

بعد از گذشت فقط ۷ ماه
ابتکار فرهنگی سه جوان محله شهید بهشتی به شهرهای دیگر رسید

مسیری نو برای جهاد

داستان جلد

نجمه موسوی زاده مکان مؤسسه آن قدر بزرگ نیست؛ چند پله، مسیر ورود به زیرزمین کوچکی است که تقریباً یک سال می شود به پاتوقی برای فعالیت های گروهی تبدیل شده و به دست سه دهه هشتادی اداره می شود. در این فضا، یک میز جلسات، دو سیستم کامپیوتر و کارتن هایی پر از کاغذ های کوچک سبز و نارنجی به چشم می خورد؛ کاغذ هایی که قرار است بایسته بندی های شکل به استان های مختلف کشور ارسال شوند. این تصویر ساده، نمایی از فعالیت های گروه جوان و پرانرژی «نو جهاد» در محله شهید بهشتی است که با انگیزه و پشتکار، تلاش می کنند پیام هایی از شهیدان و مفاهیم قرآنی را به دست مردم برسانند.

مقابله با جنگ نرم

سه جوان دهه هشتادی، هفت ماهی است که تصمیم گرفته اند در قالب کاری نو و هوشمندانه، نسل نو جوان و جوان را با سیره شهدا، آیات قرآن و پیام های نهج البلاغه بیشتر آشنا کنند. دو نفرشان طلبه و یک نفرشان دانش آموز است. مرتضی حدادیان یکی از این سه نفر است که از کودکی به مسجد محله آمد و شد داشت. همان جا بود که به مرور اولین جرعه های دینی و مسئولیت پذیری اجتماعی در وجودش زده شد. به نو جوانی که رسید، انتخاب اول و آخرش تحصیلات حوزوی بود. بنابراین به جای دبیرستان راهی حوزه علمیه شد. او که چند سال مسئول واحد نو جوانان پایگاه بسیج مسجد پنج تن^(۱) بود، یک سال و نیم پیش تصمیم گرفت نو جوانان محله اش را با اجرای برنامه های متنوع نه تنها با آموزه های دینی آشنا کند، بلکه از هر کدام از آن ها فردی کنشگر و مسئول در برابر اتفاقات جامعه بسازد. مرتضی که این روزها به خاطر شروع کار جدیدشان بسیار پرمشغله است، برایمان درباره تأسیس مجموعه نو جهاد می گوید: اول کارمان را با اردوهای تفریحی و زیارتی، همایش مشاوره انتخاب رشته، کمک به افراد نیازمند، برپایی ایستگاه صلواتی شروع کردیم. مابچه های محله را با یک اتوبوس برای شرکت در نماز جمعه ای که خطیب آن رهبر معظم انقلاب بود، به تهران بردیم که برایشان خیلی خاطره ساز شد.

شروعی نو با ایده ای مقاومت

بعد از گذشت یک سال، مرتضی و همکارانش احساس کردند کارهایشان چیزی کم دارد. انگار نتوانسته اند به آن هدفی که از اول داشته اند که اجرای کار فرهنگی مؤثر بوده، دست پیدا کنند؛ از همان اول می خواستیم کاری نو و متفاوت انجام دهیم و به همین دلیل هم عنوان نو جهاد را

برای مجموعه مان انتخاب کردیم. او ادامه می دهد: سه چهار ماهی که از فعالیتمان گذشت، تصمیم گرفتیم با تولید محصول فرهنگی، سمت و سوی دیگری به مجموعه بدسیم. با مشورت و همفکری به این نتیجه رسیدیم که برای آشنایی نو جوانان و جوانان با شهدا سخنان آن ها را انتخاب کرده و در قالب یک جمله کوتاه روی کارت ها چاپ و در یک پاکت بین این گروه سنی توزیع کنیم. برای چاپ گزیده ای از صحبت های شهدا، باید کارت ها به گونه ای می بود که افراد برای خواندن پیام شهید جذب شوند؛ تصمیم گرفتیم هشتاد سخن از هشتاد شهید را انتخاب کنیم و در یک بسته قرار دهیم و در محافل توزیع کنیم تا هر فرد با برداشتن یک کارت به سخن شهید فکر کند.

با مطالعه کتاب های سیره شهدا و جست و جوی اینترنتی، گزیده ای از سخنان شهید که جنبه آموزشی و مفهومی داشت، در راستای دغدغه مخاطبان جمع آوری شد؛ از کلام شهدای ترور، دفاع مقدس و جبهه مقاومت و... استفاده کردیم و با طراحی ساده و چاپ آن روی کارت اولین بسته آماده شد.

استقبال از رزق شهدایی

حالا باید برای بسته نامی انتخاب می کردند. آن طور که مرتضی می گوید نیاز نبود زیاد فکر کنند، از همان ابتدا این محصول فرهنگی نامش را همراه خودش داشت؛ «قرار بود هر کارت یک پیام آموزنده به مخاطب منتقل کند و به او یک توصیه بدهد. اینجا ما عنوان «رزق شهدا» را انتخاب کردیم که نامی پرازنده برای این محصول است. به این معنی که فرد روزی اش شده است که با توصیه ای از شهید مواجه شود.

با آماده سازی اولین بسته، کارهای تبلیغاتی شروع شد. کاری که به صورت جدی به سعید کاظمی، دوست دوران نو جوانی و هم کلاسی حوزه علمیه مرتضی، سپرده شد. سعید نیز متولد ۸۳ است و از همان روز اول شکل گیری نو جهاد، پایه پای مرتضی فعال بود. او توضیح می دهد: تا قبل از این، هیچ تجربه ای در تولید محصول فرهنگی نداشتیم؛ بنابراین تصور نمی کردیم بتوانیم به این سرعت محصول خود را معرفی و متقاضی پیدا کنیم.

برخلاف تصور سعید، با اولین تبلیغ در فضای مجازی، یکی از مساجد خواهان دریافت بسته رزق شهدایی شد؛ به دنبال آن، درخواست های بیشتر و بیشتر شد به طوری که تصمیم گرفتیم تولید محتوای خود را کامل تر کنیم.

استقبال کم نظیر

با تحقیق و جست و جو تعداد کارت ها از هشتاد تا به دویست عدد رسید. به دلیل تقاضای زیاد مخاطبان، بسته ها در دو نوع صد تایی بسته بندی شدند. سعید کاظمی در این باره می گوید: برخی از محافل جمعیت بیشتری دارند و برخی دیگر جمعیتی کمتر. به همین دلیل برای اینکه هر دو گروه بتوانند از

