

# مسجد نما ؛ دستیار فعالان فرهنگی مساجد

مسجد نما در طول فعالیت جدی یکساله خودش سعی کرده یآوری برای فعالان فرهنگی مسجدی که دوست دارند کارهای فرهنگی و تربیتی بکنند، اما نمی‌دانند چه بکنند (!) یا کسانی که وقت کافی برای تولید محتوای خوب یا فرصت مناسب برای ایده‌پردازی ندارند، باشد.



تارنمای مسجد نما امسال یکی از برترین وب‌نوشت‌های سامانه «بیان» بود که به همت چند دانشجوی ارتباطات دانشگاه امام صادق(ع) راه اندازی شد و هم بازدید خوبی داشت و هم محتوای تولیدی خوبی داشت و هم نظرات فراوانی را به خود جلب کرده بود.

مسجد نما در طول فعالیت جدی یکساله خودش سعی کرده یآوری برای فعالان فرهنگی مسجدی که دوست دارند کارهای فرهنگی و تربیتی بکنند، اما نمی‌دانند چه بکنند (!) یا کسانی که وقت کافی برای تولید محتوای خوب یا فرصت مناسب برای ایده‌پردازی ندارند، باشد.

تارنمای مسجد نما با هدف «پاسخ‌گویی به نیازهای فرهنگی مساجد» تأسیس شد و در مرحله اول تمرکز خود را روی نیازهای روزانه و مناسبی (نظیر طرح تعقیبات نماز مغرب، پرده‌نگار دعای جوشن کبیر جهت نمایش در شب‌های قدر) و طرح‌های آماده چاپ گرافیکی و بسته‌های محتوایی و گرافیکی هفتگی برای تابلو اعلانات قرار داد. مسجد نما محدود به طرح‌های چاپی نماند و قالب‌های چندرسانه‌ای دیگر را نیز مدنظر قرار داده است. همچنین علاوه بر گردآوری مجموعه‌ای از آثار خوب مناسب مساجد، توانسته ظرفیت تولید و طراحی و به اشتراک‌گذاری محصولات مسجدی را فعال کند و با طرح موضوعات مختلف و نیازهای مسجد، باشگاه ایده‌پردازی مجازی فعالان حوزه مسجد را با هدف رفع مشکلات و انتقال تجربیات، عملی کند.

در این خصوص گفتگویی را با حمید درویشی شاهکلایی دانشجوی دوره دکتری فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع) و یکی از دست‌اندرکاران این تارنمای موفق انجام دادیم که مشروح آن از نظر شما می‌گذرد:

## خیلی ساده؛ مسجدنما از کجا شروع شد؟

همه چیز از یک ایده قشنگ و کار خودجوش شروع شد. ما چند دانشجوی فرهنگ و ارتباطات بودیم که دغدغه کار تربیتی و رسانه‌ای داشتیم. بهار ۱۳۹۲ وقتی توجه‌مون به ظرفیت در و دیوار مسجد به ویژه تابلو اعلانات جلب شد، «مسجدنما» متولد شد.

ایده اولیه این بود: نمای مسجد باید معرفت‌زا باشد. موضوع هم شد: طرح‌های گرافیکی برای مسجد. بنیان‌گذار و بانی این حرکت معنوی هم در حقیقت، حاج حسین براتی بود که با ایده‌ها و طرح‌های خوبش در کنار اخلاص و تلاش مثال‌زدنی‌اش مشوق ما بود. کار از یک وب‌نوشت ساده شروع شد. از ابتدای ۱۳۹۳ رویکرد جدیدی انتخاب کردیم: انتشار هفتگی مطالب. جذب مخاطب ثابت و اثرگذاری جدی نیازمند روزآمدسازی‌های منظم بود. خدا کمک کرد و هر هفته ادامه دادیم. هر هفته یک بسته شامل چند طرح محتوایی و طرح گرافیکی آماده می‌شد و به منظور استفاده فعالان مسجدی در تارنما بارگزاری می‌شد. به تدریج جنبه محتوایی کار هم بیشتر شد. پیام‌های تربیتی، قرآن، حدیث، امام و رهبری، احکام، سیره شهدا و... مورد توجه جدی قرار گرفت.

**به مخاطب هم توجه داشتید؟ بازخوردهایی بود که نشان‌دهنده ارتباط سایت با فعالان مسجدی باشد؟**

از شهرهای بزرگ تا روستاهای مناطق محروم و دور دست، مخاطب داشتیم؛ مساجد محلات، دانشگاه‌ها، نمازخانه‌های مدارس و حتی ادارات و پادگان‌ها. نظرات جالبی هم می‌رسید. متناسب با نیازهای فعالان مسجدی، چیزهای مختلفی طراحی کردیم. قالب‌ها متنوع شده بود. علاوه بر کارهای چاپی مثل برنوشته (بنر)، جزوه، دفترک (بروشور)، محصولات چندرسانه‌ای مثل پرده‌نگار هم تولید شد. لذت‌بخش است وقتی یک فعال فرهنگی از شما تشکر کند و بگوید: «خدا خیرتان دهد؛ در شب قدر، دعای جوشن کبیر را با پرده‌نگار مسجدنما به روی پرده انداختیم.» برای بسیاری از مناسبت‌ها کارهای ویژه انجام دادیم؛ مثل کارهای مناسبتی هفته دفاع مقدس، محرم و اربعین. جوونای مسجدی پاکار هم تولیدات خوبی داشتند و برامون فرستادند تا همه استفاده کنند. به خط تولید قشنگی از ایده و نیاز تا تولید و مصرف شکل گرفت؛ به این معنا که فعالان مسجدی نیازهایشان را می‌نوشتند، فعالان مسجدی دیگر به صورت خودجوش طرح گرافیکی مدنظر را طراحی و تولید می‌کردند. مثلاً کارت رهروان شهدا یا کارت حضور و غیاب نونهالان در مسجد. پس

از مدتی عکسهای به دستمان رسید که نشان میداد با استفاده از این کارتها تعداد حضور نونهالان در مسجد چشمگیر شده است. ایده کاربرگ نظرسنجی پایان سال مساجد که اهداف چندمنظوره‌ای را دنبال می‌کرد، از همین فعالان مسجدی بود و خودشان تهیه کرده بودند.

### بخشهای محتوایی چه سیری و چه موضوعاتی داشت؟

بخشهای محتوایی هم رفته‌رفته پخته‌تر شد؛ معرفی کتاب مناسبت‌محور، یادداشتهای قرآنی و حدیثی روز، یادداشتهای تربیتی، تاریخی و تحلیل‌های مسائل روز و... ما از همان اول هم نمی‌خواستیم برای رفع تکلیف یا مثلاً برای زینت و تبرک صرف، به این موضوعات بپردازیم، بنابراین به جای آن‌که تنها یک حدیث و ترجمه آن را کار کنیم، برای بهتر جا افتادن معنای حدیث، کمی تمهید و فضا سازی می‌شود. ضمن این‌که خود حدیث نیز به صورت مسئله‌محور و ناظر به نیازها و مسائل روز انتخاب می‌شود.

صرفاً خودتان ایده می‌دادید یا از ایده‌های دیگران هم استفاده می‌کردید؟

یکبار از نظرسنجی اینترنتی استفاده کردیم. مثلاً پس از یک نظرسنجی تصمیم گرفتیم، طراحی اصلی طرح‌های محتوایی را به صورت رنگی انجام بدهیم؛ به نحوی که چاپ سیاه‌سفید آن هم با کیفیت بماند.

مسجدنما در مسیر پویایی و پیشرفت خود بخش‌هایی را برای بحث و گفت‌وگو پیرامون تجربیات و ایده‌های فعالیت مسجدی راه انداخت که با استقبال همراهان مواجه شد؛ استقبالی که نویدبخش پیدایش یک شبکه اجتماعی از فعالان واقعی مسجدی در دل مسجدنماست. از جمله این بخشها، مسجد و دهه فجر بود که نظرات و مسائل واقعی مختلفی از سوی مخاطبان در آن به بحث و اشتراک نظر گذاشته شد و فعالان مسجدی توانستند از نظرات و ایده‌های دوستان خود در نقاط دیگر کشور استفاده کنند.

برپایی غرفه مسجدنما در نمایشگاه رسانه‌های دیجیتال انقلاب اسلامی و حضور در گردهمایی‌های مشابه، آشنا شدن ما و فعالان فرهنگی را با همدیگر نتیجه داد. امروزه نما نام مسجدنما، یک نما نام شناخته شده برای فعالان فرهنگی و مسجدی است. یک نکته دیگر این‌که ما اصرار داریم از واژه‌های فارسی استفاده کنیم، مثل همین نما نام که به جای

واژه خارجی برند استفاده شد.

**اساساً چرا سراغ مسجد رفتید؟ مسجد چه جایگاه و اهمیتی در یک جامعه اسلامی دارد و چه مسائلی باعث شد برای مسجد تولید محتوا کنید؟**

به مثابه یک نکته پیشینی، می‌خواهم توجه‌تان را به این قضیه جلب کنم که پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد حاج حسین در رشته فرهنگ و ارتباطات درباره «علل جذب نمازگزاران به مسجد» بود و تجربه میدانی خوبی از مصاحبه‌های فراوانش با نمازگزاران مساجد مختلف داشته‌اند. به هر حال، در پاسخ به سؤال شما باید بگویم که مسجد یکی از مهم‌ترین نهادهای جامعه اسلامی است. نقش‌های چندمنظوره مسجد در صدر اسلام گویای کارکرد و ظرفیت فراوان اجتماعی و عبادی این نهاد اسلامی است. سهم مسجد در پیروزی انقلاب اسلامی ایران و حتی موفقیت‌های جنبش‌های اسلامی منطقه انکارناپذیر است. بنیان‌گذار انقلاب اسلامی در بیان اهمیت توجه به مسجد، هدف انقلاب را ساخت مسجد اعلام کردند. هرچند با تشکیل جمهوری اسلامی، هنوز مسجد به جایگاه واقعی خود دست پیدا نکرده، اما در دوره‌های مختلفی نظیر دفاع مقدس، بحران‌های طبیعی و اجتماعی و مناسبت‌های دینی، بخشی از توان‌مندی‌های خود را نشان داده است.

علیرغم وجود مشکلات فراوان بر سر راه مسجدمحوری و تحقق نقش و کارکرد عالی و بایسته مساجد، عده کثیری از مؤمنان هر روز با آن در ارتباط هستند. از طرفی، موضوع مسجد مورد توجه امامین انقلاب اسلامی بوده است و بر گسترش آن در ابعاد کمی و کیفی تأکید کرده‌اند. از آن جمله تأکید رهبری نظام بر مسجدمحوری، کانون نور معرفت شدن مسجد و توجه به مدیریت محتوایی و آرایه‌های معنوی مسجد است که از پیام‌های ایشان به دوره‌های مختلف اجلاس سراسری نماز استخراج شده است. نمای ظاهری و معنوی معرفتی مسجد در این میان، از جایگاه خاصی برخوردار است.

**در این خصوص مسجدنما چه کرده است؟**

مسجدنما تأکید و توجه خود را در مرحله اول بر بعد معرفت‌زایی نمای مساجد قرار داده و با استفاده از ظرفیت جلوه‌های بصری نظیر طرح‌های چاپی و بسته‌های محتوایی وارد مساجد کشور شده است. البته مسجدنما

در چشم‌انداز کلان خود، اصلاح سبک زندگی دینی در ابعاد فردی و اجتماعی بر مبنای مسجدمحوری در راستای رسیدن به تمدن بزرگ و نوین اسلامی را مطمح نظر قرار داده است.

تأمین و آماده کردن محتوای گرافیکی قابل چاپ - البته فعالیت مسجدنما محدود به تابلو اعلانات و طرح‌های چاپی نمانده - و روزآمد (ناظر به مسائل روز و مناسبتی)، به صورت هفتگی برای مساجد علاوه بر اینکه کمک کوچک ولی باارزشی به پربارتر شدن نمای این نهاد مهم است، در واقع به دست گرفتن رسانه‌ای مهم در جامعه با مخاطب مشخص است که در مواقع حساس می‌تواند به بصیرت‌افزایی مسجدیان بینجامد.

از این رو در نگاه کلان جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی، امیدواریم که این طرح بتواند آغازی باشد برای فعال شدن مساجد در عرصه هنر و رسانه دینی و به تبع آن مقاوم‌سازی فرهنگ بومی و دینی در برابر تهاجمات روزافزون جنگ نرم دشمنان اسلام و انقلاب اسلامی. به امید روزی که هر مسجد، به معنی واقعی کلمه سنگری باشد برای دفاع از اسلام و ارزش‌های اسلامی.

**شما چه ایده‌های جدیدی برای فعالان مسجدی و فرهنگی و جهت‌دهی به برنامه‌های آنها دارید؟**

بسیاری از فعالان مسجدی و فرهنگی دوست دارند کارهای فرهنگی و تربیتی بکنند، اما وقت کافی برای تولید محتوای خوب ندارند. ما کمک خوبی برای آنان هستیم! کار فرهنگی تربیتی در مسجد، منحصر به تابلو اعلانات نیست؛ ما برای همه نیازهای معرفتی مسجد فکر می‌کنیم. نمای مسجد باید معرفت‌زا باشد. مسجدنما تلاش است انواع محتوای صوت و تصویر، پرده‌نگار (جهت نمایش بر روی پرده مثلاً دعای جوشن کبیر)، برنوشته (بنر)، جزوه، دفترک (بروشور)، نشریه، کارت و... مورد نیاز فعالان مسجدی را فراهم کند. مثلاً اگر یک فعال مسجدی خواست برنامه معنوی اعتکاف را برگزار کند، همه نیازهایش از برنوشته (بنر) لایه باز اطلاع‌رسانی و ثبت‌نام تا نشریه روز آخر اعتکاف، نظرسنجی، فیلم‌های مناسب جهت پخش از مسجد، مسابقه و... را به سهولت در دسترس داشته باشد و در نقش مدیر تصمیم‌گیر برنامه‌های اعتکاف مسجدش را با استفاده از تجربیات و ایده‌های دیگر مساجد تنظیم کند. طبیعی است مسجدنما در هدایت و جهت‌دهی به برنامه‌های مساجد نیز مؤثر خواهد بود.

یکی از بخش‌های برجسته در «مسجدنما» بخش تابلو اعلانات است که توجه ویژه‌ای به آن در سایت شده است. چطور شد که به تابلو اعلانات این قدر اهمیت دادید؟

در یک نگاه جامعه‌شناختی کارکردی از مساجد، یکی از فضاها یی که در اغلب مساجد وجود دارد و ظرفیت خوبی برای معرفت‌زایی و بهبود نمای مسجد دارد، تابلو اعلانات است. در یک دیدگاه ارتباطی، تابلو اعلانات مسجد، رسانه منحصر به فردی است که به‌طور مستقیم با مؤمنان و مسجدیان در ارتباط است. ظرفیت تابلو اعلانات، فراتر از کارکرد اطلاع‌رسانی، شامل معرفت‌افزایی، شکل‌دهی به هویت دینی و بومی، همبستگی اجتماعی است. کارکرد سرگرم‌کننده تابلو اعلانات در نگاه اسلامی، جذابیت نامیده می‌شود.

تابلو اعلانات از طرفی، رسانه‌ای ارزان‌قیمت است؛ تأمین و نصب آن آسان بوده و نیاز به فضای فیزیکی خاصی از زیربنای مسجد ندارد. از طرف دیگر، کار کردن با آن آسان است. تهیه و نصب اطلاعیه و... با توجه به گسترش فناوری‌ها از سوی تولیدکننده به سهولت انجام می‌شود و تنها کاری که مخاطب این رسانه باید انجام بدهد، ایستادن به مدت کوتاهی، مشاهده (و مطالعه) تابلو است. منبر، خطابه، روضه و نماز جماعت، هر یک در ساعت و محدوده خاصی برگزار می‌شوند و در صورت غیبت یا تأخیر مخاطب، همه یا بخش‌هایی از پیام از دست می‌رود، اما از ویژگی‌های برجسته تابلو اعلانات، نیازمند نبودن آن به زمان یا تعداد خاصی از مخاطبان است. به‌عنوان مثال، محتوایی که در ابتدای هفته در تابلو نصب شده، تا ابتدای هفته آینده مورد استفاده مخاطبان است.

اما متأسفانه در یک نگاه آسیب‌شناسانه باید چند نکته را اذعان داشت. یکی آن که معمولاً در جامعه امروزی ما، از این رسانه استفاده درستی نمی‌شود. مثلاً بیش از هر چیز به جایگاهی برای اطلاع‌رسانی مجالس ترحیم و ختم و یا در حالتی بهتر، اطلاع‌رسانی چیزهای گم‌شده و پیدا شده تبدیل شده است. این در حالی است که اطلاع‌رسانی تنها یکی از کارکردهای این رسانه با ارزش است و می‌تواند در سطوح عالی‌تری نیز در مورد مسائل منطقه‌ای، ملی و جهانی مطرح گردد.

دیگر نکته آسیب‌شناسانه جالب توجه این است که معدود مساجدی که به (همه یا بخش‌هایی از) ظرفیت این رسانه توجه می‌کنند، دچار مشکلات متعددی در همین زمینه هستند. این مساجد معمولاً در روزآمدسازی

محتوای تابلوها دچار مشکل می‌شوند. فراتر از ابعاد اجرایی تأمین و تولید محتوا، مشکل تأمین و تولید محتوای «خوب» و «مناسب» نیز یکی از مشکلات جدی مساجد است. فعالان مسجدی فراوانی وجود دارند که علاقه دارند به امور تربیتی بپردازند و با انجام کارهای فرهنگی در مسجد محله خود، به ارتقای نمای مسجد کمک کنند و مسجد را به جایگاه حقیقی خود برسانند، اما با مشکلاتی روبه‌رو هستند.

**در تجربه یکساله مسجدنما به چه تجربه‌هایی رسیده‌اید و اگر بخواهید مشکلات فعالان فرهنگی و مساجد را در یک نگاه جامع بیان کنید به چه مواردی اشاره می‌کنید؟**

برخی از مشکلات که مسجدنما در تلاش است به رفع آنها همت گمارد و در تجربه سال اول، به موفقیت‌هایی دست پیدا کرده، عبارت‌اند از: ۱- فعالان فرهنگی و مسجدی نمی‌دانند چه کنند. ۲- فعالان فرهنگی و مسجدی نمی‌دانند چگونه عمل کنند. ۳- فعالان فرهنگی و مسجدی نمی‌دانند به چه موضوعاتی بپردازند. ۴- فعالان فرهنگی و مسجدی توان تولید محتوای مناسب را ندارند. ۵- فعالان فرهنگی و مسجدی محتوای لازم که واجد کیفیت و کمیت خوب و مناسب باشد، در دسترس ندارند.

این فهرست مشکلات نشان می‌دهد که: ۱- محتوای مناسب وجود ندارد و باید تولید شود. ۲- محتوای مناسب وجود دارد ولی فعال مسجدی نمی‌تواند آن را پیدا کند. ۳- محتوای مناسب وجود دارد ولی فعال مسجدی فرصت زمانی کافی برای پیدا کردن آن را ندارد. ۴- محتوای مناسب وجود دارد ولی فعال مسجدی توان بازتولید آن به شکل شکیل و جذاب را ندارد. ۵- فعالان فرهنگی و مسجدی، نیازمند مشورت برای شناخت مسائل و اولویت‌ها هستند. ۶- فعالان فرهنگی و مسجدی، نیازمند مشورت برای راه‌کارها و شیوه‌های حل مسائل هستند. ۷- فعالان فرهنگی و مسجدی، نیازمند بهره‌مندی از ایده‌ها و تجربیات دیگر فعالان فرهنگی و مسجدی هستند. ۸- فعالان فرهنگی و مسجدی، نیازمند انگیزه برای انجام امور فرهنگی و تربیتی مساجد و محلات هستند. ۹- فعالان فرهنگی و مسجدی، نیازمند هویت جمعی احساس تعلق‌خاطر اجتماعی به یک گروه واقعی و اثرگذار دارند. ۱۰- فعالان فرهنگی و مسجدی، کارهای مثبت و مؤثری انجام داده‌اند، آگاهی دیگر فعالان از این موفقیت‌ها و استفاده و بازخورد آنها از محصولات و خروجی‌ها برای هر دو طرف مفید است. ۱۱- فعالان فرهنگی و مسجدی، نیازمند روحیه خودباوری و دمیدن روح تلاش هستند تا بتوانند ظرفیت‌های پنهان خود را آشکار کنند. اگر مسجدنما دست‌شان را بگیرد و چند قدم راه ببرد، خودشان در ادامه

می‌دانند می‌توانند راه را ادامه بدهند و ۱۲ - داشتن نگاه‌های کلان، ملی و جهانی برای بسیاری از فعالان فرهنگی و مسجدی دشوار است؛ همان‌طور که داشتن نگاه خرد جزئی نسبت به مسائل تک‌تک مساجد سراسر کشور برای مسجدنما (و یا هر گروهی که برای یک محدوده وسیع کشوری تولید محتوا می‌کند) دشوار است. با تأمین این نگاه کلان در تولید محتوای تابلو اعلانات (و دیگر زمینه‌های فعالیت مسجدنما از جمله نشریه و...) می‌توان امید داشت که با اضافه کردن نگاه بومی فعالان، محتواهای جامع‌نگر و خوبی تهیه شده و در اختیار مسجدی‌های سراسر کشور قرار گیرد.



### **بخش‌های اصلی تارنمای مسجدنما و محصولاتش کدام است؟**

تولیدات هفتگی مسجدنما (تابلو اعلانات، بسته رسانه‌ای، نشریه سنگر محله)، تولیدات غیرهفتگی مسجدنما (مناسبتی و غیرمناسبتی)، تولیدات مخاطبان مسجدنما، تجربیات و ایده‌های مسجدی (به همراه تبادل نظر فعالان فرهنگی)، پیشنهادهای روزانه (تأمین محتوا و پیشنهادهای ویژه به فعالان فرهنگی)، نظرسنجی اینترنتی (درباره مسجد و مسجدنما) بخش‌های اصلی سایت است.

طرح‌های گرافیکی برای چاپ؛ لایه باز و معمولی، برنوشته (بنر)؛ لایه باز و معمولی، بسته‌های هفتگی تابلو اعلانات، ایده‌ها و تجربیات فرهنگی، پرده‌نگار (پاورپوینت یا ...) مثل پرده‌نگار دعای جوشن کبیر، جزوه و دفترک (بروشور)، فیلم و صوت، انواع کارت و ... هم از جمله محصولات سایت است.

**خیلی خوشحال شدیم از وقتی که در اختیار ما قرار دادید. انشاءالله موفق باشید.**

منبع: خبرنگار صادق