

مسئله‌های کار فرهنگی

برای کار فرهنگی، سه مدل را می‌توان تعریف کرد:

۱. **مدل موجی:** مجموعه کارهایی که در برهه ای از زمان می‌آیند و حرکت های بزرگی در راستای آن انجام می‌شود و مخاطب آن عموم دانشجویان است؛ مثل هیأت های مذهبی در ماه محرم. این کارها بطور مثال یک هفته مانده به محرم، آغاز و تا یازدهم محرم ادامه می‌یابد. سپس در دهه‌ی فاطمیه و شب‌های قدر دوباره شروع می‌شود. و یا برخی فعالیت‌هایی در زمینه دفاع مقدس مانند نمایشگاه، یادواره و... و یا محافل انس با قرآن از این قبیل می‌باشد.

۲. **مدل حرفه‌ای:** برای این مدل، به طور پیوسته کار می‌کنند و تعطیلی ندارند؛ مانند برگزاری جلسات منظم اخلاق، جلسات قرآنی، جلسات هفتگی یا ماهانه حضور در منزل شهدا، حلقه های مطالعاتی، نشریه و... مخاطب این برنامه ها افرادی هستند که پایه تر بوده و دغدغه خودسازی داشته و از مدل بالا جذب می‌شوند.

۳. **مجموعه های بسترساز:** مجموعه‌های بسترساز خواص را پرورش می‌دهند و این خواص، مسئولین مجموعه های موجی و حرفه ای می‌شوند و به عبارت دیگر این افراد می‌توانند مسولین جدید در قسمت های مختلف بسیج شوند. نمونه ای دیگر از این مدل کار را حوزه های علمی دانشجویی انجام می‌دهند. همچنین جلسات هیئت خاص و یا سیر مطالعاتی خاص از جمله این موارد است.

باید متناسب با مخاطب مدل را انتخاب کنید و سعی بر این داشته باشید تا از هر سه مدل بهره ببرید چرا که محیط دانشجویی زمینه هر سه مدل را دارد و شما باید برای تمامی دانشجویان برنامه داشته باشید.

برای مثال کار مدل سوم را نمی‌توان برای مخاطب مدل اول انجام داد. برای مثال، ادبیات کتابی که در سطح بالای علمی نوشته شده و یا کلام برخی علمای رده بالای علمی دارند نمی‌تواند عوام را جذب کند؛ چرا که آنانکه ادبیات کلامیشان نخبه پسند است، کمتر می‌توانند با عموم مردم ارتباط برقرار کنند. این، قانون است. باید برای جلسات عمومی تر، فردی را دعوت کنیم که عموم دانشجویان از او سود ببرند. اگر برای این مراسم، شخص نخبه ای را دعوت کنیم، مخاطب از جلسه سود نخواهند برد. همچنین اگر برای مخاطب پیگیر، مفاهیم عمیق ارائه ندهید نیروی بالقوه او را نیز از دست می‌دهید. البته به این نکته مهم دقت داشته باشید که قشر دانشجو و جوان به نسبت عموم مردم نیاز به مدل نخبگانی تر دارد و دنبال مطالب تازه تر و عمیق تر می‌باشد.

یکی از مشکلات بزرگ کارهای فرهنگی این است که بخواهیم عموم را به سمت نخبگی بدون مدیریت ببریم. برای نمونه، می‌بینیم عده ای دور هم جمع می‌شوند و به این نتیجه می‌رسند که هیأت به درد نمی‌خورد و باید حلقه‌ی مطالعه تشکیل دهند. هیأتی که متشکل از صد نفر بوده است، بعد از مدتی هشتاد نفره می‌شود. بعد از شش ماه، شصت نفر و بعد از ده ماه، پنج نفر باقی می‌مانند. این در حالی است که اگر به روش هیأتی به کارشان ادامه می‌دادند، دویست نفر می‌شدند. صحبت این است که نخبگی کار خودش را دارد.

در کار فرهنگی نباید نقش گروه های پیشرفته را بازی کنیم. برای مثال، گروه‌هایی بودند که برای پیشرفت مجموعه‌ی خود، از مجموعه‌های دیگر الگو برمی‌داشتند؛ اما همان مجموعه بعد از شش ماه تعطیل می‌شد. چرا؟ چون اعضای آن می‌خواستند نقش بازی کنند. کار خودتان را انجام دهید.

تحلیل نامه