

برنامه‌ی یکساله‌ی پیشنهادی به

اتحادیه‌ی دانش‌آموزی

استان کوب

۲	فهرست.....
۳	تعیین اهداف نهایی و تهیه نقشه جامع اهداف میانی.....
۴	نقش کادرسازی برای پیاده سازی اجرایی و پیگیری اهداف.....
۵	تقسیم بندی مخاطبین به خاص و عام.....
۶	شاخص های اصلی تربیتی در تعیین کارهای جزئی و موردی :.....
۱۵	برنامه های مصداقی پیشنهادی:.....

تعیین اهداف نهایی و تهیه نقشه جامع اهداف میانی

هر برنامه‌ای قاعدتا برای رسیدن به هدف نهایی تبیین میشود. حسب نیاز هدف نهایی یکساله‌ی برنامه پیش رو " ایجاد یک تعداد مناسب کادر برای پیشبرد اهداف کلان انقلاب اسلامی " منظور میگردد.

منظور از اهداف میانی اهدافی است که باید در مقاطع چندماهه به آن رسید. این اهداف در طول هدف نهایی یکساله چیدمان خواهد شد. برخی اهداف میانی :

- آشنایی با دانش‌آموزان دغدغه‌مند نسبت به معارف انقلاب اسلامی
- ایجاد یک شبکه از مبلغین دارای فکر و ایده در جلسات اتحادیه‌ی دانش‌آموزی مرکز استان - به منظور ایده‌پردازی و مشورت‌خواهی
- ایجاد یک شبکه از مبلغین دارای فکر و ایده در سطح شهرستانها - به منظور ایده‌پردازی و مشورت‌خواهی
- به کارگیری افراد و مبلغین مستعد در سطح مدارس برای اجرای برنامه‌های اتحادیه
- ایجاد یک شبکه از رابطین دانش‌آموزی در مدارس: این شبکه در هر مدرسه شامل تعدادی از دانش‌آموزان آن مدرسه خواهد بود.
- ایجاد جلسات " دانش‌آموز ایده‌پرداز " در سطح شهرستانها

نقش کادرسازی برای پیاده سازی اجرایی و پیگیری اهداف

شهید بهشتی در یک آسیب شناسی از ماهیت حرکت‌های انقلابی میفرمایند: "ما دو نوع فقر داریم که از همه‌ی فقرها ما را بیشتر اذیت کرده است. یکی فقر ایدئولوژی، دوم فقر نیروی کارآمد؛" ایشان در مورد فقر نیروی کارآمد، میفرمایند: "ما هر وقت خواستیم کاری را پیش ببریم، نیروی کارآمد به اندازه‌ی کافی نداشتیم."

در مورد کادر باید دانش آموزان خاص استان را که دارای دغدغه نسبت به فعالیت های فرهنگی هستند را پیدا کرد. در مورد روش پیدا کردن این دانش آموزان بعدا صحبت خواهیم کرد. دانش آموزان خاص را میشود به دو گروه تقسیم کرد: دانش آموزان خاص دارای دغدغه های فرهنگی صرف یا دغدغه مند نسبت به فعالیت هایی برای دانش آموزان، گروه دوم دانش آموزان دارای دغدغه نسبت به مسایل انقلابی.

از گروه اول میتوان در زمینه های فعالیت های عمومی به عنوان کادر استفاده کرد و از گروه دوم در خصوص مسایل متناسب با همان روحیه.

تقسیم‌بندی مخاطبین به خاص و عام

مهمترین کار در چینش نوع فعالیت‌ها علاوه بر تعیین هدف این است که ما می‌خواهیم برنامه‌های مذکور را در مورد کدام مخاطب اجرا کنیم. طبعاً روحیات مختلف نیاز به برنامه‌های متفاوتی دارند.

ویژگی مخاطبین خاص : این گروه دارای روحیات خاص زیر است :

- کارها را جدی گرفته و برای آن فکر میکنند.
- با آگاهی بیشتر از دیگران در مورد حوادث پرسش‌گری و جستجوگری دارند. و در مراحل جدی با جدیت رفتار و منش نشان می‌دهند.
- دارای قدرت ایده‌پردازی هستند.

ویژگی‌های خواص دغدغه‌مند نسبت به فرهنگ عمومی :

این گروه روحیاتشون به گونه‌ای است که شاید نسبت به مسایل ایدئولوژیک بیطرف باشد یا حتی مخالف باشند ولی برای ارتقای فرهنگ عمومی کشور دغدغه دارند. نسبت به برخی معضلات اجتماعی مایل به حل آنها هستند. برای دوستان آسیب پذیر خود از نظر روحی ، روانی یا تربیتی دلسوزی نشان می‌دهند.

ویژگی‌های خواص دغدغه‌مند نسبت به مسایل انقلابی :

این گروه در هر دو زمینه فرهنگ عمومی و فرهنگ انقلابی حساس است و دارای حالت مدافع ارزش های انقلابی شناخته میشود.

ویژگی‌های افراد عام :

نسبت به برنامه‌های خاص – سخنرانی‌ها، کتابخوانی و از این قبیل برنامه‌های خشک و جدی، حالت بی‌حوصلگی میشوند و از برنامه‌های صرفاً جذاب و هیجانی خوششان می‌آید. البته باز برای این گروه میتوان برنامه‌هایی تعریف کرد که کم کم روحیاتشان به روحیات جدی‌تری تبدیل شود. برای کتاب خوان کردن اینها میتوان ابتدا با کتاب‌های جذاب شروع کرد، سخنرانی‌ها را با مسابقه

تلفیق کرد و ... و هنرمندی یک فعال فرهنگی به این است که چگونه مخاطبین عام را نیز در مسایل جدی تر وارد کند.

شاخص‌های اصلی تربیتی در تعیین کارهای جزئی و موردی :

هر برنامه‌ای تربیتی که پیشنهاد می‌دهیم باید شاخص‌های زیر در دل خودش باشد:

۱- * برنامه‌های اولیه برای شروع کار باید برنامه‌های جذاب‌تری باشند: برنامه‌های اولیه برای شروع کار باید برنامه‌های جذاب‌تری باشند و باعث ایجاد جذب شوند. یعنی در مراحل اول فقط به دنبال طرح‌ریزی یک طرح رفاقتی باشید و نشان دهید که کارهای شما جذابیت دارد.

بجای حرف زدن سعی کنید برای افراد مرام، خُرج کنید و در عمل نشان دهید، که شما اهل شعار دادن نیستند و این معارفی که شما به آن دعوت میکنید در عمل و زندگی شخصی انسان چقدر نشاط، جذابیت و آرامش ایجاد می‌کند.

بجای اینکه دعوت‌کننده مردم باشید با زبانتان، دعوت‌کننده‌ی آنها باشید با عمل خودتان. ایجاد جذابیت یک هنرمندی خاصی دارد و شما میتوانید خیلی از نرم در حین گرمی مجلس و صحبت‌های شوخی خود، نکاتی عمیقی دینی را جا بدهید. کافی است وقتی صحبت‌های دوستانه به یک نکته خاصی دینی رسید آن نکته را به صورت جدی به عنوان یک معرفت بیان کنید. برای دیدن مصادیق بیشتری از این نکته " کتاب عمار حلب ؛ خاطرات شهید محمدحسین محمدخانی " را بخوانید.

در لینک زیر میتوانید بخشی از کتاب " عمار حلب " در موضوع بالا را ببینید.

<http://khatfarhangi.blog.ir/>-۱۲/۰۵/۱۳۹۸-کار-فرهنگی-با-جوانان-آقا-محمد-حسین

[محمدحسین-محمد-خانی-محمدخانی](#)

۲- * کم کم بعد از مرحله جذب مرحله‌ی رشد ایجاد میشود. در مراحل رشد شما باید سعی کنید یک پله یا چند پله تحول فکری در مخاطب ایجاد کنید.

۳- * برنامه باید قدرت فکر فرد را بالا ببرد:
جای اینکه ذهن افراد را مقلد بار بیاورید با سپردن بخشی از فرآیند فکر کردن به مخاطب، قدرت ذهنی فرد را بالا ببرید. تعبیه مسابقات فکری در این زمینه برای کار با نوجوانان بسیار مهم است.

۴- * برنامه باید قدرت خلاقیت فرد را بالا ببرد. هر چه شما تنوع فکری و خلاقیت روحی فرد را بالا ببرید باعث توانمندی تصمیم‌گیری فرد میشود و در هنگام مواجه با مشکلات ایده‌های بیشتری به ذهن فرد می‌رسد.

۵- * نباید فرد را وابسته به خود یا دیگران بار بیاورید بطوری که هرگاه شما نباشید برنامه‌ها تعطیل شود، این کار نیاز به کادرسازی دارد. از آنجایی که بالاخره روزی ما باید آن مدرسه را ترک کنیم پس کادرسازی را در همه مراحل کار، در اولویت قرار دهید.

۶- * افراد احساساتی را به افرادی با احساسات منطقی تبدیل کنیم.

۷- * عزت شخصی افراد را بالا ببرید و به دیگران اجازه ایده‌پردازی بدهید و با این کار شخصیت افراد را بالا ببرید.

سپردن مسئولیت به نوجوانان و جوانان، در "شخصیت دادن به افراد" بسیار تأثیر دارد. نوجوانان تنبل با پذیرش مسئولیت، فعال میشوند، ذهن‌شان خلاق بار می‌آید. البته این مسئولیت دادن باید این نشود که وقتی نوجوانان در کار شکست خوردند، دچار استرس شوند و تصور کنند که آنها

هیچگاه نمیتوانند کاری را درست انجام دهند. برای جلوگیری از این آسیب باید ابتدا خود استعداد سنجی کنید و کاری را به نوجوانان بسپارید که در حدود استعداد آنها باشد.

یک آسیب دیگری که در مورد کار سپردن به نوجوانان دیده میشود، این است که دیده میشود نوجوانان با قبول مسئولیت دچار غرور میشوند یا حس ریاست پیدا میکنند، شما باید سعی کنید با پیوند نوجوانان با خاطرات فرماندهی شهدا و از جمله کتاب شهید ابراهیم هادی و شهید مهدی باکری و ... ابتدا نحوه مدیریت متواضعانه را به آنها یاد بدهید. حدود اختیارات هم باید محدود باشد.

گاهی بجای مدیریت دادن به یک نفر به دو تا سه نفر مسئولیت بدهید تا فرد دچار خودبینی نشود، از طرفی نیز چک کنید که در همان گروه سه نفره، این گونه نباشد تنها یک نفر مسلط بر دو نفر دیگر باشد.

۸- * استقلال مالی در افراد ایجاد کنید و یک روش کسب درآمد را به مخاطبین یاد بدهید. از لحاظ مالی مخاطب را وابسته به خود بار نیاورید.

۹- * اگر اشتباهی از مخاطبین دیدید با کرامت از آن چشم پوشی کنید و بجای تذکر مستقیم به راههایی برای تذکر غیرمستقیم روی بیاورید.

مثلا اگر نوجوانی تدوین فیلمش خوب است ولی دارد از این توانمندی در جای بدی استفاده میکند، شما بجای اینکه مستقیم به او بگویید این کار را نکن. بیاید و مسئولیت کلیپسازی هیأت را به او بدهید.

۱۰- * تا میشود هیچ کس را از مجموعه بیرون نکنید. مدام سعی کنید با طرح رفاقت فرد را در دامن دین و مذهب بیاورید.

۱۱- * در بین مخاطبین عدالت در محبت کردن، نگاه کردن، فرصت دادن و ... را حفظ کنید.

۱۲- * در طول کار از شکست‌ها ناراحت نشوید؛ بدانید که تا شکست نخورید و به چالش کشیده نشوید، برای راه‌حل‌های جدید و نوین‌تری فکر نمی‌کنید.

۱۳- * قول‌های بیجا به افراد ندهید ولی تلاش کنید پیگیر کارهای همه باشید.

۱۴- * در برخی جمع‌های دانش‌آموزی دارای شیطنت یک لیدر و سرگروه وجود دارد که اگر شما بتوانید با این نفر اصلی یک صحبت خوب کنید و متقاعدش کنید تمام گروه را در دست گرفته‌اید.

۱۵- * هر فردی را در نهایت نتوانستید جذب کنید نگران نباشید، بدانید این اون مخاطبی نبوده که با شما پیش بروید و چه بسا اگر با شما همراهی میکرد در مرحله‌ای بعدتر، با ناراحتی بیشتری از شما جدا میشود.

۱۶- * تنوع و خلاقیت خود را مدام جلوتر از مخاطب نگه دارید. مدام از تجربیات دیگران خود را مطلع کنید.

۱۷- * سه مولفه مهم در کار با جوانان و نوجوانان وجود دارد که خیلی مهم است :

۱-۱۷- ارتباط‌گیری خوب و روابط عمومی فردی بالا ؛ کتاب شهید ابراهیم هادی، کتاب عمار حلب و کتاب شهید مصطفی صدرزاده میتواند به شما یک روابط عمومی قوی را آموزش دهد.
هرچقدر که روابط عمومی شما و مخاطب‌شناسی شما عالی باشید به همان مقدار در کار فرهنگی موفق خواهید بود.

۲-۱۷- خوب حرف‌زدن و به روز و متفاوت حرف‌زدن

۳-۱۷- سطح سواد بالای دینی؛ هر چقدر میتوانید سطح سواد دینی خود را بالا ببرید علاوه بر اینکه خود این مطالعات راهنمای این است که چطور کار خود را بر موازین دینی انجام دهید، در مراحل از کارهای فرهنگی، شبهات اعتقادی برای مخاطب ایجاد میشود که اگر نتوانید به خوبی به آن جواب دهید، مخاطب خود را از دست خواهید داد.

هنرمندی شهید بزرگوار مطهری این بود که دقیقاً در مواردی سخنرانی میکرد و شبهاتی را پاسخ میگفت که دغدغه روز جامعه بود مثلاً شهید مطهری با خواندن مجله " زن روز " که مجله‌ای فمینیستی آن دوران بود به مسایل زن از دیدگاه اسلام و شبهات پیرامون آن پاسخ می‌داد. ایشان در کتاب زن از دیدگاه اسلام، حتی شماره‌های متفاوت مجله زن روز را مثال زده و با چه جزئیاتی به مطالب آن اشاره میکند.

۱۸- * سعی کنید ذهن مخاطب را درگیر حواشی بیهوده و دعواهای الکی نکنید. تا میشود از مسایل جزئی بگذرید و مسایل کلان انقلاب و جهان اسلام را به خود یادآوری کنید. گاهی دیده میشود که مجموعه‌های فرهنگی ذهن نوجوانان و جوانان را درگیر حواشی بیخود میکنند که نوجوانان و جوانان آرامش ذهنی خود را از دست می‌دهند و پس از مدتی مخاطب می‌بیند که مسجد که نیاید، ذهنش دارای آرامش بیشتری است.

۱۹- * سعی کنید اجازه ندهید مخاطب بیکار باشید چرا که طبق احادیث کسی که بیکار باشید، نفسش او را مشغول خواهد کرد و او گمراه میشود.

امام علی علیه‌السلام میفرمایند: نفس خود را مشغول کنید قبل از آنکه او شما را مشغول کند و پرنده خیال شما را به هر جایی ببرد.

کار تراشیدن برای مخاطب چه کار فکری، چه کار فیزیکی بسیار مهم است. سعی کنید انرژی اضافی مخاطب را بسوزانید. ورزش کردن میتواند در این سوزاندن انرژی بسیار کمک کند. خصوصاً شما هنرمندی کنید و ببینید که چه ورزشی امروزه در سطح کشور دارای افتخارات زیادی است و

مردم به آن افتخار میکند. مثلاً این روزها والیبال خیلی مورد استقبال نوجوانان و جوانان قرار میگیرد.

۲۰- * تفکیک مخاطبین و فیلتر تقسیم‌بندی مخاطبین طبیعی باشد:

گاهی بین نوجوانان برخی مستعدتر هستند و میشود حرف‌هایی به اینها زد که به دیگران به دلیل نداشتن آن روحیه نمی‌شود آن حرفها را زد.

برای این کار سعی کنید یک کلاس برای همه نوجوان اعم از خاص و غیرخاص، بگذارید و بعد از یکی دو جلسه، از خود نوجوانان بخواهید کسانی که دوست دارند این کلاس را بیایند اعلام کنند، شرط هم بگذارید در این کلاس باید فلان کتاب را در کنار کارگاهها با هم بخوانیم و آخر دوره هم امتحان هم می‌گیریم، خود به خود عده‌ای که روحیاتشون به حرفهای خاص نمی‌خورد در این کلاس شرکت نمی‌کنند.

بعد اتفاقاً یک کلاس عمومی‌تر برای اون گروه عام‌تر نیز بگذارید، بالاخره ما نمی‌خواهیم هیچ کلاسی برای گروه عام نگذاریم و باید برای آن گروه عام‌تر هم استراتژی داشته باشیم.

بعد از یک مدت حتی برای بچه‌های خاص‌تر بجای حرف‌زدن با کتابخوانی پیش بروید. کتابخوانی چیزی نیست که اگر به کسی کتاب دادید دیگران نسبت به او حسادت کنند، چون اصلاً کتابخوانی سخت است و خیلی‌ها دور و بر این چیزها نمی‌آیند.

۲۱- * مخاطب خاص برنامه‌ریزی خاص‌تری میخواهد نه محبت کردن خاص :

یکی از اشتباهات فرهنگی که فعال فرهنگی می‌کنند این است که وقتی می‌بینند مخاطبی خاص‌تر فکر می‌کنند باید نسبت به دیگران بیشتر برای او وقت بگذارند یا بیشتر به او محبت کنند، خصوصاً این اشتباه در بین مخاطبین نوجوان باعث ایجاد حسادت در بین نوجوانان شده است. برای مخاطب خاص سعی کنید برنامه‌ریزی خاصی در ذهن خودتان داشته باشید ولی در اجرا جوری اجرا کنید که به نظر کاملاً طبیعی بیاید. مثلاً ما برای مخاطبین نوجوانان خاص در نوع

کتاب انتخاب کردن دقت بیشتری می‌کردیم و کتابهای انقلابی‌تری را به آنها می‌دادیم، همان کتاب را اتفاقاً به دیگران هم پیشنهاد می‌دادیم ولی خود به خود نوع متن جوری بود که خود آن نوجوان از این مدل متن استقبال نمی‌کرد. پس بدون اینکه ما فیلتر خاصی را پیاده کرده باشیم یک فیلتر طبیعی خاص، به وجود می‌آمد.

۲۲- * حرفهایی که ویژه مخاطبین خاص است را به مخاطب عمومی نزنید:
نباید حرفهای مذهبی یا سیاسی ویژه جمع‌های مذهبی را برای هر نوع مخاطبی بیان کرد خصوصاً مخاطبینی که هنوز آمادگی ذهنی لازم را پیدا نکرده‌اند.

۲۳- * سطح کنید کاری که خود مخاطب به نتیجه‌ای مدنظر شما است برسد نه اینکه نتیجه مدنظر خودتان را به مخاطب تحمیل کنید.

۲۴- * به طور مدام به تجربیات گذشته خود با نوجوانان و جوانان فکر کنید و اصول منظم را به عنوان شاخص برای خود بنویسید، و اگر نیاز بود با دیگران مشورت کنید و اصول خود را تغییر دهید. هرچقدر مطالعات شما از مباحث دینی بیشتر گردد شاخص‌های بهتری را پیدا خواهید کرد. خصوصاً سطح مطالعات دینی را بسیار زیاد کنید چرا که میدانیم دین بر اساس فطرت است و هر برنامه‌ای که بر اساس فطرت باشد، مخاطب با آن انس بیشتری برقرار خواهد کرد. حتی در مخاطبینی که فطرتشان سیاه شده است شما میتوانید با کنار زدن این سیاهی‌ها، فرد را متوجه به خوبی‌ها کنید.

۲۵- * اساس کار تربیتی بر اساس محبت است ولی محبت کردن به معنی کار احساساتی نیست.

سعی کنید سعه‌ی صدرتان بالا باشد و همواره مثل طبیعی دلسوز با مخاطبین و بیماران روحی رفتار کنید. همانطور که یک طبیب، بیمار را برای اینکه بیماران را بخاطر بیمارهای صعب‌العلاج، ناامید و طرد نمی‌کند شما نیز نباید این کار را کنید. بلکه در هر اشتباهی باز از مخاطب بخواهید خود را بازبینی کند و رشد کند.

۲۶- * هر چقدر خود شما به مسایل دینی پایبند باشید مخاطب نیز از شما یادخواهد گرفت. اگر شما با غرور صحبت کنید، مخاطب نیز مغرور میشود، اگر شما اهل توسل نباشید، مخاطب نیز نخواهد بود. همواره سعی کنید با توسل از درگاه الهی و در جوار زیارتگاهها و گلزارهای شهدا، از خود خداوند بخواهید این نوجوانان و جوانان را اصلاح کنند. گاهی واقعا انسان حس میکنند تربیت کردن عده‌ای با توانمندی‌های عادی و وسایل عادی ممکن نیست و خود خداوند باید دست این مخاطب را بگیرد.

۲۷- * در برنامه‌هایتان سعی کنید همواره مخاطبین را با شهدا پیوند بزنید. بسیاری از کتاب خاطرات شهدا یک درس اخلاق جامع است. مخاطبین بسیار را دیدیم که حوصله کلاس اخلاق نداشتند ولی خودشان وقتی کتاب خاطرات شهدایی چون شهید ابراهیم هادی را خوانده بودند یک سری رفتار اخلاقی را یاد گرفته بودند.

۲۸- * هرچقدر میتوانید مخاطب را با کتاب‌خوانی پیوند بزنید. کتاب، کاری میکند که مخاطب به یک مرحله خودنصیحتی برسد و در مواقع حساس متوجه شود که چه تصمیمی باید بگیرد. هر چقدر این مبنای علمی و منطقی بودن باورها را در افراد بالاتر ببرید، بیشتر مخاطبین خود را رشد داده‌اید.

۲۹- * در برنامه‌هایی که برای نیروهای خاص در نظر میگیرید اینگونه نباشد که همه‌اش برنامه‌های خشک خالی از هیجان باشد بلکه باید در این برنامه‌ها تفریحات و هیجانات نیز لحاظ شده باشد.

۳۰- * شوخی‌های کف خیابونی را اصلاً انجام ندهید. در شوخی کردن مخاطب، مخاطب را رودررو خود قرار ندهید زیرا در اینصورت نمیتوانید بر روی او کار تربیتی کنید. مثلاً فعال فرهنگی‌ای به

مخاطب خود میگفت: تو اصلاً هیچ بلدی نبودی، من، تو رو آدم کردم! خب این فعال فرهنگی هم باید انتظار میداشت که مخاطب نیز در برابر او بایستد زیرا شما شخصیت او را زیر سؤال بردید. این نوع شوخی‌ها فقط با دوستان صمیمی به صورت موردی اشکال ندارد و حتی این نوع شوخی با دوستان صمیمی نباید در جلوی جمع باشد.

۳۱- * همه حرفهای مخاطبین شما در پیش شما مثل یک رازی است که باید فراموش شود و هیچگاه نباید با آن ضعفی که مخاطب با شما در میان گذاشته است، با اون ضعف شوخی کنید.

۳۲- * هرگاه فردی با شما شوخی تنشی کرد شما بجای اینکه جوابش را بدهید سعی کنید با کرامت بحث را عوض کنید. مثلاً بگویید شما سرور ما هستید، با این کار مخاطب را در یک خجالت محبت‌آمیز قرار میدهید. همانطور که گفتیم کتاب شهید ابراهیم هادی، کتاب عمار حلب و کتاب شهید مصطفی صدرزاده میتواند به شما یک روابط عمومی قوی را آموزش دهد.

۳۳- * هرگاه مخاطبی اشتباه کرد و از اشتباه خود پشیمان شد، شما نیز کامل آن را فراموش کنید و هیچگاه با این اشتباه بر سر مخاطب نکوبید.

۳۴- * به حرفهای بی‌سند و حتی با سند افراد در مورد دیگران در مسایل شخصی هیچ اعتنائی نکنید.

تا زمانی که این حرفها به مسئولیت‌های اجتماعی یا بیت‌المال مربوط نیست از این حرفها بگذرید.

۳۵- * سعی کنید کلاس‌های دینی را با روش تعاملی برگزار کنید: اشتباهی که در مورد کلاس‌های دینی صورت میگیرد این است که کلاسهای دینی دارای سخنرانی یک نفره است. بلکه باید کلاس را تعاملی و با گفتگوی چند طرفه انجام داد. مثلاً سعی کنید یک حدیث بخوانید و از همه بخواهید، در مورد این حدیث نظر بدهند. گاهاً دیده میشود نوجوانان در

کلاس‌های تک سخنران بیش از نیم ساعت حوصله نمی‌کنند و نمی‌نشینند، ولی اگر شما کلاس را تعاملی برگزار کنید، دیده شده که نوجوانان دو سه ساعت بر روی کلاس نشسته‌اند. سعی کنید کلاس‌هایی بگذارید که هم در متن و هم در روش اجرا برای نوجوانان و جوانان تازگی داشته باشد. تا میشود حرف‌های قدیمی و تکراری را نزنید و حتی اگر مجبور شدید مطلبی قدیمی، را بگویید آن را با روش نوینی بگویید. استفاده از لب‌تاپ و ویدئو پروژکتور و کارهای سمعی و بصری در این کار میتواند به شما کمک کند.

۳۶- * سعی کنید کاری کنید خود مخاطب به سمت شما بیاید

در مجموعه‌های فرهنگی چنان نشاط، شادابی، خلاقیت و فعال بودن را ایجاد کنید که مردم و دیگران با دیدن فعالیت‌های شما و دیدن مجموعه شما، به سمت شما بیایند. این خودآمدن مردم باعث میشود تا شما متوجه شوید مخاطبی که راغب است کیست و مخاطبی که خیلی رغبت ندارد کیست؟

گاهی دیده میشود ما بدون اینکه رغبتی در مخاطبین ببینیم به سراغ او میرویم و چنان حرف‌های خصوصی جمع‌های مذهبی را را بدون لحاظ شرایط و محاسبات دقیق، به مخاطب بی‌رغبت می‌زنیم که فرد پس از مدتی از فعالیت‌های مذهبی انزجار پیدا میکند.

برنامه‌های مصداقی پیشنهادی:

متناسب با اهداف و تقسیم بندی هایی که از مخاطبین کردیم برنامه‌های موردی زیر پیشنهاد میشود و در خود هر برنامه یا ذیل یک عنوان کلی توضیح داده خواهد شد که هر برنامه برای کدام نوع از مخاطبین مناسب است.

الف: مسابقه برگزار کردن :

لیست مسابقات پیشنهادی :

۱-۱- مسابقات ویژه‌ی مخاطبین عام :

• مسابقات دارای هیجان:

تیراندازی با تفنگ بادی، موشک کاغذی، نقاشی با مویس کامپیوتر

مسابقاتی که خلاقیت را در افراد ایجاد میکند:

- نقاشی تحلیلی، ساخت مجسمه با زباله بازیافتی، پُل ماکارونی، عکاسی با موبایل از موضوعات موجود در مدرسه، سقوط آزاد تخم مرغ، پرتاب موشک آبی، حدس تیترا برای تصاویر خاص، نقاشی از معضلات اجتماعی یا تیترا طنز، مسابقات گروهی نویسنده‌ها و نقاش‌ها ،

۱-۲- مسابقات ویژه‌ی مخاطبین خاص:

- مسابقه ایده‌پردازی دانش آموزی پیرامون موضوعاتی چون ایجاد انگیزه در درس خواندن، ایده‌های برای ایجاد خلاقیت ،
- مسابقه نشریه خلاقانه
- مسابقه یک وضعیت خلاق واتس آپی
- وبلاگ نویسی

۲- مسابقه " فروش من "

ب : لیست پیشنهادی دوره های اتحادیه دانش آموزی

دوره فکری اسلام ناب ویژه دانش آموزان خاص دغدغه مند نسبت به ارزش‌های انقلابی

ج : زدن تصاویر سبک زندگی و تصاویر کتاب مترو در مدارس

چ: ایجاد حلقه رابطین اجرایی در مدارس از بین دانش آموزان هر مدرسه :

کارهای رابطین اجرایی :

- شناسایی دانش آموزان خاص مذهبی، خاص خلاق در یک رشته هنری یا فکری ، خاص دارای دغدغه‌های عمومی
- کار چسپاندن پوستره‌های مورد ج را انجام دهند.
- خودشان به عنوان یک کارگاه فکری یک بحثی را برای سایر دانش آموزان ارائه دهند: طبیعتا این کار باید زمانی صورت بگیرد که این دانش آموزان از قبل توسط مبلغین اتحادیه هر شهرستان آموزش لازم به آنها داده شود و این کار را در یک کلاس برای سایر دانش آموزان با حضور مبلغ اتحادیه انجام دهند. اتفاقا از سایر دانش آموزان هم خواسته بشود اگر مایل هستند آنها هم بحثی را برای ارائه‌های جلسات بعد آماده کنند.
- ح : ایجاد دوره‌های آموزشی برای راه‌اندازی کسب کار خانگی و خرید از محصولات از دانش‌آموزان و بازاریابی برای محصولات خانگی و ایجاد روزبازارهایی برای این فروش مستقیم توسط دانش‌آموزان
- خ : مسابقه کتابخوانی ؛ کتاب های پیشنهادی سلام بر ابراهیم، شاهرخ
- د: زدن اسم کانال اتحادیه در کلیه ی مدارس و مساجد و داشتن یک روابط عمومی سازمانی قوی از طریق ادمین این کانال نظرخواهی و درخواست ارسال ایده داشته باشیم. به همه پیامها جواب داده شود. در صورت نیاز از طریق روابط سازمانی با جاهای دیگر مشکلات دانش‌آموزان بررسی و حل شود.
- ذ : چاپ یک کتاب از طرف اتحادیه دانش آموزی استان
- ر: چاپ نقاشی برتر مسابقات در یک کتابچه