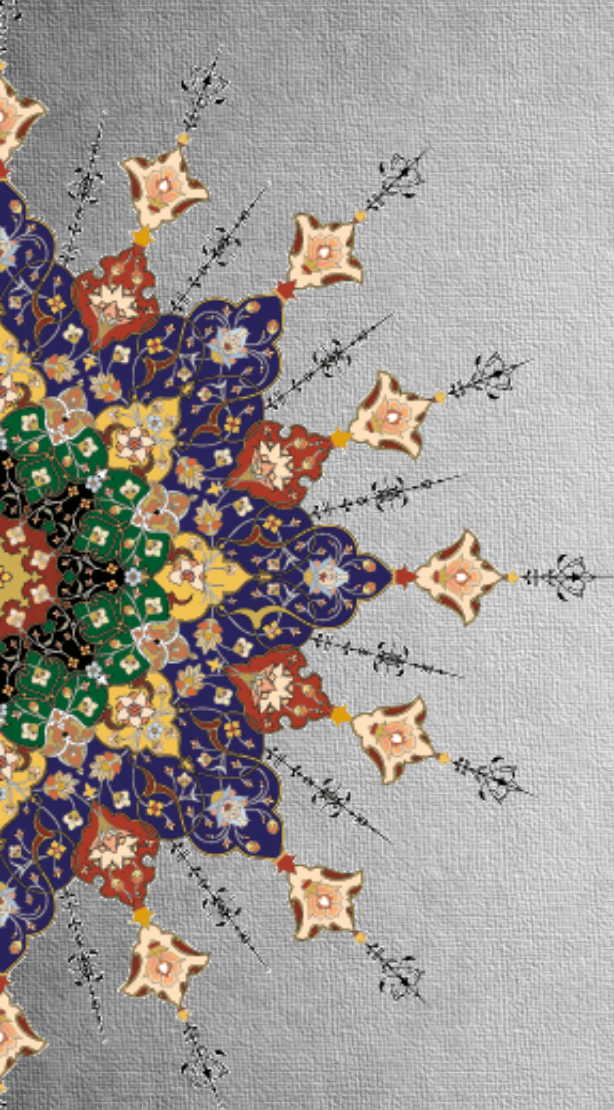



کتابخانه





**کارگاه آموزشی خلاقیت
در برنامه ریزی مسجد**





بخش اول
چارچوب و کلیات



تعریف

دیدگاه روان شناسی

خلاقیت به معنای پدید آوردن چیزی از چیز دیگر به گونه ای منحصر به فرد

دیدگاه سازمانی

ارائه فکر و طرح نوین برای بهبود و ارتقاء کمیت یا کیفیت فعالیت های سازمان
مثلا افزایش بهره وری، افزایش تولیدات یا خدمات، کاهش هزینه ها، تولیدات یا خدمات از روش بهتر، تولیدات یا خدمات جدید و ...

دیدگاه برنامه ریزی فرهنگی

یافتن راه های نو و جدید برای انتقال پیام ها، تغییر رفتار مخاطبان و حل مسائل فرهنگی



نوآوری و خلاقیت



نوآوری نتیجه **خلاقیت**

خلاقیت به معنای تولید ایده‌ها و راهکارهای جدید

نوآوری به معنای **بکارگیری** ایده‌ها و راهکارهای جدید

جایگاه خلاقیت در برنامه ریزی مسجد

ضرورت خلاقیت ورزی در برنامه های مسجد

- ❖ رشد روز افزون فناوری ها
- ❖ رقبای جدی در عرصه تعامل با مخاطب
- ❖ دسترسی گسترده مخاطبان به ویژه نسل جوان به کالاهای فرهنگی نامطلوب و مخرب

جایگاه خلاقیت در برنامه ریزی مسجد

نتایج و ثمرات برنامه های خلاقانه در مسجد

- جذب مخاطبان بیشتر به مسجد
- تنوع کارکردهای مسجد در محیط پیرامون
- اثربخشی بیشتر برنامه های مسجد
- رونق بیشتر برنامه های عبادی و معنوی مسجد
- حل مشکل منابع و امکانات در بسیاری از مواقع
- افزایش کیفیت اثربخشی برنامه ها
- افزایش کمیت برنامه های فرهنگی مسجد
- شناخت استعداد ها و قابلیت های جدید افراد و اهالی مسجد

زمینه های بروز خلاقیت

زمینه های نگرشی و فکری

- نگاه مسئله محور به برنامه های مسجد (کارگاه مسئله شناسی و رصد محیطی)
- نگاه مخاطب محور به برنامه های مسجد
- تفکر و نگاه نقادانه به برنامه های مسجد
- انتقاد پذیری و سعه صدر
- نگاه نتیجه محور به جای نگاه عملیاتی
- شکستن حصار عادت ها و انعطاف پذیری

زمینه های بروز خلاقیت

زمینه های اجرایی - عملیاتی

- مشاهده و بهره مندی از تجربیات دیگران
- ایجاد بانک ایده های مسجد
- نظر سنجی مستمر از مخاطبان برنامه ها
- استفاده از ظرفیت فناوری های نو
- استفاده از ظرفیت هنر و ادبیات
- مشارکت دادن مخاطب
- شهامت اجرای برنامه های جدید
- ایجاد فضای خلاقیت، نقد و ایده پردازی در مسجد و حمایت از ایده های خلاقانه ی افراد

روش های کلان عملیات فرهنگی مسجد



عناصر و اجزاء برنامه ی فرهنگ ساز



مقصود از روش های کلان فرهنگ سازی چیست؟

❖ تعریف:

❖ مقصود از روش های کلان فرهنگ سازی، الگوهای روشی و بستر انتقال پیام ها به مخاطبان است.

❖ مثال:

❖ به عنوان مثال فرصت سازی برای مطالعه، تفکر و تعمق يك روش کلان است و قالب های ذیل آن می تواند شامل برگزاری نمایشگاه کتاب یا برگزاری مسابقات کتابخوانی می شود.



ویژگی های روش های کلان ده گانه

- ◆ مخاطب محورند (با هدف تاثیر گذاری در مخاطب طراحی شده اند).
- ◆ دارای ظرفیت انتقال پیام های متنوع و متعدد هستند.
- ◆ نسبتا جامع اند (البته قابلیت افزایش هم دارند).
- ◆ زمینه ساز بروز خلاقیت و ابتکار در طراحی قالب ها هستند.



عناوین روش های کلان نه گانه



روش اول



الگوسازی، الگونمایی و الگوپردازی

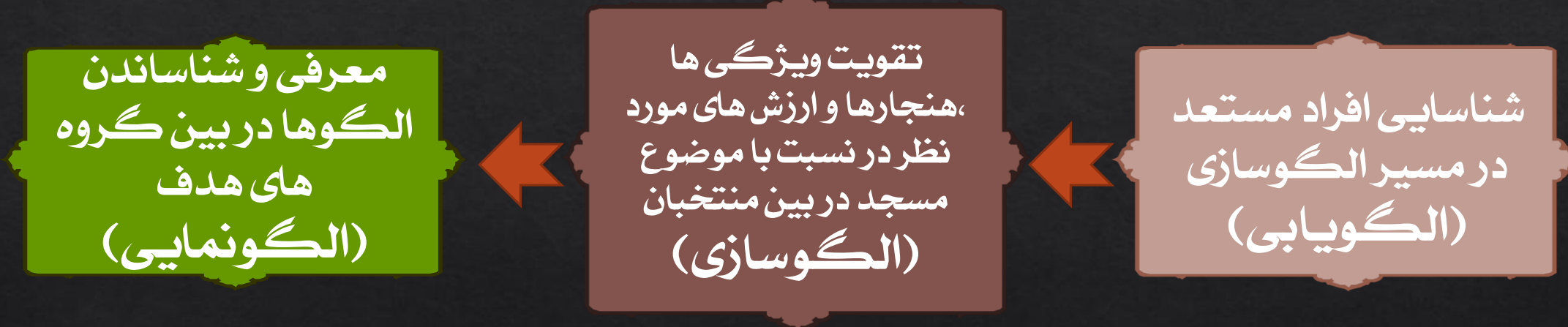


تعریف



مقصود از این روش، شناسایی، تقویت و معرفی شخصیت‌هایی است که دارای ویژگی‌هایی ممتاز بوده و افراد با ابراز تمایل و گرایش به شخصیت‌های مذکور، به مرور به سمت و سوی ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی آنان نیز گرایش پیدا کنند.

مراحل الگوسازی



نمونه ای از قالب ها و سازوکارها ذیل روش الگوسازی، الگونمایی و الگوپردازی



شناسایی و معرفی جوان منتخب سال در مسجد

شناسایی و معرفی هنرمندان برجسته ی اهل مسجد

دعوت از افراد شاخص، نخبه در اقشار مختلف برای حضور در مسجد و برنامه های مسجدی و انعکاس و برجسته سازی این حضور

ارتباط گیری و دعوت از دانش آموزان منتخب مدرسه برای حضور در مسجد و معرفی و تقدیر از آن ها

برجسته سازی ابعاد زندگی مسجدی شهدای انقلاب و دفاع مقدس و ده ها برنامه ی ابتکاری و هوشمندانه ی دیگر...

روش دوم



ادبیات ، هنر و رسانه



تعریف



استفاده از ظرفیت ادبیات ، هنر و رسانه برای انتقال پیام به صورت غیر مستقیم یا مستقیم بسیار مؤثر خواهد بود.

در بین نمازگزاران ، احتمالاً افرادی هستند که در این زمینه ها مهارت و شناخت لازم برای تولید يك اثر و یا معرفی آثار مفید را دار باشند.



ابعاد اثرگذاری ادبیات، هنر و رسانه



تحریک حس زیبایی شناسی مخاطبان توسط آثار ادبی و هنری

فراگیری از حیث توجه اکثر اقشار و گروه های مخاطب

در دسترس بودن بویژه در خصوص آثار رسانه ای

قابلیت بهره مندی از این آثار در سایر روش های فرهنگ سازی به صورت تلفیقی

درگیر شدن سطحی مخاطب و اثرگذاری فوری اما عمیق

نمونه ای از قالب ها و سازوکارها ذیل ادبیات ، هنر و رسانه



تشکیل گروه سرود و تواشیح نوجوانان و جوانان

معرفی و اکران فیلم های سینمایی فاخر

معرفی رمان و آثار داستانی مفید

تولید نماهنگ، موشن گرافی و سایر
تولیدات رسانه ای

اجرای تئاتر در شیوه ها و سبک های مختلف
وده ها برنامه ی ابتکاری و هوشمندانه ی دیگر...

روش سوم



فرصت سازی برای مطالعه ، تفکر و اندیشه



تعریف



مقصود از فرصت سازی برای تفکر ، اندیشه و مطالعه، ایجاد زمینه و موقعیت برای درگیر شدن فکر و اندیشه افراد با موضوعات مورد نظر (به ویژه مسائل اعتقادی) در بستر مطالعه و مباحثه می باشد.

ابعاد اثرگذاری روش

فرصت سازی برای مطالعه ، تفکر و اندیشه

بهره مندی مخاطب به صورت داوطلبانه و خود انگیخته

وقت گذاری نسبتا بالای مخاطب در این روش

امکان انتقال حجم بالایی از پیام ها و محتوای آگاهی بخش

امکان انتقال پیام ها به طور مستقیم و غیر مستقیم

نمونه ای از قالب ها و سازوکارها

ذیل روش فرصت سازی برای مطالعه ، تفکر و اندیشه



برپایی نمایشگاه های موضوعی کتاب

تشکیل حلقه های معرفت با حضور طلاب توانمند

انتشار نشریات با مخاطبان مختلف و با موضوعات مرتبط با مسجد

برپایی ایستگاه های مطالعه در محیط عمومی مسجد

ارائه سیر مطالعه و برگزاری مسابقات کتابخوانی

روش چهارم



فضاسازی محیطی و پیرامونی



تعریف



مقصود از فضاسازی محیطی و پیرامونی ، بهره مندی از ظرفیت های بصری محیط پیرامونی برای انتقال پیام های هدفمند می باشد.

ابعاد اثرگذاری روش فضاسازی محیطی و پیرامونی

قابلیت تکرار پیام ها با توجه به مشاهده‌ی متناوب و مکرر از سوی مخاطبان

مواجهه‌ی غیرارادی و طبیعی مخاطب با اغلب پیام ها

قابلیت بهره‌مندی از سایر روش های فرهنگ سازی در بستر این روش

تنوع فضاها و محیط های قابل بهره برداری

فضاسازی محیطی در
محیط فضای مجازی

کسبه محله و
مراکز پیرامونی

اماکن عمومی اطراف
مسجد

مکان های تردد محله

محیط سکونت افراد

نمونه ای از قالب ها و سازوکارها ذیل روش روش فضا سازی محیطی و پیرامونی



استفاده از تابلوهای تبلیغی در محله و مسیرهای تردد

طراحی، تولید و نصب آثار هنری در موضوعات مرتبط با
سبک زندگی در مسیرهای تردد منتهی به مسجد

ایجاد فضای سبز در محیط پیرامونی مسجد

برپایی نمایشگاه های هنری (خوشنویسی - کاتبان وحی)

فضاسازی در سایت ها و محیط های پرمراجعه ای مجازی

و ده ها برنامه ی ابتکاری و هوشمندانه ی دیگر ...

روش پنجم



فرصت سازی برای گفتگو و پاتوق های صمیمانه



تعریف



در این روش، افراد از گروه‌های مختلف که اغلب همسالان یا هم‌صنفان را شامل می‌شود، در فضایی صمیمانه گرد هم می‌آیند و در خصوص موضوع یا موضوعات مورد علاقه به بحث و گفتگو می‌پردازند.



ابعاد اثرگذاری روش فرصت سازی برای گفتگو و پاتوق های صمیمانه



انتقال مناسب تر و مطلوب تر پیام ها در بین گروه های همسال یا هم صنف

فضای غیر رسمی و صمیمی گفتگوها

قابلیت استمرار و فرصت سازی زمانی موسع

ظرفیت هدایت غیر مستقیم گفتگو و انتقال پیام ها

حفظ احترام، شانیت و
جایگاه اعضا

اشراف دبیر جلسه به پیام
های مورد نظر هم اندیشی و
گفتگو

پرهیز از ایفای نقش به
عنوان سخنران و
گفتگوی یک طرفه

تعیین قواعد
گفتگو

انتخاب دبیر

نمونه ای از قالب ها و سازوکارها ذیل روش فرصت سازی برای گفتگو و پاتوق های صمیمانه



برپایی هم اندیشی های صمیمانه معلمان مدارس مجاور مسجد

برپایی هم اندیشی های صمیمانه کسبه محله

برپایی جلسات پرسش و پاسخ با دانش آموزان فعال مسجدی

برپایی جلسات آموزش مهارت های زندگی با نماز گزاران خواهر

و ده ها برنامه ی ابتکاری و هوشمندانه ی دیگر ...

روش هشتم



فرصت سازی برای رقابت و مسابقه



تعریف



رقابت و مسابقه همواره یکی از شوق انگیزترین رویدادهای زندگی افراد در سنین و سطوح مختلف زندگی است. رقابت و مسابقه به مثابه‌ی آوردگاهی است که افراد استعدادها و توان مندی‌های خود را به میدان می‌آورند و می‌کوشند در موضوعی خاص از سایرین برجسته‌تر و موفق‌تر باشند.

ابعاد اثرگذاری روش فرصت سازی برای رقابت و مسابقه

انگیزش درونی برای شرکت در رقابت و مسابقه

نشاط و سرزندگی طبیعی موجود در ماهیت مسابقه

انتقال غیر مستقیم پیام های مرتبط با فرهنگ سازی

عمومیت این روش در اکثر اقشار؛ به ویژه نوجوانان و جوانان

قابلیت طراحی و اجرای برخی دیگر از روش های فرهنگ سازی در بستر این روش

قابلیت تکرار و استمرار

نمونه ای از قالب ها و سازوکارها ذیل روش فرصت سازی برای رقابت و مسابقه



برگزاری مسابقات کتابخوانی در سطح محله

برگزاری مسابقات مهارت های زندگی ویژه بانوان مسجدی

برگزاری مسابقات دانش آموزی در زمینه های مختلف

وده ها برنامه ی ابتکاری و هوشمندانه ی دیگر ..

روش هفتم



تقدیر، تشویق و حمایت مادی و معنوی



تعریف



مقصود از ارائه‌ی این روش به عنوان یکی از روش‌های فرهنگ‌سازی این است که می‌توان با هدف‌گذاری رفتارها و اقدامات مثبت در مسیر رویکردها و جهت‌گیری‌های مطلوب فرهنگی و اجتماعی، نسبت به شناسایی افراد شایسته تقدیر، تشویق و حمایت مادی و معنوی اقدام نموده و آنان را مورد تشویق و حمایت قرار داد



ابعاد اثرگذاری روش تقدیر، تشویق و حمایت مادی و معنوی



قابل مقایسه نبودن نتایج این روش در برابر هزینه های آن

تحت پوشش قرار گرفتن مخاطبان مستقیم و غیر مستقیم در بستر این روش


قابلیت جهت دهی به جزئیات رفتارهای مثبت مد نظر

قابلیت ترکیب سایر روش های فرهنگ سازی با این روش



زمینه های موثر در جهت بهره گیری مطلوب تر از روش تقدیر، تشویق و حمایت مادی و معنوی



انتخاب صحیح گروه هدف و گرایش آن ها به تقدیر و تشویق 

تناسب نوع، میزان و کیفیت تقدیر، تشویق و حمایت مادی و معنوی با رفتارها و
اقدامات مدنظر 

تقدیر از رفتارها و اقدامات مثبت و مطلوب به جای تقدیر از افراد 

تقدیر، تشویق و حمایت مادی و معنوی اتفاقی شیرین و انگیزه بخش، نه تکلفی
مستمر در برابر مخاطبان 

نمونه ای از قالب ها و سازوکارها ذیل روش تقدیر، تشویق و حمایت مادی و معنوی



تقدیر از معلمان نمونه در هفته بزرگداشت معلم

تقدیر از دانش آموزان فعال مسجدی در زمینه اخلاقی و درسی

تقدیر از خادمان تخصصی مسجد (معمار - مدیر دستگاه مرتبط و ..)

وده ها برنامه ی ابتکاری و هوشمندانه ی دیگر ...

روش نهم



اطلاع رسانی و مواجهه سازی با واقعیت ها و اخبار



تعریف



مقصود از این روش که با رویکرد ایجاد حساسیت، دغدغه آفرینی و آگاهی بخشی در مخاطبان مورد استفاده قرار می گیرد، اطلاع رسانی و مواجهه سازی آنان با واقعیت ها و اخبار در ارتباط با موضوع یا موضوعاتی خاص است.

ابعاد اثرگذاری روش

اطلاع‌رسانی و مواجهه‌سازی با واقعیت‌ها و اخبار

دسترسی فوق‌العاده‌ی عموم اقشار به اطلاعات و اخبار در عصر حاضر

عمومیت این روش از حیث گستره‌ی مخاطبان

قابلیت انتقال محتواها و پیام‌ها بر اساس جهت‌گیری‌های راهبردی
فرهنگ‌سازان در بستر این روش

تنوع ابزارها و سازوکارهای بهره‌مندی از این روش با توجه به گسترش فناوریهای روز

ایجاد زمینه‌ی مشارکت مخاطب در نتیجه‌گیری و قضاوت در خصوص اطلاعات و اخبار منعکس شده

زمینه های موثر در جهت بهره گیری مطلوب تر از روش اطلاع رسانی و مواجهه سازی با واقعیت ها و اخبار

- میزان گرایش گروه های هدف به بهره مندی از فضای مجازی برای اطلاع از اخبار و واقعیت ها
- میزان دسترسی و وقت گذاری گروه هدف برای مراجعه به رسانه های صوتی و تصویری جهت بهره مندی از اخبار و واقعیت ها
- میزان اعتماد افراد به اخبار و واقعیت های منعکس شده در هر يك از سازو کارهای فوق الذکر

نمونه ای از قالب ها و سازوکارها ذیل روش اطلاع رسانی و مواجهه سازی با واقعیت ها و اخبار



پیش بینی بخش ویژه ی مسجد در پایگاه های خبری و اطلاع رسانی

ایجاد پایگاه خبری تخصصی مسجد

ایجاد کانال و صفحه ی اختصاصی اخبار مساجد
در شبکه های اجتماعی جدید

تقویت انعکاس خبری برنامه های مساجد در بخش های
خبری رسانه ی ملی

ایجاد ستون ویژه ی اخبار مساجد در روزنامه ها و نشریات کثیرالانتشار

و ده ها برنامه ی ابتکاری و هوشمندانه ی دیگر . . .

روش دهم



موقعیت آفرینی برای حضور در مسجد



تعریف



مقصود از این روش فرهنگ سازی ، قرار دادن مخاطب در موقعیت هایی است که برای دریافت خدمات و یا حضور در رویدادها و برنامه ای در زمینه های فرهنگی، اجتماعی، آموزشی و حتی اقتصادی به محیط معنوی مسجد بیاید و این موقعیت زمینه را برای ارتباط گیری و حضور مستمر او در این مکان مقدس فراهم آورد.



ابعاد اثرگذاری روش موقعیت آفرینی برای حضور در مسجد



حضور افراد در پرتو جاذبه های محیطی مسجد

عمومیت این روش از حیث گستره ی مخاطبان

مردمی بودن و عدم وابستگی مسجد به دولت و نهادهای دولتی
زمینه ساز ارتباط گیری خود انگیخته و مطلوب تر افراد

ایجاد فرصت ارتباط گیری تبلیغی ائمه ی محترم جماعات

زمینه های موثر در جهت بهره گیری مطلوب تر از روش موقعیت آفرینی برای حضور در مسجد

- میزان گرایش و تمایل مخاطبان و گروه های هدف به حضور در محیط های جدید تر برای دریافت خدمات یا حضور در برنامه ها و رویدادهای فرهنگی اجتماعی
- میزان اقبال، تمایل و مشارکت نهادهای مرتبط و تشکل های صنفی
- ظرفیت ها و قابلیت های واقعی و بالفعل موجود در مساجد

نمونه ای از قالب ها و سازوکارها ذیل روش موقعیت آفرینی برای حضور در مسجد

برگزاری گردهم آیی های اصناف در مسجد

برگزاری همایش های دانش آموزی و دانشجویی در مسجد

انجام ثبت نام ها و فراخوان های خدمات عمومی در مسجد

ایجاد دفاتر پیشخوان دولت و پلیس
در مسجد یا در حاشیه ی مسجد

برگزاری جلسات دیدار با مسئولین محلی، شهری و استانی در مسجد

و ده ها برنامه ی ابتکاری و هوشمندانه ی دیگر ...



فرایند برنامه ریزی خلاقانه در مسجد



مراحل برنامه ریزی خلاقانه در مسجد

گام اول: تشکیل گروه های برنامه ساز مسجدی

گام دوم: تورهای بازدید از سایر مساجد و تجربه های موفق برای گروه برنامه ساز

گام سوم: برگزاری جلسات ایده پردازی برنامه ای

گام چهارم: طراحی برنامه های خلاقانه ذیل روش های کلان

مرحله پنجم: جانمایی برنامه های طراحی شده در برنامه سال و برنامه راهبردی



اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِ مُحَمَّدٍ

سماز ارزانی

