

بسمه تعالی

مرکز راهبری نوآوری‌های اجتماعی حوزه‌های علمیه

بسته اقدامات پیشنهادی برای شهرستان‌ها

فهرست اقدامات

الف - رویدادها و برنامه‌های ترویجی

• تجربه‌نوردی با دعوت از فناوران موفق

این برنامه یک نشست الهام‌بخش و واقعی است که در آن از فعالان موفق حوزه فناوری، صنایع خلاق، رسانه، آموزش، بازی، نشر دیجیتال، پلتفرم‌های فرهنگی و کسب‌وکارهای اجتماعی دعوت می‌شود تا مسیر خود را روایت کنند. تمرکز این جلسه باید بر «تجربه زیسته»، شکست‌ها، نقطه شروع، مدل درآمدی و موانع کار باشد، نه صرفاً سخنرانی انگیزشی. خروجی این برنامه، افزایش خودباوری و آشنایی طلاب با نمونه‌های واقعی و قابل لمس است.

• تور فناوری و بازدید از پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و کارخانه‌های نوآوری

این اقدام برای آشنا کردن طلاب با زیست‌بوم واقعی نوآوری استان یا کشور است. بازدیدها می‌تواند شامل پارک علم و فناوری، مرکز رشد، شتاب‌دهنده، شرکت‌های دانش‌بنیان، استودیوهای تولید محتوا، مراکز بازی‌سازی، مراکز نوآوری فرهنگی و

خانه‌های خلاق باشد. بهتر است بازدید صرفاً گردش نباشد و با جلسه پرسش و پاسخ، معرفی فرصت‌های همکاری و ثبت ایده‌های قابل پیگیری همراه شود.

• برگزاری نمایشگاه کسب‌وکارهای خلاق

این نمایشگاه فضایی برای معرفی نمونه‌های موفق و بومی کسب‌وکارهای خلاق است. در آن می‌توان محصولات و خدماتی مثل بازی، نرم‌افزار، پلتفرم آموزشی، محصولات رسانه‌ای، طراحی هویت بصری، صنایع فرهنگی، نوآوری‌های تبلیغی و خدمات محتوایی را عرضه کرد. فایده اصلی این نمایشگاه، ایجاد شناخت، شبکه‌سازی، الگوسازی و نشان دادن تنوع فرصت‌های این حوزه است.

• برگزاری بوت کمپ ایده‌پردازی (شتاب آموزی)

بوت کمپ ایده‌پردازی یک برنامه فشرده یک‌روزه تا چندروزه است که در آن شرکت‌کنندگان یاد می‌گیرند چگونه از یک مسئله واقعی به یک ایده قابل اجرا برسند. در این برنامه معمولاً آموزش کوتاه، کارگروهی، مسئله‌شناسی، طراحی راه‌حل، ارائه اولیه و دریافت بازخورد انجام می‌شود. این قالب برای فعال‌سازی ذهنی طلاب و کشف استعدادهای اولیه بسیار مناسب است.

• برگزاری استارت‌آپ ویکند (رویداد هم‌آفرینی)

این رویداد برای تبدیل ایده به نمونه اولیه تیمی طراحی می‌شود و معمولاً طی دو یا سه روز برگزار می‌گردد. شرکت‌کنندگان ایده‌های خود را مطرح می‌کنند، تیم تشکیل می‌دهند، با راهنماها کار می‌کنند و در پایان طرح یا نمونه اولیه خود را ارائه می‌دهند. اگر موضوع

این رویداد بر مسائل فرهنگی، اجتماعی، تبلیغی و رسانه‌ای استان متمرکز شود، می‌تواند خروجی‌های بسیار ارزشمندی تولید کند.

• برگزاری رویدادهای حل مسئله

در این قالب، به جای ایده‌های پراکنده، یک مسئله مشخص از استان یا نهادهای فرهنگی انتخاب می‌شود؛ مثل کاهش اثرگذاری تبلیغ سنتی، ضعف ارتباط با نوجوانان، معرفی مفاخر بومی، تقویت روایت‌های هویتی یا توسعه آموزش دینی در بستر دیجیتال. سپس تیم‌ها یا افراد روی راه‌حل‌های عملی برای آن مسئله کار می‌کنند. این مدل، طلاب را از فضای صرفاً ذهنی به سمت مسئله‌محوری و طراحی خدمت سوق می‌دهد.

• معرفی مراکز، سامانه‌ها و نهادهای علمی، فناورانه و پشتیبان

یکی از نیازهای مهم، آشنا کردن طلاب با زیست‌بوم پشتیبان است. باید فهرستی از پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها، خانه‌های خلاق، صندوق‌های حمایتی، سامانه‌های ثبت شرکت، مراکز مالکیت فکری، سکوهای فروش، نهادهای حمایتی فرهنگی و شبکه‌های منتورینگ تهیه و معرفی شود. بسیاری از افراد فقط به دلیل ناآشنایی با این زیرساخت‌ها وارد میدان نمی‌شوند.

مشاور ملی برای این بخش: مرکز نوآوری آلا

ب - راهبری و رشد ایده‌ها و هسته‌های فناور فرهنگی

• آموزش کسب‌وکارهای خلاق

در این بخش باید آموزش‌های مقدماتی و کاربردی درباره ماهیت کسب‌وکارهای خلاق ارائه شود؛ از جمله شناسایی مسئله، ارزش پیشنهادی، مخاطب، مدل درآمدی، تولید محصول فرهنگی، بازاریابی محتوا، برندینگ، فروش و توسعه محصول. این دوره‌ها باید ساده، مثال‌محور و متناسب با فضای طلاب طراحی شوند تا مخاطب بفهمد چگونه می‌توان یک دغدغه فرهنگی را به خدمت یا محصول قابل ارائه تبدیل کرد.

• مشاوره کسب‌وکار خلاق

بعد از آموزش، بسیاری از افراد نیاز به مشاوره فردی یا تیمی دارند. در این بخش، افراد صاحب ایده می‌توانند درباره انتخاب موضوع، اعتبارسنجی ایده، مدل کسب‌وکار، مجوزها، تیم‌سازی، بازار هدف، جذب حمایت و طراحی محصول مشورت بگیرند. این اقدام باعث می‌شود ایده‌ها در حد حرف باقی نمانند و به سمت اقدام عملی حرکت کنند.

• طراحی مسیر شغلی در کسب‌وکارهای خلاق

بسیاری از مخاطبان نمی‌دانند در این حوزه دقیقاً چه نقش‌هایی وجود دارد و از کجا باید شروع کنند. در این برنامه باید نقشه‌ای از مسیرهای شغلی ارائه شود؛ مثل تولیدکننده محتوا، پژوهشگر بازار فرهنگی، مدیر محصول فرهنگی، طراح آموزشی، فعال رسانه، مشاور تبلیغ دیجیتال، توسعه‌دهنده پلتفرم‌های دینی، طراح رویداد فرهنگی و کارآفرین اجتماعی. این اقدام باعث می‌شود نگاه به فناوری فرهنگی از یک فعالیت حاشیه‌ای به یک مسیر جدی رشد و اشتغال تبدیل شود.

• تشکیل تیم و هسته‌های کوچک اقدام

بعد از رویدادها، افراد علاقه‌مند در قالب گروه‌های ۳ تا ۵ نفره سازماندهی شوند تا روی یک ایده یا مسئله مشخص کار کنند. اگر این هسته‌ها مربی و زمان‌بندی داشته باشند، احتمال تبدیل ایده به خروجی واقعی بیشتر می‌شود.

• شبکه‌سازی میان طلاب، دانشگاهیان و فعالان بازار

بخشی از ضعف فعالیت‌های این حوزه، جدا بودن بازیگران است. برگزاری نشست‌های مشترک بین طلاب، دانشجویان فنی، هنری و مدیریتی، و نیز فعالان بازار، می‌تواند منجر به شکل‌گیری تیم‌های مکمل و پروژه‌های واقعی شود.

• نظام منتورینگ و همراهی پس از رویداد

اگر برای افراد منتخب، مربی یا راهبر تعیین شود، شانس تداوم بسیار بیشتر می‌شود. بسیاری از رویدادها خوب شروع می‌شوند اما به دلیل نبود همراهی بعدی، به نتیجه نمی‌رسند.

• حمایت‌های کوچک برای نمونه اولیه

می‌توان برای تیم‌های برگزیده حمایت خرد در نظر گرفت؛ مثل فضای کار، مشاوره حقوقی، کمک هزینه اولیه، معرفی به مرکز رشد یا حمایت برای تولید نمونه اولیه. این حمایت‌های کوچک در مراحل اول بسیار اثرگذارند.

مشاور ملی برای این بخش: مرکز نوآوری و رشد اشراق

ج - برنامه‌های علمی و مطالعاتی

• برگزاری جلسات بوم‌خوانی

منظور از بوم‌خوانی، شناخت دقیق ظرفیت‌ها، نیازها، مزیت‌ها، محدودیت‌ها و فرصت‌های بومی هر استان است. در این جلسات باید درباره مسئله‌های فرهنگی استان، گروه‌های مخاطب، ظرفیت‌های تاریخی و هویتی، مزیت‌های اقتصادی و فرهنگی، فعالان موجود و خلأهای بازار گفت‌وگو شود. این کار باعث می‌شود ایده‌ها از دل واقعیت استان بیرون بیایند، نه از الگوهای انتزاعی و تکراری.

• بانک ایده‌ها و مسائل استانی

یک بانک از ایده‌ها، نیازها و مسائل هر استان تهیه شود تا افراد هنگام ورود، از صفر شروع نکنند. این بانک می‌تواند پیوسته تکمیل شود و منبع خوبی برای رویدادها و تیم‌ها باشد.

• روایت‌گری و مستندسازی تجربه‌ها

تجربه‌های موفق و حتی ناموفق باید ثبت و منتشر شوند. وقتی دیگران ببینند یک طلبه یا گروه کوچک توانسته در این حوزه کاری را پیش ببرد، الگوپذیری و انگیزه عمومی بیشتر می‌شود.

مشاور ملی برای این بخش: مرکز نوآوری حوزه و دانشگاه