

بسم الله الرحمن الرحيم

المستغاث بك يا صاحب الزمان

با عرض سلام خدمت شما گرامیان. ایام شهادت امام حسین علیه السلام را پیشاپیش خدمت شما تسلیت عرض می کنیم و امیدوارم که توفیق عزاداری خدمتگزاری در این ایام، نصیب یکایک شیعیان امام حسین علیه السلام قرار بگیرد.

کارگاهی که امروز در خدمت شما هستیم، در رابطه با توضیح و معرفی بسته ای مناسب برای ایام محرم است و این بسته به صورت غرفه ای و نمایشگاهی اجرا می شود و حدود ۱۳ سال است که این پکیج تجربه و چکش کاری و ایرادات آن گرفته شده و بسیار بسیار مورد اقبال مخاطبین قرار گرفته است. خوب است که در کانال سفیران هم معرفی کنیم که ان شاءالله بزرگوارانی که با این بسته آشنایی ندارند، بتوانند از آن استفاده کنند تا ان شاءالله بتوانیم این برنامه را در جاهای مختلف اجرا کنیم. متن محتوا خدمت دوستان هست که حتماً تقدیم می کنند و من می خواهم درباره حواشی مختلف و زوایای مختلف این محتوا توضیح بدهم. ان شاءالله بتوانیم کارگاه مؤثری را داشته باشیم.

نام محتوایی که می خواهیم معرفی کنیم، نمایشگاه با ستاره ها است. البته این نمایشگاه را دوستان قبلاً با اسم «انتخاب» یا نمایشگاه «شروع» هم می شناختند ولیکن با تغییراتی که در سال های اخیر انجام شده، به اسم نمایشگاه با ستاره ها ارائه می شود که سعی داریم توضیح اجمالی این نمایشگاه را خدمت شما تقدیم کنیم. قبل از اینکه وارد توضیح محتوا شویم، خوب است که صحبتی در رابطه با مخاطبین این سبک داشته باشیم. مخاطبینی که مد نظر ما هستند، افرادی هستند که در ایام عزاداری امام حسین علیه السلام در دهه محرم تمایلی به شرکت در فضاهای مرسوم سنتی ندارند، تمایلی به شرکت در هیئت ها ندارند. این افراد تمایلی به روضه خوانی و سینه زنی و شعائر مرسوم این ایام ندارند و همین تمایل نداشتن و احساس اینکه ممکن است این ها متفاوت با افرادی باشند که در این فضاها شرکت می کنند، موجب شده که یک سری حرف ها را نشنوند. در حالی که اگر شما با فضایی متفاوت و فضایی که به علایق این افراد نزدیک باشد، پیام هایتان را انتقال دهید، بسیار استقبال می کنند و بسیار اقبال نشان می دهند.

این بسته برای افرادی است که به هر دلیلی در مراسم سنتی امام حسین علیه السلام شرکت نمی کنند و ما به دنبال این هستیم که این پیام هایی که قرار است که به شیعیان امام حسین علیه السلام و شیعیان امام زمان علیه السلام منتقل شود را در قالبی به این افراد منتقل کنیم. برای همین باید بدانیم که این بسته و این محتوا مناسب هر قشری نیست. فقط قشری که شاید بتوان گفت قشر تقریباً غیر مذهبی هستند. قشری که قیودات خاص مذهبی ها را ندارند، شاید ظاهر متفاوتی داشته باشند ولیکن آن ها هم تمایل دارند که این پیام را دریافت کنند. پس در نظر داشته باشید که مخاطبین این بسته، مخاطبین متفاوتی هستند و اشتباه است که ما این بسته را برای عموم بگیریم. مثلاً در شب عاشورا و شام غریبان نمایشگاهی گرفته ایم که همه تشریف بیاورند. بهره ای که افراد از این برنامه می برند، کاملاً متفاوت است. برای مثال افراد مذهبی که می توانند از شرکت در برنامه های مناسبی سنتی در هیئت ها و در مساجد حظ معنوی ببرند، اگر این افراد بخواهند شرکت کنند، شاید آن لذت و حظ را نبرند و آن حس را نداشته باشند و مناسب نیست که آن ها را دعوت کنیم. افرادی که شاید به ظاهر بشود گفت افراد غیر مذهبی هستند و ظاهرشان با افراد غیر مذهبی متفاوت است و این افراد اهل شرکت کردن در برنامه های سنتی مذهبی عزاداری نیستند، این برنامه مختص آن ها است و در این برنامه خانم و آقا دعوت میشوند. می خواهیم کمی در این حوزه گفتگو کنیم که چگونه ما فضا را به گونه ای ترتیب بدهیم که این ها اقبال نشان دهند. همانطور که عرض کردم مخاطبین این بسته، مخاطبین متفاوتی هستند. این ها اهل شرکت کردن در هیئت نیستند. اهل اینکه بخواهند کفش هایشان را در بیاورند و دو زانو روی فرش هیئت بنشینند، نیستند. این افراد در آن شب ها نوعاً به صورت خانوادگی در خیابان هستند. معمولاً ما این بسته را در دهه اول و به ویژه در شب عاشورا و شام غریبان اجرا می کنیم. البته می شود در شب های دیگر و فضاهای دیگر اجرا کرد؛ ولیکن بیشتر در این فضاها اجرا شده است.

این ها افرادی هستند که در خیابان هستند. شاید در پارک ها باشند، شاید فقط به خیابان ها آمده اند که دسته و روضه ها را ببینند. ولی در هیچکدام از این فضاها شرکت نمی کنند و آمادگی اینکه بخواهند بروند در جایی که مفروش باشد و بخواهند کفش هایشان را در بیاورند و بخواهند خانم ها و آقایان جدا بشینند، ندارند. پس باید فضایی را تهیه کنیم که مثل فضای نمایشگاهی، این افراد بدون نیاز به

اینکه کفش هایشان را در بیاورند، وارد آنجا شوند و چون یکی از جبهه هایی که این ها در ذهنشان نسبت به این فضاها دارند، همان ورود به فضای خیمه های عزاداری است، از لحاظ ظاهر باید متفاوت باشد. یعنی اگر که ما اسم این مجموعه را گذاشتیم: مجموعه نمایشگاهی، مثل یک نمایشگاه، با سازه های نمایشگاهی، غرفه ها را ترتیب دهیم. می شود یک خانه و اتاق های مختلف این خانه را به عنوان غرفه های این نمایشگاه در نظر گرفت و افراد روی صندلی بنشینند و حدود یک ربع، بیست دقیقه، نیم ساعت محتوا را بشنوند. پس از لحاظ قالب و ظاهر هم باید متفاوت باشد.

پذیرایی هم باید پذیرایی متفاوتی باشد. نوعاً ما در هیئت ها پذیرایی چایی، خرما و ... است ولی ما می توانیم در اینجا پذیرایی را متناسب با مخاطبمان که مخاطب خاص است، متفاوت ببینیم. مثلاً می شود دوستان با شیر کاکائو و قهوه و کیک و ... پذیرایی کنند و هیچ ایرادی هم ندارد. یعنی اینگونه نگوییم زشت است که من جلوی عزادار امام حسین علیه السلام نسکافه بگذارم. از این موارد به عنوان ابزاری استفاده می کنیم که مخاطب با ما ارتباط بگیرد و این ارتباط گرفتن مخاطب از همه چیز برای ما مهم تر است.

ظاهر برگزار کننده های این برنامه باید ظاهر مرتب و تمیزی باشد. طبیعتاً هر محب امام حسینی در آن ایام به فکر ظاهر و آراسته کردن خود و لباس خوب پوشیدن نیست و اصلاً همه دوست داریم که ژولیده باشیم و ژولیده وارد هیئت امام حسین علیه السلام شویم و عزاداری کنیم و در سر و صورت خود بزینم ولیکن به خاطر دختران و پسران امام زمان علیه السلام که به هر دلیلی حرف به گوش آن ها نرسیده و شاید آنان جبهه منفی نسبت به آن چیزهایی که ما علاقه داریم، بگیرند، متفاوت تر برخورد می کنیم. به خاطر ارتباطی که به دنبال آن هستیم که با مخاطب بگیریم، ظاهر آراسته ای داریم. حتی ممکن است فضا را فضای متفاوت تری ببینیم که این مخاطب جذب شود.

یعنی اگر من می بینم با پذیرایی که ممکن است من آنجا انجام دهم و این فرد جبهه دارد، پذیرایی را باب طبع آن مخاطب عوض می کنم. ممکن است با ظاهر من جبهه داشته باشد، من ظاهر خود را ظاهر آراسته ای می کنم که مخاطب ارتباط بگیرد و تنها هدف ما این است که فضایی را ترتیب دهیم که مخاطب بینی که به هر دلیلی نسبت به فضاهای سنتی مرسوم جبهه منفی دارند، وارد این فضا و نمایشگاه شوند و ما بتوانیم پیام خود را به آن ها منتقل کنیم. پس اجرای این برنامه تفاوت های ظاهری با برنامه های مرسوم این ایام دارد.

از لحاظ سبک اجرایی، این نمایشگاه به صورت یک نمایشگاه غرفه ای در مکان های عمومی برگزار می شود. معمولاً جایی می رویم که افراد آنجا حضور دارند. مثلاً اگر شما در یک کوچه خیلی خلوتی که خیلی سخت می شود افراد را آنجا دعوت کرد، بخواهید برنامه را بگیرید، شاید نتوانیم آن بازخورد مثبت را ببینیم. ولیکن ما در این شب ها و در این ایام می بینیم که جاهای مختلف شهر هست که جوانان آنجا دور هم جمع می شوند و تجمع می کنند، رفت و آمدها زیاد است، در کنار هیئت های بزرگ، در کنار خیابان های معروفی که در آن شب ها اصطلاحاً پاتوق جوان ها می شود، جایی می شود که جوانان آنجا فقط حضور دارند که ببینند فضا چیست.

خوب است که مکان برگزاری برنامه ما در جایی باشد که این تجمع ها وجود دارد. به خاطر اینکه ما به دنبال دعوت لحظه ای هستیم. این برنامه، برنامه ای نیست که بخواهیم به خاطر آن از قبل دعوت کنیم، پیامک بزینم یا دعوت خانه به خانه کنیم. چون وارد فضاهایی می شویم که مخاطب آنجا حضور دارد و زمان آن هم زمان محدودی نیست. بیرون آمده که حالا به قول خودمان بچرخد و ۴ یا ۵ ساعت را خالی کرده و ما می توانیم از این فضای تفریح و نامحدود آن شب استفاده کنیم و به جایی که آنان حضور دارند، برویم و آن ها را دعوت لحظه ای کنیم. برای دعوت لحظه ای هم باید کارت دعوت طراحی کنیم و برای دعوت سناریو داشته باشیم که المان هایی که ما در دعوت خود به آن تاکید می کنیم، این است که ما وقت زیادی از شما نمی گیریم. حدود نیم ساعت یا سه ربع بیشتر وقت شما را نمی گیریم و برنامه ما هم برنامه متفاوتی است.

همین کارت دعوت دادن، در آن شب ها مرسوم نیست. یعنی کسی که می خواهد هیأت برگزار کند، نمی آید به افراد کارت دعوت بدهد و همین کارت دعوت دادن، همین که من زمان محدودی از شما می گیرم و برنامه من برنامه متفاوتی است، این انگیزه را در مخاطب ایجاد می کند که ببیند چه خبر است و اکثراً به قصد کنجکاو می آیند که چه شده که در این فضاهایی که همه برنامه ها مثل هم است، کسی آمده و برنامه متفاوتی را معرفی می کند. این حس کنجکاو خیلی مهم است.

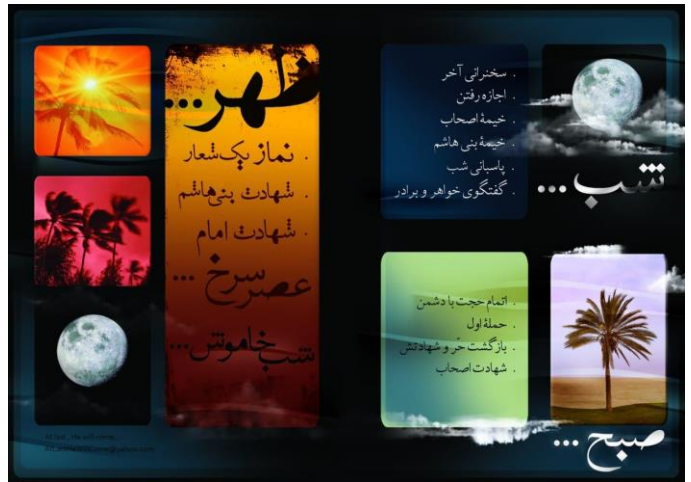
پس دوباره عرض می کنم: می رویم جایی این برنامه را اجرا می کنیم که مخاطب آنجا حضور دارد، تجمع آنجا وجود دارد و دعوت ما، دعوت لحظه ای است. می توانیم از بنر و امکانات این چینی استفاده کنیم که افرادی که از آنجا گذر می کنند، متوجه شوند که قرار است مثلاً امشب اینجا اتفاقی بیفتد. ولیکن بدانیم تأثیر دعوت مؤثر، همان دعوت لحظه ای است. یعنی آنقدری که من برای یک بنر زدن یا برای پیامک زدن و برای دعوت خانه به خانه یا دعوت از قبل هزینه می کنم، بدانم تأثیر آن خیلی کمتر از آن دعوت لحظه ای مؤثری

است که می خواهیم آنجا انجام دهیم و نوعاً دیده ایم که بالاخره هر نمایشگاهی یک گنجایشی دارد. ممکن است هر غرفه ای بیشتر از ۳۰ یا ۴۰ نفر گنجایش نداشته باشد و گنجایش میزهایی که قبل از غرفه ها است، محدود است و دیدیم که این برنامه به خاطر اینکه دعوت آن دعوت مؤثری است، مجبور می شویم در برخی موارد در ورودی برنامه را ببندیم تا بتوانیم جمعیت را کنترل کنیم. یعنی اگر که شما جایی بروید که محل تجمع افراد در آن شب است، استقبال فراوانی می شود.

در بحث اجرا؛ نمایشگاه، نمایشگاه غرفه ای است. ما هر غرفه را حدود ۳۰ یا ۴۰ صندلی می بینیم و برای اینکه این غرفه شروع به کار کند، نیاز دارد که ما از قبل چند میز گفتگو بگذاریم. این میزها چند آورده برای ما دارد. یکی اینکه مخاطب اولین تفاوت را می بیند. اینکه من آمده ام در یک مجلسی که از من دعوت می کنند دور میز بنشینم و از من پذیرایی متفاوتی می کنند. آن نسکافه یا شیرینی که می خواهیم بدهیم را سر میز از مخاطبین پذیرایی می کنیم و نیاز است که سر میزهایی که حدوداً ۵ تا ۱۰ نفر می نشینند، یک نفر لیدر سر آن میز بیاید و شروع کند به گفتگو کردن که کار لیدر چند مورد است.

یکی اینکه بعد از خوشامدگویی، این فضای متفاوت را به آن ها یک مقدار توضیح دهد و یک مقدار ذهن آنان را آرام کند و اینکه این موضوع خیلی مهم است که ما در برنامه ای در خدمت شما هستیم که حدود نیم ساعت یا ۴۰ دقیقه بیشتر زمان شما را نمی گیریم. در این میز پذیرایی می شویم، بعد از پذیرایی و گفتگوی کوتاهی که با هم می کنیم، وارد غرفه می شویم. یک سری کارت را طراحی کرده ایم که این کارت ها مسیر حرکت امام حسین علیه السلام از مکه به سمت کوفه است. منزلگاه های مختلفی که در این مسیر وجود دارد.

برای اینکه بهتر بتوانیم این تفاوت را نشان دهیم و باز بتوانیم ذهن مخاطب را به اتفاقات آن دوران نزدیک تر کنیم، تاریخ ها را هم عوض کرده ایم. یعنی تاریخ های قمری را به شمسی تبدیل کرده ایم. ماه ها را هم به ماه های شمسی تبدیل کرده ایم. برای اینکه من بتوانم درک دقیق تری از فضای آن زمان داشته باشم، بدانم ماه محرمی که برای ما گفته اند که آنجا واقعه کربلا اتفاق افتاده، هوا چگونه بوده است؟ آیا مرداد ماه بوده یا دی ماه؟ وقتی که من این نقشه را نگاه می کنم، خیلی برای من دقیق مشخص شود که خب حضرت که حرکت کردند، طی الارض نکردند. این مقدار زمان برده. هر منزلگاه چقدر توقف کرده اند؟ به تاریخ شمسی در چه تاریخی شروع شده؟ در چه تاریخی به صحرائ کربلا رسیده اند؟ چه اتفاقاتی در این مسیر افتاده؟ هوا چگونه بوده؟ چه ماهی از سال بوده و این ها خیلی مشخص برای مخاطب بیان می شود. و این کارت ها را لیدر های ما بر سر میز می آیند و به مخاطب می دهند و همان تأکید روی تفاوت بر دیدگاه را آنجا به مخاطب ارائه می کنند که برای اینکه شما بتوانید ذهنیت دقیق تری از اتفاقات آن زمان داشته باشید، حتی تاریخ ها را تغییر داده ایم. و این کارت ها را هم می توانید به تک تک مخاطبان بدهید. هم اینکه می تواند لیدر یک کارت دست خودش باشد و در این مسیر وقایع را توضیح دهد و خوب است که آن کارت ها به تعداد مخاطبین چاپ شود و در دسترس آن ها قرار بگیرد. من نمونه ای از این کارت را در گروه قرار می دهم که بتوانید استفاده کنید.



در مرحله بعد، می خواهیم وارد محتوای اصلی و نحوه ارائه این محتوا شویم. خب نمایشگاه غرفه ای می تواند دو یا چند غرفه داشته باشد. در این چند سالی که این فضا را تجربه کرده ایم، به چند دلیل رسیدیم به این موضوعی که الان می خواهیم خدمتان عرض کنم.

ما این نمایشگاه را به صورت تک غرفه می گیریم ولیکن نه این گونه که فقط یک غرفه داریم، نه ما می توانیم دو یا حتی سه غرفه داشته باشیم. ولیکن این غرفه ها به صورت موازی یک محتوا را فقط بگویند. یعنی مخاطب ما وقتی که وارد برنامه های ما می شود، از سر میز بلند می شود وارد غرفه می شود. بعد از غرفه یک به غرفه دو و سه نمی رود. یکی از دلایل آن به خاطر این بود که ما بتوانیم ورودی جمعیت را کنترل کنیم. این ایده، ایده مناسبی بود که ما بتوانیم در آن واحد دو برابر ظرفیت یک برنامه غرفه ای ورودی داشته باشیم. وقتی که غرفه های ما به صورت موازی هر دو یک محتوا را بگویند، ما دو برابر یک برنامه مرسوم غرفه ای که اول باید غرفه یک را ببینند، بعد بروند به غرفه دو، می توانیم ورودی داشته باشیم. یکی از دلایل کنترل جمعیت بود. یعنی باید دو یا سه مجری ما روی یک محتوا کار کنند و آن محتوا را از اول تا آخر می بندند. زمان هر غرفه استاندارد یک ربع تا بیست دقیقه هست. این موارد شاید یک مقدار طولانی تر شود ولیکن در حدود بیست و پنج دقیقه غرفه های ما تمام می شود.

وقتی یک غرفه شروع می شود، یک ربع بعد غرفه موازی دوم شروع به کار می کند. برای همین انگار که هر یک ربع، یکبار سانس برنامه صفر می شود و می توانیم مخاطب جدید را به غرفه دعوت کنیم. پس می توان دو غرفه ای برگزار کرد که هر دو غرفه یک محتوا را منتقل می کنند ولیکن به صورت موازی اجرا می کنند و مخاطب وارد غرفه که شد، بعد از اتمام صحبت مجری برنامه کارش تمام می شود و از برنامه خارج می شود. این دو غرفه به فاصله یک ربع از همدیگر برنامه خود را آغاز می کنند که هر یک ربع یک بار بتوانیم ورودی مخاطب جدید را به غرفه داشته باشیم.

یکی از دلایل دیگری که به جای چند غرفه، یک غرفه داریم، این است که دیدیم به خاطر اینکه بالاخره توانایی ها، تمرین ها و انگیزه ها مختلف است، دیده ایم که مجریان با هم مقایسه می شوند. مثلاً غرفه یک، دو و سه را در نظرسنجی نگاه می کنیم، می بینیم به غرفه ای که بهتر اجرا شده، امتیاز بالاتری می دهند و یک غرفه امتیاز پایین تری می گیرد.

یکی از برگ های برنده ای که ما در این سبک به آن رسیده ایم، همین بود که دیگر مخاطب شروع به قضاوت کردن مجریان مختلف نمی کند و ذهنش درگیر نمی شود که آن غرفه بهتر از این غرفه بود. یک مجری را می بیند و آن مجری، باید مجری توانمندی باشد که بتواند کل محتوا را خوب منتقل کند.

پس من دوباره مروری بر این سبک اجرا داشته باشم که دوستان سر میز می نشینند. یک لیدر کارت ها را به آن ها می دهد. از فضای متفاوت با آن ها گفتگو می کند و وارد غرفه ها می شوند. این غرفه ها هر دو یک محتوا را منتقل می کنند ولیکن به فاصله یک ربع، یک بار ورودی های جدید می گیرند و این گونه شما می توانید جمعیت های بیشتری را وارد غرفه های خودتان کنید.

در این بخش می خواهیم وارد محتوای مجموعه با ستاره ها شویم. محتوا به صورت کامل در دسترس دوستان هست. می توانند محتوا را مطالعه کنند. من سعی دارم فقط المان های مهم هر بخش محتوا را خدمت شما عرض کنم تا شاید به افرادی که می خواهند این محتوا را اجرا کنند، کمک کند. گفتگوی ما را یک مجری در آنجا اجرا می کند. مخاطبین روی صندلی نشسته اند و از ابزارهای صوتی هم آنجا استفاده می کنیم. برای قسمت های مختلف اجرای محتوا ممکن است برای تأثیرگذاری بیشتر مجری نیاز داشته باشد تا زیرصدا یا وکال استفاده شود.

شروع با یک دغدغه مشترک است و آن دغدغه هم این هست که تک تک، من و شما از صبح تا شب با یک موضوع درگیر هستیم. این موضوع بستر گفتگوی ماست و بحث انتخاب کردن است. انتخاب را مقداری باز می کنیم. اینکه ما همیشه در زندگیمان در معرض انتخاب کردن هستیم. ولی یک جاهایی انتخاب ها، انتخاب های ساده و کوچکی هستند که خیلی راحت بشود از آن عبور کرد و درست یا غلط انتخاب کردن، زیاد مهم نیست. مثل انتخاب غلط یک مسیر زمانیکه که صبح می خواهیم سر کارمان برویم. حاصل انتخاب غلط این است که ممکن است یک ربع یا بیست دقیقه دیرتر برسیم. اتفاق عجیب، غریبی نیست. ولی در زندگی ما یکسری اتفاق ها هست که خیلی راحت نمی توانیم از آن عبور کنیم. بر سر دو یا چندراهی می مانیم که باید یکی از این راه ها را انتخاب کنیم. آنجا جایی است که ما مشورت و تأمل می کنیم و بسیار بسیار وقت صرف می کنیم تا یک انتخاب درست داشته باشیم، مثل انتخاب همسر و یا انتخاب شغل و یا رشته دانشگاه و خیلی انتخاب های مهمی که همه آن ها یک فاکتور دارد و آن این است که آینده و زندگی ما را تحت الشعاع قرار می دهد.

این انتخاب ها انتخاب هایی نیست که بگوییم خیلی راحت از آن گذشتیم و چه درست و چه غلط، حالا ببینیم چه می شود. نه. این ها آینده زندگی ما را تحت الشعاع خود قرار می دهند، برای همین تأمل می کنیم. برای همین است که می گویند حتی آن کسی که استخاره

و مشورت می کند و کلی فکر و تأمل می کند و می خواهد همسر آینده خود را انتخاب کند، باز در آخر وقت می گوید: ازدواج مانند یک هندوانه در بسته است.

سؤال اینجاست بشر این همه پیشرفت کرده و این همه تجربیات متفاوت را تجربه کرده است، آیا به فرمولی رسیده است که بگوییم با این فرمول خیالمان راحت است که هر انتخابی که می کنیم، انتخاب صحیحی است؟ این سؤال را می خواهیم از مخاطبان داشته باشیم که قطعاً می گویند خیر. دلیل آن هم این است که اگر فرمولی پیدا شده بود، ما آنقدر برای یک انتخاب ساده تأمل نمی کردیم. ما در ادامه نمی خواهیم ادعا کنیم که فرمول را پیدا کرده ایم، بلکه می گوییم مسیری را پیدا کرده ایم که این مسیر شاید بتواند به خیلی از ما کمک کند. بعد موضوع را می بریم سر این فضا که چه دلیلی دارد ما این موضوع را برای فضای محرم و عزاداری امام حسین علیه السلام انتخاب کنیم. این سؤال صحیحی است که از من به عنوان مجری می شود که این چه موضوعی است برای این شب ها انتخاب کرده اید؟ دلیل آن این است که وقتی با دقت نگاه می کنیم، می بینم تک تک افرادی که اینجا نشستند اند، تک تک ما آدم های روی کره زمین می توانیم کسی شبیه خودمان را در وقایع سال ۶۰ هجری در میان اصحاب امام حسین علیه السلام پیدا کنیم. می توانیم کسی شبیه به خودمان را در صحرای کربلا و در روز عاشورا پیدا کنیم. در هر نقشی که هستیم. چه نقش هایی؟ یک پدر خانواده هستیم، پسر یک پدر هستیم، من رفیق فلانی هستیم، مادر بچه ای هستیم یا اصلاً پولدار هستیم، فقیر هستیم، حتی نوزاد هستیم. ما نگاه می کنیم در این واقعه از یک نوزاد ۶ ماهه تا یک پیرمرد نود ساله آنجا هست. زن و مرد، کوچک و بزرگ، پولدار و فقیر با هر دغدغه و هر طرز فکر که من و شما داریم، می توانیم یکی شبیه به خودمان را در میان اصحاب امام حسین علیه السلام پیدا کنیم.

نکته کجاست؟ نکته اینجاست که من می توانم یکی شبیه خودم را در میان اصحاب پیدا کنم. کسی که الان ۱۴۰۰ سال است که مثل یک ستاره درخشان در آسمان تاریخ می درخشد. پس این نکته مهمی است که من اگر خیلی امید داشته باشم بعد از مرگم بخواهند نامم را در این دنیا به یادگار بگذارند، نهایتاً ۲۰ - ۳۰ سال است. حتی ممکن است بچه های من ۲۰ یا ۳۰ سال اسم مرا نگه دارند. ممکن است من یک کار استثنایی در این دنیا کرده باشم و ۱۰۰ سال بعد از مردنم، اسمم برده شود. ولیکن الان با ستاره هایی طرف هستیم که ۱۴۰۰ سال است که می درخشند و انگار هر سال این درخشش بیشتر می شود و این شاید بتواند برای ما یک نور و روشنایی باشد که من نگاه کنم ببینم آدمی که مثل من فکر می کرده، آدمی که نقشش مثل من بوده، آدمی که حتی شاید مثل من زندگی می کرده، چه کاری کرده و چه انتخابی داشته و چه راهی را رفته است که الان بعد از ۱۴۰۰ سال در تاریخ مثل ستاره می درخشد.

بباید این دفعه با این ذره بین به اصحاب امام حسین علیه السلام و وقایع آن دوران نگاه کنیم. پس ما با موضوع انتخابی که یک موضوع مشترک بین همه آدم هاست، گفتگویمان را آغاز کردیم و آن را به اینجا رساندیم که ما در معرض اتفاق های مهم در زندگی مان قرار می گیریم که خیلی برای ما اهمیت دارد تا انتخابمان، انتخاب صحیحی باشد. دنبال فرمول و راهی می گردیم که بتوانیم با خیال راحت انتخاب های صحیحی در زندگی مان داشته باشیم.

پیشنهاد ما به عنوان برگزارکننده این بخش این است که راهی را پیدا کرده ایم، این راهی که پیدا کرده ایم، در آن یکسری ستاره و افرادی هستند که ۱۴۰۰ سال مانند ستاره در آسمان تاریخ می درخشند و این افراد، افرادی هستند که مثل ما فکر می کنند و دغدغه ها و سلیقه ما را دارند و نقش هایشان شبیه به نقش های ماست و من اگر یک بار به زندگی آن ها نگاه کنم، یک بار به انتخاب های آن ها نگاه کنم، شاید آن علامت سؤال که در ذهنم بوده و به آن جواب نداده ام، پاسخ داده شود و آن این است که من چگونه می توانم در زندگی خود انتخاب های صحیحی داشته باشم؟ در بخش بعدی ما وارد داستان چند نفر از این افراد می شویم. افرادی که انتخاب کردیم شبیه ما فکر می کردند و با همان علایق ما و می تواند انتخاب های آن ها شبیه انتخاب های ما نیز باشد.

یکی از آن افراد جناب **زهیر** است. به داستان جناب زهیر با این سناریو وارد می شویم که تک تک ما آدم ها دلمان می خواهد در سن میانسالی و اواخر عمرمان از این استرس ها و اضطراب های دوران جوانی جدا بشویم و دلمان می خواهد یک زندگی آرام داشته باشیم. پر از آرامش، پول و امکانات و... دنبال ریسک کردن نیستیم و می گوییم جوانی را پشت سر گذاشته ایم و دیگر وقت آن رسیده که از زندگی لذت ببریم و به این راحتی ها حاضر نیستیم که راحتی مان را تحت شعاع قرار دهیم.

دقیقاً جناب زهیر هم همین گونه فکر می کرد. جناب زهیری که نه سمت امام حسین علیه السلام بود و نه سمت یزید بن معاویه و در دعوای میانهم هیچ کس را نگرفته بود. اصلاً عثمانی مسلک بود. می گفت دعوای شما دعوای من نیست و هیچکس با من کاری نداشته باشد. یک عمر دویده ام و زندگی خیلی سختی را پشت سر گذاشتم. پر از اضطراب و دوندگی و الان به آرامش رسیده ام و حاضر نیستم ریسک کنم.

جناب زهیر جزء افراد تک زمان خودش بود و همه حسرت زندگی جناب زهیر را می خوردند. داستان جناب زهیر از آنجایی شروع می شود که وقتی همراه با خانواده و مال و اموالش در کاروانی حرکت می کرده، به او خبر می دهند چه نشستی که کاروان امام حسین علیه السلام به تو نزدیک می شود.

داستان از اینجا شروع می شود که زهیر مرتب عقب و جلو می کرد و هر جایی که کاروان امام حسین علیه السلام توقف می کرد، مسیر خود را عوض می کرد که با امام حسین علیه السلام چشم در چشم نشود. ولیکن بعد از چند روز، این دو کاروان چشم در چشم هم قرار می گیرند و امام حسین علیه السلام پیک خود را به خیمه زهیر می فرستند که بیا با تو کار دارم.

بعد در ادامه داستان می بینیم که زهیر وقتی وارد خیمه امام حسین علیه السلام می شود و بیرون می آید، دیگر آن زهیر سابق نیست. این زهیر همه زندگی خود را کنار می گذارد و می گوید من به تمام آن خوشبختی که یک عمر دنبالش بودم، امروز رسیدم و حتی به همسرش می گوید که اگر تو هم با من هم مسیر نیستی، برو و این زهیر کسی می شود که امام حسین علیه السلام به او افتخار کردند. اول به او اعتماد کردند و بعد به او افتخار کردند. حالا من و شما بعد از ۱۳۰۰ - ۱۴۰۰ سال هنوز داریم به نیکی از جناب زهیر یاد می کنیم.

این داستان جناب زهیر را می توانید در متن سناریوی با ستاره ها ببینید. باید به صورت قصه گویی اجرا کرد. باید المان های یک داستان گویی معاصر را برای آن پیاده کرد. می توانید از ابزارهای صوتی مثل زیر صدا استفاده کنید و بدانید قصه گویی و داستان گویی مؤثرترین نحوه انتقال محتوا است و این فرصت را از دست ندهید.

دوستانی که می خواهند اجرا کنند، حتماً باید برای این قصه گویی کارگردانی داشته باشند و چندین بار اجرا کنند و کاملاً مسلط باشند و باید حرکاتشان را کارگردانی کنند تا بتوانند قصه مؤثری را برای مخاطب تعریف کنند که اگر این قصه مؤثرتر تعریف شود، تا مدت ها پیام های این قصه در ذهن مخاطب خواهد ماند.

تا اینجا ما از افراد مختلف با نقش های مختلف صحبت کردیم. در دغدغه های مختلف خوب است بجای اینکه یک نفر را مثال بزنیم، از چند نفر از اصحاب امام حسین علیه السلام شاهد مثال بیاوریم.

اگر متن را نگاه کنید، بعد از داستان جناب زهیر می رسیم به داستان **جناب حر**. داستان جناب حر هم به عنوان فردی که در زمان خود فرد قابل اعتماد و نام آوری بود و همه او را به عنوان جوانمرد می شناختند و همه او را به عنوان یک فرد قوی و غیور می شناختند، مطرح می کنیم.

جناب حر علاوه بر این صفاتی که داشت، مغرور هم بود. داستان جناب حر را نقل می کنیم و تقریباً می شود گفت این داستان هایی که کنار هم می آیند، مسیر حرکت امام حسین علیه السلام را هم به گونه ای تعریف می کنند.

ابتدا حضرت به منزلگاهی می رسند که جناب زهیر می آید و بعد در انتها به جایی می رسند که جناب حر می آید و سد راه امام حسین علیه السلام می شود و داستان جناب حر را اینگونه ادامه می دهیم که جناب حر اجازه نمی دهند کاروان امام حسین علیه السلام به سمت کوفه حرکت کنند و مسیر کاروان را عوض می کنند. کاروان امام حسین علیه السلام در دوم محرم وارد صحرای کربلا می شوند و از حضرت می خواهند که با یزید بیعت کنند اما حضرت قبول نمی کنند. در اینجا باید داستان را شرح بدهیم که حضرت چگونه با حر برخورد می کند و حر لجاجت می کند و غرورش کاری می کند که جلوی امام بایستد و با لجاجت جواب امام را بدهد. اما امام یک تلنگر به جناب حر می زند. به جناب حر می گویند ای حر مادرت به عزایت بنشیند. در حالی که کسی جرئت نمی کرد به جناب حر اینگونه خطاب کند. جناب حر به جای اینکه جواب امام حسین علیه السلام را بدهند، ادب می کند و چیزی نمی گوید. سر پائین می اندازد و به سمت خیمه خودشان می رود.

اینجا باید شرح حال جناب حر را بگوییم. از آن آشوبی که در وجود جناب حر وجود دارد، باید صحبت کنیم و آن انتخابی که جناب حر انجام می دهد، مثل انتخابی که جناب زهیر انجام داد. زهیر پای خود را که از خیمه امام حسین علیه السلام بیرون می گذارد، در کنار امام حسین علیه السلام بودن را انتخاب می کند. حر هم وقتی با خودش کنار می آید، راه امام حسین علیه السلام را انتخاب می کند و این چنین مسیر او تغییر می کند. جلوتر می آییم و به صبح عاشورا می رسیم که جناب حر سوار بر اسب نزدیک می شود و به سمت امام حسین علیه السلام می آید. امام حسین علیه السلام جناب حری را می بیند که گریان و روی زانو و به روی خاک افتاده و به سمت امام حسین علیه السلام می رود.

امام حسین علیه السلام جناب حر را از روی خاک بلند می کنند و به سمت خیمه ها دعوت می کنند اما جناب حر مخالفت می کند و از حضرت می خواهد که جزو اولین نفراتی باشند که در راه حضرت می جنگد و کشته می شود. در اینجا باید شرح حال جنگ جناب حر را تا شهادت او داشته باشیم.

مرحله بعد؛ مرحله ایست که باید مخاطب را از این فضا خارج کنیم. من خیلی سعی کرده ام که از این داستان ها به طور کلی عبور کنم و فقط شما متوجه شوید که ما در چه مسیری حرکت می کنیم و حتماً نیاز است شما به متن اصلی رجوع کنید و روی داستان هایی که در متن اصلی آمده، کار کنید و در آنجا کارگردانی انجام دهید.

بعد از داستان جناب حر و پیامی که امام حسین علیه السلام می دهند که حر، آزادی؛ همانطور که مادرت تو را آزاد نامیدی. باید فضا را کمی تغییر دهیم. فضا، فضایی شده که ما به تاریخ ۱۴۰۰ سال پیش رفتیم و داریم وقایع عاشورا را با هم مرور می کنیم. ولیکن قول دیگری به مخاطب دادیم. قول ابتدایی ما این بود که با یک برنامه متفاوت طرف هستیم که یکی از تفاوت های برنامه ما این است که دلمان می خواهد برای امروز شما و برای زندگی امروزی خود یک پیام داشته باشیم.

اینجا نیاز است که فضا را تغییر بدهیم و به مخاطب بگوییم چرا امشب دور هم جمع شده ایم و از تاریخ ۱۴۰۰ سال پیش صحبت می کنیم. این کار فقط و فقط یک دلیل داشته و آن هم این بوده که دلمان می خواهد به همدیگر یادآوری کنیم که اگر جناب زهیر کسی را پیدا کرد که لذت خوشبختی را در کنار او بچشد و همه زندگی خود را بدهد و یک لحظه از کنار امام خود تکان نخورد و اگر جناب حر کسی را پیدا کرد که از روی خاک بلندش کند، من و شما امشب دور هم جمع شده ایم که به هم یادآوری کنیم که خدا ما را تنها نگذاشته و ما هم کسی از نسل امام حسین علیه السلام و از فرزندان امام حسین علیه السلام کنارمان هست که ما هم می توانیم مثل جناب زهیر، لذت زندگی در کنار امام زمانمان را بچشیم. ما هم اگر احساس کردیم که روی خاک افتاده ایم، می توانیم دست در دستان امام زمانمان بدهیم و می توانیم از اینجا به بحث معرفت امام زمان علیه السلام وارد شویم.

می توانیم موضوعات مختلفی را مطرح کنیم. فقط یک نکته را مدنظر داشته باشید که ما با مخاطبی طرف هستیم که معرفتی نسبت به امام ندارد یا شاید معرفتش خیلی کم باشد. بدانیم محبت به زور نیست. بدانیم که اگر من بتوانم معرفت را خوب بیان کنم، اگر بتوانم شئون مختلف صفات امام زمان علیه السلام را خوب و مؤثر بیان کنم، معرفت امام زمان علیه السلام را در دل فرد ایجاد کنم، حاصل این معرفت محبت امام زمان علیه السلام می شود. تاکید می کنم معرفتی را انتخاب کنید که در آن فضا بتوانید مؤثر منتقل کنید. به دنبال زیاده گویی نباشید. مثلاً نه اینکه صدها صفات و صدها کار از امام زمان علیه السلام بگوییم. چند صفت مهم و کوتاه ولی مؤثر بیان کنیم که ان شاءالله این محبت در کنار این معرفت ایجاد شود. استفاده از داستان های تمسک شیعیان به اهل بیت علیهم السلام، می تواند به ما کمک کند و این داستان ها می تواند داستان های مؤثری باشد که من یاد بگیرم چگونه بتوانم به امام رجوع کنم.

بعد از این فضای معرفتی، جا دارد که کاری را به عنوان نصرت امام زمان علیه السلام همانجا معرفی کنیم. فضایی که از معرفت امام و از اینکه باید به امام رجوع کنیم، صحبت می کنیم، فضای تمسکی به صاحب الزمان علیه السلام است. بعد از تمسک و بعد از اینکه ما باید دستمان را به دست صاحب الزمان علیه السلام بسپریم، فضا مناسب است که ما در فضای نصرت صاحب الزمان علیه السلام ورود پیدا کنیم و بتوانیم یک کار خیلی کوچک و خیلی مؤثر در حد دعا کردن، سلام کردن، صدقه دادن و ... را به مخاطب منتقل کنیم.

نیاز نیست که این اتفاق، اتفاق بزرگ و سختی باشد. بدانیم این مخاطب تازه دارد با این فضاها آشنا می شود. پس من کاری که می توانم انجام و پیشنهاد دهم، باید کار راحت و قابل مثلی باشد. یعنی اگر بخواهم بگویم به امام زمان علیه السلام سلام کن، این سلام را همانجا تمرین کنیم و یک بار به امام زمان علیه السلام سلام کنیم. کی به ایشان سلام کنیم؟ صبح یا شب همه را می توانیم به مخاطب یادآوری و گوشزد کنیم. حتی باید به مخاطب یاد بدهیم که تو اینگونه می توانی با امامت حرف بزنی، درد و دل کنی، اینگونه باید سلام کنی. بعد هم از این غافل نشویم که البته خیمه عزای امام حسین علیه السلام جایی است که دعا مستجاب است. از دعای دسته جمعی و دعایی که مخاطب این فرصت را از دست ندهد و در انتهای برنامه حتما سعی کنیم که با دعای فرج امام زمان علیه السلام برنامه را پایان دهیم.

می توانید بعد از پایان اجرای غرفه، بخش نظرسنجی، بخش ارتباط با ما و بخش پرسش و پاسخ را تدارک ببینید. افرادی که آنجا آمده اند، همانطور که گفته شد، افرادی هستند که با این فضای اعتقادی و دینی ما آشنا نیستند. ممکن است در ذهنشان صدها سؤال باشد. ممکن است شما خوب توانسته باشید با مخاطب ارتباط بگیرید و مخاطب را جذب کنید. طبیعی بدانید که این سؤال ها پیش می آید و برای مخاطب دغدغه می شود که سؤال های خود را با شما در میان بگذارد. نه به خاطر اینکه شما را ضایع کند یا اینکه بگوید شما بلد

نیستید. به عنوان اینکه او ارتباط گرفته و لذت برده و دلش می خواهد که شما به سؤال هایش پاسخ دهید و ذهنش را آرام کنید. پس جا دارد که آنجا بخش پرسش و پاسخ را هم به عنوان یک بخشی که خیلی مخاطب آنجا می رود، تدارک ببینید. آن هم باید هم فضا باشد و تفاوتی که شما در اجرای برنامه داشتید، در آنجا هم باید به اساتیدی که آنجا می خواهند در بخش پرسش و پاسخ باشند، گوشزد کنید.

می توانید بخش های نظر سنجی و ارتباط در آینده را هم داشته باشید. یک ایده هم این است که شما می توانید در کنار یا خارج از غرفه خود بگذارید، اینکه هرکسی در یک جمله حس خود را به امام زمان عجل الله تعالی فرجه له بنویسد. اصطلاحاً به آن تابلوی نجوا می گوئیم. بیاید و با امام زمان عجل الله تعالی فرجه له نجوا کند و در یک یا چند جمله حس خود را منتقل کند. این تابلوها بسیار زیاد تابلوهای خاطره انگیز و زیبایی است و یکی از کارهایی است که شما می توانید متوجه شوید که چقدر مخاطب با شما ارتباط گرفته و چقدر به این گفتگویی که شما با او داشته اید، نزدیک شده است. از این المان ها می توانید استفاده کنید.

طبیعتاً بعد از بخش پرسش و پاسخ و نظر سنجی برنامه تمام شده است و با میز ورودی و اجرایی که شما داشتید، چیزی در حدود ۴۵ دقیقه زمان مخاطب گرفته شده است. این برنامه را شما می توانید در حدود ساعت ۶ بعد از ظهر شروع کنید و تا ساعت ۱۰ و نیم و ۱۱ شب داشته باشید. بهترین تایم همین است. چون این تجمع ها و افرادی که کار خاصی ندارند و فقط بیرون آمده اند که برنامه های مختلف را ببینند، در تایم روز این زمان را شاید سخت بتوانیم هماهنگ کنیم. اما در غروب آن ایام که تعطیل است، از ساعت ۶ و ۶ و نیم که بعد از اذان مغرب است، می توانید تا حدود ساعت ۹ و نیم و ۱۰ شب استفاده کنید.

طبیعتاً اگر دعوت، دعوت مؤثری باشد، هر غرفه حدود ۷ تا ۸ بار حداقل در یک شب اجرا خواهد داشت. باید حتماً مجری های جایگزین هم داشته باشند. چون این ۷ الی ۸ اجرا انجام دادن، کار سنگینی است. ممکن است اتفاقات مختلفی بیفتد. ما باید خیالمان از این بابت راحت باشد که هر غرفه حداقل دو مجری آماده دارد که اگر برای یک نفر اتفاقی بیفتد، دیگری جایگزین او شود.

برای غرفه های ما باید سیستم های صوتی، نورپردازی و اگر بتوانیم دکور زیبایی هم تدارک ببینیم. پس هر غرفه دو مجری می خواهد. یک نفر که پشت سیستم صوتی باشد و جاهایی که نیاز به افکت های صوتی و وکال هست، هماهنگ شود. این برنامه نیاز به نیروی انسانی سنگینی دارد. نیروی دعوت مؤثر زیادی می خواهد. اگر شما بخواهید یک برنامه ای را با ورودی مؤثر داشته باشید، باید چندین ایستگاه مختلف در اطراف برنامه داشته باشید که دعوت لحظه ای انجام دهند. به تعداد میزها نیاز به لیدر و نیروی تدارکاتی برای پذیرایی دارید. نیاز به لیدرهایی دارید که زمان را به مجریان غرفه ها تذکر دهند که چقدر زمان مانده و چقدر دیگر باید تمام کنند.

یک انتظامات داخلی نیاز است که نظم آنجا را برای بخش پرسش و پاسخ رعایت کند. برای بخش نظر سنجی نیاز به مواردی است که این باکس های مختلف را حتماً از قبل به آن ها فکر و برای آن نیرو تدارک دیده باشید. فکر می کنم برنامه این چینی که شبی اگر بین ۵۰۰ تا ۸۰۰ نفر ورودی داشته باشد، نیازمند حداقل ۳۰ نفر نیروی انسانی است. این را هم طبیعی بدانید که آن ایام و مخصوصاً دو شب عاشورا و شام غربیان، اگر بخواهید برنامه بگیرید، باید از چند روز قبل به تدارکات آن فکر کنید. کرایه صندلی و میز در آن شب ها کار سختی است و باید از قبل برنامه ریزی انجام و نیروهای انسانی لازم را گرفته باشید تا بتوانید روی آن مدیریت کنید. امیدوارم توضیحات راهگشایی باشد و این انگیزه در شما ایجاد شده باشد که این بسته را به عنوان یک کار تبلیغی برای ایام محرم به آن توجه داشته باشید و از این گفتگو رضایت صاحب الزمان عجل الله تعالی فرجه له کسب شده باشد.