



بنیاد فرهنگی خاتم الاوصیاء علیه السلام

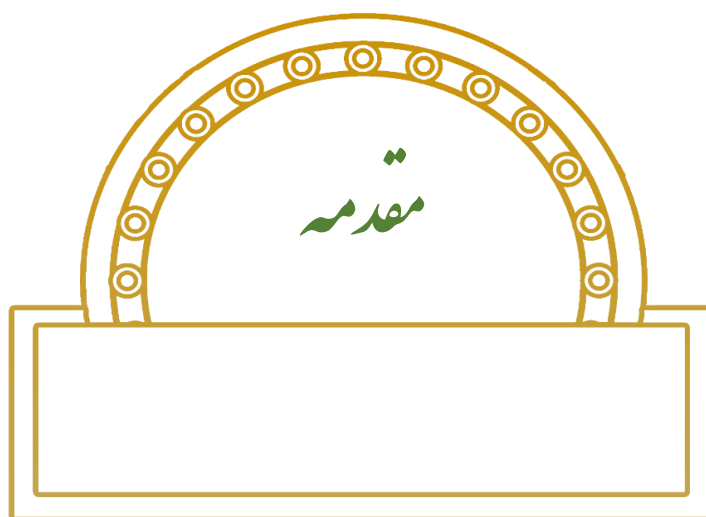
تجربیات شناسایی و رصد

معرفی طرح‌های شناسایی و رصد جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی
بنیاد فرهنگی خاتم الاوصیاء علیه السلام

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



۳	مقدمه
۷	طرح شهید حسن باقری (۱)
۲۲	طرح شهید حسن باقری (۲)
۲۷	طرح شهید علیرضا افشار
۴۱	طرح شهید علیرضا افشار مشهد
۴۴	طرح شهید علیرضا افشار گلستان
۵۸	طرح شهید محمد جهان آرا (۱)
۶۵	طرح شهید محمد جهان آرا (۲)
۷۱	طرح شهید هادی باغبان (فاز اول)
۷۵	طرح شهید هادی باغبان (فاز دوم)
۷۷	طرح شهید مهدی باقری (فاز اول)
۸۰	طرح شهید مهدی باقری (فاز دوم)
۸۵	طرح سفرهای استانی
۸۷	طرح شناسایی تشکلهای فرهنگی تبلیغی خاوران
۹۰	طرح شهید علی حاتمی
۱۰۶	طرح شهید مجید بقایی
۱۱۱	طرح شناسایی اردویی
۱۲۲	طرح شهید مهدی زین‌الدین
۱۳۲	طرح شهید احمد کاظمی
۱۳۶	طرح شناسایی عمومی شهرستان اصفهان
۱۴۵	طرح شناسایی مجموعه‌های فرهنگی تربیتی شهر اصفهان
۱۴۹	طرح‌های اقتضایی
۱۵۰	طرح شناسایی پایش نمایشگاه قرآن کریم
۱۵۰	طرح شناسایی اجلاس هیئات جامعه ایمانی مشعر
۱۵۰	طرح شناسایی مخاطبان ویژه نامه افزایش جمعیت نشریه حلقه وصل
۱۵۰	طرح شناسایی اجلاس اصحاب عشق
۱۵۳	دفترچه شرح مفاهیم فرم ارزیابی مجموعه‌های فرهنگی طرح شهید حسن باقری (۱)
۱۶۴	دفترچه شرح کاربرگ‌های طرح شهید حسن باقری (۲)
۱۹۳	آیین نامه اجرایی طرح شهید افشار
۲۱۰	آیین نامه اجرایی طرح شناسایی اردویی
۲۲۲	راهنمای اجرای طرح شهید مهدی زین‌الدین





«... الان در همه این تشکلهای کوچک ناشناخته و احصاء نشده، جهت واحدی وجود دارد و آن مبارزه با تهاجم فرهنگی است. از بچه‌ها می‌پرسید شما می‌خواهید چه کار کنید؛ این کتاب، نمایشنامه، جزوه، بروشور و شعر را برای چه نوشتید و این انجمن را برای چه درست کردید؟ می‌گویند می‌خواهیم با تهاجم فرهنگی مبارزه کنیم. در بین همین‌هاست که شما آن معدن‌های الماس و طلا را پیدا می‌کنید: «الناس معادن کمعادن الذهب والفضة» بروید و آنها را شناسایی و گزینش کنید...».

امام خامنه‌ای

شبکه‌سازی و سازمان‌دهی فعالان فرهنگی، به عنوان یکی از ماموریت‌های اصلی بنیاد فرهنگی خاتم الاوصیاء (عج) و ستادهای مردمی جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی نیازمند شناخت دقیق و اشراف اطلاعاتی بر جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی می‌باشد. هرچه شناخت نسبت به عناصر و فعالان این جبهه از جمله سطح نیروها، حوزه‌های تخصصی و موضوعات فعالیت‌های آنان، ارتباطات و کیفیت و نوع این ارتباطات و ... دقیق‌تر و با اتقان بیشتری باشد، سازمان دهی منسجم‌تر و کارآمدتر خواهد بود.

مقام معظم رهبری حضرت امام خامنه‌ای در دیدار با فعالان جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی در تاریخ ۹۲/۲/۲ بر اهمیت تمرکز بر زیرساخت‌ها تاکید کردند: "سوال مطرح کردید ادامه راه چگونه خواهد بود؟، من عرض این است که ادامه راه با استحکام زیر ساخت‌ها ممکن است. اگر چنانچه زیر ساخت‌ها را محکم کردید، کار در ادامه آسان خواهد بود."

از جمله امورات زیرساختی جمع‌آوری و پردازش اطلاعات می‌باشد. جایگاه و اهمیت «جمع‌آوری و پردازش اطلاعات» در عصر اطلاعات برکسی پوشیده نیست. تشخیص، شناسایی، جمع‌آوری و پردازش اطلاعات یکی از موضوعات کلیدی است که در جوامع اطلاعاتی اهتمام خاصی به آن شده است.

براین اساس شناسایی و رصد جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی از ابتدا در دستور کار بنیاد خاتم و ستادهای استانی قرار داشته و تاکنون براساس نیازهای ستاد، ۲۴ پروژه شناسایی اجرا شده است. کلیه اطلاعات جمع‌آوری شده از پروژه‌های شناسایی صورت گرفته، پس از تصحیح و آماده‌سازی، برای بهره‌برداری‌های بعدی وارد سامانه شهید حسن باقری شده است.

به نظر می‌رسد اصل موضوع شناسایی و رصد محل تردید نباشد، لیکن در نحوه اجرا و بهره‌برداری تا به



حال در بنیاد خاتم اختلاف نظرهای فراوانی وجود داشته است؛ بعضی شناسایی را یک امر ابتدایی می‌دانند که تا صدور صد محقق نشود نباید اقدام به عملیات نمود، بعضی دیگر مخالف این دیدگاه هستند و معتقدند شناسایی باید حین عملیات صورت پذیرد تا ارزش و اعتبار لازم را داشته باشد، عده‌ای دیگر معتقدند شناسایی نباید متمرکز باشد چرا که اطلاعات بومی و محلی نادیده گرفته می‌شود و برخی دیگر شناسایی غیرمتمرکز را سلیقه‌ای و غیرقابل استناد می‌دانند. همچنین در مورد ابزارهای مورد استفاده برای شناسایی اختلاف نظرهایی وجود دارد.

تجربه چهار سال گذشته و انجام بیش از ۲۴ پروژه شناسایی، حاکی از آن است که شناسایی هم باید به صورت متمرکز و با قالب‌های مشخص انجام شود تا امکان دسته بندی و یکپارچه سازی همه اطلاعات وجود داشته باشد و هم به صورت غیرمتمرکز تا اطلاعات بومی لحاظ شود و دقت اطلاعات متمرکز نیز بالا رود. شناسایی حتماً باید به صورت کلی قبل از هر عملیات انجام و سپس در حین عملیات کامل و دقیق شود. هر ابزاری (مصاحبه مستقیم، نظرسنجی، مصاحبه تلفنی و ...) دارای کارایی و اثربخشی مختص به خود است و باید به صورت بهینه از آنها استفاده نمود.

ویژگی مهم سازمان‌های امروزی، تغییر و تحول سریع است. هر سازمان از دو نوع دانش صریح و ضمنی بهره می‌برد. دانش صریح دانشی است که در مستندات و شواهد عینی نهفته است و برای تک تک کارکنان در دسترس و قابل استفاده است، مانند دستورالعمل‌ها، رویه‌ها و روش‌های مستند. دانش ضمنی دانشی است که در ذهن تک تک افراد نهفته است و امکان دسترسی به آن برای همگان مقدور نیست زیرا به شدت وابسته به فردی است که آن را ایجاد کرده است. برای کاربردی کردن یک دانش و تبدیل آن به خرد سازمانی، ابتدا باید آن را به دانش صریح تبدیل کرد. سیستم مدیریت تجربه، ابزاری است در جهت نیل به این هدف.

تجربه یکی از منابع یادگیری است که بالغ بر ۷۰ درصد یادگیری از طریق آن صورت می‌پذیرد. یکی از مهم‌ترین ابزارها برای رشد یادگیری و توسعه دانش در سازمان، ضبط، بازیافت و به کارگیری مجدد تجارب سازمانی است. تجربه به رغم این که در زمان طولانی‌تری حاصل می‌شود اما به دلیل اثر عمیقی که بر حافظه فرد و سازمان می‌گذارد، در بین دیگر عوامل یادگیری حائز اهمیت بیشتری است. استفاده از تجربه در سازمان، دانش موجود را غنی می‌کند و به تبع آن فضای سازمان به یک فضای یادگیرنده تبدیل می‌شود که در آن دانش و آگاهی‌های موجود، در یک چرخه فراگیری و حل مسئله انتقال می‌یابد و سبب ارتقای دانش جدید و متعالی در سطح سازمان و جامعه می‌شود.

این نوشتار قصد دارد تا با توضیح پروژه‌های شناسایی و رصد انجام شده در قالب هدف و ضرورت پروژه،

شیوه اجرا، نتایج حاصله و نقاط ضعف و قوت هر پروژه، تجربیات را منتقل کرده تا این تجربیات در اختیار مجریان بعدی در ستادها قرار گیرد و آنها را در اجرای هرچه بهتر پروژه‌های شناسایی و رصد یاری رساند. امید است ستادها و مجامع استانی و تخصصی با مطالعه این جزوه با پروژه‌های انجام شده آشنا گردند و از نقاط و ضعف و قوت پروژه‌ها برای طراحی پروژه‌های آتی استفاده نمایند.



طرح شهید حسن باقری (۱)

شناسایی فعالان فرهنگی

شناسایی و ارزیابی مجموعه‌های فرهنگی





تاریخ اجرا و مجری

طرح شهید حسن باقری (۱) از شهریور ماه تا اسفند ماه ۱۳۹۰ توسط دفتر شناسایی بنیاد فرهنگی خاتم الاوصیاء (عج) انجام شد. این طرح به جز استان‌های تهران، قم، کردستان، خراسان شمالی و خراسان جنوبی، در سایر استان‌ها اجرا شد. اجرای این طرح در استان‌های یاد شده به دلیل اقتضات ویژه، به فرستی دیگر موکول گشت.

هدف و ضرورت

این طرح با هدف شناسایی اولیه عناصر فرهنگی استان‌ها برای فراهم آوردن مقدمات و ملزومات راهاندازی ستادهای استانی بنیاد فرهنگی خاتم الاوصیاء (عج) اجرا شده است. مراد از شناسایی اولیه شناسایی فعالان فرهنگی، شناسایی و ارزیابی مجموعه‌های فرهنگی و شناسایی سرشاخه‌های شهرستانی می‌باشد.

شیوه اجرا

مراحل انجام طرح شهید باقری (۱) عبارتند از:

- ۱- تهیه و تدوین فرم‌های شناسایی و دفترچه راهنما
- ۲- انتخاب سرشاخه‌های استانی
- ۳- برگزاری جلسه توجیهی برای رابطین شهرستان‌ها توسط سرشاخه‌های استان‌ها
- ۴- شناسایی فعالان و مجموعه‌های فرهنگی شهرستان‌ها از سوی رابطین استانی و شهرستانی، ارزیابی مجموعه‌ها با توجه به فرم مخصوص ارزیابی
- ۵- جمع‌بندی گزارش‌های شهرستان‌ها و ارائه نتیجه شناسایی و ارزیابی استان‌ها به دفتر شناسایی توسط سرشاخه‌های استانی
- ۶- ذخیره اطلاعات بر روی فایل اکسل

به منظور آشنایی بیشتر با شیوه اجرای این طرح و همچنین اجمال بندهای فوق‌الذکر، ارائه توضیحات ذیل ضروری می‌نماید:

- ۱- با توجه به این که طرح شهید باقری (۱)، پیمایشی کمی - میدانی در سطح شهرستان‌ها بود، وجود سرشاخه‌های معتمد استان‌ها به عنوان حلقه رابط بین بنیاد خاتم و شهرستان‌ها ضرورت داشت. لذا برای سرشاخه‌ها جلسه‌ای توجیهی در بنیاد خاتم تهران برگزار گردید. در این جلسه توضیحاتی در مورد کلیت و



اهداف طرح، ضرورت و شیوه اجرا، فرم مخصوص ارزیابی مجموعه‌های فرهنگی و دفترچه شرح مفاهیم فرم ارزیابی ارائه شد.

۲- پس از آموزش سرشاخه‌های استانی، آنها می‌بایست رابطین شهرستانی را توجیه کرده، آموزش داده و اطلاعات لازم در مورد طرح و شیوه اجرا را به آنان منتقل می‌کردند.

۳- رابطین شهرستان‌ها می‌بایست با استفاده از فرم‌ها، اقدام به شناسایی و جمع‌آوری اطلاعات فعالان و مجموعه‌های فرهنگی می‌کردند.

برای انتخاب فعالان فرهنگی پنج نوع دسته‌بندی با شاخص‌ها و ویژگی‌های متفاوت طراحی شده بود. ضرورت داشت فعالان فرهنگی معرفی شده، در یکی از دسته‌های ذیل قرار گیرند و حائز حداقل یکی از شاخص‌ها و ویژگی‌ها باشند. دسته‌بندی‌ها و شاخص‌ها عبارتند از:

- مدیران فرهنگی: مدیران فهیم، ولایتی، کاردان، توانمند، دارای حوزه نفوذ در استان یا شهرستان و همیار مجموعه‌ها و فعالان فرهنگی
- مسئولین مجموعه‌های فرهنگی منتخب استان: مسئولین و تصمیم‌سازان مجموعه‌های فرهنگی ویژه و فعالین فرهنگی توانمند در حوزه تخصص و زمینه فعالیت خود که در جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی قدرت مانور بالایی دارند.
- افراد صاحب نفوذ، تأثیرگذار و جریان‌ساز فرهنگی و ولایتی
- اندیشه‌ورزان و صاحب‌نظران: افراد صاحب‌نظر در مباحث و موضوعات مختلف از قبیل انقلاب اسلامی، مهدویت، تاریخ اسلام، تاریخ معاصر، صهیونیسم‌شناسی، بصیرت‌شناسی، دین، اخلاق اسلامی، سبک زندگی، عرفان‌ها و فرق نوظهور و...
- متخصصین فرهنگی: افراد دارای تخصص و مهارت در موضوعات مختلف مانند مداحی، شاعری، روزنامه‌نگاری، مشاوره، انیمیشن‌سازی و...

لازم به ذکر است که دارا بودن حداقل یکی از تخصص‌ها و حوزه‌های فعالیت ذیل، ملاک انتخاب مجموعه‌های فرهنگی بوده است:

- تبلیغ (تربیت و اعزام طلاب و مبلغان دینی و راویان دفاع مقدس)
- پژوهش (حوزه مطالعاتی، تحقیقاتی و اندیشه‌ورزی)
- تشکل‌های قرآنی



- مطبوعات و نشریات
- هنر و رسانه‌های دیداری و شنیداری (تولید فیلم، مستند، فیلم‌نامه، انیمیشن، شعر، طراحی، تئاتر و موسیقی)
- کتاب، نشر و توزیع محصولات فرهنگی
- هیأت و مراسمات مذهبی
- رسانه‌های دیجیتال (در قالب فضای اینترنتی، خبرگزاری‌ها، سایت‌های خبری و تحلیلی، شبکه‌های اجتماعی، چت‌روم‌ها، وبلاگ‌ها، نرم افزارهای رسانه‌ای، موبایل، بازی‌های رسانه‌ای با محتوای دینی و مذهبی، فرهنگی و اجتماعی و بصیرت سیاسی)
- اردویی و ورزشی (اردوهای فرهنگی، زیارتی، پرورشی و راهیان نور)
- کانون‌های کادرساز و تربیتی
- مبارزه با فرق ضاله (وهابیت، بهائیت، عرفان‌های کاذب و فرق نوظهور)
- مهدویت
- حجاب، عفاف، ازدواج و خانواده
- دفاع مقدس و استکبارستیزی
- کودک (مهد کودک‌های قرآنی و اسلامی، تولید بازی‌های فکری و اسلامی برای کودکان، مجتمع‌های تربیتی کودکان، کتاب‌های کودکان)
- خیریه
- مشاوره

۴- سرانجام پس از شناسایی فعالان فرهنگی و شناسایی و ارزیابی مجموعه‌های فرهنگی تو سط رابطین شهرستان‌ها، اطلاعات گردآوری شده از طریق سرشاخه‌های استانی به صورت کاغذی به دفتر شناسایی تهران منتقل شدند.

نتایج حاصله

- شناسایی سرشاخه‌های شهرستانی جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی
- شناسایی ۷۰۰۰ فعال فرهنگی
- شناسایی ۳۰۰۰ مجموعه فرهنگی

-ارزیابی ۱۵۰۰ مجموعه فرهنگی

نقاط قوت و ضعف

- موفقیت این طرح در شناسایی فعالان فرهنگی و اثرگذار هر استان به دلیل استفاده از ابزار مناسب و نتیجتاً سرعت بالا و دقت قابل قبول آن
- شناسایی گسترده فعالان و مجموعه‌های فرهنگی سراسر کشور (به جز پنج استان نامبرده شده) به صورت میدانی
- پایین بودن هزینه اجرای طرح؛ صرف حداقل هزینه ممکن در گستره‌ای وسیع
- عدم برنامه‌ریزی مدون و دقیق برای آموزش سرشاخه‌ها
- عدم آموزش شیوه دقیق و علمی تکمیل فرم ارزیابی
- عدم وجود دستورالعمل و معیار خاص برای انتخاب رابطین شهرستان‌ها
- عدم سنخیت شیوه اجرای طرح با نوع اطلاعات خواسته شده
- عدم اجرای قدرتمند طرح برای برخی استان‌ها
- عدم زمان‌بندی دقیق برای اجرای طرح
- عدم استفاده از ابزار لازم برای روایی سنجی اطلاعات
- عدم ارزیابی اطلاعات به‌دست‌آمده توسط مصاحبه‌کننده‌ها و عدم رعایت درست آیین‌نامه‌ها از طرف مصاحبه‌شونده‌ها به دلیل اجرای غیرمتمرکز این طرح
- به حاصل نیامدن مطلوبیت مورد نظر به رغم تلاش‌های بسیار برای توجیه مخاطبین، به دلیل اعمال سلیق شخصی آنها و داشتن ذهنیتی خاص از طیف‌بندی‌ها

تخصّص‌ها و حوزه‌های فعالیت مجموعه‌های فرهنگی

- تبلیغ (تربیت و اعزام طلاب و مبلغان دینی و راویان دفاع مقدس)
- پژوهش (حوزه مطالعاتی، تحقیقاتی و اندیشه ورزی)
- تشکل‌های قرآنی
- مطبوعات و نشریات
- هنر و رسانه‌های دیداری و شنیداری (تولید فیلم، مستند، فیلم نامه نویسی، انیمیشن، شعر، طراحی، تئاتر، موسیقی)
- کتاب، نشر و توزیع محصولات فرهنگی
- هیأت و مراسمات مذهبی
- رسانه‌های دیجیتال (در قالب فضای اینترنتی - خبرگزاری‌ها، سایت‌های خبری و تحلیلی، شبکه‌های اجتماعی، چت‌روم‌ها، وبلاگ‌ها و ... - نرم‌افزارهای رسانه‌ای، موبایل، بازی‌های رسانه‌ای بامحتوای دینی و مذهبی، فرهنگی اجتماعی و بصیرتی سیاسی)
- اردویی و ورزشی (اردوهای فرهنگی، زیارتی، پرورشی و راهیان نور)
- کانون‌های کادرساز و تربیتی
- مبارزه با فرق ضاله (وهابیت، بهائیت، عرفان‌های کاذب و فرق نوظهور)
- مهدویت
- حجاب، عفاف، ازدواج و خانواده
- دفاع مقدس و استکبارستیزی
- کودک (مهد کودک‌های قرآنی و اسلامی، تولید بازی‌های فکری و اسلامی برای کودکان، مجتمع‌های تربیتی کودکان، کتابهای کودکان)
- خیریه
- مشاوره



سرشاخه های شهرستان

استان

ردیف	نام و نام خانوادگی	شماره همراه	شماره ثابت	شغل	توضیحات/سوابق
۱					
۲					
۳					

شاخص‌های انتخاب فعالان فرهنگی

الف- مدیران فرهنگی

- مدیران ولایتی، فهیم، کاردان، توانمند، دارای حوزه نفوذ در استان یا شهرستان و همیار مجموعه‌ها و فعالان فرهنگی

ب- مسئولین مجموعه‌های فرهنگی منتخب استان

- مسئولین و تصمیم‌سازان مجموعه‌های فرهنگی ویژه و فعال فرهنگی که در حوزه تخصص و زمینه فعالیت خود توانمند بوده و قدرت رزم بالایی در جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی دارند.

ج- افراد صاحب نفوذ، تاثیرگذار و جریان‌ساز فرهنگی و ولایتی

د- اندیشه‌ورزان و صاحب نظران

افراد صاحب نظر در موضوعات:

- | | | |
|-----------------------------------|-------------------------------|--------------------|
| • انقلاب اسلامی | • عرفان‌های کاذب و فرق نوظهور | • تمدن اسلامی |
| • مهدویت و انتظار و عصر آخرالزمان | • وهابیت | • سبک زندگی اسلامی |
| • جریان‌شناسی فرهنگی سیاسی | • بهابیت | |
| • اندیشه‌های مقام معظم رهبری | • عفاف و حجاب | |
| • اندیشه‌های حضرت امام خمینی | • خانواده و ازدواج | |
| • صهیونیسم‌شناسی | • هنر دینی | |
| • غرب‌شناسی | • دین‌شناسی | |
| • بصیرت‌شناسی | • نهضت عاشورا | |
| • تربیت اسلامی | • دفاع مقدس | |
| • تاریخ معاصر | • قرآن پژوهی | |
| • تاریخ اسلام | • اخلاق اسلامی | |

ه- متخصصین فرهنگی

- | | |
|----------------------------|---|
| • مبلغ و خطیب دینی-انقلابی | • نویسنده |
| • مداح | • مشاور |
| • شاعر | • فعال حوزه رسانه (رادیو-تلویزیون) |
| • روزنامه‌نگار | • فیلم‌ساز و مستندساز |
| • هنرهای تجسمی | • انیمیشن‌ساز |
| ✓ کاریکاتورست | • صنایع دستی |
| ✓ عکاس | • طراح مد و لباس |
| ✓ گرافیکست | • سایبری (رسانه‌های دیجیتال) |
| ✓ مجسمه‌ساز | ✓ مدیر سایت‌های اینترنتی مانند سایت‌های خبری-تحلیلی و وبلاگ‌های پرمحتوا |
| ✓ نقاش | ✓ مدیر گروه‌های اینترنتی |
| • موسیقی | ✓ تولید بازی‌های رایانه‌ای |
| ✓ گروه سرود | ✓ تولید نرم‌افزار چند رسانه‌ای |
| ✓ تک‌سرایی و ترانه | |
| ✓ آهنگ‌ساز | |



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فرم ارزیابی مجموعه های فرهنگی

شماره پرونده:

تاریخ تکمیل:

مشخصات عمومی

نام مجموعه: استان: شهرستان:

مدیر مجموعه: شماره تماس:

نشانی:

پایگاه اینترنتی:

کادر اصلی و فعال مجموعه

ردیف	نام و نام خانوادگی	مسئولیت	شماره تلفن همراه
۱			
۲			
۳			
۴			
۵			

مراکز و واحدهای تابعه

ردیف	عنوان	توضیحات
۱		
۲		
۳		

تخصص ها و حوزه های فعالیت

ردیف	عنوان	توضیحات
۱		
۲		
۳		
۴		

اعتقادی - انقلابی

۱- اعضای اصلی مجموعه از نظر تقید دینی در بین عرف حزب الهی چگونه ارزیابی می شوند؟

کاملامقید مقید سهل انگار

توضیح:

۲- بافت اصلی اعتقادی - انقلابی مجموعه چگونه است؟

مذهبی انقلابی مذهبی سنتی انقلابی صرف

توضیح:

۳- بصیرت دینی - اعتقادی مسئولین و تصمیم سازان مجموعه را چگونه ارزیابی می کنید؟

خیلی خوب خوب متوسط ضعیف

توضیح:

سیاسی

۴- جهت گیری اصلی مجموعه و فعالان آن نسبت به ولایت فقیه چگونه می باشد؟

مدافع ولایت موافق ولایت بی تفاوت

توضیح:

۵- بصیرت سیاسی - انقلابی مسئولین و تصمیم سازان مجموعه را چگونه ارزیابی می کنید؟

خیلی خوب خوب متوسط ضعیف

توضیح:

۶- مسئولین مجموعه از چه شخص و اشخاص یا جریانهای سیاسی اثر پذیرند؟

انگیزه و هدف

۷- انگیزه های اصلی این مجموعه را با توجه به فعالیت ها و برنامه ها چه می دانید؟

.....

.....

.....

۸- این انگیزه ها و اهداف چه نسبتی با اهداف انقلاب اسلامی دارند؟

کاملاً منطبق منطبق کم ارتباط

توضیح:

.....

.....



تشکیلاتی - مدیریت

۹- گستره صنفی مخاطبان این مجموعه چگونه است؟

- دانش آموزان دانشجویان طلاب جوانان خانواده سایر
- توضیح:

۱۰- گستره سنی مخاطبان این مجموعه چگونه است؟

- کودکان نوجوانان جوانان سایر

۱۱- گستره اثرگذاری این مجموعه فرهنگی را با توجه به حوزه فعالیت آن چگونه ارزیابی می کنید؟

- محلۀ ای شهرستانی استانی منطقه ای ملی بین المللی
- توضیح:

۱۲- گستره عددی و کمیت مخاطبین این مجموعه با توجه به حوزه فعالیت آن چگونه است؟

- پرمخاطب متوسط کم مخاطب
- توضیح:

۱۳- اقدامات این مجموعه تا چه حدی با برنامه و هدفمند می باشد؟

- کاملاً با برنامه با برنامه بی برنامه
- توضیح:

۱۴- استمرار فعالیت ها و برنامه های این مجموعه فرهنگی چگونه می باشد؟

- کاملاً مستمر مستمر مقطعی و منقطع بدون استمرار
- توضیح:

۱۵- سطح اعتبار و اقبال (پایگاه اجتماعی) مجموعه در گستره جغرافیایی فعالیت خود چه میزان می باشد؟

- مردم: خیلی زیاد زیاد متوسط کم
- توضیح:

- مسئولین: خیلی زیاد زیاد متوسط کم
- توضیح:

- روحانیت: خیلی زیاد زیاد متوسط کم
- توضیح:

۱۶- سطح تخصص مجموعه را در حوزه و زمینه فعالیت خودش چگونه ارزیابی می کنید؟

- حوزه فعالیت ۱: خیلی خوب خوب متوسط ضعیف
- توضیح:

- حوزه فعالیت ۲: خیلی خوب خوب متوسط ضعیف
- توضیح:

- حوزه فعالیت ۳: خیلی خوب خوب متوسط ضعیف
- توضیح:

- حوزه فعالیت ۴: خیلی خوب خوب متوسط ضعیف
- توضیح:



۱۷- تمرکز این مجموعه با توجه به حوزه های فعالیتی آن چگونه می باشد؟

کاملاً متمرکز متمرکز متوسط بی تمرکز

توضیح:

.....

۱۸- کار اصلی و محوری مجموعه چیست؟

.....

.....

.....

۱۹- محصول فرهنگی برجسته این مجموعه چیست؟

.....

.....

.....

جمع بندی نهایی

الف- نقاط ضعف و قوت این مجموعه را بیان کنید:

نقاط ضعف:

.....:۱

.....:۲

.....:۳

نقاط قوت:

.....:۱

.....:۲

.....:۳

ب- سایر توضیحات و ملاحظات:

.....

.....

.....

.....

ج- در مجموع تراز این مجموعه را چگونه ارزیابی می کنید؟

ویژه فعال متوسط

امضا:

تاریخ تکمیل:

ارزیاب:



طرح شهید حسن باقری (۲)

شناسایی عمومی فعالان و مجموعه‌های فرهنگی



تاریخ اجرا و مجری

طرح شهید حسن باقری (۲) از بهمن ۱۳۹۱ تا تیر ماه ۱۳۹۲ توسط دفتر شناسایی بنیاد فرهنگی خاتم الاوصیا (عج) اجرا گردید.

هدف و ضرورت

طرح شهید حسن باقری (۱) در برخی استان‌ها و شهرستان‌ها به دلایل متعددی همچون عدم وجود سرشاخه ارتباطی، اجرای ضعیف پروژه توسط سرشاخه‌ها و دایره ارتباطی ضعیف و محدود بنیاد در آن استان‌ها، اطلاعات قابل توجهی به حاصل نیاورد. استان‌های سیستان و بلوچستان، کرمان، خراسان رضوی، همدان، اردبیل، گیلان و آذربایجان غربی از این قبیل بودند. همچنین این طرح به دلیل اقتضائات خاص در استان‌های خراسان شمالی، خراسان جنوبی، تهران، قم و کردستان اجرایی نشد.

نقاط ضعف موجود در طرح شهید باقری (۱) سبب شد طرح شهید باقری (۲) برای پوشش دادن و برطرف نمودن آنها در استان‌های فوق‌الذکر، برنامه‌ریزی و اجرایی شود. شایان ذکر است در این طرح نیز به دلیل اقتضائات خاص، استان‌های قم، کردستان و شهر تهران، مورد بررسی قرار نگرفتند. به طور کلی، اهداف طرح شهید باقری (۲) را می‌توان در دو مورد ذیل خلاصه کرد:

۱- شناسایی عناصر جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی شامل افراد و مجموعه‌ها

۲- تکمیل اطلاعات شناسایی با اولویت استان‌های بکر

شیوه اجرا

شیوه انجام طرح شهید باقری (۲)، به استثنای تغییرات اعمال شده ذیل، همانند طرح شهید باقری (۱) می‌باشد:

با بررسی تجربیات و اطلاعات دریافتی از طرح شهید باقری (۱) و پس از تشکیل جلسات کارشناسی، مقرر شد بخش ارزیابی از طرح جدا گردیده و در پروژه‌های جداگانه مورد بررسی قرار گیرد. همچنین فرم‌های موجود اصلاح و به دو کاربرد ۱ و ۲ شامل فرم معرفی مجموعه‌های فرهنگی و فرم معرفی فعالان فرهنگی تبدیل شد، دفترچه شرح کاربردها ویژه مجریان این طرح نیز تدوین گشت. به دلیل این‌که مجریان طرح شهید باقری (۱) آموزش‌های مربوط و لازم را ندیده بودند، مقرر شد به مجریان طرح شهید باقری (۲) علاوه بر آموزش مکتوب (دفترچه شرح کاربردها)، آموزش حضوری نیز داده شود. در این راستا، تمام مجریان دخیل در طرح شهید باقری و رابطین شهرستانی، تحت آموزش حضوری قرار گرفتند.

نتایج حاصله

- شناسایی عناصر جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی شامل ۱۵۰۰ فرد و ۷۰۰ مجموعه
- پر کردن خلأ عدم شناسایی در استان‌ها و شهرستان‌های ناموفق طرح شهید باقری (۱)

نقاط قوت و ضعف

- طراحی دفترچه شرح کاربرگ‌ها
- برقراری سنخیت بین شیوه اجرای طرح و اطلاعات خواسته شده
- افزایش دامنه اخذ اطلاعات و متعاقباً کاهش عمق اطلاعات دریافتی؛ برنامه‌ریزی برای دریافت اطلاعات کلی به جای اطلاعات ریز و تخصصی و از این رو کاهش خطای اجرای طرح
- انجام موفق طرح در یک بازه زمانی مشخص و محدود
- کم کردن لایه‌های آموزشی و مواجهه مستقیم طراحان طرح با مجریان پایانی



طرح شهید علمیرضا افشار

شناسایی، نظرسنجی و ذائقه‌سنجی
فعالان جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی سراسر کشور



تاریخ اجرا و مجری

طرح شهید علیرضا افشار از مهرماه ۱۳۹۱ تا اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۲ توسط مؤسسه توسعه داده نیروی انسانی ایرانیان اجرا شد. گستره اجرای طرح فوق سراسر کشور بود اما پیمایش در استان‌های آذربایجان غربی، اصفهان، تهران، خراسان جنوبی، خراسان رضوی، خراسان شمالی، سیستان و بلوچستان، قزوین، قم و کردستان به دلایل مقتضی صورت نپذیرفت.

هدف و ضرورت

تمام فعالیت‌ها من جمله فعالیت‌های فرهنگی نیازمند لایه‌ای پشتیبان است تا زیر ساخت‌های لازم برای اجرای فعالیت‌های فرهنگی را تأمین نماید. این لایه در حالت کلی باید سه نوع زیر-ساخت را تأمین نماید: (۱) مالی (۲) اطلاعاتی و داده‌ای (۳) قانونی. از بین این زیر ساخت‌ها، زیر-ساخت اطلاعاتی و داده‌ای مبنای برنامه‌ریزی و هدایت است و شأن سیاست‌گذاری دارد.

طرح شهید افشار به عنوان اولین قدم در جهت ایجاد زیر ساخت اطلاعاتی لازم برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری فعالیت‌های فرهنگی در کشور به اجرا درآمد. شناخت حوزه‌ها و ابعاد فرهنگی، حلقه مفقوده برنامه‌ریزی برای فعالیت‌های فرهنگی است. طرح نظرسنجی، ذائقه‌سنجی و شناسایی فعالان جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی (طرح شهید علیرضا افشار) با هدف پیمایش داده‌های مربوط به فعالان فرهنگی در سطح کشور، شرایط لازم برای برنامه‌ریزی فرهنگی در سطح ملی را فراهم می‌کند و از این طریق به تصمیم‌گیرندگان و سیاست‌گذاران فرهنگی یاری می‌رساند.

شیوه اجرا

در روش تحقیق، پیمایش یکی از طرح‌های پژوهشی است که در مقیاس وسیع اجرا می‌شود. در این طرح، با مراجعه به آحاد جامعه مورد بررسی یا نمونه‌ای از آن، مجموعه‌ای از داده‌ها گردآوری، دسته‌بندی و ثبت و ضبط می‌گردد.

پیمایش‌ها دو نوع هستند؛ مقطعی و طولی. یکی از انواع پیمایش طولی، شناسایی تغییرات در افرادی معین و در طول یک بازه زمانی مشخص است. به داده‌های حاصل از این نوع، داده‌های پانل (panel data) گفته می‌شود. این نوع پیمایش، قوی‌ترین و کامل‌ترین نوع پیمایش است. داده‌ها و اطلاعات لازم برای طرح شهید افشار با استفاده از این نوع پیمایش جمع‌آوری شده است.



هر پیمایشی مستلزم نمونه‌گیری از جامعه مورد بررسی است. هر چه اندازه نمونه بزرگتر باشد، اعتبار پیمایش بیشتر خواهد بود. به منظور این‌که جمع‌آوری داده‌ها در طرح پیمایش شهید افشار از بالاترین حد اعتبار برخوردار باشد، تنها به نمونه‌گیری اکتفا نشد بلکه داده‌های مربوط به تمام افراد جامعه فعالان فرهنگی کشور که با لحاظ ویژگی مدنظر شناسایی شده بودند، جمع‌آوری شد. در نهایت تعداد این جامعه آماری به ۳۲۹۱۹ نفر رسید.

از آن‌جا که در پیمایش‌های مصاحبه‌ای میزان پاسخ‌گویی بالاتر از پیمایش‌ها و یا پژوهش‌های پرسش‌نامه‌ای است و همچنین به منظور جمع‌آوری حداکثری داده‌ها در این پیمایش جهت تحقق اهداف طرح شهید افشار، تصمیم بر آن شد که این پیمایش به صورت مصاحبه‌ای و تلفنی اجرا شود. بعد از تماس گرفتن با جامعه آماری شناسایی شده، تعداد ۲۳۸۳۳ نفر با پرسش‌گران طرح همکاری کردند.

زمانی که پژوهشی انجام می‌گیرد و درباره میزان اطمینان به یافته‌های آن بحث می‌شود، اولین مفاهیمی که به ذهن می‌آید روایی و پایایی است. این دو مفهوم تنها در حوزه پژوهش‌های کمی کاربرد دارند و استفاده از آن‌ها در پژوهش‌های کیفی صحیح نیست.

در تحقیقات کیفی به جای روایی از واژه‌های باورپذیری، قابلیت دفاع و امانت‌داری استفاده می‌شود. بر خلاف تحقیقات کمی، در تحقیقات کیفی هیچ آزمون استاندارد برای روایی وجود ندارد. محققان برای ارتقای روایی تحقیق راه‌حل‌های ذیل را پیشنهاد نموده‌اند:

مطالعه میدانی گسترده، مداخله حداقلی در توصیف، تکرار داده، تکرار روش، تکرار مشاهده‌گر، تکرار تئوری، بازخورد مشارکت‌کنندگان (ارائه تفسیرها و نتایج به مشارکت‌کنندگان توسط محقق)، دریافت نظر همکاران، بررسی موارد خلاف انتظار، بازتاب‌پذیری، اعتباربخشی از سوی پاسخ‌دهندگان (مشارکت‌کنندگان با بررسی مجدد و تأیید محتوای به دست آمده به آن اعتبار می‌بخشند)، بررسی از جهات مختلف (تکرار بخشی از پژوهش با استفاده از روش‌های تحقیقی دیگر و مقایسه و بررسی اعتبار یافته‌ها).

معیار دیگری که در قابلیت اطمینان پژوهش مطرح می‌شود، پایایی است. در پژوهش‌های کیفی، پایایی عمدتاً از طریق تعدد کدگذاران حاصل می‌شود. در واقع کدگذاری باید به صورت پایدار و سازگار صورت گیرد؛ در یک پژوهش قابل اعتماد، باید کدگذاری میان کدگذاران سازگار باشد (پایایی میان کدگذاران) و در مورد هر کدگذار نیز کدگذاری در طول زمان سازگار و باثبات

باقی بماند(پایایی درون کدگذاران).

برای نشان دادن این سازگاری و همبستگی از شاخصی آماری به نام کاپای کوهن استفاده می-شود. این ضریب مانند شاخص آلفای کرونباخ بین صفر و یک تغییر می کند و ارزش گذاری آن به شرح ذیل است:

- همبستگی بالای ۰/۷۵: بسیار خوب

- همبستگی بین ۰/۶ و ۰/۷۵: خوب

- همبستگی بین ۰/۴ و ۰/۶: قابل قبول

لازم به ذکر است در این زمینه ضرایب دیگری همچون ضریب همبستگی توافقی اسکات نیز به کار می رود که بسیار شبیه کاپای کوهن می باشد.

محققان به جای پایایی، دو معیار دیگر را تعریف کرده اند: اطمینان بخشی(ثبت و ضبط تمامی مراحل فعالیت به منظور بازبینی و حسابرسی)، تأییدپذیری(ثبت و ضبط تمامی مراحل و تعدد پرسش گران). علاوه بر رویکرد معیاری ذکر شده، رویکرد فرآیند هم مطرح است که در آن بر انجام فرآیند به صورت نظام مند تأکید می شود. در این حالت پژوهش گران فرآیندی را ارائه می نمایند که پیروی از آن موجب اطمینان به ابزار می شود. مراحل این فرآیند به قرار ذیل می باشد:

- تدوین سئوالات تنقیح شده

- آزمون آزمایشی و اصلاح

- استفاده از مصاحبه کنندگان آموزش دیده

- تدوین فرآیند مکتوب

در اجرای این پیمایش برای دستیابی به قابلیت اطمینان مناسب، از هر دو رویکرد فوق بهره گرفته شد. ابتدا در رویکرد فرآیندگرا برای تدوین ابزار (پرسش نامه پیمایش)، فرآیند ذیل طی شد:

۱- تدوین فهرست سئوالات اولیه ۲- بازبینی سئوالات برای تأمین شفافیت و وضوح، حذف هم پوشانی ناخواسته و حذف موارد حساسیت زا ۳- آزمون آزمایشی

هم چنین برای اطمینان بیشتر به ابزار و روش، موارد ذیل نیز اعمال شدند:

۱- برگزاری دوره آموزشی برای مصاحبه گران ۲- تدوین دستورالعمل های مکتوب، ادبیات مورد استفاده و خطوط قرمز مصاحبه.

در نهایت برای افزایش ضریب اطمینان این پیمایش کشوری، با توجه به دیدگاهها و نظرات علمی محققان و پژوهش گران، اقدامات تکمیلی ذیل نیز انجام شد:

- انجام مطالعه میدانی گسترده: به صورت هدفمند سعی شد تا به جای نمونه‌گیری، سرشماری انجام شود و با تمامی اعضای جامعه هدف مصاحبه صورت پذیرد.
- برای استخراج اطلاعات راجع به یک فرد، مؤسسه یا منطقه از اطلاعات مصاحبه افراد متعدد استفاده شد تا اطلاعات به دست آمده یکدیگر را کنترل و صحت‌بخشی نمایند.
- استفاده از همکاری و مشارکت مصاحبه‌کنندگان متعدد و خبره (۲۲۰ نفر تمام وقت و پاره وقت) و ارائه شماره تماس مصاحبه‌شوندگان به مصاحبه‌کنندگان به صورت تصادفی.
- ایجاد نظام بازخوردگیری برای پیمایش از طریق برقراری سامانه پیامکی، ایمیلی و تلفنی و برگزاری جلسات میان همکاران
- تحلیل و ثبت داده‌ها و اطلاعات در بانک اطلاعاتی همزمان با حصول نتایج اولیه به منظور اصلاح خطاهای احتمالی و نظام‌مندسازی فعالیت‌ها برای بازبینی روند کار.
- بررسی از جهات مختلف: اجرای چند تکنیک به صورت همزمان و یا غیر همزمان و مقایسه نتایج حاصله به منظور بررسی مجدد و حصول اطمینان از نیل پژوهش به اهداف خود.
- ارزیابی پایایی کدگذاران در طول زمان: در این راستا یک بار در میانه کار و پس از تأیید پرسش‌نامه و بار دیگر پس از اجرای کار، کدگذاری انجام شد. با انجام آزمون کوهن و محاسبه شاخص کاپای کوهن، مقدار این شاخص $k=0.85$ به دست آمد. این مقدار حاکی از آن است که نتایج حداقل 0.85 ، مشابهت دارند و پایایی، بین کدگذاران برقرار است. لازم به ذکر است مغایرت‌ها اکثراً ناشی از این بود که تصور تیم تحلیل نسبت به اهداف به مرور تکامل می‌یافت و نه ناشی از اشتباه طبقه‌بندی.
- ارزیابی پایایی میان کدگذاران: علاوه بر سنجش نظر کدگذاران در طول زمان، در انتهای کار نظر هر یک از اعضای تیم تحلیل نیز به طور مستقل جمع‌آوری و بررسی گردید. پس از انجام آزمون، همچون مورد قبل، شاخص کاپای کوهن 0.85 به دست آمد که نشانگر پایایی میان کدگذاران است. در این مورد نیز همانند مسئله بالا، مغایرت‌ها اکثراً ناشی از تفاوت تصور اعضا نسبت به اهداف بود و نه ناشی از اشتباه در تحلیل.

نتایج حاصله

با استفاده از خروجی‌های طرح شهید افشار می‌توان به شناختی دقیق، روشن و قابل استناد از ظرفیت‌ها، توانمندی‌ها و ویژگی‌های متنوع سربازان و افسران جنگ نرم در استان‌های مورد پیمایش رسید. به طور قطع، تحلیل مقایسه‌ای آمارهای کمی با آمارهای کیفی نهایی، نقاط ضعف و قوت و خلأهای هر استان را برای برنامه‌ریزی دقیق‌تر آشکار می‌کند.



دست‌آوردهای این طرح به شرح ذیل است:

- تحلیل دقیق و آماری وضعیت فعالان فرهنگی به تفکیک استان‌های مورد پیمایش
- شناسایی فعالان و مؤسسات فرهنگی شاخص در سطح استان‌ها
- ارزیابی ضعف‌ها و قوت‌های فرهنگی استان‌های تحت پیمایش
- تفکیک دقیق علائق، ذائقه‌ها و سطح‌بندی فرهنگی - اجتماعی عناصر جبهه
- بررسی میزان کارایی ابزارهای ارتباطی مانند پیامک، نشریه، فضای مجازی، ارتباط چهره به چهره و ...
- شناسایی و رصد سبک زندگی طیف گسترده عناصر فرهنگی و ارائه آمارهایی درباره آن
- بررسی میزان کارایی روش‌های آموزشی
- جمع‌آوری اطلاعات تفصیلی حدود ۲۵۰۰۰ فعال فرهنگی به صورت متمرکز و ۴۰۰۰۰ نفر دیگر به صورت اجمال

نقاط قوت و ضعف

- سرعت بالای اجرای در عین متمرکز بودن
- امکان برقراری ارتباط بین اطلاعات متناظر در مصاحبه‌های مختلف و به وجود آمدن روایی‌سنجی درونی
- پیش‌روی با مدل گلوله برفی (شنا سایی افراد جدید)، بالا بردن درجه جامعیت شنا سایی و امکان ارزیابی مانعیت شناسایی برحسب تعداد افراد معرفی شده
- اجرای شناسایی متمرکز به منظور بالا بردن یکپارچگی اطلاعات با روشی سریع و نسبتاً کم هزینه
- جلوگیری از ثبت اطلاعات غلط در پایگاه داده
- لذت بردن مخاطب از ارائه سوابق خود و مؤسسه مربوطه و جلوگیری از ایجاد دل‌زدگی
- پرسش‌های کمتر و حجم اطلاعات دریافتی بیشتر و دقیق‌تر
- بررسی فرد، مجموعه، مهارت، فعالیت و محصول به صورت عمومی و تخصصی
- پایگاه داده و سئوالات به نحوی طراحی شده که تمرکز بر تجزیه فرد است و اطلاعاتی دریافتی از سایر عناصر فرهنگی یعنی فعالیت، محصول، مجموعه، مهارت، زمان و مکان غیردقیق است. لذا امکان ذخیره‌سازی یکپارچه اطلاعات این عناصر وجود ندارد. برای ذخیره‌سازی یکپارچه این اطلاعات لازم است جزئیات مربوط به هر یک از این عناصر اخذ و ثبت شود تا احتمال ثبت تکراری یک عنصر در پایگاه داده به حداقل ممکن برسد.
- سئوالات حوزه نظرسنجی خصوصاً مواردی مثل زمان مشاهده تلویزیون، میزان مطالعه روزنامه و ...



حساسیت‌زا بوده و در بسیاری موارد عکس العمل منفی مخاطب را در پی داشته است.

- سوال مربوط به معرفی فعال فرهنگی بسیار بسیط مطرح می‌شود و مخاطب لزوماً افرادی را که با آنها ارتباط فرهنگی داشته معرفی نمی‌کند. مضاف بر این که هیچ مکانیسمی برای سنجش وضعیت ارتباطی مخاطب با فرد معرفی شده وجود ندارد.

- چنان‌که انتظار می‌رفت به دلیل اجرای متمرکز این طرح، بخشی از اطلاعات بومی در نظر گرفته نشد و لذا نقایصی محدود در اطلاعات جمع‌آوری شده پدید آمد که با تکمیل سامانه شهید باقری و شکل‌گیری ستادهای استانی، جزئیات بعضاً نادرست اصلاح شده و یا خواهند شد.



شماره پرونده:

سلام جناب آقای/ سرکار خانم [نام مخاطب]؛ من [نام پرسشگر] (پرسشگر حتماً باید خود را با نام خانوادگی معرفی کند) هستم از طرف بنیاد فرهنگی خاتم الاوصیاء^ع در تهران مزاحم می‌شوم تا جهت برنامه‌ریزی‌های فرهنگی بنیاد، از شما به عنوان فعال فرهنگی شهر [شهر مخاطب] مشورت بگیریم

۱. آیا تا به حال با فعالیت‌های این بنیاد مواجه بوده‌اید؟ نظر شما در مورد این اقدامات چیست؟ عدم شناخت در صورت عدم آشنایی بعضی اقدامات ذکر شود.

برنامه ۱:	ارزیابی: خوب <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> ضعیف <input type="checkbox"/> بدون شناخت <input type="checkbox"/>	توضیح:
برنامه ۲:	ارزیابی: خوب <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> ضعیف <input type="checkbox"/> بدون شناخت <input type="checkbox"/>	توضیح:
برنامه ۳:	ارزیابی: خوب <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> ضعیف <input type="checkbox"/> بدون شناخت <input type="checkbox"/>	توضیح:

۲. از بنیاد خاتم الاوصیاء^ع چه می‌دانید، لطفاً نظر خود را راجع به این بنیاد ذکر نمایید: عیناً یادداشت شود

ارزیابی	هیچ شناختی از بنیاد ندارد <input type="checkbox"/> بنیاد را فقط با نام مسئولین آن می‌شناسد <input type="checkbox"/> تا حدی با نام و مأموریت‌های بنیاد آشناست <input type="checkbox"/> شناخت خوبی از بنیاد دارد <input type="checkbox"/>
---------	---

معرفی بنیاد

بنیاد فرهنگی خاتم الاوصیاء (عج) با هدف جبهه سازی و هماهنگی فعالان و موسسات فرهنگی انقلابی و غیر دولتی با تلاش جمعی از فعالان فرهنگی با سابقه کشور و مدیریتت حاج حسین یکتا حدود دو سال است راه اندازی شده. در این مدت از طریق ارتباط گیری با مجموعه‌های فرهنگی و حضور در تمامی مراکز استان‌های کشور و نیز از طریق کارگروه‌های تخصصی مثل کارگروه‌های کتاب، رسانه، هیأت، کانون‌های تربیتی و ... اقدام به ایجاد ارتباط و راه‌اندازی برنامه‌هایی جهت آموزش و توانمندسازی فعالان فرهنگی کرده است. می‌خواهیم نظر شما را به عنوان یکی از فعالان فرهنگی شهر ... جهت استفاده در برنامه‌ریزی‌های آینده بنیاد، برای جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی جویا شویم. (پرسشگر باید در خصوص ساختار، اهداف بنیاد به همه سوالات مخاطب جواب دهد).

آیا در سئوایی هستید که بتوانیم چند دقیقه گفتگو کنیم؟ اگر نه، وقت دیگری مزاحم شوم... ممکن است شماره تلفن ثابت خود را بفرمایید تا به خط ثابت شما زنگ بزنیم؟

ذائقه سنجی فکری - آموزشی

۳. به نظر شما چه موضوعات فکری یا مهارت فرهنگی برای آموزش فعالان فرهنگی از اهمیت بیشتری برخوردار است؟
توضیح مخاطب:

از جدول شماره ۱ کد و موضوع و سپس زیر موضوع را یادداشت کنید.

کد	موضوع	زیر موضوع	کد	موضوع	زیر موضوع

۴. خود شما در کدامیک از موضوعات فکری یا مهارت فرهنگی دارای سابقه تدریس، سخنرانی، مطالعه یا حتی دارای علاقه مندی هستید؟
توضیح مخاطب:

از جدول شماره ۱ کد و موضوع و سپس زیر موضوع را یادداشت کنید.

کد	موضوع	زیر موضوع	میزان مهارت	ذکر دلیل
			در حد تدریس <input type="checkbox"/> دارای مطالعه <input type="checkbox"/> علاقه مند <input type="checkbox"/>	
			در حد تدریس <input type="checkbox"/> دارای مطالعه <input type="checkbox"/> علاقه مند <input type="checkbox"/>	
			در حد تدریس <input type="checkbox"/> دارای مطالعه <input type="checkbox"/> علاقه مند <input type="checkbox"/>	





۵. الان اگر یک دوره آموزشی خیلی خوب در شهر شما برگزار شود خود شما در چه موضوعاتی شرکت می‌کنید؟

توضیح مخاطب:

از جدول شماره ۱ کد و موضوع و سپس زیر موضوع را ثبت کنید.

کد	موضوع	زیر موضوع	کد	موضوع	زیر موضوع

۶. شما برای آموزش فعالان فرهنگی چه قالب‌هایی را پیشنهاد می‌کنید؟

توضیح مخاطب:

از جدول شماره ۲ کد و قالب آموزشی و سپس قالب فرعی را ثبت کنید.

کد	قالب	قالب فرعی	کد	قالب	قالب فرعی

دائمه‌سنجی تشکیلاتی

۷. شما تا به حال با چه مجموعه‌های فرهنگی همکاری داشته‌اید؟ منظور مجموعه‌های غیر دولتی و مردمی است.

توضیح مخاطب:

حی‌المعمور نام مجموعه یا موسسه به صورت دقیق ثبت شود.

نام مجموعه یا موسسه	نام مدیر	توضیح: نوع تعامل فرد با مجموعه

۸. شما در چه زمینه‌هایی (قالب‌هایی) فعالیت فرهنگی انجام داده‌اید؟

توضیح مخاطب:

از جدول شماره ۳ کد قالب فعالیت فرهنگی و سپس قالب فرعی را بنویسید.

کد	قالب	قالب فرعی	کد	قالب	قالب فرعی
کد قالب تخصصی مخاطب:			قالب تخصصی مخاطب:		

۹. به طور متوسط چقدر از وقتتان را در هفته برای فعالیت فرهنگی صرف می‌کنید؟

توضیح مخاطب:

به صورت تمام وقت فقط کار فرهنگی میکنم <input type="checkbox"/>	به طور متوسط ساعت در روز <input type="checkbox"/>	هفته <input type="checkbox"/>	ماه <input type="checkbox"/>	گاهی، برای کمک به دوستان <input type="checkbox"/>
--	---	-------------------------------	------------------------------	---





شماره پرونده:

۱۰. اگر در حوزه خاصی (هر نوع) مسئولیت یا سابقه اجرایی دارید ممکن است بفرمایید؟

توضیح مخاطب:

مسئولیت‌های مختلف (دولتی و غیردولتی): نوع مسئولیت مثل: مدیر، کارشناس، مسئول، کارمند، همکار، عضو ... واحد یا تخصص مثل: امور مالی، فرهنگی، فنی، شورا، هیئت امناء، ...

توضیح	سازمان یا موسسه	واحد یا تخصص	نوع مسئولیت

۱۱. کدامیک از مجموعه‌های (غیر دولتی) شهر خودتان را در فعالیتهای فرهنگی سرآمد می‌دانید؟

توضیح مخاطب:

نام مجموعه یا موسسه به صورت دقیق ثبت شود

توضیح	نام مدیر	نام مجموعه یا موسسه

۱۲. آیا تا کنون با سازمانهای فرهنگی دولتی در استان خود تعامل داشته اید؟ نظر شما در مورد عملکرد هر کدام از این سازمان‌ها چیست؟

توضیح مخاطب:

تنها صداسیما و سازمان تبلیغات به عنوان نمونه گفته شود.

توضیح	ارزیابی	نوع تعامل	نام سازمان
	خوب <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> ضعیف <input type="checkbox"/> بدون شناخت <input type="checkbox"/>		
	خوب <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> ضعیف <input type="checkbox"/> بدون شناخت <input type="checkbox"/>		
	خوب <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> ضعیف <input type="checkbox"/> بدون شناخت <input type="checkbox"/>		

۱۳. می‌توانید مشکلات فرهنگی منطقه خود را بیان کنید؟ عیناً یادداشت شود.

۱۴. حالا به نظر شما راه حل چیست؟ کم بزنید و عیناً یادداشت کنید.

ارزیابی تحلیل مخاطب از مشکلات فرهنگی شهر:	عمیق و عالمانه <input type="checkbox"/> تحلیل خوب <input type="checkbox"/> تحلیل معمولی <input type="checkbox"/> سطحی و عوام <input type="checkbox"/> پاسخ های بی ربط <input type="checkbox"/> بی پاسخ <input type="checkbox"/>
---	---

۱۵. به نظر شما تفکرات کدامیک از بزرگان در آن منطقه باید مبنای حرکت فعالان جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی قرار گیرد؟ اگر بخواهید

در منطقه خود یک نفر را که مناسب جایگاه فرماندهی جبهه فرهنگی انقلاب است انتخاب کنید چه کسی را انتخاب می‌کنید؟

توضیح مخاطب:

فرد ۱:	معرفی:
فرد ۲:	معرفی:

۱۶. اگر ممکن است چند نفر از نیروهای متدین، مخلص و کارداران در امور فرهنگی را که می‌شناسید جهت همکاری با بنیاد به ما معرفی کنید.

توضیح مخاطب:

درخواست کنید حداقل شش تا هفت نفر را معرفی کند.

نام و نام خانوادگی	شماره موبایل	معرفی
۱		
۲		
۳		
۴		
۵		
۶		
۷		
۸		
۹		
۱۰		

۱۷. شما با دوستان حزب اللهی خود بیشتر کجاها یکدیگر را می‌بینید؟ محل قرار و دور هم جمع شدن شما و دوستانتان چه مکان‌هایی

است؟

توضیح مخاطب:

۱:	۲:	۳:	۴:
----	----	----	----

ذائقه سنجی هنری و رسانه‌ای

۱۸. به نظر شما بهترین رسانه برای فعالیت فرهنگی چیست؟

سینما تلویزیون رادیو فضای مجازی روزنامه مجله

توجه در سؤالات زیر نام برنامه تلویزیونی، سایت، روزنامه یا مجله را نباید پرسید فقط اگر مخاطب گفت در جدول‌ها ثبت می‌شود.

۱۹. مگلا خود شما معمولاً در شبانه روز چقدر وقت خود را صرف تماشای تلویزیون می‌کنید؟ ساعت در روز هفته ماه

۱:	۲:	۳:
----	----	----

۲۰. هر چند وقت یکبار روزنامه می‌خوانید؟

هر روز هفته‌ای یک یا دو روز گاهی در اماکن عمومی به ندرت اصلاً / از طریق: روزنامه کاغذی اینترنت

۱:	۲:	۳:
----	----	----

۲۱. چقدر وقت خود را صرف خواندن مجلات و نشریات هفتگی یا ماهانه می‌کنید؟

اصلاً به ندرت ماهیانه یک یا دو بار هر هفته نمی‌دانم یا بدون جواب

۱:	۲:	۳:
----	----	----

شماره پرونده:

۲۲. از طریق چه رسانه‌های بیانات رهبر انقلاب را دنبال می‌کنید؟ تلویزیون □ رادیو □ روزنامه □ مجلات □ اینترنت □ پیامک □ دوستان □

۲۳. مگلا آخرین صحبتی که از ایشان شنیده‌اید از طریق چه رسانه‌ای بوده؟ (چیزی از محتوای بیانات ایشان در خاطر دارید؟)

توضیح مخاطب:

ارزیابی مخاطب از نظر میزان پیگیری سخنان رهبر انقلاب:

دارای پیگیری و سطح اطلاعات بسیار زیاد □ تاحدی پیگیر و مطلع است □ اطلاعاتش در حد کلیات و عناوین خبری است □ این کار را بی‌فایده می‌داند □ عدم احراز □

۲۴. لطفاً کتاب‌هایی که از نظر شما برای مطالعه فعالان فرهنگی مفید یا ضروری است به ما معرفی نمایید. الان حضور ذهن ندارم □

توضیح مخاطب:

موضوعات
مصادیق
نویسندگان

۲۵. تا چه میزان اهل مطالعه کتاب (غیردرسی) هستید؟ ساعت در روز □ هفته □ ماه □

توضیح مخاطب:

۲۶. چه میزان از اینترنت استفاده می‌کنید؟ ساعت در روز □ هفته □ ماه □ / از منزل □ کافی نت □ محل کار □ موبایل □ / رایانه

ندارد □

۱:	۲:	۳:
----	----	----

۲۷. آیا در حوزه فضای مجازی و رایانه مهارت و تخصص خاصی دارید؟

توضیح مخاطب:

از جدول شماره ۴ کد و مهارت دیجیتال و سپس مهارت فرعی را بنویسید.

کد	مهارت اصلی	مهارت فرعی	سطح مهارت	توضیح
			حرفه‌ای □ خوب □ مبتدی □ علاقه مند □	
			حرفه‌ای □ خوب □ مبتدی □ علاقه مند □	
			حرفه‌ای □ خوب □ مبتدی □ علاقه مند □	

۲۸. در مورد هنر چطور؟ به نظر شما چه قالب هنری برای فعالیت‌های فرهنگی تأثیرگذاری بیشتری دارد؟

توضیح مخاطب:

از جدول شماره ۵ کد قالب اصلی هنری و سپس قالب فرعی را بنویسید.

کد	قالب	قالب فرعی	کد	قالب	قالب فرعی

۲۹. خود شما در کدام زمینه از فنون هنری بیشتر مهارت داشته یا به آن حوزه علاقه‌مندید؟

توضیح مخاطب:

از جدول شماره ۵ کد و قالب اصلی هنری و سپس قالب فرعی را بنویسید.

کد	مهارت اصلی	مهارت فرعی	سطح مهارت	توضیح
			حرفه‌ای □ خوب □ مبتدی □ علاقه مند □	
			حرفه‌ای □ خوب □ مبتدی □ علاقه مند □	
			حرفه‌ای □ خوب □ مبتدی □ علاقه مند □	

۳۰. چقدر در روز یا هفته ورزش می‌کنید؟

هر روز هفته‌ای یک یا دو روز چند بار در ماه گاهی با دوستان همراه می‌شوم اصلاً نوع ورزش.....

خیلی از همکاری شما سپاسگزارم. اگر اشکال ندارد برای تسهیل ارتباط بعدی و احیاً ارسال بسته‌های فرهنگی برای شما، چند سوال دیگر بپرسم ...

۳۱. ممکن است آدرس خود را بفرمایید: (حتماً نام شهرستان، شهر یا روستای مخاطب را پرسیده در صفحه اول، اصلاح و یا ثبت

تمایید.)

۳۲. متولد چه سالی هستید؟ مجرد هستید یا متأهل؟ فقط متاهل یا مجرد بودن و تعداد فرزندان سوال شود بقیه موارد در صورت بیان مخاطب ثبت شود.

متولد سال (۱) مجرد (۲) متأهل سایر موارد بر اساس جدول شماره ۶: تعداد فرزند

۳۳. ممکن است میزان تحصیلات خود را بفرمایید؟

تحصیلات غیر عالی (۱)		تحصیلات عالی (۲)		طلبه (۳)	
۱۱	بی سواد - کم سواد	۲۱	فوق دیپلم	۳۱	پایه
۱۲	تا پایان ابتدایی	۲۲	لیسانس	۳۲	سطح
۱۳	تا سیکل	۲۳	فوق لیسانس	۳۳	درس خارج، سال چندم؟
۱۴	تا دیپلم / پیش دانشگاهی	۲۴	دکتر	۳۴	استاد خاص:
دانشجو <input type="checkbox"/> / فارغ التحصیل <input type="checkbox"/>		ورودی سال:		سال فارغ التحصیلی:	
رشته تحصیلی		نام دانشگاه (حوزه و...)		شهر محل تحصیل	

۳۴. شغل فعلی شما چیست؟

کد موضوع شغل بر اساس جدول شماره ۷: عنوان دقیق شغل:

۳۵. چقدر از شغل خود راضی هستید؟ در قالب ۵ گزینه‌ای
زیاد متوسط کم اصلاً بی‌کار

۳۶. اگر امکان تغییر و یا انتخاب شغل جدید برای شما وجود داشته باشد به چه شغل‌های دیگری علاقه دارید؟ مصدق ثبت شود.

۳۷. اگر در هر زمینه خاصی غیر از مواردی که تا اینجا فرمودید، تجربه یا مهارت دارید لطفاً بیان کنید.

۳۸. در آخر اگر نکته یا ایده خاصی در زمینه فعالیت‌های فرهنگی دارید بفرمایید.

۳۹. اگر مایل هستید می‌توانید فهرستی از سوابق (رزومه) خود را به آدرس ایمیلی که برای شما با پیامک می‌فرستیم ایمیل کنید، چند وقت

یکبار ایمیل خود را چک می‌کنید؟ بار در روز هفته ماه / ندارد لطفاً آدرس ایمیل خود را هم به شماره پیامک ما ارسال کنید.

در پایان پس از تشکر و سپاسگزاری گرم و صمیمانه از همکاری مخاطب، شماره پیامک ۰۰۰۰۴۴۷۶۱ را برای دریافت نظرات و سوالاتش به وی اطلاع دهید.



جمع‌بندی پرسشگر از شخصیت مخاطب

توجه: گزینه‌های خیلی خوب و اندک را تنها در صورت بروز قابل توجه مثبت یا منفی آن ویژگی در مخاطب و حتماً با ذکر دلیل می‌توان علامت زد.

ردیف	ایماد	خیلی خوب	خوب	متوسط	اندک	بدون بروز	ذکر دلیل
۱	دغدغه‌مندی نسبت به ولایت و رهبری						
۲	روحیه مدیریتی و سازماندهی						
۳	دارا بودن محوریت						
۴	خلاقیت و نوآوری						
۵	سعه‌صدر در پاسخگویی						
۶	روابط عمومی و فن بیان						
۷	روحیه مطالعه						
۸	توانمندی فکری و قوه تحلیل						
۹	شناخت نیروهای منطقه						
۱۰	ارتباط با بزرگان فرهنگی						
۱۱	توانمندی اجرایی						
۱۲	توانمندی رسانه‌ای						
۱۳	توانمندی هنری						
۱۴	لحن پاسخگویی مخاطب	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	محافظة کارانه <input type="checkbox"/> لحن غیر جدی <input type="checkbox"/> پاسخگویی متناقض <input type="checkbox"/> همراه با اغراق و مبالغه <input type="checkbox"/> پاسخگویی متناقض <input type="checkbox"/> محافظه کارانه <input type="checkbox"/>

وضعیت کلی مخاطب (در صورت احراز)

از مدیران ادارات و نهادهای عمومی <input type="checkbox"/>	مستول مجموعه فرهنگی <input type="checkbox"/>	صاحب نقوذ و جریان ساز <input type="checkbox"/>	فعال فرهنگی عمومی <input type="checkbox"/>
نام نهاد مسئولیت:	نام مجموعه یا موسسه:	توضیح: شخصی که توانایی جریان سازی در بین مجموعه های فرهنگی ولایت را دارد و دارای عمق نفوذ و تاثیر است.	توضیح: فعال فرهنگی که سه شاخص قبلی را دارا نیست ولی بار اجرایی فعالیتی را بر دوش دارد.
افسر فرهنگی در منطقه خود <input type="checkbox"/>	نیروی ویژه در زمینه خاص <input type="checkbox"/>	جزو فعالان فرهنگی نمی‌باشد <input type="checkbox"/>	حزب الهی نیست <input type="checkbox"/>
توضیح: فردی که دارای محوریت فکری یا اجرایی در بین جمعی از فعالان فرهنگی شهر است	زمینه: ...	علت:	علت:
گستره اثرگذاری مخاطب در صورت دارا بودن: <input type="checkbox"/> محله ای <input type="checkbox"/> شهری <input type="checkbox"/> شهرستانی <input type="checkbox"/> استانی <input type="checkbox"/> منطقه ای <input type="checkbox"/> ملی <input type="checkbox"/> جهان اسلام <input type="checkbox"/> بین المللی <input type="checkbox"/>			

نظر نهایی پرسشگر (به همراه موارد خاص و ملاحظات)

مدت مکالمه: دقیقه	ساعت و دقیقه پایان مکالمه:	نام و امضای پرسشگر:



طرح شهید علیرضا افشار مشهد

شناسایی تخصصی فعالان و مجموعه‌های فرهنگی شهر مشهد



تاریخ اجرا و مجری

طرح شهید علیرضا افشار مشهد در تابستان ۱۳۹۲ توسط موسسه فرهنگی توسعه داده نیروی انسانی ایرانیان اجرا شد.

هدف و ضرورت اجرا

این طرح به منظور شناسایی تخصصی فعالان و مجموعه‌های فرهنگی شهر مشهد و کشف ارتباطات این عناصر با یکدیگر اجرا شد.

شیوه اجرای طرح

به طور کلی طرح شناسایی و نظرسنجی شهید افشار مشتمل بر پنج بخش بود: ویژگی‌های فرد، ویژگی‌های محیط (فضای استان و شهر)، ویژگی‌های سایر فعالان فرهنگی، ویژگی‌های سایر مجموعه‌ها و نظرسنجی. در این طرح به طور کلی برای فعالیت فرهنگی چهار رکن تعریف شد که به قرار ذیل می‌باشد:

۱- مجموعه (مؤسسه، مسجد، پایگاه مقاومت و...)

۲- محصول (کتاب، سی دی و...)

۳- فعالیت (طرح صالحین و...)

۴- فرد (فعال فرهنگی)

سپس به دلیل ضرورت استفاده از یک روش یا ابزار برای مرتبط کردن ارکان فوق به یکدیگر، پرسش‌نامه‌ای طراحی گشت که مشتمل بر سه بخش بود:

الف- تعیین نوع ارتباط فعال فرهنگی با سایر ارکان فعالیت فرهنگی؛ با مجموعه‌ها و محصولات و با ابعاد مکانی و زمانی فعالیت

ب- ترجیح یکی از مصادیق ارکان دیگر فعالیت فرهنگی

پ- تجزیه شخصی فرد (رشته تحصیلی، شغل و...)

پس از طراحی پرسش‌نامه، اطلاعات مدنظر از طریق تماس تلفنی و انجام مصاحبه با فعالان فرهنگی شناسایی شده، جمع‌آوری شد.



نتایج حاصله

- شناسایی تخصصی ۴۰۰۰ فعال فرهنگی

نقاط قوت و ضعف

- کسب اطلاعات تخصصی به دلیل عدم تکثر و عدم گستردگی سئوالات
- فراهم بودن ابزارهای مناسب برای سنجش اطلاعات شخصی مصاحبه شونده همچون ساعات مطالعه نشریه
- دست یافتن به تبیینی مناسب از محیط
- عدم تحقق زیرساخت‌های فنی طرح (همچون ثبت اطلاعات در سامانه و گزارش‌گیری) همزمان با اجرای

طرح

- متصل نبودن شناسایی به عملیات؛ عدم استفاده میدانی اطلاعات به دست آمده بلافاصله بعد از اتمام طرح
- عدم تجزیه و تحلیل اطلاعات



طرح شهید علمیرضا افشار گلستان

شناسایی فعالان و مجموعه‌های فرهنگی استان گلستان



تاریخ اجرا و مجری

طرح شهید افشار گلستان در اسفند ۱۳۹۲ و بهار ۱۳۹۳ توسط موسسه فرهنگی توسعه داده نیروی انسانی ایرانیان و ستاد مردمی جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی استان گلستان در گستره استان گلستان اجرا شد.

هدف و ضرورت اجرا

به منظور شناسایی بهتر عرصه فرهنگی و آزمایش روشی نوین در پیمایش فعالان فرهنگی، طرح شهید افشار گلستان اجرا شد.

شیوه اجرا

کلیت این طرح همانند طرح شهید افشار مشهد می‌باشد، با این تفاوت که شیوه اجرای آن دست‌خوش تغییراتی شد.

در این طرح مقرر گردید مؤسسه توسعه داده نیروی انسانی ایرانیان فعالان فرهنگی استان را شناسایی کرده و لیستی از آنها را به منظور پیمایش و مصاحبه تلفنی و کسب اطلاعات تخصصی، شخصیتی و... در اختیار ستاد استان گلستان قرار دهد. لذا به منظور شناسایی اولیه، فرم جدیدی طراحی گشت که دارای سئوالاتی متفاوت برای معرفی و شناسایی فعالان فرهنگی جدید بود. با استفاده از این فرم و از طریق برقراری تماس تلفنی با فعالان فرهنگی شناسایی شده در طرح‌های قبلی، تعداد زیادی از فعالان فرهنگی جدید را شناسایی کرده و به منظور پیمایش در اختیار ستاد استان قرار داد.

پس از طی این مراحل، ستاد استان گلستان با استفاده از فرم شناسایی و مصاحبه طرح شهید افشار مشهد اقدام به پیمایش تلفنی فعالان فرهنگی شناسایی شده نمود. اهم سئوالات مطرح شده در مصاحبه به شرح ذیل می‌باشد:

- فعالیت‌های فرهنگی‌ای که مخاطب در برگزاری آن‌ها مشارکت داشته است.
- معرفی سه مورد از فعالیت‌های فرهنگی موفق و مؤثری که مخاطب می‌شناسد.
- تعامل و ارتباط مخاطب با مجموعه‌های فرهنگی دیگر
- معرفی سه مورد از فعالیت‌های فرهنگی انقلابی و موفق شهر خود
- بیان مهم‌ترین مشکلات و تهدیدات در آداب و رسوم، اقتضانات طبیعی و جغرافیایی منطقه یا شهر خود
- بیان مهم‌ترین پتانسیل مثبت و یا فرصت‌ها در آداب و رسوم، اقتضانات طبیعی و جغرافیایی منطقه یا شهر خود



- بیان مهم‌ترین تخصص یا مهارت خود
- معرفی چند نفر از شخصیت‌های کشوری مورد قبول و تأثیرگذار در جریان فرهنگی کشور
- مهم‌ترین نیازهای فعالان فرهنگی از دیدگاه خود

نتایج حاصله

- شناسایی ۵۰۰۰ فعال فرهنگی و ۳۷۰۰ مجموعه فرهنگی

نقاط قوت و ضعف

در مجموع این طرح با رویکرد تلفیق نمودن شناسایی متمرکز و غیر متمرکز در یک طرح صورت گرفت، شناسایی اجمالی و کلی به صورت متمرکز و شناسایی تفصیلی به صورت غیرمتمرکز و با استانداردهای مشخص انجام شد. در صورت هماهنگی بیشتر مجری عملیات متمرکز و مجری عملیات غیر متمرکز و جمع آوری اطلاعات تفصیلی همه افراد شناسایی شده در مرحله اجمالی و همچنین فراهم شدن بهتر زیرساخت نرم افزاری این روش می‌توانست الگویی بسیار موفق و قابل تعمیم باشد.

بسم‌تعالی

کاربرگ شورت و بهره‌گیری از نظرات کارشناسان و فعالان فرهنگی

همسنگر گرامی؛

سلام علیکم به منظور کسب شناخت بهتر از وضعیت فرهنگی شهرمان برای برنامه ریزی ها و اقدامات آتی پرسشنامه پیش رو تهیه شده است، خواهشمندیم با دقت و تمرکز کامل تک تک سوالات را مطالعه و تکمیل نمایید. در هر مورد که تمایلی به ابراز نظر نداشتید می‌توانید سؤال مربوطه را بدون پاسخ بگذارید.

لطفاً پس از تکمیل پرسشنامه آن را در پاکت در بسته قرار داده و به پرسشگر تحویل دهید.

۱. لطفاً فعالیتهای فرهنگی که در برگزاری آن مشارکت داشته اید را به ترتیب معرفی نمایید.

عنوان فعالیت اول:

- ✓ موضوع:
- ✓ نوع: تولید محصول □ توزیع محصول □ انجام خدمات □ سایر موارد: ...
- ✓ سنخ مخاطب:
- ✓ یک بار انجام شده □ سال اجرا: به صورت هفتگی □ ماهانه □ سالانه □ مقطعی □ از سال: تا سال: برگزار شده است.
- ✓ محل اجرا:
- ✓ نقش یا سمت شما در این برنامه:
- ✓ زیر نظر کدام مجموعه فرهنگی این فعالیت اجرا شده:
- ✓ نام مدیر مجموعه متولی:
- ✓ شماره تلفن:
- ✓ به صورت مختصر مهمترین ویژگی این برنامه را شرح دهید.

✓ سه نفر از افراد محوری همکار در این فعالیت را معرفی کنید.

نام و نام خانوادگی	شماره موبایل	نقش یا سمت در این فعالیت	توضیحات

عنوان فعالیت دوم:

- ✓ موضوع:
- ✓ نوع: تولید محصول □ توزیع محصول □ انجام خدمات □ سایر موارد: ...
- ✓ سنخ مخاطب:
- ✓ یک بار انجام شده □ سال اجرا: به صورت هفتگی □ ماهانه □ سالانه □ مقطعی □ از سال: تا سال: برگزار شده است.

✓ محل اجرا:

✓ نقش یا سمت شما در این برنامه:

✓ زیر نظر کدام مجموعه فرهنگی این فعالیت اجرا شده:

✓ نام مدیر مجموعه متولی: شماره تلفن:

✓ به صورت مختصر مهمترین ویژگی این برنامه را شرح دهید.

✓ سه نفر از افراد محوری همکار در این فعالیت را معرفی کنید.

نام و نام خانوادگی	شماره موبایل	نقش یا سمت در این فعالیت	توضیحات

✓ عنوان فعالیت سوم:

✓ موضوع:

✓ نوع: تولید محصول □ توزیع محصول □ انجام خدمات □ سایر موارد: ...

✓ سنخ مخاطب:

✓ یک بار انجام شده □ سال اجرا: به صورت هفتگی □ ماهانه □ سالانه □ مقطعی □ از سال: تا سال: برگزار شده است.

✓ محل اجرا:

✓ نقش یا سمت شما در این برنامه:

✓ زیر نظر کدام مجموعه فرهنگی این فعالیت اجرا شده:

✓ نام مدیر مجموعه متولی: شماره تلفن:

✓ به صورت مختصر مهمترین ویژگی این برنامه را شرح دهید.

✓ سه نفر از افراد محوری همکار در این فعالیت را معرفی کنید.

نام و نام خانوادگی	شماره موبایل	نقش یا سمت در این فعالیت	توضیحات

۲. سه مورد از فعالیتهای فرهنگی موفق و موثری را که میشناسید معرفی نمایید.

عنوان فعالیت اول:

✓ موضوع:

✓ نوع: تولید محصول □ توزیع محصول □ انجام خدمات □ سایر موارد: ...

✓ سنخ مخاطب:

✓ یک بار انجام شده □ سال اجرا: به صورت هفتگی □ ماهانه □ سالانه □ مقطعی □ از سال: تا سال: برگزار شده است.

✓ محل اجرا:

✓ نام و نام خانوادگی مسئول این فعالیت: شماره تلفن:

✓ زیر نظر کدام مجموعه فرهنگی این فعالیت اجرا شده:

✓ نام مدیر مجموعه متولی:

شماره تلفن:

✓ به صورت مختصر مهمترین ویژگی این برنامه را شرح دهید.

عنوان فعالیت دوم:

✓ موضوع:

✓ نوع: تولید محصول □ توزیع محصول □ انجام خدمات □ سایر موارد: ...

✓ سنخ مخاطب:

✓ یک بار انجام شده □ سال اجرا: به صورت هفتگی □ ماهانه □ سالانه □ مقطعی □ از سال: تا سال: برگزار شده است.

✓ محل اجرا:

✓ نام و نام خانوادگی مسئول این فعالیت: شماره تلفن:

✓ زیر نظر کدام مجموعه فرهنگی این فعالیت اجرا شده:

✓ نام مدیر مجموعه متولی:

شماره تلفن:

✓ به صورت مختصر مهمترین ویژگی این برنامه را شرح دهید.

عنوان فعالیت سوم:

✓ موضوع:

✓ نوع: تولید محصول □ توزیع محصول □ انجام خدمات □ سایر موارد: ...

✓ سنخ مخاطب:

✓ یک بار انجام شده □ سال اجرا: به صورت هفتگی □ ماهانه □ سالانه □ مقطعی □ از سال: تا سال: برگزار شده است.

✓ محل اجرا:

✓ نام و نام خانوادگی مسئول این فعالیت: شماره تلفن:

✓ زیر نظر کدام مجموعه فرهنگی این فعالیت اجرا شده:

✓ نام مدیر مجموعه متولی:

شماره تلفن:

✓ به صورت مختصر مهمترین ویژگی این برنامه را شرح دهید.

۳. با کدامیک از مجموعه های فرهنگی تعامل و ارتباط دارید؟

عنوان مجموعه اول:

- ✓ سمت و نقش شما در این مجموعه:
 - ✓ زمان همکاری از سال: تا سال:
 - ✓ نام مدیر مجموعه:
 - ✓ موضوع اصلی فعالیت این مجموعه:
 - ✓ مهمترین ویژگی و یا وجه تمایز این مجموعه چیست؟
- شماره تلفن:

عنوان مجموعه دوم:

- ✓ سمت و نقش شما در این مجموعه:
 - ✓ زمان همکاری از سال: تا سال:
 - ✓ نام مدیر مجموعه:
 - ✓ موضوع اصلی فعالیت این مجموعه:
 - ✓ مهمترین ویژگی و یا وجه تمایز این مجموعه چیست؟
- شماره تلفن:

عنوان مجموعه سوم:

- ✓ سمت و نقش شما در این مجموعه:
 - ✓ زمان همکاری از سال: تا سال:
 - ✓ نام مدیر مجموعه:
 - ✓ موضوع اصلی فعالیت این مجموعه:
 - ✓ مهمترین ویژگی و یا وجه تمایز این مجموعه چیست؟
- شماره تلفن:

۴. سه مورد از مجموعه های فرهنگی انقلابی و موفق شهر خود را معرفی نمایید.

عنوان مجموعه اول:

- ✓ نام مدیر مجموعه:
 - ✓ موضوع اصلی فعالیت این مجموعه:
- شماره تلفن:

عنوان مجموعه دوم:

- ✓ نام مدیر مجموعه:
 - ✓ موضوع اصلی فعالیت این مجموعه:
- شماره تلفن:

عنوان مجموعه سوم:

- ✓ نام مدیر مجموعه:
 - ✓ موضوع اصلی فعالیت این مجموعه:
- شماره تلفن:



۵. مهمترین مشکلات و تهدیدها در آداب و رسوم، اقتضانات طبیعی و جغرافیایی منطقه یا شهر خود را چه میدانید؟
لطفاً توضیح دهید

۶. مهمترین پتانسیل مثبت و یا فرصتها در آداب و رسوم، اقتضانات طبیعی و جغرافیایی منطقه یا شهر خود را چه میدانید؟ لطفاً توضیح دهید

۷. مهمترین تخصص یا مهارت حضر تعالی در چه زمینه ای است؟

موضوع مهارت اول: مبتدی ماهر سطح مهارت: حرفه ای

لطفاً به عنوان پیشکسوت، نیروی ماهر و نیروی بالقوه، هر کدام یک نفر را در زمینه این مهارت معرفی نمایید:

به عنوان	نام و نام خانوادگی	شماره موبایل	توضیحات
نیروی پیشکسوت			
نیروی ماهر			
نیروی بالقوه			

موضوع مهارت دوم: مبتدی ماهر سطح مهارت: حرفه ای

لطفاً به عنوان پیشکسوت، نیروی ماهر و نیروی بالقوه، هر کدام یک نفر را در زمینه این مهارت معرفی نمایید:

به عنوان	نام و نام خانوادگی	شماره موبایل	توضیحات
نیروی پیشکسوت			
نیروی ماهر			
نیروی بالقوه			

۸. در کدامیک از موضوعات فکری، فرهنگی و هنری دارای تخصص، تجربه یا علاقه مندی هستید؟

- ✓ موضوع ۱: متخصص ماهر مبتدی علاقه مند
- ✓ موضوع ۲: متخصص ماهر مبتدی علاقه مند
- ✓ موضوع ۳: متخصص ماهر مبتدی علاقه مند
- ✓ موضوع ۴: متخصص ماهر مبتدی علاقه مند

۹. به کدام مسجد شهر رفت و آمد بیشتری دارید؟

- ✓ این مسجد در کدام خیابان واقع شده؟
- ✓ ویژگی خاص و بارز این مسجد چیست؟



۱۰. اگر در مجموعه های دولتی، خصوصی یا مردمی، به غیر از مواردی که ذکر نمودید دارای سابقه یا مسئولیت خاصی هستید، ذکر نمایید.

۱۱. چند نفر از شخصیت‌های کشوری که به عنوان افراد تاثیر گذار در جریان فرهنگی مورد قبول شما هستند نام ببرید.

۱۲. چه کتابهایی را برای مطالعه فعالان فرهنگی پیشنهاد می کنید؟

۱۳. مهمترین نیازهای فعالان فرهنگی را بیشتر در چه حوزه هایی میدانید؟

۱۴. لطفاً موارد زیر را تکمیل نمایید:

✓ عنوان دقیق شغل:

چقدر از شغل خود رضایت دارید: زیاد متوسط اندک

✓ رشته تحصیلی ۱:

آخرین مقطع تحصیلی:

نام دانشگاه محل تحصیل:

سال ورود به دانشگاه:

✓ رشته تحصیلی ۲:

آخرین مقطع تحصیلی:

نام دانشگاه محل تحصیل:

سال ورود به دانشگاه:

✓ نام:

نام خانوادگی:

نام پدر:

✓ سال تولد:

کد ملی:

شماره تلفن همراه:

✓ آدرس پست الکترونیک:

تلفن ثابت:

✓ آدرس پستی:

۱۵. به عنوان سوال آخر بهترین تجربه خود در فعالیتهای فرهنگی را ذکر نمایید.

با تشکر و سپاس فراوان

کاربر برگ ضمیمه پانچ سوال اول

عنوان فعالیت چهارم:

- ✓ موضوع:
- ✓ نوع: تولید محصول □ توزیع محصول □ انجام خدمات □ سایر موارد:
- ✓ سنخ مخاطب:
- ✓ یک بار انجام شده □ سال اجرا: به صورت هفتگی □ ماهانه □ سالانه □ مقطعی □ از سال: تا سال: برگزار شده است.
- ✓ محل اجرا:
- ✓ نقش یا سمت شما در این برنامه:
- ✓ زیر نظر کدام مجموعه فرهنگی این فعالیت اجرا شده:
- ✓ نام مدیر مجموعه متولی: شماره تلفن:
- ✓ به صورت مختصر مهمترین ویژگی این برنامه را شرح دهید

عنوان فعالیت پنجم:

- ✓ موضوع:
- ✓ نوع: تولید محصول □ توزیع محصول □ انجام خدمات □ سایر موارد:
- ✓ سنخ مخاطب:
- ✓ یک بار انجام شده □ سال اجرا: به صورت هفتگی □ ماهانه □ سالانه □ مقطعی □ از سال: تا سال: برگزار شده است.
- ✓ محل اجرا:
- ✓ نقش یا سمت شما در این برنامه:
- ✓ زیر نظر کدام مجموعه فرهنگی این فعالیت اجرا شده:
- ✓ نام مدیر مجموعه متولی: شماره تلفن:
- ✓ به صورت مختصر مهمترین ویژگی این برنامه را شرح دهید

عنوان فعالیت ششم:

- ✓ موضوع:
- ✓ نوع: تولید محصول □ توزیع محصول □ انجام خدمات □ سایر موارد:
- ✓ سنخ مخاطب:
- ✓ یک بار انجام شده □ سال اجرا: به صورت هفتگی □ ماهانه □ سالانه □ مقطعی □ از سال: تا سال: برگزار شده است.
- ✓ محل اجرا:
- ✓ نقش یا سمت شما در این برنامه:
- ✓ زیر نظر کدام مجموعه فرهنگی این فعالیت اجرا شده:
- ✓ نام مدیر مجموعه متولی: شماره تلفن:

✓ به صورت مختصر مهمترین ویژگی این برنامه را شرح دهید

عنوان فعالیت هفتم:

✓ موضوع:

✓ نوع: تولید محصول □ توزیع محصول □ انجام خدمات □ سایر موارد:

✓ سنخ مخاطب:

✓ یک بار انجام شده □ سال اجرا: به صورت هفتگی □ ماهانه □ سالیانه □ مقطعی □ از سال: تا سال: برگزار شده است.

✓ محل اجرا:

✓ نقش یا سمت شما در این برنامه:

✓ زیر نظر کدام مجموعه فرهنگی این فعالیت اجرا شده:

✓ نام مدیر مجموعه متولی: شماره تلفن:

✓ به صورت مختصر مهمترین ویژگی این برنامه را شرح دهید

عنوان فعالیت هشتم:

✓ موضوع:

✓ نوع: تولید محصول □ توزیع محصول □ انجام خدمات □ سایر موارد:

✓ سنخ مخاطب:

✓ یک بار انجام شده □ سال اجرا: به صورت هفتگی □ ماهانه □ سالیانه □ مقطعی □ از سال: تا سال: برگزار شده است.

✓ محل اجرا:

✓ نقش یا سمت شما در این برنامه:

✓ زیر نظر کدام مجموعه فرهنگی این فعالیت اجرا شده:

✓ نام مدیر مجموعه متولی: شماره تلفن:

✓ به صورت مختصر مهمترین ویژگی این برنامه را شرح دهید

عنوان فعالیت نهم:

✓ موضوع:

✓ نوع: تولید محصول □ توزیع محصول □ انجام خدمات □ سایر موارد:

✓ سنخ مخاطب:

✓ یک بار انجام شده □ سال اجرا: به صورت هفتگی □ ماهانه □ سالیانه □ مقطعی □ از سال: تا سال: برگزار شده است.

✓ محل اجرا:

✓ نقش یا سمت شما در این برنامه:

✓ زیر نظر کدام مجموعه فرهنگی این فعالیت اجرا شده:

✓ نام مدیر مجموعه متولی: شماره تلفن:

✓ به صورت مختصر مهمترین ویژگی این برنامه را شرح دهید



باستفان

کاربرگ مشورت و بهره‌گیری از نظرات نخبگان فرهنگی استان

۱. لطفاً شرحی از فعالیتهای فرهنگی خود را از ابتدا تا کنون بفرمایید.
 - ✓ چرا چنین زمینه و قالب کاری
 - ✓ در طول این سالها با کدام مجموعه ها و نهادهای فرهنگی استان بیشتر تعامل داشته اید؟
 - ✓ آیا اثر یا محصول فرهنگی خاصی از نتیجه تلاشهای شما تولید شده است؟
 - ✓ در فعالیتهای خود با کدامیک از پیشکسوتان استان همکاری داشته اید؟
 - ✓ ممکن است مختصراً ایشان را نیز معرفی نمایید؟
۲. میتوانید بفرمایید چه فعالیتهای و اقدامات ناب فرهنگی از نظر شما در استان انجام شده است؟ (قدیماً و جدیداً)
 - ✓ کدام مجموعه یا نهاد را پیشرو و موفق تر از سایرین میدانید؟
۳. اصلی ترین مشکلات و مسایل استان از نظر شما چه مواردی است؟
۴. چه ظرفیتهای و پتانسیلهای مثبت فرهنگی به نظر شما در استان هست که مغفول مانده است؟
۵. در بین نخبگان و فعالان فرهنگی چه آفتها و مشکلاتی وجود دارد؟
۶. به نظر جنابعالی اولویت و تمرکز برنامه های فرهنگی استان در چه زمینه هایی باید باشد؟
- ۷.

با تشکر و سپاس فراوان



شرح شهید محمد همان آرا (۱)

شناسایی نخبگان و متخصصین فرهنگی کشور



تاریخ اجرا و مجری

طرح شهید جهان آرا (۱) در مرداد ماه ۱۳۹۳ در اردوگاه گل مکان م شهد مقدس در حاشیه برگزاری دوره آموزشی شهید بهشتی توسط مؤسسه فرهنگی توسعه داده نیروی انسانی ایرانیان انجام شد.

هدف و ضرورت اجرا

- شناسایی نخبگان و متخصصین فرهنگی استانها

شیوه اجرا

طرح شهید جهان آرا (۱) که از طریق مصاحبه حضوری اجرا شد، مشتمل بر دو بخش مصاحبه‌ای بود:

در بخش اول از فعالان فرهنگی نخبه و فرهیخته معرفی شده از جانب استانها خواسته شد تا در سه سطح مهارتی استاد و پیشکسوت، نخبه و حرفه‌ای و دارای استعداد بالقوه زیاد، حوزه‌هایی را عنوان کنند که در آنها توانمند هستند و سپس در مورد فعالیت‌های خود در آن حوزه، توضیح مختصری ارائه دهند.

در بخش دوم از فعالان فرهنگی مصاحبه‌شونده درخواست شد تا در سطوح ذکر شده فوق و در موضوعات مختلف، فعالان فرهنگی انقلابی، نخبه و برگزیده استان خویش را معرفی کرده و در مورد فعالیت‌های فرد معرفی شده در آن حوزه توضیحات مختصری ارائه نمایند.

بعد از اتمام مصاحبه‌ها و جمع بندی اطلاعات گردآوری شده، توضیحات نسبتاً مفصلی در مورد نخبگان و فرهیختگان فرهنگی استانها در موضوعات مختلف بدست آمد.

نتایج حاصله

- شناسایی ۸۰۰۰ فعال فرهنگی ویژه استانها که در زمینه‌ها و موضوعات مختلف دارای تخصص و مهارت بوده و سرآمد سایر فعالان آن حوزه در استان بودند.

- شناسایی ۳۴۰۰ مجموعه فرهنگی

نقاط قوت و ضعف

- هزینه پایین شناسایی این طرح به دلیل اجرا شدن در حاشیه یک دوره آموزشی

- معرفی عناصر خبره و سرآمد به دلیل وجود معیار تخصص برای معرفی فعالان فرهنگی

- در دسترس بودن مخاطبان مدنظر به خاطر فراغت بال و اختصاص دادن وقت بیشتر برای مصاحبه از سوی آنها

- کمتر بودن موانع اجرای طرح

- عدم ورود آنلاین اطلاعات به سامانه شهید باقری

باسمه تعالی

شماره پرونده

طرح شهید محمد جهان آرا - معرفی فعالان فرهنگی نخبه کشور -

لطفاً در هر یک از موضوعات فرهنگی که دارای توانمندی ویژه در یکی از سطوح زیر هستید به صورت خلاصه خود را معرفی کنید.

سطوح: استاد و پیشکسوت (۱) نخبه و حرفه ای (۲) دارای استعداد بالقوه زیاد (۳)

نام و نام خانوادگی	شماره موبایل	ساکن شهرستان	شغل	سن

کد موضوع	عنوان موضوع	سطح مهارت	به صورت مختصر درباره فعالیتهای خود در این حوزه و یا گرایش تخصصی خود توضیح دهید

لطفاً فعالان فرهنگی انقلابی، نخبه و برگزیده در موضوعات فرهنگی مختلف، که دارای یکی از سطوح زیر هستند را معرفی نمایید
توجه: فقط افراد دارای یکی از سطوح استاد و پیشکسوت (۱) نخبه و حرفه ای (۲) دارای استعداد بالقوه زیاد (۳) را معرفی نمایید.

نام و نام خانوادگی	شماره موبایل	ساکن شهرستان	شغل	سن تخمینی

کد موضوع	عنوان موضوع	سطح مهارت	به صورت مختصر درباره فعالیتهای و یا گرایش تخصصی ایشان در این حوزه توضیح دهید

توجه: فقط افراد دارای یکی از سطوح استاد و پیشکسوت (۱) نخبه و حرفه ای (۲) دارای استعداد بالقوه زیاد (۳) را معرفی نمایید.

نام و نام خانوادگی	شماره موبایل	ساکن شهرستان	شغل	سن تخمینی

کد موضوع	عنوان موضوع	سطح مهارت	به صورت مختصر درباره فعالیتهای و یا گرایش تخصصی ایشان در این حوزه توضیح دهید

توجه: فقط افراد دارای یکی از سطوح استاد و پیشکسوت (۱) نخبه و حرفه ای (۲) دارای استعداد بالقوه زیاد (۳) را معرفی نمایید.

نام و نام خانوادگی	شماره موبایل	ساکن شهرستان	شغل	سن تخمینی

کد موضوع	عنوان موضوع	سطح مهارت	به صورت مختصر درباره فعالیتهای و یا گرایش تخصصی ایشان در این حوزه توضیح دهید



شماره پرونده

باسمه تعالی

طرح شهید محمد جهان آرا - معرفی فعالان فرهنگی نخبه کشور -

توجه: فقط افراد دارای یکی از سطوح استاد و پیشکسوت (۱) نخبه و حرفه ای (۲) دارای استعداد بالقوه زیاد (۳) را معرفی نمایید.

۵	نام و نام خانوادگی	شماره موبایل	ساکن شهرستان	شغل	سن تخمینی

کد موضوع	عنوان موضوع	سطح مهارت	به صورت مختصر درباره فعالیتها و یا گرایش تخصصی ایشان در این حوزه توضیح دهید		

توجه: فقط افراد دارای یکی از سطوح استاد و پیشکسوت (۱) نخبه و حرفه ای (۲) دارای استعداد بالقوه زیاد (۳) را معرفی نمایید.

۶	نام و نام خانوادگی	شماره موبایل	ساکن شهرستان	شغل	سن تخمینی

کد موضوع	عنوان موضوع	سطح مهارت	به صورت مختصر درباره فعالیتها و یا گرایش تخصصی ایشان در این حوزه توضیح دهید		

توجه: فقط افراد دارای یکی از سطوح استاد و پیشکسوت (۱) نخبه و حرفه ای (۲) دارای استعداد بالقوه زیاد (۳) را معرفی نمایید.

۷	نام و نام خانوادگی	شماره موبایل	ساکن شهرستان	شغل	سن تخمینی

کد موضوع	عنوان موضوع	سطح مهارت	به صورت مختصر درباره فعالیتها و یا گرایش تخصصی ایشان در این حوزه توضیح دهید		

توجه: فقط افراد دارای یکی از سطوح استاد و پیشکسوت (۱) نخبه و حرفه ای (۲) دارای استعداد بالقوه زیاد (۳) را معرفی نمایید.

۸	نام و نام خانوادگی	شماره موبایل	ساکن شهرستان	شغل	سن تخمینی

کد موضوع	عنوان موضوع	سطح مهارت	به صورت مختصر درباره فعالیتها و یا گرایش تخصصی ایشان در این حوزه توضیح دهید		

نام و امضای پرسشگر

تاریخ

ارزیابی

استان مورد پیمایش

--	--	--



باسمه تعالی

طرح شهید محمد جهان آرا

معرفی مجموعه های توانمند جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی (پرسشنامه شماره ۱)

لطفاً مجموعه های انقلابی، توانمند و موفق که در هر یک از موضوعات در حال فعالیت می باشند را در طبق دستورالعملی که توسط همکاران شرح داده می شود در کاربرگ ضمیمه معرفی نمایید.

تعریف سطوح مهارتها و موضوعات فرهنگی:

سطح ۱: مجموعه پیشکسوت و دارای سابقه فعالیت قوی طولانی

سطح ۲: مجموعه دارای فعالیت منسجم، قوی و حرفه ای

سطح ۳: مجموعه نوپا و جوان لیکن دارای نیروهای مستعد و زمینه بالقوه

فهرست موضوعات، مهارتها و قالبهای فعالیت فرهنگی:

موضوع یا مهارت فرهنگی	کد	قالب ساختار مجموعه	کد
فعال در زمینه معارف اسلامی و اصول عقاید	۳۰۱	هیئت	۱۰۲
فعال در حوزه مهدویت	۳۰۷	جلسه یا تشکل قرآنی	۱۰۵
فعال در زمینه دفاع مقدس	۳۱۰	مسجد	۱۰۸
فعال در حوزه جنگ نرم	۳۱۳	موسسه تبلیغی یا روایت گری	۱۱۱
فعال در حوزه جریان شناسی سیاسی	۳۱۶	موسسه مشاوره	۱۱۴
فعال در حوزه بیداری اسلامی و بین الملل	۳۱۹	موسسه مطبوعاتی (روزنامه یا نشریه)	۱۱۷
فعال در زمینه علم دینی	۳۲۲	موسسه هنرهای رسانه ای	۱۲۰
فعال در زمینه عرفانهای کاذب و فرق	۳۲۵	موسسه هنرهای تجسمی	۱۲۶
فعال در زمینه قومیت گرایی	۳۲۸	سایت اینترنتی	۱۳۲
دارای فعالیت در موضوع غرب شناسی	۳۳۱	موسسه رسانه دیجیتال و فضای مجازی	۱۳۵
دارای مطالعه یا تدریس در حوزه اخلاق	۳۳۴	انتشارات	۱۳۸
فعال در موضوع خانواده و ازدواج	۳۳۷	فروشگاه محصولات فرهنگی	۱۴۱
فعال در زمینه عفاف و حجاب	۳۴۰	موسسه پژوهشی	۱۴۴
فعال در زمینه معماری اسلامی	۳۴۳	باشگاه - تیم ورزشی	۱۴۷
فعال در حوزه برگزاری اعتکاف	۳۴۶	موسسه خبریه	۱۵۰
فعال در حوزه افزایش جمعیت	۳۴۹	انجمن ادبی	۱۵۳
فعال برای مخاطبان حوزه کودکان	۳۵۲	کانون فرهنگی مسجد	۱۵۶
فعال برای مخاطبان حوزه زنان	۳۵۵	تشکل دانش آموزی	۱۵۹
فعال برای مخاطبان حوزه اهل سنت	۳۵۸	تشکل دانشجویی	۱۶۲
به عنوان مجموعه اجرایی توانمند	۳۷۰	پایگاه بسیج	۱۶۸
به عنوان مجموعه تدارکاتی، اردویی قوی	۳۶۴	حوزه علمیه	۱۷۱
به عنوان برگزار کننده موفق نشست و همایش	۳۷۳	مهد کودک	۱۷۴
فعال در موضوع تاریخ شفاهی	۳۷۶	موسسه آموزشی	۱۸۰
فعال در حوزه تربیت اسلامی	۳۷۹	تولید محصول فرهنگی	۱۸۳



باسمه تعالی

طرح شهید محمد جهان آرا

معرفی نیروهای نخبه جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی (پرسشنامه شماره ۲)

لطفاً نیروهای انقلابی، نخبه و کارآمد که در هر یک از موضوعات زیر فعال می باشند را در طبق دستوالعملی که توسط همکاران شرح داده می شود در کاربرگ ضمیمه معرفی نمایید.

تعریف سطوح مهارتها و موضوعات فرهنگی:

سطح ۱: اساتید، صاحبانظران و نیروهای پیشکسوت

سطح ۲: نیروهای حرفه ای، ماهر و دارای بروز مستمر

سطح ۳: نیروهای جوان یا کم تجربه ولی دارای توان و استعداد بالقوه

فهرست موضوعات، مهارتها و قالبهای فعالیت فرهنگی:

موضوع یا مهارت فرهنگی	کد	موضوع یا مهارت فرهنگی	کد
فعال در حوزه جنگ نرم	۳۱۳	مداح	۲۰۱
فعال در حوزه جریان شناسی سیاسی	۳۱۶	روحانی خطیب و متبری	۲۰۴
فعال در حوزه بیداری اسلامی و بین الملل	۳۱۹	سختران غیر روحانی	۲۰۷
فعال در زمینه علم دینی	۳۲۲	مبلغ	۲۱۰
فعال در زمینه عرفانهای کاذب و فرق	۳۲۵	مربی قران	۲۱۳
فعال در زمینه قومیت گرایی	۳۲۸	مشاور	۲۱۶
دارای فعالیت در موضوع غرب شناسی	۳۳۱	مربی تربیتی	۲۱۹
دارای مطالعه یا تدریس در حوزه اخلاق	۳۳۴	فعال در حوزه پژوهشگری	۲۴۶
فعال در موضوع خانواده و ازدواج	۳۳۷	شاعر	۲۴۹
فعال در زمینه عفاف و حجاب	۳۴۰	نویسنده	۲۵۲
فعال در زمینه معماری اسلامی	۳۴۳	روزنامه نگار	۲۵۵
فعال در حوزه برگزاری اعتکاف	۳۴۶	طراح نرم افزار	۲۲۲
فعال در حوزه افزایش جمعیت	۳۴۹	وبلاگ نویسی	۲۲۵
فعال برای مخاطبان حوزه کودکان	۳۵۲	فعال در فضای مجازی	۲۲۸
فعال برای مخاطبان حوزه زنان	۳۵۵	کارگردان و مستندساز	۲۳۱
فعال برای مخاطبان حوزه اهل سنت	۳۵۸	انیماتور	۲۳۴
به عنوان منتقد فرهنگی	۲۵۸	طراح و گرافیکست	۲۳۷
به عنوان نیروی اجرایی توانمند	۲۷۰	کاریکاتوریست	۲۴۰
به عنوان نیروی تدارکاتی قوی	۲۶۴	عکاس	۲۴۳
به عنوان مدیر موفق دولتی	۲۶۷	فعال در زمینه معارف اسلامی و اصول عقاید	۳۰۱
به عنوان برگزار کننده موفق نشست و همایش	۲۷۳	فعال در حوزه مهدویت	۳۰۷
فعال در موضوع تاریخ شفاهی	۲۷۶	فعال در زمینه دفاع مقدس	۳۱۰
طب اسلامی (سستی)	۲۷۹	راوی دفاع مقدس	۳۶۱



طرح شهید محمد همان آرا (۲)

شناسایی تفصیلی نخبگان فرهنگی کشور



تاریخ اجرا و مجری

طرح شهید محمد جهان آرا (۲) در زمستان ۱۳۹۳ و بهار ۱۳۹۴ توسط مؤسسه فرهنگی توسعه داده نیروی انسانی ایرانیان به مرحله اجرا درآمد.

هدف و ضرورت اجرا

این طرح با هدف شناسایی نخبگان فرهنگی استان‌ها شامل نخبگان راهبردی و عناصر اجرایی، جهت تشکیل شورای راهبردی و برنامه‌ریزی و انتخاب دبیر ستاد مردمی جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی هر استان اجرا شد.

شیوه اجرا

طرح شهید جهان آرا (۲) نوعی نظر سنجی است که از طریق مصاحبه عمیق و نیمه استاندارد و به صورت تلفنی انجام شده است.

در مصاحبه عمیق پرسش‌گر و پاسخ‌گو از آزادی کامل برخوردار بوده و مجاز به طرح نظرات و سؤالات خود می‌باشند. در این مصاحبه پرسش‌گر می‌تواند ایده‌های خود را در قالب هر پرسشی بریزد و سؤالات خود را با هر نوع عبارت کاملی مطرح نماید و در مقابل پاسخ‌گو نیز مختار است به سؤالات هر طور که می‌خواهد پاسخ گوید.

علت استفاده از دو ساختار متفاوت مصاحبه در این طرح، نوع سؤالات می‌باشد. بسته به نوع و کیفیت سؤال، روش‌های مصاحبه‌ای متفاوتی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در هر نظر سنجی می‌توان از یک یا چند نوع ساختار مصاحبه استفاده نمود.

در این طرح، بهترین روش گردآوری اطلاعات با توجه به نتایج مدنظر، روش مصاحبه بود.

فرآیند مصاحبه مرحله اول:

محورهای دستورالعمل انجام مصاحبه که در قالب کاربرگی خاص در اختیار مصاحبه‌گر قرار گرفت به قرار ذیل می‌باشد:

۱- هماهنگی زمان مصاحبه توسط یکی از کارشناسان: در ابتدا با افراد لیست مد نظر برای مصاحبه، تماس گرفته شد تا زمانی مناسب برای مصاحبه هماهنگ شود. برای جلب اعتماد طرف مقابل نسبت به صحت امر مصاحبه، در صورت لزوم از تعدادی فعال فرهنگی مطرح استان که در جریان امر هستند نام برده



شد و یا شماره تماس مستقیم معاونت شبکه سازی بنیاد خاتم جهت حصول اطمینان در اختیار فرد قرار داده شد.

۲- روند مصاحبه توسط مصاحبه‌گر اصلی: در زمان هماهنگ شده، مصاحبه‌گر اصلی با فعال فرهنگی مورد نظر تماس گرفته و بعد از معرفی اجمالی طرح، از وی خواست تعدادی از نخبگان فرهنگی شهر خود را با توجه به شاخص‌های مدنظر نام ببرد. شاخص‌ها به شرح ذیل می‌باشند:

- روحیه تعامل، سعه صدر، مشورت و انتقاد پذیری
- توانمندی فکری، محتوایی و نظریه‌پردازی
- توانمندی مدیریتی و اجرایی
- توانمندی رهبری و جریان‌سازی
- مقبولیت و شناخته شده بودن نزد عموم فعالان فرهنگی شهر و استان
- مقبولیت و شناخته شده بودن نزد بزرگان و نخبگان فرهنگی شهر و استان
- نگاه جامع به همه مسائل و حوزه‌های فرهنگی؛ تک بعدی نبودن
- حساسیت و دقت نظر نسبت به رعایت مسائل شرعی و اخلاقی
- نداشتن دیدگاه‌ها و سلايق افراطی و تنگ‌نظرانه نسبت به افراد
- غلبه سبقه فرهنگی بر گرایش‌ها و فعالیت‌های سیاسی
- علاقه‌مندی به وقت‌گذاری در امور فرهنگی
- داشتن چابکی و انرژی لازم
- حوزه اثرگذاری و ارتباطات

در صورتی که احساس می‌شد مصاحبه شونده تمایل دارد افراد زیادی را معرفی کند، تاکید می‌شد فرض کنید در هر استان ۷ یا ۸ نفر باید انتخاب شوند و با این شرایط افراد را معرفی نمایید.

پس از آن که مخاطب افراد مدنظر خود را به طور کامل معرفی نمود، از وی خواسته شد راجع به افراد معرفی شده از سوی سایرین نیز اظهار نظر نماید و ضمن تأیید یا عدم تأیید آنها به عنوان نخبه فکری یا اجرایی، ارزیابی و نقاط ضعف و قوت افراد مزبور را از دیدگاه خود بیان کند.

در پایان مصاحبه نیز این سؤال مطرح شد: "به نظر شما کدامیک از افرادی که در مورد آنها بحث شد می‌تواند نقش رابط و واصل بین سایر افراد را ایفا کند؟ و اگر شورایی از این افراد تشکیل شود کدامیک از آنها توان اجرایی و مقبولیت لازم برای تصدی سمت دبیری آن را دارد؟"



این بخش از نظرسنجی، نتایج کمی ذیل را به بار آورد:

۱. افراد معرفی شده به عنوان نخبه فکری، مستعد تصدی سمت شورای راهبردی و افراد معرفی شده به عنوان نخبه اجرایی، مستعد تصدی سمت شورای برنامه‌ریزی ثبت شدند.

۲. افرادی را که خود مصاحبه‌شونده معرفی نمود،^۱ به عنوان گزینه خیلی مناسب ثبت شدند.

۳. برای افرادی که مصاحبه‌کننده آنها را معرفی می‌کرد و مصاحبه‌شونده درباره آنها اظهار نظر می‌نمود، یکی از گزینه‌های خیلی مناسب، مناسب، قابل قبول، بی‌نظر و یا نامناسب ثبت شد.

فرایند مصاحبه مرحله دوم:

پس از آنکه تعداد مصاحبه‌های مرحله اول به حد کفایت رسید، فهرست افرادی که بیش از دیگران مورد تأیید مصاحبه‌شونده‌ها قرار گرفته‌بودند استخراج گردید. افراد این فهرست فی الواقع، سرآمدان فرهنگی استان بودند. حال در این مرحله مجدداً با نمونه‌ای آماری^۲ از افراد شاخص فرهنگی تماس گرفته شد تا بر اساس ملاک‌هایی که برای آنها قرائت می‌شد، این سرآمدان فرهنگی را ارزیابی نمایند. از مصاحبه‌شونده‌ها در این مرحله، سؤال ذیل پرسیده شد:

"چنانچه مستحضر هستید به منظور معرفی نخبگان فرهنگی استان مزاحم شما شدیم، الان تماس گرفتیم تا فهرست افرادی که بیشتر مورد اشاره دو ستان قرار گرفتند را برای شما قرائت کنیم و اگر لطف کنید به عنوان یک نظرسنجی در هریک از ملاک‌هایی که به ترتیب اشاره می‌کنم این افراد را ارزیابی کنید".

در هر ملاک افراد مورد اشاره را از نمره ۱ تا ۵ ارزیابی کنید: ۵ به نشانه عالی، ۴ خیلی خوب، ۳ خوب، ۲ متوسط و ۱ ضعیف می‌باشد.

لطفاً اگر نسبت به ملاک یا ملاک‌هایی در مورد بزرگوارانی که نام آنها را می‌خوانم شناخت کافی ندارید، نمره‌ای ندهید و بفرمایید تا نام نفر بعدی را برای شما بخوانم.

➤ روحیه تعامل، سعه صدر، مشورت و انتقادپذیری

➤ توانمندی فکری، محتوایی و نظریه‌پردازی

➤ توانمندی مدیریتی و اجرایی

^۱ برخی افراد را نیز مصاحبه‌کننده به مصاحبه‌شونده معرفی می‌کرد؛ این افراد آنهایی بودند که مصاحبه‌شونده‌های قبلی معرفی کرده بودند.
^۲ در این مرحله، انتخاب نمونه مشابه با مرحله اول، بلا مانع بود.

➤ توان رهبری و جریان‌سازی

➤ مقبولیت و شناخته‌شده بودن نزد عموم فعالان فرهنگی شهر و استان

➤ مقبولیت و شناخته‌شده بودن نزد بزرگان و نخبگان فرهنگی شهر و استان

➤ داشتن نگاه جامع به همه مسائل و حوزه‌های فرهنگی؛ تک بعدی نبودن

➤ حساسیت و دقت نظر نسبت به رعایت مسایل شرعی و اخلاقی

➤ نداشتن دیدگاه‌ها و سلايق افراطی و تنگ‌نظرانه نسبت به افراد

➤ غلبه سبقه فرهنگی بر گرایش‌ها و فعالیت‌های سیاسی

➤ علاقه‌مندی به وقت‌گذاری در امور فرهنگی

➤ داشتن چابکی و انرژی لازم

➤ سطح حوزه اثرگذاری و ارتباطات

➤

سطوح مد نظر عبارتند از:

"در سطح مجموعه خود و بین نزدیکان"

"در سطح شهر"

"در سطح شهرستان" (منظور شهر، حاشیه‌های آن و روستاهای اطراف است)

"در سطح استان"

"در سطح کشور"

با توجه به پا سخ مخاطب، یکی از اعداد ۱ تا ۵ برای هر یک از سطوح تاثیرگذاری فوق در پا سخ‌نامه درج گردید و نتایج این بخش به صورت عددی ثبت و در قالب نمودار و جدول تحلیل شد. ضمناً مجموع نکات، نقاط قوت و ضعف و سایر نظرات مخاطبان به تفکیک هر یک از افراد به صورت متن دسته‌بندی و در گزارش طرح ارائه گردید.

نتایج حاصله

- شناسایی فعالان فرهنگی شاخص و ممتاز در سطح استان‌ها برای تشکیل ستادهای استانی

- ارزیابی و تحلیل نخبگان فرهنگی استان‌ها

- طبقه‌بندی و امتیازدهی فعالان فرهنگی استان‌ها

- جریان شناسی فعالان فرهنگی

نقاط قوت و ضعف

- بالاتر بودن میزان موفقیت این طرح نسبت به سایر طرح‌های شناسایی انجام شده به دلیل پیگیری هدفی خاص و عملیاتی در آن
- انطباق طرح فوق بر نیاز روز بنیاد خاتم
- استفاده از پرسش‌گران تحلیل‌گر در این طرح^۳
- کاهش خطای اجرای مصاحبه‌ها به دلیل بومی نبودن مصاحبه‌کننده‌ها و به تبع آن دخالت ندادن ذهنیتی خاص در فرآیند مصاحبه و تحلیل
- دستیابی سهل الوصول‌تر به نتیجه به دلیل سیستم نمره‌دهی خاص این طرح طبق ۱۳ شاخص مذکور
- استفاده از استراتژی " تکیه بر آراء نخبگان "

^۳ در طرح‌های پیشین پرسش‌گران و مصاحبه‌کنندگان تنها موظف به جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات بودند نه تحلیل آنها.



طرح شهید مادی باغبان (فاز اول)

شناسایی تفصیلی مؤسسات فرهنگی ویژه شهر تهران



تاریخ اجرا و مجری

طرح شهید هادی باغبان در شهریور ماه ۱۳۹۲ توسط نشریه حلقه وصل اجرا شد.

هدف و ضرورت

این طرح با هدف شناسایی تفصیلی مؤسسات ویژه شهر تهران انجام گرفت.

شیوه اجرا

مصاحبه یکی از صورت‌های بررسی اجتماعی است که به شکل مرادده‌ای شفاهی یا گفتگویی انجام می‌شود. مصاحبه بین یک یا چند نفر به منظور کسب اطلاعاتی انجام می‌گیرد تا پاسخ‌گوی هدف مشخصی باشد که مدیر تحقیق آنها را با توجه به فرضیات پژوهش خود معین کرده است. مصاحبه دارای انواع مختلفی می‌باشد: ۱- باز ۲- نیمه باز یا نیمه استاندارد ۳- استاندارد ۴- با متخصصان ۵- گروهی و ... می‌باشد.

مصاحبه نیمه باز یا نیمه استاندارد نوعی مصاحبه است که پرسش‌گر صرفاً می‌تواند پاسخ سئوالاتی را ثبت و ضبط کند که در مورد موضوع یا موضوعاتی معین طرح شده است و پاسخ‌گو نیز کاملاً مجاز به ابراز احساس و عقیده خود نیست. در این نوع مصاحبه اگرچه پرسش‌گر و پاسخ‌گو دارای اختیارات مصاحبه باز نیستند، اما دست مصاحبه‌گر بسته نبوده و طبق ضوابط و ملاک‌هایی می‌تواند تغییراتی در روند مصاحبه ایجاد نماید.

در مصاحبه نیمه استاندارد در صورتی که سئوال برای پاسخ‌گو نامفهوم باشد، پرسش‌گر مجاز است متن سئوال را به گونه‌ای قابل فهم تغییر دهد.

سئوالات مصاحبه طرح شهید هادی باغبان مشتمل بر شاخص‌های ارزیابی مؤسسات برتر می‌باشد. بعد از اجرا و اتمام مصاحبه‌ها توسط مصاحبه‌گران مطبوعاتی خبره، ارزش‌گذاری شاخص‌ها و پارامترها توسط کارشناسان انجام شد.

نتایج حاصله

- شناسایی تفصیلی ۷۰ مجموعه ویژه شهر تهران

نقاط قوت و ضعف

- بالا بودن دقت و صحت اطلاعات به دلیل انجام شناسایی در پوشش مصاحبه و عدم اطلاع مصاحبه شونده از آن

- نمره‌دهی به شاخص‌ها توسط کارشناسان شناسایی و عدم نمره‌دهی توسط مصاحبه‌گر باعث می‌شد نمرات داده شده به طور کامل منطبق بر ارزش واقعی شاخص نباشد و لذا در مسیر نیل به اهداف تحقیق انحراف به وجود آید.

- احتمال انحراف مصاحبه از مسیر اصلی و بروز اشکال در سیستم ارزش‌گذاری به دلیل اینکه پرسش‌گران دغدغه مطبوعاتی داشتند و نه دغدغه شناسایی

- عدم اجرای طرح در بازه زمانی معین و بر اساس یک زمان‌بندی دقیق

سوالات

سوالات مطروحه در این فاز به شرح ذیل می‌باشند:

- مؤسسه شما چگونه شکل گرفت؟ تاریخچه فعالیت و نحوه شکل‌گیری؟
- افراد مؤثر و پایه‌گذاران اولیه چه کسانی بودند؟
- چرا این قالب کاری را برای فعالیت انتخاب کردید؟
- نیروهای فکری مؤسسه چه کسانی هستند؟ چگونه با محتوایی مجموعه را تأمین می‌کنید؟ آیا شورای علمی دارید؟
- اگر قائل به داشتن فرمانده در فضای جنگ نرم و فعالیت فرهنگی هستید، نظرهای فرمانده این جبهه چگونه در فعالیت شما ظهور و بروز می‌یابد؟
- آیا مؤسسه شما چشم‌انداز و برنامه مشخص و مدونی دارد؟ برای داشتن چنین برنامه‌ای چه مراحل را طی کرده‌اید؟ برای توسعه مجموعه چه اقداماتی انجام داده یا می‌دهید؟
- اعضای مؤسسه چگونه دور هم جمع شده‌اند؟ نیروهای فعال را چگونه انتخاب می‌کنید؟
- وضعیت مالی مؤسسه چگونه است؟ از کجا کمک می‌گیرید؟ آیا خودتان کار اقتصادی می‌کنید؟
- چه مقدار از برنامه‌هایتان فکری و نظری و چه مقدار عملیاتی است؟
- خودتان فکر می‌کنید برنامه‌های مؤسسه چقدر مورد استقبال مخاطبان قرار گیرد؟ آیا تأثیری بر آنها می‌گذارد؟
- مهم‌ترین تولیدات و محصولات مؤسسه شما چیست؟
- مؤسسه شما شعبه‌هایی نیز در تهران یا شهرستان‌ها دارد؟ این شعبه‌ها چگونه مدیریت می‌شود؟ (مالی و اداری)



طرح شهید به‌دی باغبان (فاز دوم)

شناسایی تفصیلی موسسات فرهنگی ویژه شهر تهران



تاریخ اجرا و مجری

فاز دوم طرح شهید هادی باغبان از شهریور ماه ۱۳۹۳ تا خرداد ماه ۱۳۹۴، توسط نشریه حلقه وصل انجام شد.

هدف و ضرورت

فاز دوم طرح شهید هادی باغبان نیز با هدف شناسایی تفصیلی مؤسسات ویژه شهر تهران و با رویکرد پوشش نقاط ضعف، اصلاح رویه مصاحبه و ایجاد تغییراتی چند در فاز اول، به مرحله اجرا درآمد.

شیوه اجرا

شیوه کار در فاز دوم طرح شهید هادی باغبان، تقریباً همانند فاز اول می باشد؛ با این تفاوت که تغییرات ذیل در آن اعمال گردید:

- ۱- نمره دهی به شاخص های مدنظر توسط مصاحبه گران انجام می شود نه کارشناسان شناسایی.
- ۲- نمونه آماری مصاحبه شونده، به صورت دقیق و علمی انتخاب می شود.
- ۳- سئوالات مطروحه در مصاحبه ها دست خوش تغییراتی شد.

نتایج حاصله

- شناسایی تفصیلی ۷۰ مجموعه ویژه شهر تهران

نقاط قوت و ضعف

- انتخاب نمونه آماری مصاحبه شونده به صورت دقیق
- نمره دهی به شاخص ها توسط مصاحبه گر ها
- بالا رفتن میزان صحت نمره تخصیص یافته به شاخص ها در پی اعمال تغییراتی در سئوالات

سوالات

- مؤسسه شما چگونه شکل گرفت؟ تاریخچه فعالیت و نحوه شکل گیری؟
- افراد مؤثر، پایه گذاران اولیه و پشتیبانان معنوی مؤسسه چه کسانی بودند؟
- چرا این قالب کاری را برای فعالیت انتخاب کردید؟



- نیروهای فکری مؤسسه چه کسانی هستند؟ چگونه بار محتوایی مجموعه را تأمین می‌کنید؟ آیا شورای علمی دارید؟
- اگر قائل به داشتن فرمانده در فضای جنگ نرم و فعالیت فرهنگی هستید، نظرهای فرمانده این جبهه چگونه در فعالیت شما ظهور و بروز می‌یابد؟
- آیا مؤسسه شما چشم انداز و برنامه مشخص و مدونی دارد؟ برای داشتن چنین برنامه‌ای چه مراحل طی کرده‌اید؟ برای توسعه مجموعه چه اقداماتی انجام داده یا می‌دهید؟
- اعضای مؤسسه چگونه دور هم جمع شده‌اند؟ نیروهای فعال را با چه معیاری انتخاب می‌کنید؟ ماندگاری نیروها در مؤسسه چگونه است؟
- مشخصه برتر و ممیز نیروهای مؤسسه شما چیست؟
- وضعیت مالی مؤسسه چگونه است؟ از کجا کمک می‌گیرید؟ خودتان کار اقتصادی می‌کنید؟ تا چه اندازه کمک مردمی دارید؟ آیا فروش محصول دارید؟
- چه مقدار از برنامه‌هایتان فکری و نظری و چه مقدار عملیاتی است؟
- مخاطبان شما در چه گستره‌ای قرار دارند؟ برنامه‌های مؤسسه چقدر مورد استقبال مخاطبان قرار می‌گیرد؟ آیا تاثیری بر آنها می‌گذارد؟
- مهم‌ترین تولیدات و محصولات مؤسسه شما چیست؟
- آیا مؤسسه شما شعبه‌هایی هم در تهران یا شهرستان‌ها دارد؟ این شعبه‌ها چگونه مدیریت می‌شود؟ (مالی و اداری)
- فعالیت‌های شما تا چه اندازه هدفمند و مستمر و ناظر به پرکردن خلاءهای موجود و تا چه اندازه واکنش سریع به اتفاقات جامعه است؟
- آیا مؤسسات دیگر با شما مشورت می‌کنند؟ آیا مؤسسه‌های وجود دارند که کار شما را الگو قرار داده یا از تولیدات شما برای فعالیت‌های خود استفاده کرده باشند؟



طرح شهید مهدی باکری (فاز اول)

طراحی الگوی رصد فرهنگی استانها





تاریخ اجرا و مجری

فاز اول طرح شهید مهدی باکری در سال ۱۳۹۱، توسط مرکز تحقیقات بسیج دانشجویی دانشگاه امام صادق (ع) انجام گرفت.

هدف و ضرورت

بدون داشتن ارزیابی دقیق از وضع موجود فرهنگی، مواجهه با تهدیدهای داخلی و خارجی و طبعاً ایجاد تشکیلاتی فراگیر ممکن نخواهد بود. در همین راستا فاز اول طرح شهید مهدی باکری برای طراحی الگوی رصد فرهنگی استان‌ها اجرا شد. طبیعتاً این الگو باید از جامعیت و انعطاف لازم برخوردار باشد تا بتواند متناسب با شرایط بومی هر استان پیاده‌سازی شود.

شیوه اجرا

یکی از الزامات طراحی الگوی رصد فرهنگی استان‌ها، تشکیل گروه‌های رصد منطقه‌ای مبتنی بر آمیج سرزمینی می‌باشد. برای این کار لازم است کشور با توجه به شرایط فرهنگی، قومیتی و جغرافیایی منطقه بندی شود، به گونه‌ای که هر منطقه شامل چند استان باشد.

بر این اساس، کشور به ۹ منطقه تقسیم و از هر منطقه یک استان به عنوان استان شاخص تعیین شد.

این مناطق عبارتند از:

- منطقه شمال (استان‌های مازندران، گلستان و گیلان) - استان شاخص: مازندران
- منطقه آذربایجان (استان‌های آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی و اردبیل) - استان شاخص: آذربایجان شرقی
- منطقه مرکزی (استان‌های تهران، مرکزی، قم، زنجان و قزوین) - استان شاخص: زنجان
- با توجه به اقتضات خاص استان‌های تهران و قم، بررسی این دو استان به الگوی دیگری موکول گردید.
- منطقه خوزستان و لرستان (استان‌های خوزستان و لرستان) - استان شاخص: خوزستان
- منطقه باختر (استان‌های همدان، کرمانشاه، کردستان و ایلام) - استان شاخص: همدان
- منطقه سپاهان (استان‌های اصفهان، یزد و چهارمحال و بختیاری) - استان شاخص: اصفهان
- منطقه پارس (استان‌های بوشهر، فارس و کهگیلویه و بویر احمد) - استان شاخص: فارس

- منطقه خراسان (استان‌های خراسان شمالی، خراسان رضوی، خراسان جنوبی و سمنان) - استان شاخص: خراسان رضوی

- منطقه نیمروز (استان‌های کرمان، هرمزگان و سیستان و بلوچستان) - استان شاخص: سیستان و بلوچستان
در انتخاب استان شاخص، دو معیار ملاک عمل قرار گرفت:

۱- تأثیر گذاری بر استان‌های هم جوار

۲- تنوع و غنای فعالیت‌های فرهنگی.

پس از شناسایی این استان‌ها، گروه شناسایی به طور میانگین با شش نفر از نخبگان فکری و فرهنگی هر استان مصاحبه کرد. لازم به یاد آوری است که در برخی موارد این تعداد به ۱۱ نفر نیز افزایش یافت.

نتایج حاصله

- طراحی الگوی رصد

نقاط قوت و ضعف

- کم بودن تعداد نمونه‌ها برای انجام مصاحبه در استان‌های شاخص



طرح شهید مهدی باکری (فاز دوم)

شناسایی جریان‌های فرهنگی، زمینه‌ها، ظرفیت‌ها و تحلیل وضعیت
کلان فرهنگی و سوابق تشکیل جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی در
استان‌ها



تاریخ اجرا و مجری

فاز دوم طرح شهید مهدی باکری در ادامه فاز اول و در سال ۱۳۹۱ توسط مرکز تحقیقات بسیج دانشجویی دانشگاه امام صادق (ع) انجام شد.

هدف و ضرورت

این فاز با هدف شناسایی جریان‌های فرهنگی، تحلیل وضعیت کلان فرهنگی، شناسایی زمینه‌ها، ظرفیت‌ها، و سوابق تشکیل جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی در استان‌ها اجرا شد.

شیوه اجرا

پرسش‌نامه‌ای طراحی و تدوین شد که به سئوالات آن از دو طریق پاسخ داده شد: مصاحبه با نخبگان فرهنگی استان‌ها و تحقیقات کتابخانه‌ای

برای آنکه اطلاعات کسب شده اعتبار و سندیت بیشتری داشته باشند، علاوه بر مصاحبه با ده نفر از نخبگان فرهنگی مستقر در استان‌ها، با برخی از نخبگان فکری، فرهنگی، علمی و سیاسی استان‌ها که در شهرهای تهران و قم مستقر بودند نیز مصاحبه شد. تلاش شد تا در این بخش جامعه آماری مصاحبه‌شونده‌ها از حیث تخصص، فعال مردمی یا دولتی بودن، جریان ساز فرهنگی یا صرفاً فعال فرهنگی بودن و ... تنوع و جامعیت قابل قبولی داشته باشد.

نظر به اینکه دست‌آوردها و اطلاعات کسب شده از فاز اول طرح شهید باکری (طراحی الگوی رصد فرهنگی استان‌ها) در ۱۹ استان شاخص کشور (خراسان رضوی، فارس، آذربایجان شرقی، اصفهان، زنجان، همدان، خوزستان، مازندران و سیستان و بلوچستان) پاسخ‌گوی برخی از نیازها و سئوالات مطرح شده در فاز دوم بود، بنا شد تا استان‌های فوق به دو گروه تقسیم شوند و شیوه کار در هر بخش به شرح ذیل باشد:

۱) استان‌های خراسان رضوی، فارس، آذربایجان شرقی، اصفهان، زنجان و مازندران:

انجام مصاحبه‌های تکمیلی در استان، انجام مصاحبه‌های قم و تهران و ارائه تحلیل و جمع‌بندی مجدد

۲) استان‌های سیستان و بلوچستان، خوزستان و همدان:

انجام مصاحبه‌های تهران و قم و تحلیل و جمع‌بندی مجدد

فاز دوم تنها در استان‌های ذیل به طور کامل اجرا شد:

آذربایجان غربی، اردبیل، البرز، ایلام، بو شهر، چهارمحال و بختیاری، خراسان جنوبی، خراسان شمالی، سمنان،



قزوین، کرمان، کرمانشاه، کهگیلویه و بویراحمد، گلستان، گیلان، لرستان، مرکزی، هرمزگان، یزد. این فاز علاوه بر مراکز استان‌ها، به عنوان نمونه در چهار شهرستان استان اصفهان (کاشان، خمینی شهر، شهرضا و نجف آباد) نیز اجرا شد. شایان ذکر است استان‌های تهران، قم و کردستان به جهت اقتضائات خاص خود، در این طرح مورد بررسی قرار نگرفتند.

نتایج حاصله

- تدوین ۲۴ دفترچه رصد وضعیت فرهنگی استان‌ها شامل جریان‌های فرهنگی، مسائل و مشکلات فرهنگی و وضعیت کلان فرهنگی استان‌ها

نقاط ضعف و قوت طرح

- شناسایی ویژگی‌های فرهنگی خاص هر استان
- ضعف در اجرا و برنامه‌ریزی
- کلی بودن سئوال‌ات و تمرکز بیش از حد بر روی مسئله شناسی

سئوال‌ات

محورهای کلی سئوال‌ات مطروحه به شرح ذیل است:

الف) آمار کلی استان

- جغرافیای استان
- ترکیب قومیتی استان
- ترکیب مذهبی استان
- تردهای بین استانی ساکنین استان
- وضعیت مهاجرپذیری و مهاجرفرستی استان
- وضعیت اتباع بیگانه در استان
- وضعیت فقر و اعتیاد در استان
- آمار وقف، نذورات و صدقات
- آمار اشتغال و وضعیت اقتصادی
- شهدای شاخص و محوری استان



ب) ترسیم فضای فکری، فرهنگی، و سیاسی عموم مردم استان

- دسته بندی مردم از لحاظ فکری
- سبک زندگی اقتصادی مردم
- ویژگی‌های فرهنگی مردم استان
- تأثیرات ماهواره و تلویزیون بر مردم
- وضعیت حجاب

پ) ترسیم فضای فکری، فرهنگی خواص جامعه

- جریان‌های فرهنگی و ضد فرهنگی
- مؤسسات فرهنگی خودی و غیر خودی
- افراد خودی و غیر خودی
- منطقه فعالیت جریانات ضد فرهنگی
- اثر گذارترین قالب برای کار فرهنگی
- نقاط ضعف مهم فرهنگی استان
- مرسوم‌ترین فعالیت‌های فرهنگی استان
- تشکل‌های ممتاز استان
- جایگاه دستگاه‌های دولتی
- تأثیرگذاری اشخاص حقوقی
- وضعیت روحانیت استان
- وضعیت مساجد استان
- نخبگان بومی استان

ت) فضای سیاسی خواص جامعه

- دسته‌بندی و آرایش گروه‌های سیاسی استان
- وضعیت استان در دوران انقلاب اسلامی و هشت سال دفاع مقدس
- عملکرد جریانات خودی و غیر خودی در فتنه ۸۸

ث) نقاط ضعف و قوت استان

- فرصت‌ها و ظرفیت‌های استان
- نقاط ضعف و تهدیدهای استان
- نحوه مقابله با جریانات ضد فرهنگی

ج) زمینه‌سازی، سازماندهی و تشکیل جبهه فرهنگی

- نحوه شناسایی پتانسیل‌ها و جریانات فکری و فرهنگی خودی و غیرخودی
- فعالیت مشترک مجموعه‌های فرهنگی
- میزان انسجام فعلی مجموعه‌های فرهنگی
- شخصیت محوری استان



طرح شناسایی سفرهای استانی

شناسایی عمومی و دیدار با مجموعه‌ها و فعالان فرهنگی استان‌ها



تاریخ اجرا و مجری

طرح شناسایی بازدید از مجموعه‌ها و دیدار با فعالان جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی (طرح سفرهای استانی) سال ۱۳۹۰ و توسط دفتر شناسایی بنیاد خاتم اجرا شد.

هدف و ضرورت

این طرح به منظور شناسایی عمومی و دیدار با مجموعه‌ها و فعالان فرهنگی صورت گرفته است.

شیوه اجرا

به منظور اجرای این طرح، ابتدا مجموعه‌های فرهنگی مورد بازدید استان‌ها از طریق رجوع به بانک‌های اطلاعاتی نهادهای فرهنگی کشور و سرشاخه‌های استانی انتخاب شدند. سپس گروه شناسایی با سفر به استان‌ها و حضور در محل مجموعه‌های فرهنگی منتخب، اقدام به بازدید، دیدار و ثبت اطلاعات مجموعه‌ها کردند.

مهم‌ترین محورهای مباحث مطروحه در دیدارها به قرار ذیل می‌باشد:

- بیوگرافی مجموعه
- زمینه‌ها و قالب‌های فعالیت مجموعه
- طیف مخاطبین مجموعه
- اهداف کلان مجموعه
- ارتباطات مجموعه با دیگر مجموعه‌ها، ارگان‌ها و مراکز فرهنگی
- مشکلات مجموعه
- مسئولین محوری مجموعه

نتایج حاصله

- شناسایی حضوری حدود ۳۰۰ مجموعه فرهنگی
- آشنایی با مشکلات و چالش‌های مجموعه‌های فرهنگی استان‌ها



طرح شناسایی تشکل های فرهنگی تبلیغی خواهران

شناسایی تشکل ها و فعالان فرهنگی تبلیغی بانوان کشور



تاریخ اجرا و مجری

طرح شناسایی تشکل‌های فرهنگی تبلیغی خواهران در سال ۱۳۹۱ توسط دفتر شناسایی بنیاد فرهنگی خاتم و در استان‌های آذربایجان شرقی، اردبیل، زنجان، سیستان و بلوچستان، کرمانشاه و همدان اجرا شد.

هدف و ضرورت

به دلیل حضور چشم‌گیر بانوان در عرصه‌های فرهنگی و خطیر بودن نقش آنها در تربیت اجتماع، دفتر شناسایی بر آن شد تا پروژه‌ای را به منظور شناسایی و سازماندهی تشکل‌ها و فعالان فرهنگی تبلیغی بانوان کشور اجرا نماید.

شیوه اجرا

به منظور اجرای این طرح، تعدادی از خواهران در قالب گروه‌های مطالعاتی، برنامه‌ریزی، روابط عمومی و اجرایی سازماندهی شدند.

شرح مختصر فعالیت گروه‌های فوق به قرار ذیل می‌باشد:

- **گروه مطالعات:** برای تمامی استان‌ها مطالعات گسترده‌ای در زمینه‌های جغرافیایی، زیستی، محیطی، فرهنگی و مذهبی انجام داده و یافته‌ها را در قالب جزوه‌ای تدوین شد.

- **گروه برنامه‌ریزی:** با هماهنگی سرشاخه‌های بنیاد خاتم در استان‌ها، مؤسسات و فعالان فرهنگی بانوان معرفی شدند.

- **گروه روابط عمومی:** پس از شناسایی مؤسسات و فعالان فرهنگی، اقدامات و هماهنگی‌های لازم جهت سفر به استان‌های مد نظر صورت گرفت.

- **گروه اجرایی:** با حضور در استان‌های مربوطه با مجموعه‌های شناسایی شده مصاحبه شد.

محورهای مهم مباحث مطروحه در مصاحبه‌ها به شرح ذیل می‌باشد:

- بیوگرافی مجموعه
- زمینه‌های فعالیت مجموعه
- طیف مخاطبین محوری مجموعه
- ارتباطات مجموعه با دیگر مجموعه‌ها و ارگان‌ها و مراکز فرهنگی
- مشکلات مجموعه

نتایج حاصله

خروجی این طرح تعداد ۱۰۰ مؤسسه و مجموعه فرهنگی و ۱۵۰ فعال فرهنگی در حوزه فرهنگی تبلیغی بانوان می‌باشد.

نقاط ضعف و قوت

- اجرا نشدن این طرح برای تمام استان‌ها



طرح شهید علی حاتمی

شناسایی مؤسسات و فعالان حوزه خانواده و ازدواج شهر تهران



تاریخ اجرا و مجری

طرح شهید علی حاتمی آبان ماه ۱۳۹۳ توسط موسسه فرهنگی توسعه داده نیروی انسانی ایرانیان به مرحله اجرا درآمد.

هدف و ضرورت

این طرح با هدف شناسایی مؤسسات و فعالان حوزه خانواده و ازدواج شهر تهران انجام شده است.

شیوه انجام

طرح شهید علی حاتمی دارای سه گام اصلی ذیل می باشد:

۱. به دست آوردن فهرستی ابتدایی از مؤسسات این حوزه
۲. شناسایی تلفنی مؤسسات معرفی شده در گام قبل و کشف مؤسسات جدید از طریق پیشروی
۳. بازدید حضوری، شناسایی تفصیلی و میدانی مؤسسات هدف

۱. به دست آوردن فهرستی ابتدایی از مؤسسات این حوزه

در این مرحله از همه راهکارهای ممکن استفاده شد تا فهرستی از مؤسسات این حوزه به دست آید؛ ارسال پیامک انبوه برای افراد مرتبط به قصد معرفی این قبیل مؤسسات، درخواست از افراد شاخص و شناخته شده در این زمینه برای معرفی آنها، جستجوی اینترنتی و... خروجی این مرحله فهرستی کلی، غیر یکدست و پالایش نشده از مؤسسات این حوزه بود. تلاش شد تا فهرست تهیه شده، جامعیت خوبی داشته باشد.

۲. شناسایی تلفنی مؤسسات معرفی شده در مرحله قبل و کشف مؤسسات جدید با شیوه ارجاع

پس از تهیه فهرستی از مؤسسات مرتبط با حوزه خانواده و ازدواج، با مدیران آنها تماس گرفته شد. در این مصاحبه تلفنی، مؤسسات بهتر شناسایی شده و دقیق تر دسته بندی گردیدند. نهایتاً اینکه مؤسسات جدیدی نیز به شیوه ارجاع شناسایی شدند.

۳. بازدید حضوری، شناسایی تفصیلی و میدانی مؤسسات هدف

در این مرحله، با ایجاد بانک دسته بندی شده بر مبنای اطلاعات استاندارد، تمامی مؤسساتی که توسط کارگروه مربوطه به عنوان مؤسسات هدف برای جلب همکاری مشخص شده بودند، مورد بازدید میدانی قرار گرفتند.



مرحله اول

مرحله نخست این طرح پس از توافق با کارگروه مربوطه، طی مدت ده روز انجام شد. در این مرحله از طریق برقراری ارتباط تلفنی با حدود ۱۵۰۰ نفر از فعالان فرهنگی شناسایی شده توسط بنیاد فرهنگی خاتم الاوصیا در شهر تهران، از آنها خواسته شد مؤسسات و افرادی را که در این حوزه می‌شناسند معرفی کنند. در این مرحله از مخاطبان خواسته شد تنها توضیح مختصری در مورد مؤسسات و افرادی که معرفی می‌کنند ارائه دهند. در مجموع تعداد ۳۱۶ مجموعه حقوقی فعال و ۵۹۴ فرد حقیقی فعال در این حوزه معرفی گردید. در پایان، با حذف موارد تکراری تعداد ۱۸۷ مجموعه حقوقی و تعداد ۱۵۴ فرد حقیقی مورد شناسایی قرار گرفت.

مرحله دوم

گام دوم این طرح از طریق مصاحبه تلفنی با مدیران مؤسسات حوزه خانواده و ازدواج انجام شده است. در این مرحله، مصاحبه‌گر با توجه به پرسش‌نامه‌ای که با استفاده از روش‌های علمی و توسط خبرگان امر تهیه شده است، سئوالاتی را از مصاحبه‌شونده می‌پرسد. محتوای سئوالات مربوط به مباحث ذیل می‌باشد:

- فعالیت‌هایش در عرصه مورد بررسی
- شناسنامه مؤسسه (عنوان مؤسسه، آدرس پستی، آدرس سایت یا وبلاگ، آدرس ایمیل)
- فعالیت‌های مؤسسه در سال‌های اخیر با ارجحیت فعالیت‌های شاخص
- محور فعالیت‌های مؤسسه (برگزاری جلسات سخنرانی، همایش، کارگاه‌های آموزشی، برگزاری اردو، مهارت‌های زندگی و ...)
- میزان و نحوه تعامل و همکاری با مجموعه‌ها و نهادهای دیگر
- نحوه تأمین بودجه
- میزان جمعیت تحت پوشش و این که از چه قشر یا اقشاری هستند
- معرفی افراد و مؤسسات دیگر در زمینه طرح مورد بررسی
- ارسال رزومه شخصی و رزومه مجموعه به ایمیل مؤسسه در صورت امکان

نتایج حاصله

خروجی طرح شهید علمی حاتمی شناسایی ۳۵۰ مؤسسه فرهنگی و ۱۱۰۰ فعال فرهنگی حوزه ازدواج و خانواده، در شهر تهران بود.



فرم‌ها

ویرایش: ۸۲۶

باسمه تعالی

پرسشنامه مرحله دوم طرح شهید علی حائمی

مصاحبه تلفنی با مدیران موسسات حوزه خانواده و ازدواج

نام و نام خانوادگی معرف:

نام و نام خانوادگی مخاطب:

توضیحات	کد وضعیت تماس	تاریخ تماس	کد مخاطب

سلام علیکم، بنده هستم؛ از موسسه فرهنگی اسوه حسنه حیات مزاحم می‌شوم. این موسسه در نظر دارد از طریق راه اندازی وبسایت مخصوصی، فعالان حوزه خانواده و ازدواج را به علاقه‌مندان این حوزه معرفی نماید.

حضرتعالی به عنوان یکی از فعالین حوزه خانواده و ازدواج به ما معرفی شده‌اید.

(اگر مخاطب پرسید مرا چه کسی معرفی کرده، نام معرف را ذکر کرده و اگر اطمینان لازم وی جلب نماند بگویید این طرح به سفارش بنیاد فرهنگی خاتم انجام می‌شود و توضیحات زیر را عیناً قرائت نمایید) توضیح کارگروه خانواده و ازدواج: بنیاد فرهنگی خاتم ارومیا قصد دارد کارگروه تخصصی در زمینه خانواده و ازدواج با مدیریت حاج آقای رویت راه اندازی کند، و هدف این کارگروه این است که با برگزاری جلسات و مجامع مشترکی بین فعالین این عرصه تجربیات و دست آوردهای خود را در اختیار دیگران قرار دهد و برای تعامل با نهادهای دولتی و اخذ بودجه سیاست‌های مشترکی را اتخاذ کنند.

الآن فرصت دارید چند دقیقه‌ای در این رابطه با حضرتعالی صحبت کنیم؟ اگر زمان نامناسب است وقت دیگری مصدح اوقات شریفتان شوم:

۱- ممکن است راجع به فعالیتهای خود در این عرصه توضیح دهید:

۲- نام دقیق مجموعه یا موسسه خود را بنویسید؟ آدرس پستی و اینترنتی (ایمیل) و سایت یا وبلاگ؟

عنوان موسسه	
آدرس پستی	
سایت یا وبلاگ	
ایمیل	

۳- نام مدیر و جانشین مجموعه؟

نام و نام خانوادگی مدیر	
نام و نام خانوادگی جانشین	

2



۴- لطفاً فعالیت های مجموعه در چند سال اخیر با ارجحیت فعالیت های شاخص را معرفی نمایید

۵- محور های فعالیت مجموعه شما در چه مباحثی از حوزه خانواده و ازدواج است؟

- | | | | | |
|--|--|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> روابط جنسی | <input type="checkbox"/> برگزاری اردو | <input type="checkbox"/> برگزاری دوره آموزشی | <input type="checkbox"/> بخش فیلم و ... | <input type="checkbox"/> سخنرانی ، همایش ، پخش فیلم و ... |
| <input type="checkbox"/> دختران فراری | <input type="checkbox"/> بندسپرستی | <input type="checkbox"/> مهارت های زندگی | <input type="checkbox"/> همسر داری | <input type="checkbox"/> خدمات مشاوره |
| <input type="checkbox"/> موسسات آموزشی | <input type="checkbox"/> مرکز ترک اعتیاد | <input type="checkbox"/> گروه های تبلیغی | <input type="checkbox"/> موسسات مشاوره | <input type="checkbox"/> موسسات خیریه |
| | <input type="checkbox"/> امور خیریه | <input type="checkbox"/> سایت ها | <input type="checkbox"/> موسسات پژوهشی | |
- سایر:

خیر

 بله

۶- آیا با مجموعه ها و نهادهای دیگری تعامل داشته اید؟

در صورت امکان مجموعه با نهاد را معرفی کنید :

۷- بودجه فعالیت های مجموعه شما از چه طریقی تامین می شود؟

تعداد (میانگین)	سرخ مخاطبین
-----------------	-------------

۸- جمعیت تحت پوشش و مخاطبین برنامه های شما چه تعدادی هستند و چه قشری از جامعه را پوشش می دهند؟

۹- با توجه به فعالیت های حضری عالی در زمینه خانواده و ازدواج می توانید افراد فعال و موسسات دیگری در این حوزه را به ما معرفی کنید؟ (برای تکمیل اطلاعات به پیوست معرفی افراد و موسسات مراجعه نمایید)

۱۰- در آخر اگر امکان دارد گزارش مدونی از فعالیت های مجموعه و شخصی خود را به آدرس ایمیل موسسه ارسال نمایید.



نظر نهایی پرسشگر:

.....

.....

.....

.....

.....

 انقلابی بود مذهبی بود

نوع میزان همکاری مخاطب:

 عدم همکاری محافظه کارانه بی تفاوت مشتاق به همکاری

گستره اثرگذاری مجموعه(در صورت دارا بودن):

 ملی استانی شهرستانی شهری منطقه ای محله ای

نام و نام خانوادگی پرسشگر:

زمان مکالمه:

تاریخ مکالمه:



باسمه تعالی
 طرح شهید علی حاتمی
 کاربرد ثبت اطلاعات مجموعه های فعال در حوزه خانواده و ازدواج

۱. مشخصات عمومی موسسه

- نام کامل و دقیق موسسه:
 سایر نامهایی که موسسه به آنها مشهور است:
 آدرس دقیق:
 تلفن ثابت:
 آدرس سایت:
 وضعیت موسسه: انتفاعی غیر انتفاعی سایر
 نام و نام خانوادگی مدیر موسسه:
 از کدام سازمانها و یا نهادها دارای مجوز است؟

۲. تاریخچه موسسه:

(سال تاسیس، انگیزه ها و دغدغه های تاسیس، اهداف تاسیس، سیر تحول و تکاملی که موسسه از آغاز تا کنون داشته است، نقش افراد کارشناسان و موسسات دیگر در راه اندازی موسسه)

۳. امکانات مجموعه:

- وضعیت مکان: استیجاری تملکی
 مساحت زیر بنا: متر مربع تعداد اتاق:
 تجهیزات اداری: رایانه تعداد: پرینتر تعداد: فکس تعداد:
 اسکنر تعداد:
 میز و صندلی تعداد: تلویزیون / lcd ویدئو پروژکتور دوربین فیلمبرداری
 دوربین عکاسی دستگاه کپی دستگاه کپی سایر :
 توضیحات:





۴. منابع مالی :

- کمک های مردمی فعالیت های تجاری
- حق عضویت (ماهانه سالانه) : تومان
- حمایت های نهاد های دولتی و غیر دولتی
- سایر :
- هزینه ماهانه موسسه (به طور متوسط) : تومان
- در آمد ماهانه موسسه (به طور متوسط) : تومان
- توضیحات:

۵. زمان فعالیت موسسه:

- روزهای فعالیت در هفته : (ساعت کاری روزانه، مناسبت های مهم دارای فعالیت، فصول دارای بیشترین فعالیت و ...)
- ساعت فعالیت در روز: زمان شروع فعالیت : زمان پایان فعالیت :
- توضیحات:

۶. اطلاعات مربوط به مخاطبین (اعضاء) موسسه:

- جنسیت : مرد زن
- ترکیب سنی: نوجوان : نفر
- جوان : نفر
- میانسال : نفر

تعداد و ویژگی های اعضای ثابت و اعضای غیر ثابت:





۷. تبیین نحوه جذب، گزینش، عضوگیری و ارتباط با مخاطبان (شرایط عضویت، شیوه تبلیغات، ثبت نام و عضوگیری و ...)

۸. مشخصات برخی از مسئولین موسسه:

مسئول اصلی موسسه	یک نفر از اعضای اصلی	یک نفر از اعضای اصلی	
			سمت
			نام و نام خانوادگی
			تلفن همراه:
			سن:
			ایمیل:
			سطح تحصیلات:
			رشته تحصیلی:
			شغل:
			متوسط وقتگذاری برای موسسه در هفته
			مهمترین مهارتها و تخصصها
			مهمترین سوابق فرهنگی





فهرستی از تخصص ها و مهارت های (علمی، هنری، فرهنگی، تربیتی) سایر مسئولین و اعضای ثابت موسسه:

۹. ویژگی های تشکیلاتی مجموعه

مشخصات اولیه هیئت مدیره : (نام و نام خانوادگی و تحصیلات و تخصص و مهارت) :

تشریح ساختار سازمانی (دواير سازمانی و معاونت ها و زیر بخش های هر کدام و نحوه ارتباط معاونت ها با یکدیگر ، مهمترین وظایفی که هر کدام از معاونت ها و بخش ها به عهده دارند ، نام مسئولان هر معاونت و هر بخش و...)

نمودار سازمانی:

۱۰. فعالیتهای مجموعه:

عناوین برنامه های آموزشی تربیتی موسسه برای مخاطبان :



تیبین سیر برنامه ها موسسه برای مخاطبان ثابت خود در مقاطع مختلف سنی:

قالب برنامه ریزی برنامه های فوق : کلاس همایش کارگاه سایر :

۱۱. فهرستی از مهمترین برنامه های اجرا شده در موسسه:

کتاب آموزشی _ تربیتی استفاده شده در برنامه ها:

۱۲. نام اساتید و کارشناسان (کلاس ها، و همایش ها کارگاه ها)

نام و نام خانوادگی ، تلفن همراه/ثابت ، تخصص و مهارت ، تحصیلات ، میزان استفاده موسسه از ایشان در برنامه ها (مستمر مقطعی)

۱۳. چشم انداز فعالیت های موسسه

موسسات و نهادهای مرتبط با موسسه با موضوع خانواده و ازدواج : (نام موسسه، تلفن مدیر یا رابط موسسه، نحوه تعامل و همکاری، میزان تعامل و همکاری)

۱۴. مشخصات محله

- وضعیت محله : مسکونی تجاری مسکونی تجاری سایر:.....
- وضعیت فرهنگی: بافت مذهبی بافت سنتی بافت غیر مذهبی
- وضعیت اقتصادی: مرفه متوسط کم درآمد و فقیر نشین
- بافت محله : قدیمی تازه ساز شهرک مسکونی سایر:.....

مهمترین معضلات و نابسامانی های اجتماعی ، سیاسی ، امنیتی ، اقتصادی ، و فرهنگی محله:

آیا فرد یا گروه و یا مجموعه های تاثیر گذار فرهنگی دیگری در محله وجود دارد؟

وجهه موسسه نزد عموم مردم و نیز نهادهای محلی (شهرداری، مساجد ، بسیج ، هیات و...)

میزان تعامل موسسه با سازمان های دولتی و غیر دولتی (مدارس ، مساجد و هیات) محله:

سایر توضیحات ارائه شده توسط مصاحبه شوندگان:

تحلیل و جمع بندی محقق

- ا. مهمترین قوت های موسسه :
- ب. مهمترین ضعف های موسسه :
- ج. مهمترین مزیت ها و خلاقیت های موسسه در مقایسه با سایر موسسات خانواده و ازدواج :
- د. مهمترین فرصت ها و تهدید های پیش روی موسسه :
- ه. وضعیت ظاهری، عقیدتی، سیاسی و اخلاقی عمده مسئولین و اعضاء اصلی:
- و. وضعیت ظاهری، عقیدتی، سیاسی و اخلاقی مخاطبان برنامه های موسسه:
- ز. میزان دغدغه نسبت به موضوع خانواده و ازدواج و همسریابی:
- ح. پیشنهاد های محقق به بنیاد تحکیم خانواده: (در جهت توانمند سازی و تقویت موسسه، تعریف فعالیت مشترک، استفاده به عنوان یکی از شعبات و ...)
- ط. سایر موسسات و یا افراد معرفی شده که در این حوزه فعالیت شاخص دارند به منظور (نام موسسه یا فرد، مهمترین ویژگی، تلفن مدیر یا رابط)



لطفا در پایان اگر موسسه در زمینه هر یک از قالبها و یا موضوعات زیر فعالیت دارد، سطح کیفی و عمق فعالیتهای موسسه را با انتخاب یکی از رتبه های زیر ارزیابی نمایید

عالی / خیلی خوب / خوب / متوسط / ضعیف یا فاقد فعالیت

ردیف	قالب یا موضوع فعالیت	رتبه	توضیحات
2	روابط جنسی		
3	همسرداری		
4	مهارت های زندگی		
5	بدسرپرستی		
6	دختران فراری		
7	ترک اعتیاد		
8	سبک زندگی اسلامی		
9	همسر یابی		
10	تسهیلات مراسم ازدواج		
11	وام قرض الحسنه		
12	تهیه جهیزیه		
13	طلاق		
14	تربیت کودک		
15	ایجاد زیرساخت مانند: ساخت تالار و ...		
16	تولید کالاهای فرهنگی		
17	برگزاری جلسات ، سخنرانی ، همایش		
18	برگزاری دوره آموزشی		
19	برگزاری اردو		
20	مشاوره		
21	خبریه		
22	تبلیغ		
23	آموزش		
24	پژوهش		
25	سایت و فضای مجازی		
26	تالیف کتاب و مقاله		
27	رسانه های دیداری شنیداری		
28	برگزاری جشن های ازدواج دانشجویی		
29	مطالعات زنان		
30	آسیب شناسی پدیده های موثر خانواده		
31	افزایش جمعیت		
32	روابط دختر و پسر		
33	بلوغ جنسی		

منابع تحقیق:

نام و نام خانوادگی محقق / تاریخ / امضا



طرح شهید محمد تقایی

شناسایی عمومی مجموعه‌های فرهنگی شهر تهران



تاریخ اجرا و مجری

طرح شهید مجید بقایی تابستان ۱۳۹۱ توسط مؤسسه موعود اجرا شد.

هدف و ضرورت

این طرح با هدف شناسایی عمومی مجموعه‌های فرهنگی شهر تهران اجرا شد.

شیوه اجرا

در این طرح به دلیل اینکه لیست اولیه مؤسسات شهر تهران در دسترس نبود، گروه‌های مختلف شناسایی برای مناطق گوناگون شهر ساماندهی شدند و به صورت میدانی و حضور در محلات، اقدام به شناسایی و جمع‌آوری اطلاعات مجموعه‌های فرهنگی نمودند. مجموعه‌های فرهنگی مدنظر در این طرح می‌بایست حداقل تحت یکی از دسته‌بندی‌های ذیل قرار می‌گرفتند:

قالب‌های فعالیت:

- فعالیت‌های قرآنی
- مراسمات
- تبلیغ
- کادرسازی و تربیتی
- روزنامه و نشریه
- رسانه‌های دیداری شنیداری
- هنرهای تجسمی
- رسانه‌های دیجیتال
- کتاب و نشر
- تولید و توزیع محصولات فرهنگی
- نمایشگاه
- ادبیات
- آموزش
- مسابقه
- نشست و همایش





- پژوهش
- اردویی
- ورزش
- خیریه

محتوای فعالیت‌های مجموعه:

- مهارت‌های فردی (فنون ارتباطی، برنامه‌ریزی و اخلاق تشکیلاتی)
- مهارت‌های اجتماعی (مدیریت فرهنگی و برنامه‌ریزی فرهنگی)
- دشمن شناسی (عرفان‌های کاذب و فرق نوظهور، قومیت‌گرایی، غرب شناسی و یهود شناسی)
- دین شناسی (قرآن، معارف اهل بیت، اصول عقاید، فروع دین، نهضت عاشورا، مهدویت، طب اسلامی، تاریخ اسلام و تشیع، تربیت اسلامی، خانواده و ازدواج، عفاف و حجاب، اندیشه بزرگان اسلامی، ادیان)
- انقلاب اسلامی (ولایت فقیه، اندیشه‌های امام خمینی (ره)، اندیشه‌های امام خامنه‌ای (مدظله العالی)، دفاع مقدس، جنگ نرم، جریان شناسی سیاسی و فرهنگی، بیداری اسلامی، استکبار ستیزی، تاریخ معاصر و علم دینی)
- گرایشی (اخلاق، سیره شهدا، سیره عملی بزرگان)

قالب ساختاری مجموعه:

- هیئت
- تشکل قرآنی
- مسجد
- گروه تبلیغی
- مؤسسه مشاوره
- مؤسسه مطبوعاتی
- مؤسسه هنرهای رسانه‌ای
- خبرگزاری





- مؤسسه هنرهای تجسمی
- مؤسسه تبلیغاتی
- سایت اینترنتی
- مؤسسه رسانه دیجیتال
- انتشارات
- فروشگاه
- مؤسسه پژوهشی
- باشگاه ورزشی - تیم ورزشی
- مؤسسه خیریه
- انجمن ادبی
- کانون فرهنگی مسجد
- تشکل دانش آموزی
- تشکل دانشجویی
- مؤسسه فرهنگی
- پایگاه بسیج
- حوزه علمیه

نتایج حاصله

- شناسایی عمومی ۷۰۰ مجموعه فرهنگی و ۵۰۰ فعال فرهنگی شهر تهران

نقاط قوت و ضعف

- از آنجا که لیست مجموعه‌های فرهنگی در دسترس نبود، تعداد زیادی از مؤسسات و مراکز به دلایل مختلف همچون نداشتن تابلو، شناسایی نشدند.
- برخی از مجموعه‌ها به دلیل این که در زمان مراجعه گروه شناسایی به مجموعه، شخصی برای پاسخ‌گویی در آنجا حضور نداشت شناسایی نشدند.

طرح شناسایی اردویی

شناسایی و گردآوری اطلاعات حوزه اردویی سراسر کشور





تاریخ اجرا و مجری

طرح شناسایی اردویی در زمستان ۱۳۹۲ و بهار ۱۳۹۳ توسط مؤسسه فرهنگی توسعه داده نیروی انسانی ایرانیان اجرا شد.

هدف و ضرورت

حوزه اردویی به چهار بخش اردوگاه، اردوبر، مجموعه اردویی و فعالین اردویی قابل تفکیک است. این طرح با هدف شناسایی و گردآوری اطلاعات این چهار بخش در گستره ملی به مرحله اجرا درآمد.

شیوه اجرا

این طرح به صورت مصاحبه تلفنی اجرا شد. تیم شناسایی از طریق برقراری تماس تلفنی با لیست اولیه شناسایی شده، از آنها سئوالاتی پرسیده و پاسخها و اطلاعات دریافتی را ثبت کردند. مهم‌ترین محورهای سئوالات مطروحه به شرح ذیل است:

الف) محورهای سئوالات مربوط به فعالین اردویی

- بیوگرافی مصاحبه شونده
- مجموعه فعالیت‌های مصاحبه شونده
- اردوهای که برگزار کرده و یا اردوهایی که دارای نقش موثر بوده است.
- نوع تخصص و مهارت مخاطب در زمینه اردویی
- عناصر شاخص همکار در زمینه اردویی
- اردوهای سالانه مخاطب
- اردوهای شاخصی که در سطح منطقه و کشور می‌شناسد.
- عناصر استان در زمینه برگزاری اردوهای کلان
- اطلاعات فعالین اردویی غیر از موارد ذکر شده در بندهای فوق
- اردوگاه‌ها و اماکن دارای قابلیت پذیرش و اسکان اردوها و کاروان‌ها
- مهارت‌های مخاطب در زمینه‌های غیر اردویی

ب) محورهای سئوالات مربوط به اردوگاه‌ها

- معرفی اردوگاه (نام اردوگاه، تاریخچه شکل‌گیری، وجود یا عدم وجود مجموعه یا نهاد بالادستی و...)
- آدرس اردوگاه





- ظرفیت پذیرش و اسکان اردوگاه (پذیرش فضای باز، پذیرش فضای سرپوشیده، پذیرش تخت، پذیرش بدون تخت)
 - امکانات اردوگاه (قابلیت اسکان خانواده، ظرفیت تفکیک خواهران و برادران، امکانات آشپزخانه، امکانات فرهنگی، امکانات فنی، امکانات اسکان از قبیل پتو، تشک و...، مساحت قسمت‌های مختلف اردوگاه)
 - شیوه هماهنگی برای رزرو مکان
 - هزینه‌های اسکان
 - مدل و شیوه ارائه تخفیف
- در طرح فوق ۴۰۰ مصاحبه موفق صورت گرفت.

نتایج حاصله

شناسایی ۲۶۰۰ اردوگاه و مجموعه اردویی و ۱۲۰۰ فعال اردویی

نقاط قوت و ضعف

- بالا بودن میزان کارایی طرح به دلیل تخصصی بودن سئوالات طرح و همچنین ویرایش، ساماندهی و رفع اشکال اطلاعات گردآوری شده بعد از اتمام طرح توسط مصاحبه‌گران

کد:

باسمه تعالی

کاربرگ ثبت اطلاعات پیمایش تلفنی طرح شهید مهدی حکمت

طرح اردویی

نام: نام خانوادگی: استان. شهرستان. شهر:

شماره همراه: شماره ثابت: معرف:

نام پیمایشگر: تاریخ: / / ۱۳۹۲

تاریخ					
کد تماس					
توضیحات					
نام پیمایشگر					

« سلام‌علیکم؛ جناب آقای (نام خانوادگی مخاطب)؟ حال شما خوبه؟ بنده (نام خانوادگی پرسشگر) هستم، از "مجمع ملی رحیل" خدمتون تماس می‌گیرم، با توجه به اینکه جناب‌عالی به عنوان فعال اردویی به ما معرفی شده اینده می‌خواستم برای برنامه‌ریزی‌ها و استفاده از تجربیات حضرت‌عالی در زمینه اردوها، چند دقیقه‌ای از باب مشورت با شما گفتگو کنم. در حال حاضر وقت دارید؟

۱- در حال حاضر حضرت‌عالی در مجموعه فرهنگی خاصی مشغول به فعالیت هستید؟

نام مجموعه	سمت	سازمان بالادست	مدیر مجموعه	شماره تماس

۲- لطفاً اردوهایی که تا کنون برگزار کرده‌اید و یا در برگزاری آن نقش مؤثر داشتید را نام ببرید.

۳- ممکن است عنوان دقیق اردوی را بفرمائید. (ارجاع به فرم پیوست)

۴- آیا می‌توانید افراد شاخصی که در عرصه اردویی، با شما همکاری داشته‌اند، معرفی نمائید؟

پیشنوند	نام	نام خانوادگی	شماره تماس	سمت	تخصص اردویی یا مهمترین ویژگی



۵- اطلاعات سالیانه اردویی مخاطب:

در کل سال چند اردو برگزار می‌کنید؟	جمعاً چند نفر را در طول سال به اردو می‌برید؟
تعداد اردوهای داخل استان :	تعداد اردوهای خارج از استان :
تعداد اردوهای داخل استان :	تعداد اردوهای خارج از کشور :

۶- به جز اردوهایی که خودتان در آن نقش داشتید، چه اردوهای شاخص دیگری در سطح منطقه و کشور می‌شناسید؟

اردوی شماره ۱		عنوان دقیق اردو	سازمان بالادست
آیا این اردو ذیل مجموعه خاصی برگزار شده است؟	مدیر مجموعه	شماره تماس	
نام مجموعه			
اردوی شماره ۲		عنوان دقیق اردو	سازمان بالادست
آیا این اردو ذیل مجموعه خاصی برگزار شده است؟	مدیر مجموعه	شماره تماس	
نام مجموعه			

۷- در استان شما چه فرد یا افرادی در زمینه برگزاری اردوهای بزرگ فعالیت دارند؟

نام فرد	شماره تماس	سمت	تخصص اردویی یا مهمترین ویژگی ایشان	وابستگی به مراکز و یا نهادهای دولتی یا غیر دولتی یا مجموعه خاص	نام فرد		
					پیشوند	نام	نام خانوادگی

۸- به جز افرادی که تا کنون معرفی کرده اید، آیا از فعالان عرصه اردویی افراد دیگری هم می‌شناسید که معرفی نمائید؟

پیشوند	نام	نام خانوادگی	شماره تماس	سمت	تخصص اردویی یا مهمترین ویژگی

۹- چه اردوگاهها و یا مکان‌هایی را در شهرهای مختلف می‌شناسید که قابلیت پذیرش و اسکان میهمان‌ها و کاروان‌ها را دارند؟

نام اردوگاه ۱	استان / شهرستان / شهر	مهمترین ویژگی این اردوگاه چیست؟
نام رابط یا مسئول اردوگاه	شماره تماس	نقاط ضعف این اردوگاه چیست؟
نام اردوگاه ۲	استان / شهرستان / شهر	مهمترین ویژگی این اردوگاه چیست؟
نام رابط یا مسئول اردوگاه	شماره تماس	نقاط ضعف این اردوگاه چیست؟

۱۰- آیا مجموعه فرهنگی، حسینی، یا هرگونه مکان دیگری که فضای اسکان جمعیت اردویی را داشته باشد، در شهر خودتان یا شهرهای دیگر می‌توانید معرفی کنید؟

نام حسینی / مجموعه فرهنگی ۱	وضعیت مالک شخصی <input type="checkbox"/> دولتی <input type="checkbox"/> سازمان ذیربط:	ظرفیت اسکان
نام رابط یا مسئول	شماره تماس	آدرس
نام حسینی / مجموعه فرهنگی ۲	وضعیت مالک شخصی <input type="checkbox"/> دولتی <input type="checkbox"/> سازمان ذیربط:	ظرفیت اسکان
نام رابط یا مسئول	شماره تماس	آدرس

۱۱- مهمترین تجربه و نکته ای که در طول سال های فعالیت اردویی خود کسب کرده اید چیست؟

۱۲- تخصص اردویی شما در چه زمینه ای است؟ در کدام قسمت از برگزاری اردو مهارت بیشتری دارید؟

عنوان مهارت:	رشته تخصصی:
محل استفاده: در فعالیت <input type="checkbox"/> مجموعه <input type="checkbox"/> محصول <input type="checkbox"/> : _____	سطح مهارت: حرفه ای <input type="checkbox"/> ماهر <input type="checkbox"/> مبتدی <input type="checkbox"/>

۱۳- در سایر حوزه ها غیر از اردو، مهارت اصلی شما در چه زمینه ای است؟

عنوان مهارت:	رشته تخصصی:
محل استفاده: در اردو <input type="checkbox"/> مجموعه <input type="checkbox"/> :	سطح مهارت: حرفه ای <input type="checkbox"/> ماهر <input type="checkbox"/> مبتدی <input type="checkbox"/>

۱۴- مشخصات فردی:

- تحصیلات حضرت عالی در چه سطحی است؟

تحصیلات غیر عالی	<input type="checkbox"/> بی سواد - کم سواد	<input type="checkbox"/> تا پایان ابتدایی	<input type="checkbox"/> تا سیکل	<input type="checkbox"/> تا دیپلم / پیش دانشگاهی
تحصیلات دانشگاهی	<input type="checkbox"/> کاردانی	<input type="checkbox"/> کارشناسی	<input type="checkbox"/> کارشناسی ارشد	<input type="checkbox"/> دکتر
تحصیلات حوزوی	<input type="checkbox"/> سطح یک (پایه ۱ تا ۶)	<input type="checkbox"/> سطح دو (پایه ۷ و ۸)	<input type="checkbox"/> سطح سه (پایه ۹ و ۱۰)	<input type="checkbox"/> سطح خارج فقه و اصول
وضعیت	سال شروع به تحصیل	رشته تحصیلی	نام دانشگاه و شهر محل تحصیل	نام حوزه علمیه و شهر محل تحصیل
هانشجو <input type="checkbox"/> طلبه <input type="checkbox"/> فارغ التحصیل <input type="checkbox"/>				

- شغل شما چیست؟ متولد چه سالی هستید؟

عنوان دقیق شغل:	سازمان / اداره / مجموعه ذیربط:	کد موضوع شغل:
سال شروع اشتغال:	آیا از شغل خود راضی هستید؟ <input type="checkbox"/> بلی <input type="checkbox"/> خیر <input type="checkbox"/> تا حدودی <input type="checkbox"/>	سال تولد: <input type="checkbox"/> مجرد <input type="checkbox"/> متاهل <input type="checkbox"/>

۱۵- انشاءالله برای ارتباط های آینده، لطفاً آدرس پستی خود در اختیار ما قرار دهید.

استان	شهرستان	شهر / روستا	آدرس

۱۶- با توجه به شناختی که حضرتعالی از پتانسیلها و ظرفیت های موجود در منطقه و استان خود دارید، اگر بخواهیم یک اردو به منطقه شما بیاوریم و از وجود حضرتعالی بهره مند شویم:

- چه برنامه هایی می توانید برگزار کنید؟



۱۷- شما از چه مکان هایی می توانید در بحث اردویی تخفیف بگیرید:

اردوگاه اسکان

نقلیه تغذیه

فرهنگی نیروی عملیاتی

اماکن سیاحتی و گردشگری سایر

۱۸- برای اینکه بتوانیم از حضرتعالی به عنوان یکی از مسئولین اردویی استفاده کنیم نیازمندیم که شما طرح پیشنهادی خود را در زمینه اردو به صورت مکتوب برای ما ارسال نمایید که باید شامل موارد زیر باشد:
اهداف، مقصد، تعداد نیرو، مدت اردو، برنامه ها، بودجه بندی، زمان بندی و ...

لطفا طرح مواردی که بیان شد را به پست الکترونیکی ما ارسال نمایید.

Ordoo۹۲@gmail.com

در پایان ضمن تشکر از همکاری حضرتعالی، برای ارتباط بیشتر منتظر ارسال طرح پیشنهادی شما هستیم.

لحن پاسخگویی: صادقانه اغراق آمیز محافظه کارانه با آمادگی قبلی پاسخدهی گروهی مدت مکالمه:

وضعیت کلی مخاطب:

ارزیابی پرسشگر در مورد اردوها:

امضا:





مدیر اردو		عنوان دقیق اردو	
شماره تماس	مدیر مجموعه	نام مجموعه	آیا این اردو ذیل مجموعه خاصی برگزار شده است؟
مدت زمانی که اردو به طول انجامید چقدر بود؟	مبدأ و مقصد اردو را بنویسید؟	سالی چند بار این اردو برگزار می شود؟	از چه سالی این اردو را برگزار می کنید؟
	مبدأ: مقصد:		از سال تا سال
منابع تامین مالی شما از کجا بود؟	وسیله نقلیه ای که برای اردو استفاده کردید چه بود؟	تیپ کلی و سنخ مخاطب اردو چه افرادی بودند؟	تعداد افرادی که در اردو شرکت کردند چند نفر بودند؟
.....	غیر دولتی <input type="checkbox"/> دولتی <input type="checkbox"/>		
			مهمترین ویژگی و وجه تمایز این اردو چه بود؟
آیا از این اردو محصولی در قالب تشریه، کتابچه، خاطره، مستند و ... تولید شده است؟		آیا در طول اردو محصول خاصی به مخاطبان عرضه کردید؟	
		برنامه کلی و اقداماتی که در اردو انجام شد چه بود؟ چه ابتکار و کار جدیدی در اردوی شما انجام شد؟	
توضیحات:			

مدیر اردو		عنوان دقیق اردو	
شماره تماس	مدیر مجموعه	نام مجموعه	آیا این اردو ذیل مجموعه خاصی برگزار شده است؟
مدت زمانی که اردو به طول انجامید چقدر بود؟	مبدأ و مقصد اردو را بنویسید؟	سالی چند بار این اردو برگزار می شود؟	از چه سالی این اردو را برگزار می کنید؟
	مبدأ: مقصد:		از سال تا سال
منابع تامین مالی شما از کجا بود؟	وسیله نقلیه ای که برای اردو استفاده کردید چه بود؟	تیپ کلی و سنخ مخاطب اردو چه افرادی بودند؟	تعداد افرادی که در اردو شرکت کردند چند نفر بودند؟
.....	غیر دولتی <input type="checkbox"/> دولتی <input type="checkbox"/>		
			مهمترین ویژگی و وجه تمایز این اردو چه بود؟
آیا از این اردو محصولی در قالب تشریه، کتابچه، خاطره، مستند و ... تولید شده است؟		آیا در طول اردو محصول خاصی به مخاطبان عرضه کردید؟	
		برنامه کلی و اقداماتی که در اردو انجام شد چه بود؟ چه ابتکار و کار جدیدی در اردوی شما انجام شد؟	
توضیحات:			





باسمه تعالی

کاربرگ ثبت اطلاعات پیمایش تلفنی سئوالات شهید علیرضا افشار
فرم اردوگاه

نام و نام خانوادگی: شماره تماس: نام اردوگاه:

استان: شهرستان: شهر:

« سلام علیکم؛ جناب آقای (نام خانوادگی مخاطب)؟ حال شما خوبه؟ (تبریک یا تسلیت ایام) من (نام خانوادگی پرسشگر) هستم، از مجمع ملی رحیل مزاحم شما می‌شوم « می‌خواستم برای برنامه ریزی های اردویی و استفاده از تجربیات حضرت عالی، جهت ارزیابی وضعیت اردوگاه های کشور حدود ۱۵ دقیقه از شما مشورت بگیرم. در حال حاضر وقت دارید؟

۱- لطفا اردوگاه خود را معرفی کنید.

۲- آدرس اردوگاه را بفرمایید.

۳- اردوگاه شما چه تعداد ظرفیت پذیرش دارد؟

- ظرفیت پذیرش فضای باز
- ظرفیت پذیرش سرپوشیده
- ظرفیت پذیرش تخت
- ظرفیت پذیرش بدون تخت

۴- امکانات اردوگاه تا چه حدی است؟

- آیا قابلیت اسکان خانواده دارد؟
- در اردوی مختلط، ظرفیت تفکیک خواهران / برادران را دارد؟
- امکانات آشپزخانه، سلف سرویس، امکانات ورزشی، وضعیت خوابگاه و ... چگونه است؟
- امکانات فرهنگی، سالن آمفی تئاتر، نمازخانه، کتابخانه، سایت کامپوتر، کلاس درسی و ... چگونه است؟
- امکانات فنی در چه حدی است؟ برق، آب، گاز و ...
- امکانات اسکان از قبیل پتو، تشک و ... چگونه است؟
- متراژ اردوگاه، متراژ فضای سرپوشیده، متراژ فضای سبز و ... را بفرمائید.





۵- اردوگاه زیر نظر نهاد خاصی اداره می شود یا خصوصی است؟
• اگر خصوصی است نام مالک؟

۶- شیوه هماهنگی برای رزرو مکان چگونه است؟

۷- هزینه اسکان یک نفر در یک شبانه روز چقدر است؟

۸- شیوه تخفیفی شما چگونه است؟ آیا مدل خاصی برای تخفیف دارید؟

۹- لطفا سن و میزان تحصیلات خود را بفرمایید.

۱۰- برای ارتباط و شناخت بیشتر ، لطفا عکس هایی از اردوگاه خود را به ایمیل ما ارسال نمایید.

Ordoo92@gmail.com

مدت مکالمه:	نام پیمایشگر:	تاریخ:/...../۱۳۹۲
وضعیت کلی مخاطب:		
ارزیابی پرسشگر در مورد اردوگاه:		
امضاء		





طرح شهید مهدی زین الدین

شناسایی تفصیلی مجموعه‌های تربیت محور کشور



تاریخ اجرا و مجری

طرح شهید مهدی زین الدین در آبان ماه و آذرماه ۱۳۹۲، توسط موسسه مصباح الهدی انجام شد.

هدف و ضرورت

کارگروه تربیت محور بنیاد خاتم الاوصیا(عج) به عنوان متولی حمایت و توانمندسازی مجموعه‌های تربیتی کشور، نیاز مبرمی به اطلاعات جامع و کارشناسانه از مجموعه‌های تربیتی کشور دارد. لازمه این مهم شناخت و سنجش توانایی‌ها و ظرفیت‌ها و نقاط قوت و ضعف مجموعه‌های تربیتی می‌باشد. لذا بر حسب این احساس نیاز، طرح شهید زین الدین به منظور شناسایی حضوری مجموعه‌های تربیتی دانش‌آموزی کشور اجرایی گردید.

شیوه اجرا

برای اجرای طرح شهید زین الدین، استان‌های کشور به ۱۲ گروه تقسیم شده و برای هر گروه حداکثر سه طلبه و در مجموع برای کل گروه‌ها ۳۰ طلبه انتخاب شد. این طلبه‌ها از طلاب فاضل و آموزش دیده در دوره‌های تربیت مربی چشمه جاری بودند. طلاب مذکور به منظور شناسایی و انجام مصاحبه حضوری با مسئولین مجموعه‌ها، به استان‌های تعیین شده در گروه‌ها اعزام شدند. لیست گروه‌ها به شرح ذیل می‌باشد:

گروه ۱: استان‌های آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، اردبیل

گروه ۲: استان‌های کرمان و هرمزگان

گروه ۳: استان‌های فارس و کهگیلویه و بویراحمد

گروه ۴: استان خوزستان

گروه ۵: استان‌های کردستان، همدان و کرمانشاه

گروه ۶: استان‌های سمنان، مازندران و گیلان

گروه ۷: استان خراسان رضوی

گروه ۸: استان‌های البرز، قزوین و زنجان

گروه ۹: استان‌های مرکزی، لرستان و ایلام

گروه ۱۰: استان اصفهان

گروه ۱۱: استان تهران

گروه ۱۲: استان قم



شایان ذکر است که استان‌های خراسان شمالی، خراسان جنوبی، سیستان و بلوچستان، گلستان، بوشهر، چهارمحال و بختیاری و یزد به دلیل اقتضائات ویژه، در این طرح مورد بررسی قرار نگرفتند. بخشی از مؤسسات و مجموعه‌های مورد بررسی پیش از این در سایت کارگروه ثبت نام کرده بودند و شناسایی اولیه سایر مجموعه‌ها نیز در حین سفر و اجرای طرح به انجام رسید. شناسایی تفصیلی نیز به شیوه مصاحبه و از طریق فرم‌های از پیش طراحی شده انجام شد. یکی از اعضای گروه شناسایی سئوال‌ات را مطرح کرده و نفر یا نفرات بعدی اقدام به درج پاسخ‌های داده شده در فرم‌ها می‌کردند.

محورهای کلی اطلاعات دریافتی از مجموعه‌ها به شرح ذیل می‌باشد:

- گروه‌ها و مقاطع سنی مخاطبان
- نحوه جذب و گزینش متربیان و مربیان
- آثار و محصولات مجموعه
- میزان و نوع ارتباط مجموعه با سایر اماکن تربیتی موثر بر متربیان
- مشخصات فعالان مجموعه
- وضعیت فرهنگی و تربیتی استان
- ضرورت و اهمیت فعالیت فرهنگی و تربیتی و دشواری‌های آن در استان
- راهکارهای عمومی اولیه برای شروع فعالیت فرهنگی و تربیتی در استان
- ظرفیت‌های موجود در استان

نتایج حاصله

در طرح شهید زین‌الدین ۲۶۶ مجموعه تربیت محور مورد بررسی و مطالعه قرار گرفتند و اطلاعات دریافتی از آن‌ها ثبت گردید. از بین مجموعه‌های تحت بررسی، ۹۰ مجموعه در سایت کارگروه ثبت نام کرده بودند، لذا شناسایی اولیه در موردشان صورت نگرفت. همچنین ۱۷۶ مجموعه به دلیل عدم ثبت نام در سایت کارگروه، در حین انجام طرح مورد شناسایی اولیه قرار گرفتند.

نقاط قوت و ضعف

- عدم انجام شناسایی برای تمام مجموعه‌های تربیت محور استان‌ها
- عدم انجام طرح برای برخی استان‌ها
- عدم وجود لیست اولیه نهایی قبل از سفر تیم شناسایی و احصاء برخی مجموعه‌ها حین سفر به استان‌ها



فرم شماره ۲ - جذب و گزینش متربی / نام مجموعه : نام تکمیل کننده: تاریخ تکمیل:

مخاطب برنامه ها		<input type="checkbox"/> عمومی <input type="checkbox"/> گزینشی	
علل گزینش		<input type="checkbox"/> محدودیت نیروی انسانی <input type="checkbox"/> محدودیت امکانات <input type="checkbox"/> افزایش تاثیر و کیفیت کار <input type="checkbox"/> به نیت کادرسازی <input type="checkbox"/> ...	
معیارهای گزینش		<input type="checkbox"/> امتحان علمی <input type="checkbox"/> تست های هوش و شخصیت <input type="checkbox"/> مصاحبه شفاهی <input type="checkbox"/> شرط معدل <input type="checkbox"/> اردوی ورودی <input type="checkbox"/> ویژگی های خانوادگی <input type="checkbox"/> اولویت مکانی ...	
گام های جذب	۱	۵	
	۲	۶	
	۳	۷	
	۴	۸	
روش های جذب		<input type="checkbox"/> چهره به چهره <input type="checkbox"/> ارتباط با مدارس <input type="checkbox"/> اطلاع رسانی محلی <input type="checkbox"/> ارتباط با والدین ...	
کسره جذب مخاطب		<input type="checkbox"/> محلی <input type="checkbox"/> منطقه ای <input type="checkbox"/> شهری ...	
مقطع ورودی		فصل برگزاری آزمون: (گزینش)	
توضیحات			

فرم شماره ۳ - جذب و گزینش مریی

شیوه جذب مرییان		<input type="checkbox"/> داوطلب <input type="checkbox"/> تعامل با مدارس حوزه علمیه <input type="checkbox"/> تعامل با گروه های تبلیغی <input type="checkbox"/> دعوت از مبلغین فعال <input type="checkbox"/> دعوت از مرییان پرورشی مدارس <input type="checkbox"/> تعامل با تشکل های دانشجویی <input type="checkbox"/> به کارگیری متربیان برتر مجموعه	
معیارهای گزینش		دسته ها	
معیارها	۱	<input type="checkbox"/> توانمندی علمی	
	۲	<input type="checkbox"/> ویژگی های اخلاقی	
	۳	<input type="checkbox"/> مهارت های انتقالی و ارتباطی	
	۴	<input type="checkbox"/> توانمندی های خاص (م:حافظ قرآن، زبان خارجی)	
روش های ارزیابی مرییان		<input type="checkbox"/> نظارت مسئول مقطع <input type="checkbox"/> نظارت مسئول مجموعه <input type="checkbox"/> نظر سنجی از متربیان <input type="checkbox"/> نظرسنجی از والدین	
آموزش های پیش از مسئولیت		دسته ها	
تعداد جلسات	۱	<input type="checkbox"/> معارف اسلام	
	۲	<input type="checkbox"/> نظام تربیتی	
	۳	<input type="checkbox"/> مهارت های انتقالی و ارتباطی	
	۴	<input type="checkbox"/> مسائل روز	
توانمندسازی حین مسئولیت		دسته ها	
تعداد جلسات	۱	<input type="checkbox"/> معارف اسلام	
	۲	<input type="checkbox"/> نظام تربیتی	
	۳	<input type="checkbox"/> مهارت های انتقالی و ارتباطی	
	۴	<input type="checkbox"/> مسائل روز	
توضیحات			

فرم شماره ۴ - آثار / نام مجموعه :

نام تکمیل کننده:

تاریخ تکمیل:

محتوای معرفتی						
ر	مقطع	عنوان	موضوعات	روش تولید	روش ارائه	منابع
۱						
۲						
۳						
۴						
۵						
۶						
۷						
۸						
۹						
۱۰						
۱۱						
۱۲						
۱۳						
۱۴						
۱۵						
تجزیه	عنوان نشریه	نوع نشریه <input type="checkbox"/> مکتوب <input type="checkbox"/> صوتی <input type="checkbox"/> تصویری <input type="checkbox"/> چندرسانه ای <input type="checkbox"/> اینترنتی				
	مخاطب	زمان نشر <input type="checkbox"/> شیوه توزیع <input type="checkbox"/>				
	تولید	<input type="checkbox"/> مریان <input type="checkbox"/> متریان <input type="checkbox"/> شورای پژوهش <input type="checkbox"/> گروه نشریه <input type="checkbox"/> ...				
	کیفیت	<input type="checkbox"/> تناسب با مخاطب <input type="checkbox"/> کیفیت بصری <input type="checkbox"/> قوت محتوایی <input type="checkbox"/> تولیدی بودن				
	اهداف					
تولیدات چندرسانه ای	ر	عنوان	نوع	مخاطب	موضوعات	
	۱					
	۲					
	۳					
	۴					
تولیدات پژوهشی	ر	عنوان	نوع	وضعیت انتشار	موضوعات	
	۱					
	۲					
	۳					
	۴					



فرم شماره ۵ - ارتباط / نام مجموعه : نام تکمیل کننده: تاریخ تکمیل:

چگونگی ارتباط		<input type="checkbox"/> افتتاحیه و اختتامیه <input type="checkbox"/> هنگام مشکل مرتبی <input type="checkbox"/> ارسال کارنامه <input type="checkbox"/> جلسات آموزشی <input type="checkbox"/> ارسال پیامک <input type="checkbox"/> جلسات مذهبی			
نحوه اطلاع رسانی روند تربیتی		<input type="checkbox"/> تلفن مرتبی <input type="checkbox"/> ارسال کارنامه <input type="checkbox"/> ارسال پیامک <input type="checkbox"/> جلسه مقطع <input type="checkbox"/> جلسه عمومی			
مسئول ارتباط		<input type="checkbox"/> مرتبی <input type="checkbox"/> مسئول مقطع <input type="checkbox"/> مسئول مجموعه <input type="checkbox"/> مسئول آموزش ...			
آموزش والدین		<input type="checkbox"/> ارسال کتب و مجلات <input type="checkbox"/> معرفی کتب <input type="checkbox"/> جلسات آموزشی <input type="checkbox"/> پیامک ...			
عنوان	سرفصل ها	اساتید	ت جلسه		
اجرا					
۱			<input type="checkbox"/>		
۲			<input type="checkbox"/>		
۳			<input type="checkbox"/>		
۴			<input type="checkbox"/>		
نحوه ارتباط با مدارس		<input type="checkbox"/> اطلاع رسانی در مدارس <input type="checkbox"/> جذب از مدارس <input type="checkbox"/> استفاده از مربیان پرورشی <input type="checkbox"/> استفاده از امکانات مدرسه ...			
برنامه های مشترک		-۱			
		-۲			
		-۳			
نحوه ارتباط		<input type="checkbox"/> مکان مجموعه در مسجد <input type="checkbox"/> اجرای کلاس ها در مسجد <input type="checkbox"/> برگزاری جلسات عمومی در مسجد <input type="checkbox"/> برگزاری هیئت در مسجد <input type="checkbox"/> مدیریت فرهنگی مسجد <input type="checkbox"/> اقامه نماز ...			
مدیریت برنامه های عمومی		<input type="checkbox"/> اذان و تکبیر <input type="checkbox"/> ادعیه و مراسمات <input type="checkbox"/> قرائت قرآن <input type="checkbox"/> تزیین و فضا سازی <input type="checkbox"/> مدیریت تابلوها <input type="checkbox"/> پذیرایی و نظافت <input type="checkbox"/> صندوق قرض الحسنه <input type="checkbox"/> فعالیت های خیریه ای ...			
ر	نام مجموعه	نوع ارتباط	مدت ارتباط	نام مسئول	تلفن همراه
۱					
۲					
۳					
۴					
۵					
۶					
۷					
۸					
۹					
۱۰					

فرم اردو

اردو	نوع اردوها	<input type="checkbox"/> درون شهری	تعداد:	<input type="checkbox"/> برون شهری	تعداد:	<input type="checkbox"/> برون استانی	تعداد:	<input type="checkbox"/> برون کشوری (م : زیارتی)	تعداد:
	حداکثر زمان اردو								
	مهم ترین اردوها:								
	اهداف تربیتی اردو:								



فرم شماره ۷ - نیروی انسانی / نام مجموعه : نام تکمیل کننده: تاریخ تکمیل:

مدیر مجموعه							
نام	تاریخ تولد						
آدرس منزل	کد پستی						
تلفن منزل	تلفن همراه						
تحصیلات حوزوی	تحصیلات دانشگاهی						
تاریخ شروع مدیریت	میزان حضور هفتگی						
سوابق فرهنگی							
نام							
آدرس منزل	کد پستی						
تلفن منزل	تلفن همراه						
تحصیلات حوزوی	تحصیلات دانشگاهی						
تاریخ شروع مدیریت	میزان حضور هفتگی						
سوابق فرهنگی							
نام							
تحصیلات حوزوی	تحصیلات دانشگاهی						
تاریخ شروع همکاری							
نحوه تعامل <input type="checkbox"/> آثار مکتوب <input type="checkbox"/> آثار شفاهی <input type="checkbox"/> ارائه طرح <input type="checkbox"/> حضور در شوارای فکری <input type="checkbox"/> ...							
ر	نام	تحصیلات	ت تولد	تخصص	تلفن همراه	شورای فکری مجموعه	
۱						<input type="checkbox"/>	
۲						<input type="checkbox"/>	
۳						<input type="checkbox"/>	
۴						<input type="checkbox"/>	
۵						<input type="checkbox"/>	
ر	عنوان بخش	نام مسئول	تحصیلات	ت تولد	تخصص	تلفن همراه	مسئولین اجرایی
۱							<input type="checkbox"/>
۲							<input type="checkbox"/>
۳							<input type="checkbox"/>
۴							<input type="checkbox"/>
۵							<input type="checkbox"/>
۶							<input type="checkbox"/>
۷							<input type="checkbox"/>
۸							<input type="checkbox"/>
۹							<input type="checkbox"/>

فرم شماره ۸ - ارزیابی تفصیلی / نام مجموعه : نام تکمیل کننده: تاریخ تکمیل:

کارشناس اول - نام:		کارشناس دوم - نام:		کارشناس سوم - نام:		جمع بنای گروه
۱	اهم آسیب های مجموعه	۱	اهم آسیب های مجموعه	۱	اهم آسیب های مجموعه	
۲		۲		۲		
۳		۳		۳		
۴		۴		۴		
۵		۵		۵		
۱	اهم موارد قوت مجموعه	۱	اهم موارد قوت مجموعه	۱	اهم موارد قوت مجموعه	
۲		۲		۲		
۳		۳		۳		
۴		۴		۴		
۵		۵		۵		
۱	راهکارهای پیشنهادی جهت تقویت	۱	راهکارهای پیشنهادی جهت تقویت	۱	راهکارهای پیشنهادی جهت تقویت	
۲		۲		۲		
۳		۳		۳		
۴		۴		۴		
۵		۵		۵		
۶		۶		۶		
۷		۷		۷		
۸		۸		۸		
۹		۹		۹		
۱۰		۱۰		۱۰		

شرح شهید احمد کاظمی

تہیہ اطلس فرهنگی استان گلستان



تاریخ اجرا و مجری

طرح شهید احمد کاظمی از خرداد ۱۳۹۱ تا کنون توسط ستاد مردمی جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی استان گلستان در حال اجرا است.

هدف و ضرورت

هدف اجرای این طرح، تهیه اطلس جغرافیایی فرهنگی استان گلستان می‌باشد. استان گلستان به علت بافت متغیر فرهنگی، اقلیم متنوع جغرافیایی و هم‌چنین آمادگی لازم مجریان، به عنوان استان نمونه شناخته شد و طرح به صورت پایلوت در این استان در حال اجراست.

شیوه اجرا

طرح شهید کاظمی دارای سه مرحله ذیل می‌باشد:

۱- مرحله مطالعاتی

۲- مرحله اجرایی

۳- مرحله فنی

۱- مرحله مطالعاتی: دفترچه اماکن فرهنگی الگو تدوین شد و ویژگی‌های مجموعه‌های فرهنگی الگو مانند مساجد، حوزه‌های علمیه، حسینیه‌ها، دانشگاه‌ها، مدارس و... استخراج گردید.

۲- مرحله اجرایی: این مرحله شامل تکمیل پرسش‌نامه‌ها و حضور در اماکن برای ثبت مختصات جغرافیایی و گرفتن عکس‌های مناسب از نقاط و اماکن فرهنگی می‌باشد. این نقاط عبارتند از:

- مسجد
- حسینیه
- حوزه علمیه
- مدرسه و مراکز آموزشی
- گلزار شهدا
- حرم شهدای گمنام
- پایگاه و نواحی بسیج
- تشکل‌های قرآنی
- مؤسسات و کانون‌های فرهنگی

- دانشگاه و مراکز آموزش عالی
- مهد کودک
- کتابخانه
- سینما و سالن تئاتر
- موزه و مراکز تاریخی
- پارک
- مراکز ورزشی
- ادارات و نهادهای فرهنگی
- اردوگاه‌های فرهنگی
- امامزادگان

۳- مرحله فنی: در گام پیاده سازی فنی، کلیه نقاط فرهنگی استان که با سیستم جی پی اس علامت گذاری شده اند بر روی نقشه‌های جغرافیایی پیاده می‌شوند. بدین ترتیب وضعیت فرهنگی نقاط مختلف شهر سنجیده خواهد شد و نقاط فرهنگی به مثبت، منفی و متغیر تقسیم شده و عملیات‌های فرهنگی مورد نیاز هر منطقه مبتنی بر ارزیابی و سنجش‌های صورت گرفته انجام خواهند شد.

نتایج حاصله

انتظار می‌رود بعد از اتمام این طرح، اطلس جغرافیایی استان گلستان که در آن کلیه نقاط فرهنگی از قبیل سینما، موزه، دارالقرآن، پایگاه مقاومت و... نقطه گذاری و مشخص شده‌اند و مختصات جغرافیایی آنها نیز محاسبه شده است، آماده بهره‌برداری‌های مقتضی باشد. لازم به ذکر است تعداد ۹۴۰۰ نقطه به ثبت رسیده است.

نقاط قوت و ضعف

- ثبت مشخصات جغرافیایی نقاط با استفاده از دستگاه با حضور در محل
- عدم استفاده از نقشه‌های آماده و به تبع آن سعی بر تولید نقشه‌های شهری
- زمان‌بر بودن اجرای طرح



طرح شناسایی عمومی شهرستان اصفهان

شناسایی عمومی مجموعه‌های فرهنگی شهرستان اصفهان



تاریخ اجرا و مجری

طرح شناسایی فعالین و مجموعه‌های فرهنگی شهرستان اصفهان زمستان ۱۳۹۳ و بهار ۱۳۹۴ توسط ستاد جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی استان اصفهان انجام گرفت.

هدف و ضرورت

- شناسایی عمومی فعالین و مجموعه‌های فرهنگی شهرستان اصفهان

شیوه اجرا

به منظور اجرای طرح فوق چهار گام زیر طراحی و اجرا گشت:

گام اول: جمع آوری داده‌ها

گام دوم: پیمایش تلفنی

گام سوم: هویت بخشی جغرافیایی

گام چهارم: نشست‌های حضوری در ستاد

گام اول: به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات اولیه شناسایی برای اجرای طرح، ۲۵ بانک اطلاعاتی و داده‌ای از مؤسسات، نهادها و سازمان‌های دولتی و مردمی مورد بررسی قرار گرفت. در این مرحله مجموعه‌های فرهنگی، قرآنی و هیئات به صورت مجزا مورد بررسی و تجمیع داده‌ای قرار گرفت و سایر بانک‌های اطلاعاتی نیز مجزا تجمیع اطلاعات شدند. در انتها تمامی بانک‌ها رفع همپوشانی شده و اطلاعات آنها توسط شاهرگ‌های اطلاعاتی مورد پالایش و تأیید قرار گرفت. لازم به ذکر است در این مرحله، جمع آوری داده به نحوی بود که حداکثر اطلاعات و داده‌های فرهنگی شهرستان تجمیع و قابل بررسی شدند.

گام دوم: در گام دوم با توجه به اهمیت شناخت اولیه مجموعه‌ها در ابعاد مختلف موضوعی، فرمی طراحی شد تا هم ملزومات این شناخت فراهم شود و هم زمینه‌ای برای ارتباط گیری بخش‌های مختلف ستاد با آن مجموعه باشد. سپس از بانک اطلاعاتی تهیه و پالایش شده استفاده شد و اطلاعات مورد نیاز، در فرم طراحی شده ثبت گردید.

گام سوم: در این مرحله با توجه به تعدد و تنوع مجموعه‌ها و جلوگیری از ثبت اطلاعات و آمار تکراری، مکان هر کدام از مجموعه‌های پیمایش شده بر روی نقشه طراحی شده توسط ستاد، مشخص گردید.

گام چهارم: این نشست‌ها به صورت منطقه‌ای برگزار شدند.

دلایل تشکیل آن‌ها در سه محور ذیل خلاصه شده است:



- ۱- معرفی جبهه و بررسی سخنرانی تاریخ ۹۲/۰۲/۰۲ مقام معظم رهبری مد ظلّه العالی در جمع اهالی جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی سراسر کشور
- ۲- معرفی و تبیین وظایف جبهه
- ۳- تکمیل فاز دوم عملیات شناسایی و توجیه مدیران به صورت غیر مستقیم

نتایج حاصله

- در پیمایش تلفنی ۳۹۱ مجموعه پیمایش و اطلاعات ذیل کسب شد :
- ۳۷۶ مجموعه فعال و ۱۵ مجموعه غیر فعال هستند.
 - ۶۵ مجموعه دو عنوان و بیشتر از دو عنوان دارند.
 - ۳۵۴ مجموعه با محوریت مسجد فعالیت می کنند.
 - ۷ مجموعه به صورت سیار فعالیت می کنند.
 - ۲۸۰ پایگاه بسیج شناسایی شد که همراه با یک مجموعه دیگر در مکانی واحد فعالیت می کنند.
 - ۷۰ سایت و وبلاگ فرهنگی شناسایی شد.
 - ۳۳۷ جانشین یا فرد محوری مجموعه شناسایی شد.
 - ۳۰۰ محفل قرآنی شناسایی شد.
 - ۳۰۰ روحانی مرتبط یا مؤثر در مجموعه‌ها شناسایی شدند.
 - ۲۰۷ رابط یا مسئول خواهران شناسایی شدند.
 - ۲۷۱ هیئت جدید شناسایی شد که تعداد ۲۱۷ هیئت برنامه محور هستند و ۵۴ هیئت مناسبتی.
 - ۷۵ مجموعه تخصصی تربیت محور شناسایی شد.

نقاط قوت وضعف

- دقیق بودن زمان بندی اجرای طرح
- عمیق بودن برنامه ریزی صورت گرفته برای اجرای طرح
- شناسایی ظرفیت‌ها و فرصت‌های خاص فرهنگی شهرستان
- ایجاد یک الگوی شبکه‌ای بین مجموعه‌ها
- آشنا شدن مسئولین مجموعه‌های فرهنگی با ستاد جبهه فرهنگی

حوزه فعالیت	
پلاک مجموعه:	م-ش
<input type="checkbox"/> فعالیتهای تربیت محور	

تعداد حلقه‌های تربیتی برادران:	
تعداد مربی برادران:	
تعداد حلقه‌های تربیتی خواهران:	
تعداد مربی خواهران:	
تعداد متربی برادران:	
تعداد متربی خواهران:	

۱- آیا گروه‌های مجموعه، مربی محور است یا سخنران محور؟

۲- گروه‌ها از اعضای هم سن تشکیل شده است؟

توضیحات بیشتر

فعالیت‌های قرآنی (جلسات)	
پلاک مجموعه:	م-ش

موضوع (موضوع: حفظ و...) جلسه	نام و نام خانوادگی استاد	همراه استاد	تعداد اعضاء	زمان جلسه

توضیحات بیشتر

هیات نوین برنامه محور	
پلاک مجموعه:	م-ش

عنوان هیات	نام و نام خانوادگی مدیر هیات	همراه مدیر هیات	برنامه هفتگی هیات	برنامه مناسبت‌های سالانه
نام و نام خانوادگی سخنران ثابت	نام و نام خانوادگی مداح ثابت	تعداد تقریبی اعضاء جلسه	سیار	ثابت
				همراه
همراه	همراه			


توضیحات بیشتر



شماره:

تاریخ:

پیوست:



بنیاد ملی پژوهش‌ها و آموزش‌ها در زمینه سلامت کودکان و نوجوانان

شماره مجموعه

حقوقی - حقیقی

<input type="text"/>	نام مجموعه
<input type="text"/> استان / شهرستان	مرجع صدور
<input type="text"/> سامانه پیامک	<input type="text"/> شماره تماس
<input type="text"/> راینامه	<input type="text"/> پایگاه اینترنتی
<input type="text"/> کد پستی:	<input type="text"/> آدرس

مشخصات مدیر مجموعه

<input type="checkbox"/> زن <input type="checkbox"/> مرد جنسیت	<input type="text"/> نام خانوادگی	<input type="text"/> نام
<input type="checkbox"/> خیر <input type="checkbox"/> بله روحانی معمم	<input type="text"/> شماره ثابت	<input type="text"/> سال تولد
<input type="text"/> راینامه	<input type="text"/> شماره همراه	<input type="text"/> آدرس
<input type="text"/> کد پستی:		

مشخصات کادر اصلی و فعال مجموعه

نام و نام خانوادگی	شماره همراه	مسئولیت	سال تولد	سابقه فعالیت (به ماه)

رابط یا مسئول ویژه خاوران

عنوان مسئولیت	نام خانوادگی	شماره همراه	سابقه فعالیت در مجموعه (به ماه)



حوزه فعالیت

 کتاب، نشر و توزیع محصولات مطبوعات پژوهش نویسندگی

پلاک مجموعه:

مش

آموزش و پژوهش (معرفتی - جنگ نرم)	نویسنده و شاعر		نشریه و خبر نامه داخل مجموعه	
برنامه هایی که داشته اید؟	فعالان یا متخصصان در این عرصه که می شناسید؟		عنوان:	
			م فعالان یا متخصصان در این عرصه که می شناسید؟	
	نام و نام خانوادگی	نام و نام خانوادگی	نام و نام خانوادگی	همراه
	همراه			
	عنوان اثر:		تخصص	
اساتیدی و متخصصان داخل مجموعه و خارج از مجموعه			نام و نام خانوادگی	
همراه	نام و نام خانوادگی	عنوان اثر:	همراه	
			تخصص	
		عنوان اثر:	نام و نام خانوادگی	
			همراه	
		عنوان اثر:	تخصص	

 فضای مجازی (سایت - وبلاگ و نرم افزار، app، برنامه نویسی و)

پلاک مجموعه:

مش

مجموعه وبلاگ دارد؟		مجموعه سایت اینترنتی دارد؟	
<input type="checkbox"/> خیر	<input type="checkbox"/> بله	<input type="checkbox"/> خیر	<input type="checkbox"/> بله
عنوان وبلاگ:		عنوان سایت:	
طراح وبلاگ:		طراح سایت:	
همراه:		همراه:	
مجموعه صفحه اختصاصی در شبکه های اجتماعی دارد؟ بله <input type="checkbox"/> خیر <input type="checkbox"/> wechat <input type="checkbox"/> viber <input type="checkbox"/> LINE <input type="checkbox"/>		تولیدات دیجیتالی (نرم افزار، APP و غیره...)	
سایر شبکه ها			
فعالان فرهنگی در عرصه های فضای مجازی را که می شناسید نام ببرید؟			
نام و نام خانوادگی		همراه	
نوع فعالیت			



شبکه سازی	پلاک مجموعه:	م-ش:
-----------	--------------	------

نام دیگر فعالین فرهنگی که به نوعی ارتباط فرهنگی در خارج از مجموعه خود دارید را با ذکر محور ارتباطی نام ببرید:

نام و نام خانوادگی	همراه	محور (یا موضوع) ارتباط

نام مجموعه‌های فرهنگی در منطقه شهری (مجموعه) شما و یا خارج از آن منطقه که با مجموعه شما در ارتباط فرهنگی است را همراه با محور ارتباطی نام ببرید:

نام مجموعه	نام و نام خانوادگی مسئول	محور (یا موضوع) ارتباط

نام اساتید حوزوی و دانشگاهی که به نوعی دامنه اثر گذاری وسیع فرهنگی در منطقه، اصفهان یا کشور دارند و مجموعه شما در ارتباط با این بزرگواران است را نام ببرید:

نام استاد	حوزه اثر گذاری



م-ش:	پلاک مجموعه:	حوزه فعالیت	
<input type="checkbox"/> هنر و رسانه های دیداری، شنیداری (گرافیک (طراحی) ساخت کلیپ، مستند سازی، طراحی دکور، فیلم سازی، تدوین، تصویر برداری، صدابرداری و ...			
توضیح محصول	تخصص	همراه	نام و نام خانوادگی
<input type="checkbox"/> گروه های فرهنگی (تولیح - سرود و موسیقی و...)			
	همراه	مسئول گروه:	عنوان گروه:
	همراه	مسئول گروه:	عنوان گروه:
			توضیحات بیشتر

م-ش:	پلاک مجموعه:
ظرفیت های سخت افزاری مجموعه را که می توانید با خدمات آن دیگر مجموعه ها همراهی کنید شرح دهید:	
فضای آموزشی، باشگاه ورزشی، فضای دیجیتال، فضای کاربردی (سخنرانی، مسافرتی ...) و غیره .	

توضیحات	موضوع	ردیف
		۱
		۲
		۳



م-ش: <input style="width: 90%;" type="text"/>	پلاک مجموعه: <input style="width: 90%;" type="text"/>	حوزه تاثیر گذاری																
حوزه اثر گذاری: <input type="checkbox"/> محلی <input type="checkbox"/> استانی <input type="checkbox"/> منطقه‌ای <input type="checkbox"/> ملی <input type="checkbox"/> بین‌المللی																		
۳ مورد عملیات فرهنگی موثر انجام شده در این حوزه را توضیح دهید:																		
<table style="width: 100%; border: none;"><tr><td style="width: 25%;">گستره سنی: جوان: %</td><td style="width: 25%;">نوجوان: %</td><td style="width: 25%;">کودک: %</td><td style="width: 25%;">سایر: %</td></tr><tr><td>گستره تحصیلی: طلبه: %</td><td>دانشجو: %</td><td>دانش آموز: %</td><td>کم‌سواد: %</td></tr><tr><td>بی‌سواد: %</td><td>سایر: %</td><td></td><td></td></tr><tr><td>گستره جنسیت: آقایان: %</td><td>بانوان: %</td><td></td><td></td></tr></table>			گستره سنی: جوان: %	نوجوان: %	کودک: %	سایر: %	گستره تحصیلی: طلبه: %	دانشجو: %	دانش آموز: %	کم‌سواد: %	بی‌سواد: %	سایر: %			گستره جنسیت: آقایان: %	بانوان: %		
گستره سنی: جوان: %	نوجوان: %	کودک: %	سایر: %															
گستره تحصیلی: طلبه: %	دانشجو: %	دانش آموز: %	کم‌سواد: %															
بی‌سواد: %	سایر: %																	
گستره جنسیت: آقایان: %	بانوان: %																	
کروکی مجموعه																		
<div style="text-align: left; padding-left: 20px;"><p>تاریخ تنظیم فرم:</p><p>تکمیل کننده:</p><p>امضاء</p></div>																		



طرح شناسایی مجموعه های فرهنگی تربیتی شهر اصفهان

شناسایی تخصصی مجموعه های تربیت محور شهر اصفهان



تاریخ اجرا و مجری

طرح شناسایی مجموعه‌های فرهنگی تربیتی شهر اصفهان فروردین ماه سال ۱۳۹۴ توسط ستاد جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی استان اصفهان اجرا شد.

هدف و ضرورت اجرا

این طرح با هدف شناخت درست و دقیق وضعیت ساختاری، تأثیرات نفری و جغرافیایی، نوع مخاطبان، شکل فعالیت‌ها و روابط موجود میان فعالان فرهنگی و هم چنین کشف ظرفیت‌های نهفته مجموعه‌های تربیت محور شهر اصفهان اجرا شد.

شیوه اجرا

به منظور ارزیابی مجموعه‌های فرهنگی تربیتی شهر اصفهان، اطلاعات ۸۵ مجموعه فرهنگی گزینش شده از بین ۳۹۱ مجموعه شناسایی شده، توسط مدیریت شناسایی جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی استان اصفهان در اختیار معاونت شبکه سازی قرار گرفت. سپس تیم ارزیابی با حضور در محل مجموعه‌ها و اختصاص حداقل یک ساعت وقت برای هر مجموعه، با مسئولین آن مصاحبه کرده و سئوالاتی را از آنها پرسیدند. محور کلی سئوالات مطروحه به شرح ذیل می‌باشد:

- مخاطبین مجموعه
- وضعیت استقرار مجموعه (مستقر در مسجد، ساختمان فرهنگی، مؤسسات آموزشی و امامزادگان، یا غیر مستقر و سیار)
- حیطة جذب مجموعه (محله محور، مدرسه محور، محله و مدرسه محور)
- وضعیت مجوزهای مجموعه (ثبت شده در: سپاه پاسداران، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان تبلیغات اسلامی، وزارت کشور)
- نوع مخاطبین مجموعه (اطلاع‌پذیر عام، مخاطب عام، مخاطب خاص، تأثیرپذیر خاص)
- اساتید مطرح مؤثر بر مجموعه

نتایج حاصله

- در این طرح از بین ۸۵ مجموعه ارزیابی شده، ۷۰ مجموعه تربیت محور تشخیص داده شدند که آمارهای ذیل درباره آنها به دست آمد:



- نوع مخاطب: ۳۲ مجموعه کودک، ۷۰ مجموعه نوجوان، ۶۶ مجموعه جوان، ۲۸ مجموعه بزرگسال و ۱۵ مجموعه خانواده
- محل استقرار: ۵۳ مجموعه در مسجد، ۹ مجموعه در ساختمان فرهنگی، سه مجموعه در مؤسسات آموزشی، ۲ مجموعه در امامزادگان و ۳ مجموعه سیار
- حوزه جذب: ۳۴ مجموعه محله محور، ۲۱ مجموعه مدرسه محور و ۱۵ مجموعه توأمان به صورت محله و مدرسه محور
- ارگان صادر کننده مجوز: ۴۷ مجموعه (پایگاه بسیج) سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، ۴۱ مجموعه (کانون فرهنگی هنری مسجد) اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۳۲ مجموعه (هیات یا کانون فرهنگی تبلیغی) سازمان تبلیغات اسلامی و ۹ مجموعه (موسسه یا بنیاد فرهنگی) وزارت کشور
- میزان تأثیر مجموعه‌ها در میان شهروندان شهر اصفهان: ۶۲/۵ درصد صرفاً از برنامه‌های مجموعه‌ها مطلع می‌شوند. تنها ۶/۳ درصد از آنها مخاطب مجموعه‌ها در طول سال هستند. ۱/۶ درصد از مخاطبان در طول سال حداقل چند مرتبه با مجموعه در ارتباط بوده و عضو مجموعه‌ها می‌باشند. دست آخر ۰/۴ درصد از مخاطبان به طور هفتگی با مجموعه‌ها در ارتباط بوده و عضو فعال مجموعه‌ها می‌باشند.

نقاط قوت و ضعف

- طراحی فرم مختصر با رعایت نکات کلیدی
- شناسایی شخصیت‌های فرهنگی موثر بر مجموعه‌ها
- دقیق بودن زمان‌بندی اجرای طرح
- عمیق بودن برنامه‌ریزی صورت گرفته برای اجرای طرح



کد: ۲-۱۱۰۳

بسم الله الرحمن الرحيم

نام های مجموعه به صورت کامل:		مجوز صادره از:	
آدرس:		کد پستی:	
تلفن مجموعه:	سامانه پیامک:	آدرس سایت:	ایمیل:
نام مدیر مجموعه:	تلفن همراه:	تلفن ثابت:	ایمیل:
آدرس محل سکونت:			
تأثیر جغرافیایی در محله ی:	شمال:	شرق:	جنوب:
تأثیر در مراکز آموزشی، مذهبی و غیره:			
تعداد اطلاع پذیر عام:	تعداد مخاطب عام:	تعداد مخاطب خاص:	تعداد تأثیر پذیر خاص:
قالب محوری:		محتوای محوری:	
مخاطب محوری:		مخاطب محوری:	
مناسبت محوری:		تخصص محوری:	
امکان خاص:		امکان خاص:	
تشکیل سالانه یک گروه از همسالان	جلسات گروهی به صورت هفتگی	خاص گزینی	گزینی
وجود اتاق فکر یا خبره تربیتی در مجموعه	منشور فکری مدون (چشم انداز)	جامع بودن برنامه ها و قالب های تربیتی	نگاه جامع به شئون مختلف زندگی مخاطب
تعدد متوسط افراد هر گروه:	تعداد گروه ها:	برنامه مستمر چند ساله برای مربی	ارتباط با والدین
ساز و کار نظارت بر فعالیت های مربیان	فرآیند برای جذب و توانمند سازی مربی	تنوع سنی و جنسی مربیان	توانمند سازی مربی
شخصیت های موثر در مجموعه:			
تلفن همراه:			
شخصیت های موثر مرتبط با مجموعه:			
تلفن همراه:			
مجموعه های موثر مرتبط با مجموعه:			
آدرس:			
سطح مجموعه:	ویژه	فعال	متوسط
مشکل، معضل و یا تهدید خاص در محدوده ی خود دارید؟			
امکان موج آفرینی یا موج شکنی را در محدوده ی خود دارید؟			
ارزیابی:			
تکمیل کننده:			
تاریخ:			





طرح شناسایی پایش نمایشگاه قرآن کریم

طرح شناسایی پایش نمایشگاه قرآن کریم با هدف کشف هویت غرفه‌ها و غرفه‌داران و شناسایی ویژگی‌های آنها در تابستان ۱۳۹۲ توسط مؤسسه فرهنگی توسعه داده نیروی انسانی ایرانیان اجرا شد. در این طرح، گروه شناسایی با مراجعه به نمایشگاه قرآن، اقدام به جمع‌آوری اطلاعات غرفه‌ها و ثبت آنها در فرم‌های مخصوص شناسایی کردند.

طرح شناسایی اجلاس هیئات جامعه ایمانی مشعر

طرح شناسایی اجلاس هیئات جامعه ایمانی مشعر در مهرماه ۱۳۹۲ در حاشیه اجلاس هیئات جامعه ایمانی مشعر و توسط مؤسسه فرهنگی توسعه داده نیروی انسانی ایرانیان اجرا شد. در اجلاس فوق که با حضور مسئولین و رابطین استانی جامعه ایمانی مشعر و مسئولین ۲۵۰ هیئت محوری و برگزیده از سراسر کشور برگزار شد، تیم شناسایی به شیوه مصاحبه اقدام به جمع‌آوری اطلاعات هیئات حاضر در اجلاس کرد.

طرح شناسایی مخاطبان ویژه نامه افزایش جمعیت نشریه حلقه وصل

طرح شناسایی مخاطبان ویژه نامه افزایش جمعیت نشریه حلقه وصل با هدف شناسایی مخاطبان بهینه ویژه‌نامه، در تابستان ۱۳۹۳ توسط مؤسسه فرهنگی توسعه داده نیروی انسانی ایرانیان انجام گردید. جامعه آماری مورد مطالعه در این طرح حدود ۱۰۰۰۰ نفر از فعالان فرهنگی شناسایی شده در طرح شهید افشار (شامل اساتید دانشگاه، فعالان حوزه ازدواج و خانواده و ...) و جمعی از نخبگان و مسئولین (شامل اساتید دانشگاه و استادان و شهرداران) بودند. پس از شناسایی و استخراج اطلاعات و برقراری تماس تلفنی با جامعه آماری فوق، اطلاعات و داده‌های به دست آمده در بانک اطلاعاتی شهید باقری ثبت شد.

طرح شناسایی اجلاس اصحاب عشق

طرح شناسایی اجلاس اصحاب عشق در فروردین سال ۱۳۹۳ و در حاشیه اجلاس اصحاب عشق، توسط دفتر شناسایی بنیاد خاتم اجرا گردید. در این اجلاس که با حضور فرهیختگان و فعالان حوزه فرهنگی کشور برگزار شده بود، گروه شناسایی از طریق ارتباط‌گیری با مسئولین و فعالین مؤسسات و مجموعه‌های مدعو، مشخصات و اطلاعات محصولات و فعالیت‌های مجموعه‌ها را ثبت نمودند.

اهمّ عناوین اطلاعات دریافتی از مجموعه‌ها به شرح ذیل است:

➤ نام مجموعه

➤ مشخصات هویتی



- مشخصات ارتباطی
- معرفی اجمالی مجموعه
- محصولات برتر
- فعالیت‌های برتر

ما حاصل این طرح، شناسایی تخصصی ۱۴۲ مجموعه فرهنگی برتر حوزه جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی می‌باشد.



طاقه وصل

نام مجموعه:

مشخصات هویتی

مدیر: شماره همراه: پست الکترونیک:

جانشین: شماره همراه: پست الکترونیک:

مشخصات ارتباطی

استان: شهرستان: تلفن / نمابر:

آدرس: کد پستی:

آدرس پایگاه اینترنتی: پست الکترونیک:

معرفی اجمالی مجموعه

اهداف کلان:

اهداف اختصاصی:

توانمندی خاص و کار ویژه:

مخاطب محوری:

حوزه تخصصی:

مرجع فکری - اعتقادی:

مشاورین موثر فکری

تخصصی مجموعه:

موسس / موسسان:

محصولات برتر

ردیف	عنوان محصول	قالب محصول	توضیحات
۱			
۲			
۳			

فعالیت های برتر

ردیف	عنوان برنامه	محتوای برنامه	سال اجرا	حوزه جغرافیایی
۱				
۲				
۳				

پوست یک

دفترچه شرح مفاهیم فرم ارزیابی مجموعه‌های فرهنگی طرح شهید

حسن باقری (۱)

کادر اصلی و فعال:

منظور از کادر اصلی، مسئولین و تصمیم سازان مجموعه می باشند که در برنامه ها و فعالیت های مجموعه نقش به سزا و اثرگذاری دارند.

مراکز و واحدهای تابعه:

به عنوان مثال یک کانون فرهنگی مسجدی که حوزه تخصص خود را کادرسازی قرار داده استو در کنار آن، اقدام به تاسیس یک مهد کودک به عنوان واحد های تابعه خود کرده است و یا موسسه قرآنی مختص خود را نیز راه اندازی نموده است.

تخصص ها و حوزه های فعالیت:

مجموعه مذکور در کدام یک از تخصص ها و حوزه های زیر فعال می باشد:

تبلیغ (تربیت و اعزام طلاب و مبلغان دینی)- پژوهش (حوزه مطالعاتی، تحقیقاتی و اندیشه ورزی)- تشکل های قرآنی- مطبوعات و نشریات- هنر و رسانه های دیداری و شنیداری (تولید فیلم، مستند، فیلم نامه نویسی، انیمیشن، شعر، طراحی، تئاتر، موسیقی)- کتاب، نشر و توزیع محصولات فرهنگی- هیأت و مراسمات مذهبی- رسانه های دیجیتال (سایبری، سایت ها و گروه های اینترنتی، سایت های خبری- تحلیلی، تولید نرم افزار، تولید بازی های رایانه ای)- اردویی و ورزشی (اردو های فرهنگی، زیارتی، پرورشی و راهیان نور)- کانون های کادرساز و تربیتی- مبارزه با فرق ضاله (وهابیت، بهائیت، عرفان های کاذب و فرق نوظهور)- مهدویت- حجاب، عفاف، ازدواج و خانواده- دفاع مقدس و استکبار ستیزی- کودک (مهد کودک های قرآنی و اسلامی، تولید بازی های فکری و اسلامی برای کودکان، مجتمع های تربیتی کودکان، کتابهای کودکان)- خیریه- مشاوره

■ اعتقادی - مذهبی

ش	عنوان	سؤال ۱
ش	مسئولین و کادر اصلی مجموعه به صورت جمعی و با هویت مشترک و مستمرا در برنامه های مذهبی - اعتقادی شرکت می کنند؛ همچنین اعضای مجموعه مشهور و شناخته شده به انجام شرعیات و امور مذهبی می باشند.	سؤال ۱
ش	مثلا: شهره بودن به برگزاری نماز اول وقت در مجموعه و یا شرکت در نماز جماعت، شرکت دسته جمعی در مراسم مذهبی چون نماز جمعه و راهپیمایی ۲۲ بهمن، مشهور به مبرا بودن مجموعه از گناهان، انجام امر به معروف و نهی از منکر به صورت مستمر و اهتمام کامل نسبت به رعایت مسأله محرم و نامحرم در مجموعه.	
ش	مسئولین و فعالان این مجموعه هر چند به صورت انفرادی مقید به رعایت شرعیات بوده و در عرف مؤمنین نیز به این امر شهره می باشند لکن با هویت و حضور جمعی این امور مذهبی انجام نمی گیرد.	
ش	مثلا: بصورت فردی مقید به نماز جماعت هستند ولی این حضور دست جمعی نمی باشد.	مقید
ش	مسئولین و اعضای فعال مجموعه، مواظبت و مراقبت تام و تمامی بر برخی از امور شرعی ندارند. مثلا: عدم دقت و مواظبت بر نماز اول وقت و جماعت، آلوده بودن به غیبت، اختلاط محرم و نامحرم و عدم خط کشی های دقیق شرعی پیرامون این موضوع در مجموعه.	سهل انگار

ش	عنوان	سؤال ۲
ش	کادر اصلی این مجموعه، نه تنها مصمم در باب اعتقادات و احکام و اخلاق دین مبین اسلام هستند و بدان عمل می کنند بلکه بسیار حساس در باب شعائر انقلاب اسلامی هستند و همیشه در صحنه های انقلاب اسلامی حضور فعال دارند.	سؤال ۲
ش	مثلا: فعالان این مجموعه در نماز جماعت و جمعه شرکت داشته و نیز در راهپیمایی ها، انتخابات و دیگر شعائر انقلاب اسلامی به صورت مداوم و مستمر حضور دارند.	
ش	مجموعه ای که بیشتر تلاشهای خود را در باب ضروریات دین اسلام قرار می دهد بدون اینکه نسبت به انقلاب اسلامی و نظام جمهوری اسلامی حساسیتی و احساس وظیفه داشته باشد و همچنین در شعائر انقلابی چون راهپیمایی ها و... شرکت نکرده و موضعی نسبت به انقلاب اسلامی ندارند	
ش	فعالیت ها و برنامه های این مجموعه صرفا اقدامات فرهنگی ظاهری بوده و هر چند در صحنه انقلاب حضور دارند لکن احکام و اخلاق اسلامی را به صورت کامل رعایت نمی کنند.	انقلابی صرف



شـرح	عـنوان	سـؤال ۳
مسئولین و کادر اصلی این مجموعه دارای باور و معرفت عمیق دینی- اعتقادی و عمق تحلیلی در چارچوب گفتمان اسلام ناب محمدی (ص) می باشند که با توجه به این خصوصیات در جایگاه الگو و پیشرو بودن برای سایر مجموعه ها در منطقه قرار گرفته اند. مثلاً: مجموعه ای که دارای دوره مطالعاتی و معلوماتی در باب دین شناسی از قبیل سیر شهید مطهری و ... می باشد و شبهات این حوزه را در مجموعه به راحتی پاسخ می دهند علاوه بر این جلسات و همایش ها و سخنرانی هایی نیز در سطح جامعه برای روشنگری دینی و پاسخ به شبهات برگزار می کند	خیلی خوب	
فعالان این مجموعه به صورت درون تشکیلاتی دارای فهم و تحلیل نسبتاً عمیق نسبت به مبانی اسلامی می باشند ولی ویژگی پیشرو و جریانسازی در باب اعتقادات را در سطح منطقه ندارند. مثلاً: مجموعه ای که بیشتر بصورت درون تشکیلاتی مطالعات و مباحثات دینی برگزاری کرده و توجه هستند ولی مستقیماً در جامعه اقدامی انجام نداده اند.	خوب	
اعضای این مجموعه حساسیت زیادی نسبت به مباحث اعتقادی و بصیرتی ندارند ولی در عمل مجموعه ای پیرو نسبت به اسلام و مبانی دین می باشند.	متوسط	
این نوع مجموعه ها به مجموعه ای سطحی نسبت به اعتقادات دینی شناخته شده اند و همچنین در فعالیت هایشان نیز پیروی آشکار نسبت به مبانی دینی مشاهده نمی شود.	ضعیف	

■ سیاسی

شـرح	عـنوان	سـؤال ۴
مجموعه و تصمیم سازان آن التزام فکری و عملی نسبت به اصل ولایت فقیه داشته و نه تنها به صورت عملی با جان و دل به مصداق ولایت فقیه معتقدند بلکه مفهوم و عقبه ی اعتقادی ولایت فقیه را نیز مستدلانه فهم میکنند و جهت گیری برنامه های مجموعه کاملاً ولایی میباشد.	مدافع ولایت فقیه	
مجموعه نسبت به جایگاه و مصداق ولایت ، معتقد بوده ولی بیش خاص و عمیقی ندارند و جهت گیری برنامه های آن هم لزوماً ولایی نمی باشد.	موافق ولایت فقیه	
این مجموعه نسبت به مسأله ولایت، حساسیت خاصی ندارد و البته عناد و دشمنی نیز با ولایت فقیه نداشته یا اینکه آنرا فقط یک حکومت عادلانه می دانند نه اسلامی.	بی تفاوت	





عنوان	شرح	سؤال ۵
خیلی خوب	مسئولین و فعالان این مجموعه دارای فهم و تحلیل صحیح از مبانی انقلاب اسلامی می باشند و نیز از قدرت جریانشناسی سیاسی-انقلابی برخوردار بوده و پدیده ریزش ها و رویش ها را به دور از افراط و تفریط فهم می کنند و با توجه به این ویژگی ها ، پیشرو و الگو و تحلیل ساز برای سایر مجموعه ها و افراد نیز می باشند.	
خوب	این مجموعه صاحب تحلیل بوده و در خصوص مبانی انقلاب اسلامی و مباحث سیاسی و جریانشناسی دارای بصیرت سیاسی- انقلابی هستند اما به عنوان یک واحد جریان ساز و الگو و پیشرو در بین مجموعه ها و افراد دیگر منطقه شناخته شده نیستند.	
متوسط	فعالان این مجموعه دارای فهم چندانی از انقلاب و تحلیل مبانی و جریانشناسی آن نیستند ولی به صورت کلی و عملاً، پیرو جریان انقلابی با بصیرت می باشند .	
ضعیف	مسئولین و تصمیم سازان این مجموعه نه تنها دارای بصیرت و تحلیل سیاسی-انقلابی نیستند بلکه پیروی ای از مجموعه های با بصیرت نیز ندارند و همچنین تعارضاتی در اقداماتشان نسبت به انقلاب دیده شده است. و یا خود به خود بی تفاوتی نسبت به مسایل سیاسی را به اعضا القا می کنند. مثال: موسسات فرهنگی ریزش یافته در جریان فتنه ۸۸	

سؤال ۶	شرح
	در پاسخ به این سوال، اگر آن شخص یا جریان، غیرمشهور می باشد مختصراً توضیح و معرفی نمایید.

■ انگیزه و هدف

سؤال ۷	شرح
	با توجه به سابقه فعالیت های مجموعه و تصمیم سازان آن می توان اهداف نهایی و میان مدت و نیز انگیزه های اصلی آن را در طی زمان تشخیص داد اهدافی از قبیل تحقق آرمانهای امام و مقام معظم رهبری، تربیت نیرو برای انقلاب اسلامی و ظهور، مبارزه با استکبار جهانی و فرق انحرافی، صدور انقلاب اسلامی، عدالت، دغدغه های اقتصادی و انتفاعی، بهره برداری های سیاسی و...





عنوان	شرح
کاملاً منطبق	اهداف مجموعه به طور روشن و واضح با اهداف والای انقلاب اسلامی در یک راستا می باشد اهدافی که از بیانات امام(ره) و مقام معظم رهبری فهمیده می شود. مثلاً: تربیت نیروی آماده برای ظهور و مقدمه سازی برای آن در قالب یک کانون کادرساز- مبارزه با شرک و کفر در قالب فضای سایبری بایک سایت خبری تحلیلی و اگر مقام معظم رهبری انگیزه و راهبرد جدید مطرح کردند مجموعه همگام با آن شده و فعالیت های خود را با آن همسو می کنند و این همسویی به گونه ای است که عرف حزب اللهی این مجموعه را شهره به این ویژگی می داند.
منطبق	این مجموعه مشخصاً انگیزه و اهدافی هماهنگ با انقلاب اسلامی دارد ولی شعار مجموعه حرکت در راستای اهداف انقلاب اسلامی نیست و ویژگی به روز شدن با بیانات مقام معظم رهبری و شهره بودن به این همگامی را ندارد مثلاً مسجدی کلاسهای آموزش قرآن برگزار میکند که در راستای انقلاب اسلامی میباشد.
کم ارتباط	مجموعه هایی که فعالیتهای هنری و فرهنگی محض بدون جهت گیری انقلابی دارند؛ ولی زاویه دار و مخالف جدی این اهداف هم نیستند و حالتی خنثی دارند. مثلاً فعالیت در حوزه های صرفاً اجتماعی، روانشناسی، خانوادگی، خدمات اینترنتی و ...

سؤال ۸

■ تشکیلاتی-مدیریتی

سؤال ۹	شرح
	این سوال با توجه به اکثریت و غالبیت مخاطبین و تعلق آنها به یک گروه صنفی اجتماعی پاسخ داده میشود.

سؤال ۱۰	شرح
	تفاوت این سوال با سوال قبل در نوع تقسیم بندی مخاطبان است، مراد، تفکیک مخاطبان بر اساس سن آنهاست.





عنوان	شرح
محلله ای	منطقه فعالیت این مجموعه یک محله خاص می باشد و جذب مخاطبین و فعالیت های خود را نیز در محله انجام می دهند گستره آنها محلی خواهد بود. مثلا: کانون فعال مسجدی که در یک محله مشخص در حال فعالیت و اثرگذاری است.
شهرستانی	این مجموعه مخاطبان و محدوده عملیاتی خود را در یک شهرستان تعریف نموده است مثل برخی موسسات فرهنگی که از چند محله و در یک شهرستان کار کادرسازی و تربیتی انجام می دهند.
استانی	این مجموعه از سراسر استان اعم از شهرستانها و ... مخاطب داشته و عملیاتی فرهنگی خود را استانی تعریف کرده است. به عنوان مثال برخی از مراکز توزیع و نشر کتاب که در تعدادی زیادی از شهرستانهای استان نمایندگی پخش و توزیع دارند یا هیأتی که از سراسر استان در مراسم آن شرکت می کنند.
منطقه ای	فعالیت های این مجموعه، منطقه ای خاص از کشور که شامل چند استان می باشد را پوشش می دهد. مثلا در استانهای جنوبی کشور و یا استانهای آذری زبان مخاطب داشته و دارای حوزه اثر گذاری است.
ملی	گروه هدف در این موسسه کل کشور می باشد و برنامه های خود را نیز برای سطح کشور طراحی کرده است. مثلا: یک سایت خبری که حوزه اثرگذاری اش استانها و شهرستانهای کل کشور می باشد.
بین المللی	مجموعه ای که کارکرد فرامرزی و فراملیتی داشته و به این امر مشهور می باشد مثلا برخی سایتهای خبری یا شبکه های ماهواره ای با زبانهای گوناگون که مخاطبینی جهانی دارد.

سوال ۱۱

عنوان	شرح
پر مخاطب	پاسخ این سوال با توجه به سوال ۱۱ جواب داده می شود و به عبارتی با توجه به حوزه تخصص مجموعه و محدوده اثرگذاری آن تعداد مخاطبین در نظر گرفته می شود به عنوان مثال تعداد مخاطبین یک سایت خبری با یک کانون کادرساز متفاوت است و پاسخ سوال باید با توجه به عرف همان حوزه تخصصی جواب داده شود.
متوسط	مجموعه ای که با توجه به حوزه تخصصی خود با اقبال بسیار خوبی مواجه شده و از تمامی پتانسیل خود برای جذب مخاطبین استفاده کرده است و از این حیث در بین سایر مجموعه ها سرآمد می باشد.
کم مخاطب	مجموعه حاضر از تمامی توان حوزه فعالیت خود استفاده نکرده بلکه به صورت معمولی جذب نیرو و مخاطب کرده و فعال است
	این مجموعه به عللی مورد اقبال قرار نگرفته و نسبت به حوزه فعالیت خود کم مخاطب شناخته می شود.

سوال ۱۲





عنوان	شرح
سؤال ۱۳	این مجموعه هدفمند و دارای یک نظام برنامه ای است و تمامی فعالیت های آن براساس طرح از پیش طراحی شده انجام می گیرد و نیز با توجه به این طرح و نقشه راه برنامه ها تنظیم و تصحیح می شود. از نشانه های این نقشه راه ، داشتن شورای طرح و برنامه می باشد و مجموعه به صورت آشکار به «با برنامه بودن» شهره می باشد. مثلا: کانون کادرسازی که دارای یک نظام تربیتی، با یک ورودی از یک سن خاص و یک فرایند چند ساله و خروجی مناسب می باشد.
	این مجموعه نیز دارای برنامه است ولی به دقت و راهبرد مجموعه قبلی نیست و یک نقشه راهی که دائما در حال تصحیح باشد ندارد لکن تا حدودی بر اساس یک چشم انداز حرکت می کند و لزوما شورایی برای برنامه ریزی و... ندارند.
	برنامه های این مجموعه پروژه ای ، فصلی و منقطع می باشد. به این معنا که برای یک فصل خاص یا ایام مشخص و یا یک پروژه برنامه دارند و برای بقیه ایام برنامه مشخصی ندارند. مثلا: مسجدی که فقط برای یک فصل تابستان برنامه دارد و بیش از آن را مورد ملاحظه قرار نداده است.
	این مجموعه بدون هیچ طرح اولیه و فکری دست به اقدام می زند.

عنوان	شرح
سؤال ۱۴	اقدامات و برنامه های مجموعه حاضر بدون هیچ وقفه ای انجام میگیرد و تنها منوط به یک سال و دو سال یا یک ماه خاص و فصل خاص نیست؛ مثلا کانون کادر سازی که از اول راهنمایی دانش آموز را جذب کرده و هم در تابستان و هم در طی سال تحصیلی برای آن برنامه دارد و قدم به قدم با برنامه های دقیق و مستمر خود، مخاطبش را همراهی می کند و کاملا به این استمرار فعالیت و استقامت در مسیر شهره می باشد و یا هیأتی که به طور منظم و مستمر جلسات هفتگی خود را برگزار می کند.
	مجموعه ای که برنامه های مداومی دارد ولی گاهی برای مدت کوتاهی بنا به علتی دچار وقفه میشود. مثلا کانون فرهنگی مسجدی که برنامه های مستمری دارد اما در برخی ایام خاص به خاطر کمبود نیروی انسانی، اجرای برنامه هایش دچار مکث و توقف میشود.
	فعالیت های این مجموعه پیوستگی و مداومتی ندارد.





شـرح	عنوان	سؤال ۱۵
این مجموعه بواسطه برنامه های منسجم و مستمر و بدیع و نیز به دلیل مبانی اعتقادی و انقلابی و یا توانایی ایجاد تعامل با ارگان های مختلف و با قدرت اثر گذاری و جریان سازی فرهنگی و الگو بودن، در بین مردم یا مسئولین یا روحانیت جایگاه اعتباری قابل ملاحظه ای را کسب کرده است. از این حیث سرآمد و زبانزد می باشد.	خیلی زیاد	
این مجموعه نیز مورد اعتماد واقع شده است و بین مردم یا مسئولین یا روحانیت دارای اقبال و اعتبار است ولی به صورت الگو و پیشرو در میان مسئولین و مردم و روحانیت در مسائل فرهنگی شناخته شده نیست.	زیاد	
مجموعه به صورت معمولی توانسته است مورد رضایت قرار گیرد ولی از اتقان و جذابیت محتوایی فرهنگی چندانی برخوردار نمی باشد. به بیان دیگر نه دارای مقبولیت ویژه ای است و نه اینکه فاقد پایگاه اجتماعی باشد.	متوسط	
این مجموعه به دلایلی مانند ضعف محتوایی، فاقد پایگاه اجتماعی میباشد. و یا اینکه تنها میان عده ای محدود و مشخص مقبولیت دارد	کم	

شـرح	عنوان	سؤال ۱۶
مجموعه در این زمینه فعالیت دارای یک پشتوانه علمی و یا تجربه ای ویژه می باشد و در این حوزه ، سرآمد و الگوی سایر موسسات فرهنگی استانی ویا ملی می باشد.	خیلی خوب	
این مجموعه در این زمینه دارای پشتوانه فکری و یا تجربه ای قابل قبول می باشد ولی در حد الگو بودن نیست.	خوب	
هرچند در این زمینه مجموعه مشغول به فعالیت است ولی عقبه فکری و تجربه ای محدودی دارد و نیاز به الگوگیری از برنامه های دیگر موسسات دارد.	متوسط	
این مجموعه بدون اینکه تخصص و یا تجربه ای حداقلی داشته باشد وارد این حوزه فعالیت شده و بالطبع خروجی های آن هم غیر کارشناسانه و سخیف می باشد.	ضعیف	

شـرح	عنوان	سؤال ۱۷
مجموعه پتانسیل و تخصص خود را بر روی یک یا دو محور اصلی متمرکز کرده و عملیات های فرهنگی خود را معطوف به آن محور نموده است و از تشتت و شلختگی در فعالیت های فرهنگی پرهیز می کند.	کاملا متمرکز	
مجموعه پتانسیل و توان خود را معطوف به یک یا چند محور و حوزه فعالیت کرده است ولی گاهی به فعالیت های بی نسبت با مأموریت اصلی خود نیز می پردازد.	متمرکز	
مجموعه دارای انسجام و تمرکز در فعالیت ها نمی باشد و به صورت پراکنده به فعالیت های گوناگون فرهنگی دست می زند.	بی تمرکز	



ش ————— ح	سؤال ۱۸
<p>با توجه به حوزه(های) فعالیت مجموعه، به طور کلی در میان عرف فرهنگی به چه کار محوری شناخته شده است؟ مثلاً موسسه ای قرآنی که هرچند فعالیت های متعددی دارد ولی کار محوری آن دوره های یکساله حفظ قرآن است و یا هیئتی که برنامه های مختلفی در سال اجرا میکند ولی دعای عرفه آن بنام و شناخته شده است و گاهی مردم هیأت را به این کار محوری اش میشناسند.</p>	

ش ————— ح	سؤال ۱۹
<p>مجموعه حاضر با توجه به سابقه عملکرد خود چه محصول و خروجی داشته است که نماد و شاخصه مجموعه شده است. مثلاً: نسبت به یک مجموعه سایبری تولید یک نرم افزار خاص. یا نسبت به یک مؤسسه آموزشی و پژوهشی، یک دوره آموزشی و پژوهشی مختص به خود.</p>	

■ جمع بندی نهایی

ش ————— ح	الف.
<p>با توجه به شناخت دقیقی که به عمل آمده است توانمندی و نقطه قوت مجموعه که مختص اوست ذکر شود و همچنین قسمتهایی که این مجموعه را آسیب پذیر از آنها می نماید و نیاز به ترمیم و توانمندسازی دارد به صورت کلی ذکر شود.</p>	

ش ————— ح	ب.
<p>هر توضیح دیگری را که به نظرتان به شناسایی و ارزیابی هرچه بهتر این مجموعه کمک میکند، ذکر نمایید.</p>	

■ جمع بندی نهایی

شرح	عنوان	
مجموعه فرهنگی ولایت مدار، صاحب بینش عمیق اعتقادی و سیاسی، که دارای گستره و عمق اثرگذاری قابل توجه در بین مخاطبین خود بوده و با اجرای برنامه های منسجم، هدفمند و متمرکز در جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی به یک مجموعه ی متخصص، توانا، سرآمد و شاخص در کشور یا منطقه یا استان خود مبدل گشته است.	مجموعه فرهنگی ویژه	۱۰
مجموعه فرهنگی ولایت مدار، صاحب بینش اعتقادی و سیاسی که در زمینه تخصص و حوزه ی فعالیت خود دارای سوابق و برنامه های اثر گذار و هدفمند فرهنگی می باشد و با استمرار فعالیت های خود سعی در پر کردن خلا های فرهنگی موجود در حوزه ی جغرافیایی خویش نموده است. این مجموعه با توجه به پتانسیل موجود با گذراندن دوره های آموزشی فرهنگی و توانمند سازی های معنوی و مادی، در فاصله زمانی نه چندان طولانی به مجموعه ی فرهنگی سر آمد و ویژه تبدیل می شوند.	مجموعه فرهنگی فعال	
مجموعه فرهنگی ولایت مدار، دارای مشی صحیح اعتقادی و سیاسی، که با احساس تکلیف وارد عرصه فرهنگی جبهه انقلاب اسلامی شده است و با توجه به توان تشکیلاتی اندک و برنامه مختصر خود، فعالیت های محدود فرهنگی داشته و دارای حوزه اثر گذاری کوچکی می باشد. این مجموعه نیازمند گذراندن دوره های آموزشی فرهنگی و توانمندی های مادی و معنوی بوده است و پس از طی دوره ها و توانمند شدن به یک مجموعه فرهنگی فعال و اثرگذار مبدل می گردد.	مجموعه فرهنگی متوسط	



پیوست دو

دفترچه شرح کاربرگ‌های طرح شهید حسن باقری (۲)



جدول شماره ۷ - تخصص های فرهنگی ۳۱

مقدمه

در راستای اجرای راهبرد سازماندهی جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی، ذیل اوامر فرماندهی کل قوای فرهنگی، گام اول شناسایی عمومی و تخصصی عناصر این جبهه، شامل فعالان و مجموعه‌های فرهنگی کشور است. طرح شهید باقری با هدف اجرای این شناسایی طراحی شده است. دفترچه پیش رو توضیحاتی مختصر در خصوص شیوه اجرای طرح و همچنین نکات لازم برای دست‌یابی به شناسایی همگون در سطح کشور را بیان می‌کند. جداول و دسته‌بندی‌های ارائه شده، حاصل تطبیق تجربیات نظری در عرصه فرهنگ با واقعیت‌های موجود در میدان کارزار جنگ نرم امروز در جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی است.

ارزیاب عزیز، از شما درخواست می‌شود در محدوده‌ی تعاریف و قالب‌های موجود در این دفترچه و به دور از پیش داوری‌ها و ذهنیت‌های قبلی به معرفی عناصر فرهنگی اقدام نمایید. حاصل توجه به تعاریف، دست‌یابی به اطلاعاتی یکسان از عناصر جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی می‌باشد، که خود گامی بلند در بسترسازی زمینه‌های لازم برای سازماندهی این جبهه است. نتایج معرفی و تحلیل فعالیت مجموعه‌های فرهنگی در کاربرگ شماره ۱ و فعالان فرهنگی در کاربرگ شماره ۲ از شما دریافت خواهد شد. در ادامه این دفترچه به دسته‌بندی تخصصی مفاهیمی از جمله قالب فعالیت، محتوای فعالیت، قالب ساختاری، گستره مخاطبین و مناسبت‌های فعالیت فرهنگی پرداخته خواهد شد.





عناصر فعال در جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی که مخاطب طرح شهید باقری هستند، الزاماً دارای مؤلفه‌هایی به عنوان شاخصه‌های اصلی و مشترک می‌باشند. این مؤلفه‌ها عبارتند از:

- تقید دینی گردانندگان مجموعه فرهنگی
- ولایت مداری
- بصیرت دینی و سیاسی
- مردمی بودن (به این معنا که خاستگاه مجموعه از بطن جامعه بوده و عامل اصلی ادامه فعالیت و تصمیم‌گیری‌های مجموعه عناصر مردمی می‌باشند، همچنین هیچ‌گونه وابستگی مستقیم ساختاری به ادارات و نهادهای دولتی ندارند.)

نکته: برای جلوگیری از تداخل در حوزه‌های مأموریت سازمان بسیج مستضعفین از معرفی پایگاه‌های بسیج خودداری شود. در صورتی که تنها گروه فعال فرهنگی در جغرافیای مورد بررسی پایگاه بسیج است، معرفی آن پایگاه به عنوان یگانه رزمنده جبهه جنگ نرم در آن حوزه بلامانع است.





کاربرگ ۱- فرم معرفی و تحلیل مجموعه‌های فرهنگی

قالب فعالیت مجموعه

قالب؛ شکل، چارچوب و ابزاری است که با دربرگیری محتوا فعالیتی خاص را رقم می‌زند. قالب‌های ذکر شده در کاربرگ ۱ در ۱۸ بخش تقسیم شده که مجموعاً ۱۱۳ نوع می‌باشند. تعاریف هر کدام از این قالب‌ها به منظور ایجاد وحدت رویه در میان ارزیابان، در جدول ۱ ارائه شده است.

نکته ۱: در صورتی که فعالیت‌های مجموعه‌های فرهنگی، شامل قالب‌هایی باشد که در جدول ۱ ذکر نشده، می‌توان در قسمت سایر قالب‌ها به آن اشاره کرد.

نکته ۲: انتخاب چند قالب برای یک مجموعه فرهنگی مانعی ندارد، اما باید توجه داشت که قالب‌هایی برای مجموعه‌ها ذکر شود که در آن قالب تکرار برنامه داشته‌اند. به عنوان مثال هیئتی که عمده‌ی فعالیت‌های آن برگزاری هیئت‌های هفتگی و مناسبتی است، به طور معدودی و بسیار محدود اقدام به برگزاری نشست یا همایش کرده است. در این صورت قالب نشست و همایش در مورد این هیئت صدق نمی‌کند.

قالب محوری فعالیت مجموعه: به قالبی گفته می‌شود که مجموعه تخصص بیشتری در اجرای آن داشته و عمده‌ی فعالیت‌هایش در این قالب انجام شده و برای مجموعه هویت بخش است. بدیهی است قالب محوری مجموعه از میان قالب‌های فعالیت آن انتخاب می‌شود.

قالب ساختاری مجموعه

مجموعه‌ها دارای چارچوب ساختاری مشخصی هستند که معمولاً در نام مجموعه متجلی شده است، که به آن قالب ساختاری اطلاق می‌گردد. به عنوان مثال قالب ساختاری دارالقرآن نورالهدی، تشکل قرآنی می‌باشد.





نکته ۱: برای هر مجموعه تنها یک قالب ساختاری می‌توان انتخاب کرد.

نکته ۲: مجموعه‌هایی چندمنظوره که انواع فعالیت‌ها را تحت پوشش قرار می‌دهند و قالب ساختاری آن‌ها از نام مجموعه قابل احصا نیست، به صورت قراردادی موسسه فرهنگی اطلاق می‌شوند.

نکته ۳: در صورتی که مجموعه‌ای فرهنگی، دارای قالب ساختاری ای باشد که در جدول ۲ ذکر نشده، می‌توان در قسمت سایر به آن اشاره کرد.

محتوای فعالیت مجموعه

محتوای فعالیت عبارت است از معرفت، گرایش و مهارتی که انتظار می‌رود در قالب‌های فعالیت فرهنگی به مخاطبان منتقل شود. جدول ۳ محتواهای فرهنگی را در سه دسته کلی معرفتی - شناختی، گرایشی (سبک زندگی) و مهارتی تقسیم می‌کند که بخش معرفتی - شناختی نیز به سه دسته دین‌شناسی، انقلاب اسلامی و دشمن‌شناسی تقسیم می‌شود.

نکته ۱: در صورتی که فعالیت‌های مجموعه‌های فرهنگی، شامل محتواهایی باشد که در جدول شماره ۳ ذکر نشده، می‌توان در قسمت سایر محتواها به آن اشاره کرد.

نکته ۲: انتخاب چند محتوا برای یک مجموعه فرهنگی مانعی ندارد، اما باید توجه داشت که محتواهایی برای مجموعه‌ها ذکر شود که در آن محتوا تکرار برنامه داشته‌اند. به عنوان مثال موسسه قرآنی را در نظر بگیریم که به دفعات محدود و اقتضایی اقدام به برگزاری نشست با موضوع مهدویت کرده است. در این صورت محتوای مهدویت در مورد این موسسه صدق نمی‌کند.

محتوای محوری فعالیت مجموعه: به محتوایی گفته می‌شود که مجموعه تخصص بیشتری در اجرای آن داشته و عمده فعالیت‌هایش در این محتوا انجام شده و برای





مجموعه هویت بخش است. بدیهی است محتوای محوری مجموعه از میان محتواهای فعالیت آن انتخاب می‌شود.

گستره مخاطبان

مخاطبان فعالیت‌های مجموعه‌های فرهنگی به دو دسته عام و خاص تقسیم می‌شوند. طبیعتاً برای هر مجموعه تنها یکی از این دو حالت قابل وقوع است. مخاطب عام برای مجموعه‌هایی اطلاق می‌شود که امکان دسته بندی مخاطبان فعالیت‌های مجموعه فرهنگی وجود نداشته باشد.

در صورتی که بتوان مخاطبان فعالیت‌های یک مجموعه فرهنگی را در یک یا چند گستره از گستره‌های مخاطبان دسته بندی کرد، بدان مخاطب خاص اطلاق می‌شود. ارزیاب گرامی، از شما درخواست می‌شود ابتدا یک یا چند گستره‌ای را که مجموعه در آن فعال است، انتخاب نمایید. طبیعتاً در گام بعد فقط زیرشاخه‌های مربوط به این گستره‌های انتخاب شده قابل تعیین است.

مخاطبان خاص مجموعه‌های فرهنگی شامل گستره‌های سنی، جنسی، مذهبی، تحصیلی، قومیتی، تدریسی و انقلابی هستند. جزئیات زیرشاخه‌های این گستره‌ها در جدول ۴ ارائه شده است.

نکته ۱: در صورتی که فعالیت‌های مجموعه‌های فرهنگی، دارای مخاطبی باشد که در جدول ۴ ذکر نشده، می‌توان در قسمت سایر مخاطبین به آن اشاره کرد.

نکته ۲: انتخاب چند گستره مخاطب برای یک مجموعه فرهنگی مانعی ندارد، اما باید توجه داشت که مخاطب‌هایی برای مجموعه‌ها ذکر شود که برای ایشان به صورت تخصصی و مستمر برنامه دارند. به عنوان مثال مجموعه‌ی تربیت محور با مخاطب دانش آموز که تاکنون به دفعات محدود و اقتضایی اقدام به برگزاری حلقه‌هایی برای





دانشجویان کرده است. در این صورت مخاطب دانشجو در مورد این موسسه صدق نمی‌کند.

مخاطب محوری: به شاخه‌ای از مخاطبان اطلاق می‌گردد که تمرکز اصلی فعالیت‌های مجموعه بر روی آن می‌باشد.

مناسبت فعالیت‌های مجموعه

عموماً بسیاری از فعالیت‌های مجموعه‌های فرهنگی در ایام مناسبت‌های مذهبی و انقلابی انجام می‌گیرد و برخی از مجموعه‌ها برنامه‌هایی ثابت و شناخته شده در این ایام انجام می‌دهند. باید توجه داشت مناسبت‌هایی ذکر شود که مجموعه با برنامه‌ای شاخص در آن مناسبت فعالیت می‌کند. لیست مناسبت‌های مذهبی و انقلابی در جدول ۵ موجود است.

مناسبت محوری فعالیت مجموعه: به مناسبتی گفته می‌شود که عمده‌ی فعالیت‌های مجموعه در این ایام مناسبتی انجام شده و برای مجموعه هویت بخش است. بدیهی است مناسبت محوری مجموعه از میان مناسبت‌های فعالیت آن انتخاب می‌شود.

عرصه فعالیت

عبارت است از فضای حقیقی یا مجازی هویت دار که فعالیت فرهنگی در آن انجام می‌شود. اهم عرصه‌های فعالیت فرهنگی در جدول شماره ۶ ارائه شده است.

حوزه اثرگذاری

محدوده‌ی جغرافیایی که مجموعه دارای نفوذ و تأثیرگذاری بوده و فعالیت‌های خود را در آن محدوده انجام می‌دهند.



اگر مجموعه ای دارای سابقه فعالیت با حوزه های اثرگذاری متفاوت باشد، حوزه اثرگذاری منتخب برای مجموعه بالاترین حوزه فعالیتی مجموعه می باشد. ضمناً تأکید می شود برای هر مجموعه تنها یک حوزه ی اثرگذاری انتخاب می گردد.

علاوه بر انتخاب یکی از حوزه های اثرگذاری باید اطلاعات مربوط به زیر حوزه نیز تکمیل گردد، به طور مثال در صورتی که برای مجموعه گستره اثرگذاری ملی انتخاب گردد، در قسمت زیر حوزه ۱ باید نام استان های مربوطه ذکر گردد و زیر حوزه ۲ خالی باشد و یا اگر گستره ی اثرگذاری استانی انتخاب گردد باید در زیر حوزه ۱ نام استان و در زیر حوزه ۲، شهرستان های تحت نفوذ ذکر گردد

محلله ای : در محدوده یک روستا، محله یا شهرک

شهری : در محدوده یک شهر

شهرستانی : در محدوده شهرها و روستاهای یک شهرستان

استانی : در محدوده شهرستان های یک استان

منطقه ای : در محدوده ی یک استان و استان های هم جوار

ملی : در گستره جغرافیایی کشوری

جهان اسلام : در محدوده کشورهای اسلامی

بین الملل : در محدوده یک یا چند کشور (اعم از اسلامی و غیر اسلامی)

توصیف فضای مجموعه

در صورتی که مجموعه ی فرهنگی مورد بررسی در حوزه های زیر، دارای ملاحظات خاصی است، در قسمت توصیف فضای فرهنگی به آن ها اشاره شود:

- امکانات خاص
- گرایش های خاص سیاسی



- وابستگی‌های ویژه به افراد، جریان‌ها یا مجموعه‌های سیاسی، فکری، اقتصادی یا دولتی و ...
- نقاط ضعف و قوت چشم‌گیر
- محصول یا فعالیت ویژه و متمایز

سطح مجموعه

مجموعه‌های فرهنگی جبهه را به صورت قراردادی به سه سطح، ویژه، فعال و متوسط تقسیم بندی می‌کنیم، که تعاریف آن‌ها به شرح زیر است:

مجموعه فرهنگی ویژه: مجموعه‌های سرآمد استانی، با عمق نگاه ملی، دارای برنامه ریزی‌های میان مدت فرهنگی، که دارای فعالیت‌های مستمر و پر مخاطب هستند.

مجموعه فرهنگی فعال: مجموعه‌های سرآمد شهرستانی، با عمق نگاه محدود، دارای برنامه ریزی‌های کوتاه مدت فرهنگی، که دارای فعالیت‌های نسبتاً مستمر و با مخاطب تا حدودی زیاد هستند.

مجموعه فرهنگی متوسط: مجموعه‌های سرآمد شهری، روستایی و یا محله‌ای، با عمق نگاه محدود، با برنامه ریزی‌ها و فعالیت‌های مقطعی، که دارای مخاطب محدود هستند.



کاربرک ۲- فرم معرفی و تحلیل فعالان فرهنگی

فعال جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی به فردی اطلاق می‌گردد که علاوه بر دارا بودن شاخص‌هایی چون تقید دینی، ولایت‌مداری، بصیرت دینی و سیاسی و دغدغه در حوزه فرهنگ انقلاب اسلامی، حائز یک یا چند شاخص از شاخصه‌های زیر با گستره‌ی اثرگذاری محله‌ای تا بین‌المللی باشد.

شاخص‌های انتخاب فعال فرهنگی

مدیر فرهنگی:

مدیران فهیم، کاردان، توانمند، دارای حوزه نفوذ در استان یا شهرستان و هم‌یار مجموعه‌ها و فعالان فرهنگی.

علاوه بر مدیران ولایی نهادهای فرهنگی، ممکن است برخی از مدیران ادارات غیر مرتبط با حوزه فرهنگ، در حوزه‌های فرهنگی فعال بوده و در سطوح مدیریتی اثرگذاری فرهنگی دارند. در معرفی این مدیران ذکر نام اداره یا نهاد کافی نبوده و حتی‌المقدور مسئولیت ایشان نیز ذکر گردد.

صاحب نظر و اندیشه ورز:

فعالانی که در حوزه‌های محتوایی دارای تخصص هستند، به گونه‌ای که دارای کتاب و تألیفات در آن حوزه بوده یا توانایی تدریس و سخنرانی در موضوعات مورد تخصص را دارا می‌باشند. این فعالان می‌توانند عناصر فکری، فرهنگی، انقلابی در دانشگاه و حوزه باشند.

در معرفی این فعالان ذکر حوزه فعالیت با توجه به محتوای فعالیت (جدول ۳) انجام می‌پذیرد.



مسئول مجموعه فرهنگی :

مدیران و تصمیم سازان که در حال حاضر مسئولیت مجموعه‌های فرهنگی را عهده دار بوده و قدرت رزم بالا در جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی دارند.

طبیعتاً به ازای هر مسئول مجموعه فرهنگی معرفی شده یک مجموعه فرهنگی نیز معرفی می‌شود.

متخصص فرهنگی :

فعالان فرهنگی که دارای تخصص در یک یا چند حوزه‌ی مهارتی فرهنگی هستند. قالب‌های فعالیت فعالان فرهنگی در جدول ۷ ارائه شده است.

صاحب نفوذ و جریان ساز فرهنگی :

اشخاص مورد اعتماد مجموعه‌های فرهنگی ولایی که توانایی جریان سازی داشته و دارای عمق نفوذ و تأثیر بر این مجموعه‌ها می‌باشند.

فعالان فرهنگی عمومی :

فعالان فرهنگی که هیچ کدام از شاخص‌های بالا را دارا نبوده ولی در مجموعه‌ها تأثیرگذار هستند و بار اجرایی فعالیت‌ها را بر دوش دارند.

گستره اثرگذاری

محدوده‌ی جغرافیایی که فعالان فرهنگی دارای نفوذ و تأثیرگذاری بوده و فعالیت‌های خود را در آن محدوده انجام می‌دهند.

محله‌ای : در محدوده یک روستا، محله یا شهرک

شهری : در محدوده یک شهر





شهرستانی : در محدوده شهرها و روستاهای یک شهرستان
استانی : در محدوده شهرستان‌های یک استان
منطقه‌ای : در محدوده‌ی یک استان و استان‌های هم‌جوار
ملی : در گستره جغرافیایی کشوری
جهان اسلام : در محدوده کشورهای اسلامی
بین‌المللی : در محدوده یک یا چند کشور (اعم از اسلامی و غیر اسلامی)





پوسته

جدول شماره ۱ - قالب فعالیت مجموعه

گروه	شاخه	تعریف
فعالیت‌های قرآنی	جلسات تفسیر	جلسات مستمر گروهی با حداقل مخاطبین ۵ نفر در بازه‌ی زمانی مشخص و نظم (حداکثر ماهانه) و با راهنمایی یک استاد با محوریت یک منبع تفسیری
	آموزش و تربیت حافظ	دوره آموزشی مدون (کوتاه مدت یا بلند مدت) با هدف اصلی حفظ (جز یا کل) قرآن (حضور یا غیر حضور)
	آموزش و تربیت قاری	دوره آموزشی مدون (کوتاه مدت یا بلند مدت) با هدف اصلی آموزش قرائت (صوت، لحن، تجوید) قرآن (حضور یا غیر حضور)
	محفل قرآنی	جلسات منظم تلاوت قرآنی با مخاطب خاص
	شب قرآنی	مجالس با شکوه قرآنی با حضور شخصیت‌های ممتاز قرآنی (قاری، حافظ و مفسر) با مخاطب عام
	مهد قرآنی	آموزش قرآن به کودکان تا سن پیش دبستانی با برنامه ریزی آموزشی مدون و منظم
	آموزش مفاهیم	دوره‌ی مدون آموزشی (کوتاه مدت و بلند مدت) با هدف فراگیری مفاهیم قرآن
	مسابقات قرآنی	فعالیت‌های رقابتی با موضوع قرآن (قرائت، حفظ، تفسیر، مفاهیم، ترتیل و کتاب خوانی و ...)
	آموزش و تربیت مربی قرآن	دوره مدون آموزشی (کوتاه مدت و بلند مدت) با هدف پرورش مربیان قرآنی
	آموزش تجوید و روخوانی	دوره‌ی مدون آموزشی (کوتاه مدت و بلند مدت) با هدف فراگیری روخوانی قرآن
	آموزش و تربیت داور قرآنی	دوره مدون آموزشی (کوتاه مدت و بلند مدت) با هدف پرورش داوران قرآنی
	دوره حفظ ادعیه و احادیث	دوره مدون آموزشی (کوتاه مدت و بلند مدت) با هدف حفظ ادعیه و احادیث مانند نهج البلاغه، نهج الفصاحه، صحیفه سجاده و ...



ادامه جدول شماره ۱

گروه	شاخه	تعریف
فعالیت‌های قرآنی	تواشیح و ابتهاال	هم خوانی گروهی نغمات با مضامین ادعیه و مدایح به زبان عربی که بدون همراهی ساز اجرا می‌شود. (این بخش ممکن است شامل آموزش و تربیت، اجرای برنامه و اداره گروه تواشیح باشد.)
	هیئت هفتگی	تجمع تعدادی از افراد با هدف ذکر مصائب و مناقب اهل بیت که به شکل هفتگی برگزار می‌شود.
هیئت و مراسم مذهبی	هیئت مناسبتی	تجمع تعدادی از افراد با هدف ذکر مصائب و مناقب اهل بیت که در مناسبت‌های مذهبی مختلفی برگزار می‌شود.
	جلسات دعا	تجمع تعدادی افراد که برای قرائت ادعیه و مناجات برگزار می‌شود.
	آموزش مداحی	دوره آموزشی مدون (کوتاه مدت یا بلند مدت) با هدف آموزش اصول و مهارت‌های مداحی
	نذورات خاص	برپایی بستر جمع آوری نذورات در ایام خاص که دارای هویتی ویژه و شناخته شده بوده و با مشارکت جمع کثیری از مردم برگزار می‌شود و برجسته‌تر از نذورات رایج می‌باشد مانند جمع آوری قربانی روز عاشورا توسط حسینیه اعظم زنجان یا طبخ ۶۰ تن آش در روز ۲۸ صفر توسط مردم شیراز
	اعتکاف	بیتوته‌ی جمعی در مسجد به منظور عبادت در ایام خاص مانند ایام البیض ماه رجب و نیمه شعبان
	ایستگاه صلواتی	برپایی مکانی جهت پخش نذورات و ارائه خدمات مذهبی رایگان در میان مردم، ویژه‌ی ایام و مناسبت‌های مذهبی و انقلابی مانند برپایی ایستگاه صلواتی در مسیر زائران پیاده مشهد مقدس و کربلای معلی، ماشین نویسی در ایام خاص و ...
	تعزیه	اجرای نمایش آئینی و مذهبی بر اساس واقعه کربلا، شهادت ائمه معصومین و وقایع مذهبی دیگر
	فضاسازی مذهبی	تزئین یا سیاه پوشی محله به صورت شاخص و ویژه در ایام و مناسبت‌های مذهبی و انقلابی مانند نیمه شعبان، محرم الحرام و دهه



	فجر	
ادامه جدول شماره ۱		
تعریف	شاخه	گروه
تعظیم شعائر مذهبی در سطح شهر از طریق دسته روی عذاران	دسته جات عذاراری	مذهبی و مراسم
تجمع تعدادی از افراد با هدف ذکر مصائب و مناقب اهل بیت که در بازه زمانی ماهانه یا دو هفته یک بار برگزار می‌شود.	هیئت با بازه زمانی مشخص	
	جلسات اخلاق	
دوره مدون تربیتی برای کودکان تا سن پیش دبستانی با محوریت مربی	تربیت کودک	فدائیت‌های تربیتی محور
دوره مستمر و مدون تربیتی برای نوجوانان محصل با محوریت مربی	تربیت نوجوان	
دوره مدون آموزشی برای تعلیم اصول و مهارت‌های تربیتی	آموزش و تربیت مربی	
دوره مدون آموزشی ویژه روحانیون شامل آموزش خطابه، روان شناسی تبلیغ	آموزش و تربیت مبلغ دینی	تبلیغ
برنامه اعزام مبلغان دینی آموزش دیده به مناطق مختلف کشور و جهان	اعزام مبلغ دینی	
برنامه اعزام گروهی مبلغان آموزش دیده به مناطق محروم در بازه زمانی مشخص	اردوی تبلیغی جهادی	
دوره مدون آموزشی برای تربیت علاقه مندان به روایت گری دفاع مقدس و سیره شهدا	آموزش و تربیت راوی دفاع مقدس	
برنامه اعزام راویان آموزش دیده به مناطق جنگی، اردوهای راهیان نور، یادواره‌ها و ...	اعزام راوی دفاع مقدس	
برنامه پاسخگویی به مسائل دینی، اعتقادی و اجتماعی به شیوه‌های مختلف (حضوری، مجازی، تلفنی، پیامکی و ...)	ارائه خدمات مشاوره‌ای	
طرح اصول اعتقادی در قالب سخنرانی با هدف تقویت مبانی اعتقادی مخاطبان	سخنرانی اعتقادی	
	جلسه پرسش و پاسخ اعتقادی	





آموزش و تربیت مشاور	دوره مدون آموزشی برای تربیت مشاوران کارآمد در گروه‌های هدف مانند روحانیون، معلمان و ...
روزنامه	
نشریات	با بازه زمانی مشخص و مستمر

ادامه جدول شماره ۱

گروه	شاخه	تعریف
رسانه‌های مکتوب	ویژه نامه	
	دوره آموزشی نشریات	دوره مدون آموزشی برای علاقه مندان به فعالیت‌های مطبوعاتی در حوزه‌های مختلف مانند خبرنگاری، گزارش نویسی، ویراستاری، عکاسی خبری و ...
هنرهای دیداری شنیداری	فیلم سازی مستند	فعالیت گروه فیلم سازی که منجر به تولید فیلم‌های مستند می‌شود از جمله: مستند داستانی، روایی، بازسازی، شاعرانه، آرشیوی
	فیلم سازی داستانی	فعالیت گروه فیلم سازی که منجر به تولید فیلم‌های داستانی می‌شود از جمله: سینمایی، کوتاه، سریال، تله فیلم
	فیلم سازی کلیپ	فعالیت گروه فیلم سازی که منجر به تولید کلیپ‌های صوتی تصویری می‌شود از جمله فیلم، فلش، پاورپوینت، موشن گرافیک
	کلیپ گردآوری	فعالیت گروه فیلم سازی که منجر به تولید کلیپ‌های صوتی تصویری می‌شود و تنها گردآوری و تدوین تصاویر و صوت است.
	انیمیشن	فعالیت گروه فیلم سازی که منجر به تولید فیلم‌های انیمیشن می‌شود.
	تئاتر و نمایش	فعالیت گروه بازیگران با محوریت کارگردان که به اجرای نمایش صحنه‌ای منجر می‌شود.
	سرود	هم‌خوانی گروهی اشعار با مضامین دینی و انقلابی
	موسیقی	هم‌نوازی گروهی یا فردی نت‌های موسیقی
	نقد سینمایی	فعالیت گروه منتقدان سینمایی
	دوره آموزشی هنری‌های رسانه‌ای	دوره مدون آموزشی جهت تعلیم فیلم سازی، تئاتر، سرود و تماشیح، موسیقی و انیمیشن

۱۹



فعالیتی که منجر به تولید محصولات حجمی می‌شود (سفال، تذهیب، مینیاتور، مجسمه، صنایع دستی)	تولید آثار حجمی	هنرهای تجسمی
فعالیتی فنی نرم افزاری که منجر به تولید محصولات تصویری می‌شود.	گرافیک	

ادامه جدول شماره ۱

تعریف	شاخه	گروه
فعالیت هنری تخصصی که منجر به تولید تصاویر هنری می‌شود (تصاویر، لوگو، المان و...)	تصویرسازی	هنرهای تجسمی
فعالیت هنری تخصصی که منجر به ثبت تصاویر می‌شود.	عکاسی	
فعالیت هنری تخصصی برای فضا سازی برنامه‌ها و مراسم‌های خاص	طراحی دکور	
فعالیت هنری تخصصی خوش نویسی (خوش نویسی، نقاشی خط و...)	خوش نویسی	
فعالیت هنری تخصصی نقاشی که منجر به تولید تصویر می‌شود.	نقاشی	
فعالیت هنری تخصصی که با تولید تصاویر مفاهیم خاصی را می‌رساند.	کاریکاتور	
مجموعه روایی از چند نقاشی یا کاریکاتور	کمیک استریپ	
نمایش مجموعه‌ای از هنرهای تجسمی (نمایشگاه عکس، نمایشگاه حجمی، نگار گذر و...)	نمایشگاه هنرهای تجسمی	
دوره مدون آموزشی با هدف فراگیری هنرهای تجسمی	دوره آموزشی هنرهای تجسمی	
فعالیتی گروهی در فضای مجازی (خبری یا غیر خبری) در قالب وب سایت	سایت اینترنتی	
	وبلاگ	
انجمنی اینترنتی با قابلیت بحث و گفتگوی تخصصی با هدف دانش افزایی مانند انجمن تخصصی جنگ	تالار گفتگو - فروم	
محیطی مجازی که به صورت آزاد در دسترس کاربر قرار دارد و امکاناتی از قبیل اشتراک گذاری اطلاعات، ارتباط گیری با دیگر اعضای شبکه، گروه سازی، گفتگوی بر خط و ابراز نظر و ... در اختیار کاربر قرار می‌گیرد مانند شبکه اجتماعی شیعیان، افسران جوان و ...	شبکه اجتماعی مجازی	





طراحی و تولید بازی‌های رایانه‌ای	تولید تخصصی بازی‌های رایانه‌ای فیلم‌نامه محور
تولید سرگرمی مجازی	تولید بازی و سرگرمی مجازی با استفاده ابزارهای ساده

ادامه جدول شماره ۱

گروه	شاخه	تعریف
رسانه‌های دیجیتال	طراحی و تولید نرم افزار	مجموعه فعالیتی‌هایی با استانداردهای دیجیتال که منجر به تولید نرم افزار ویژه رایانه می‌شود.
	طراحی و تولید نرم افزار موبایل	مجموعه فعالیتی‌هایی با استانداردهای دیجیتال که منجر به تولید نرم افزار ویژه موبایل می‌شود.
کتاب و نشر	نقد کتاب	فعالیت گروه منتقدان حوزه کتاب و نشر
	نشر کتاب	فعالیت‌هایی که منجر به نشر کتاب می‌شود.
	ترویج کتاب	فعالیت‌هایی در راستای ترویج کتاب خوانی (کتابخانه سیار، مسابقه کتاب‌خوانی، تخلص کتاب، سیر مطالعاتی، قالب‌های نو و ...)
	کتابخانه	ارائه خدمات کتابخانه‌ای
محصولات فرهنگی	آموزش و تربیت نویسنده	دوره‌ی مدون آموزشی با هدف تربیت نویسندگان متعهد و انقلابی
	طراحی و تولید محصولات فرهنگی	کلیه فعالیت‌هایی که منجر به طراحی و تولید محصولات فرهنگی می‌شود. (به غیر از تولیداتی که متولی در بخش‌های دیگر دارد مانند طراحی و تولید نرم افزار ...)
	شبکه توزیع محصولات فرهنگی	
	نمایش گاه محصولات فرهنگی	فروش محصولات فرهنگی
	طراحی و تولید پوشاک اسلامی	
طراحی و تولید اسباب بازی کودکان		





شب شعر	محفل شاعران و دوستداران حوزه شعر با هدف استماع اشعار شاعران	ادبیات
کارگاه نویسندگی	کارگاه آموزشی به منظور آموزش و ارتقا توان ادبی شرکت کنندگان مانند کارگاه آموزشی وزن، کارگاه آموزشی داستان کوتاه	

ادامه جدول شماره ۱

گروه	شاخه	تعریف
ادبیات	جلسه نقد ادبی	محفلی مستمر که در آن آثار افراد توسط دیگر اعضا به صورت تخصصی نقد می‌شود.
	کارگاه نقد	محفلی که در آن آثار افراد توسط استاد، مورد نقد تخصصی قرار می‌گیرد.
	جلسه خوانش آثار ادبی	محفلی مستمر و منظم که در آن آثار برجسته ادبی مثل حافظ و فردوسی قرائت و تشریح می‌گردد.
	جشنواره‌های ادبی	جشنواره‌ای که در آن آثار ادبی در موضوعی خاص فراخوان داده شده و پس از بررسی تخصصی آثار برگزیده معرفی می‌شوند.
	بزرگداشت‌های ادبی	برنامه‌ای برای تجلیل از شخصیت‌های برجسته ادبی.
تنسست و همایش	جلسات سخنرانی	جلساتی با حضور سخنرانان با رویکرد غیر اعتقادی در خارج از چارچوب جلسات هیاتی مانند سخنرانی‌های دکتر عباسی
	مناظره	جلساتی با حضور دو یا چند صاحب نظر با موضوع خاص
	کرسی آزاد اندیشی و نظریه پردازی	جلسه‌ای استاد محور با موضوع خاص با رویکرد تولید علم
	بزرگداشت	برنامه‌ای برای تجلیل از شخصیت‌های مطرح
	جلسه پرسش و پاسخ	جلسه پرسش و پاسخ با محوریت استاد در موضوعات غیر اعتقادی
	همایش	مجموعه چندین سخنرانی در بازه زمانی مشخص و موضوع خاص
	یادواره شهدا	
	اردوی زیارتی	
	اردوی تفریحی	
	اردو	





عزیمت جمعی از افراد به مناطق محروم برای سازندگی و انجام فعالیت‌های فرهنگی و علمی	اردوی جهادی
	اردوی راهیان نور
	اعزام خادم‌الشهدا به یادمان‌های دفاع مقدس

ادامه جدول شماره ۱

تعریف	شاخه	گروه
	صندوق قرض‌الحسنه	بهره‌برندگان فرهنگی
کمک به ایتم و نیازمندان، ساخت و ساز خیریه، درمانگاه خیریه، دارالیتام و ...	امور خیریه فرهنگی	
کلیه امور پژوهشی با رویکرد فرهنگی	فعالیت‌های پژوهشی	پژوهش
دوره مدون آموزشی (کوتاه مدت و بلند مدت) با هدف آموزش اصول و مهارت‌های پژوهشی	آموزش و تربیت پژوهشگر	
کلیه برنامه‌های ورزشی با رویکرد فرهنگی	فعالیت‌های ورزشی	ورزش
	کلاس آموزشی	آموزش محتوایی
	کارگاه آموزشی	
	دوره آموزشی	
	آموزش مجازی	
	آموزش از راه دور	
به فعالیت‌های تابستانی مقطعی که با رویکرد غیر تخصصی تربیتی با محتوای متنوع، ویژه‌ی دانش‌آموزان انجام می‌شود، اطلاق می‌گردد.	اوقات فراغت تابستانی	سایر
عبارت از ارسال پیامک محتوایی با برنامه ریزی هدفمند به مخاطبان می‌باشد. پیامک‌های اطلاع‌رسانی برنامه‌های فرهنگی در این دسته بندی نمی‌گنجد.	ارسال پیامک فرهنگی	
بستری برای جمع‌آوری آثار فرهنگی در حوزه‌های تخصصی که منجر به ارزیابی آثار و تقدیر از برگزیدگان می‌شود مانند جشنواره اتفاق	جشنواره	
	ارسال بسته فرهنگی	



نمایشگاه ترکیبی

نمایشگاهی شامل غرفه‌های گوناگون مانند پاسخگویی به مسائل دینی، فروش محصولات فرهنگی، عکس، اینفو گرافی، فضا سازی حجمی و ...

شبکه سازی

جدول شماره ۲ - قالب ساختار مجموعه ها

قالب ساختاری مجموعه‌های فرهنگی	
باشگاه ورزشی - تیم ورزشی	هیأت
موسسه خیریه	تشکل قرآنی
انجمن ادبی	مسجد
کانون فرهنگی مسجد	گروه تبلیغی
تشکل دانش آموزی	موسسه مشاوره
تشکل دانشجویی	موسسه مطبوعاتی
موسسه فرهنگی	موسسه هنرهای رسانه‌ای
پایگاه بسیج	خبرگزاری
موسسه پژوهشی	حوزه علمیه
سایت اینترنتی	ستاد یادواره شهدا
موسسه رسانه دیجیتال	فروشگاه
انتشارات	مهد کودک
موسسه تبلیغاتی	موسسه هنرهای تجسمی
	مجمع سازمان دهنده

جدول شماره ۳ - محتوای فعالیت مجموعه

فصل	بخش	موضوع
محتوای عام		
محتوای خاص	معارف اسلامی	قرآن
		معارف اهل بیت علیهم السلام
		اصول عقاید
		فروع دین
		نهضت عاشورا
		مهدویت
		تاریخ اسلام و تشیع
		اندیشه بزرگان اسلامی
	انقلاب اسلامی	ولایت فقیه
		دفاع مقدس
		اندیشه های امام خمینی (ره)
		جنگ نرم
		جریان شناسی سیاسی و فرهنگی
		بیداری اسلامی
		تاریخ معاصر
علم دینی		
دشمن شناسی	اندیشه های امام خامنه ای	
	عرفان های کاذب و فرق	
	نوظهور	
	قومیت گرایی	
	غرب شناسی	
	یهود شناسی	
	استکبارستیزی	
ادیان		

ادامه جدول شماره ۳

موضوع	بخش	فصل
سیره عملی بزرگان	سبک زندگی	اساس
طب و تغذیه اسلامی		
اخلاق		
خانواده و ازدواج		
عفاف و حجاب		
تربیت اسلامی		
سیره شهدا		
معماری اسلامی		
مدیریت فرهنگی	مهارتی	مختصات
اخلاق تشکیلاتی		
فنون ارتباطی		
مهارت هنری		
مهارت رسانه ای		
مهارت اجرایی		
برنامه ریزی فرهنگی		



جدول شماره ۴ - گستره مخاطب مجموعه

نوع	گستره	شاخه
عام	سنی	جوانان
		نوجوانان
		کودکان
	جنسی	مذکر
		مؤنث
	صنفی	خانواده
		طلاب
		دانشجویان
		دانش آموزان
		زنان
		مادران
		دختران
		فعالان فرهنگی
مذهبی	شیعه	
	اهل سنت	
	سایر مذاهب و ادیان	
تحصیلی	پیش دبستانی	
	ابتدایی	
	راهنمایی	
	دبیرستان	
	دانشگاهی	
قومیتی	حوزوی	
	فارس	
	ترک	
	لر	
	کرد	
	بلوچ	
	ترکمن	
	عرب	



ادامه جدول شماره ۴

شاخه	گستره	نوع
کارمند	شغلی	خاص
کارگر		
خانه دار		
آزاد		
استاد حوزه و دانشگاه		
نظامی		
پاسدار		
بسیار متدین	میزان تدین	
متدین	میزان تعلق به انقلاب	
سهل انگار		
انقلابی		
مذهبی غیر انقلابی		
بی تفاوت		
مخالف انقلاب		



جدول شماره ۵ - مناسبت فعالیت

شاخه	دسته
دهه اول محرم	مناسبت‌های مذهبی
اربعین	
دهه آخر صفر	
هفته وحدت	
فاطمیه	
لیله الرغائب	
اعتکاف (ایام البیض)	
مبعث پیامبر (ص)	
اعیاد شعبانیه	
نیمه شعبان	
ماه رمضان الکریم	
لیالی قدر	
سالروز تخریب قبور ائمه بقیع علیهم السلام	
دهه کرامت	
دحو الارض	
سالروز ازدواج حضرت علی(ع) و حضرت فاطمه (س)	
ایام حج	
روز عرفه	
دهه ولایت - عید غدیر خم	
میلاد یا شهادت ائمه معصومین علیهم السلام	
اعیاد اسلامی	
وقایع مهم تاریخی مذهبی (روز مباحله، لوله المبیث، شب معراج)	



ادامه جدول شماره ۵

شاخه	دسته
عید نوروز	مناسبت‌های مذهبی - ملی
روز جمهوری اسلامی	
سالگرد ارتحال امام خمینی (ره)	
پانزده خرداد	
هفته دفاع مقدس	
سالروز تسخیر لانه جاسوسی	
هفته بسیج	
حماسه ۹ دی	
دهه فجر انقلاب اسلامی - ۲۲ بهمن	
روز قدس	
سالروز رحلت علما و بزرگان	
سالروز شهادت شهدای انقلاب اسلامی	
ایام عملیات‌های دفاع مقدس	
سالروز قیام‌های مردمی انقلاب	

جدول شماره ۶ - عرصه‌های فعالیت

عرصه‌های فعالیت فرهنگی		
فضای دولتی	فضای مجازی	مدرسه
رسانه	فضای شهری	دانشگاه
اماکن زیارتی	هیئت	مسجد
فضای کسب و کار	حوزه	خانواده
	مراکز آموزش غیر رسمی	تجمعات و راهپیمایی‌ها

جدول شماره ۷ - تخصص های فرهنگی

بخش	شاخه	بخش	شاخه	
تبلیغ	سخنران و خطیب دینی	هنرهای دیداری شنیداری	صدابردار	
	مبلغ		تصویربردار	
	راوی		گریمر	
فعالیت‌های تربیتی	مشاور	هنرهای تجسمی	طراح	
	مربی مهدکودک		گرافیکست	
	مربی تربیتی		مجسمه ساز	
آموزش	استاد دوره آموزشی	بزهش	سفالگر	
	مداح		خوش نویس	
فعالیت‌های قرآنی	حافظ قرآن		ادبیات	کاریکاتورپست
	قاری قرآن			نقاش
	مفسر قرآن			عکاس
	مربی قرآن			طراح دکور
رسانه‌های دیجیتال	مترجم قرآن		رسانه‌های مکتوب	پژوهشگر
	طراح نرم افزار			شاعر
	طراح بازی‌های رایانه‌ای			داستان نویس
	وبلاگ نویس			طنز نویس
هنرهای دیداری شنیداری	طراح سایت و وبلاگ	محصولات فرهنگی	شاعر آیینی	
	طراحی نرم افزار تلفن همراه		مدیرمسئول	
	فعال در شبکه مجازی		سردبیر	
	مستندساز	تشست و همایش	خبرنگار	
	کارگردان		روزنامه نگار	
	فیلم‌نامه نویس		مدیر فنی	
مجری	بازیگر	محصولات فرهنگی	هیئت تحریریه	
	تهیه کننده		فروشنده	
	انیماتور		طراح مد و لباس	
	منتقد		عروسک ساز	
	مجرى		سخنران	

شاخه	بخش	شاخه	بخش
نویسنده	کتاب و نشر	گوینده	هنرهای دیداری شنیداری
ناشر		دوبلور	
مترجم		عضو گروه سرود	
کتابدار		عضو گروه تواشیح	
ورزشکار	ورزش	خواننده	
مربی ورزشی		آهنگ ساز	
		نوازنده	



پوسته

آیین نامه اجرایی طرح شهید افشار



لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی ویرایش ۴ لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

باسمه تعالی

آئین‌نامه نحوه گفتگو و تکمیل فرم^۱

نکات مهم و تذکرات کلی

- ا. مشخصات مخاطب و اطلاعات دقیق وی، شامل نام و نام خانوادگی، شماره تماس همراه و ثابت، استان، شهر و شهرستان حتماً قیدگردد. در صورت وجود، صحت آن بررسی شود و اگر اطلاعات ناقص است، حتماً در حین مکالمه (و نه در ابتدای صحبت)، این موارد را پرسیده؛ اصلاح یا اضافه نمایید.
- در صورت اعلام شماره ثابت، حتماً یادداشت کنید مربوط به محل کار است یا منزل.
 - آدرس پست الکترونیک پرسیده نشود، بلکه در صورت وجود، صحت آن بررسی گردد.
 - منظور از استان، شهر و شهرستان، در قسمت بالای فرم، محل سکونت مخاطب است.
- ب. پس از برقراری تماس:
- خود را با نام خانوادگی معرفی نمایید و به هیچ عنوان اسم مستعار به کار نبرید.
 - بگویید «از طرف بنیاد فرهنگی خاتم الاوصیاء تماس می‌گیرم، می‌خواستم چند دقیقه‌ای با شما در مورد مسائل فرهنگی شهرتان مشورت کنم. الان وقت دارید؟»
 - سپس [بدون معطلی] بگویید «آیا با بنیاد خاتم الاوصیاء آشنایی دارید یا خیر؟»
مطالب ذکر شده توسط مخاطب در پاسخ سؤال ۲، عیناً یادداشت شود.
- ت. در معرفی بنیاد از به کار بردن الفاظ اشتباه و یا اغراق‌آمیز پرهیز نمایید. مثلاً «حاج حسین یکتا» را به اشتباه، «سردار یکتا» معرفی نکنید. در پاسخ به این سؤال که «بنیاد وابسته به کجاست؟»، بگویید «این بنیاد توسط جمعی از فعالان فرهنگی با سابقه کشور و بصورت هیئت امنایی اداره می‌شود».
- در صورت مطرح شدن این پرسش که «بنیاد وابسته به کجاست؟» یا «از چه طریق بودجه آن تأمین می‌شود؟»، می‌توان گفت «بنیاد توسط نهادهای مختلف از جمله سپاه حمایت می‌شود».

^۱ مطالبی که بصورت علامت دایره توپر مشخص شده‌اند، تذکرات لازم الاجراء می‌باشند.
مطالبی که در علامت «...» قرار داده شده‌اند، برحسب موارد مختلف، عبارت عیناً مکتوب یا خوانده شود.



لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

ویرایش ۴

لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

- اگر مخاطب حاج حسین یکتا را نمی شناخت، بگویید «ایشان سابقاً مسئول ستاد راهیان نور بودند».
- قسمت معرفی بنیاد را از روی متن نخوانید ولی همان پاراگراف، بدون کم و بیش توضیح داده شود.
- در پاسخ به این سؤال که چه کسی شماره او را به ما داده است، بگویید «در جلسه ای که سال گذشته در شهر شما، بین فعالان فرهنگی شهر، با حضور حاج حسین یکتا تشکیل شد، توسط سایر فعالان فرهنگی شهر از جمله آقایان ... (معرفان و فعالان استان که نام آنها از طرف مدیر مرکز به شما اعلام می شود) به ما معرفی شده اید».
- در صورتی که احساس کردید مخاطب هنوز کاملاً اعتماد نکرده یا محافظه کارانه پاسخ می دهد نام معرف وی را ذکر کرده و به بعضی توضیحات موجود در مورد مخاطب اشاره کنید ولی فی البداهه نام معرف را نگویید.
- ث. در صورت بی اعتمادی مخاطب و خودداری از پاسخ به سؤالات، ابتدابه ساکن قطع نکرده و تلاش کنید تا اعتمادسازی صورت گیرد.
 - مثلاً بگوئید «قصه ما گرفتن مشورت، در مورد مسائل فرهنگی شهر شماست».
 - اگر باز هم از پاسخگویی اجتناب کرد؛ شماره تلفن بنیاد (الصاق شده در بالای میز) را به وی اعلام کرده، بگوئید: «می توانید با معاونت سازماندهی بنیاد، به شماره ۲۲۸۹۸۱۸۷ تماس بگیرید و در مورد طرح شهید افشار، اطلاعات لازم را دریافت کنید».
 - اگر مخاطب با مطرح کردن سؤالات مکرر در مورد بنیاد و ماهیت طرح، اجازه طرح سؤالات را به شما نداد یا اقدام به تهدید نمود، شماره تلفن همراه آقای مصدقی ۰۹۱۲۳۱۴۶۹۲۸ به عنوان مدیر سازماندهی بنیاد، را به وی بدهید، تا با ایشان صحبت کند.
- در نهایت اگر همچنان بی اعتماد بود؛ خیلی محترمانه از وی تشکر کرده و بگوئید «می توانیم در صورت موافقت ایشان، فرم را به صورت پست، برای وی ارسال نمایم».
- ج. اگر قبل از تماس متوجه شدید فرد پست سازمانی و یا جایگاه ویژه ای همچون امام جمعه، مدیرکل و امثالهم دارد؛ به هیچ عنوان با او تماس نگیرید و فرم خام را به مدیر مرکز برگردانید و اگر حین تماس



لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی ویرایش ۴ لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

متوجه شدید، با مطرح کردن سؤالات ۲، ۳، ۱۲ و ۱۳، مکالمه را تمام کرده و کد ۷ را درج نمایید و حتماً در قسمت موارد خاص علت انتخاب کد ۷ را ذکر نمایید.

ج. اگر مخاطب به هر دلیلی زمان دیگری را برای انجام مصاحبه اعلام کرد، خیلی محترمانه از وی تشکر کرده و ساعت اعلامی وی را یادداشت و رأس آن زمان تماس بگیرید.

خ. در صورتی که ساعتی برای تماس اعلام شد، پرسشگر می‌بایست تاریخ و زمان دقیق اعلامی مخاطب و علت تعیین؛ مثلاً «الان سر کلاس هستم نیم ساعت دیگر تماس بگیرید»؛ را به طور دقیق در برگه مربوط به آن مخاطب یادداشت کرده و از نوشتن عبارات مبهم، مانند «نیم ساعت دیگر» یا «بعد از نماز» یا... بدون تاریخ و ساعت دقیق جداً پرهیز کنید.

• مثال: «۸/۱۴ ساعت ۱۸:۳۰ تماس بگیرید، ساعت ۴ روز ۸/۱۴ سر کلاس درس بودند».

د. سؤالات، پس از اطمینان از اینکه طرف مقابل وقت دارد با شما مصاحبه کند، آغاز شود. لذا اگر مخاطب در شرایط نامناسبی چون رانندگی، حین پاسخگویی در محل کار و ... قرار داشت، به هیچ وجه مکالمه را ادامه نداده و با وی، زمانی را برای انجام مکالمه هماهنگ نمایید.

• سؤالات باید به ترتیب چینش، پرسیده شود و از جابه جا کردن سؤالات، هنگام مکالمه پرهیزید. ولی در مورد سؤالات قسمت آخر، در صفحه ۸، مطلوب است آنها را بین سایر سؤالات بپرسید.

ذ. لطفاً متن سؤالات را درکمال آرامش، با متانت و بصورت شمرده با ادبیات و الفاظی شکلی، مؤدبانه، درعین حال صمیمی و عامیانه بخوانید و از اجتهاد، توضیحات اضافه و ... پرهیزید.

• صمیمانه صحبت کردن، بمعنای شوخی کردن و بیان مطالب عوامانه نیست.

ر. درحین مکالمه فقط از لفظ «شما» (ضمیر دوم شخص جمع) برای خطاب قرار دادن پرسش‌شونده، استفاده کنید.

ز. لطفاً در تمامی طول مکالمه، با انرژی هرچه بیشتر با مخاطب به گفتگو و مصاحبه بپردازید.

س. هر نوع تکیه کلامی نشان از ضعف پرسشگر است، لذا تلاش کنید، در حین مکالمه از تکیه کلامهای خود استفاده نکنید.

• امثال «عرض بشود که ...»، «بریم سراغ سؤال بعدی ...»، «حاجی لطفاً بفرمایید ...» و ...





لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی ویرایش ۴ لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

ش. هنگام نوشتن، از مکث طولانی یا تکرار کلام مخاطب بپرهیزید، طرف مقابل شما نباید احساس کند، درحال پرکردن یک فرم از قبل طراحی شده هستید. مراقب باشید به هیچ عنوان عبارتی مانند موارد زیر را به کار نبرید:

- «جازه دهید یادداشت کنم»، «اینجا نوشته نشده...»، «از این موارد که می خوانم انتخاب کنید»، «ما اینجا جدولی داریم»، «پرونده شما را نمی فرستیم تا اسامی دوستان رو به ما برسانید»، «شماره پرونده شما اینه اگه اومدید»، «ما کارمون محرمانه است نمیتونم شماره تلفن بدم»، «یه صفحه دیگه بیشتر از سوالاتمون نمونه»، «یه لحظه اجازه بدید بینم چیزی از سوالات باقی نمانده باشه»، «من کی باشما تماس بگیرم پروندتون رو تکمیل کنم» و ...

ص. در تمام مدت مکالمه، سعی کنید تمام صحبت‌های مخاطب را در قسمت توضیحات ذیل هر سؤال بنویسید، هرچند که بدخط و بدون رعایت ادبیات نگارش و جمله بندی صحیح باشد. ولی جدولهای پرسشنامه را کاملاً دقیق، خوانا و مطابق با دستورالعمل یادداشت کنید.

- اگر مخاطب، از پاسخ دادن به سؤال خاصی اجتناب کرد، حتماً دلیل آن را ذیل همان سؤال بنویسید. هیچ سؤالی نباید بدون توضیح خالی گذاشته شود.

ض. در صورت اظناب مخاطب در پاسخ دهی، پس از دریافت پاسخ و توضیحات مربوطه، در کمال احترام، ادب و در بهترین زمان، صحبت مخاطب را قطع کرده و از انحراف مخاطب در پاسخ جلوگیری نمایید.

ط. لطفاً سعی کنید بیشتر شنونده باشید تا صحبت کننده

ظ. از جدول خوانی پرهیز نمایید.

ع. در پاسخ سؤالات ۳، ۴، ۵، ۶، ۸، ۲۷، ۲۸، ۲۹؛ اگر مخاطب به «موارد مندرج در جدول مربوطه» اشاره کرد؛ پس از نوشتن عنوان و توضیح ایشان، کد مربوطه را درج نمایید و در صورتی که خارج از جدول موردی بیان شد، پس از نوشتن توضیح مخاطب، مورد عنوان شده را در قسمت زیرموضوع ثبت و کد قالبی را که به آن نزدیکتر بوده یا با تقریبی به موارد مندرج اشاره می کند، درج نمایید.





لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

ویرایش ۴

لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

شیوه طرح سؤالات :

ابتدا از مخاطب بخواهید تا در صورت امکان، شماره ثابت بدهد تا مکالمه بهتر و با کیفیت‌تری داشته باشید.

حال در مورد بعضی از برنامه‌ها بنیاد با مخاطب گفتگو کرده و نظر وی را در قالب سؤال ۱ و ۲ پرسیده، مطابق فرم یادداشت کنید.

سؤال ۳. با طرح این سؤال معمولاً با دو برخورد مواجه می‌شوید :

(۱) مخاطب، خود شروع به صحبت کرده و مطالبی را ابراز می‌دارد و محتوای مطلب او منطبق یا مربوط به یکی از کدهای جدول شماره ۱ می‌باشد؛ که در این صورت، پس از وارد کردن کد مربوطه در جدول، موضوع و زیرموضوع اعلامی از طرف مخاطب را در قسمت مربوط به آن یادداشت کنید.

(۲) فرد ابتداءً ساکن گزینه‌ای را مطرح نمی‌کند، در این حالت با بیان سرفصل‌های کلی (معارف اسلامی، انقلاب اسلامی، دشمن‌شناسی...)، مثال‌هایی از موضوع‌ها بیان کنید. مثلاً «در مباحثی چون معارف اسلامی و مهارت‌های فرهنگی و اینگونه مسائل شما کدامیک را برای فعالان فرهنگی مهمتر می‌دانید؟».

- چنانچه نتوانستید کد سرفصل اصلی را همان لحظه بیابید، این کار را در زمان تکمیل پرونده و پس از اتمام مصاحبه انجام دهید.
- در صورتی که موضوعی در جدول ۱ نبود، حتماً آن را یادداشت و در قسمت کد، یکی از کدهای ۱ تا ۵ مربوط به سرفصل‌های کلی را بنویسید.

سؤال ۴. بپرسید «خود شما در چه موضوعی تجربه دارید یا به آن علاقه‌مند هستید؟»

- در پاسخ این سؤال توضیحات مخاطب را یادداشت کرده و سپس موضوع و کد آن را در جدول وارد و زیر موضوعات اشاره شده توسط وی را یادداشت نمایید.
- میزان مهارت فرد را با توجه به توضیحات وی، علامت زده و دلیل هر یک از گزینه‌های انتخابیتان را نیز در کادر مربوطه بنویسید. (ذکر دلیل الزامی است).



لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی ویرایش ۴ لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

درحد تدریس	سابقه تدریس یا سخنرانی در این موضوع را دارد یا به حدی پیگیر، دارای مطالعه و تجربه در این موضوع است که می‌تواند در سطح یک استاد آن را تدریس نماید.
دارای مطالعه	هرچند در حد مدرس نیست، ولی مطالعات خوب و قابل توجهی دارد.
علاقه مند	مطالعه خاصی نداشته ولی به آن موضوع ابراز علاقه مندی می‌کند.

- تشخیص اینکه مطالعه وی چقدر است به عهده پرسشگر می‌باشد. لکن در هر صورت باید در قسمت ذکر دلیل، علت انتخاب گزینه بیان شود.

سوال ۵. در این سؤال تأکید بر موضوع مورد علاقه فرد است. یعنی اگر دوره آموزش سطح عالی در شهر ایشان برگزار شود، وی در چه موضوعاتی علاقه‌مند به شرکت می‌باشد.

- پرکردن جدول این سؤال همانند جدول سؤال ۳می باشد.

سوال ۶. بگویید «این موضوعاتی را که شما به آن اشاره کردید، در چه قالب‌هایی برای فعالان فرهنگی ارائه دهیم، بهتر است؟».

- در صورتی که مخاطب منظور شما از قالب‌ها را متوجه نشد یا قالب مشخصی را اسم نبرد، ضمن یادداشت دقیق پاسخ مخاطب، در قسمت توضیحات، یکی دو مورد از قالب‌ها را برای وی نام ببرید. البته دقت شود که نظر شخصی پرسشگر به مخاطب تحمیل نشود. سعی کنید توضیح کاملی از پاسخ وی را یادداشت نمایید تا بتوان بین نظر گفته شده توسط وی با نظری که در واقع تأیید یکی از گزینه‌های ماست، تمایز قائل شویم.
- سعی کنید مثالهایی را که از جدولها مطرح می‌کنید، از فردی به فرد دیگر متفاوت بوده و بصورت تصادفی بیان شود.

سوال ۷. ابتدا در قالب گفتگویی دوستانه بپرسید «خود شما با چه مجموعه‌هایی همکاری داشته یا دارید؟» و در صورتیکه مخاطب، متوجه سؤال نشد، برای وی مصداق‌هایی از مجموعه‌های فرهنگی را بیان کنید.

- مثلاً: هیئت، پایگاه بسیج، کانون فرهنگی... .
- نام مجموعه را دقیق پرسیده، یادداشت نمایید و از نوشتن عبارات کلی از قبیل «پایگاه بسیج»، «کانون فرهنگی» و ... خودداری کنید.





لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی ویرایش ۴ لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

✓ مثلاً: پایگاه بسیج مسجد جامع شیراز، کانون محبان اهل البیت مسجد الزهراء (س).

- حتماً مشخصات مدیر مجموعه و ... از مخاطب پرسیده و یادداشت گردد.
- در صورتی که مخاطب از پایگاههای بسیج، سپاه و یا سایر نهادهای نظامی، اطلاعاتی و امنیتی اسم برد، به هیچ عنوان از او توضیح، تعداد اعضای پایگاه، نام آنها و حتی نام فرمانده پایگاه را درخواست نکنید.

سوال ۸.

- پرسید «در این مجموعه‌هایی که نام بردید در چه قالبهایی مشغول انجام فعالیتهای فرهنگی هستید؟»
- قالبهای (زمینه های) بیان شده را در جدول علامت بزنید. سپس از وی پرسید «در قالب (زمینه) دیگری هم فعالیت داشته اید یا خیر؟».
 - حتماً یک قالب، به عنوان قالب تخصصی، که زمینه اصلی فعالیتهای مخاطب است را به همراه کد آن، در کادر انتهایی جدول پاسخ سؤال ۸ مشخص نمایید.
 - اگر از بیان اولیه مخاطب، قالب تخصصی وی را تشخیص ندادید، مستقیماً پرسید «کدام قالب تخصصی شماست؟»
 - تنها آن موردی را که یقین دارید یا خود مخاطب اشاره کرده است، بنویسید و از نگارش حدس و گمان خود بپرهیزید.

سوال ۹.

علاوه بر یادداشت کامل توضیح مخاطب، زمان دقیق آن را در جدول مربوطه مکتوب نمایید.

سوال ۱۰.

- علاوه بر یادداشت کامل توضیح مخاطب، در هنگام پرکردن جدول آن دقت شود تا کلیدواژه-های ارائه شده در سؤال از قبیل مدیر، مسئول، همکار، عضو و ... به طور دقیق در قسمت سابقه و مسئولیت مکتوب شده و نام سازمان و موسسه، در کادر مربوطه، نوشته شود.
- می توانید در این سؤال عنوان شغلی دقیق مخاطب را پرسیده و آن را در پاسخ سؤال ۳۴ یادداشت نمایید.

سوال ۱۱.

- می‌خواهیم بدانیم که بین مجموعه‌های فرهنگی شهر از قبیل هیئت، کانون فرهنگی، پایگاههای بسیج و ... کدامیک عملکرد بهتری از سایر مجموعه‌ها داشته و سرآمد مجموعه‌های فرهنگی شهر است. دقت شود که مشخصات کامل مجموعه در ستون اول ذکر شود.
- مانند «هیئت یازینب»، «مسجد حیدریون تهران»





لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی ویرایش ۴ لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

- از به کار بردن عبارات کلی از قبیل هیئت، بسیج و ... پرهیز شود.
- دقت داشته باشید که مجموعه سرآمد مهم است و نه هر مجموعه فعال فرهنگی.
- جامعه هدف این سؤال تنها مجموعه های غیر دولتی می باشد.
- نام مسئول مجموعه حتماً ذکر شود و اگر مخاطب نمی دانست، بنویسید «نمی داند».
- دلیل انتخاب مجموعه ی عنوان شده، حتماً در ستون مربوطه جدول نوشته شود.

سوال ۱۲. منظور از تعامل :

در آن سازمان مسئولیت دارد	اعم از رئیس، کارمند و... که در اینصورت عنوان شغلی وی یادداشت شود.
مخاطب خاص برنامه ها	در برنامه/ برنامه های فرهنگی، با سازمان اشاره شده همکاری داشته است.
مخاطب عام	فرد تنها مخاطب برنامه های سازمان است.
بدون تعامل	غیر سه حالت فوق

- در حالت «مخاطب خاص برنامه ها»، توضیح نحوه همکاری دقیقاً نگاشته شود.
- موارد مطرح شده توسط مخاطب، در قسمت توضیح، عیناً یادداشت شده، سپس اطلاعات لازم را طبق آئین نامه در کادر مربوطه بنویسید.
- در مورد ارزیابی عملکرد سازمان، دقت کافی را داشته باشید و علت انتخاب هر یک از گزینه ها را در قسمت توضیح، در ستون مربوطه بنویسید. به صیرف گفته مخاطب اکتفا نکرده و بر اساس توضیح مخاطب، خودتان گزینه مورد نظر را انتخاب نمایید.

سوال ۱۳. به توضیح سؤال ۱۴ مراجعه شود. (سؤال بعد)

سوال ۱۴. مشکلات و راه حل آنها را با بیانی دوستانه بپرسید و مطالب را عیناً یادداشت نمایید.

- توضیح موارد ارزیابی:





لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

ویرایش ۴

لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

مشکلات و علت آن را خوب شناخته و ضمن ریشه‌یابی برای حل آن، راه‌کار ارائه می‌دهد.	عمیق و عالمانه
مشکلات را خوب می‌شناسد، ولی راه حل مناسب و دقیقی ارائه نداده و راه حل های وی کلی است.	تحلیل خوب
مشکلات را کلی‌گویی می‌کند و در پاسخ‌ها هم ایده‌هایی کلی می‌دهد.	تحلیل معمولی
موارد نه‌چندان مهم را گفته و به صورت کلی راه کار ارائه می‌دهد. اگرچه این موارد جزء مشکلات فرهنگی محسوب می‌شوند، ولی چندان مطرح نمی‌باشند.	تحلیل سطحی و عوامانه
پاسخ‌های نامربوطی از قبیل بیکاری و کمبود بودجه و... مطرح ویا کلی‌گویی شود که مشکلی نیست و ...	پاسخهای بی ربط

- مثال «عمیق و عالمانه»؛ مثلاً: «یکی از مشکلات بدحجابی است، در ریشه‌یابی علت آن، می‌گوید علت اصلی برنامه‌های ماهواره‌ای است و در ارائه راه‌حل، می‌گوید باید روی خانواده‌ها تمرکز کرد و از دوره نوجوانی شروع کرد و نیز باید مضرات برنامه‌های ماهواره‌ای را به مردم آموزش داد و در نهایت صدا و سیما می‌بایست برنامه‌های مفیدی پخش کند تا اوقات فراغت خانواده‌ها را به نحوی پر نماید که جای ماهواره‌ها را بگیرد».
- مثال «تحلیل خوب»؛ مشکل را حجاب دانسته، ولی ریشه را نمی‌داند و یا در راه حل به صورت کلی می‌گوید «باید روی خانواده‌ها کار شود».
- مثال «تحلیل معمولی»؛ می‌گوید «دانشگاه آزاد بدحجابی آورده و در راه حل می‌گوید باید روی فرهنگ بدحجابی کار شود».
- ابتدا تمامی مطالب مخاطب در پاسخ سؤالات ۱۳ و ۱۴ عیناً یادداشت شده، سپس جدول ارزیابی تکمیل گردد.
- مادامی که مخاطب از ارائه پاسخ مرتبط، منحرف نشده، اجازه دهید تا مطالب بطور کامل بیان گردد و از قطع کردن صحبت ایشان پرهیز نمایید.





لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

ویرایش ۴

لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

سوال ۱۵. بگویید «حال اگر بنخواهید فردی را معرفی کنید که در جایگاه فرماندهی فرهنگی شهر قرار گیرد چه کسی را معرفی می‌نمایید؟» به عبارت دیگر فردی که تأثیرگذاری فرهنگی وی از سایرین بیشتر است».

- اگر گفت فرد خاصی در شهر ما چنین جامعیت و جایگاهی را ندارد؛ پرسید «کسی که به نظر شما بهتر از سایرین است یا شما وی را ترجیح می‌دهید، را معرفی نمایید».

سوال ۱۶. عین متن سؤال را بیان نموده و در توضیح بگوئید «تعدادی از فعالان منحصراً فرهنگی را به ما معرفی کنید تا بتوانیم این مشورت را با آنها هم داشته باشیم» و اجازه دهید مخاطب افراد مدنظرش را نام ببرد و شما تمامی افراد را بدون کم و بیش یادداشت کنید.

- پس از اینکه اطلاعات لازم در هر مورد را دریافت کردید، به مخاطب بگویید «آیا از این افراد شماره ای دارید که ما بتوانیم با آنها هم مشورتی داشته باشیم؟»، سپس یادداشت کنید؛ وگرنه بگویید پس از پایان مکالمه، شماره ها را یادداشت کند و مجدد با وی تماس گرفته و شماره ها را از او پرسید.

- اگر در پاسخ سؤال ۱۵ همان نیروهایی که در پاسخ سؤال ۱۶ معرفی شده بود، نام برده شد، معلوم می‌شود که مخاطب را پیرامون این سؤال خوب متوجه نکرده اید. لذا باید با توضیح بهتری تأکید کنید «منظورمان شخصی است که بتواند جایگاه فرماندهی فرهنگی را بر عهده بگیرد» و اگر مجدد بر همان افراد پافشاری کرد، باید سؤال ۱۶ را برای فرد، بهتر معرفی کنید و بگویید «اگر این فردی محوری و فرمانده است، لطفاً افرادی را که دغدغه کار فرهنگی دارند و می‌توانند با ما همکاری کنند، نام ببرید» و پاسخ وی را در سؤال ۱۶ یادداشت کنید.

- اگر فرد یا افرادی در این سؤال معرفی شدند که شما قبلاً نام آنها را شنیده اید، به هیچ وجه از یادداشت نام خودداری نکنید؛ چراکه در نتایج نظرسنجی ها مبنی بر تعداد معرفی فرد، مهم است.

- نام و نام خانوادگی افراد را کامل و صحیح یادداشت نموده و از نوشتن نام خانوادگی تنها، بدون نام کوچک، عنوان (حاجی) و یا سمت فرد به تنهایی (مثلاً امام جمعه) خودداری





لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

ویرایش ۴

لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

- کنید. در صورت نقص پاسخ، از مخاطب بپرسید «نام کوچک فرد چیست؟» و در مواردی که نام کوچک را نمی دانست حتماً در توضیح یادداشت کنید «نام کوچک وی را نمی دانست».
- وقتی مخاطب چند تن از فعالان را برشمرد، آنگاه در مورد هریک با سؤالات مختلف و به طور غیرمستقیم اطلاعاتی کسب کرده و در ستون معرفی روبروی نام وی یادداشت کنید.
 - ✓ مثلاً بعد از اینکه ۵ نفر را نام برد بگویید «آقای علی احمدی» که گفتید چه کار فرهنگی انجام می دهد؟» بعد بگویید «آقای محمد اسدی» چه خواننده است؟» در مورد سوم بپرسید «شغل آقای محمدی چیست؟» و در مورد چهارم بپرسید «در کدام مجموعه فعالیت دارد؟» و... این نوع پرسش حساسیت طرف مقابل را کم می کند، ضمن اینکه باعث می شود برای همه آنها تمام مواردی را که در سؤالات مختلف برای افراد گوناگون پرسیده اید، برای هریک از آنها بگوید.
 - اگر فردی را معرفی کرد که قبلاً نام خانوادگی وی را به شما گفته اند ولی نام کوچک او متفاوت است، حتماً از مخاطب بپرسید «کدامیک صحیح است؟»
 - ✓ مثلاً فردی را بعنوان «حسین کریمی» به شما معرفی کرده اند ولی ایشان می گوید «عبدالحسین کریمی»؛ حتماً پرسیده و صحیح آن را بنویسید.
 - در صورتی که مخاطب (معرف اسامی) درخواست مخفی بودن نام خود را داشت، حتماً در کنار جدول ۱۶ نوشته شود.
 - علاوه بر یادداشت توضیح مخاطب، در قسمت معرفی شغل، فعالیت فرهنگی او را بنویسید و از نوشتن عبارات کلی مثل امام جمعه در قسمت مربوطه خودداری کنید.
 - در پیمایش از برادران، اگر مخاطب از فعالان فرهنگی خانم معرفی کرد حتماً نام او را یادداشت کنید. ولی به هیچ وجه نپرسید «اگر فعال فرهنگی خانم می شناسد معرفی کنند».
 - در پیمایش از خواهران، هیچ اشاره ای به جنسیت افرادی که معرفی می شوند، نکنید. اگر فعال فرهنگی مرد معرفی شد، نام او را بنویسید و در صورتی که تنها نام خانوادگی فرد را بیان کرد؛ حتماً عنوان آقا یا خانم را قبل از نام خانوادگی وی بنویسید.





لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

ویرایش ۴

لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

- هدف، شناسایی فعالین فرهنگی مرتبط با مخاطب است. در صورتی که پاسخ «آن حضور ذهن ندارم» داده شد، می بایست ترغیب و تشویق نموده و از صحبت‌های قبلی مخاطب و اماکنی را که وی جهت فعالیت فرهنگی خود معرفی کرده است، به ایشان یادآوری نمایید.
- سوال ۱۷.** با لحن کاملاً دوستانه پرسید «آقای/خانم...، خود شما با دوستان و رفیقان مذهبی تان کجا دور هم جمع می شوید؟». در این سؤال نام دقیق مسجد، هیئت یا هر محل دیگری که نام برده می شود را یادداشت و از کلی گویی پرهیز نمایید.
- سعی کنید از کلمه پائوق بجهت دارابودن بار معنایی منفی استفاده نشود.
- سوال ۱۸.** به نوعی ورود است به سؤال ۱۹ و ۲۰، لذا خیلی وقت صرف آن نکنید. لکن توجه شود، سؤال طوری پرسیده شود که مخاطب وارد فضای رسانه ای شده و پس از پاسخ وی به این سؤال، بلافاصله بسراغ سؤال ۱۹ بروید.
- سوال ۱۹.** به توضیح سؤال ۲۱ مراجعه شود.
- سوال ۲۰.** به توضیح سؤال ۲۱ مراجعه شود.
- سوال ۲۱.** پاسخ این سؤالات نباید مبهم باشد، حتی اگر فرد به صورت کلی پاسخ داد، یک عددی را به وی بگویید و با نظر مخاطب آن را تصحیح نمایید.
- مثلاً اگر در پاسخ سؤال ۱۹ گفت «کم»، شما بگویید «مثلاً ۲ ساعت تلویزیون تماشا می-فرمایید؟» و با نظر وی آن را تصحیح کرده، صرفاً یک عدد یادداشت نمایید.
- سوال ۲۲.** علاوه بر یادداشت رسانه ای که وی آخرین بار از طریق آن، صحبت های رهبر معظم انقلاب را دنبال کرده، محتوای صحبت ها و موضوع آن را هم از وی پرسیده و یادداشت کنید.
- سوال ۲۳.** ...
- لازمه تحلیل صحیح شما از مخاطب، داشتن اطلاعات دقیق و بروز از بیانات مُعَظَّم که می-باشد.
- حین پاسخ مخاطب از برشمردن مثال و اشاره به صحبت‌های مُعَظَّم که پرهیز نمایید.
- ارزیابی :





لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

ویرایش ۴

لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

صحبت های مُعَظَّمُ که را از طریق رسانه های گوناگون پیگیری کرده و کاملاً از صحبت های ایشان مطلع است. چنین فردی به طور معمول در لابه لای صحبت هایش، حین مکالمه نقل قول هایی از صحبت های ایشان خواهد آورد، ضمن اینکه اطلاعات وی در مورد بیانات مُعَظَّمُ که کاملاً به روز و دقیق است.	دارای پیگیری و سطح اطلاعات بسیار زیاد
از طریق برخی رسانه ها (یک یا دو رسانه) صحبت های مُعَظَّمُ که را پیگیری می کند ولی اطلاعاتش چندان جزئی و دقیق نیست، لذا در سطح فرد اول قرار نمی گیرد ولی اطلاعاتش به قدری کلی نیست که گزینه سوم را برای وی انتخاب کنید.	تاحدی پیگیر و مطلع
مربوط به کسی است که صرفاً می داند مُعَظَّمُ که در چه تاریخی، در هفته گذشته یا در چند روز اخیر سخنرانی داشته اند و جزئیات بیانات را نمی داند.	اطلاعاتش در حد کلیات و عناوین خبری است
کسی که به طور کلی پیگیری صحبت های ایشان را بی فایده می داند و به نوعی می توان گفت که با ولایت فقیه مشکل دارد.	این کار را بی فایده می داند

- در انتخاب افراد «دارای پیگیری و سطح اطلاعات بسیار زیاد» حساسیت داشته باشید، زیرا تعداد این افراد زیاد نخواهد بود.
- معمولاً افراد «اطلاعاتش در حد کلیات و عناوین خبری است» زیاد هستند.
 ✓ مثلاً می داند که ایشان سفری به خراسان شمالی داشته است.

سوال ۲۴. به دنبال کتابهایی هستیم که مناسب با مطالعه فعالان فرهنگی و برای آنان ضروریست. اگر

مصدیقی بیان شد، نام کتاب را در مصادیق بنویسید، اگر کلی عنوان شد، عبارت موضوعی آن را در موضوعات مکتوب نمایش دهید و اگر آثار نویسنده خاصی را مطرح کردند، نام آن نویسنده را در قسمت نویسندگان یادداشت کنید.

- در جدول، نگارش با ایجاز انجام شود، مثلاً اگر مخاطب گفت «کتابهای استاد شهید مطهری» فقط بنویسید «شهید مطهری»

سوال ۲۵. بپرسید «خود شما چقدر اهل مطالعه هستید؟» مشخص است که با فضا سازی ایجاد شده از سؤال

قبل، مخاطب متوجه می شود که منظور ما، کتب غیر درسی است، اما بهتر است شما تذکر دهید. ضمن یادداشت دقیق صحبت های مخاطب، با توجه به پاسخ، گزینه را انتخاب کنید.





لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

ویرایش ۴

لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

- در این قسمت می توان میزان تحصیلات و دانشجو یا فارغ التحصیل بودن مخاطب را سؤال کرده و در پاسخ سؤال ۳۳ یادداشت نمایید. دقت شود عنوان دقیق رشته، نام دانشگاه و نیز شهری را که در آن درس می خواند یا خوانده است، به طور دقیق یادداشت نمایید.
- سوال ۲۶.** *بپرسید «اهل استفاده از اینترنت هستید؟ چقدر؟» ضمناً ساعات و نحوه دسترسی به اینترنت دقیقاً مشخص شده و یادداشت گردد.*
- در اینجا به دنبال سایت هایی که مخاطب مراجعه می کند، نیستیم؛ لذا در این مورد سؤالی نپرسید، ولی در صورت اشاره یادداشت نمایید. در مورد تلویزیون هم این نکته رعایت شود.
 - در این قسمت می توان میزان استفاده مخاطب از اینترنت و فضای مجازی را جويا و در پاسخ سؤال ۳۹ یادداشت کنید، سپس درخواست نمایید تا آدرس پست الکترونیک خود را به سامانه پیامکی ما ارسال نماید.
- سوال ۲۷.** *اگر به مهارتی اشاره شد که در قالب جدول ۴ نمی گنجد، آن را به طور مشخص در قسمت مهارت های فرعی یادداشت کرده و سطح آن را بر اساس گفته های مخاطب و تحلیل خودتان مشخص کنید، سپس حتماً علت انتخاب آن سطح و سایر توضیحات را در ستون مربوطه یادداشت نمایید.*
- سوال ۲۸.** *به توضیح سؤال ۲۹ مراجعه شود.*
- سوال ۲۹.** *ابتدا توضیح مخاطب را نوشته سپس جدول را تکمیل کنید.*
- توجه شود، در سؤال ۲۹ در ستون مربوط به مهارت، میزان دقیق آن را به درستی علامت زده، سپس علت انتخاب را در ستون توضیح، به طور کامل بنویسید. گزینه حرفه ای را فقط باید بایقین و دلیل کافی علامت زده و خوب توضیح دهید.
- سوال ۳۰.** *سؤال واضح است، ولی حتماً پرسیده شود. مگر در مواردی خاص که مخاطب سن و سال بالایی دارد و یا فرد خاصی می باشد.*





لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

ویرایش ۴

لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

اطلاعات فردی :

در این قسمت می بایست به صورت کاملاً دوستانه، صحبت نموده و از مکث طولانی بین سؤالات خودداری شود، چراکه احتمال جواب دادن را کاهش می دهد.

سوال ۳۱. بگویید «آقای/ خانم... فقط برای اینکه ارتباط ما با شما مستمر باشد و حیثاً بخواهیم بسته های فرهنگی برای شما ارسال کنیم، می توانیم آدرس شما را داشته باشیم».

- بهتر است در پایان سؤالات و بعنوان مطلب آخر، پرسیده شود.

سوال ۳۲. بگویید «می توانم بپرسم شما متولد چه سالی هستید؟».

سوال ۳۳. جواب سؤالات تحصیلات را قبلاً در زمانی که در مورد مطالعه سؤالات پرسیدید، گرفته اید؛ الان آن را تکمیل نمایید.

سوال ۳۴. فرض بر این است که قبلاً شغل را پرسیده اید، الان فقط برای تکرار بگویید «شما گفتید شغلتان ... است، از این شغل راضی هستید؟».

سوال ۳۵. ...

سوال ۳۶. پرسید «اگر امکان تغییر شغل برای شما باشد چه شغلی را انتخاب می کنید؟»

- اگر فرد بیکار است به وی بگویید «اگر بخواهید شغلی را انتخاب کنید، به چه شغلی بیشتر علاقمند هستید؟»

- برای موارد بیکار، دانشجو و ... گزینه بیکار انتخاب شود.

سوال ۳۷. منظور، مهارت یا تجربه ای است که در سؤالات گنجانده نشده بود.

- مثلاً فردی مهارت در برق کشی یا از خاتم ها مهارت در انواع بافتنی و هنرهای صنایع دستی دارد.

- این سؤال را طوری باید پرسید، که منظورتان خوب رسانده شود.

سوال ۳۸. عیناً سؤال را پرسیده و یادداشت کنید.

سوال ۳۹. فرض بر این است که هنگام طرح سؤال ۲۶ پرسیده و یادداشت شده است.





لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

ویرایش ۴

لزوم رعایت تقوا و فضای ارزشی

نکات پایانی :

۱. از آنجا که ذهنیت شما پیمایشگر محترم، بعد از چندین تماس و صحبت با فعالان فرهنگی شهر، شهرستان و یا منطقه ای خاص در طول هربار حضورتان، بسیار برای ارزیابی از آنجا مهم می باشد، لذا حتماً در پایان هر بازه یا بازه های حضورتان «کاربرگ گزارش روزانه پرسشگر» را تکمیل و به مسئول مربوطه تحویل نمایید؛ لازم به ذکر است، مبنای محاسبه حق الزحمه، ارائه «کاربرگ گزارش روزانه پرسشگر» خواهد بود.
۲. با توجه به اینکه حضور افراد برای مجموعه هزینه هایی را دربردارد، لذا انجام خارج از عرف کارهای شخصی ممنوع بوده و شرعاً حرمت دارد.
۳. لطفاً از استراحت، صحبت و خوش و بش های بیش از حد و نامتعارف، بین تماسها و پیمایشهای خود جداً خودداری نمایید.

با آرزوی توفیق روزافزون





پوست همار

آیین نامه اجرایی طرح شناسایی اردویی





بسمه‌تعالی

بخش اول :

جهت انجام یک مصاحبه موفق بایستی به نکات زیر توجه نمود:

۱. بعد از برقراری تماس عبارت زیر را عیناً البته با ادبیات محاوره و با رعایت ادب و احترام عنوان کنید:

❖ « سلام علیکم؛ جناب آقای (نام خانوادگی مخاطب)؟ حال شما خوبه؟ بنده (نام خانوادگی پرسشگر) هستم، از "مجمع ملی رحیل خدمتون تماس می‌گیرم.»

❖ با توجه به اینکه جنابعالی به عنوان فعال اردویی به ما معرفی شده اید، می‌خواستم برای برنامه‌ریزی‌ها و استفاده از تجربیات حضرتعالی در زمینه اردوها، چند دقیقه‌ای از باب مشورت با شما گفتگو کنم. در حال حاضر وقت دارید؟

۲. در صورتی که مخاطب توضیح اضافی خواست معرفی مجموعه رحیل صورت گیرد، پس از آن اگر باز هم از پاسخ دادن اجتناب کرد بنیاد خاتم‌الاولیاء عج را معرفی کرده و متن زیر را قرائت کنید:

✓ مجموعه‌ای از افسران فرهنگی و فعالان اردویی است که هدف آن سازماندهی فضای اردویی کشور است.
 ✓ این مجموعه از زیر مجموعه‌های بنیاد فرهنگی خاتم‌الاولیاء می‌باشد که مدیریت آن به عهده حاج حسین یکتا و مسئول کار گروه اردویی آن حاج داود صالحی هستند.

۳. در این مرحله، نام و نام خانوادگی مخاطب و محل سکونت وی را با او چک کنید.

۴. در صورتی که نام مخاطب با اطلاعات نام فرد در فرم پیشروی همخوانی نداشت ابتدا می‌بایست معرفی فرد را با وی کنترل کرده و در صورت صحت اطلاعات ضمن عذر خواهی از ایشان نام وی را اصلاح نموده و از بیان افراطی نظیر «در فرم ما اشتباه ثبت شده، ببخشید اجازه دهید اصلاح کنم و...» بپرهیزید.

۵. در صورتی که مخاطب خانم بودند ضمن کنترل اطلاعات فرم؛

❖ در صورتی که اطلاعات، صحیح و فرم مربوط به مخاطب مذکور بود، ضمن عذر خواهی عبارت زیر را برای وی قرائت نمایید:

«شما به عنوان فعال اردویی به ما معرفی شده اید. ان شالله در آینده نزدیک از واحد خواهران طرح شهید حکمت با شما تماس گرفته خواهد شد.»





❖ اما اگر اطلاعات مربوط به ایشان نبود بگویید: «مثلاً: با آقای که فعال اردویی هستند کار داشتیم شماره ایشان را دارید؟»

یا شماره را گرفته و در فرم اصلاح کنید و یا در صورت رخ دادن اشتباه ضمن عذر خواهی تماس را خاتمه داده و با درج

کد ۳، فرم پیشروی را به مدیر کارگروه اردویی تحویل دهید.

۶ اگر محل سکونت مخاطب با اطلاعات فرم منابرت داشت آن را اصلاح کنید.

۷ در صورتی که از محتوای کلام مخاطب یقین حاصل شد که ایشان فردی نالایق است یا آنکه با نظام جمهوری اسلامی ضدیت دارد

باید مکالمه را ادامه داده و از تفتیش تناقضات و یا ضدیت ها و ایجاد فضای جدل یا برخورد لفظی خودداری نمایید.

۸ در صورتی که به مورد خیلی خاص برخورد کردید و یا مخاطب از شما درخواست خاصی داشت می بایست ضمن رعایت احترام و گوش دادن به حرف های مخاطب مورد را در قسمت نظر نهایی یادداشت نمایید.

۹ از مخاطب شماره و تلفن ثابت بگیرید جهت کیفیت صدا و ارتباط مطلوب و تعیین کنید این شماره تماس مربوط به کجاست؟ منزل یا محل کار؟ و در کنار شماره، داخل فرم پیشروی یادداشت کنید.

۱۰ در صورتی که مخاطب عنوان کرد که الان وقت ندارد؛ از ایشان بخواهید که خودشان زمان دیگری را برای تماس مجدد مشخص کنند (هر زمانی که ایشان راحت تر هستند) و خیلی محترمانه از ایشان تشکر کرده و ضمن نوشتن کد ۵ در فرم، زمان دقیق تماس بعدی و علت عدم همکاری فعلی مانند «الان سر کار هستیم؛ الان در جلسه هستیم؛ الان در حین رانندگی هستیم و ...» را نیز در فرم مربوطه یادداشت کنید.

❖ مثال: «۸/۱۴ ساعت ۱۸:۳۰ تماس بگیرید، ساعت ۴ روز ۸/۱۴ سر کلاس درس بودند».

۱۱. سوالات، پس از اطمینان از اینکه طرف مقابل وقت دارد با شما مصاحبه کند، آغاز شود. لذا اگر مخاطب در شرایط نامناسبی چون رانندگی، حین پاسخگویی در محل کار و ... قرار داشت، به هیچ وجه مکالمه را ادامه نداده و با وی، زمانی را برای انجام مکالمه هماهنگ نمایید.

۱۲. سوالات باید به ترتیب پیش، پرسیده شود و از جابه جا کردن سوالات، هنگام مکالمه بپرهیزید. ولی در مورد سوالاتی که خود مخاطب در حین مکالمه به پاسخ آنها اشاره می کند مطلوب است آنها را بین سایر سوالات بپرسید.

❖ لطفاً متن سوالات را در کمال آرامش، با متانت و بصورت شمرده با ادبیات و الفاظی شکیل، مؤدبانه، درعین حال صمیمی و

عامیانه بخوانید و از اجتهاد، توضیحات اضافه و ... بپرهیزید.

❖ صمیمانه صحبت کردن، بمعنای شوخی کردن و بیان مطالب عوامانه نیست.





❖ لطفاً در تمامی طول مکالمه، با انرژی هرچه بیشتر با مخاطب به گفتگو و مصاحبه بپردازید.

❖ هر نوع تکیه کلامی نشان از ضعف پرسشگر است، لذا تلاش کنید، در حین مکالمه از تکیه کلامهای خود استفاده نکنید.

❖ امثال «عرض بشود که...»، «بریم سراغ سؤال بعدی...»، «حاجی لطفاً بفرمایید...» و ...

۱۳. هنگام نوشتن، از مکت طولانی یا تکرار کلام مخاطب بپرهیزید، طرف مقابل شما نباید احساس کند، در حال پرکردن یک فرم از قبل طراحی شده هستید. مراقب باشید به هیچ عنوان عبارتی مانند موارد زیر را به کار نبرید:

❖ «اجازه دهید یادداشت کنم»، «اینجا نوشته نشده...»، «از این موارد که می خوانم انتخاب کنید»، «ما اینجا جدولی داریم»،

«پرونده شما را نمی فرستیم تا اسامی دوستان رو به ما برسانید»، «شماره پرونده شما اینه اگه اومدید»، «ما کارمون محرمانه است نمیتونم شماره تلفن بدم»، «یه صفحه دیگه بیشتر از سوالاتمون نمونه»، «یه لحظه اجازه بدید ببینم چیزی از سوالات باقی نمانده باشه»، «من کی باشما تماس بگیرم پروندتون رو تکمیل کنم» و ...

۱۴. در تمام مدت مکالمه، سعی کنید تمام صحبتهای مخاطب را به دقت گوش داده و جدولهای پرسشنامه را کاملاً دقیق، خوانا و مطابق با دستورالعمل تکمیل نمایید.

۱۵. اگر مخاطب، از پاسخ دادن به سؤال خاصی اجتناب کرد، حتماً دلیل آن را ذیل همان سؤال بنویسید. هیچ سؤالی نباید بدون توضیح خالی گذاشته شود.

۱۶. در صورت اطناب مخاطب در پاسخ دهی، پس از دریافت پاسخ و توضیحات مربوطه، در کمال احترام، ادب و در بهترین زمان، صحبت مخاطب را قطع کرده و از انحراف مخاطب در پاسخ جلوگیری نمایید.

❖ لطفاً سعی کنید بیشتر شنونده باشید تا صحبت کننده

۱۷. در صورتی که مخاطب به دلایل محافظه کارانه نسبت به شما و عمل پیمایش تلفنی بی اعتماد بودند و همکاری مطلوبی نداشتند سعی کنید از طریق زیر اعتماد وی را جلب کنید:

❖ توضیح دقیق و شفاف اهداف طرح شهید حکمت

❖ به ایشان تفهیم کنید که این طرح کاملاً فرهنگی است و شما می خواهید با ایشان در رابطه پتانسیل اردویی منطقه ای که ایشان نسبت به آن اشراف کامل دارند اندکی صحبت کرده و از ایشان مشورت بگیرید.



❖ اگر مخاطب هم‌چنان تمایل به ادامه همکاری نداشته‌اند؛ آدرس و شماره تماس مجمع ملی رحیل (الصاق شده در بالای میز) را در اختیارشان قرار دهید.

❖ اگر مخاطب عنوان کرد که نیاز به تحقیق و تفحص بیشتری دارد شماره تماس آقای دفتر سازماندهی بنیاد را در اختیارشان قرار دهید و به مخاطب بگویید با ایشان در رابطه با طرح اردویی شهید حکمت صحبت کنند.

❖ اگر بازهم بی‌اعتماد بودند، در نهایت احترام از ایشان تشکر کرده و بگویید بعد از چند روز و پس از رفع ابهام با شما تماس می‌گیرم.

❖ اگر مخاطب عنوان کردند که به هیچ عنوان حاضر به همکاری نیستند با رعایت ادب و احترام از ایشان تشکر کرده و کد ۶ را در فرم قید نمایید و آن را به مدیر مرکز بازگردانید.

❖ اگر مخاطب با عناوین مختلف (از جمله من کار فرهنگی نکردم؛ من زیاد فعال نیستم؛ من در جریان برنامه‌های اردویی نیستم و...) تلاش کرد که شماره شخص دیگری را جهت ارتباط در اختیار قرار دهد به ایشان بگویید: «با توجه به اینکه هدف ما از این تماس نظرسنجی می‌باشد، نظر شخص شما برای ما اهمیت دارد و می‌خواهیم که از نظرات شخص شما بهره‌مند شویم» و از این طریق مخاطب را به ادامه همکاری راضی کنید.

❖ اگر مخاطب در ابتدای تماس عنوان کرد که به هیچ عنوان فعالیت اردویی انجام نداده‌ام و اصلاً در این زمینه تجربه و تخصصی ندارم با رعایت ادب و احترام از ایشان عذرخواهی کرده و تماس را قطع کنید و کد ۹ را در فرم درج کنید و فرم را به مدیر مرکز برگردانید.

۱۸. متن سوالات را عیناً از روی پرسش‌نامه‌ای که در اختیار شماست با کمال آرامش و متانت (البته با ادبیات محاوره) و با رعایت احترام و به کار بردن ضمیر "شما" بخوانید و در رابطه با هر سوال به نکاتی که در زیر به صورت جدا ذکر شده دقت فرمایید.

۱۹. در صورتی که از محتوای کلام مخاطب متوجه شدید به سوالات شما به صورت گروهی پاسخ داده می‌شود باید ضمن قرائت متن زیر:

❖ «برادر گرامی نظر شخص شما برای ما مهم است و ما حتماً با سایر دوستان فعال شما هم تماس می‌گیریم و نظرات آنها را نیز جویا خواهیم شد. ممنون می‌شویم که در پاسخ به سوالات نظرسنجی، نظر شخصی خود را عنوان نمایید.»

❖ عبارت "پاسخ گویی گروهی" را در قسمت نظر نهایی یادداشت کنید.

۲۰. در صورتی که از محتوای کلام مخاطب متوجه شدید وی جواب سئوالات را از قبل آماده دارد و طرح حکمت پیشاپیش توسط سایر دوستانش به وی معرفی شده است:

- ❖ عبارت "پاسخدهی با آمادگی قبلی" را در قسمت نظر نهایی یادداشت کنید.
- ❖ اگر مخاطب مجمع ملی رحیل و یا بنیاد خاتم را به خوبی می شناسد و با آن در ارتباط مستمر بود و سعی می کرد با طرح سئوالاتی نسبت به مجموعه شما ، درستی اطلاعات شما و مجموعه شما را بسنجد در پاسخ متن زیر را بیان کنید:
- ❖ بنده کارشناس طرح شهید حکمت مربوط به معاونت سازماندهی بنیاد هستم و با سایر افراد و اشخاص ارتباطی ندارم. (اشتباه متداول: هیچ گاه نگویید که معلا من تازه کار هستم ، نیروی ساعتی و پروژه ای هستم و مواردی دیگری که مجموعه زیر سؤال برود)
- ❖ اگر مخاطب بعد از گذشت چند روز با شما تماس گرفت و افراد جدیدی معرفی می کرد ضمن تشکر از تماس ایشان با مجموعه، اسامی و شماره تلفن ها به همراه مختصری از سوابق فرهنگی آنان را در یک برگ کاغذ یادداشت کرده، نام و شماره ایشان را نیز به عنوان معرف می پرسیم و کاغذ را به مدیر مرکز ارجاع می دهیم. (اشتباه متداول: در اینجا شما مجاز نیستید که به این فرد به جای یادداشت اسامی ، شماره پیامک بدهید.)

بخش دوم :

نحوه پرسیدن سئوالات

سوال ۱:

در اولین سوال می بایست نام مجموعه فرهنگی که مخاطب در حال حاضر در آن فعالیت می کند پرسیده شود، سپس سمت مخاطب در مجموعه پرسیده شود.

باید مشخص شود مجموعه زیر نظر چه سازمانی اداره می شود.

پس از آن در صورتی که مخاطب مدیر مجموعه نبودند، نام مدیر مجموعه و شماره تماس ایشان اخذ شود.

سوال ۲:

در این سوال می بایست لیست فعالیت های اردویی مخاطب به همراه اردوهای که تاکنون برگزار کرده است به طور کامل یادداشت شود.

سوال ۳:

این سوال به صورت یک تک‌برگ جداگانه موجود است و می‌بایست خارج از فرم اصلی ثبت گردد.

الف) در ابتدا می‌بایست عنوان دقیق اردو پرسیده شود و در کادر مخصوص خود نوشته شود.

ب) در قسمت بعد نام مسئول اردو پرسیده شود.

ج) در قسمت بعدی، اطلاعات مربوط به مجموعه برگزارکننده اردو پرسیده می‌شود که شامل نام مجموعه، مدیر مجموعه و شماره تماس ایشان است.

د) ثبت سابقه برگزاری، تعداد دفعات برگزاری، مبدأ و مقصد و مدت‌زمان برگزاری اردو

ه) ثبت تعداد افراد و تیپ کلی افراد شرکت‌کننده

و) تعیین وسیله نقلیه مورد استفاده در اردو

ز) ثبت منبع تأمین مالی، پس از مشخص شدن دولتی یا غیر دولتی بودن منبع تأمین مالی می‌بایست در کادر مربوطه نام منبع مالی ذکر شود.

ح) بررسی مهم‌ترین ویژگی اردو و وجه تمایز این اردو با سایر اردوهای مشابه

ط) محصولات عرضه شده در اردو و تولیدشده در آن

نکته: منظور از محصولات تولیدشده از اردو، محصولاتی است که پس از برگزاری اردو، توسط افرادی که در اردو شرکت داشته‌اند یا مسئولین، تهیه شده است مانند دفترچه خاطرات، کتابچه، مستند، سی‌دی و ...

ی) بررسی برنامه‌های انجام‌شده ذیل اردو به ترتیب زمان و ابتکارات و فعالیت‌های نو و ایده‌های تازه‌ای که در اردو از آن استفاده شده است

ک) سایر توضیحاتی که مخاطب در هر قسمت عنوان می‌کند می‌بایست در قسمت توضیحات ثبت شود

سوال ۴:

در این سوال می‌بایست فرد شاخصی که در عرصه اردویی با مخاطب همکاری دارند معرفی شده و به همراه شماره تماس، سمت و تخصص اردویی ثبت شود

سوال ۴:

در این سوال هدف شناسایی همکاران اردویی مخاطب است. که باید همراه شماره تماس، سمت و تخصص اردویی یادداشت شود.

سوال ۵:

اطلاعات سالیانه اردویی مخاطب شامل مجموعه اردوهای که در سال برگزار می‌کند و تعداد نفراتی که به اردو می‌برد. البته بعد از پربش این سوال، می‌بایست اردوهای تفکیک شوند و تعداد اردوهای داخل استان، خارج استان و خارج از کشور پرسیده شود.

سوال ۶:

بررسی اردوهای شاخص:

از مخاطب بخواهید اردوهای شاخصی را که می‌شناسد (چه در سطح استان و چه در سطح کشور) بیان کند. پس با ثبت عنوان دقیق اردو، مجموعه ذریبط، نام مجموعه و شماره تماس ایشان ثبت شود.

سوال ۷:

در این سوال هدف آشنایی با فرماندهان اردویی منطقه است. افرادی که در زمینه برگزاری اردوهای بزرگ و شاخص فعالیت دارند.

سوال ۸:

در این سوال باید افرادی معرفی شوند که مخاطب از فعالیت اردویی ایشان مطلع است و مخاطب تا کنون معرفی نکرده است. (افرادی که نه فرمانده اردویی هستند نه همکار ایشان و مانند مخاطب فعالیت اردویی انجام می‌دهند)

سوال ۹:

بررسی اردوگاه یا مکان‌هایی که قابلیت پذیرش و اسکان میهمان و کاروان دارند. نام اردوگاه، محل اردوگاه، ویژگی، نام رابط یا مسئول و شماره تماس وی و نقاط ضعف اردوگاه به دقت پرسیده و ثبت شود.

سوال ۱۰:

بررسی حسینیه یا اماکنی که فضای اسکان جمعیت اردویی را دارند.

نکته: دقیقاً عنوان کنید که در شهر خود مخاطب یا شهرهای دیگر کشور، پس از آن نام مجموعه، نام مالک، ظرفیت اسکان، نام رابط و شماره تماس وی و آدرس مجموعه پرسیده شود و به دقت ثبت گردد.

سوال ۱۱:

بررسی مهم‌ترین تجربه‌ای که مخاطب در طول سال‌های فعالیت اردویی خود کسب کرده است.

تذکر: در قالب یک نکته عیناً یادداشت شود.

سوال ۱۲:

بررسی مهارت و تخصص اردویی مخاطب و محل استفاده از آن، ثبت رشته تخصصی این مهارت و سطح مهارت ایشان.

سوال ۱۳:

تفاوت این سوال با سوال قبل فقط در نوع مهارت مخاطب می‌باشد. هدف از این سوال، مهارت اصلی مخاطب در سایر حوزه‌ها است.



سوال ۱۴:

ثبت مشخصات فردی مخاطب شامل تحصیلات، وضعیت تحصیلی، سال شروع به تحصیل، رشته و مکان دانشگاه یا حوزه علمیه

تذکر: در مورد افراد زیر دیپلم، پرسش وضعیت رشته تحصیلی کفایت می‌کند

پس از بررسی تحصیلات می‌بایست وضعیت شغلی مخاطب هم بررسی شود. عنوان شغل، سازمان ذربیط، سال شروع به اشتغال و میزان رضایت شغلی و در نهایت نیز سال تولد و وضعیت تاهل بررسی شود.

سوال ۱۵:

ثبت دقیق آدرس، دقیقاً متن سوال پرسیده شود و الفاظ دیگر بیان نشود مانند بسته ارسال فرهنگی

سوال ۱۶:

پس از پرسش دقیق سوال، عیناً مطالبی که عنوان می‌شود یادداشت شود

سوال ۱۷:

پس از پرسش این سوال که: شما از چه مکان‌هایی می‌توانید در بحث اردویی تخفیف بگیرید؟

مورد مورد نظر را با علامت ضربدر مشخص و یا در قسمت سایر یادداشت نمایید.

سوال ۱۸:

برای اینکه بتوانیم از حضرت‌عالی به عنوان یکی از مسئولین اردویی استفاده کنیم نیازمندیم که شما طرح پیشنهادی خود را در زمینه اردو به صورت مکتوب برای ما ارسال نمایید که باید شامل موارد زیر باشد:

اهداف، مقصد، تعداد نیرو، مدت اردو، برنامه‌ها، بودجه بندی، زمان بندی و

در انتها از مخاطب بخواهید طرح مواردی که در بالا مطرح شد را در صورت تمایل به سامانه پست الکترونیکی مجموعه ارسال نماید:

Ordoo۹۲@gmail.com

قسمت ارزیابی مخاطب و اردوها نیز به دقت تکمیل شود.



نکات کلی

- ❖ در تمامی سوالات که شخصی از جانب مخاطب معرفی می‌شود بایستی «نام خانوادگی فرد معرفی شده» را در سامانه جستجو کرده و در صورتی که نام فرد معرفی شده در سامانه موجود بود کد مربوط به ایشان را در فرم کاغذی یادداشت کنید.
- ❖ هیچ‌گونه اطلاعات اضافی در رابطه با افرادی که اسامی آنها در سامانه موجود است در اختیار مخاطب قرار ندهید.
- ❖ مثال: فردی بگوید نام دوست من ، است، لطفأ در سیستم خود جستجو کنید و شماره ایشان را به من بدهید.
- ❖ جهت جلوگیری از ایجاد هرگونه حساسیت و موضع‌گیری مخاطب از به کار بردن الفاظ و کلماتی که در زیر آمده و مشابه آنها جداً خودداری کنید:
 - در بانک اطلاعاتی ما موجود است.
 - اجازه دهید در سامانه جستجو کنم.
 - جامعه آماری ما بالغ بر ۱۰۰۰ نفر است.
 - ما از بچه‌های سپاه هستیم.
 - اجازه بدهید اسم ایشان را ثبت کنم.
- ❖ اگر نام ذکر شده در فرم خام با نام مخاطب یکسان نبود سعی کنید با توجه به توضیحاتی که در رابطه با مخاطب در فرم نوشته شده است صحت شماره تماس را چک کنید و اگر این شماره تماس مربوط به همین شخص بود و توضیحات در رابطه با ایشان صدق می‌کرد ضمن عذر خواهی، نام و نام خانوادگی دقیق وی را پرسیده و در فرم اصلاح کنید و مراتب فوق را از طریق فرم اصلاح نام و شماره که در اختیار شماست به مدیر مرکز گزارش دهید و اگر شماره تماس نادرست بود ضمن درج کد ۳ در فرم آن را به مدیر مرکز برگردانید.
- ❖ اگر مخاطب روحانی(طلبه) بودند حتماً در صفحه اول پرونده روحانی بودن ایشان را مشخص کنید(علامت بزیند)
- ❖ در مواردی که افراد از شما درخواست کمک مالی کردند ضمن گوش کردن درخواست ایشان به وی بگویید: «بنده کارشناس فرهنگی هستم و انشاءالله مراتب را به مسئول ذی ربط اطلاع می‌دهم.» سپس مطلب را در قسمت نظر نهایی به طور کامل شرح دهید.
- ❖ به هیچ عنوان شماره تماس شخصی خود را در اختیار مخاطبان قرار ندهید.

❖ نام دقیق مجموعه‌ها، محصولات، برنامه‌ها، مهارت‌ها، مساجد و ... را در سامانه جستجو کرده و کد مربوط به آن را در فرم بنویسید.

❖ در صورتی که مخاطب برای کسب اطلاعات بیشتر شماره ای تقاضا کرد بگویید با شماره زیر تماس بگیرید: ۸۸۶۴۵۹۱

❖ آدرس بنیاد خاتم الاوصیاء: تهران - خ شریعتی - بالاتر از حسینیه ارشاد - ک بهشت آسا - بنیاد فرهنگی خاتم الاوصیاء

❖ در عمل پیمایش به سه مورد دقت، کیفیت و سرعت توجه ویژه‌ای مبذول دارید.

آیین نامه ارزشیابی

❖ تعداد نمره منفی کسر شده برای :

الف. انجام هر خطا در مرتبه اول معادل ۱۰ درصد نمرات منفی

ب. تکرار خطا مرتبه دوم معادل ۳۰ درصد نمرات منفی

ج. تکرار خطا مرتبه سوم معادل ۱۰۰ درصد نمرات منفی

د. از مرتبه چهارم به بعد در هر مرحله ضریب افزایش نمرات منفی به ترتیب معادل (۲ به توان ۲) مرتبه بعد (۲ به توان ۳) و ...



❖ خطاها بر اساس جدول صفحه بعد محاسبه شده و نمره روزانه ارزیاب و پرسشگر مشخص می شود:

نمره	نوع خطا	کد
-۲۵	نحوه شروع و بیان زمان مکالمه	۱۰۱
-۲۰	معرفی نادرست طرح حکمت و بنیاد خاتم الاوصیاء	۱۰۲
-۵	مکث و تکیه کلام	۱۰۳
-۱۵	مکث و تکیه کلام زیاد	۱۰۴
-۱۵	پاسخ غلط به سوالات مخاطب	۱۰۵
-۱۰	لحن نامناسب	۱۰۶
-۲۰	لحن خیلی نامناسب	۱۰۷
-۲۰	طرح نادرست متن سوال یا نرساندن مفهوم سوال به مخاطب	۱۰۸
-۳۰	عدم پرسش و جا افتادن هر سوال	۱۰۹
-۱۰	عدم رعایت ترتیب سوالات	۱۱۰
-۱۵	یادداشت اشتباه و یا قلب نمودن پاسخ مخاطب	۱۱۱
-۱۵	عدم یادداشت قسمتی از پاسخ مخاطب	۱۱۲
-۳۰	عدم یادداشت تمام پاسخ مخاطب	۱۱۳
-۲۵	استفاده از الفاظی که مخاطب بفهمد پرسشگر در حال جستجو و پر کردن فرم است	۱۱۴
-۳۵	جدال با مخاطب	۱۱۵
-۲۰	تلقین پاسخ به مخاطب	۱۱۶
-۱۵	نحوه اتمام مکالمه و عدم قرائت متن پایانی	۱۱۷
-۲۰	عدم درج صحیح ترین کد مربوطه	۱۱۸
-۳۰	عدم جستجو در سامانه (عدم درج کد)	۱۱۹
-۵	پر کردن فرم به صورت ناصحیح	۱۲۰
نظر مدیر ارزیابی	سایر	۱۲۱
۵	نقطه قوت بارز برای هر سوال	۱۲۲

و من الله توفیق





پوست پیچ

راهنمای اجرای طرح شهید مهدی زین الدین



تذکرات کلی:

- ۱- به مجموعه‌های موجود در لیست اکتفا نکنید و حداکثر تلاش خود را مبذول دارید تا مجموعه‌های جدید و قوی را شناسایی نمایید.
- ۲- مجموعه‌های جدید باید دارای ویژگی‌های ذیل باشند:
 - فعالیت دانش‌آموزی
 - استمرار برنامه‌ها طی سال
 - برنامه‌ریزی در فعالیت‌ها
- ۳- حتماً به گونه‌ای اولویت‌بندی کنید که برای مجموعه‌های مهم‌تر به اندازه کافی وقت داشته باشید.
- ۴- در جلسه بازدید، حضور مسئول مجموعه، مرجع اصلی فکری و دو نفر از مربیان یا مسئولین مقاطع ضروری است.
- ۵- قبل از مراجعه به مجموعه‌ها فرم‌ها را کاملاً مطالعه نموده، سئوالات را طراحی کرده و شیوه گفتگو را تنظیم نمایید.

تذکرات هنگام جلسه:

- ۱- قبل از تکمیل فرم‌ها، برای ایجاد صمیمیت و اعتماد مقدمات ذیل را بیان نمایید:
 - جنس کار، پژوهشی - تحقیقی است.
 - اهداف طرح:
 - انتقال تجارب مجموعه‌های نزدیک
 - تهیه بسته‌های مناسب جهت ارتقاء فعالیت‌های تربیتی
- ۲- شروع سؤال از برنامه‌ها می‌باشد. سعی کنید ترتیب فرم‌ها رعایت شود.
- ۳- هدف مصاحبه شناسایی مجموعه و به دست‌دادن توصیفات دقیق و درست از آن می‌باشد، لذا مجموعه را نقد ننمایید.
- ۴- به هیچ عنوان در تناقض‌گویی‌ها مچ‌گیری نکنید و بعد از جلسه نظرات خود را در قسمت توضیحات وارد نمایید.
- ۵- تنها یک نفر می‌بایست سؤال بپرسد و دو نفر دیگر موظفانند فرم‌ها را تکمیل نمایند.
- ۶- در انتها از خدمات و زحمات مجموعه در راستای نیروسازی برای انقلاب اسلامی تشکر نموده و مجموعه را تشویق کنید تا با مجموعه‌های موفق استان ارتباط برقرار کند.

راهنمای تکمیل فرم‌ها:

۱- فرم برنامه‌های مقاطع:

- توجه به برنامه‌های متفاوت مجموعه برای سنین مختلف
- آیا پیش‌نیاز ارائه برنامه این مقطع، حضور مخاطب در برنامه مقطع قبلی می‌باشد؟
- سیال بودن مخاطب در مقابل ثابت بودن مخاطب در طول اجرای برنامه‌های این مقطع (سیال بودن مخاطب مانند مجموعه‌های اتوبوسی)
- چنانچه در این برنامه‌ها مربی همراه مخاطب است علامت می‌خورد.
- اگر مجموعه، برای این عنوان محتوایی تولید کرده است علامت می‌خورد.
- منظور از اهداف: در این مقطع انتظار ایجاد چه تحولی را در مخاطب دارند؟
- در این بخش از بازگو کردن گزینه‌ها خودداری کنید تا مسئول مجموعه با ارتکازات خود پاسخ دهد، البته می‌توانید از مثال استفاده کنید.
- منظور از سرگروه، مربی مقطع می‌باشد.
- برنامه از سوی یک سازمان ابلاغ می‌شود و مجموعه مجری آن است یا برنامه‌ها از مجموعه دیگری اخذ شده و اجرا می‌شود.
- چنانچه فرد دارای ویژگی‌های خاصی است علامت می‌خورد (تخصص یا توانمندی‌های ویژه).

۲- فرم جذب و گزینش متربی و مربی

- علت گزینشی عمل کردن در جذب مخاطب
- با توجه به گام‌های جذب، دقت کنید از کدام روش‌ها استفاده می‌شود.

۳- فرم آثار مجموعه

- حتماً نمونه محتواهای تولیدی را ضمیمه نمایید (چنانچه می‌سر بود فایل دیجیتال تولیدات گرفته شود).
- توسط مربیان مقطع، مسئول مقطع، شورای برنامه‌ریزی، طرح‌های ابلاغی یا تولیدات دیگر مجموعه



- سخنرانی، مشارکتی، کارگاهی، بازی محور، هنری (مثال: داستان، نمایش)، چند رسانه‌ای
- نرم افزار، کلیپ و ...
- کتاب، مقاله، جزوه

۴) فرم ارتباطات مجموعه

- تعداد این نوع برنامه‌های اردویی در سال
- برگزاری این اردو ایجاد چه تحولی را در مخاطب دنبال می‌کند.

۵) فرم مشخصات مجموعه

- دفتر تبلیغاتی، عرضه محصولات فرهنگی، سایر شعب مجموعه
- متوسط متراژ هر کلاس
- متوسط ظرفیت افراد یک کلاس
- چنانچه کارگاه دارند تیک می‌خورند
- فضاسازی و محیط مجموعه با توجه به اهداف تربیتی طراحی شده است.
- مورد آن فعالیت تجاری ذکر شود.

۶) فرم نیروی انسانی

- ممکن است مرجع فکری، عضو مجموعه نبوده و حتی در قید حیات هم نباشد.
- تحصیلات حوزوی و غیرحوزوی حتماً جداگانه ذکر شود.
- افرادی که توانمندی یا تخصص ویژه‌ای دارند علامت می‌خورد.
- منظور بخش‌های مختلف چارت تشکیلاتی مجموعه است.

۷) فرم ارزیابی تفصیلی مجموعه

- هر کارشناسی نظر خود را اعلام کند.
- جمع‌بندی گروه در مورد این مجموعه را وارد نمایید. به نظر شما این مجموعه در چه سطحی قرار دارد و تعامل کارگروه با آن چگونه باید باشد؟

این تابلو تهاجم فرهنگی را که ما چند سال پیش بلند کردیم و عده‌ای سنگبارانش کردند، خوشبختانه اینها قبول و بلند کرده‌اند. الان در همه‌ی این تشکلهای کوچک ناشناخته و احصا نشده، جهت واحدی وجود دارد و آن مبارزه با تهاجم فرهنگی است. از بچه‌ها می‌پرسید شما می‌خواهید چه کار کنید؛ این کتاب، نمایشنامه، جزوه، بروشور و شعر را برای چه نوشتید و این انجمن را برای چه درست کردید؟ می‌گویند می‌خواهیم با تهاجم فرهنگی مبارزه کنیم. این کار خیلی مبارک است و این را دست کم نگیرید. در بین همینهاست که شما آن معدنهای الماس و طلا را پیدا می‌کنید: «الناس معادن كمعادن الذهب والفضة». بروید و آنها را شناسایی و گزینش کنید و به شکل حساب شده‌ای وارد مجموعه نمایید.

امام خامنه‌ای ۱۳۸۱/۱۱/۸



بنیاد فرهنگی خاتم الاوصیاء علیه السلام
دفتر شناسایی