

اقدام پژوهی رویداد استارت آپ (شتاب): مسجد طراز اسلامی

● علی اصغر سعدآبادی^۱، فهیمه آزموده^۲، کیارش فرتاش^۳

چکیده

مسجد، به عنوان اصلی ترین محور تمدن اسلامی و اولین نهاد شکل گرفته در اسلام، از جایگاه بسیار ویژه و خاصی برخوردار است. با وجود بیش از ۷۰ هزار مسجد، استفاده محدود از این ظرفیت عظیم در کشوری اسلامی سبب افول جایگاه آن شده است. از این رو، در این پژوهش با رویکرد اقدام پژوهی مشارکتی تلاش متمرکز و عمیقی جهت ایده پردازی در حوزه مسجد با هدف آرمانی نیل به جایگاه ویژه آن، یعنی مسجد طراز اسلامی، در قالب رویدادی استارت آپی صورت گرفته است. این موضوع اولین گام در عرصه استفاده از ظرفیت این رویدادها در خدمت موضوعات فرهنگی است. ایده برگزاری این استارت آپ و یکند در مدت یک سال برنامه ریزی شد و در بازه زمانی یک ماهه در قالب دو رویداد استارت آپ و یکند (شتاب) در محل کمپ آموزشی - فرهنگی دماوند دانشگاه امام صادق (ع) در بهار سال ۱۳۹۷ برگزار شد. این رویداد مرجع هدایت و راهبری جریان تولید، جمع آوری و ترویج ایده های مسجدی، تیم سازی، تولید محصول، ارزش آفرینی و زمینه سازی جهت اجرای آن برای نیل به مسجد طراز اسلامی است. از این رو، سؤال اصلی در این مقاله این است که استارت آپ و یکند مسجد طراز اسلامی در طراحی ایده های خلاقانه چه نقشی داشته است. اصلی ترین نتایج عملیاتی اقدام پژوهی این رویداد استارت آپ عبارتند از: شکل گیری، پرورش و اجرای ایده های خلاقانه در حوزه مسجد تا سطح کمینه محصول پذیرفتنی (MVP) باشند. ایده های «قرض الحسنه از طریق جمع سپاری مسجدی» و «رصد، پایش، ارزیابی و مقایسه وضعیت مساجد» در این رویداد به عنوان ایده های برتر انتخاب شدند.

واژگان کلیدی

اقدام پژوهی، رویداد نوآفرینانه، کارآفرینی، استارت آپ و یکند (شتاب)، مسجد طراز اسلامی.

مقدمه

مسائل، موضوعات، رویدادها و اتفاقات فرهنگی و مذهبی در سرتاسر جهان می‌توانند مردمان بسیاری را پیرامون محور خود جمع کنند. در خصوص این موضوعات و اتفاقات، علاوه بر رسم و رسومات و سابقه تاریخی و دینی، ایده‌ها و روش‌های نوظهوری که می‌توانند تأثیرگذاری بیشتری داشته باشند می‌توانند مطرح شوند. پیرامون برخی از این موضوعات و رویدادها، معمولاً جلسات هم‌اندیشی و همایش‌هایی در سرتاسر جهان برگزار شده، اما بسیاری از آن‌ها مغفول مانده و در خصوص آن‌ها همفکری هم نشده است. به‌علاوه، این جلسات عموماً به طرح مسائلی صرفاً نظری می‌پردازند که یا جنبه عملی در آن‌ها دیده نشده و یا این موضوع راهکارها و مسیرهای عملی مناسبی را جهت محقق‌شدن پیش رو ندارد. به‌رغم این موارد، بستر مناسبی هم جهت گردآمدن تمامی صاحبان ایده و همچنین افراد دارای تجربه‌های موفق اجرایی در موضوعات و مسائل فرهنگی وجود نداشته و همین موضوع باعث شده است که در زمینه نظریه‌پردازی، اجرا و بهره‌برداری فعالیت‌های موازی و اقدامات غیرهم‌افزا طرح شود. در اکثر موارد، افرادی که دارای ایده‌هایی جهت گسترش رویدادها و اتفاقات فرهنگی و مذهبی هستند بستری جهت ارائه دیدگاه‌های خود و همچنین یافتن اثربخش‌ترین راهکارهای اجرایی جهت اجرای آن ندارند.

در جوامع اسلامی مسجد پایگاهی برای رشد و گسترش رویدادها و اتفاقات فرهنگی و مذهبی است که می‌تواند، برای هر ایده و سلیقه‌ای، برنامه مناسب داشته باشد. بر اساس آمار ستاد عالی کانون‌های فرهنگی هنری مساجد در ایران، بیش از ۷۰ هزار مسجد در کشور وجود دارد. البته همه آن‌ها فعالیت ندارند؛ به این معنا که نماز مستمر در آن‌ها اقامه نمی‌شود. «مساجد کشور در طول ۴۰ سال گذشته حدود سه برابر شده است و از ۲۵ هزار باب مسجد در سال ۱۳۵۷ به ۷۰ باب در سال ۱۳۹۷ رسیده است.» (موسوی‌تبار، ۱۳۹۷)

رسیدن به وضع مطلوب مسجد طراز اسلامی و ارتباط مسجد با زندگی روزمره مردم از اهمیت زیادی برخوردار است. در همین زمینه، سال ۱۳۹۴ فرایندی به نام ایده‌های مسجدی با نام اختصاری فام (فراخوان ایده‌های مسجدی) جهت گسترش رویدادهای فرهنگی مذهبی اجرا شد. نتیجه و ثمره این سه فراخوان به بانکی از ایده‌های مسجدی تبدیل شد که اکنون به نام باشگاه ایده‌پردازان مسجدی با نام اختصاری بام فعالیت خود را ادامه می‌دهد و اهداف خود را پیگیری می‌کند (نظری، ۱۳۹۷). یکی از اهدافی که در سند چشم‌انداز فراخوان ایده‌های مسجدی در نظر گرفته شده است پیگیری تحقق ایده‌ها از طریق فرایند شتاب‌دهی به آن‌ها بود. در این زمینه، رویداد استارت‌آپ

ویکندی^۱ به‌عنوان هدف برای تحقق ایده‌های مسجیدی در نظر گرفته می‌شود. رهبر انقلاب اسلامی در بیست‌ودومین اجلاس سراسری نماز، ضمن تأکید بر نکاتی برای توجه به کیفیت و ترویج نماز، شش ضعف را در امر برپایی نماز برشمردند و از همه اهل نماز خواستند تا برای رفع این کمبودها کوشش کنند.^۲ این ضعف‌ها شامل این موارد بودند:

۱. نبود جایگاه نماز در مراکز اجتماعات همچون ورزشگاه و بوستان و ایستگاه و مانند آن؛
۲. نپرداختن به پاکیزگی و بهداشت در مساجد؛
۳. نپرداختن امام جماعت به تماس و رابطه با مؤمنان؛
۴. کمبود مسجد در شهر و شهرک و روستا؛
۵. نپرداختن شایسته به نماز در کتاب‌های درسی؛
۶. مراعات‌نشدن وقت نماز در مسافرت‌های دور دست.

علاوه بر این ضعف‌ها و باوجود گسترش مساجد در سطح ایران، از ظرفیت‌های موجود در این مساجد استفاده محدود شده است. با استفاده از سیستم استارت‌آپی و شتاب‌دهنده‌ها^۳، بر روی موضوع مسجد طراز اسلامی و کاهش ضعف‌های موجود در آن تمرکز بیشتری صورت گرفت تا ایده‌هایی را که ماهیتاً در این قالب می‌گنجند و اصولاً ایده‌های استارت‌آپی هستند با ادبیات تقریباً بومی شده فضای مسجد و نه فضای کسب‌وکار و سود اقتصادی محض و ماهیت اصلی‌ای که این ظرف برای تحقق ایده‌های خود دارد به مرحله اجرا نزدیک شوند (نظری، ۱۳۹۷). طرح اولیه در قالب مثال عینی فرایند مرکز شتاب‌دهی تشریح شد و ابعاد مختلف آن روشن شد. طرح در پایلوت کوچکی عملیاتی شد و در جریان اجرای راه‌اندازی این مرکز به‌صورت اجرایی عملیاتی شد.

مهم‌ترین شرکا و ذی‌نفعان رویداد را می‌توان در این موارد خلاصه کرد:

- دانشگاه امام صادق (ع)؛

- مؤسسه فرهنگی بین‌المللی مشکوه الرسول (ص)؛

۱. Startup Weekend: رویداد استارت‌آپی (شتاب) رویدادی آموزشی-تجربی است که در ۳ روز متوالی (در انتهای هفته) و عموماً حول یک مدل کسب‌وکار که تکرارشدنی و مقیاس‌پذیر باشد برگزار می‌شود. سال ۲۰۰۷ اولین رویداد استارت‌آپی (شتاب) در آمریکا شروع به کار کرد. در اغلب کشورها این رویداد کارآفرینی جمعه بعدازظهر آغاز می‌شود و یک‌شنبه شب به پایان می‌رسد. البته در کشور ما چهارشنبه عصر آغاز و در جمعه به پایان می‌رسد. در این برنامه شرکت‌کنندگان پراگنده‌ای شامل برنامه‌نویسان، مدیران تجاری، بازاریاب‌ها و طراحان گرافیک گرد هم می‌آیند تا طی ۵۴ ساعت ایده‌هایشان را مطرح کنند، گروه تشکیل بدهند و هر گروه ایده‌ای را اجرا کند. هدف از این رویدادها بازکردن ذهن افراد و کارآفرینی آن‌ها از طریق ملاقات با کارآفرینان است. همچنین، اهمیت این رویداد کارآفرینانه را می‌توان در برخورداری از چنین ویژگی‌هایی جست‌وجو کرد: فراهم‌آوردن فرصتی برای عرضه و ارزیابی ایده‌های ناب در حضور مربیان و کارآفرینان موفق؛ اجرایی کردن ایده‌های نوآور در کمترین زمان ممکن به‌واسطه تشکیل تیم‌هایی متشکل از سرمایه‌گذاران، توسعه‌دهندگان و دیگر ارکان موردنیاز برای شکل‌گیری کسب‌وکار نوآور.

2. <http://farsi.khamenei.ir/message-content?id=23764>

3. Startup Accelerator

- دانشکده‌های کارآفرینی و مدیریت سایر دانشگاه‌ها؛

- مرکز رسیدگی به امور مساجد؛

- سایر مراکز دولتی و خصوصی و نهادهای فرهنگی ذی‌ربط (هیئات مذهبی و...);

- مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها و یا شتاب‌دهنده‌ها.

در این میان، دو مؤسسه مشکوه الرسول (ص) و دانشگاه امام صادق (ع) به تدوین اولیه طرح پرداختند و موضوعات متنوعی را بیان کردند. به ترتیب اولویت موضوعات مشکوه الرسول (ص) مطرح شد: مسجد، اربعین، محرومیت‌زدایی، مدرسه دارای آموزش اسلامی، قرآن و توسعه فعالیت‌های قرآنی، تفریحات و بازی‌های سالم. موضوعات پیشنهادی دانشگاه امام صادق (ع) سبک زندگی اسلامی، مکان‌های تفریحی اسلامی و مذهبی، معرفی تولیدکنندگان و فروشندگان کالاها، مرغوب ایرانی و عید غدیر هیئت‌های جهانی بود. البته در جلسات اولیه قرار شد از بین موضوعات مطرح شده یک موضوع انتخاب شود.

در نهایت، مؤسسه مشکوه الرسول (ص) موضوعات خود را مطرح کرد. این مؤسسه، از بین موضوعات انتخابی خود، دو موضوع مسجد و اربعین را انتخاب کرد. در ادامه، دانشگاه امام صادق (ع) دو موضوع انتخابی خود را - فضای مجازی و سبک زندگی - شرح داد. بنا بر نظر اعضای جلسه، مسجد به عنوان موضوع اجرای پایلوت انتخاب شد. مقرر شد موضوع انتخابی به هیئت‌مدیره مؤسسه مشکوه الرسول (ص) پیشنهاد شود و در صورت تأیید، ادامه روند پیگیری شود (مؤسسه مشکوه الرسول (ص) و دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۹۵).

بر این اساس، هدف از این پژوهش چگونگی رسیدن به وضع مطلوب مسجد طراز اسلامی و ارتباط مسجد با زندگی روزمره مردم است که با بررسی رویداد استارت‌آپی (شتاب) مسجد طراز اسلامی و مقایسه ابعاد گوناگون آن با رویدادهای مشابه صورت می‌گیرد. ابتدا، با مرور ادبیات موضوعی، بخشی از رویدادهایی که در حوزه‌های فرهنگی/اسلامی معرفی می‌شوند و سپس، با بیان دستاوردهای هر کدام از آن‌ها، به ارزیابی و مقایسه آن‌ها می‌پردازیم و در ادامه، ضمن بیان نقاط قوت این رویداد، مراحل اجرایی آن در قالب روش اقدام‌پژوهی بررسی می‌شود.

پیشینه پژوهش

رویداد استارت‌آپ ویکندی (شتاب) از موضوعات نو در ایران به شمار می‌رود و پیگیری سابقه داخلی و خارجی آن، به‌ویژه در حوزه‌های فرهنگی و مذهبی، بسیار اندک است. در این میان، استارت‌آپ ویکند^۱های محدودی در زمینه موضوع مسجد شکل گرفته‌اند و گسترش حوزه‌های فرهنگی اسلامی مساجد را دنبال کرده‌اند که در اینجا بررسی می‌شوند.

استارت‌آپ ویکند قم (۱۳۹۴): با موضوع فرهنگ و فناوری در شهرداری قم برگزار شد. مرکز رشد علوم انسانی پارک و علم و فناوری از طرح‌ها و ایده‌های فرهنگی و فناوری حمایت کرد. افراد نوآور در دوره رشد مقدماتی طرح کار خود را نوشتند و در صورت توجیه‌پذیری اقتصادی، به عضویت پارک علم و فناوری پذیرفته شدند.^۱

استارت‌آپ ویکند اردبیل (۱۳۹۷): در این برنامه، شرکت‌کنندگان از جمله عاشقان استارت‌آپ، بازاریاب‌های حرفه‌ای و طراحان گرافیک گرد هم آمدند تا ایده‌ها یا پروژه‌های ذهنی افراد را مطرح، آماده و اجرا کنند.^۲

استارت‌آپ مسجد - محور بازی و برنامه (۱۳۹۷): این رویداد حال‌وهوای مسجد را محور قرار داده و بر اساس آن نخستین رویداد رقابتی آموزشی مسجد محور شکل گرفت. در این رویداد که سه روز به طول انجامید، ۱۵۰ نفر از تولیدکنندگان نوپای کارافزار^۳ و بازی تلفن همراه در مسجد امام صادق (ع) دور هم جمع شدند. مسجد موضوعی برای تولید بازی و کارافزار برای کودکان قرار گرفت و این برنامه نقطه عطفی در این حوزه محسوب می‌شود.^۴ یکی از ویژگی‌های استارت‌آپ‌ها این است که روی یک مسئله و درد اجتماعی شکل گرفته‌اند و در حل مسئله اجتماعی نوآوری دارند. به نظر می‌رسد که یکی از راه‌حل‌های تحول در اجتماع هم دیانت است. در مجموع، استارت‌آپ‌های اندکی در ایران به موضوعات فرهنگی پرداخته‌اند و به سبب جذاب بودن صاحب‌نظران و متخصصان حوزه اسلامی از دنیای برنامه‌نویسان، بازاریابان، صاحبان فناوری و... عموماً این استارت‌آپ‌ها چندان موفق نبوده و به خوبی در معرض استفاده دیگران قرار نگرفته‌اند. البته، رویداد مسجد طراز اسلامی با نگاهی جدید برگزار شده است و تلاش کرده موضوع مسجد را به مسئله تبدیل کند و با رویکرد و ابزاری خاص مشکلات این حوزه را با ورود به فضای مجازی حل کند. همچنین، در این رویداد ضعف‌های فرهنگی، مالی، ساختاری و نظارتی به‌عنوان بخشی از موانع اجرای مسجد طراز اسلامی بیان شده است. آنچه این پژوهش را از رویداد پیشین متمایز می‌کند از جهت ارتباط مساجد با فناوری و تلاش در جهت حل مسائل، بهبود و ارتقای کیفیت فرهنگی و همچنین رسیدن به وضع مطلوب مسجد طراز اسلامی و ارتباط مسجد با زندگی روزمره مردم است.

1. <http://qomstartup.ir/>
2. <http://www.absarnews.ir>
3. Application
4. <http://www.virgool.io/Bazibaan>

جدول ۱. مقایسه رویدادهای استارت‌آپی (شرکت‌های نوآفرین) با رویکرد فرهنگی

عنوان	زمان	اهداف و دستاوردها
قم	۱۳۹۴	طرح ایده‌های فرهنگی و فناوری
اردبیل	۱۳۹۷	طرح ایده‌های فرهنگی در حوزه مسائل دانشجویان
مسجد - محور بازی و برنامه‌ک	۱۳۹۷	تولید بازی و کارافزار برای کودکان
مسجد طراز اسلامی	۱۳۹۷	حل مسائل، بهبود و ارتقای کیفیت فرهنگی مساجد از طریق فناوری

روش پژوهش اقدام‌پژوهی مشارکتی

دستیابی به هدف‌های علم یا شناخت علمی میسر نمی‌شود مگر زمانی که با روش درست صورت پذیرد. با اتخاذ روش یا روش‌هاست که پژوهش شکل می‌گیرد و هدف‌های شناخت علمی تحقق می‌یابد (ساروخانی، ۱۳۸۵: ۲۴). این مقاله بر اساس روش اقدام‌پژوهی مشارکتی^۱ بررسی شده است. این روش اغلب با این مفهوم کلیدی تعریف می‌شود که عمل بدون تفکر و تفکر بدون عمل راه به جایی نمی‌برد. با عمل بدون تفکر به یادگیری و رشد نایل نمی‌شویم و با تفکر بدون عمل به تغییر محیط قادر نخواهیم شد (Hughes & Leekam, 2004).

حوزه‌های عمده به کارگیری راهبرد اقدام‌پژوهی عبارت‌اند از: آموزش، بهداشت، فعالیت‌های اجتماعی، توسعه سازمانی، برنامه‌ریزی و... سه گروه کاربردی این راهبرد عبارت‌اند از: - تقویت روش‌های کار روزانه با بررسی اهداف و رویه‌ها، ارزیابی اثربخشی و کارایی، برنامه‌ریزی فعالیت‌ها و راهبردها؛

- حل مشکلات و بحران‌های خاص با تعریف مشکل، شناسایی علل بروز آن، تحلیل اجزای تشکیل‌دهنده، طراحی راهبردهایی برای حل آن مشکل؛

- طراحی پروژه‌ها و برنامه‌های ویژه با برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی (Meyer, 2006). ویژگی چرخه اقدام‌پژوهی این است که در آن اقدام ابتدا به تفکر انتقادی که به اقدام بعدی می‌انجامد، توجه می‌کند. علوم اجتماعی پارادایم نوین (اقدام‌پژوهی مشارکتی)، به جای مدل خطی، سیری چرخه‌ای را طی می‌کند که با تفکر بر روی اقدام شروع می‌شود و پیرامون اقدامی جدید دور می‌زند (Ortiz Aragón & Glenzer, 2017) و در اینجاست که پژوهش بیشتر به عمل می‌آید. اقدام جدید با اقدام قدیمی متفاوت است؛ آن‌ها عملاً در موقعیت‌های متفاوتی قرار دارند.

اقدام‌پژوهی مشارکتی مطالعه و بررسی جمعی یک مسئله جهت تغییر و بهبود آن است (قاسمی، ۱۳۸۰: ۵۵). این تغییر در اغلب موارد از موقعیت‌های ناخوشایند منشأ می‌گیرد که در

1. Action Research

آن افراد متأثر و متضرر سعی می‌کنند، در جهت بهینه‌سازی، موقعیت را عوض کنند و این امر با تمرکز و بازنگرایی پویایی مشارکت‌جویان بر نحوه درک آن‌ها از آنچه واقعاً اتفاق می‌افتد صورت می‌گیرد (Winter, 2001). افراد ذی‌نفع در پژوهش (به این معنا که آن‌ها اطلاعات بهتری درباره موقعیت خود دارند) می‌کوشند مشکلات افراد مبتلا را حل کنند و یا چیزهای مشکل‌آفرین یا فعالیت و یا خدمتی را که طرف خطابشان موضوع پژوهش است مدیریت کنند و در آن سرمایه‌گذاری کنند و از بروز مشکل جلوگیری کنند یا آن را به کلی از بین ببرند.

استارت‌آپ ویکند

کلمه استارت‌آپ به معنای شرکت «نوپا» یا «نوآفرین» است. استارت‌آپ در فرهنگ لغت وبستر^۱ به معنای کسب‌وکار جدید تعریف شده است (Dutta, 2018). استیو بلنک^۲ (۲۰۱۳) آن را سازمانی می‌داند که در جست‌وجوی مدل کسب‌وکار تکرارشدنی و مقیاس‌پذیر باشد. بر این اساس، رویدادهای استارت‌آپ ویکندی (شتاب) از جمله گردهمایی‌ها و همایش‌هایی است که با رویکرد بررسی، داوری، شناخت ایده‌ها و استارت‌آپ‌های برتر، یافتن دوستان و ایده‌های همسو و هم‌تیمی‌ها، برقراری روابط دوستانه و تشکیل تیم‌های جدید برای شرکت‌کنندگان صورت می‌گیرد (Bizarrias, 2017). رویدادهای استارت‌آپی مکان مناسبی برای صاحبان کسب‌وکار است تا بتوانند ایده‌های نو و فکرهای تازه و ذهن‌های خلاق‌تری را به‌سوی شرکت خود جذب کنند؛ و نیز برای آن‌ها که به دنبال فرصتی برای شناساندن خود و خلاقیت‌های فردی‌شان در خصوص ایده‌پردازی و نیز مکان مناسبی هستند تا بتوانند با گروه‌ها و افراد همفکر آشنا شوند و تفکرات خود را با آن‌ها به اشتراک بگذارند (Bruton & Rubanik, 2002; Gelderen, Thurik & Bosma, 2005).

در این رویداد ۵۴ ساعته، علاقه‌مندان به راه‌اندازی استارت‌آپ در ۲ یا ۳ روز آخر هفته به‌صورت فشرده با مقوله‌های ساخت تیم، تبادل ایده، طراحی مدل کسب‌وکار، طریقه ارائه مدل کسب‌وکار خود و چگونگی توسعه و پیشرفت طرح‌ها در برابر داوران و مربیان آشنا می‌شوند (آقاجانی و رامش، ۱۳۹۴: ۲). علت اصلی توجه کنونی به نوپاها موفقیت‌های چشمگیری است که به‌خصوص در حوزه فناوری اطلاعات کسب کرده‌اند.

تفاوت ماهوی استارت‌آپ‌ها با کسب‌وکارهای گذشته در نحوه رشد آنان است که به شکل خطی نیست؛ بلکه از هم‌افزایی کمک می‌گیرد و دارای رشد جهشی است. از لحاظ منطق بازار هم اگر به این قضیه نگاه کنیم، منطق استارت‌آپ‌ها، برخلاف نسل قبلی خود، روی بازاریابی

سازگار با اجتماع یا منافع اجتماعی متمرکز است (Startup genome, 2018). استارت‌آپ‌ها تلاش می‌کنند در مرحله ابتدایی مسائلی از قبیل اندازه‌گیری داده‌ها را مورد توجه قرار دهند؛ در صورتی که تا قبل از آن با تجارت‌هایی مواجه بودیم که مبنای فعالیت و شروع به کار آن‌ها برنامه‌ریزی بود. نکاتی که بیان شد تفاوت‌های عمده استارت‌آپ‌ها با سایر کسب و کارهاست. نکته جالبی که در استارت‌آپ‌ها قابل مشاهده است نبود سلسله‌مراتب سخت‌گیرانه (نسبت به تعریف آن در سازمان‌ها) بین اعضاست. بی‌شک هر استارت‌آپی به هدایت‌کننده‌ای نیاز دارد، اما کار تیمی و همکاری همه‌جانبه بین اعضا بدون استفاده از برچسب کارفرما و کارگر از ویژگی‌های استارت‌آپ به حساب می‌آید. استارت‌آپ باید ایده نوینی را عرضه کند و نیازی از جامعه را برطرف کند که از دید بنیان‌گذاران استارت‌آپ مغفول مانده است (Kollmann, Stöckmann, Hensellek & Kensbock, 2016: 8).

در مجموع، برای شروع استارت‌آپ موفق، باید به چیزهای نسبتاً جدیدی فکر کرد. استارت‌آپ باید به کاری بپردازد که بتواند آن را به بازاری بزرگ برساند و ایده‌های آن به قدری ارزشمند باشد که تمام موارد از قبل در آن مشخص شده باشند. استارت‌آپ باید بر روی موردی کار کند که هر کس دیگری آن را نادیده گرفته باشد. موضوعی که در مورد بنیان‌گذاران موفق متفاوت است این است که آن‌ها می‌توانند مشکلات مختلفی را در حال و آینده ببینند.

استارت‌آپ و یکند مسجد طراز اسلامی

برای درک درست مختصات مسجد طراز اسلامی، ابتدا باید تعریفی مبتنی بر منابع علمی از واژگان این ترکیب بیان کرد.

مسجد: مسجد در زبان فارسی به معنای محل و جایگاه عبادت به کار رفته است (عمید، ۱۳۹۷). در اصطلاح شرعی، «مسجد مکانی است که برای برپایی نماز عموم مسلمین وقف شده باشد». انتخاب مسجد به‌عنوان موضوعی استارت‌آپی به سبب ویژگی‌ها و مسائل خاص آن است؛ چراکه تاکنون دارای نقش فرهنگی، آموزشی و تربیتی بوده است (معزی، مرادی و امیری، ۱۳۹۷: ۲). در باب نقش تربیتی آن، خداوند متعال می‌فرماید: «انَّ اَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِمَكَّةَ مَبَارَكًا وَ هُدًى لِّلْعَالَمِينَ» (همانا نخستین خانه‌ای که برای عموم مردم قرار داده شد همان است که در مکه قرار دارد و مایه برکت و هدایت جهانیان است).

مسجد طراز اسلامی ترکیبی حکیمانه و دقیق است که نخستین بار رهبر انقلاب اسلامی در پیامی به نوزدهمین اجلاس سراسری نماز (سال ۱۳۹۸)^۱ مطرح کردند (گل‌نظری، ملکان،

ملکان و شعبانی‌نژاد، ۱۳۹۷: ۱۵) که در ادامه به صورت موردی به آن اشاره می‌شود.

ویژگی‌های مسجد: پایگاه فعالیت‌های اجتماعی؛ مظهر آمیختگی دنیا و آخرت فرد و جامعه؛ مأمّن و مایه خیر و برکت در محل؛ برخوردار از محیطی زنده و پرنشاط و آینده‌پو و لبریز از امید؛ هسته مقاومت فرهنگی، سیاسی، امنیتی و نظامی؛ کانون موعظه و پرورش اخلاق؛ برخوردار از آرایه‌های معنوی و ظاهری.

وظایف امام جماعت: مدیریت خردمندان، مسئولانه و عاشقانه محتوایی و معنوی مسجد؛ محوریت تلاش‌ها برای پرداختن به آرایه‌های معنوی و ظاهری مسجد؛ کمک‌گرفتن امامان جماعت مسن از فضایی جوان؛ آماده‌سازی خود برای طبابت معنوی؛ انس با نمازگزاران، به‌ویژه جوانان؛ غم‌گساری و همدلی با نمازگزاران؛ برپایی نماز جماعت در اوقات سه‌گانه نماز؛ آموزش ترجمه و فهم نماز به شکل نوین و جذاب.

وظایف متولیان و مدیران: بهره‌گیری کامل از ظرفیت‌های مسجد برای جذب مردم و تبلیغ معارف اسلامی؛ برنامه‌ریزی و استفاده از ابزارهای فرهنگی و هنری برای تقویت معنوی مسجد؛ ترویج نماز با کیفیت در میان مردم، به‌ویژه جوانان و نوجوانان؛ جذب جوانان با محبت به آن‌ها؛ بازبودن در مسجد در طول روز؛ پخش اذان با صوت خوش؛ خودداری از پخش سداهای آزاردهنده.

وظایف فعالان مسجد: پرنشاط و لبریز از امیدکردن مسجد با حضور جوانان و روحیه‌های بسیجی؛ برقراری پیوند تعریف‌شده و شایسته میان مسجد و مراکز آموزشی؛ برقراری و استحکام رابطه مسجد با مردم (جوانان در آغاز ازدواج؛ افراد موفق در زمینه‌های علمی، اجتماعی، ورزشی و هنری؛ خیرین؛ غم‌دیدگان؛ نوزادان)؛ ایجاد جایگاه خاص برای جوانان و جذب آنان؛ مردمی و همگانی‌شمردن خدمت به مسجد؛ غبارروبی شایسته مسجد. هر کدام از این حوزه‌ها و مسائل آن می‌تواند شروع استارت‌آپ باشد (خامنه‌ای، ۱۳۸۹).

جایگاه عبادت و پایگاه سیاست دوگانه‌هایی به هم پیوسته‌اند که تصویر مسجد اسلامی و فاصله آن با عبادتگاه‌های رایج ادیان را نمایان می‌کنند. در مسجد اسلامی، شور و بهجت عبادت خالص یا نشاط زندگی پاک و خردمندانه و سالم در هم می‌آمیزد و فرد و جامعه را به طراز اسلامی آن نزدیک می‌کند... تا این وظیفه به تمام و کمال گزارده نشود، هیچ‌یک از ما نباید و نمی‌توانیم از خطری که از کمبود مسجد یا ضعف و نارسایی مساجد جامعه و جوانان و خانواده‌ها و نسل‌های آینده را تهدید می‌کند غافل بمانیم و خود را از برکات عظیمی که مسجد طراز اسلامی به کشور و نظام و مردم هدیه می‌کند محروم سازیم (خامنه‌ای، ۱۳۸۹).

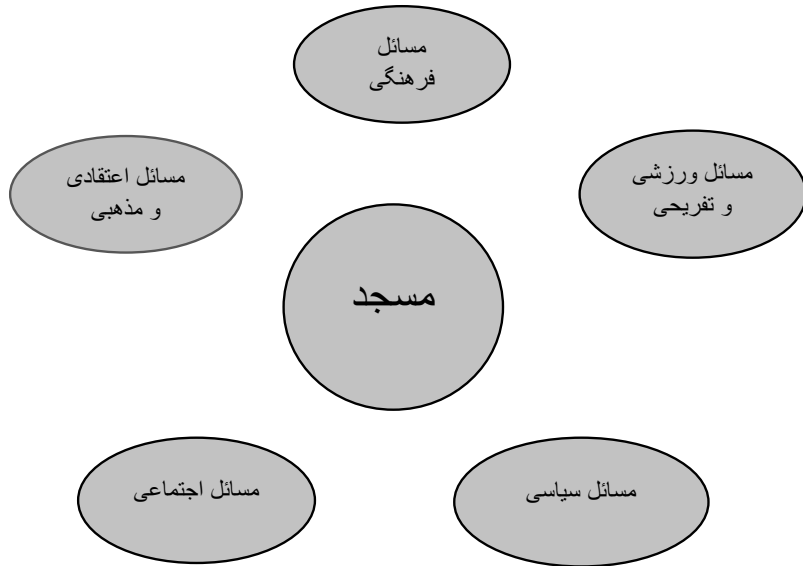
طراز: در اصل کلمه‌ای پارسی (تراز) بوده که معرب شده است. به لباس ویژه‌ای که برای سلطان بافته می‌شود طراز گفته می‌شود و از همان جا بر هر چیزی که خوب و عالی بوده است اطلاق شده است. در نهایت، به تقدیر مستوی؛ یعنی، چیزی که در اندازه و قواره موردپسند باشد طراز می‌گویند. از کتب لغت فارسی این گونه استفاده می‌شود که واژه «طراز» یا «تراز» به معنای قاعده، قانون، روش، رتبه، قسم، نوع، هم‌شان، هم‌پایه و هم‌سطح است (عباسی، ۱۳۹۰: ۱۴).

اسلامی: مقصود از مفهوم اسلامی نظامی است که اجرای شریعت اسلامی را در همه عرصه‌ها و جهت همهت خویش قرار داده باشد. رهبری بر عهده مجتهد جامع‌الشرایطی است که افزون بر برخورداری از شرایط افتاء، دارای قدرت رهبری و اداره جامعه اسلامی نیز باشد. رهبری در این نظام، با تکیه بر برخورداری از دو اصل «مشروعیت الهی» و «مقبولیت مردمی»، دارای اختیاراتی است که می‌تواند مستقیماً یا از طریق نصب افراد شایسته در شئون جامعه دخالت کند (نوبهار، ۱۳۸۷: ۴).

در این میان، رویداد استارت‌آپی مسجد طراز اسلامی اجرای آزمایشی بخشی از یک طرح کلان با عنوان مرکز شتاب‌دهی فرهنگی، اجتماعی و مذهبی است. این رویداد نوآورانه و کارآفرینانه به‌عنوان طرح ناظر با سازمان‌دهی غیرانتفاعی و با هدف به‌اشتراک‌گذاری افکار و ایده‌های ارزشمند در حوزه فرهنگی برای عموم شهروندان جهانی است. اساساً یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های استارت‌آپ‌های فرهنگی یافتن مشکلات و مسائل اجتماعی است (Kwiatkowski, 2016) که علاوه بر ایجاد زمینه‌ای جهت بیان تجربه‌های موفق و همچنین ایده‌های ناب در زمینه موضوعات فرهنگی و مذهبی، زمینه حمایت از نوآوری‌ها و ایده‌های مؤثر جهانی در زمینه موضوعات فرهنگی و مذهبی را فراهم می‌کند. بر این اساس، تمامی فرایندها و فعالیت‌هایی که پیش از این مورد اشاره قرار گرفت، نحوه انتخاب و زمان‌بندی اجرایی طرح (که شامل تمامی گام‌های اجرایی است) در ادامه توضیح داده می‌شود.

گام اول (شکل‌گیری ایده اولیه)

گام اول جمع‌بندی بر سر موضوعات کلی رویداد صورت گرفت و به ۵ سرفصل اصلی تقسیم‌بندی شد که ابعاد مختلف فعالیت‌های مسجد را نشان می‌داد. این ابعاد هم می‌توانند بستری برای بیان ایده‌هایی نو و جذاب باشند و هم می‌توانند تجارب موفق مساجد را دسته‌بندی کنند.



شکل ۱. مسائل پنج‌گانه فعالیت‌های مساجد

در هریک از ۵ سرفصل اصلی، سعی شد که تمامی زیرمجموعه‌ها احصا شوند. سه موضوع درمورد هر سرفصل مد نظر قرار گرفت تا بتوان زیرمجموعه‌های مرتبط را شناسایی کرد. در نهایت، ۵ سرفصل اصلی به ۲۴ زیرمجموعه تقسیم‌بندی شد که خلاصه آن در جدول ۲ قابل مشاهده است.

جدول ۲. ابعاد مسئولیت و نقش مساجد

ردیف	محور اصلی	ردیف	محور فرعی
۱	مسئولیت و نقش مسجد در زمینه مسائل فرهنگی	۱	مسجد و تاریخ (مسئولیت و نقش مسجد در زمینه تاریخ)
		۲	مسجد و ادبیات (مسئولیت و نقش مسجد در زمینه ادبیات)
		۳	مسجد و هنر (مسئولیت و نقش مسجد در زمینه هنر)
		۴	مسجد و مناسبت‌های فرهنگی (مسئولیت و نقش مسجد در مناسبت‌های فرهنگی)
		۵	مسجد، کتاب و کتاب‌خوانی (مسئولیت و نقش مسجد در زمینه کتاب و کتاب‌خوانی)
		۶	ارتباط مسجد با سایر نهادهای فرهنگی و مراکز و سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی (داخلی و بین‌المللی)

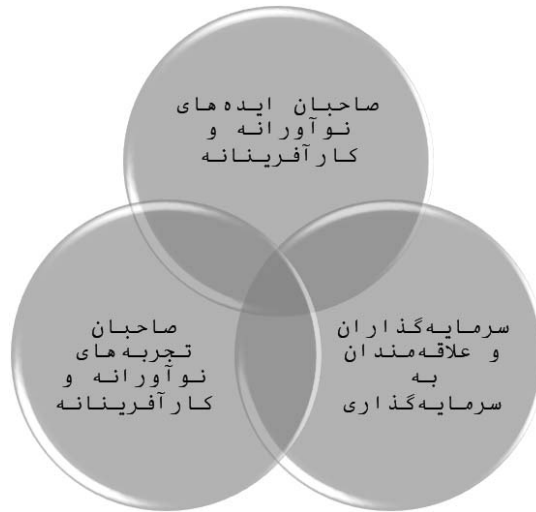
مسجد و اعتقادات (مسئولیت و نقش مسجد در زمینه اعتقادات)	۷	۲	مسئولیت و نقش مسجد در زمینه مسائل اعتقادی و مذهبی
مسجد و قرآن (مسئولیت و نقش مسجد در زمینه قرآن)	۸		
مسجد و احکام (مسئولیت و نقش مسجد در زمینه احکام)	۹		
مسجد و اخلاق (مسئولیت و نقش مسجد در زمینه اخلاق)	۱۰		
مسجد و اهل بیت (ع) (مسئولیت و نقش مسجد در خصوص اهل بیت (ع))	۱۱		
ارتباط مسجد با سایر نهادهای مذهبی، هیئت‌ها، مراکز و سازمان‌های مردم‌نهاد مذهبی (داخلی و بین‌المللی)	۱۲		
مسجد و مناسبت‌های مذهبی (مسئولیت و نقش مسجد در مناسبت‌های مذهبی)	۱۳		
مسئولیت و نقش مسجد در زمینه مسائل، موضوعات یا بحران‌های اجتماعی خرد (شهر، محله، خانواده، اقشار مختلف بومی محله و گروه‌های سنی مختلف)	۱۴	۳	مسئولیت و نقش مسجد در زمینه مسائل اجتماعی
مسئولیت و نقش مسجد در زمینه مسائل، موضوعات یا بحران‌های اجتماعی کلان (کشور، مسائل جهان اسلام و موضوعات مهم در سطح بین‌الملل)	۱۵		
ارتباط مسجد با سایر نهادهای اجتماعی و سازمان‌های مردم‌نهاد (داخلی و بین‌المللی)	۱۶		
مسئولیت و نقش مسجد در زمینه مسائل، موضوعات یا بحران‌های سیاست داخلی	۱۷	۴	مسئولیت و نقش مسجد در زمینه مسائل سیاسی
مسئولیت و نقش مسجد در زمینه مسائل، موضوعات یا بحران‌های سیاست بین‌الملل	۱۸		
ارتباط مسجد با نهادها و سازمان‌های دولتی و حکومتی ذی‌ربط	۱۹		
مسجد و مناسبت‌های ملی و سیاسی (مسئولیت و نقش مسجد در مناسبت‌های ملی و سیاسی)	۲۰		
مسجد و ورزش (مسئولیت و نقش مسجد در زمینه ورزش)	۲۱	۵	مسئولیت و نقش مسجد در زمینه مسائل تفریحی، ورزشی
مسجد و تفریحات سالم (مسئولیت و نقش مسجد در زمینه تفریحات سالم)	۲۲		
ارتباط مسجد با سایر نهادها، مراکز و سازمان‌های ورزشی و تفریحی (داخلی و بین‌المللی؛ خصوصی و دولتی)	۲۳		
مسجد و مناسبت‌های ورزشی (مسئولیت و نقش مسجد در مناسبت‌های ورزشی)	۲۴		

(منبع: صورت جلسه شماره ۴)

جامعه هدف

مخاطبان این رویداد نوآورانه و کارآفرینانه عبارت‌اند از:

- افراد دارای ایده‌های نو در زمینه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه با موضوع مسجد؛
- افراد دارای تجارب موفق در زمینه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه با موضوع مسجد؛
- سرمایه‌گذاران و علاقه‌مندان به سرمایه‌گذاری در زمینه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه با موضوع مسجد.



شکل ۲. مخاطبان رویداد

بر اساس این توضیحات، هریک از این سه دسته را می‌توان به اجزای بیشتری تقسیم‌بندی کرد. این اجزا در قالب جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. مخاطبان و شرکت‌کنندگان در رویداد

ردیف	زیرمجموعه‌ها
۱	فعالان فرهنگی، اجتماعی، قرآنی و مذهبی دارای ایده‌های نو یا تجارب موفق نوآورانه و کارآفرینانه در زمینه مسجد
۲	دانشجویان و استادان دانشگاه امام صادق (ع) دارای ایده‌های نو یا تجربه موفق نوآورانه و کارآفرینانه در زمینه مسجد
۳	دانشجویان و استادان سایر دانشگاه‌ها دارای ایده‌های نو یا تجربه موفق نوآورانه و کارآفرینانه در زمینه مسجد
۴	طلاب حوزه‌های علمیه دارای ایده‌های نو یا تجربه موفق نوآورانه و کارآفرینانه در زمینه مسجد
۵	سرمایه‌گذاران و علاقه‌مندان به سرمایه‌گذاری در زمینه توسعه فعالیت‌های فرهنگی، مذهبی و اجتماعی مساجد و ایده‌ها و طرح‌های نوآورانه و کارآفرینانه

(منبع: صورت جلسه شماره ۳)

در گام اول، مهم‌ترین کانال‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی جهت برگزاری این رویداد مشخص می‌شود. این موارد جهت برقراری انواع ارتباطات، اطلاع‌رسانی‌ها و ردوبدل شدن اطلاعات و داده و... مورد استفاده قرار می‌گیرد. بر اساس جلسات مختلف، برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری مرتبط با این رویداد در دفتر دبیرخانه مرکزی، واقع در دانشگاه امام صادق (ع)، برگزار شد و ارتباط با این دفتر از طریق تلفن، دورنگار و رایانامه امکان‌پذیر بود. علاوه بر این روش ارتباطی، کانال‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی دیگری نیز می‌توان برنامه‌ریزی کرد که عبارت‌اند از:

- وبگاه و شبکه‌های اجتماعی رسمی دانشگاه امام صادق (ع)، سایر دانشگاه‌ها و حوزه‌های علمیه؛
- تبلیغات بصری در محل دانشگاه امام صادق (ع)، سایر دانشگاه‌ها و حوزه‌های علمیه؛
- نشریات دانشجویی و حوزوی دانشگاه امام صادق (ع)، سایر دانشگاه‌ها و حوزه‌های علمیه؛
- وبگاه و شبکه‌های اجتماعی رسمی مرکز رسیدگی به امور مساجد؛
- تبلیغات بصری و مجازی در مساجد؛
- تبلیغات بصری و مجازی در هیئت مذهبی.

گام دوم (پیش‌رویداد)

گام دوم استارت‌آپ ویکند «مسجد طراز اسلامی» برگزاری پیش‌رویداد است. این رویداد با شعار «ایده‌هایی که ارزش گسترش پیدا کردن دارند» دانشمندان، مدیران، سیاست‌مداران، هنرمندان، فعالان فرهنگی و مذهبی و سایر متخصصان امور فرهنگی و مذهبی و اجتماعی را زیر یک سقف دور هم جمع کرد و در بازه زمانی یک‌وونیم روز برگزار شد. مهم‌ترین گام عملی در پیش‌رویداد استفاده از روش‌هایی جهت تدوین ایده است. اقدام‌پژوهی کنشی ارتباطی است که در میان شرکت‌کنندگان خود فضایی عمومی ایجاد می‌کند. فرایند اقدام‌پژوهی عبارت است از: پژوهشی متقابل به‌منظور رسیدن به توافقی بین‌ذهنی، فهم متقابل موقعیت، اجماع غیرجببری درمورد آنچه باید صورت گیرد و نهایتاً رسیدن به معنایی که نه‌تنها در نظر خود افراد بلکه در نظر هر فرد منطقی مشروع باشد (ادعایی عام). از سویی، اقدام‌پژوهی به دنبال خلق موقعیت‌هایی است که در آن افراد در کنار یکدیگر و با همکاری متقابل بتوانند به شیوه‌هایی مفهوم‌تر، حقیقی‌تر و از لحاظ اخلاقی مناسب‌تر از فهم و عمل موجود در جهان فعلی دست یابند (ماهر و ربانی، ۱۳۹۶).

در آغاز پیش‌رویداد به تعریف نوآوری و کارآفرینی پرداخته می‌شود و سپس طراحی جریان تولید ارزش مورد توجه قرار می‌گیرد. در این رویداد، هرچند سخنرانی‌هایی را نخبگان و افراد مشهور ایراد کردند، یکی از اهداف نهایی و ایدئال آن این بوده است که افراد متفکر ولی غیرشاخص جامعه رسانه‌هایی جهانی و رایگان برای انتشار ایده و نظرات خود داشته باشند. تعیین محتوای علمی رویداد نهایی، تعیین شاخص‌های انتخاب افراد، داوری ایده‌های اولیه، تعیین حوزه‌های ایده‌پردازی، تعیین محتوای رویداد اصلی، عناوین کارگاه‌ها، محتوای کارگاه‌ها، تعیین شاخص‌های انتخاب ایده نهایی، تأیید نهایی متورها^۱ و مدرس‌ها و داورها و تعیین شیوه حمایت از ایده‌های برگزیده از مهم‌ترین برنامه‌های پیش‌رویداد است. در این زمینه، دیپارتمانی

۱. متور شخصی است با تجربه در زمینه‌ای تخصصی که می‌تواند به شخص دیگری که تجربه کمتری در همان زمینه دارد کمک کند.

مخصوص آموزش تعریف شد و انواع دوره‌های آموزشی در آن طراحی و ارائه شد. شرکت‌کنندگان در پیش‌رویداد شاهد سخنرانی‌ها و اجراهایی بودند که حاوی ایده‌های بزرگ، ارزشمند و درخور توجه و یا روایتی از تجربه‌های موفق (به صورت مدل‌سازی شده) در زمینه موضوعات فرهنگی، مذهبی و اجتماعی در حوزه مسجد است. این شرکت‌کنندگان نیز، پس از ارسال رزومه‌های خود و تبیین این موضوع که به چه علت علاقه‌مند به شرکت در آن هستند، از بین تمامی افراد متقاضی شرکت در این پیش‌رویداد انتخاب می‌شوند. این افراد نیز در زمینه موضوع مورد نظر دارای ویژگی‌های منحصربه‌فردی هستند و از جمله افراد شاخص و نخبه در این عرصه به شمار می‌آیند.

همچنین، در این جلسه معاون آموزش امور مساجد سخنرانی‌هایی با رویکرد تشریح فرایند شتاب‌دهی جهت انگیزه‌بخشی در خصوص مسجد، کارگاه مدل کسب‌وکار، کارگاه ایده‌پردازی و خلاقیت با ابعاد گوناگون ایراد کرد. البته قبل از پیش‌رویداد ۲، ایده‌پردازان ایده‌های خود را در قالب متن هزار کلمه‌ای به علاوه یک دقیقه ویدئو و یا ۲ دقیقه صوت به دبیرخانه ارسال کردند. این رویداد نوآورانه و کارآفرینانه از متفکران، ایده‌پردازان و فعالان پیش‌رو در سطح کشور در زمینه مسائل مسجد دعوت کرد تا مهم‌ترین ایده‌ها و یا تجربه‌های موفق خود را (به صورت مدل‌سازی شده) به خلاقانه‌ترین شکل ممکن در مدتی کوتاه (۲۰ دقیقه) بازگو کنند. علاوه بر برگزاری رویدادهای فرهنگی و مذهبی (به شکلی که توضیح داده شد)، جوایزی سالانه برای افراد استثنایی با بهترین و عملی‌ترین ایده‌های فرهنگی و مذهبی در زمینه مسجد تخصیص داده شد تا بتوانند رؤیای خود را عملی کنند و موجب توسعه فعالیت‌های فرهنگی، مذهبی و اجتماعی شوند.

وظایف کارگروه اجرایی پیش‌رویداد

فراخوان اولیه، دبیرخانه و روابط عمومی، مستندسازی رویداد، پشتیبانی و پذیرایی، هماهنگی و نظارت بر فعالیت گروه‌ها و مربیان، برنامه‌ریزی و اجرا، نظارت بر فعالیت‌های داوران، مدیریت کارگاه‌ها، ارائه پیشنهاد مربیان و متورها به تیم علمی، ارائه گزارش نهایی از کار (بیان مشکلات و چالش‌ها و راه‌حل)، دعوت از حامیان مالی، مسائل مالی رویداد.

شاخص‌های پیش‌رویداد

برخورداری از ملاک‌های مسجد طراز در پیام مقام معظم رهبری به نوزدهمین اجلاس نماز، تازگی، کاربردی بودن، قابلیت تسری، میزان تأثیر، کم‌هزینه بودن، اتقان علمی (برخورداری از عقبه علمی صحیح).

ورودی‌ها

بر اساس تمامی توضیحاتی که پیش‌تر ارائه شد، ورودی‌هایی که در پیش‌رویداد ۲ وارد می‌شوند عبارت‌اند از:

- ایده‌های نوآورانه و کارآفرینانه با موضوع مسجد؛

- تجارب موفق نوآورانه و کارآفرینانه با موضوع مسجد؛

این ایده‌ها و تجارب موفق نوآورانه و کارآفرینانه را فعالان فرهنگی، دانشجویان و طلاب حوزه‌های علمیه ارائه کردند.

خدمات ارائه‌شده در این رویداد

بر اساس دو دسته‌ای که به این رویداد وارد می‌شوند، شش عنوان خدمت ویژه این دو دسته ورودی ارائه خواهد شد که سه مورد از آن‌ها ویژه ایده‌ها و متناظر با آن‌ها و سه مورد دوم ویژه تجارب است. این موارد به ترتیب عبارت‌اند از:

- خدمات ارائه‌شده ویژه ایده‌های نوآورانه و کارآفرینانه

ارائه آموزش‌های مرتبط با مدون کردن ایده‌های کارآفرینانه و نوآورانه به روش مربیگری و همراهی افراد در این فرایند؛

ارائه آموزش‌های مرتبط با ارزیابی‌های اولیه ایده‌ها و همراهی افراد در این فرایند؛

ارائه آموزش‌های مرتبط با ارائه مناسب ایده‌ها و همراهی افراد در این فرایند.

- خدمات ارائه‌شده ویژه تجارب موفق نوآورانه و کارآفرینانه

ارائه آموزش‌های مرتبط با مستندسازی و تدوین تجارب موفق کارآفرینانه و نوآورانه به روش مربیگری و همراهی افراد در این فرایند؛

ارائه آموزش‌های مرتبط با مدل‌سازی تجارب و همراهی افراد در این فرایند؛

ارائه آموزش‌های مرتبط با ارائه مناسب تجارب موفق و همراهی افراد در این فرایند.

خروجی‌ها

بر اساس انواع ورودی‌ها و خدمات ارائه‌شده در این رویداد، می‌توان خروجی‌ها را این‌گونه بیان کرد:
- ایده‌های نوآورانه و کارآفرینانه مدون‌شده، ارزیابی‌شده، قابل‌تصمیم‌گیری و ارائه‌شده به بهترین نحو؛

- تجارب نوآورانه و کارآفرینانه مدون‌شده، قابل‌توسعه و الگوبرداری و ارائه‌شده به بهترین نحو.
در دومین گام این رویداد، فرایند جذب و ارزیابی ایده صورت گرفت (صورت‌جلسه شماره ۴). در مجموع، نیازهای اصلی درمورد ارائه‌دهندگان ایده‌ها و تجارب موفق از نزدیک شناسایی

شدند و برای آن‌ها برنامه‌ریزی آموزشی صورت گرفت و هیئت‌علمی برگزاری رویداد دید بهتری از نظر اجرایی به موضوع برگزاری رویداد پیدا کرد. نهایتاً و پس از برگزاری پیش‌رویداد، فرایند ارزیابی صورت گرفت و تعداد ایده‌ها و تجاربی که قرار است حضور داشته باشند مشخص شد.

گام سوم (رویداد نهایی)

گام سوم این رویداد برنامه نهایی استارت‌آپ است که در آن ابتدا توضیحاتی درباره کل رویداد ارائه شد و سپس به ارائه تصویر مسجد طراز اسلامی پرداختند. دستاوردهای این رویداد نوآورانه و کارآفرینانه و همچنین شیوه اجرای آن با آنچه در سمینار اتفاق می‌افتد متفاوت است. اولاً، شرکت‌کنندگان این رویداد لزوماً افراد موفق دانشگاهی نیستند و هر فردی که دارای ایده‌ای نو و یا تجربه‌ای موفق در زمینه مسجد است می‌تواند در این رویداد جزء سخنرانان و برگزارندگان باشد. ثانیاً، بدنه اجرایی و علمی رویداد نهایی در کنار هریک از تیم‌ها، ایده‌ها و تجارب قرار می‌گیرد و در تدوین و قابل ارائه کردن دستاوردهای تیم مربوطه یاری‌دهنده آن تیم است. در روز ارزیابی نهایی، هریک از تیم‌ها در فرایندی یکسان از خدمات مشاوره و مربیگری بدنه علمی استفاده کرده‌اند و ایده‌ها و تجارب موفق خود را با استفاده از این کمک‌های مشاوره‌ای مدون و قابل ارائه کرده‌اند.

آموزش‌های رویداد نهایی شامل تدوین طرح نهایی ارائه ایده (شامل پروپوزال، مدل کسب‌وکار و طرح امکان‌سنجی) و ساخت نمونه اولیه محصول/خدمت است. شاخص‌های تصمیم‌گیری رویداد نهایی نیز شامل برخورداری از ملاک‌های مسجد طراز در پیام مقام معظم رهبری به نوزدهمین اجلاس نماز، تازگی، کاربردی بودن، قابلیت تسری، میزان تأثیر، کم‌هزینه بودن، اتقان علمی (برخورداری از عقبه علمی صحیح)، کم‌حاشیه بودن (میزان عوارض)، سنخیت با مسجد و سادگی و سهولت در اجرا بود. در رویداد نهایی که در اردوگاه برگزار شد، تیم‌ها همراه منتورهای خود به تقویت ایده‌ها پرداختند. در روز بعد، همه تیم‌ها برای کمیته علمی رویداد ارائه دادند. چند ایده در ایده‌های دیگر ادغام شد و مجدداً با همراهی منتورها و کمیته علمی، روی ایده‌ها کار شد. در نهایت و با توجه به ارزیابی هیئت داوران (کمیته علمی)، امتیازاتی به هر ایده تعلق گرفت که ایده حسنه (قرض‌دهی مسجدمحور) به‌عنوان ایده برتر و ایده مسجدین (داشبورد مدیریتی مساجد کشور) به‌عنوان ایده دوم انتخاب شد.

در جدول ۴ بخشی از ایده‌های برتر در این استارت‌آپ و یک‌کند با توجه به دستاوردها و اهداف آن بیان شده است.

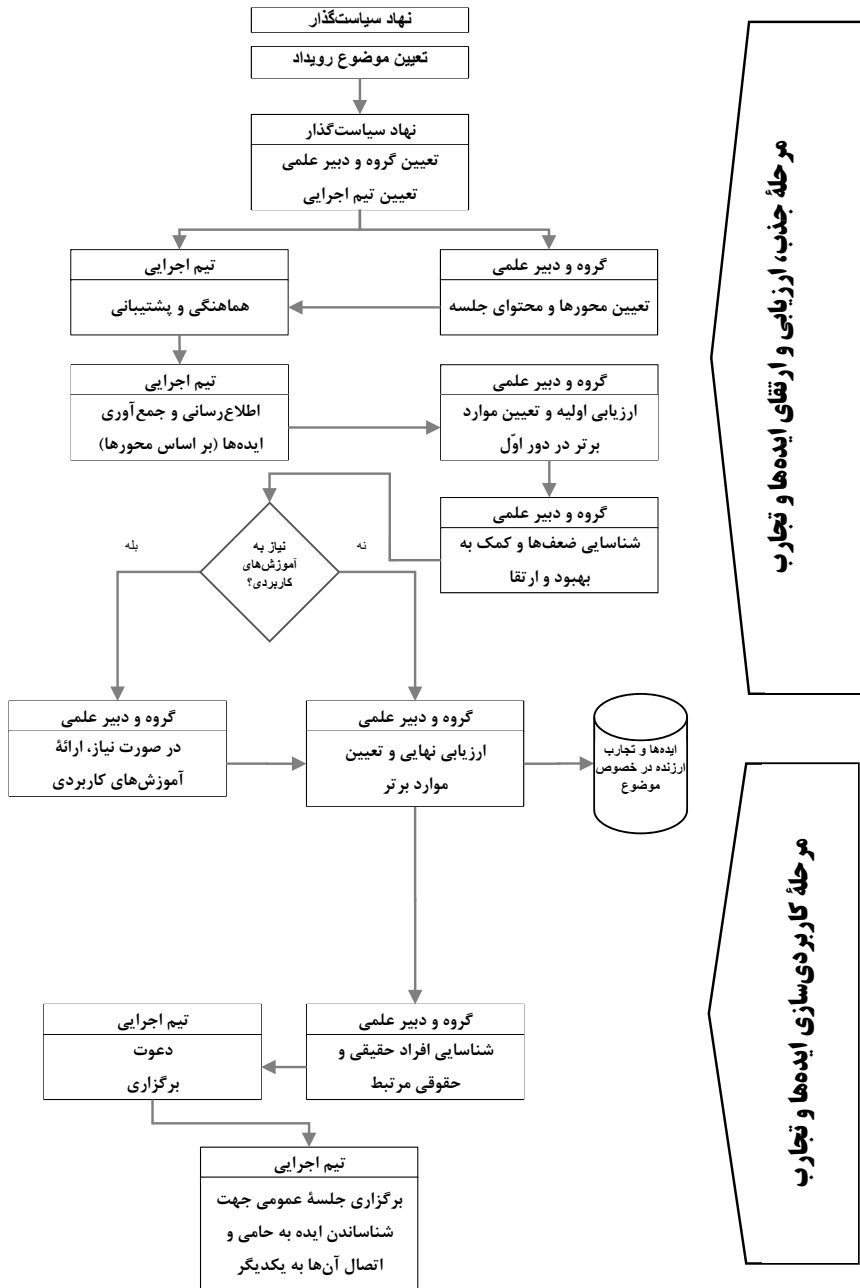
جدول ۴. ایده پردازی در رویداد مسجد طراز اسلامی

عنوان ایده	زمینه سازی	دستاورد	مکان اجرا	مجری	قشر مخاطب	
۱	طراحی کتاب درسی (فرهنگ مسجدی) دوره های دبیرستان و راهنمایی	تصویب طراحی کتب درسی فرهنگ مسجدی	روابط تربیتی و اخلاق اسلامی بین مدرسه تا مسجد	خارج و داخل مسجد	مسئولان، وزارت آموزش و پرورش	دانش آموزان
۲	تأسیس شبکه مسجد رسانه ای	تصویب در مجلس و دایره های متعارف کشور و مرکز صداوسیما	ایجاد برنامه های گسترده از تبیین برنامه های مذهبی و احکام شرعی	خارج مسجد	مسئولان	همگانی
۳	تأسیس ساختمان بانک مسجد	ترویج اقتصاد اسلامی و بانکداری اسلامی	تأسیس بانک اسلامی	خارج از مسجد	مسئولان دولتی، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران	همگانی
۴	طرح مسجد، نیاز	رفع نیازهای متنوع نرم افزاری و سخت افزاری مساجد و اصحاب مسجد	ایجاد شبکه مردمی مساجد کشور	خارج و داخل مسجد	مسئولان	همگانی

(منبع: صورت جلسه شماره ۵)

در مجموع، ساختار اجرایی و فرایندهای کلیدی این رویداد جهت تبیین و سازوکار و نحوه گردش کار برای محور اول (ایده های خلاقانه و تجارب موفق در زمینه موضوعات فرهنگی) به این شرح است:

اقدام پژوهی رویداد استارت‌آپی (شتاب): مسجد طراز اسلامی



مرحله جذب، ارزیابی و ارتقای ایده‌ها و تجارب

مرحله کاربردی‌سازی ایده‌ها و تجارب

شکل ۳: مرحله جذب، ارزیابی و ارتقای ایده‌ها و تجارب

بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی از راه‌اندازی این رویداد استارت‌آپی تلاش در جهت رسیدن به وضع مطلوب مسجد طراز اسلامی و ارتباط مسجد با زندگی روزمره مردم و همچنین شتاب‌دهی به فعالیت‌ها و کسب‌وکارهای فرهنگی و اجتماعی و مذهبی و کمک به فعالان مسجدی در جهت آبادانی هرچه بیشتر مساجد بوده است. به عبارتی دیگر، «مسجد طراز اسلامی» و جایگاه آن در تمدن اسلامی ضرورت ایده‌پردازی را در این استارت‌آپ و یکند فراهم کرد. با توجه به روش اقدام‌پژوهی مشارکتی، مراحل شکل‌گیری این رویداد در سه گام عملیاتی بررسی شد:

گام اول: جمع‌بندی بر سر موضوعات کلی رویداد شامل انتخاب موضوع اصلی، نحوه برگزاری و انتخاب مخاطبان حامیان صورت گرفت. در مجموع، در گام اول ارائه نقشه کار و تدوین برنامه عملیاتی و فرایند شتاب‌دهی با همکاری دانشگاه امام صادق (ع) و مؤسسه بین‌المللی مشکوه الرسول (ص) صورت گرفت.

گام دوم: پیش‌رویداد در مرحله دوم برگزار شد. در این پیش‌رویداد، دانشمندان، مدیران، سیاست‌مداران، هنرمندان، فعالان فرهنگی و مذهبی و سایر متخصصان در زمینه امور فرهنگی و مذهبی و اجتماعی دور هم جمع شدند. در آغاز پیش‌رویداد به تعریف نوآوری و کارآفرینی پرداخته شد و سپس، طراحی جریان تولید ارزش مورد توجه قرار گرفت. مهم‌ترین گام عملی در پیش‌رویداد استفاده از روش‌هایی جهت تدوین ایده بود.

داوری ایده‌های اولیه، تعیین حوزه‌های ایده‌پردازی، تعیین محتوای رویداد اصلی، عناوین کارگاه‌ها، محتوای کارگاه‌ها، تعیین شاخص‌های انتخاب ایده نهایی، تأیید نهایی متورها و مدرسه‌ها و داورها و تعیین شیوه حمایت از ایده‌های برگزیده از مهم‌ترین برنامه‌های این پیش‌رویداد است.

گام نهایی: گام سوم این رویداد برنامه نهایی استارت‌آپ و یکند است که در آن ابتدا توضیحاتی درباره کل رویداد ارائه شد و سپس به ارائه تصویر مسجد طراز اسلامی پرداختند. هر فردی که دارای ایده‌ای نو یا تجربه‌ای موفق در زمینه مسجد بود می‌توانست در این رویداد جزء سخنرانان و برگزارندگان باشد. بدنه اجرایی و علمی رویداد نهایی در کنار هریک از تیم‌ها، ایده‌ها و تجارب قرار گرفت و در تدوین و قابل ارائه کردن دستاوردهای تیم مربوطه یاری‌دهنده آن تیم بود. البته در روز ارزیابی نهایی، هریک از تیم‌ها در فرایندی یکسان از خدمات مشاوره و مربیگری بدنه علمی استفاده کرده‌اند و ایده‌ها و تجارب موفق خود را با استفاده از این کمک‌های مشاوره‌ای مدون و قابل ارائه کرده‌اند.

تیم‌ها همراه منتورهای خود به تقویت ایده‌ها پرداختند. در این رویداد به همه تیم‌ها غرفه، فرصت ارائه طرح و ایده و تمام ابزاری داده شد که برای ارائه ایده خود در روزهای چهارشنبه تا جمعه لازم دارند. در روزهای چهارشنبه و پنج‌شنبه نیز ارزیابی اتفاق می‌افتد و ایده‌هایی که احساس شود جای کار بیشتری دارند و شایسته نیست که روز رویداد در مقابل سرمایه‌گذار قرار بگیرند از دور حذف می‌شوند، مگر اینکه نواقص آن ایده برطرف شده باشد. این تیم‌ها پروپوزال اولیه محصول خود را ارائه دادند و توضیحات کاربردی در خصوص تجاری‌سازی و عملیاتی‌شدن آن را نیز ارائه کردند. روز بعد، همه تیم‌ها برای کمیته علمی رویداد ارائه دادند. چند ایده در ایده‌های دیگر ادغام شد و مجدداً با همراهی منتورها و کمیته علمی، روی ایده‌ها کار شد. در نهایت و با توجه به ارزیابی هیئت داوران (کمیته علمی) امتیازاتی به هر ایده تعلق گرفت که ایده حسنه (قرض‌دهی مسجدمحور) به‌عنوان ایده برتر و ایده مسجدیین (داشبورد مدیریتی مساجد کشور) به‌عنوان ایده دوم انتخاب شد.

مزیت‌های اصلی رویداد نهایی

۱. ایجاد بستری جهت گرد هم آمدن افراد شاخص و نخبه (صاحبان ایده و مجریان نمونه‌های موفق) در زمینه موضوعات فرهنگی و مذهبی و هم‌افزایی و ایجاد ارتباط بین افراد؛
۲. مطرح‌شدن ایده‌های ناب و همچنین مدل‌های فعالیت‌های اجرایی موفق جهت استفاده و الگوبرداری؛
۳. ایجاد بستری جهت معرفی نخبگان و همچنین بیان ایده‌های آن‌ها در سطح بین‌الملل و رجوع افراد شاخص و نخبه در زمینه‌های فرهنگی و مذهبی در جهت به‌روزرسانی اطلاعات؛
۴. شکل‌گیری انواع ارتباطات مشاوره‌ای، همفکری، سرمایه‌گذاری و... بین نخبگان و افراد شاخص در زمینه‌های فرهنگی و مذهبی در سرتاسر جهان؛
۵. ارائه انواع آموزش‌های موردنیاز در جهت توانمندسازی فعالان و نخبگان فرهنگی و راهبری فعالیت‌ها، جریان‌ها و کسب‌وکارهای فرهنگی؛
۶. ایجاد زمینه‌هایی مطمئن جهت ارزیابی ایده‌های فرهنگی، مذهبی و اجتماعی و تصمیم‌گیری در خصوص توجیه‌پذیری یا عدم توجیه‌پذیری؛
۷. ایجاد زمینه‌های مطمئن جهت سرمایه‌گذاری، حمایت و راه‌اندازی کسب‌وکارهای فرهنگی، مذهبی و اجتماعی و تصمیم‌گیری در خصوص توجیه‌پذیری یا عدم توجیه‌پذیری.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان، مقاله پیش رو فاقد هر گونه تعارض منافع بوده است.

منابع و مأخذ

قرآن کریم

آفاجانی، حسنعلی و رضا رامش (۱۳۹۴). «مطالعه تطبیقی استارت‌آپ ویکندهای ایران با کشورهای منتخب»، **اولین کنفرانس مدیریت کارآفرینی، بازاریابی، توسعه اقتصادی بیمه و مدیریت بحران با رویکرد توسعه پایدار و پدافند غیرعامل**، قم.

خامنه‌ای، آیت‌الله علی (۱۳۸۹/۷/۱۲). «پیام رهبری به بیست‌ودومین اجلاس سراسری نماز». بازیابی‌شده در:

<http://farsi.khamenei.ir/message-content?id=23764>

ساروخانی، باقر (۱۳۸۵). **روش پژوهش در علوم اجتماعی**. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

صورت جلسه شماره ۳، طرح مرکز شتاب‌دهی فرهنگی، اجتماعی و مذهبی (۹۵/۰۸/۰۵).

صورت جلسه شماره ۴، طرح مرکز شتاب‌دهی فرهنگی، اجتماعی و مذهبی (۹۵/۰۸/۱۰).

صورت جلسه شماره ۵، طرح مرکز شتاب‌دهی فرهنگی، اجتماعی و مذهبی (۹۵/۰۸/۲۲).

عباسی، رسول (۱۳۹۰). **مسجد طراز اسلامی**. تهران: ستاد عالی هماهنگی و نظارت عالی بر کانون‌های فرهنگی و هنری مساجد.

عمید، حسن (۱۳۹۷). **فرهنگ عمید**. تهران: انتشارات امیرکبیر.

قاسمی، پویا (۱۳۸۰). **پژوهش در عمل**. تهران: نشر پژوهش‌گده تعلیم و تربیت.

گل‌نظری، علیرضا، احمد ملکان، جواد ملکان و جعفر شعبانی‌نژاد (۱۳۹۷). «راهبردهای ارتقای عملکرد مسجد به‌عنوان یک نهاد مردمی با استفاده از تکنیک QSPM». **اولین همایش بررسی چالش‌ها و ارائه راهکارهای نوین مدیریت شهری**، سازمان بسیج شهرداری تهران.

ماهر، زهرا و علی ربانی (۱۳۹۶). «اقدام‌پژوهی مشارکتی: زمینه‌ساز کنش ارتباطی در حوزه‌های عمومی». **دوفصلنامه پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر**، شماره ۱۰: ۲۹-۶۰.

معزی، حامد، مهران مرادی و افشین امیری (۱۳۹۷). «طراحی مدل وزنی ارزیابی مسجد طراز انقلاب با رویکرد فازی». **فصلنامه رهیافت فرهنگ دینی**، شماره ۳: ۱۷-۱.

مؤسسه مشکوه الرسول (ص) و دانشگاه امام صادق (ع) (۱۳۹۵). «اولین رویداد نوآورانه، کارآفرینانه با موضوع مسجد». موسوی‌تبار، سید مهدی (۱۳۹۷). «از آمار مساجد تا آمار نمازگزاران، نسبت تعداد مساجد پس از انقلاب با رشد جمعیت ایران». بازیابی‌شده در:

irna.ir/xjrgLF

نظری، حجت‌الاسلام حسین (۱۳۹۷/۲/۱۲). «ایده‌پردازان مسجدی». بازیابی‌شده در:

<http://iqna.ir/fa/news/3712892>

نوبهار، رحیم (۱۳۸۷). **رابطه نظام اسلامی و مساجد**. قم: مؤسسه فرهنگی تبیان.

Bizarrias, F. (2017). **Entrepreneurial intention of the participants of the**

- startup weekend.** Federal university of Santa Catarina.
- Bruton, G. D. & Rubanik, Y. (2002). 'Resources of the firm, Russian high-technology startups, and firm growth'. **Journal of business venturing**, 17(6), 553-576.
- Dutta, A. (2018). 'Startup initiative'. **Josr journal of business and management**, 129, 271-281.
- Evers, N. (2003). 'The process and problems of business start-ups'. **The ITB Journal**, 4(1), 3.
- Gelderen, M. V., Thurik, R., & Bosma, N. (2005). 'Success and risk factors in the pre-startup phase'. **Small business economics**, 24(4), 365-380.
- Hughes, C., & Leekam, S. (2004). 'What are the links between theory of mind and social relations? Review, reflections and new directions for studies of typical and atypical development'. **Social development**, 13(4), 590-619.
- Kollmann, T., Stöckmann, Ch., Hensellek, S. & Kensbock, J. (2016). **European Startup Monitor**. Retrieved from: <http://duepublico.uni-duisburg-essen.de/servlets/DocumentServlet?id=43790>
- Kwiatkowski, C. (2016). 'Characteristics of the Start-up Culture from the perspective of Organizational Culture Model'. **Czech Journal of Social Sciences Business and Economics**, 5(3), 28-37.
- Meyer, J. (2006). **Action Research. The Research Process in Nursing**. Oxford: Blackwell.
- Ortiz Aragón, A., & Glenzer, K. (2017). 'Untaming aid through action research: Seeking transformative reflective action'. **Action Research**, 15(1), 3-14.
- Startup Genome, L. L. C. (2018). **Global startup ecosystem report**. Succeeding in the new era of technology.
- Winter, M. (2001). **A handbook for action research in health and social care**. London: Rutledge.