارد به ذهن فعّال و زبان گویا؛

منتها این [مورد] آخری که مسئله‌ی راهکارهای عملی باشد، احتیاج دارد به **هدایت، تمرکز، پیگیری، فعّالیّت پی‌درپی و لحظه‌به‌لحظه برای اینکه بتواند این کاروان عظیم جامعه را و مهمتر از همه جوانهای جامعه را به پیش ببرد.**

این کارِ چه کسی است؟ این تمرکز، این ایجاد برنامه‌ی کار، پیدا کردن راهکار، ارائه‌ی راهکار، برنامه‌ریزی، به عهده‌ی چه کسی است؟

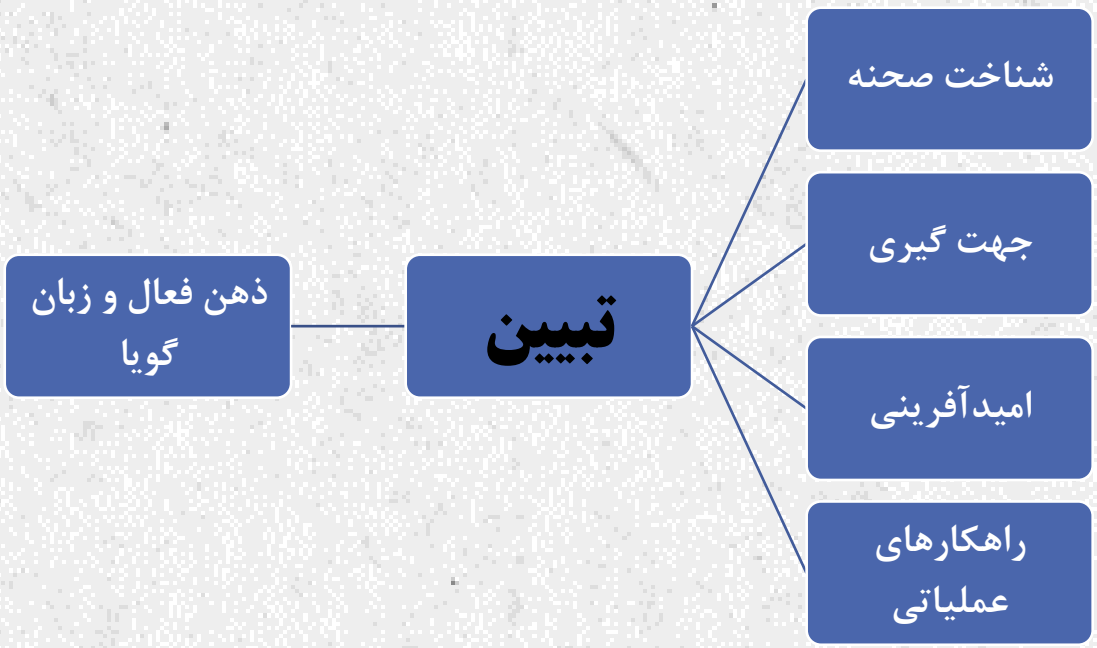
این به عهده‌ی جریان‌های حلقه‌های میانی است.

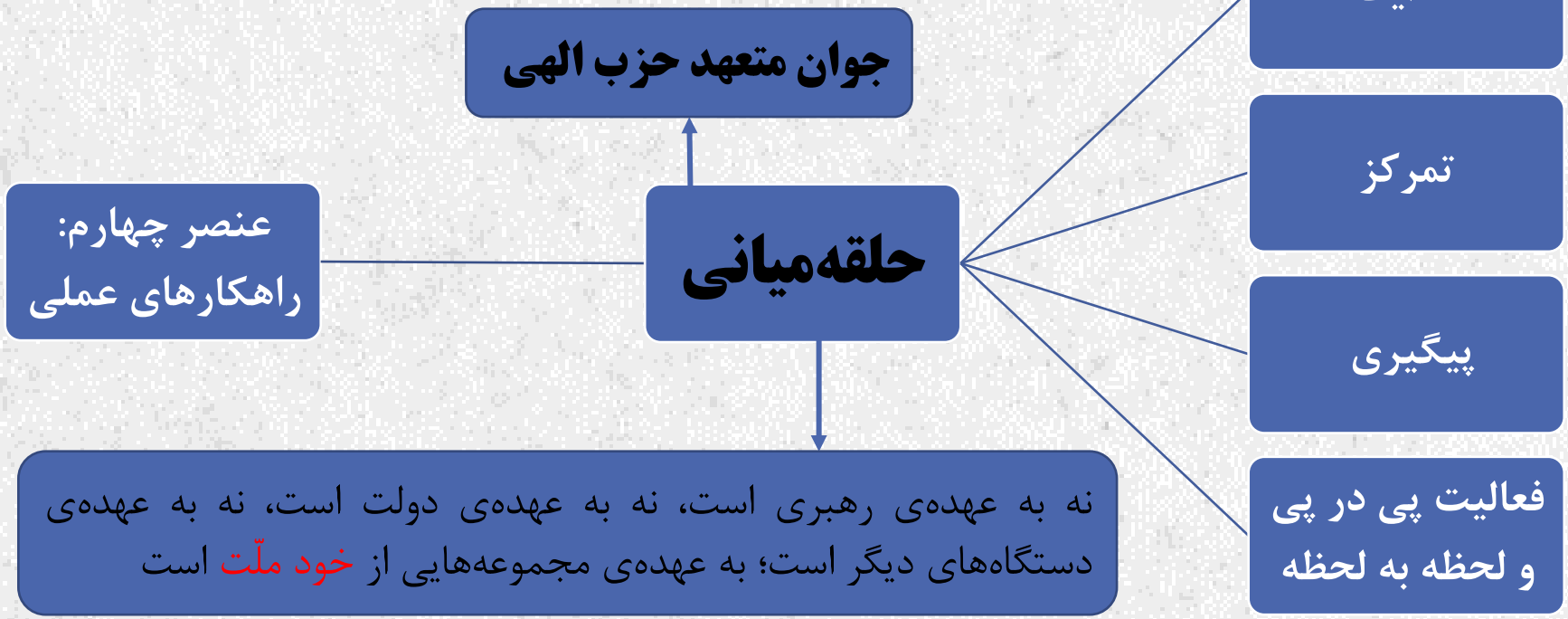
این، نه به عهده‌ی رهبری است، نه به عهده‌ی دولت است، نه به عهده‌ی دستگاه‌های دیگر است؛

[بلکه] به عهده‌ی **مجموعه‌هایی از خود ملّت** است که خوشبختانه امروز ما این را کم هم نداریم.

ما نخبه‌های فکری در زمینه‌های گوناگونِ مورد نیاز در میان جوانان، در میان مسئولین خودمان داریم. اینها میتوانند بنشینند برنامه‌ریزی کنند و هدایت کنند. **تشکّل‌های دانشجویی** از این قبیلند، مجموعه‌های باتجربه و فعّال در زمینه‌های

تعریف حلقه میانی و زبان گویا و ذهن فعال

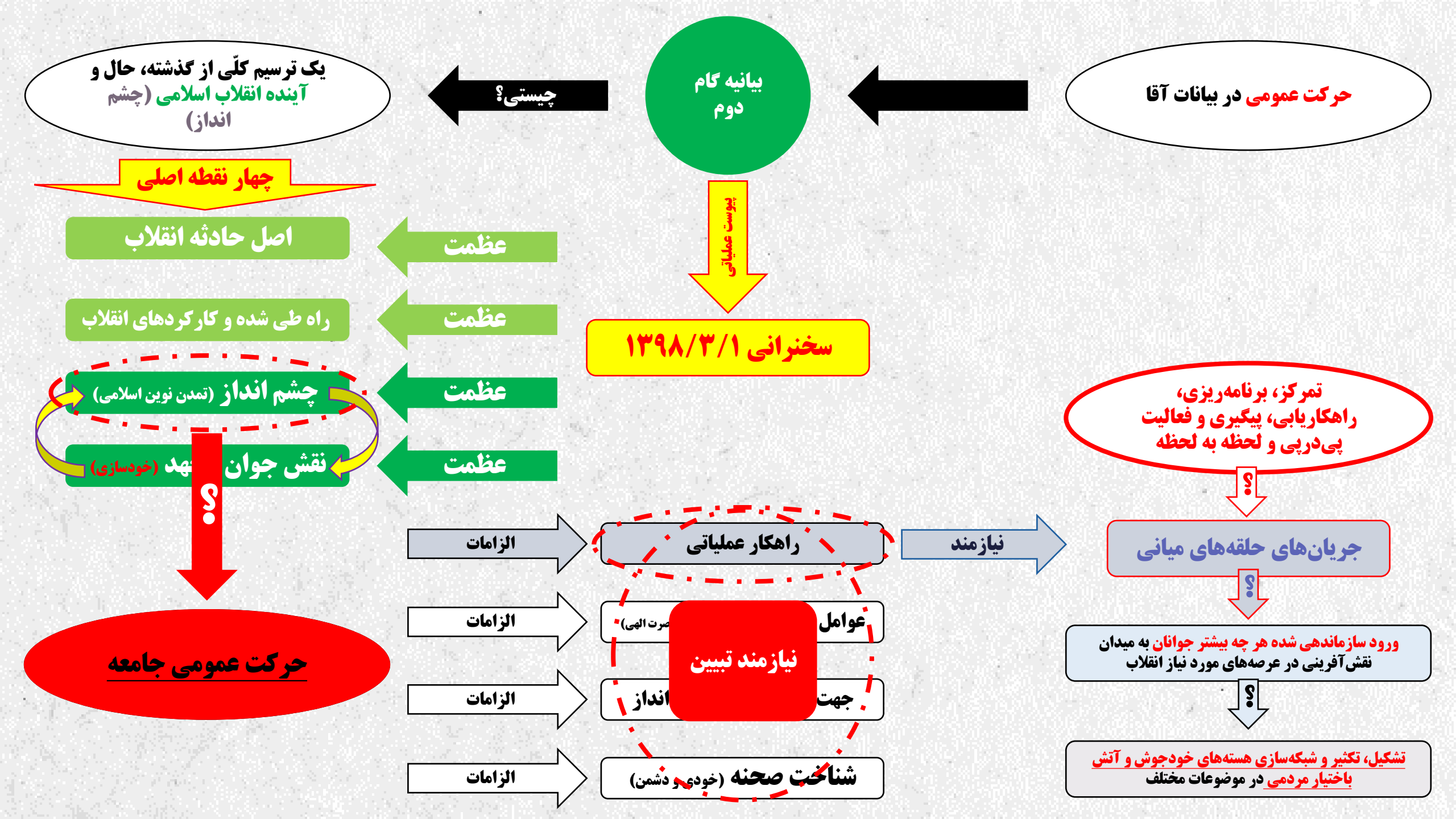




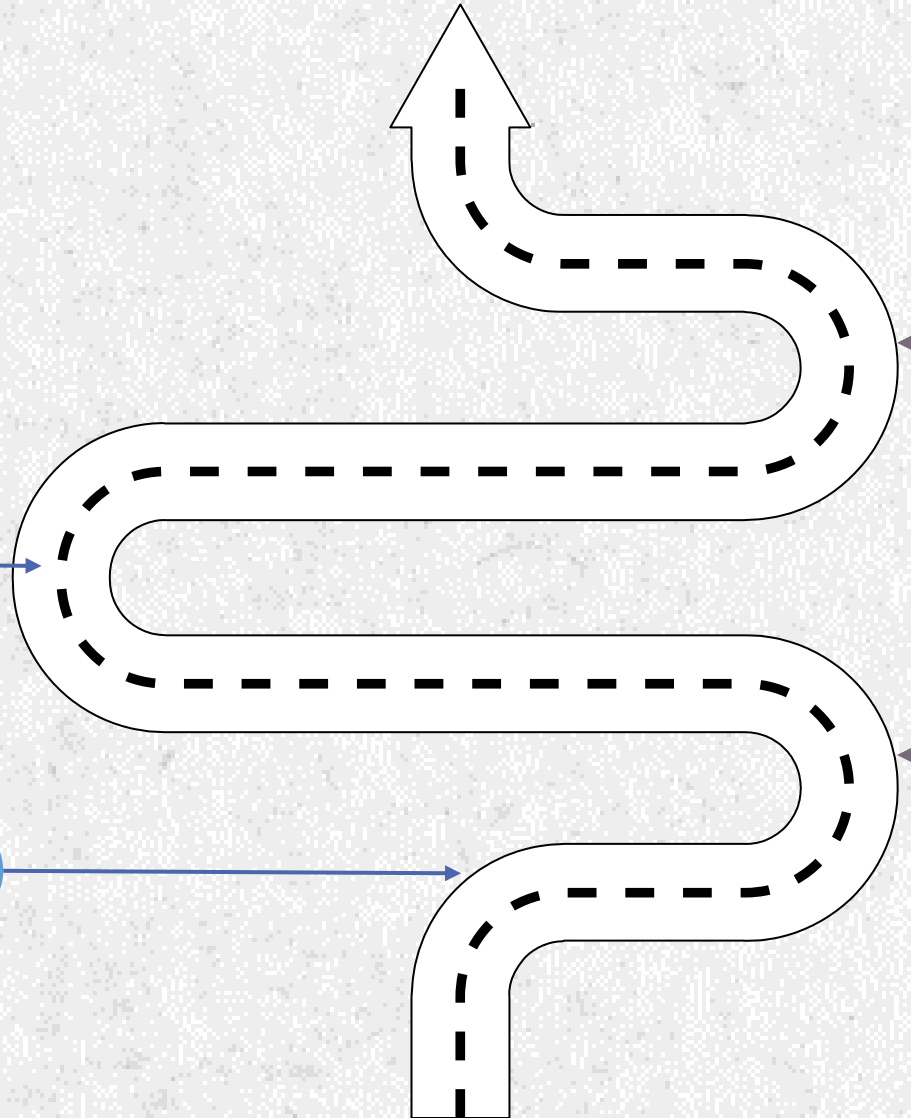
ویژگی ها حلقه‌میانی و تفاوت با فعال فرهنگی

۱	تلاش برای ایجاد یا تقویت مجموعه های خود و طراز شدن	تلاش و تقویت گروه های خرد و کوچک
۲	تمرکز بر تقویت برند یا نام مجموعه خود	تلاش برای هویت بخشی و برجسته کردن برند یا نام مجموعه های کوچک و خرد
۳	تلاش برای ایجاد و تقویت هسته های حرفه ای	تلاش برای شکل گیری هسته های ساده و خرد
۴	گستره استعدادسنجی و کادرسازی در حد مجموعه خود	استعدادسنجی و کادر سازی به گستره محله
۵	تمرکز بیشتر بر مسئله های فرهنگی و تا حدودی ثابت	تمرکز بر عموم مسائل مردم به صورت متنوع و متکثر
۶	غلبه افاده و استفاده با قشر مذهبی	به میدان آوردن عموم مردم به میدان افاده و استفاده
۷	عمده فعالیت ها ساختاری و بر مدار فرماندهی	آتش به اختیار بودن
۸	طراحی و اجرای عملیات های فرهنگی به صورت متمرکز و ملی یا استانی	طراحی عملیات ها فرهنگی– اجتماعی زمینه ساز کنشگری مردم

ویژگی ها و تفاوت های حرکت عمومی		
9	حرکت های نامنظم و کند اجتماعی	حرکت های عمومی منظم، سریع و با جهت مشخص به سمت چشم انداز
10	تمرکز بر لایه های استانی و فعالان اثر گذار	تمرکز بر محله و کنشگران میدانی


حرکت عمومی در بیانات آقا
بیانیه گام دوم
چیستی؟
یک ترسیم کلّی از گذشته، حال و آینده انقلاب اسلامی (چشم انداز)
پیوست عملیاتی
سخنرانی ۱۳۹۸/۳/۱
چهار نقطه اصلی
عظمت
اصل حادثه انقلاب
عظمت
راه طی شده و کارکردهای انقلاب
عظمت
چشم انداز (تمدن نوین اسلامی)
عظمت
نقش جوان ...هد (خودسازی)
؟
حرکت عمومی جامعه
تمرکز، برنامه‌ریزی، راهکاریابی، پیگیری و فعالیت پی‌درپی و لحظه به لحظه
؟
جریان‌های حلقه‌های میانی
؟
ورود سازماندهی شده هر چه بیشتر جوانان به میدان نقش‌آفرینی در عرصه‌های مورد نیاز انقلاب
؟
تشکیل، تکثیر و شبکه‌سازی هسته‌های خودجوش و آتش باختیار مردمی در موضوعات مختلف
نیازمند
راهکار عملیاتی
الزامات
عوامل ...صرت الهی)
الزامات
جهت ...انداز
الزامات
شناخت صحنه (خودی و دشمن)
الزامات
نیازمند تبیین

چرخه رشد استان در ظرفیت‌سازی



1 تسلط محتوای ستاد

- ستاد استانی در مورد حرکت عمومی به تسلط مطلوب برسند

2 انتخاب کردن و توجیه رابط شهرستان

- مشخص شدن رابطین شهرستان‌ها
- دروه ها
- نشست‌ها

3 توجیه و توانمندسازی فعالین فرهنگی

- شناسایی
- دوره‌ها
- راهکارهای عملیاتی

4 راهکارهای عملیاتی

- ساده و خرد
- فراگیر
- داوطلبانه
- مستمر

نمونه‌های موثر در ایجاد حرکت عمومی

۱ سلسله مراتبه؛ فعال کردن رابطین شهرستان‌ها

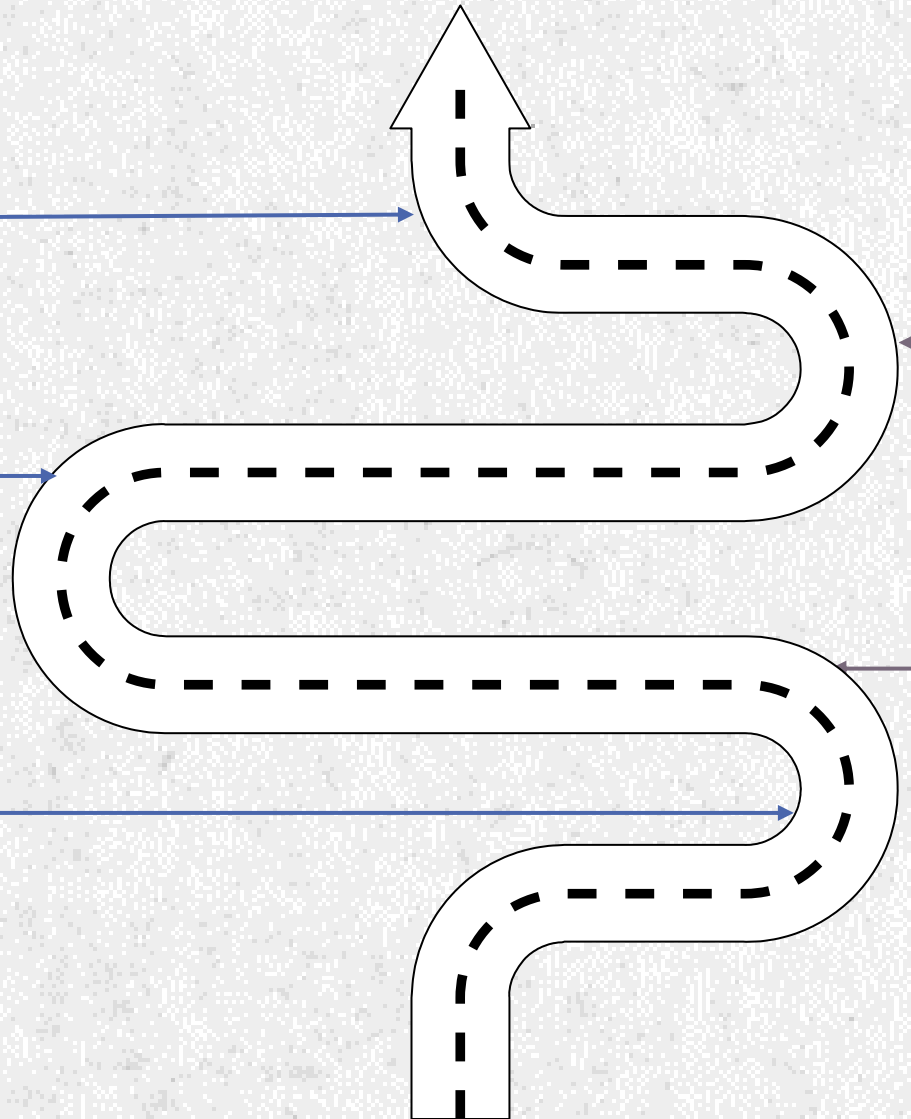
۲ راهکارهای عملیاتی

۳ ارتقای فعالین فرهنگی به حلقه های میانی

۴ پلتفرم‌های مجازی و زیرساخت‌ها

۵ موضوعی و به کمک مجامع تخصصی

دوره‌های ظرفیت‌سازی



1 **دوره ماموریت**

خوانش ماموریت
- ضرورت
- چیستی
- چرایی

2 **دوره میدان**

چگونگی مسیر حلقه میانی در به میدان آوردن مردم
- شناسایی
- اقناع
- تیم سازی
- عملیات ظرفیت‌سازی
- توانمندسازی

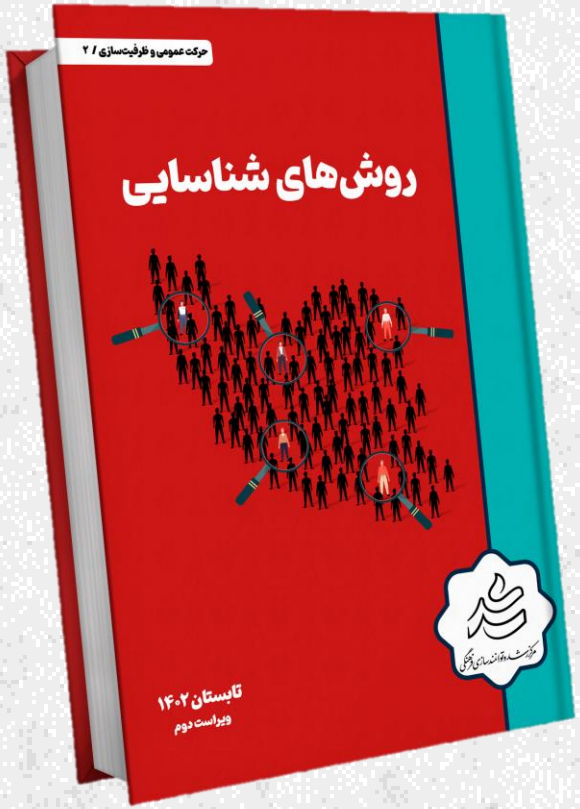
3 **دوره اقدام**

راهکار عملیاتی با محوریت حلقه میانی طراحی کنیم
- اسکمپر راهکارعملیاتی

4 **تیم سازی**
- افراد مستعد شناسایی شده تیم شوند

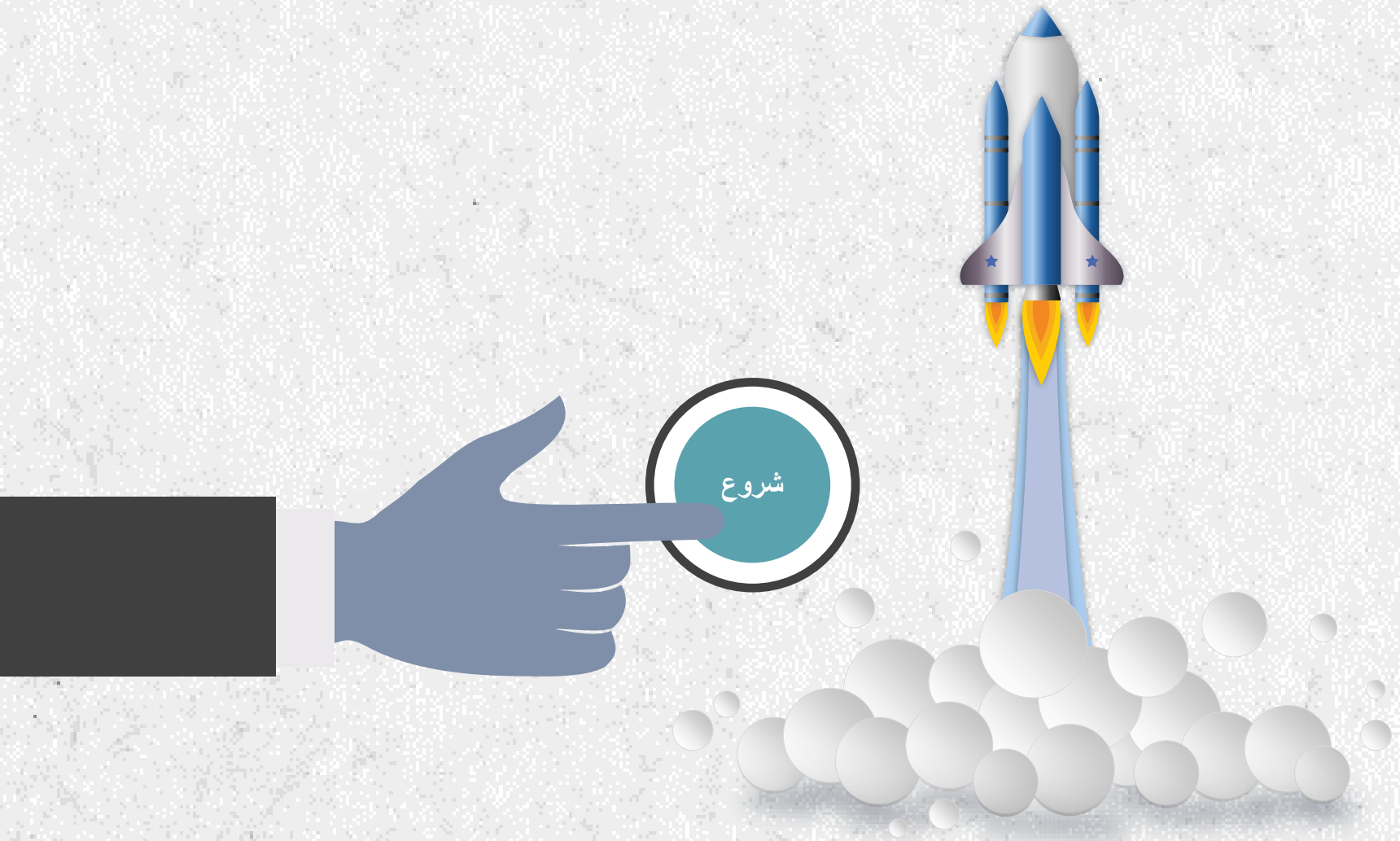
5 **...**

جزوات


حرکت عمومی و ظرفیت‌سازی / ۲
روش‌های شناسایی
تابستان ۱۴۰۲
ویراست دوم


حرکت عمومی و ظرفیت‌سازی / ۳
اقناع و
همراه‌سازی
تابستان ۱۴۰۲
ویراست دوم

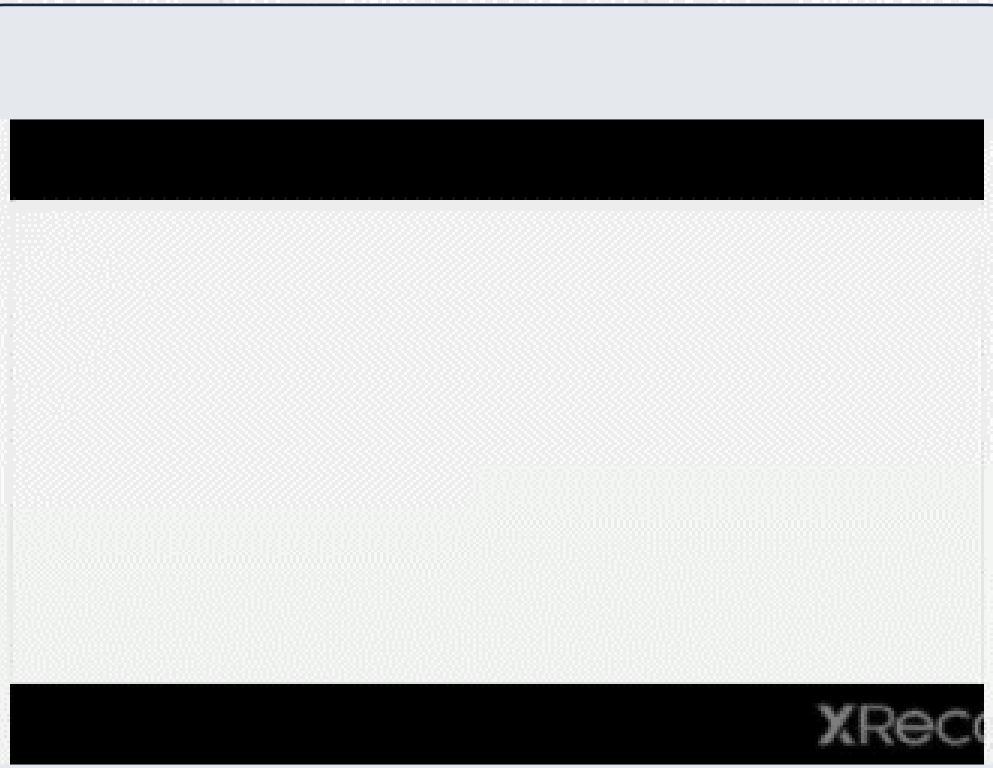
عملیات های ظرفیت ساز



عملیات ظرفیت‌ساز

عملیات ظرفیت‌ساز؛ عملیات گاهی ممکن است مانند برگزاری یک مراسم یا یک برنامه باشد که مستقیم درگیرش هستیم و این مختص فعال فرهنگی، مجموعه یا موسسات است. حلقه‌میانی عملیات‌های ظرفیت‌ساز انجام می‌دهد یعنی یک بستری فراهم می‌کند که مردم بتوانند در آن نقش آفرینی کنند و خود مستقیم درگیر اجرا نمی‌شود مانند عملیات ظرفیت‌ساز "هر خانه یک آشپزخانه" که حلقه‌میانی مقدماتی را می‌چیند که به جای اینکه خود مشغول پخت و پز برای زائرین شود مردم را دعوت می‌کند که هر کس در حد وسع و توان خود، یک یا چند پرس غذای که در خانه می تواند فراهم کند و به محل استقرار زائران اهدا کند.

حلقه میانی برای سرعت، نظم و پشرفت حرکت عمومی خود به صورت مستقیم وارد عمل نمی‌شود؛ رویکرد ورود مستقیم مختص فعالین فرهنگی، مجموعه‌ها و موسسات است رویکرد حلقه‌میانی این است که خود، یک لایه عقب‌تر قرار بگیرد و سعی کند افرادی که مستعد هستند را از مقام استفاده کننده(شرکت کننده، مستمع) به یک شخص فعال و کنشگر تبدیل کند و وارد میدان عمل و کنشگری حرکت عمومی کند و فعالیت‌ها را با نقش دادن به مردم و افراد مستعد پیش ببرد



مدل‌های شناسایی

روش های شناسایی

1. گلوله برفی
2. حضور میدانی
3. فضای مجازی
4. برگزاری مسابقه و بازی
5. عملیات های کوچک
6. فراخوان دادن

روش های شناسایی

7 پویش

8 معتمدین

9 رصد شرکت کنندگان مراسم و مراکز کذهبی

10 برگزاری همایش، سخنرانی

11 بانک اطلاعاتی

12 چهره به چهره

روش های شناسایی

13 خدمت دهی

14 رویدادهای آموزشی

15

16

17

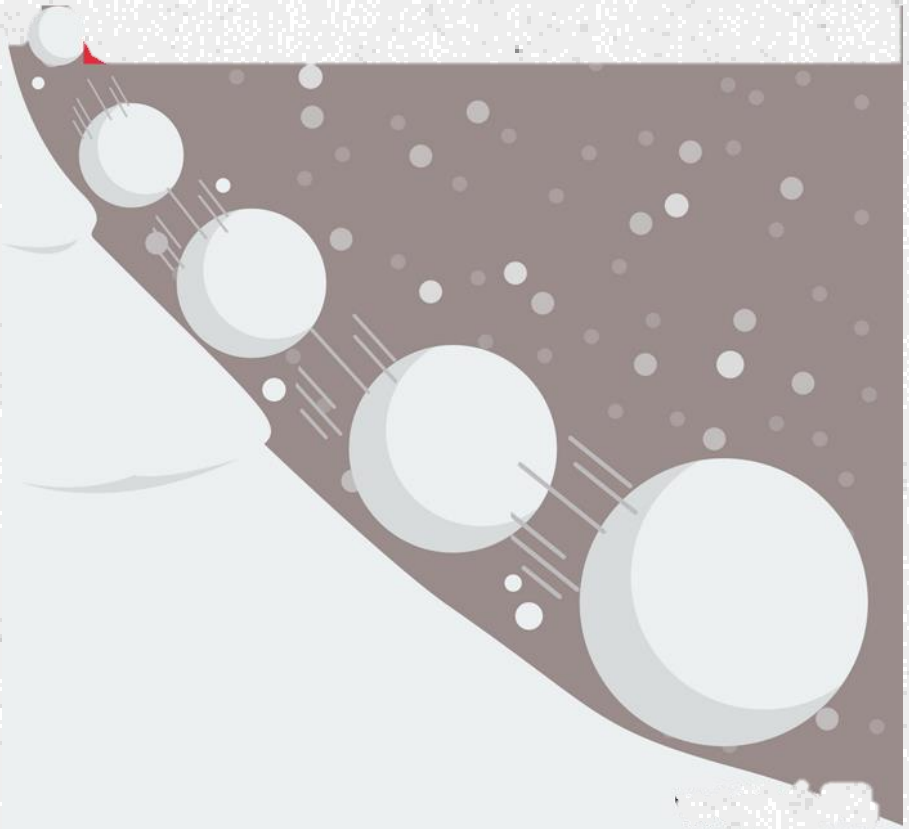
18

موشن شناسایی



1

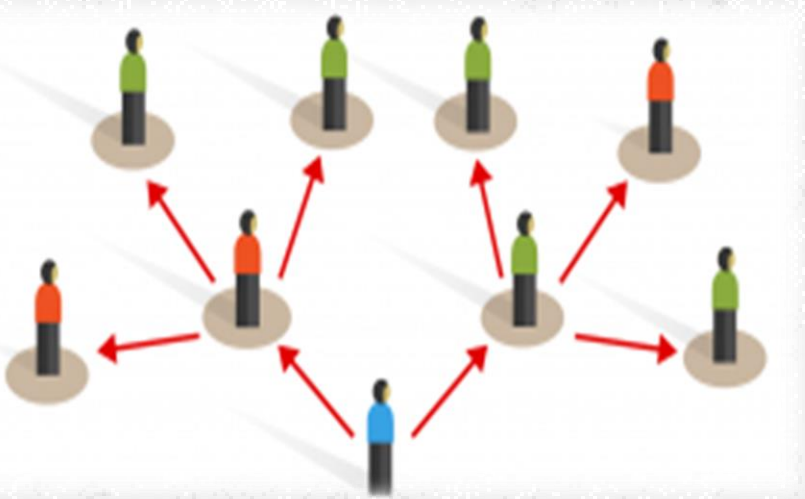
گلوله برفی



روش گلوله برفی برگرفته از گلوله برفی است که در نوک قله قرار دارد و با حرکت به سمت دامنه کوه حجم آن بزرگ و بزرگتر می شود.
شما از یک نفر که ممکن است با آن آشنایی دارید یا قبلا ایشان را در جای که مرتبط با موضوعتان هست دیدار داشته اید. و از آن بپرسید که آیا افراد یا اشخاصی در این حوزه می‌شناسد که به شما بتوانند کمک کنند یا به کارتان بیایید. لذا ایشان ممکن است یک نفر یا چند نفر معرفی کند. سپس پس از ارتباط گیری شما با چند نفر معرفی شده و بررسی آنان ناظر به کارتان که به درد فعالیت‌تان بخوردند یا نه! از آنها بخواهید که اگر افرادی را می‌شناسند که در ارتباط با موضوع مورد بحث آشنای دارند به شما معرفی کنند و این روند همین طور برای افراد تازه معرفی شده تکرار می شود و در صورت ادامه این روند می‌توانید به تعداد زیادی از افراد دست پیدا کنید که می‌شود بررسی‌شان کرد که کدام یک از آنها به کار شما می‌آید.

1

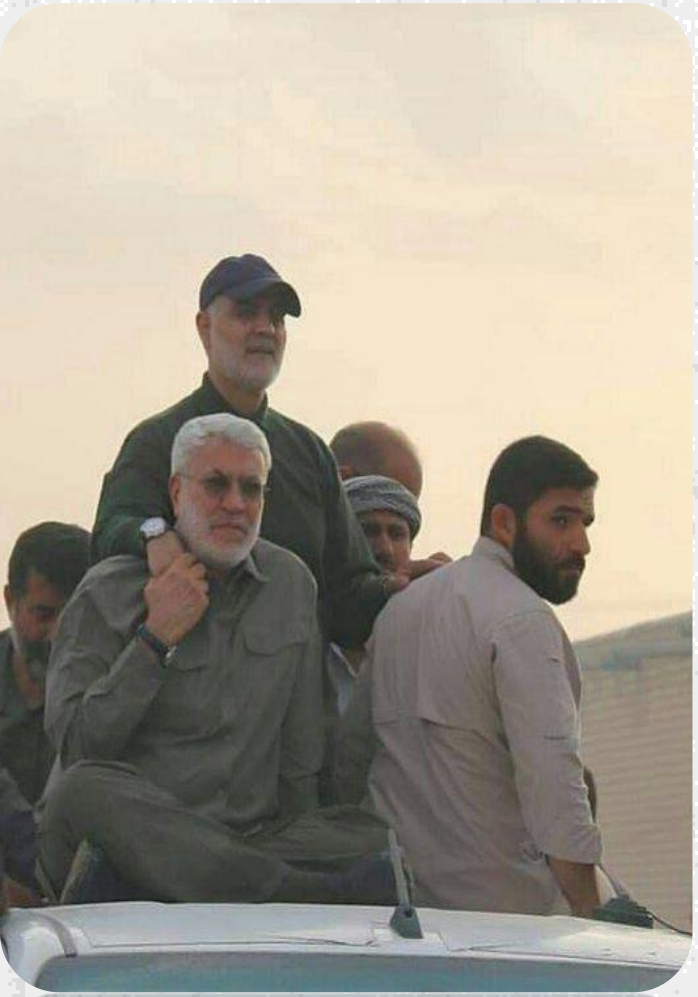
مثال
گلوله برفی



1. خانم مرادیان خانم های محجبه ی چادری می شناخت؛ را گرد هم آورد.
2. افراد را به گروه های ۳۰ نفره تقسیم کردند و در جلسه در مورد برنامه ای که دارند توضیح دادند و از آنها خواستند هر کدام ۵ خانم چادری که می شناسند را معرفی کنند.
3. در یکی از همین جلسات یک خانم ۸۰ نفر چادری را معرفی کرد
4. افراد معرفی شده را مجدد جمع می کردند و باز می خواستند افراد چادری که می شناسند را معرفی کنند.
5. کار تا جای ادامه پیدا کرد که ۶۰۰۰ خانم چادری را شناسایی کردند.
6. گروه انجمن چادری را تشکیل دادند و هویت سازی برای خانم های چادری ایجاد کردند
7. ادامه برنامه

2

حضور میدانی



برخی افراد برای آنکه افراد متناسب با فعالیت خود را شناسایی کنند در تک تک محله‌های که می‌شناسند حضور میدانی پیدا می کند تا افراد در آن محله را ببینند و بررسی کنند. با اهالی محیط مورد نظر وارد گفتگو می‌شوند افراد اثرگذار یا دارای وجه عمومی مانند ریش سفیدها، امام جماعت‌ها و... را می‌یابند و با آنان صحبت می کنند همچنین ممکن است کانون‌های که افراد ممکن است در آن حضور پیدا کنند را می یابند و سعی می‌کنند خودشان در آن کانون نیز حضور پیدا کنند و همیشه نظاره گر افراد حاضر باشند که چه کسی فعال تر هست کدام یک جنب وجوش بیشتری دارد کدام یک سعی می کند بقیه را مدیریت کند و... همین موارد در ابعاد مختلف محیط صادق است و سعی کنند با حضورشان در محیط و مترصد شدن فضا، افراد را ارزیابی کنند بعد از آنکه افرادی که احساس می‌کنند می‌توانند به دردشان بخورد را کشف کنند با آنان مرتبط می شوند، طرح رفاقت و دوستی با آنان می ریزند سپس آنها را به صورت دقیقتر مورد ارزیابی قرار دهند.

2

مثال
حضور میدانی

1. ابوالفضل گران در پی تهیه لیست اصناف و بازاریان بود.
2. برای این منظور از اتاق اصناف کمک خواستیم؛ لکن به جهت اینکه مجوز لازم را نداشتیم، آمار را ارائه ندادند.
3. درنتیجه خودمان به درب تکتک مغازهها مراجعه کردیم و اطلاعات ایشان را پرسیدیم. البته بعضیها همکاری نمیکردند و مجبور میشدیم اطلاعات آنها را از راههای دیگری کسب نماییم. در هر محله، لیست تمام مغازه دارها و ظرفیتهایش را نوشتیم. برای مثال، آقای حجت شیرزادی، نام مغازه و آدرسش. بعدا در طرحهای گونا گون از این اطلاعات استفاده میکردیم. پیامک میدادیم و اینها را پای کار میآوردیم.
4. در مرحله بعد، به آمایش کوچه و خیابان پرداختیم. تمام آدرسها و کوچه ها را از شهرداری گرفتیم و به تمام کوچه ها سر زدیم. اینکه مثلًا، محله شماره دو چند تا کوچه دارد؟ اسم کوچهها چیست؟ شهر پل سفید معروف است به شهرپله ها و حتی تعداد پله های هر کوچه را نیز از شهرداری گرفتیم.



3

فضای مجازی



برخی دوستان با شناسایی گروه‌ها، پیج‌ها و... که با فعالیت‌شان مرتبط باشد مدام آن را چک می‌کنند کافی است فردی اندک حضور فعال در این فضا داشته باشد سریعاً ایشان را زیر نظر می‌گیرند سعی می‌کند پروفایل شخصی ایشان را بررسی کنند مدتی اظهار نظرها و فعالیت ایشان را ارزیابی کنند اگر پیج اینستاگرام داشته باشد پست‌های که تا به آن منتشر کرده است را به دقت رصد می‌کنند

3

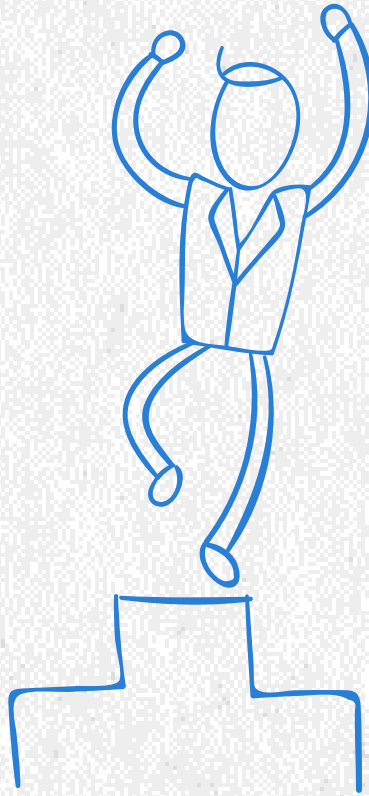
مثال
فضای مجازی



در پیج های یا گروه های مطرح شهر، شهرستان و استان افرادی هستند که نقش پویایی تری دارند که با گذاشتن کامنت یا نوشتن مطالب، مباحث را جدی تر پیگیر می‌کنند برخی فعالین فرهنگی (سید حمزه قاسمی) با دقت این موارد را پیگیر می شوند با بررسی کردند آنها بعد از شناسایی کردند افراد فعال به ارتباط گیری با آنها اقدام می کنند.

4

برگزاری مسابقه و بازی



به دلیل هیجان و حس رقابتی که با خود همراه دارد افراد زیادی را درگیر می‌کند خصوصا برای نوجوانان برگزاری بازی یا مسابقات به شدت می‌تواند عرصه حاصل خیزی جهت شناسایی نیرو باشد اگر فعال فرهنگی بتواند چند بازی را یاد بگیرد که به صورت تیمی اجرا می‌شوند کافی است آنها را در محله آغاز کنند کم کم بین خود نوجوانان خبر آن می‌پیچد و افراد زیادی برای مشارکت در آن حضور خواهند داشت. که الان دیگر فضا برای فعال فرهنگی مهیا خواهد شد که بین این افراد، اشخاصی که خصوصیاتی متناسب به کار آنها دارند را دریاب و با آنها مرتبط شود حتی ممکن است ببیند که برخی افراد متمایل هستندکه اجرای این بازی‌ها کمک دهند همین نشان کافی است که فعال فرهنگی متوجه شود که این گونه افراد به شدت مستعد سرمایه‌گذاری هستند. همچنین برگزاری مسابقات کتابخوانی یا اجرای مسابقات متناسب با بوم محله‌ها که بتواند قشر خاصی مانند خانم‌ها و... را هدف قرار دهد.

4

مثال
مسابقه و بازی



عادل معماریان:

1. برای شناسایی نیروهای جدید در محلات یا شهرستان ها با مشکل مواجه بودیم
2. با قمر رویش مرکز آموزش آشنا شدیم و تعداد از بازی ها متناسب با نوجوانان را یاد گرفتیم
3. از آن موقع هر وقت نیاز به شناسایی نیروی در محلات جدید داشتیم کافی است در آن مسجد یا یک کانونی مسابقه ای یا بازی گروهی راه بندازیم.

5

عملیات های کوچک

برگزاری فعالیت‌های کوچک در محیط‌های هدف و فضاسازی و میدان به عموم مردم در مشارکت کردن در آن فعالیت‌های فرصت خوبی است که افراد را با خود همراه کنید و آن‌ها را شناسایی کنید شاید از ساده‌ترین فعالیت‌ها که می‌شود از آن یاد کرد پخت نذری در مراسمات یا پخت سمنو در مناسبت‌ها است. این فعالیت به راحتی می‌تواند خانم‌های که اشتیاق دارند در محیط خودشان اثرگذار باشند و فعالیت کنند را به شما وصل کند و به دلیل نیت‌های الهی که در فعالیت‌ها دارد به شدت در بین افراد آن محیط خبرش می‌پیچید. خصوصا اگر شما نحوه مشارکت را ساده کنید و به جای آنکه کمک و مشارکت منوط به کمک‌های مالی و... شود به فعالیت‌های جزی مانند پاک کردن سبزی، خوردکردن مواد اولیه آشپزی و... که شخص صرفا با حضورش هم می‌تواند کمک دهد اینکه از بچه‌های کوچک می‌تواند در پخش و توزیع این نذری کمک بگیرید همین رفتن بچه‌ها به خانه‌های اهالی آن محیط می‌تواند سایر بچه‌های که تا به اکنون در خونه نشسته اند را مطلع آن را ترغیب کنند که آنها نیز بیایند

5

مثال
عملیات های کوچک

1. خواهران موکب دار استان مازندارن به این نتیجه رسیدن که دیگر فقط موکب خودشان را بگرداند هنر نکرده اند لذا در پی فعال کردند موکب در محلات و شهرستان ها هستند و نیاز به شناسایی نیرو که بتواند این کار را کند نیاز دارند
2. برای همین کار در محله ها و شهرهای که موکب ندارد در ابتدا خودشان یک موکب را برگزار میکنند و برخی از نوجوان ها که دور آنها جمع می شوند بهشان نقش می‌دهند
3. در مرحله دوم برگزاری به جای اینکه تمام کار بر عهده خودشان باشند به بچه های که تازه شناسایی کرده اند بخشی از کار را واگذار می کنند
4. در مرحله سوم بنا این هست که کل کار موکب را به بچه ها بسپارند و خودشان از دور هدایت کنند
5. بعد از شناسایی کردن نیروها و راه افتادن کار موکب به محله دیگر یا شهر دیگر می‌روند

6

فراخوان دادن

گاهاً افراد دغدغه مند در یک موضوع مشترک زیاد هستند به عبارات دیگر افرادی که از وجود یک وضعیت خاص که احساس ناراضایتی می‌کنند کم نباشند یا اینکه افرادی که دوست دارند در مورد یک موضوع خاص فعالیت کنند و ظرفیت بالقوه ای که وجود دارد اما تا به الان از آن استفاده نشده است را بالفعل کنند. یا اینکه افرادی هستند که متمایل در بین جمع‌ها حضور پیدا کنند و یک فعالیت را پیش ببرند اما جمع خاصی را نمی‌شناسند یا حتی ممکن است بشناسند اما نمی دانند چگونه ارتباط بگیرند و با آن فعالیت همراه شوند و کمک دهند. برای این دسته افراد فراخوان دادن به شدت می‌توانند مسیر سود مندی باشد که آنها را دور هم گرد آورد.

6

مثال
فراخوان دادن

1. خیریه کریم اهل بیت بعد از دیدن فعالیت ستاد ایلام در اربعین و جمع آوی غذا به این فکر افتادن که در شهر خودشان کرمانشاه هم این کار را انجام بدهند
2. برای پیدا کردند خانواده های که می خواهند این کمک را کنند پوستر را تهیه کردند و در گروه های خانوادگی و فامیلی که داشتند منتشر کردند
3. در واقع فراخوان دادند که هر کس می خواهد کمک بدهد به این شماره پیام یا تماس بگیرید
4. در همان مرتبه اول ۲۰۰ خانواده به آنها پیام داده اند
5. بعد از شناسایی کردند آنها در اربعین در برنامه های دیگر مانند عدیر غدیر و... نیز مشارکت می دادند

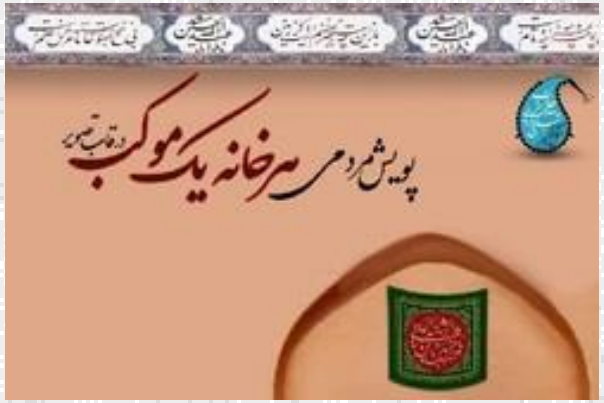


7

پویش

در راستای یک برنامه، اتفاق و فعالیتی که رخ می‌دهد برخی مواقع امکانش هست که شما پویشی را شکل دهید که افراد علاقه‌مند به آن را با توجه به همراهی و مشارکت‌شان در پویش، شناسایی کنید. می‌توانند مناسبتی مانند عیدغدیر باشد که شما در مورد آن پویشی درست کنید که مردم باهم اقدام مشترکی انجام دهند یا اینکه علیه یک اتفاقی مانند شهادت حاج قاسم با پیوستن‌شان به کمپین موضع‌گیری کنند. آنچه مهم هست این است که شما بتوانید مردمی که در گوش و کنار با یکدیگر حول یک موضوع صحبت می‌کنند یا به آن علاقه‌مند هستند محور قرار بدهی و بستری برای هم‌افزایی‌شان ایجاد کنید که به راحتی بتوانند مشارکت کنند. سپس آنها را شناسایی کنید.

7 مثال پویش





1. برخی مواقع پویش‌های شکل می گیرد که سبب می شود خیلی از افرادی که ما نمی شناسیم هم در همراهی با آن پویش واکنشی انجام دهند این پویش‌ها در فضای مجازی یا واقعی ممکن است اتفاق بیفتد
2. برای مثال نصب پرچم در پنجره های آپارتمانی یا خانه ها در ماه محرم و صفر، نصب پرچم ایران در دهه فجر و...
3. به راحتی می شود خانواده های که مذهبی هستند را شناسایی کرد و در برنامه های خود آنها را به کار گرفت
4. یا اینکه در برخی برنامه‌ها یا پویش های ملی شرکت می کنند و یک سری اطلاعات خود را برای شرکت در پویش ثبت می کنند مانند پویش به عشق علی ع
5. یا همراهی برخی کسبه، مغازه دارها با پویش های ملی مانند برنامه اهدای در برخی نانوایی ها پویش نان مهربانی
6. در کرمان هر خانه یک موکب

8

معتمدین

یک فعال فرهنگی کافی است که این معتمدین که می‌توانند ریش‌سفید، امام جماعت، بقالی یک محله و... باشد را پیدا کنید و پس از جلب اعتمادشان با آنان هم کلام شوید آنگاه به خوبی می توانند افراد که در محیط زندگی می‌کنند را برای شما توصیف کنند که از هر شخصی که در آن زندگی می‌کنند در چه کاری به چه گونه ای ازشان استفاده کنید. پیدا کردن معتمدین و مرتبط شدن با آنان مانند وصل شدند به یک بانک اطلاعاتی است که به شدت می‌توانند شما را در شناسایی کمک دهد. در بین معتمدین افرادی که خانم هستند با توجه به روحیات زنانه خیلی دقیقتر و جزئی‌تر می‌توانند به شما آمار بدهند.

8

مثال معتمدین

آقای ابوالفضل گران:

1. یک چارت شفاهی و ذهنی ترسیم کردیم؛ به این صورت که برای هر محله یک نفر به عنوان رابط و نفر اول انتخاب گردید.
2. برای مثال، ا گر محله امام جماعت دارد، نفر اول باید همان امام جماعت باشد.
3. ا گر امام جماعت نداشت، رابط محله باید یکی از بچه های خودمان یا از افراد معتمد خودمان که خیلی به ما نزدیک است، باشد.
4. باتوجه به محل سکونت هرکدام از اعضاء در محالت، افراد رابط را انتخاب کردیم. بعد اعضاء شورای اصلی هر محله را مشخص نمودیم. یکی از آنها که رابط محله بود. چند نفر دیگر را هم تعیین کردیم که سر شبکه محله هستند. مثلًا معتمدین، ریشسفیدهای محله و کسانی که مردم به دلایل مختلف به ایشان مراجعه میکنند.

9

رصد شرکت کنندگان مراسم و مراکز مذهبی

رصد کردن این افراد و مرتبط شدن با آنان خصوصا در محله‌های که به ارزش‌های مذهبی بیشتر بها داده می‌شود. چرا که در این محلات این افراد می‌توانند جامعه آماری خوبی برای شما باشند که افرادی که به دنبالشان هستید را از بین آنها پیدا کنید. بعضا با هماهنگ برگزار کنندگان این مراسمات می‌توانید نقش و فعالیت‌های را تعریف کنید سپس در همان مراسم اطلاع رسانی کنید. به واسطه همین میدان مهیا کردن برای کارهای مشارکتی می‌توانید افرادی را شناسایی کنید که تا به الان فقط استفاده کنند از این مراسم بوده اند و کسی به سراغشان نرفته است.

9

مثال
رصد شرکت کنندگان



ستاد جبهه فرهنگی یزد

1. ما در برنامه سرود سلام فرمانده برآورد ما ۴ هزار نفر بود که شرکت می‌کنند اما ۴۰ هزار نفر آمدند.
2. در بنر های شهر ۲۰ روز قبل اطلاع رسانی کردیم. گفتیم هر کسی می خواهد شرکت کند پیامک بدهد. که ۲۲ هزار پیامک دریافت شد
3. داده های که نیاز بود براساس همان پیامک ها جمع آوری شد(کدملی، نام و نام خانوادگی، لوکیشن و...)
4. فضای مجازی از مردم خواستیم که خودشان عکس بگیرند و ۲۰ هزار عکس دریافت شد.

10 برگزاری همایش،سخنرانی،رویداد و دوره آموزشی

برخی مواقع یک موضوعات خاصی فراگیری می‌شوند یا اتفاقی پیش می‌آید که ورد زبان همگان می‌شود و همه در موارد آن با یک دیگر صحبت می‌کنند. اما این گفتگوها پراکنده و جزیره ای است شما کافی است ناظر به آن یک برنامه ای مانند سخنران یا همایشی تدارک بینید و آن را اطلاع رسانی کنید. خصوصا اگر در برنامه‌تان از افراد چهره و مورد قبول اهالی آن محیط استفاده کنید محفل مناسبی می‌شود که افرادی که شرکت می‌کنند را شناسایی کنید. این شناسایی در برنامه حضوری با ثبت افراد شرکت کنند و یک راه ارتباطی با آنان محقق می‌شود اگر در بستر مجازی برگزار می‌شود که از قبل زیر ساخت ثبت نام آنان و کانان ارتباطی‌شان را می‌توانید مهیا کنید. تا به اینجا به یک جامعه آماری رسیده اید که می دانید چه موجه مشترکی باهم دارند و شما چه طراحی می‌توانید برای‌شان داشته باشید در گام‌های بعدی می‌توانید از بین آنان افراد مستعد را گزینش کنید.

10

مثال
همایش، سخنرانی و ...

آقای عربیان البرز

باتوجه به مباحث روز که سر زبان ها هست استاد کشوری که خودش مخاطبش را جذب می کند و نیاز به زحمت ما نیست را دعوت می کردیم و افرادی که شرکت می‌کردند کنال ارتباطی از آنها می‌گرفتیم بعد از شناسایی کردنشان به آنها در مورد فعالیت حول آن موضوع پیامک می دادیم. خصوصا شخصیت های مطرح مانند رائفی پور و...



11

بانک اطلاعاتی

ممکن است قبل از ما در محیطی که می خواهیم فعالیت کنیم افرادی اقدام به شناسایی کرده باشند و اطلاعاتی را جمع کرده اند خصوصا که اگر ما در مجموعه یا موسسه در حال فعالیت هستیم که چند نسل قبل از ما آن را تاسیس کرده باشند. احتمال دارد که آنها نیز قبلا قبل شناسایی کرده باشند لذا مراجع به فایل‌های ثبت شده می‌تواند کمک دهند باشد یا اینکه حتی ممکن است ما خودمان قبل یک فعالیت‌های انجام داده باشیم و با برخی افراد مرتبط شده باشیم. این اطلاعات می‌تواند یک شماره تماس که در دفترچه تماس گوشی‌مان ثبت شده است باشد. یا لیست افرادی که در یک برنامه شرکت کرده اند باشد.



11

مثال
بانک اطلاعاتی

خانم مرادیان (نهاد رهبری و گرفتن لیست دانشجویان)

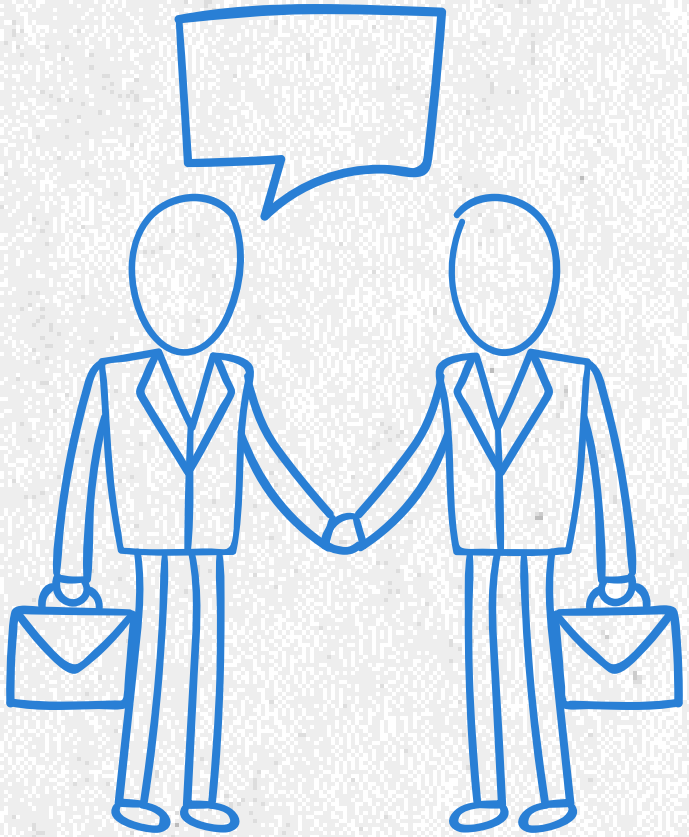
سامانه شهید باقری

لیست کانون مساجد، .

12

چهره به چهره

روزانه هر کدام از ما با افراد متعددی مواجه داریم اگر از قبل در ذهن خود داشته باشیم که فعالیت های ما چه هست به راحتی می توان هر شخص جدیدی که می بینیم را تحلیل کنیم و نقش ایشان را در فعالیت خود پیدا کنیم.



مثال
چهره به چهره

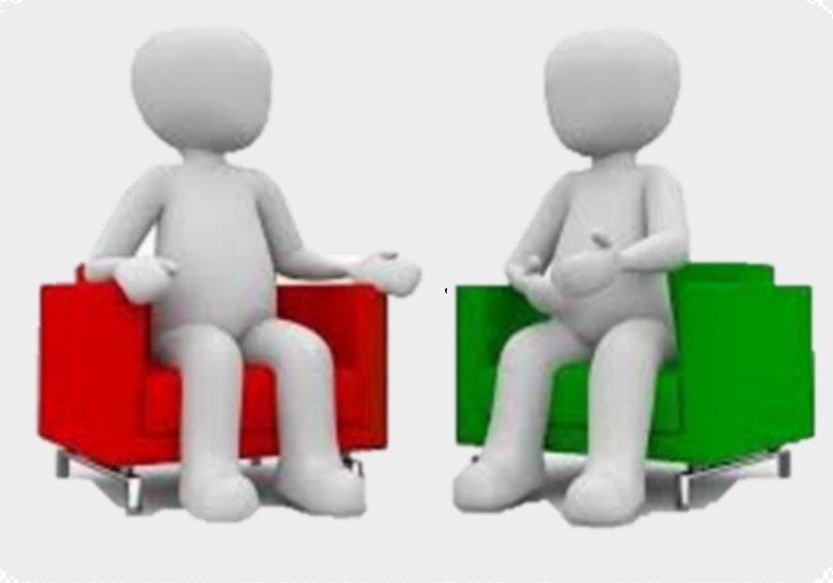
آقای دوستدار و طرح قبیله کتابخوان ها: روزی در محله ای برای خواندن نماز به مسجد رفتم. بعد از نماز، تصمیم گرفتم که به حیاط مسجد بروم و سر و گوشی آب بدهم. دیدم دختر خانمی در حیاط نشسته است و چند تا کودک اطرافش هستند و برایشان مجله میخواند. احوالش را جویا شدم و مدل فعالیت خود را برایش توضیح دادم. استقبال نمود و ایشان الان یکی از فعالان ما در این حوزه است.

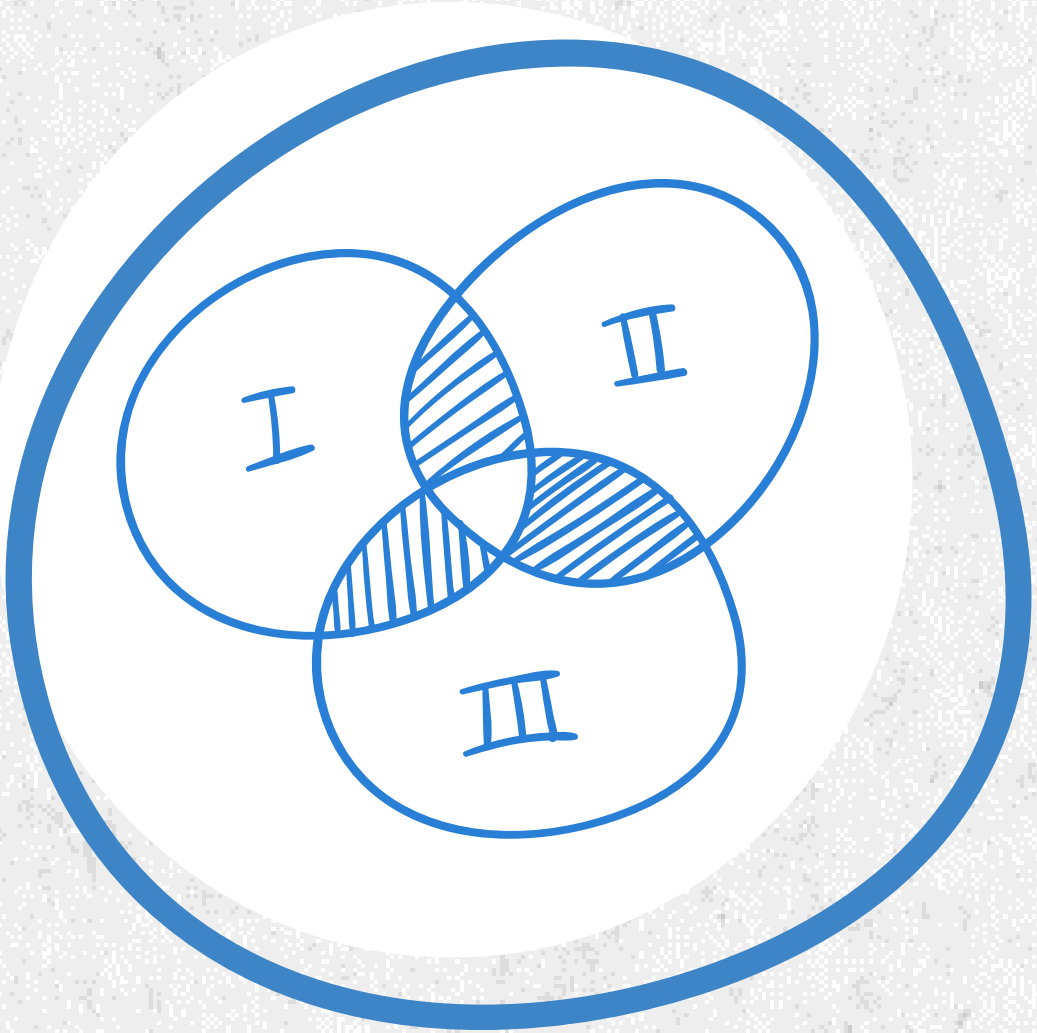
یا جایی دیگر، مدیر مدرسه ای مدل ما را شنید، والدین را دعوت کرد و از ما خواست مدل را برایشان توضیح دهیم. استقبال کردند و قبیله خود را تشکیل دادند.

12

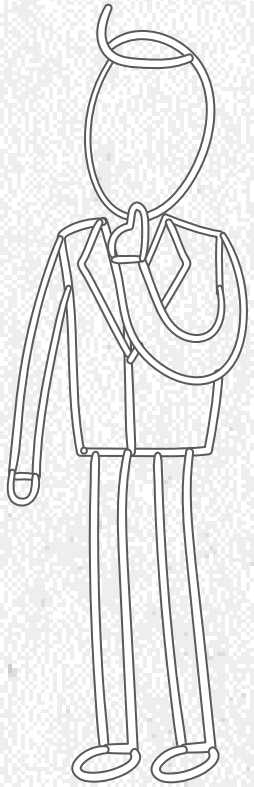
مثال
چهره به چهره

خانم سولماز خلیلی از شهر دیلم استان بوشهر برای خودشان یک قانونی دارند که هر کس در هر مکانی کنار ایشان بنشیند سر صحبت را باهاش باز کند بعد از گفتگوی کوتاهی متوجه می شوند که این فرد یا مهارت و دانشی دارند که می شود به دیگران آموخت که در این صورت ایشان را دعوت می کنند که بیایند و یک کلاس برگزار کنند؛ یا اینکه آن فرد مشکل و چالشی برای خودش دارد که خانم خلیلی سریع بررسی می کند کدام یک از کلاس های که تا به الان در حال برگزاری است به کار ایشان می خورد و ایشان را به آن کلاس می برند.





نکته!



ممکن است شناسایی برخی از فعالیت‌ها ترکیبی از موارد بالا بوده باشد یا برای کاری که می خواهید در آینده انجام دهید صرفا با یک روش کارتان پیش نرود لذا به ترکیبی از روش بالا عمل می کنید یا حتی ممکن است نیاز باشد چند روش را به صورت همزمان انجام داده است.

آنچه مهم است این است که، تا جای که مقدور هست دقت عمل خودمان در شناسایی را ارتقاء دهیم.

حوضچه های شناسایی:

- مراسمات فرهنگی و مذهبی
- حوزه علمیه
- مدارس
- دانشگاه
- تشکل‌های فرهنگی و اجتماعی
- باشگاه‌های ورزشی
- میدان مسابقات ورزشی
- مساجد
- دوره‌های آموزشی و توانمندسازی
- مراکزآموزشی
- محافل نخبگانی
- رسانه‌ها و گروه های مردمی محلی

موشن اقناع



شناسایی حلقه های میانی

۱. بررسی و تحقیق میدانی برای کشف حلقه میانی بر اساس ویژگی‌ها و شایستگی‌ها
   - امام جماعت محل و معتمدین
   - فعالان محل/شهرستان
   - ره‌گیری فعالیت‌های مردمی محل
   - دقت در تبلیغات فرهنگی شهرستان
   - رصد گروه ها و کانال های شهرستان متعلق به گروه های فرهنگی
۲. گلوله برفی: از طریق همین افراد شناسایی شده به افراد دیگر برسیم.
۳. آموزش و توانمندسازی: کارگاه آموزشی زبان عربی در اربعین
۴. فراخوان و جشنواره و کمپین و ارائه خدمت و ...
۵. بانک‌های اطلاعاتی موجود در شهرستان

محیـــط شناسایی احتمالی مخاطبان

۱ مخاطبین مجموعه‌های فرهنگی

۲ دوره فرهنگی و آموزشی

۳ دانشگاه و مدارس

۴ حوزه علمیه

۵ محیط‌های نخبگانی و تربیتی

۶ محیط های مذهبی مانند مسجد، هیئت

۷ محیط های ورزشی

۸ خیریه ها

ترفندهای اقناع

۱. هماهنگی با نظام ارزشی مخاطب

۲. سادگی و بی تکلف بودن حرف ها

۳. ریز کردن و روشن کردن وظایف

۴. اجرایی و ملموس بودن راهکارها برای مخاطب

(منطبق ترین حالت با روحیات و ذهنیات افراد وتوان افراد)

۵. مشهود کردن نیاز ها (نمایش ماکت کردن کار)

۶. استفاده از ظرفیت رسانه های جمعی

۷. هماهنگی طرح و عملیات با مناسبت زمانی

۸. اعتماد سازی براساس استقلال هویتی

۹. پیوند عاطفی با مخاطبان (اصل همدلی و صداقت و صفا)

ترفندهای اقناع سازی

۱۰. کم بودن فاصله طبقاتی، سنی، اجتماعی در اقناع

۱۱. شفافیت فرایند و مسیر اجرایی

۱۲. پیامدهای مشهود کار و دوری از شعارزدگی

۱۳. برای اقناع باید متواضعانه دنبال مردم رفت نه اینکه منتظر باشیم آنها بیایند

۱۴. اخلاص نقش مهمی در پذیرش و راضی کردن افراد دارد(البته نباید شعاری بشود)

۱۵. حسن سابقه و ذهنیت خوب افرادی که در پیشانی کار قرار دارند

۱۶. اصل احترام و توجه

۱۷. انتخاب اسم و عنوان زیبا برای برنامه و فضا سازی

موانع اقناع سازی

وجود پیش فرض غلط از کار مشابه(بدبینی های ایجاد شده از کارهای مشابه قبلی)
– راه کار مواجهه:
تبیین مزیت یا تفاوت یا خصوصیت کاری که قرار است انجام شود. مثلا ما تمرکزمان روی سبک تربیتی است و سوالات مشخصی داریم . (مصاحبه با معاون عملیات جبهه فرهنگی ورامین)
موانع نگرشی.
مصاحبه با آقای دکتر عزیز زاده گرجی بابل مازندران: از میان ۱۲۰ مسجد فقط ۸ مسجد حاضر به همکاری شدند. علت اصلی این بود که امام جماعت ها توسعه کارکرد مساجد را قبول نداشتند.
پیچیدگی مساله در ناحیه محیط اجتماعی، ذات مساله و مخاطبان
مصاحبه با آقای امین شغلی، دبیر پویش جلسات خانگی قرآن: تصور غالب این است که برگزاری جلسات قرآنی کار سختی است و هزینه بر است ولی چنین نیست.

موانع اقناع سازی

احساس بیگانگی و بی ربط بودن مسائل به آنها

مصاحبه با یاسین باوی، روحانی مستقر در شهرستان حمیدیه اهواز: مردم باید احساس کنند کار مال آنهاست.

دسته بندی کردن مردم(مرز بندی وشرط گذاری)

مصاحبه با اقای محمد رضا عبداللهی نماینده جامعه القرآن‌های اصفهان. شرط گذاری ها و مرز بندی های مشهود مردم، بخش عمده ای از بدنه اجتماعی را از ما جدا می کند.

وجود افراد بدسابقه در ویترین و پیشانی کار : قبلا در مورد موسسه خیریه خورشید آل یاسین بیان شد.

وجود افراد بدسابقه در ویترین و پیشانی کار

قبلا در مورد موسسه خیریه خورشید آل یاسین بیان شد.

نکات شروع فعالیت های قرآنی

- جلسه برای خیرات به اموات و شهدا
- جلسات افزایش رزق
- توصیه علما
- توجه به موارد مورد استقبال مردم؛ مانند جلسات دوره ای
- ایجاد بستر برای مشارکت همگان؛ ممکن است شخصی فقط می تواند مزیبان باشد

افراد مستعد تشکیل جلسات قرآن

- معلم های قرآن
- فعالان فرهنگی
- فعالین قرآن
- معتمدین و بزرگان
- دانشجوها و طلبه ها
- خانم جلسه ای ها
- وزشکاران
- کسبه محله

موشن گروه سازی