

## بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

اللَّهُمَّ كُنْ لَوْلِيَّكَ الْحَجَّهَ بْنَ الْحَسَنِ صَلَواتِكَ عَلَيْهِ وَ عَلَى آباءِهِ فِي هَذِهِ السَّاعَةِ وَ فِي كُلِّ سَاعَةٍ وَ لِيَا وَ حَافِظاً وَ قَائِداً وَ نَاصِراً وَ دَلِیلاً وَ عَیْناً حَتَّى تُسَكِّنَهُ أَرْضَكَ طَوْعاً وَ تُمَتِّعَهُ فِيهَا طَوِیلاً  
فَبَلِّغْهُ مِنَّا تَهَيَّأ وَ سَلاماً

سلام عرض می کنم خدمت بزرگواران، خدمتگزاران آستان مقدس امیرالمؤمنین علیه السلام، ائمه اطهار علیهم السلام، وجود مقدس و نازنین قطب عالم امکان حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه خیلی خوشحال هستم که یک بار دیگر سعادت دارم که با بحث مهندسی برنامه ها با رویکرد برنامه های عزاداری و اعیاد در خدمت شما بزرگواران باشم.

جلسه دوم را در خدمت بزرگواران هستیم و خاطر سروران خودم هست که حدود ۱۱ مورد را در باب آنچه در برنامه های مناسبتی ما مغفول می ماند، عرض کردیم. موارد، بسیار موارد ساده ای است. چیزی نیست که فکر نکرده باشیم. مثل چیزی که در هر کار شغلی خود، حتی کارهای معمولی که هیچ ربطی به کارهای مذهبی ندارد و برنامه های خانوادگی می دانیم ولی در عمل خواهیم دید که آنها را انجام نمی دهیم و کیفیت مطلوبی که در نهایت از آن توقع داریم، نتیجه نمی دهد.

مهم ترین و اساسی ترین چیزی که من می دانم، همان مورد شماره یک است. ایجاد روحیه توسل و تمسک به ساحت مقدس امام زمان علیه السلام و آن چیزی که خیلی وقت ها ما یادمان رفته وجود مقدس امام زمان علیه السلام است. بعضی برنامه های ما می گذرد و ما متأسفانه اصلاً به آن توجه هم نمی کنیم. من چند مورد آخر را معرفی کنم و بعد به بحث استاندارد سبک های مختلف بپردازیم.

### ۱۲- نظارت و آمارگیری

یکی از اتفاقاتی که به آن خیلی دقت نمی کنیم، بحث آمار است. آمار به چه دردی می خورد؟ به این درد می خورد که بعد از برنامه ما یک نفر می آید و می گوید: آقا برنامه خیلی عالی بود، خیلی خوب بود، کیف کردیم. آقا چه شد؟ همه دست زدند.

آقا چه شد؟ نظر شما چیست؟ همه غذاها خوب بود. همه گفتند غذا خوب است.

آقا چه شد؟ همه راضی بودند.

همینطور که داریم آخر برنامه نظرخواهی می کنیم، یک نفر می گوید: نه آقا، چرا اینطوری بود؟ بد بود. افتضاح ترین برنامه ما بود. - چرا؟ چه شد؟ - فلان شخص که بیرون می رفت، گفت خیلی متأسفم برای شما که چنین برنامه ای گرفتید. نفر دیگر می گوید: راست می گوید، واقعاً برنامه نسبت به برنامه های قبلی بد بود. برنامه قبلی مثلاً آنقدر غذا دادیم، الان صد نفر کمتر شده. پس خیلی برنامه قبلی بهتر بود. پس چه شد؟ کدام یک را باید در نظر بگیریم؟

مشکل همین است. مشکل این است که ما یک ناظر نداریم. ما می گوییم منحصراً یک ناظر برای برنامه ها انتخاب کنید. این ناظر یک چک لیست داشته باشد و چیزهای مختلف را در چک لیست یادداشت کند و باعث شود که بعد از برنامه، انواع اتفاقات مختلف مثبت و منفی را ببیند. مسلماً یکی از آن نکات این است که از مدعوین یک سری سؤالات را بپرسد. فقط به این بسنده نکنیم که یک دفتر بگذاریم، یک فرم نظرسنجی بگذاریم، این خوب بود؟ مسابقه خوب بود؟ سخنران خوب بود؟ بعد تمام شود و هیچ کس هم به آن نگاه نکند. این مورد بسیار حیاتی است. من چند سال پیش یکی از اساتید را دیدم که در برنامه هایی که اجرا می کردند، یک گروه پنج یا شش نفره مرتب در جشن های مختلف می رفتند و کار آن ها فقط نظارت و آمارگیری بود. این بعد از برنامه خیلی به درد می خورد و از این غافل نباشید.

### ۱۳- توجه جامع به بحث مالی (مشارکت و انبارداری)

موردی که ما شاید خیلی به آن توجه ویژه نکنیم، بحث مالی است. شاید شما با خود بگویید که خیر، اتفاقاً ما بسیار به آن توجه می کنیم. اما نکاتی که در این بحث است، فقط جمع کردن پول نیست. اینکه ما چگونه با احترام پول را جمع کنیم، به وسیله چه کسانی اینکار را انجام دهیم، و چگونه هزینه کنیم. این ها بسیار مهم اند و می توان ۳۰ دقیقه در این باره صحبت کرد.

اما آیا ما در برآوردهای برنامه هایمان رویکرد مناسبی برای بحث مالی ایجاد می کنیم؟ مثلاً برای مشارکت همگانی، هر یک از اعضا متعهد باشند مبلغی (مثلاً ۵ هزار تومان) کمک کنند. اگر به یاد داشته باشید، در گذشته ذکر شد که باید سعی کرد تا خانواده ها را هم در این امر دخیل کنیم. مثلاً هر روز یک خانواده غذا درست کند و برای بچه هایی که در حال کار هستند، بیاورد. اگر مدعوین محترم خواستند در برنامه شرکت و کمک کنند و مثلاً گوسفندی یا نمکی را به نذر بیاورند، امکانش را فراهم کنید. این ها را اعلام کنید؛ حتی در متن برنامه؛ با اینکه ممکن است سلیقه بعضی ها نباشد.

من در ماه رمضان سال گذشته در برنامه ای شرکت کرده بودم که مجری در آخر برنامه از کسانی که در تهیه شربت، گوشت و... کمک کرده بودند، تشکر می کرد. با لحن و کلام زیبا نام آن ها را می برد و از آن ها تشکر می کرد و اینکار باعث یک پویش همگانی شده بود که همه می خواستند کمک کنند و خود را دخیل بدانند.

چطور ما طرح مسابقه را وقتی خوب می دانیم که همه تشویق کنند. و مداحی را وقتی خوب می دانیم که همه شرکت خوبی در آن داشته باشند. در بحث مالی هم به آن توجه کنید. متأسفانه بعد از بعضی از برنامه ها، تجهیزات و اموالی که با هزینه ای که دیگران کمک کرده اند (کم یا زیاد)، مغفول می ماند و درست انبارداری نمی شود و از بین می رود. این مسأله را نیز به عنوان زیرمجموعه بحث های مالی به آن توجه داشته باشید.

### ۱۴- سنجش روز و زمان و موقعیت برنامه

نکته بعدی درباره سنجش روز و زمان و موقعیت برنامه و تنظیم برنامه نسبت به آن است. اگر به یاد داشته باشید، در برنامه استارت آپ گفته شده بود که تنظیم هر برنامه باید نسبت به موقعیت آن باشد. مثلاً برنامه ای تنظیم کرده اید که نیاز به سالن ورزش دارد، چون می خواهید فعالیت خاصی در کنار آن انجام شود. و یا برنامه ای دارید که لوازم و ابزار خاص؛ مثلاً دکور خاصی را می خواهد. این دکور باید در فضایی مناسب باشد. مثلاً در خانه نویی نباشد که اگر خواستیم دکور را بسازیم و به جایی تکیه دهیم، خانه صدمه ببیند. مسلماً به این موارد متذکر هستید اما شکایت بسیاری از کسانی که فضا را در اختیار ما قرار داده اند، بعد برنامه به گوش ما می رسد و یکی از موارد این است که ما مدل برنامه را خوب با موقعیت تنظیم نکرده ایم. بعضی از گروه ها برنامه را در خانه های قدیمی که می خواهند خراب کنند و یا خانه های جدیدی که هنوز کامل ساخته نشده، اجرا می کنند و در آنجا هر رنگ و میخ و دیوارکشی را که می خواهند انجام می دهند.

اما نکته بعد درباره زمان و روز است. مثلاً ما می دانیم برنامه هایی که صبح های اول وقت بین ساعت ۷ تا ۱۰ گرفته می شود، برنامه های خوبی نیستند، اما بعضی برنامه ها موقعیت خاص این را دارند. مثلاً اگر می خواهیم دعای روز جمعه را بخوانیم (دعای ندبه)، این دعا را باید در ساعت مناسب خودش خواند و این دعا در عصر جمعه خوانده نمی شود. یا مثلاً دعای کمیل روز سه شنبه خوانده نمی شود و زمان مناسب آن شب جمعه است.

چطور ما برای هر کدام از این ها قرار خاصی داریم که مثلاً در روایات آمده است که اینجا محل نزول این آیات است یا سفارش شده این ادعیه هست. در نوع برنامه هایمان هم متفاوت است. برای همین غذای پذیرایی هم که می خواهیم بدهیم، نسبت به آن تنظیم می کنیم. در این ماه هم بسنجیم که بعضی از خانواده ها، خانواده هایی هستند که برنامه های صبح برای آنها بهتر است. پس بیایم مثلاً ده صبح تا یک بعد از ظهر بگیریم. چرا این را عرض می کنم؟ برای من جالب بود که بعد از یک هم اندیشی که یک سری از گروه ها با هم داشتند، این ها برنامه خود را بعد از ظهر انداختند. یعنی چه؟ یعنی ابتدا غذا می دادند، بعد از آن تازه برنامه خود را شروع می کردند. من می گفتم «این ها غذای سنگین خورده اند، برای چنین برنامه سنگینی حال ندارند» گفتند: «نه» غذایمان را سبک کردیم. یعنی ارزان؟ نه! رفتیم غذایی را تدارک دیدیم که این غذا زیاد به بدن فشار نیاورد. هر چقدر هم بخورند، مدل غذا، غذای سبکی باشد.

همین مدل را من خیلی وقت ها در برنامه های ماه رمضان دیده ام. آن هایی که برنامه دارند، افطاری می دهند. بعد از آن می گویند «تشریف ببرید سالن کناری» یا نه، همانجا برنامه را اجرا می کنند. یک ساعت، یک ساعت و نیم، دو ساعت برنامه می گیرند، بعد از آن شام را سرو می کنند. یعنی اینکه روی این تایم برنامه هم فکر شده است.

ما در برنامه غدیر هم می توانیم این کار را انجام دهیم. خاطریم هست گروهی برای غدیر در ظل آفتاب ظهر برنامه گرفته بود. «چرا این کار را کردید؟» گفت: «هدفمند این کار را کردیم. ما تا این ساعت برنامه آمدیم (در مثلاً) ساعت ده تا دوازده در سالن برنامه گرفتیم. برای اینکه تحرکی شود، همه را بردیم خارج از برنامه، فلان برنامه را در فضای باز زیر آفتاب گرفتیم. می خواستیم به مردم بگوییم که چقدر مثلاً ببینید آفتاب سوزان است! چقدر اذیت می شوید! در این فضا ملت ایستاده اند. پس پیغمبر ﷺ پیام خیلی مهمی می خواسته بدهد که آدم ها را در این ساعت زیر آفتاب قرار داده است» و یک سری پیام دادند. کلاً هم می گفت «ما برنامه مان را نیم ساعت، چهل دقیقه جمع کردیم» بعد مردم می گفتند «برنامه خیلی ویژه ای بود. خیلی برای ما جالب بود، یک خرده به دردسر افتادیم؛ ولی به یاد ماندنی شد.»

حالا خوب یا بد، آن مسئله را جای دیگری باید بررسی کنیم ولی می خواهیم بگوییم که به این فکر نکنید. اگر برنامه ما می خواهد برنامه بسیار خاصی باشد، مسلماً به زمان و موقعیت برنامه توجه ویژه داشته باشیم.

### ۱۵- اتمام برنامه

اگر بخواهم یک نکته پایانی به شما سروران عرض کنم، بحث اتمام برنامه هست. خیلی وقت ها شاهد بودیم که اگر برنامه ای مثلاً ساعت یازده شب تمام شود، خلاصه همه آدم ها کار خود را انجام دادند و بعد هم زن و بچه و همسر و خانواده آن بیرون آمده هستند، ما هم برویم دیگر. هیچی! پنج نفر، ده نفر می مانند. همه یاران و اطرافیان و انصار رفتند! این ده نفر باید وسایل را جمع کنند. این ده نفر، دو روز، یک روز باید زحمت بکشند تا این خانه را به صاحبخانه یا این سالن را تحویل دهند و مشکل از اینجا شروع می شود. ما می گوییم از روز اول تیمی را فقط برای روز آخر آماده کنید که این سالن را تحویل دهد. چرا ما باید در بسیاری از برنامه های خود از مسئول سالن شکایت داشته باشیم؟ از آن خانواده ای که این منزل را در اختیار ما قرار داده است؟ از آن کسی که این مدرسه راه، این فضا راه، این فرهنگسرا را در اختیار ما قرار داده است؟ بعد خدای ناکرده بپایند بگویند «شما مذهبی ها برنامه هایتان اینگونه هست». این یعنی روی آن فکر نکرده ایم. می گوییم روز اول که لیست می بندید، فکر کنید. لیست برنامه هایی که آخر خستگی، آخر برنامه می خواهند بایستند، برای ما خدمت کنند، این کار را جمع کنند، این را روز اول بندید. حالا از این پانزده نفری که قرار است بایستند، ممکن است دو نفر هم اتفاقی برای آن ها پیش بیاید یا عجله داشته باشند، بروند و یک روز دیگر جبران کنند، یا نه! اصلاً کلاً نتوانند بپایند. این یکی از نکاتی است که خیلی ساده است! ولی متأسفانه ما از آن غافل هستیم.

و اما مورد بعد؛ در ابتدای برنامه همانگونه که به ساحت مقدس امام زمان علیه السلام عرض ادب می کنیم، آخر برنامه هم بگوییم. یک سری می گویند «روز مزد است» سلیقه برخی است، سلیقه بنده نیست. سلیقه خیلی ها هست، سلیقه خیلی ها نیست. من می گویم همین که اجازه داشتیم در برنامه حضرت حرف بزنیم، آخر مزد است. دیگر چه چیزی از این بهتر؟ اما نکته مهم این است که بپاییم به ساحت مقدس امیرالمؤمنین علیه السلام، ائمه اطهار علیهم السلام و وجود مقدس آقا امام زمان علیه السلام عرض کنیم: یا صاحب الزمان؛ از شما ممنون هستیم که اجازه دادید ما در اینجا برای شما خدمتی کنیم، اجازه دادی که یک بار دیگر در برنامه تو نفس بکشیم و از نام مقدس تو دم بزنیم. خدایا شاهد باش که ما این کار را کردیم، خدایا شاهد باش که ما هرچه در توان داشتیم، این بچه ها، بزرگترها از زندگیشان، زن و بچه هایشان، خانم های محترم از زندگیشان، همسر و بچه هایشان، از رسیدگی به پدر و مادرشان زدند که برای تو کاری کنند. خدایا سعی کردیم به اندازه نمکی در اینجا کاری کرده باشیم، تو هم به ما عنایتی کن. چه در این دنیا چه در آن دنیا.

خیلی ها هم بزرگواری را دعوت می کنند که پیام بسیار خوبی را به آدم ها می دهد. کسی را دعوت می کنند که به بچه ها خسته نباشید می گوید. سیدی را دعوت می کنند که می گوید: متشکریم که تو برای جد ما این کار را انجام داده ای. شاید وظیفه ما بوده، آفرین بر تو و تشویقی کنند. خیلی از برنامه ها را هم دیده ام که پایش یک مداحی و برنامه ویژه ای دارند. بچه ها یک ارتباط ویژه قلبی مجدد با ساحت مقدس امام زمان علیه السلام می بندند.

همانطور که اول برنامه عرض کردم، اینجا هم عرض می کنم: چک لیستی را برای خودتان آماده کنید و در این چک لیست بیاورید که این موارد باید یکی یکی انجام شوند. خیلی وقت ها یک ناظر برنامه این کار را انجام می دهد. وظیفه ناظر برنامه این است که بیرون بایستد و فرض کند که آنجا یک ساختمان است. در کار ساختمان سازی یکی از کسانی که همه با او سرناسازگاری و اخم و تخم دارند، ناظر ساختمان است. چرا؟ چون ناظر وظیفه اش این است که بگوید آن جوشکار را نگاه کن. آن جوش را درست انجام نداده است. این کسی که گچ کاری کرده، کارش را درست انجام نداده است. شاقول را بیانداز، ببین ایراد دارد. طرف می گوید: آقا طرفی که دارد پول می دهد و صاحب این مال است، مشکلی ندارد. تو گیر می دهی؟ اگر این ناظر و آن چک لیست نباشد، فردا هر اتفاقی بیفتد، چه کسی باید جوابگو باشد؟ اولین شخص آن ناظر است. این ناظر است که کار را پیش می برد، و معمولاً اوست که چک لیست را پر می کند. اگر این فرد را ندارید، مدیر محترم و کسی که در کنار اوست، این چک لیست را نادیده نگیرد تا آن کار به نحو احسن پیش برود. اما وارد یک بحث دیگر می شویم و آن استانداردهای یک برنامه است. مگر برنامه استاندارد دارد؟ بله هر چیزی برای خودش یک استاندارد دارد. خاطرتان هست که گفتیم اگر می خواهید کپی کنید، درست کپی کنید؟! یک راه اولیه آن، این است که از اولین سازنده که این کار را کرده است، بپرسیم که چه کار کردی و چه نکاتی را دقت کردی؟

چند سبک قدیمی و در عین حال جذاب را برای شما عزیزان عرض می کنم. در بحث های مختلف آن چیزی که خیلی کار را جلو می برد، **ابتکار عمل** است، ولی آن چیزی که یک گزینه را پایدار نگه می دارد، **چهارچوب های اصلی** است که شما به آن دقت کرده اید. به آن چهارچوب ها استاندارد می گوئیم.

#### ۱- نمایشگاه غرفه ای

یکی از کارهایی که انجام می شود را با هم مرور کنیم. نمایشگاه غرفه ای از نمایشگاه هایی است که تشکیل می شود و معمولاً شامل چهار غرفه می گردد. چرا چهار غرفه؟! می خواهیم مثل نمایشگاه های بین المللی ۳۰ غرفه بزنیم. بر چه اساسی چهار غرفه زده اید؟ خب بزرگوارانی که از قدیم آمده اند، فعالیت غرفه را پایه ریزی کرده اند، برای خودشان تعیین کرده اند. گفتند ما یکسری مدعو داریم که حدود ۴۰ دقیقه وقت دارند. یعنی ما به مدعوین گفته ایم: آقا شما ۴۰ دقیقه وقت دارید. می خواهیم برای شما یک برنامه اجرا کنیم. اگر وقت بیشتری دارید، روش دیگری برای شما داریم.

معمولاً در نمایشگاه غرفه ای، در این چهار غرفه که برگزار می شود، چهار آیتم مختلف برای مدعوین می گذاریم. می گویند بر اساس نوع ورودی تان که مثلاً شما دعوت لحظه ای می کنید (که ان شاء الله در مهندسی دعوت، برای عزیزانی که با این واژه آشنا نیستند، برای آن ها عرض خواهیم کرد. فقط در این حد بدانید که دعوت لحظه ای یعنی اینکه مثلاً همین الان کنار خیابانی که مسیر پر تردد است، غرفه ای زده ایم. آدم ها را دعوت می کنیم. یک نیم ساعت، چهل دقیقه وقت دارید؟ طرف می خواهد در پارک یک ساعت وقت بگذارد. شما در پارک می گوئید: نمایشگاه جالبی هست، اگر دوست داشتید، نیم ساعت، چهل دقیقه تشریف بیاورید.) طرف می آید یا دور می زند یا همان اول در غرفه چند دقیقه می نشینند تا غرفه آماده شود. این غرفه ها پانزده نفره، بیست نفره یا سی نفره (بر حسب نوعی که دارند) هستند.

اولین استانداری که در بحث غرفه است، می گوید که: زمان اجرای این غرفه نباید بیشتر از بیست دقیقه باشد. یعنی بین ده تا بیست دقیقه.

- نه! می خواهیم نیم ساعت حرف بزنیم.

- خب برادر من! این خسته کننده می شود، طرف می رود بیرون.

- خب برود بیرون! ما دیگر حرفمان را زده ایم.

- اگر شما یک سیر محتوایی را تشکیل دادی، هر کسی اگر وسط آن محتوا بیرون برود، ممکن است دچار مشکل شود.

مثلاً تصور کنید یک مدل برنامه جشنی داریم که مربوط به وجود مقدس امام زمان علیه السلام است. می خواهیم غرفه اول خود را با بحث «تاریکی جهان» شروع کنیم. خب بینندگان محترم! سلام. خوش آمدید. در خدمت شما هستیم. ده دقیقه، یک ربع، بیست دقیقه، نیم ساعت می خواهیم صحبت کنیم. ببینید چقدر فساد زیاد شده است! ببینید چقدر آلودگی هست! ببینید در کشورهای آفریقایی چه

اتفاقاتی می افتد! ببینید ظلم چقدر زیاد است! ببینید چقدر زندان داریم؟! چقدر به آدم ها، زن ها و بچه ها چه ظلم ها و خیانت هایی می شود!

طرف از اول روضه تا آخر روضه درباره ظلم و فساد و چیزهایی که در جامعه و واقعیت که خودش هم می بیند، می شنود. بعد هم خسته می شود و بعد از نیم ساعت از غرفه بیرون می رود. یک میکروفن می برند دم در گزارش می گیرند: از این غرفه آمده اید بیرون، چه شد؟

گفت: بله! راست می گوید دیگر! همه دنیا ظلم است. من هم الان وقتم تمام شده است.

این مشتری خیلی خوب را که وقت هم داشته است، از دست دادیم. چه پیامی به او رسیده است؟ نیم ساعت گوش کرده که دنیا پر از ظلم است. آیا هدف ما این بود؟ برای همین می گوییم ده دقیقه تا پانزده دقیقه. ما می گوییم ده دقیقه نه، یک ربع کل جمله تان را ببندید. وارد غرفه دوم می شود. غرفه دوم چیست؟ غرفه دوم می گوید که: خب دیدید که آنجا این گونه شد. برویم یک خرده گذشته را ببینیم، این طرف و آن طرف را ببینیم، بالا و پایین را ببینیم، ببینیم خدایی که ما را خلق کرده است، چه چیزهایی برای ما داشته؟ بحثی را مطرح می کنیم با عنوان «اصالت مهدویت».

در ادیان مختلف بوده است: زرتشتی ها کسی را دارند به نام «سوشیانس»؛ مسیحی ها یک چنین چیزی دارند؛ یهودی ها این را دارند؛ گروه های مختلف به منجی اعتقاد دارند.

یک غرفه درباره این موضوع حرف می زنید.

غرفه بعدی چیست؟ غرفه بعدی مثلاً امام زمان عجل الله تعالی فرجه را معرفی می کنیم.

غرفه چهارم هم یک جمع بندی می کنیم. اگر قرار باشد هر کدام از این ها سی دقیقه باشد، این ها هم متکلم وحده بنشینند، فقط گوش دهند، آن هم روی صندلی های پلاستیکی، اذیت می شوند. چقدر دیگر این طوری بنشینند؟ مخصوصاً یک بچه کوچک یا آدمی که کمتر حوصله دارد؟

بنابراین می گوییم که شما بین ده تا پانزده دقیقه باید اجرایتان را انجام دهید. مسلماً جزو شرایط استاندارد این است که مجری باید به اجرای غرفه خودش مسلط باشد. هر مجری برای یک غرفه به درد می خورد.

و ما در استاندارد خود می گوییم که بهتر است که در آخر پیوندی با امام زمان عجل الله تعالی فرجه ایجاد کنیم و راهکاری را دست او بدهیم که طرف از این برنامه بیرون آمد، یک چیزی دستش باشد. یک چیزی گرفته باشد؛ نه این که فقط «کیف کردم! آقا خیلی خوب بود و بستنی تان عالی بود!» چرا باید آخر برنامه چنین جملاتی را بشنویم؟ علت آن این است که خیلی از آن محتوای خیلی خوبی که داشتیم، دست او نیامده است.

فقط نتیجه خوب این نیست که آخر غرفه طرف گریه کند. ما به دنبال «حرکت» هستیم، حتی اگر منظور ما «انتظار» است، باید مدل و نحوه آن را به او بگوییم. یک بار فقط وقت داشتیم این بیننده محترم را ببینیم. باید یک دانه گل به او بزنیم، باید یک پیام مثمر ثمر به او بدهیم و روی این پیام کار کنیم. نکته مهم در نمایشگاه غرفه ای این است که یک طرف حرف می زند، اما خیلی وقت ها در جامعه ما افراد به سؤالات احتیاج دارند، پرسش دارند. ممکن است وسط غرفه سؤال کنند ولی موقعیت آنجا اصلاً اجازه نمی دهد که سؤال شود. هر کسی سؤالی داشت، در غرفه یک میز با عنوان پرسش و پاسخ در انتها داریم. ایشان تشریف بیاورند آنجا و هر سؤالی که دارند را از آن بزرگواری که آنجا هستند، می پرسد.

یک هزینه حداقلی برای مشارکت گذاشته اند. مثلاً ما این حداقل را ۱۰۰ هزار تومان گذاشته ایم. ولی شخص می تواند تا یک و نیم میلیون تومان و بیشتر هم بدهد. مثلاً جایی داشتیم که با ۲۵۰ میلیون تومان برنامه ای را اجرا کردند. این برنامه بیش از ۱۲ غرفه داشت. ولی ۱۲ غرفه برای کسی است که وقت دارد. مثلاً شخصی ۴ غرفه را رفته و ما به او می گوییم که غرفه ما تمام شده است که اگر کسی وقتش تمام شده است، می تواند تشریف ببرد اما اگر کسی وقت دارد، می تواند ۴ غرفه دیگر که در ادامه اینجاست را هم ببیند که محتوایی جدا دارد. یا اگر دوست دارید، فردا شب بیاید. شب بعد از غرفه ۴ به بعد برای او شروع کنید.

مسلماً اگر بتوانید در بحث مالی همکاری خوبی بگیرید، دکورهای خوبی هم می زنید. اما به خاطر پولی که نیاز دارید، به خاطر هزینه ای که می خواهید جور کنید، فقط درگیر کار دکورسازی نشوید که از محتوا بمانید. یعنی یک غذای خیلی خوب بدهیم ولی محتوا

چه؟ هیچی. غذا خیلی خوب است، خیلی شیک است، اما محتوایی که مخاطب بخواد عملی کند، محتوای غنی ای نیست که دست طرف را بگیرد. نمونه این کار برنامه ای است که ۱۵ سال پیش دیدم و خیلی با این برنامه چپ افتادم.

## ۲- برنامه میزها

بعد از سالیان سال، چند سال است که با دوستان خود جمع می شویم. هنوز بسیاری از آدم ها نظر می دهند که یکی از فوق العاده ترین برنامه ها و بهترین برنامه های تبلیغی، این نوع برنامه هست. برنامه ای با اسم ساده «برنامه میز». شاید سؤال کنید میز؟ میز به این سادگی، کجای آن جذاب است؟! مشکل ما این است که جذابیت را در شکوه آنچنانی می بینیم؛ مردم بیایند و بریزند و بپاشند و هورا بکشند و چند هزار نفر بازدید داشته باشیم.

این برنامه میزها با استاندارد و با لحاظ نکات مختلفی آفریده شده است. برنامه ای است که از چند میز تشکیل شده که هر کدام از میزها دارای پیام تبلیغی مستقل به خودشان هستند. در هر میز با استفاده از ادبیات روز و به صورت فعال، گفتگوی دو طرفه انجام می شود. یک نتیجه تبلیغی داریم که هر کس، هر جایی که هست، یک گام به جلوتر برود. آن هم در راستای پیوند با ساحت مقدس امام زمان عجل الله تعالی فرجه

خب برنامه ویژه ای که می گفتید، همین بود؟! اینکه کاری ندارد! اینکه چیزی نیست!!! این چه شکوهی دارد؟! این چه جذابیتی دارد؟! نکته مهم این برنامه میزها که باید با توجه به نوع مخاطب و محل اجرا انجام شود، این است که اولاً این برنامه در محیطی مثل پارک و محیط های عمومی که رفت و آمدهای خاصی دارد و افراد بیرونی رفت و آمد دارند، انجام می شود. نه برای یک جشن خانوادگی که البته برای آن هم با تغییراتی می توان انجام داد.

همانطور که شما عزیزان می دانید، آدم های ما در طی سالیان گذشته خیلی چیزها در دلشان مانده که می خواهند در مورد آن صحبت کنند. پای میزهای گفتگوی آدم ها که می رویم، دلشان از خیلی جاها گرفته است. دلشان از دین و از دین دارها خون است. می خواهند حرف بزنند. اصلاً مردم خسته شده اند بس که در مناسبت های مختلف حرف های مختلفی شنیده اند و خیلی عمل ها ندیده اند. خیلی ها می گویند بالا می آوریم از بس که شما چیزهایی می گویند که نه به آن عمل می شود و نه آن را در جامعه می بینیم. و بعد طرف چیزهایی تعریف می کند که واقعاً خیلی وقت ها باید سرمان را پایین بیاندازیم. فلان آدم مذهبی! فلان گروه! چنین اتفاقی افتاده است.

البته در «برنامه میز» هدف این نیست که بیاییم مشکلات و دغدغه های مردم را حل کنیم. اگر این استانداردهایی که خدمت عزیزان نقل می کنم، با ابتکارات بسیار ساده انجام شود، با عزیزانی که مجریان میز هستند، با تمرین های بسیار ساده می توانند یک برنامه میز خیلی خوب انجام دهند. هر چند اگر کسی خواست انجام دهد، حاضر هستیم برای آن بزرگواران یک دوره ای بگذاریم که این «میز» را جداگانه برای آن ها پرزنت کنیم. چند ساعت این کار طول می کشد، ولی خروجی ای که داده است، این است که خیلی از آن هایی که میز حرفه ای اجرا کرده اند، نتایج بسیار خوبی دیده اند. علت اصلی آن هست که ارتباط در اینجا به صورت کاملاً دو طرفه است. یعنی اگر در «جشنی» شما ارتباط را در پرسش و پاسخ، در شرکت در مسابقه، در جواب دادن مداحی می بینید، در «میز» اساس بر این است که افراد مختلف حرف بزنند، خلاف آن چیزی که برای شما نقل کردم، در برنامه های دیگر اتفاق می افتد. در اینجا در بدو این که طرف روی میز می نشیند، ما با او حدود یک ربع را بحث داریم. مثلاً یک ربع، بیست دقیقه ای را می خواهیم با او صحبت کنیم. یک ربع از ابتدای آن شروع می کند به حرف زدن؛ «خب! قرار است یک شبهه را بگوید؟»، «قرار است که درد دل های خود را بگوید؟» نه! ما از تکنیکی استفاده می کنیم که او حرف خود را بزند، اما حرفی که می زند، حرف شبهه داری نیست. چه حرفی باید بزند؟ این حرف را بزرگوارانی که در طول سالیان مختلف اجرا کرده اند، به یک استاندارد درآورده اند:

اول می گویند اسم این میزها را میزهای گفتگو بگذاریم. «گفتمان مهدویت»، «گفتمان غدیر»، «چرا غدیر؟»، «غدیر در اهل سنت»؛ نه یک چیز گارددار یا یک چیزی که خیلی بُلد باشد که در زمینه مذهبی می خواهیم صحبت کنیم. طرف می خواهد ابتکاری بزند، ببری می زند، کار تبلیغی می کند و موضوع بسیار شیک و امروزی و چند دقیقه طرف را دعوت می کند.

### ۳- کافی شاپ

یکی از مثال های خیلی خوبی که در طول سالیان سال اجرا شده، برنامه ای است با عنوان «کافی شاپ». اسم برنامه «کافی شاپ» است. چند میزی را آماده می کنند. خرج آن هم چند میز و صندلی و تزئینات مختصر است. گروه های مختلف را دعوت می کنید. - یک ربع وقت دارید اینجا تشریف بیاورید. گلوپی تازه کنید. ما برنامه ای داریم به مناسبت این ایام؟

- موضوع آن چیست؟

- موضوع آن خیلی ساده است. در مورد موضوعات روز جامعه است.

- این طرف بنشینید...

- بفرمایید!

می گوید: ما دو منوی غذا داریم. یک منو، منوی کافی شاپ ما است. انتخاب بفرمایید: آب پرتقال ، آب انگور داریم. این منوی سرد ما است. یک منوی گرم هم داریم. هات چاکلت، نسکافه، اسپرسو، چای با طعم لیمو و دمنوش های مختلف داریم؛ کیک هم داریم. هر کدام از بزرگواران یک مورد انتخاب بفرمایید تا برای شما بیاوریم.

- هزینه آن چقدر است؟

- مهمان آن بزرگوارانی هستیم که خواستند یک برنامه جذاب بگیرند.

- به چه مناسبت؟

- عید غدیر است. دوست داشتند برنامه بگیرند. شما هر چه دوست دارید، نفری یک آیتم انتخاب کنید.

هر کسی سفارش می دهد و آقای شیک پوشی هم می آید و سفارش هر یک از این بزرگواران را می گیرد تا آماده کنند.

شخص می گوید: تا این ها آماده شود و بیاورند شما نوش جان کنید، اجازه دهید اینجا رسیدیم، چند دقیقه با هم حرف بزنیم. یک منوی دیگر هم داریم. درباره این منو می خواهیم با شما گفتگو بکنیم. چهار موضوع داریم.

- چه موضوعاتی؟

- موضوع اول: حل مشکل ترافیک تهران. موضوع دوم: مشکل کمر درد، برای مشکل کمر درد چه کنیم؟ موضوع سوم: برای یک رژیم خوب چه پیشنهادی دارید؟ موضوع چهارم: (به همین ترتیب). خب بزرگواران انتخاب کنید درباره یک موضوع. کدام موضوع؟

همه با هم تصمیم می گیرند یک موضوع را صحبت کنیم.

- موضوع چیست؟

- مشکل، معضل ترافیک (مثلاً) تهران و کلان شهرها است.

- خب! شما بفرمایید که نظر شما چیست؟

(یک تبصره اضافه کنم. هر میز یک لیدر یا یک مسئول دارد که می نشیند و با بیان خوشی درباره موضوع گفتگو می کند. از هر کدام یکی از افراد نظر او را می پرسد. یک ربع وقت داریم، حدود هفت، هشت یا ده دقیقه درباره موضوع حرف می زند).

- شما بفرمایید که اگر شما باشید، مسئول باشید که به شما بگویند شما بیا مشکل را حل کن، چه طرحی می دهید؟

نفر اول می گوید: ماشین ها را باید زوج و فرد کنیم. تعداد ماشین ها زیاد شده، این ها باید زوج و فرد شود. هر روز یک ماشین در طرح ترافیک برود. طرح ترافیک هم به هر دلیل، مثلاً برای آدم پولدارهاست. شما ائتلاف ایجاد کردید، عدالت را رعایت نکردید. نه! من فقط می گویم زوج و فرد، شانسی! خلاصه قرعه شانسی می اندازیم. هرکس فرد بود، فقط او بیاید؛ هرکس زوج بود هم همینطور.

- چشم!

نفر بعدی:

نفر دوم می گوید: به نظر من الان مشکل این است که ماشین های ما زیاد شده است. دایی من هم یک سری ماشین وارد کرده، ماشین ها روی دست او مانده است. برای این که همه مشکلات را حل کنند، بهترین کار این است که یک حادثه برقی اتفاق بیافتد، نصف ماشین ها آتش بگیرند. ما یک عده را می فرستیم، ماشین ها را دستکاری کنند، صبح صاحب ماشین استارت بزند، آتش بگیرد. البته مراعات می کنیم، طرف هم بیرون می آید.

یکی می گوید: چرا چرت و پرت می گویی؟ آخر «ماشین آتش بزنیم» هم شد راهکار؟

آن یکی می گوید: من طرحم این است!

- خب نفر بعدی! دست شما درد نکند! خیلی ممنون! طرح خیلی جذابی دادی! نفر بعدی چه می گوید؟

هر کسی یک چیزی می گوید. یک خرده می گویند و می خندند و ما هم یک چیزی می گوئیم.

به این شیوه می گوئیم «تخلیه افراد برای حرف زدن». طرف را آدم حساب کردیم. از او نظر خواستیم. الان در این موضوع چه کسی

شاکی است؟ چه کسی اینجا هست که بگوید حقوق مدنی را رعایت کنید؟ بگوید چرا درباره این موضوع حرف زدید؟

هر موضوعی، هر کسی، هر نظری خواسته، داده است. برای کسی مهم نیست که حالا این اتفاق ها می افتد یا نمی افتد.

بعد از این ها سؤال می کنیم: ببخشید! الان با اعمال این ابتکارات مشکل حل می شود؟ آیا ما واقعاً نباید برویم از یکی بپرسیم، ببین

فلانی حرف قشنگی زد. گفت: من نمی دانم! بلند شوید از کارشناس آن بپرسید! برو سراغ کارشناس آن.

خب برویم سراغ کارشناس. به نظر شما کارشناس چه می گوید؟

گفت مثلاً کارشناس می گوید: اول این کار را بکنید. در این محدوده این کار را بکنید. این راهکار را می گوید. این پشتیبان را می

خواهد. این اینقدر هزینه دارد، این ابتکارات باید برای آن زده شود. برای کسانی که مثلاً مشکل رفت و آمد دارند، اول باید مشکل حمل

و نقل عمومی را حل کنیم. مشکل فقط اینگونه نیست.

- ماشینی که فروش نرفته را باید چه کار کنیم؟

او می گوید: از این راه باید اینگونه اقدام کنیم. خلاصه یک کارشناسی، ارزش ویژه ای دارد.

- باید به او پول بدهیم.

- چشم! پول می دهیم!

- باید هزینه کنیم!

- چشم!

- کارشناس می گوید، باید حرف او را گوش بکنیم.

- چشم!

- این دوره شما طول می کشد! چند سال طول می کشد. ولی من در سه ماه اول به شما اینگونه گزارش می دهم. در شش ماه دوم

اینگونه است. بعد از دو سال این پروژه را عملی می کنیم.

کارشناس یک خرده که حرف می زند، می بینیم نه بابا! سرش به تنش می ارزد! فرق می کرد. به غیر از من است که فقط پولدار هستم

و می خواهم یک کار ویژه، یک حرکت ویژه انجام بدهم. در اینجا ما فهمیدیم که کارشناس چقدر می تواند مفید باشد.

چقدر جالب! شما در یک معضل ترافیک تهران، این شخص را انتخاب می کنید. اما چرا بسیاری از ما آدم ها برای زندگی در این دنیا

که می دانیم خالق آن خداوند متعال است، نرفتیم از او کمک بگیریم و از او استفاده کنیم؟

خدا هم یک سری کارشناس قرار داده است. یک سری را آورده است که به من و شما مسیر را نشان بدهد. درباره موضوعات متنوعی

هم حرف زده است، در مورد اخلاقیات حرف زده است، خیلی ها هم مرید اخلاقیات هستند. در مورد احکام حرف زده است؛ این طرف،

آن طرف حرف زده است.

امروز که روز غدیر است، پیغمبر ﷺ پیام آورده که خدایتان گفته است: نعمت را بر شما تمام کردم. مسیری را به شما نشان دادم. برایتان

کارشناسان زبده ای معین کردم.

خیلی ها با او بیعت هم کردند ولی حرف گوش ندادند. از خودم می پرسیم: از این راهنمایی چقدر در زندگی استفاده کردیم؟ فقط آنجا

که به دردمان می خورد، استفاده کردیم؟ یا نه! همه جا استفاده کردیم؟

این یک راهنما است. من می خواستم به شما بگویم که از این راهنما استفاده کنید. بله! از این راهنما استفاده کنید. خیلی راحت.

سؤال دارید؟ ببخشید! زمان میز ما تمام شد. اگر کسی سؤال دارد، آنجا غرفه پرسش و پاسخ است، در آن غرفه می توانید درباره آن

حرف بزنید.



طرف به اینجا رسید که بالاخره کارشناس می خواهد. اگر کسی بگوید «کارشناس نمی خواهد»، خلاف مشی عقلا رفتار کرده است. اگر کسی بگوید که «نه! آن طرح من درست است که ماشین ها را آتش بزنی» خب عاقل نیست. کسی سؤال داشت، به غرفه پرسش و پاسخ برویم.

این مثال بود. این مثال خوب بود؟ این مثال بد بود؟ شما با ابتکارات و کمک از کسانی که تخصص آن هاست، درباره محتوا، می توانید کمک بگیرید.

خیلی راحت با کمترین هزینه، یک ارتباط خوب می گیریم. بین تعدد برنامه های مختلف که داشتیم، یکی از بهترین برنامه ها؛ البته نسبت به نوع هزینه و جایی که خواستیم انجام دهیم و پیغام هایی که از مدعوین داشتیم و گروه نظرخواهی هایمان؛ این روش می باشد.

#### ۴- ایستگاه های تبلیغاتی

مورد بعدی که می خواهم برای شما بزرگواران نقل کنم، درباره ایستگاه های تبلیغاتی است. از قدیم دیده اید ایستگاه هایی را که در آن می ایستادند، شربت می دادند، چای می دادند، شیرینی می دادند. در مناسبت های مختلف هم هست. می گوییم از این فضا استفاده کنید. طرف شربت خود را می خورد، دو دقیقه یک نکته به قول معروف ساندویچی به او بگوییم. خیلی کوچک! آن کنار تابلویی می زند، بنر می زند، همین الان این لیوان را خوردید، چقدر خنک بود؟ چقدر گرم بود؟ در این هوای سرد می چسبید؟ چقدر برای شما مطبوع بود؟ یک نکته خیلی کوچک را با یک بیان شیوا و تبلیغ خیلی راحت به او می گوییم.

این برنامه، برنامه بسیار سبکی است. شما با کمترین هزینه می توانید انجام دهید. زمان اجرای آن بیشتر از پنج دقیقه نمی شود. تعداد و تنوع آدم هایی که رد می شوند، زیاد است. آدم ها با هر ریخت و قیافه می ایستند که چیزی را خیلی راحت میل کنند. شما از این فضای تبلیغی تان استفاده کردید. آن چنان مؤونه خاصی هم نمی برد. البته بعضی جاها هست که مجوزهایی را طلب می کنند. این هم یکی از مواردی بود که خدمت عزیزان می خواستم نقل کنم.

#### ۵- سمینار کنفرانس

مورد بعدی را که خدمت سروران می خواهم عرض کنم، موردی است که با عنوان سمینار کنفرانس انجام می شود که بیشتر وجهه، وجهه علمی هست. وجهه تخصص هست. سمینارهای علمی بسیاری در سطح ایران و دنیا برگزار می شود که آدم هایی هم که در این سمینارها دعوت می شوند، موقعیت های آنان، موقعیت های خاصی هست. مثلاً مدعوین شعرا هستند، نویسندگان هستند. البته من این را روی رویکرد خاصی است که عرض می کنم. این سمینار یکی از اهداف مهم این سمینار، ارتقای سطح محتوایی و کیفی و کمی یک برنامه است. یعنی چه؟ یعنی ما در این سمینار و کنفرانس می توانیم بخش اعظمی از بسیاری از اطلاعات دینی را با موضوعی تخصصی ارائه دهیم. مسلماً این سمینار و کنفرانس برای کسانی که حال و حوصله این کار را دارند، برای محققین طراحی شده است. اگر تلویزیون ایران را روشن کنید، هر کانال برنامه ای دارد. در بین این کانال ها، وقتی کسی می خواهد کانال ورزشی ببیند، اکثر کانال ها بعضی مواقع ورزش هم پخش می کند ولی همه می دانند در ایران اگر بخواهند کانال ورزشی تخصصی ببینند، باید شبکه سه را ببینند.

آیا کانال سه برنامه جنگلکی ندارد؟ برنامه خاصی ندارد؟ چرا! از آن برنامه هم دارد. ولی برنامه شبکه سه یک رسالتی دارد. رسالت آن ترویج ورزش است.

رسالت شبکه شش چیست؟ اخبار.

یک سری آدم های فرهیخته داریم که روی این آدم ها باید حساب ویژه باز کنیم و باید آن ها را ویژه دعوت کنیم و بعد برای آن ها برنامه خاصی داشته باشیم. این آدم ها، آدم هایی هستند که اگر در سطح عموم جامعه ببینید، آدم ها، آدم هایی هستند که اتفاقاً کانال چهار جمهوری اسلامی را می بینند. این ها آدم هایی هستند که برای ما برنامه می گذارند، فیلم های خاصی را می بینند. آدم هایی هستند که بسیاری از تفکرات از این ها برمی آید. آدم های نویسنده هستند. آدم هایی هستند که می توانند جامعه را رقم بزنند و محتوا تعیین کنند.

یک بُعد سمینار و کنفرانس می تواند اینگونه آدم ها باشد. البته باید بدانیم که زمان این برنامه را یا عصر یک روز تعطیل بگذاریم، یا زمانی بگذاریم که کمتر به زمان حضور آن ها در خانواده ضرر بزند و مشکلی را برای آن ها ایجاد نکند. این هم یکی از مواردی است که کاربردهای خیلی خاص و خوبی دارد.

## ۶- جشن سنتی با ابتکارات نوین

مورد بعدی مورد جشن سنتی است. بسیاری از ما، جشن های سنتی را دیده ایم. هنوز که هنوز است، شکوه خاصی دارد. اما ابتکارات مختلفی در جشن های سنتی بیان می شود که ما هم می توانیم آن را در جشن خود داشته باشیم. همانطور که مستحضر هستید، چند سالی هست که بزرگوارانی در این عرصه واقعاً تحقیق کرده اند، زحمت کشیده اند، خیلی کارهای مختلف کرده اند که اجرای ویژه ای درباره نوع برنامه، سخنرانی و تحول در برنامه اجرا داشته باشند. عنوان «تاک شو» را راه انداخته اند که در قسمتی از برنامه از آن استفاده شود. نمی گویم جای سخنرانی نشسته است ولی یک نوع ارائه محتوایی خوب است. تاک شو روشی است که یک نفر، دو نفر یا سه نفر (نسبت به نوع محتوا، سیستمی که چیده شده) روی سن می آیند و در حالت ایستاده اجرا می کنند و پیام متقابل را می رسانند و خیلی اوقات هم با مردم تعامل می کنند، حرف می زنند و برنامه ای را اجرا می کنند. در همین برنامه سنتی به غیر از تاک شو، خیلی از کارهای دیگر مثل نور و صدا، مثل نوع دکلمه خوانی ها، مثل نوع استفاده از کوچکترهای مجلس و کارهای متنوعی وجود دارد که می شود انجام داد. البته همان برنامه های سنتی قدیمی را هم می توان انجام داد.

خاطرم هست یک برنامه استارتاپی انجام شده بود برای این که برای برنامه های سنتی ابتکاری بزنیم. مثلاً چه کسی؟ خانواده ها. برای برنامه خانوادگی که غرفه یا میز نمی توان گرفت. گروهی ابتکاری زدند و این ابتکار را عملی کردند و می بینیم که اجرا هم می شود. برنامه مسابقه یک تا سه ساعته برای یک محیط سنتی طراحی کردند. همه چیز را هم با محوریت خانواده چیدند. این برنامه چگونه بود؟ اینگونه بود که این ها هر گروه خانواده ای که وارد می شد را دور یک میز جمع می کردند و می گفتند «شما یک گروه!» مثلاً این گروه ظرفیت آن پنج نفر هست، شش نفر هست. ده، بیست، سی میز می تواند باشد. قاعده ای را بچینند، سر میزها بنشینند. از اول که این برنامه شروع می شود، همه با خانواده خودشان هستند. هر گروه، کاملاً وارد مسابقه می شود. تمامی محتوای برنامه که می خواهید ارائه بدهید، حتی قسمت های جذاب آن، حتی قسمت هایی که مثلاً مداحی داشته باشد، کارهای مختلف داشته باشد، در این نوع مسابقه، آورده بودند. چون زمان کم است، خیلی به آن نمی پردازم ولی طرح، واقعاً طرح بسیار خوب و شگفت انگیزی بود و این طرح بسیار اتفاقات خوبی را رقم زد که خانواده ها با دید جدیدی وارد این برنامه شدند.

## ۷- جشن کودک و غرفه کودک

یکی از چیزهایی که در مدل های اجرایی بسیار مهم است و بسیار درگیر آن هستیم و باید سرمایه گذاری بسیار ویژه ای روی آن داشته باشیم، «برنامه برای بچه ها» است. یا می گوییم «جشن کودک» که منحصراً برنامه برای بچه ها هست. یا در کنار برنامه هایی که داریم، از این بچه ها استفاده نمی کنیم و خیلی وقت ها آن ها را مجبور می کنیم که بنشینند چه کار کنند؟ بنشینند کنار برنامه، سخنرانی گوش دهند. بچه می خواهد شیطانی کند، بازی کند؛ سخنرانی را خیلی وقت ها بزرگان هم گوش نمی دهند، او را مجبور می کنیم که حتماً آن برنامه اینگونه را ببینید. می توانیم برای آن ها غرفه کودک بگذاریم که در آن بازی کند، نقاشی کند و ذهنیت خوبی از جشن برایش باقی بماند.

سرمایه گذاری ویژه برای غرفه کودک ضروری است. بسیاری از خانم های محترم وقت می گذارند و آن ها را هدایت می کنند. خیلی وقت ها آقایان هم این کار را می کنند. خلاصه کار بسیار ویژه ای هست.

خاطرم هست در استارتاپ جدیدی که ما در مشهد داشتیم و من چند روز پیش مطالعه ای روی این استارتاپ داشتم و خانم های محترم انجام داده بودند، برنامه های ویژه و جذابی را برای کودکان دیده بودند. برنامه ها خیلی عالی بود. پیشنهاد می کنم عزیزی که

در کانال سفیران هستند، از این نمونه ها با اجازه مسئولین استفاده بکنند و ببینند با چه ابتکارات بسیار ساده ای، می توانیم چه جشن عجیب و خوبی را برای بچه ها رقم بزنیم.

این کار استانداردهای خاص خود را دارد، مسلماً بررسی های خاص خود را هم دارد. مخصوصاً وقتی برای بچه ها کار می شود، چیزهای متنوعی که باید نسبت به بچه ها تنظیم شود، مسلماً این نوع بودجه بندی با بودجه بندی بزرگسالان متفاوت است و می تواند یک کار تأثیرات بسیار مهمی در لوح پاک وجود بچه ها داشته باشد.

اما یک نکته را خیلی راحت بگویم. در نوع جشن های کوچک ما، به بچه های کوچک سریع جایزه داده می شود. هر جایزه دادنی لزوماً خوب نیست! هر جایزه دادنی لزوماً مؤثر نیست! پیام تبلیغی ما اگر خوب باشد، آن جایزه مؤثر واقع می شود، اگر نه طرف جایزه را می گیرد، یک گوشه ای می اندازد و سراغ کار خودش می رود. پس جایزه را زمانی بدهید که روی آن فکر و روی آن برنامه ریزی شده باشد. ان شاءالله اگر زمانی بود، ما درباره جایزه هم صحبتی را خواهیم داشت.

وقت رو به پایان است و ما وارد بحث مهندسی دعوت و چند نکته دیگری که درباره اجرا وجود دارد، نمی شویم. ان شاءالله در فرصت دیگر به آن خواهیم پرداخت.

### ۸- جشن برای مجریان کنکوری

یکی از نمونه هایی که با آن ارتباط خیلی خوبی برقرار کردم، جشن کنکوری هاست. مدل های مشابه آن هم هست که به عنوان آخرین مدل اجرا، برای شما نقل می کنم. اگر بخواهیم به مورد های اجرا بپردازیم، تعداد آن زیاد است، ولی می خواستم بگویم همین مدل های اجرایی که شما دیدید، با یک مقدار دست زدن در محتوا و چینش می تواند ابتکارات خوبی را رقم بزند.

خاطر من هست به ما مراجعه شده بود که ما برای کسانی که می خواهند اجرا کنند، مثلاً شب کنکور آن هاست و وقت نمی کنند. اگر کنکورشان تمام شود، یک هفته تا آن مناسبت مذهبی ما (مثلاً نیمه شعبان ضبط داریم)، برای این ها چه کار می توانیم انجام دهیم که این یک هفته را خوب از آن ها استفاده کنیم؟

استارتاپی در این زمینه تشکیل شد و طرح های بسیار خوبی داده شد. طرح هایی که برنامه محتوایی آن ها روی آن کار شده بود. دکورهای خیلی خوبی برای آن ها تدارک دیده شده بود. هزینه های متنوع برای آن ها دیده شده بود. یکی از آن مدل ها، مدلی بود که به آن مدل هواپیما می گفتیم.

دوستان دکوری مثل دکور هواپیما زدند که بیست تا چهل نفر ظرفیت داشت. صندلی را چه کار کنیم؟ یک سری صندلی های اتوبوس را از اتوبوس های خیلی خوب کرایه کرده بودند و در این هواپیما چیده بودند. یک دکور مثل داخل هواپیما زده بودند. دو تلویزیون زده بودند. چراغ ها را کار گذاشته بودند. تیکت های دعوتی که مدعوین گرفته بودند، مثل بلیت های هواپیما بود. آن ها که می آمدند، مطابق شماره بلیت هایشان می نشستند. پرسنلی که پذیرایی می کردند و پرسنلی که حرف می زدند، لباس های مهماندارها را پوشیده بودند و یک سفر مجازی را برای آن ها رقم زده بودند.

نکته این بود که روی یک دکور، بچه ها می آمدند در این یک هفته ای که بعد از کنکور آن ها بود، ظرف دو روز تمرین می کردند و راحت اجرا می کردند. برای چه کسانی اجرا می کردند؟ برای خانواده هایشان، برای دوستانشان از بیرون. محتوای اجرا هم برایشان آماده شده بود.

در این طرح انواع تبصره ها و مدل های مختلف هم به طرح اضافه شده بود. ولی یک دکور جذاب داشت و در آنجا طرح های متنوعی اجرا شد. اعم از اینکه این هواپیما ممکن است سقوط کند، این هواپیما ممکن است مشکلات فنی داشته باشد. این هواپیما، هواپیمای زندگی ما باشد. مثلاً با این هواپیما برویم سیر کنیم و از بالای مشهد مقدس بگذریم، یا برویم مثلاً از نجف بگذریم. خلاصه محتوای انواع مدل های مختلفی که برای یک برنامه یک ساعته ای در داخل دکور هواپیما قابل انجام بود، مهیا شده بود.

مدل قطاری همین برنامه را دوستان ما زحمت کشیده بودند و آماده کرده بودند. همین مدل برنامه را با تغییراتی برای کشتی و برای قایق های مسافرتی هم طرح ریزی کرده بودند.

مدل اجرا ممکن است متفاوت باشد ولی محتوا، یک محتوای اصلی هم پیام مهم و جلب توجه کننده برای مخاطبین ما و ساحت مقدس ائمه اطهار علیهم السلام هست.

ان شاءالله بحثی که خدمت عزیزان کردیم و بعد از نکاتی در مورد طریقه پیمودن این راه درباره معرفی چند استاندارد بود، مثمر ثمر بوده باشد. ان شاءالله در جلسات دیگر درباره مهندسی دعوت به روش های مختلف اجرا با عزیزان گفتگو خواهیم کرد. شما را به خدای بزرگ می سپارم.

ممنون که توجه کردید.

عذرخواهی می کنم اگر ضعیفی در اجرا بود. ان شاءالله که این نکات منفی را هم به بزرگی خودتان می بخشید. خوشحال می شوم که سؤال و نکته ای دارید، بنده در خدمتتان باشم. از شما التماس دعا دارم. شما را به خدای بزرگ می سپارم.

### **خدا نگهدار**