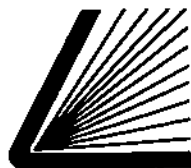




اتاق فکر در ۱۰ گام

علی رضا راهمداری



انتشارات نظری

سرشناسه
عنوان و نام پدیدآور : راهداری علی رضا/۱۳۵۷ نویسنده
مشخصات نشر : تهران . انتشارات نظری. ۱۳۹۱
مشخصات ظاهری : ۴۸۰ ص
شابک : ۹۷۸ - ۶۰۰ - ۲۸۹ - ۰۲۹ - ۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی : فیا
موضوع : تصمیم گیری گروهی - اندیشه و تفکر
رده بندی کنگره : ۱۳۹۱ الف ۲۲/۲۳/۳۰ HD
رده بندی دیویی : ۶۵۸/۴۰۳۶
شماره کتاب شناسی ملی : ۲۹۶۰۷۸۷



انتشارات نظری

نام کتاب: اتاق فکر در ۱۰ سال
نویسنده : علی رضا راهداری
لیتوگرافی، چاپ و صحافی: فرداد
نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۱
شمارگان: ۱۰۰۰
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۸۹-۰۲۹-۰۰۰

« کلیه حقوق چاپ و نشر مخصوص و محفوظ ناشرنزاری باشد »

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولی عصر، خیابان سید جمال الدین اسدآبادی

نیش خیابان فتحی شقاقی، پلاک ۳۲، طبقه ۲، واحد ۱۷

www.nashrenazari.com info@nashrenazari.com

تلفن: ۸۸۱۰۲۷۷۵ فاکس: ۸۸۱۰۴۴۴۰ همراه: ۰۹۱۹۰۱۲۹۴۵۵

پیام کوتاه: ۳۰۰۰۸۹۰۷۷۷۷۷۸

ارتباط با نویسنده: ۰۹۱۲۲۱۶۷۱۰۴ انتقادات و پیشنهادات: ۰۲۱-۷۷۰۷۰۹۳۸

سایت نویسنده: www.fekrema.ir

قیمت: ۱۵۰۰۰۰ ریال

سخن مولف:

اَبَرِ مهارتِ انسان‌ها، تفکر است. برای بیان ارزش تفکر همین جمله کافی است که «آدم‌ها آن‌طور رفتار می‌کنند که فکر می‌کنند.» با رشد و توسعه جوامع بشری، دیگر اندیشه فردی کافی نیست و نیاز به تفکر جمعی لازم و ضروری است. «اتاق فکر»، ساختاری برای رشد و توسعه این ابرمهارت به صورت جمعی است. سال‌های زیادی است که واژه اتاق فکر در ادبیات مدیران و دولت‌مردان کشور مورد استفاده قرار می‌گیرد، اما هیچ‌گونه کتابی به عنوان مرجع در این باره در کشور تألیف نشده بود، از این رو برداشت‌های متفاوت از این مفهوم در کشور وجود دارد. سازمان‌ها و شرکت‌ها سعی و خطای فراوانی در اجرای «اتاق فکر» در کشور انجام می‌دهند که موجب اتلاف منابع فراوانی است. با توجه به این که حدود یک دهه در حوزه تفکر و آموزش آن، فعالیت داشتم، از این رو تصمیم گرفتم کتابی را در این زمینه تألیف تا علاوه بر بیان مطالب نظری و مفهومی موضوع، به انتقال تجربه عملی انجام شده در طراحی، ساختاردهی، اجرا و پیاده‌سازی اتاق فکر توسط این جانب در یک سازمان ایرانی بپردازم. این کتاب در ده گام به شما کمک می‌کند که یک اتاق

فکر ایجاد کنید. امیدوارم، با تألیف این کتاب، بتوانم قدمی کوچک برای احیای فرهنگِ خردورزی و تفکر در جامعه بردارم. در پایان از «محمد صادق تراکمه» دوست عزیزم که مرا با واژه «اتاق فکر» آشنا ساخت و جناب آقای «محمدحسین احمرلویی» به خاطر مناظره‌های علمی فراوان درباره اندیشه و جناب مهندس «حمید سوری» به خاطر زحماتی که در ویرایش مفهومی کتاب داشتند، تشکر می‌کنم.

؛

علی رضا راهداری

۰۹۱۲۲۱۶۷۱۰۴

www.fekrema.ir

فهرست مطالب

۳۶	مقدمه
۳۵	نوآوریها
۶۱	چگونه این کتاب را بخوانیم:
۳۸	درباره سبک کتاب:
۶۹	آموزش همراه:
۳۱	فصل اول
۳۱	مهارت تفکر
۳۱	بخش اول: فکر و انواع آن
۳۳	۱-۱-۱- تعاریف:
۳۴	۱-۱-۲- اهمیت فکر
۳۷	۱-۲-۱- تفکر و زندگی:
۳۸	۱-۲-۲- تفکر و موفقیت
۴۰	۱-۲-۳- رابطه تفکر و تجربه:
۴۲	۱-۲-۴- رابطه تفکر و کار:
۴۲	۱-۲-۵- رابطه تفکر و میزان درآمد:
۴۳	۱-۲-۶- رابطه تفکر و رشد معنوی:
۴۳	۱-۳-۱- انواع اندیشیدن:
۴۴	۱-۳-۱-۱- تفکر تحلیلی:
۴۶	۱-۳-۱-۲- تفکر منطقی:
۴۶	۱-۳-۱-۳- تفکر خلاق:
۴۸	۱-۳-۱-۴- سببی یا علی:
۴۹	۱-۳-۱-۵- استقرایی:
۵۰	۱-۳-۱-۶- قیاسی:
۵۱	۱-۳-۱-۷- تفکر سیستمی:
۵۵	۱-۳-۲- روش سیستمی به چه کار می‌آید؟
۵۵	۱-۳-۳- تجزیه و ترکیب:
۵۷	۱-۳-۴- مقایسه روش سیستمی با روش تحلیلی
۵۷	۱-۳-۴-۱- خصوصیات روش تحلیلی:
۵۸	۱-۳-۴-۲- خصوصیات روش سیستمی:
۵۸	۱-۳-۸- تفکر راهبردی:
۵۸	۱-۳-۹- قضاوتی (حل مسئله):

- ۱-۱-۳-۱۰- تفکر انتقادی: ۶۰
- ۱-۱-۳-۱۱- تفکر جانبی: ۶۱
- ۱-۱-۳-۱۲- تفکر فازی: ۶۴
- ۱-۱-۳-۱۳- تفکر همگرا و واگرا: ۶۹
- ۱-۱-۴- آیا ابداع (نوآوری) همان خلاقیت است؟ ۷۰
- ۱-۱-۵- خلاقیت مثبت و منفی: ۷۰
- ۱-۱-۶- فکر مثبت و فکر منفی: ۷۳
- ۱-۱-۷- آیا تفکر انتقادی کافی است؟ ۷۳
- ۱-۱-۸- آیا فکر کردن یک مهارت است؟ ۷۵
- ۱-۲-۱- «سو» بر «مهارت» و «ابر مهارت»: ۷۶
- ۱-۲-۱- مهارت ضعیف فکر کردن: ۷۶
- ۱-۲-۴- بی فکری ادوار دیونو: ۷۷
- بخش سوم ۸۰
- ۱-۱۳- رابطه هوش و تفکر: ۸۰
- ۱-۲-۳- شاگرد باهوش و کم هوش مدرسه: ۸۱
- ۱-۳-۳- آسیب تفکر هوش بالا برای است: ۸۱
- ۱-۳-۴- تله هوش: ۸۲
- بخش چهارم ۸۴
- ۱-۱-۴- آموزش و پرورش و تفکر: ۸۴
- ۱-۲-۴- رابرت فیشر و آموزش تفکر به کودکان: ۸۵
- ۱-۳-۴- اهمیت آموزش تفکر: ۸۶
- بخش پنجم: ساختار مغز ۸۷
- ۱-۵- دو نیم کره مغز: ۸۷
- بخش ششم: اصطلاحاتی در زمینه تفکر ۸۹
- ۱-۶-۱- قوز فکری: ۸۹
- ۱-۶-۲- اینرسی فکری: ۸۹
- ۱-۶-۳- نقطه مرجع فکری: ۹۰
- ۱-۶-۴- «خرده فکر» «فکر کاربردی» «فکر بنیادین»: ۹۰
- بخش هفتم: تفکر خود بنیاد ۹۲
- ۱-۷-۱- تفکر خود بنیاد: ۹۲
- ۱-۷-۲- مثالی از تفکر خود بنیاد: ۹۳
- بخش هشتم: تجربه فکری نویسنده ۹۵
- ۱-۸-۱- چگونه نویسنده فکرش تغییر کرد؟ بیان تجربی مهارت‌های تفکر فردی (بیان تجربه): ۹۵

۱۰۰	۱-۸-۲- اشکالات دانشگاه:
۱۰۱	۱-۸-۲-۱- استاد مشاور:
۱۰۲	۱-۸-۲-۲- نمونه سؤال‌های امتحانی:
۱۰۳	۱-۸-۲-۳- دانشهای اضافی:
۱۰۵	۱-۸-۳- تحلیل:
۱۰۶	۱-۸-۴- نتیجه‌گیری فصل یک:
۱۰۷	فصل دوم
۱۰۷	چینی اتاق فکر:
۱۰۹	۱- تعریف اتاق فکر:
۱۱۳	۲- تعریف نویسنده اتاق فکر:
۱۱۵	۱-۲-۲- مدیریت افکار:
۱۱۷	۲-۲-۲- مدیریت سیستمی افکار:
۱۱۸	۳-۲-۲- مدیریت فکر بر فکر:
۱۱۹	۲-۲-۴- حل مسئله:
۱۲۰	۲-۲-۵- چینی فکر ورزی:
۱۲۲	۲-۲-۶- چینی فکری:
۱۲۳	۲-۲-۶-۱- مستندسازی یکی از فرایندهای فکری:
۱۲۴	۲-۲-۷- چینی فکری:
۱۲۵	۲-۲-۸- چینی سیاستگذاری فکری:
۱۲۷	تعیین سیاست‌های سازمان:
۱۲۸	۲-۲-۹- چینی تعالی فکری (ارتقاء و رشد فکر):
۱۳۱	۲-۲-۹-۱- چینی سرمشق فکری:
۱۳۲	۲-۲-۹-۲- بیان روش تفکر دیگران:
۱۳۳	۲-۲-۹-۳- تمرین روش‌های فکری:
۱۳۵	۲-۲-۹-۴- معلم فکر:
۱۳۷	۲-۲-۱۰- فکر پژوهی:
۱۳۷	۲-۳- چینی توسعه دانش تفکر:
۱۳۹	۲-۴- دسته بندی اتاق فکر:
۱۴۰	۲-۵- تعاریف دیگر از اتاق فکر:
۱۴۱	۲-۶- تقسیم بندی اتاق فکر از نظر سطح فکر خروجی:
۱۴۲	۲-۷- برخی خصوصیات اتاق فکر:
۱۴۳	۲-۸- نمودار رشد فکر در اتاق فکر:
۱۴۴	۲-۸-۱- توجه به موضوعی به نام فکر:

- ۱۴۵-۲-۸-۲ فرصت فکر کردن:.....
- ۱۴۵-۳-۸-۲ ارزش فکر کردن:.....
- ۱۴۶-۴-۸-۲ دغدغه فکر:.....
- ۱۴۶-۵-۸-۲ شکل‌گیری تفکر فردی:.....
- ۱۴۶-۶-۸-۲ آموزش تفکر فردی:.....
- ۱۴۷-۷-۸-۲ شکل‌گیری تفکر روشمند فردی:.....
- ۱۴۷-۸-۸-۲ شکل‌گیری فرهنگ فردی فکر:.....
- ۱۴۷-۹-۸-۲ شروع تفکر جمعی:.....
- ۱۴۸-۱۰-۸-۲ آموزش تفکر جمعی.....
- ۱۴۸-۱-۸-۲ تمرین تفکر روشمند جمعی:.....
- ۱۴۸-۱۲-۸-۲ شکل‌گیری فرهنگ جمعی فکر:.....
- ۱۴۸-۱۳-۸-۲ نهاده شدن فکر:.....
- ۱۴۹-۱۴-۸-۲ فکرشناسی:.....
- ۱۴۹-۱۵-۸-۲ فکر ورزی:.....
- ۱۵۰-۱۶-۸-۲ فکرپژوهی:.....
- ۱۵۰-۱۷-۸-۲ فکرسازی:.....
- ۱۵۰-۱۸-۸-۲ شکل‌گیری اتاق فکر کاربردی.....
- ۱۵۱-۱۹-۸-۲ رشد و تعالی فکری:.....
- ۱۵۱-۹-۲ اتاق نقد و اتاق فکر:.....
- ۱۵۲-۱۰-۲ اتاق فکر و نظام پیشنهادها:.....
- ۱۵۴-۱۱-۲ اتاق فکر و اتاق مشاوره:.....
- ۱۵۵-۱۲-۲ تاریخ هسته‌های کانونی غرب:.....
- ۱۵۶-۱۳-۲ تاریخچه اتاق فکر در غرب:.....
- ۱۵۹-۱۴-۲ سیر تحول کانون‌های تفکر.....
- ۱۶۰-۱۵-۲ موج‌های کانون تفکر.....

فصل سوم.....

- ۱۶۳-جراحی اتاق فکر.....
- ۱۶۸-الف-سطح فردی.....
- ۱۶۸-۱-۳-مکانی برای فکر:.....
- ۱۶۹-۲-۳-زمانی برای فکر:.....
- ۱۷۱-۳-۳-لذت بردن از تفکر.....
- ۱۷۱-۴-۳-ایجاد مهارت فکری:.....
- ۱۷۳-۵-۳-نقش اتاق فکر در «تکانه‌های فکری»:.....

- ۶-۳- نقش اتاق فکر در دفع اینرسی های فکری : ۱۷۵
- ۷-۳- دعوت به استفاده از «سوپرایر مهارتی» به نام «تفکر به تفکر» : ۱۷۶
- ۸-۳- نقش اتاق فکر برای «خودشناسی و خودآگاهی بیش تر» : ۱۷۸
- ب- چرایی های سازمانی : ۱۸۰
- ۹-۳- اتاق فکر مکانی برای تفکر جمعی : ۱۸۰
- ۱۰-۳- تمرین فکر کردن : ۱۸۰
- ۱۱-۳- اصولی سیستمی فکر : ۱۸۱
- ۱۲-۳- نیاز به مدیریت افکار : ۱۸۲
- ۱۳-۳- نیاز به فکر تالی : ۱۸۵
- ۱۴-۳- نیاز به فکر ورزی : ۱۸۷
- ۱۵-۳- نیاز به فکر سازی : ۱۹۰
- ۱۶-۳- نیاز به تعالی فکری : ۱۹۰
- ۱۷-۳- نیاز به ترویج خود مدیریت فکری روشمند جمعی و فردی : ۱۹۳
- ۱۸-۳- نیاز به فکر پژوهی : ۱۹۵
- ۱۹-۳- وجود مدیران پرمشغله : ۱۹۶
- ۲۰-۳- نقش اتاق فکر در بالا بردن قدرت تحلیل : ۱۹۷
- ۲۱-۳- نقش اتاق فکر در قدرت پیشینی : ۱۹۹
- ۲۲-۳- نقش اتاق فکر در انتقال دانش ضمنی : ۱۹۹
- ۲۳-۳- نقش اتاق فکر در جلوگیری از رشد سازمان های کودن : ۲۰۲
- ۲۴-۳- تبدیل ایده ها به ثروت : ۲۰۳
- ب- حکومت : ۲۰۵
- ۲۵-۳- برنامه حکومت دو برابر تفکر : ۲۰۵
- ۲۶-۳- کادر سازی برای حکومت : ۲۰۶
- ۲۷-۳- رشد سازمان اجتماعی : ۲۰۷
- ۲۸-۳- تولید علم : ۲۰۸
- ۲۹-۳- پاسخ ساختاری به دعوت قرآن کریم برای تفکر : ۲۰۸
- ۳۰-۳- مسئله یابی : ۲۰۹
- ۳۱-۳- حل مسایل جدید : ۲۰۹
- ۳۲-۳- حل مسایل چندوجهی : ۲۱۰
- ۳۳-۳- فقر فکری جامعه در عرصه های مختلف : ۲۱۰
- ۳۴-۳- بکارگیری نخبگان : ۲۱۲
- ۳۸-۳- ایجاد فرهنگ فکر : ۲۱۵
- ۳۹-۳- ایجاد فرصت تفکر : ۲۱۷
- ۴۰-۳- نیاز به دعوت و تبلیغ برای تفکر : ۲۱۷

۲۱۸.....	۳-۴-۱- سازماندهی منتقدین
۲۱۸.....	۳-۴-۲- کاربردی نبودن دانش تدریسی در دانشگاه‌ها:
۲۱۹.....	۳-۴-۳- ترویج دانش تفکر:
۲۲۱.....	فصل چهارم
۲۲۱.....	ساختار اتاق فکر
۲۲۳.....	۴-۱- ساختار اتاق فکر:
۲۲۴.....	۴-۱-۱- خصوصیات ساختار اتاق فکر نسبت به سازمان تشکیل دهنده:
۲۲۵.....	۴-۱-۲- ۱- استقلال ساختاری:
۲۲۷.....	۴-۱-۲- ۲- فراسازمانی بودن ساختار اتاق فکر:
۲۲۷.....	۴-۱-۲- ۳- ساختار اتاق فکر ضرورت دارد زیرنظر بالاترین مقام باشد:
۲۲۷.....	۴-۱-۲- ۴- بهترین شکل ساختار: ساختار اتاق فکر ضرورت دارد موازی کل سازمان یا شرکت باشد
۲۲۷.....	۴-۲- ۱- ۵- افکار مصوب شده و اتاق بایستی به رؤیت رئیس سازمان برسد:
۲۲۸.....	۴-۲- ۲- ۶- ساختار اتاق ضرورت دارد منعطف باشد:
۲۲۸.....	۴-۲- ۳- ۳- اتاق فکر در سازمان‌های بزرگ:
۲۲۹.....	۴-۲- ۴- ۴- نمونه‌ای از ساختار اتاق فکر:
۲۳۰.....	۱- اتاق فکر وزارت اقتصاد:
۲۳۵.....	۴-۲- ۵- ۵- اتاق فکر در سازمان‌های بزرگ کشوری:
۲۳۸.....	۴-۲- ۶- ۶- ساختار اتاق فکر حکومتی (اتاق فکر مادر):
۲۴۱.....	۴-۲- ۶- ۱- ارتباط اتاق فکر مادر با دولتمردان:
۲۴۳.....	۴-۳- ۱- ۳- ساختاردهی داخل اتاق فکر:
۲۴۴.....	۴-۳- ۲- ۱- ۱- ساختار داخلی پیشنهادی برای اتاق فکر:
۲۴۴.....	۴-۳- ۳- ۱- ۱- ۱- ستاد اتاق فکر:
۲۴۶.....	۴-۳- ۳- ۲- ۱- طرح و برنامه:
۲۴۶.....	۴-۳- ۳- ۳- ۱- پژوهشهای فکری:
۲۴۶.....	۴-۳- ۳- ۴- ۱- ۱- کارگاه فکر:
۲۴۸.....	۴-۳- ۴- ۱- ۱- ۱- ۱- گفتمانی درباره کارگاه اتاق فکر:
۲۴۹.....	۴-۳- ۴- ۱- ۱- ۲- ۱- مقدمه‌هایی پیش از کارگاه اتاق فکر:
۲۵۰.....	۴-۳- ۴- ۱- ۳- ۱- مواردی دیگر در مورد اجرای کارگاه فکر:
۲۵۱.....	۴-۳- ۵- ۵- ۳- ۱- کرسی فکر:
۲۵۱.....	۴-۳- ۶- ۶- ۳- ۱- آموزش:
۲۵۲.....	۴-۳- ۷- ۷- ۳- ۱- دبیرخانه:
۲۵۲.....	۴-۳- ۸- ۸- ۳- ۱- روابط عمومی:
۲۵۲.....	۴-۳- ۹- ۹- ۳- ۱- حلقه فکری:

۲۵۳	فصل ۵.....
۲۵۳	پیاپی سازی اتاق فکر.....
۲۵۵	بخش اول: گام‌های تشکیل اتاق فکر.....
۲۵۵	۱-۱-۵ دو شیوه تشکیل اتاق فکر.....
۲۵۷	۱-۱-۵ نرم‌افزار و سخت‌افزار در اتاق فکر.....
۲۵۹	۱-۱-۵ پیش‌آزمون برای ورود به اجرا.....
۲۵۹	۱-۲-۱-۵ مالک اتاق فکر.....
۲۶۰	۱-۲-۱-۵ مخاطب اتاق فکر.....
۲۶۱	۱-۲-۱-۵ مشتری اتاق فکر.....
۲۶۱	۱-۲-۱-۵ بازار اتاق فکر.....
۲۶۲	۱-۲-۱-۵ موانع برای اتاق فکر چیست؟ (مانع‌شناسی).....
۲۶۳	۱-۲-۱-۵ سامانه یادداشت اتاق فکر چگونه کار می‌کند؟.....
۲۶۳	۱-۲-۱-۵ ضمانت‌های اجرایی.....
۲۶۳	۱-۲-۱-۵ هدف‌سازی.....
۲۶۳	۱-۲-۱-۵ سطح‌شناسی اتاق فکر.....
۲۶۳	۱-۲-۱-۵ پروژه‌سازی اتاق فکر.....
۲۶۳	۱-۲-۱-۵ نقشه‌سازی.....
۲۶۴	۱-۲-۱-۵ شاخص‌سازی.....
۲۶۴	۱-۲-۱-۵ کانال‌سازی.....
۲۶۴	۱-۲-۱-۵ محصول‌سازی.....
۲۶۴	۱-۲-۱-۵ مجری‌سازی.....
۲۶۴	۱-۲-۱-۵ کاپرن.....
۲۶۵	۱-۲-۱-۵ آزمایش نظری اتاق فکر.....
۲۶۵	۱-۲-۱-۵ یازده گام در تشکیل اتاق فکر.....
۲۶۷	۱-۲-۱-۵ اولین اقدامات برای تشکیل اتاق فکر.....
۲۶۸	۱-۲-۱-۵ عضوگیری اتاق فکر.....
۲۷۰	۱-۲-۱-۵ انتخاب رئیس اتاق یا جانشین رئیس اتاق فکر.....
۲۷۲	۱-۲-۱-۵ هدف‌گذاری.....
۲۷۳	بخش دوم: ضوابط و شرایط تشکیل اتاق فکر.....
۲۷۳	۱-۲-۲-۵ دفعات تشکیل جلسه.....
۲۷۳	۱-۲-۲-۵ زمان جلسه.....
۲۷۴	۱-۲-۲-۵ محتویات جلسه.....
۲۷۵	۱-۲-۲-۵ وضعیت اتاق از نظر به‌کارگیری مهارت تفکر.....
۲۷۶	۱-۲-۲-۵ وضعیت اتاق فکر نسبت به موضوع.....

۲۷۷.....	۵-۲-۶- شرط لازم برای شرکت در اتاق فکر:
۲۷۷.....	۵-۲-۷- خصوصیات اصلی اعضای اتاق فکر:
۲۷۹.....	۵-۲-۸- آموزش‌ها در اتاق فکر:
۲۸۱.....	۵-۲-۹- ارزیابی اتاق فکر:
۲۸۳.....	۵-۲-۱۰- پرداخت هزینه مالی برای فکر:
۲۸۶.....	۵-۲-۱۱- بودجه اتاق فکر:
۲۸۷.....	۵-۲-۱۲- مالکیت فکری و اتاق فکر:
۲۸۹.....	۵-۲-۱۳- اتاق فکر و اجرایی شدن افکار:
۲۹۱.....	۵-۲-۱۴- جمع‌آوری اطلاعات در اتاق فکر:
۲۹۲.....	۵-۲-۱۵- سایت:
۲۹۳.....	۵-۲-۱۶- نرم‌آپدیت:
۲۹۳.....	۵-۲-۱۷- نرم‌افزار:
۲۹۴.....	۵-۲-۱۸- سطح خروجی اتاق فکر:

فصل ششم.....

۲۹۵.....	آسیب‌های اتاق فکر.....
۲۹۸.....	۶-۱- عوام‌زدگی در اتاق فکر:
۳۰۳.....	۶-۲- خودمحوری:
۳۰۳.....	۶-۳- نداشتن آموزش لازم:
۳۰۳.....	۶-۴- ترس از بیان فکر:
۳۰۵.....	۶-۵- بایگانی شدن افکار:
۳۰۵.....	۶-۶- مسئول ضعیف اتاق فکر:
۳۰۶.....	۶-۷- رفتن به سمت کارهای اجرایی:
۳۰۷.....	۶-۸- ضعف مدیریت:
۳۰۷.....	۶-۹- ایستادن اتاق:
۳۰۸.....	۶-۱۰- شتاب در خروجی داشتن:
۳۰۹.....	۶-۱۱- رعایت نشدن مالکیت فکری:
۳۱۰.....	۶-۱۲- بررسی ضعیف افکار:
۳۱۱.....	۶-۱۳- شعاراتاق فکر به اندازه همه‌ی کشور یا سازمان:
۳۱۲.....	۶-۱۴- اتاق فکر بی‌فکر:
۳۱۳.....	۶-۱۵- حضور بدون مطالعه:
۳۱۳.....	۶-۱۶- بیش از حد جدی بودن:
۳۱۳.....	۶-۱۷- جهت‌گیری سیاسی و عقیدتی:
۳۱۴.....	۶-۱۸- جالب شدن موضوع تفکر به طوری که هدف اصلی را تحت تأثیر قرار دهد:

۳۱۴	۶-۱۹- مدیریت نوینی
۳۱۵	۶-۲۰- خودبینی
۳۱۵	۶-۲۱- بلند پروازی
۳۱۶	۶-۲۲- مجادله
۳۱۷	۶-۲۳- تفکر منفی
۳۱۷	۶-۲۴- ناداشتن هدف مشخص
۳۱۸	۶-۲۵- کم شدن سطح خروجی اتاق فکر
۳۱۹	فصل هفتم
۳۱۹	آموزش تفکر: تکنیک‌هایی ساده برای بهبود تفکر
۳۲۳	۷-۱- نوشتن افکار
۳۲۴	۷-۲- خلوت کردن
۳۲۵	۷-۳- حل مسئله از روش‌های گوناگون
۳۲۶	۷-۴- با افراد متفکر هم‌نشینی کردن
۳۲۸	۷-۵- شتاب نکردن در قضاوت و دادن فرصت تفکر به خود
۳۳۰	۷-۷- استقبال از ابهام
۳۳۲	۷-۸- استقبال از چالش‌ها
۳۳۲	۷-۹- با افرادی که مخالف و منتقد شما هستند هم‌نشینی کنید
۳۳۳	۷-۱۰- خواندن مطالب تحلیلی
۳۳۴	۷-۱۱- تفکر به موقعیتهای زندگی خود
۳۳۵	۷-۱۲- ساعتی را به تفکر در زندگی خود اختصاص دهید
۳۳۵	۷-۱۳- ارتباط با بزرگان عصر و جامعه
۳۳۶	۷-۱۴- حل معماهای فکری
۳۳۷	۷-۱۵- مسافرت رفتن
۳۳۸	۷-۱۶- داشتن یک استاد خوب در زمینه تفکر
۳۳۸	۷-۱۷- پیدا کردن بهترین موقعیتهای فکری
۳۳۹	۷-۱۸- کشیدن نمودار فکری
۳۴۱	فصل هشتم
۳۴۱	آموزش تفکر: تکنیک‌های تفکر
۳۴۴	۸-۱- تکنیک شش کلاه فکری
۳۴۷	۸-۲- تکنیک چرا
۳۴۸	۸-۳- تکنیک پرورش فکری یا طوفان مغزی
۳۵۰	۸-۴- تکنیک فرضیه‌سازی

۳۵۱	۵-۸- تکنیک وارونه‌سازی:
۳۵۲	۶-۸- تکنیک چگونه می‌تواند:
۳۵۵	فصل نهم
۳۵۵	آموزش تفکر: بیان تجربه‌های فکری (شرکت سونی، جمله‌های بزرگان)
۳۵۸	۹-۱- سرگذشت انسانهای بزرگ:
۳۶۰	۱-۲- آکیو موریتا و ماسارو ایبوکا، بنیان‌گذاران SONY
۳۶۲	زندگی شغلی
۳۷۱	سال‌های پایانی عمر
۳۷۲	آثار مکتوب
۳۷۳	جمله‌ای برگزیده از آکیو موریتا
۳۷۴	آکیو موریتا
۳۷۴	ماسارو ایبوکا (یکی از دو مؤسس سونی)
۳۷۶	زندگی شغلی
۳۷۹	سال‌های پایانی عمر
۳۸۰	آثار مکتوب
۳۸۰	جمله‌ای برگزیده از ماسارو ایبوکا
۳۸۳	۳ جملات قصار بزرگان:
۳۸۴	نحوه بکارگیری این جملات در آموزش
۳۸۵	جمله‌هایی برای کار در کلاس:
۳۸۹	فصل ده
۴۱۸	سخن پایانی
۳۹۱	پریش‌های کلیدی
۴۱۸	سخن پایانی
۴۱۹	پیوستها: مقالات
۴۲۲	پیوست ۱: نقش سازمان اجتماعی در رشد نوآوری و خلاقیت
۴۴۷	پیوست ۲: شش نکته کاربردی در تشکیل اتاق‌های فکر در سازمان‌های ایرانی
۴۶۶	پیوست ۳: منابع
۴۷۰	پیوست ۴: جملاتی درباره اتاق فکر
۴۷۳	پیوست ۵: فرم ابده
۴۷۷	پیوست ۶: معرفی دوره آموزشی اتاق فکر
۴۷۹	پیوست ۷: برخی سوابق نویسنده

فهرست نمودارها و اشکال

۷۱	شکل ۱-۱- انواع خلاقیت
۷۴	شکل ۱-۲- تفکر خلاق و انتقادی
۷۵	نمودار ۳-۱- دو نگاه متفاوت نسبت به تفکر
۷۷	نمودار ۴-۱- مهارت فکر کردن
۸۳	نمودار ۵-۱- آسیب تفکر
۸۴	نمودار ۶-۱- تله هوش
۸۸	نمودار ۷-۱- تقسیم مغز به دو نیم کره
۹۱	نمودار ۸-۱- انواع تفکر
۱۰۱	نمودار ۹-۱- نمونه های بی فکری در دانشگاه
۱۱۱	نمودار ۱-۲: اتاق فکر
۱۱۴	نمودار ۲-۲- مؤلفه های مهم تعریف اتاق فکر
۱۲۳	نمودار ۳-۲- افکار ورودی اتاق به اتاق
۱۲۸	نمودار ۴-۲: دو سطح ارتقاء فکر و رشد آن
۱۳۰	نمودار ۵-۲: دو روش ارتقاء فکری
۱۳۱	نمودار ۶-۲- سرمشق های فکری
۱۳۴	نمودار ۷-۲- روش های فکری
۱۴۰	نمودار ۸-۲- تقسیم بندی اتاق فکر از نظر تشکیل
۱۴۳	نمودار ۹-۲- تقسیم بندی اتاق فکر از نظر سطح اندیشه
۱۴۴	نمودار ۱۰-۲: روند رشد فکر در اتاق فکر
۱۵۴	شکل ۲-۲: اتاق فکر
۱۶۵	نمودار ۱-۳: سطوح مطرح شده در چرایی اتاق فکر
۱۷۰	نمودار ۲-۳: دو مؤلفه زمان در تفکر
۱۷۸	نمودار ۳-۳: مهارت
۱۸۷	نمودار ۴-۳: فواید فکریستانی
۱۸۹	نمودار ۵-۳: فواید فکرورزی
۱۹۳	شکل ۳-۱- تعالی فکری
۲۰۲	نمودار ۶-۳- نقش اتاق فکر در مقابل دانش ضمنی
۲۱۴	شکل ۲-۲: تعالی فکری- مثال
۲۲۴	نمودار ۱-۴: دو جنبه بررسی ساختار اتاق فکر
۲۲۵	نمودار ۲-۴: خصوصیات اصلی ساختار اتاق فکر
۲۳۰	نمودار ۳-۴: اتاق فکر پیشنهادی به وزارت اقتصاد

نمودار ۴-۱:	اتاق فکر پیشنهادی به دولت	۲۳۰
نمودار ۴-۵:	اتاق فکر پیشنهادی به آموزش و پرورش	۲۳۰
نمودار ۴-۶:	اتاق فکر پیشنهادی به وزیر نفت	۲۳۱
نمودار ۴-۷:	اتاق فکر پیشنهادی به ارتش	۲۳۱
نمودار ۴-۸:	اتاق فکر پیشنهادی به بانک مرکزی	۲۳۱
نمودار ۴-۹:	اتاق فکر پیشنهادی به وزارت امور خارجه	۲۳۲
نمودار ۴-۱۰:	اتاق فکر پیشنهادی به صدا و سیما	۲۳۲
نمودار ۴-۱۱:	اتاق فکر پیشنهادی به مجلس	۲۳۲
نمودار ۴-۱۲:	اتاق فکر پیشنهادی به قوه قضائیه	۲۳۲
نمودار ۴-۱۳:	دیاگرام پیشنهادی به وزارت ارشاد	۲۳۳
نمودار ۴-۱۴:	اتاق فکر پیشنهادی به بانک صادرات	۲۳۳
نمودار ۴-۱۵:	اتاق فکر پیشنهادی به وزارت کشاورزی	۲۳۳
نمودار ۴-۱۶:	اتاق فکر پیشنهادی به اتاق بازرگانی	۲۳۳
نمودار ۴-۱۷:	اتاق فکر پیشنهادی به حوزه	۲۳۴
نمودار ۴-۱۸:	اتاق فکر پیشنهادی به وزارت بهداشت	۲۳۴
نمودار ۴-۱۹:	اتاق فکر پیشنهادی به دفتر مقام معظم رهبری	۲۳۴
نمودار ۴-۲۰:	اتاق فکر پیشنهادی به شورای مصلحت نظام	۲۳۴
نمودار ۴-۲۱:	اتاق فکر پیشنهادی به بانک های کشور	۲۳۵
نمودار ۴-۲۲:	اتاق فکر پیشنهادی به روزنامه همشهری	۲۳۶
نمودار ۴-۲۳:	اتاق فکر پیشنهادی به روزنامه جام جم	۲۳۶
نمودار ۴-۲۴:	اتاق فکر پیشنهادی به روزنامه ایران	۲۳۶
نمودار ۴-۲۵:	اتاق فکر پیشنهادی به روزنامه کیهان	۲۳۶
نمودار ۴-۲۶:	اتاق فکر پیشنهادی به روزنامه ابرار ورزشی	۲۳۷
نمودار ۴-۲۷:	اتاق فکر پیشنهادی به وزارت ارشاد	۲۳۷
نمودار ۴-۲۹:	اتاق فکر پیشنهادی به نیروهای مسلح	۲۳۸
نمودار ۴-۲۸:	اتاق فکر پیشنهادی به شهرداریهای کشور	۲۳۸
نمودار ۴-۳۰:	اتاق فکر مادر	۲۴۰
نمودار ۴-۲۳:	اتاق فکر مادر	۲۴۱
نمودار ۴-۲۴:	نمودار ارتباط مادر با دولت	۲۴۲
نمودار ۴-۲۵:	رابطه اتاق فکر مادر با بخشهای حکومت	۲۴۳
نمودار ۴-۲۶:	ساختار داخلی اتاق فکر	۲۴۴
نمودار ۵-۱:	فرآیند تشکیل اتاق فکر	۲۵۶
نمودار ۵-۲:	وضعیت اتاق نسبت به کارگیری مهارت تفکر	۲۷۵
نمودار ۵-۳:	وضعیت اتاق فکر نسبت به موضوع تفکر	۲۷۶
نمودار ۵-۴:	خصوصیات اصلی اعضای اتاق فکر	۲۷۸
نمودار ۹-۱:	بیان تجربه های فکری	۳۵۸
نمودار ۱-۱:	خلاقیت سوزی در ابعاد اجتماع	۴۳۲

فصل اول

مهارت تفکر

فهرست فصل‌ها:

- فصل اول: مهارت تفکر
- فصل دوم: چپستی اتاق فکر
- فصل سوم: چرایی اتاق فکر
- فصل چهارم: ساختار اتاق فکر
- فصل پنجم: پیاده‌سازی اتاق فکر
- فصل ششم: آسیب‌های اتاق فکر
- فصل هفتم: آموزش تفکر: توصیه‌های ساده برای بهبود تفکر
- فصل هشتم: آموزش تفکر: تکنیک‌های تفکر
- فصل نهم: آموزش تفکر: بیان تجربه‌های فکری (شرکت سونی، جمله‌های بزرگان)
- فصل دهم: پرسش‌های کلیدی
- ضمیمه: مقالات

در پایان این فصل بایستی بتوانید:

- ۱- فکر و انواع آن را تعریف کنید.
- ۲- مهارت تفکر را توضیح دهید.
- ۳- رابطه بین هوش و تفکر را توضیح دهید.
- ۴- نقش آموزش و پرورش در تفکر را تبیین کنید.
- ۵- تفکر خود بنیاد را شرح دهید.

اگر انسان‌ها در طول عمر خویش فعالیت مغزشان

به اندازه یک میلیونوم معده‌شان بود

اکنون کره زمین تعریف دیگری داشت.

آلبرت اینشتین

پیش گفتار

«اگر از فکرت استفاده نکنی می‌خشکد» این جمله‌ای بود که بارها در مدرسه از زبان برخی معلمان می‌شنیدم. «اما چگونه می‌شود از فکر استفاده کرد؟» «ابزار و بستر استفاده از تفکر چه چیزی است؟». افرادی که این جمله را به کار می‌بردند هیچ وقت روش یا سامانه‌ای برای استفاده از این فکر که امکان داشت «بخشکد» ارائه نمی‌کردند. شاید با مثال‌هایی این موضوع را بتوان بهتر توضیح داد. در یک سخنرانی، سخنران برای این که نشان دهد مصرف الکل چقدر بد است دو لیوان در مقابل حضار گذاشت داخل یکی آب و داخل دیگری الکل ریخت و سپس کرم کرچکی را داخل لیوان آب انداخت. کرم بعد از کمی شنا کردن از لیوان بیرون آمد ولی رفتی همان کرم داخل لیوان الکل افتاد، قطعه قطعه شد. وقتی از حضار برای تأیید نتیجه آزمایش سؤال شد یکی از حضار برخلاف بقیه عنوان کرد «برای این که کرم‌های بدنمان از بین برود باید الکل بخوریم». این فرد برخلاف سایر افراد فکر می‌کرد و از آزمایشی که همه چیز آن توسط سخنران آماده شده بود نتیجه‌ای غیرقابل باور گرفت. نتیجه‌ای که شاید خود سخنران هم هیچ وقت به آن فکر نکرده بود. شاید اگر شما هم در آن سخنرانی بودید هیچ

وقت چنین فکری به ذهن شما خطور نمی‌کرد! چرا برخی افراد متفاوت فکر می‌کنند؟

در قرون وسطا کشیشان بهشت را به مردم می‌فروختند و مردم نادان هم با پرداخت هر مقدار پولی قسمتی از بهشت را از آن خود می‌کردند.

فرد متفکری که از این نادانی مردم رنج می‌برد دست به هر عملی زد نتوانست مردم را از انجام این کار احمقانه باز دارد تا این که فکری به سرش زد.

به کلیسا رفت و به کشیش مسئول فروش بهشت گفت: «قیمت جهنم چقدر؟»

کشیش تعجب کرد و گفت: جهنم؟!

مرد دانا گفت: بله جهنم.

کشیش بدون هیچ فکری گفت: ۳ سکه.

مرد سراسیمه مبلغ را پرداخت کرد و گفت: لطفاً سند جهنم را هم بدهید. کشیش روی کاغذ پاره‌ای نوشت: سند جهنم.

مرد با خوشحالی آن را گرفت از کلیسا خارج شد. به میدان شهر رفت و فریاد زد: «من تمام جهنم رو خریدم این هم سند آن است. دیگر لازم نیست بهشت را بخرید چون من هیچ کس را داخل جهنم راه نمی‌دهم».

این شخص «مارتین لوتر» بود که با این حرکت، نه تنها ضربه‌ای به کسب و کار کلیسا زد، بلکه با پذیرش مشقات فراوان، خود را برای این که مردم را از گمراهی رها سازد، آماده کرد. مارتین لوتر، کشیش و مترجم انجیل به زبان آلمانی و یک تجدیدنظر طلب مذهبی بود. او یکی از تأثیرگذارترین شخصیت‌ها در تاریخ آیین مسیحیت و از پیشوایان نهضت اصلاحات پروتستان به شمار می‌رود. او در تاریخ ۱۰ نوامبر ۱۴۸۳ در

«آیزلین آلمان» زاده شد و در ۱۸ فوریه ۱۵۴۶ درگذشت.

علت این که «لوتر» متفاوت می‌اندیشید چه بود؟ او چگونه اندیشه خود را توسعه داده بود؟ موضوع و هدف این کتاب «بالا بردن قدرت اندیشه و مهارت تفکر» است.

آدمی از گذشته به دنبال شناخت، هم در بیرون و هم در درون خود بوده است. شناخت نفس پدیده‌ای جدید نیست و پیشینه‌ای در حدود پیدایش بشر دارد. برخی دست یافتن به سعادت را معادل کشف درون دانسته‌اند. مهم‌ترین بخش درون انسان را تفکر و اندیشه انسان تشکیل می‌دهد و بدون شناخت آن، شناخت درون، محال است شکل بگیرد. اگر مغز انسان را با همه جزئیات آن بشناسیم، متوجه خواهیم شد شگرف بودن آن به مراتب بیش‌تر از همه شگفتی‌های آفرینش است. مغز آدمی در حدود یک و نیم کیلوگرم و برابر تخمین‌های مختلف بین یازده تا دوازده میلیارد سلول عصبی دارد که معجزه‌ای است که تمام شگفتی‌های عالم در مقابل آن هیچ است. مجموعه تارهای مغز و سیستم عصبی به اندازه فاصله زمین تا کره ماه است. ما در این کتاب می‌خواهیم به کارکرد مغز که فکر کردن است بپردازیم. در حقیقت تلاش برای شناخت درون انسان‌ها انجام می‌دهیم که البته شناخت بیرون انسان‌ها نیز از درون انسان‌ها شروع می‌شود.

با توجه به این که تغییر و تحولات سریع و پیچیده در زندگی انسان‌ها به وجود آمده و شکل‌گیری جوامع بزرگ را با خود همراه آورده است، نیاز به تغییر نگرش‌ها و عادت‌های موجود نسبت به اندیشه ضروری است، برای بهره‌برداری از ایده‌ها نیاز به ساختار و سازماندهی مناسب لازم است. نبود ساختار و جایگاه مشخص برای پرداختن به اندیشه باعث گم‌شدن فکر در بین دغدغه‌های جوامع می‌شود.

جامعه‌ایران هم، نیاز دارد مانند سایر جوامع توسعه یافته و در حال توسعه، ساختاری برای تفکر در خود ایجاد کند تا از این طریق بتواند به صورت تخصصی به موضوع اندیشه پردازد. امروزه «فکر فردی» کافی نیست و به «تفکر جمعی» نیاز است و هر کجا یک کار گروهی و جمعی نیاز است ساختار و چارچوب آن بایستی مشخص باشد در غیر این صورت با مشکل در روند کاری مواجه خواهد شد. این کتاب سعی دارد در ۱۰ گام به شما کمک کند که یک اتاق فکر ایجاد کنید. نکته‌ای که بایستی در ابتدای کتاب به آن پرداخته شود این است که این کتاب تنها دغدغه تفکر ندارد بلکه دغدغه دیگری هم دارد و آن بکارگیری اندیشه در یک جامعه است. در حقیقت دنبال بستری برای بکارگیری تفکر در بستر اجتماع نیز هست. بسیاری از کتاب‌ها تنها دغدغه اندیشه دارند ولی این کتاب کار را در این جا پایان یافته نمی‌داند و دنبال ساختاری برای بکارگیری آن نیز هست. نکته دیگری که در مقدمه بایستی به آن پرداخت، این موضوع است که در غرب ساختاری به نام «Think Tank» برای فکر به وجود آورده‌اند که برخی آن را در فارسی «اتاق فکر» یا «کانون تفکر» ترجمه کرده‌اند. اما اتاق فکری که من از آن نام می‌برم اتاق فکری است که بر اساس ضرورت نیاز فکری جامعه‌ایران و بر اساس تجربه در این جامعه شکل گرفته است. اگر نام مناسب‌تری از «اتاق فکر» پیدا می‌کردم حتماً از آن نام استفاده می‌کردم. اتاق فکری که نویسنده از آن صحبت می‌کند با اتاق فکری که ترجمه واژه «Think Tank» است متمایز می‌باشد. چون تاریخچه اتاق فکر شکل گرفته در غرب، هیچ شناختی نسبت به اتاق فکر در ایران نمی‌دهد. این کتاب، بخشی از تاریخ تجربی اتاق فکر در ایران می‌باشد و دلیل آن این است که این کتاب بر اساس تجربه انجام شده برای ایجاد و پیاده‌سازی

اتاق فکر به مدت چهار سال در یک سازمان ایرانی نوشته شده است. برخی برداشت‌های نادرست و غیر علمی از اتاق فکر در کشور وجود دارد که باعث حیف و میل منابع زیادی گردیده و دلیل آن هم نبود یک نگرش و شناخت علمی و ریشه‌ای نسبت به مفهوم فکر و اتاق فکر در کشور است. مثالی که در ابتدا در مورد «کرم» آوردم فراموش نکنید همیشه آن چیزی که در ذهن همه وجود دارد و درست فرض شده است دلیلی بر درست بودن آن نیست. اتاق فکری که من در آن تجربه عملی کردم نیز با رو برداری از اتاق‌های فکر غربی تشکیل شده بود. برای همین مداوم دچار اشکال می‌شد و به چپ و راست منحرف می‌شد. البته اشتباه برداشت نکنید من به استفاده آگاهانه از علوم غربی اعتقاد دارم نه از آن علوم استفاده نکردن. حرف من بر لبه پرتگاهی قرار دارد که اگر از آن طرف پرت شوید در دام غرب‌گرایی و اگر از این طرف پرت شوید در دام عوام‌زدگی دچار خواهید شد. لذا صراحتاً می‌گویم با استفاده کورکورانه از دانشی که از غرب می‌آید مخالف هستم نه با دانش غربی. هر جا لازم بوده است از متون غربی استفاده کردم اما رو برداری کورکورانه نکردم. جمله آن معلم را که در ابتدای این نوشته آوردم به یاد داشته باشید که «اگر از فکرت استفاده نکنی می‌خشکد» برای رو برداری غیرآگاهانه از غرب نیازی به استفاده از فکر نیست. اتاق فکر، ساختاری برای به‌کارگیری مغز است.

نوآوری‌ها:

در این کتاب نوآوری‌های زیر مطرح شده است:

۱. تعریف مفهوم خلاقیت مثبت و منفی
۲. تعریف مفهوم نقطه مرجع فکری

در بخش ضمیمه دو مقاله پیوست شده که اولی مربوط به خلاقیت و دومی مربوط به اتاق فکر است که هدف آن کمک به قدرت تحلیل است. در زیر رابطه هر فصل با گام آن ارائه شده است.

فصل ۱	گام اول	شناخت اندیشه
فصل ۲	گام دوم	درک مفهوم اتاق فکر
فصل ۳	گام سوم	درک چرایی اتاق فکر
فصل ۴	گام چهارم	درک ساختار اتاق فکر
فصل ۵	گام پنجم	چگونگی پیاده سازی اتاق فکر
فصل ۶	گام ششم	آسیب های اتاق فکر
فصل ۷	گام هفتم	نوصیه های ساده برای بهبود فکر
فصل ۸	گام هشتم	تکنیک های تفکر
فصل ۹	گام نهم	بیان تجربه های فکری
فصل ۱۰	گام دهم	پاسخ به سؤالات کلاسی

درباره سی دی کتاب:

برای این که خوانندگان درک بهتری از مطالب کتاب داشته باشند گزیده هایی از سخنرانی های خود در کلاس های آموزشی را به صورت فایل صوتی درآوردم. یکی از دلایل مهم این کار این بود که زبان نویسنده همراه کتاب بهتر مفاهیم را منتقل می کند، از طرفی شما می توانید آن را حتی در

خودرو در حال حرکت نیز گوش کنید (سی سی شماره ۱). دو سی سی دیگر به روش «کلاس - سی سی» تهیه شده است که شیوه‌ای جدید و کاملاً نوآورانه است و از مزایای آن، تلفیق ملودی و آهنگ با صدای استاد است. امیدوارم از آن لذت ببرید. این دو سی سی تنها از طریق رایانه قابل استفاده است. فهرست مطالب سی سی‌ها در پایان کتاب در بخش پیوست‌ها آمده است.

آموزش همراه

بسیاری از افراد با من تماس می‌گرفتند و از نبود فرصت یا زمان کافی، برای حضور در کلاس یا دریافت مشاوره، گلایه داشتند. بر آن شدم که آموزشی طراحی کنم که همه افراد، فارغ از این که کجا هستند، بتوانند از حداقل آموزش، برخوردار شوند. سی سی‌های آموزشی در این راستا تهیه شد، سعی شد سی سی‌های آموزشی به گونه‌ای باشد که در خودرو نیز، قابل استفاده باشد. اما برخی اعتراض داشتند که همیشه سی سی قابل شنیدن نیست. از این رو، دنبال روش جدیدی، برای آموزش بودم که بتواند این محدودیت را نیز، برطرف سازد بنابراین از تکنیک‌های تفکر، استفاده کردم و با توجه به ابزار موجود، برای اولین بار در کشور، سراج استفاده از تلفن همراه به عنوان یک وسیله آموزشی رفتم. آموزش همراه، بر آموزش از طریق تلفن همراه تمرکز دارد، با استفاده از این سامانه جدید آموزشی، شما از طریق پیامک، تحت آموزش، قرار می‌گیرید، این حداقل آموزش است، اما مزیت آن استمرار و دوام آن است، به این دلیل، تأثیر بسیار زیادی دارد. این سامانه آموزشی به این طریق کار می‌کند که شما سه جمله از کلام بزرگان در هر روز دریافت می‌کنید با این کار هر روز سه تذکر برای تغییر عادت ذهن به شما داده می‌شود. در این سیستم شما در سه نوبت به ذهن خود ورزش

می‌دهید و با این کار از حداقل رشد در زمینه اندیشه برخوردار خواهید شد. برخی مزایای چنین آموزشی به شرح زیر است:

۱) به زمان کمی نیاز دارد: برای این آموزش نیازی به کلاس رفتن یا حضور در مکان خاصی ندارید. در کم‌ترین زمان ممکن، به اندازه خواندن یک پیامک وقت شما را می‌گیرد.

۲) در هر جا در دسترس است: سیستم آموزش از طریق پیامک از مکان مستقل بوده و در هر کجای کشور باشید می‌توانید آن را دریافت کنید.

۳) کلاس دنبال شما می‌دود: در این سامانه نه تنها شما به کلاس نمی‌روید، بلکه کلاس به دنبال شما می‌دود.

۴) انتقال پیام آموزشی: چون پیامک حتماً خوانده می‌شود مخاطب پیام آموزشی را دریافت می‌دارد.

بازخوردی که من از این کار گرفته‌ام به خصوص در حوزه سازمانی بسیار اثربخش بوده است. اگر شما هم تمایل دارید از چنین آموزشی در راستای رشد اندیشه خود بهره ببرید با ارسال عدد ۸۰ و بیان خواسته خود به شماره ۲۰۰۰۹۷۱۳۲ با من ارتباط برقرار کنید.