نقشه راه كميته دستاوردهاي كلان‌پروژه تجربه‌نگاري اربعين

اربعين حسيني (ع) و همايش حماسي پياده‌روي آن نگيني درخشان در تاريخ شيعه و عاشقان ولايت و محبّت اهل بيت (ع) است. اين رويداد عظيم بين‌المللي مي‌رود تا به حركتي سياسي و فرهنگي تأثيرگذار در معادلات جهاني بدل شود. از يك سو، دشمن تلاش خواهد كرد تا آثار آن را خنثي كند و از سوي ديگر، اتفاقات بي‌بديل آن ممكن است در گذر زمان فراموش گردد و تحريف شود. لازم است خاطرات و تجربيات ارزشمند شركت‌كنندگان در اين رويداد شگفت‌آور ثبت و ضبط گردد؛ هم در تاريخ بماند و هم حافظ ارزش‌هاي معنوي و فرهنگي آن باشد.

# گام اول: اطلاع‌رساني

جمع‌آوري تجربيات اربعيني زوار از اطلاع‌رساني آغاز مي‌شود. دعوت به بيان و نوشتن خاطرات و ارسال براي نهادي كه مسئول تجربه‌نگاري است.

## آماده‌سازي فعاليت‌ها

پيش از اطلاع‌رساني كارهايي لازم است به انجام رسد.

### نگارش سناريوي آگاهي

تيزرهاي تبليغاتي دعوت بايستي داراي سناريو و متني باشند كه در اين مرحله نوشته مي‌شوند.

### تنظيم متن پيامك‌ها

متن پيامك‌هايي كه از زائران دعوت مي‌كند تا تجربيات خود را ثبت و ارسال كنند بايد تهيه شود.

### دريافت شماره تلفن‌هاي بي‌نام از سامانه سماح

تقريباً تمامي افرادي كه در پياده‌روي اربعين شركت كرده‌اند در سامانه سماح ابتدا ثبت نام كرده‌اند. طيّ گفتگوها و توافق‌هايي اگر اين شماره‌ها بدون اطلاعات بيشتر و صرفاً خود شماره اگر دريافت شود، مي‌تواند مخاطبان پيامك‌ها را مشخّص نمايد.

### توافق با صداوسيما و شركت‌هاي تبليغاتي

نياز است پيش از اقدام به توليد تيزرها و ارسال پيامك‌ها هماهنگي‌هايي صورت گيرد و توافقاتي كه انتشار اين دعوت‌ها را ممكن سازد. اگر هزينه‌اي دارد مشخّص شده و بودجه فراهم شود.

## اجرا و پياده‌سازي

مرحله اصلي كار اجراي پروژه‌هاي اطلاع‌رساني است.

### توليد تيزر تبليغاتي

فيلم‌ها، انيميشن‌ها و تيزرهايي كه از طريق رسانه عمومي بايد منتشر شده و مخاطبان را دعوت به ثبت تجربه‌ها و خاطرات خود نمايد.

### انتشار پيامك دعوت

پيامك‌ها ارسال مي‌شود و زوار را دعوت مي‌كند تا آن‌چه ديده و شنيده‌اند را بنويسند و ارسال كنند.

### توزيع دعوت در پيام‌رسان‌هاي منتخب

امروزه يكي از مهم‌ترين روش‌هاي اطلاع‌رساني استفاده از پيام‌رسان‌هاي پرمخاطب و از طريق كانال‌هاي معروف و مشهور است.

## آمار و گزارش نهايي

هر مرحله از كار نياز به توليد گزارش و جمع‌آوري آمار دارد.

### گزارش هزينه‌ها و صرف بودجه

بخش حسابداري كار كه بودجه دريافتي را با هزينه‌ها تطبيق داده و سند تمامي امور مالي را ثبت و ضبط كرده و تبديل به گزارش كند.

### آمار بازديد و گزارش بازخوردها

ضميمه گزارش گام اول مربوط به آمار شماره‌هاي دريافت شده از سامانه سماح، پيامك‌هاي ارسالي، تيزرهاي توليدي و منتشر شده و كانال‌هاي پيام‌رسان‌هاي منتخب. تمامي اين موارد در نهايت براي تحليل ميزان موفقيت پروژه و براي افزايش دقّت در مراحل بعد لازم است.

# گام دوم: تجميع تجربيات

مرحله اصلي پروژه اين بخش است كه از طريق منابع مختلف و ابزار ارتباطي تعيين شده تجربه‌نگاري‌ها و خاطرات ثبت مي‌گردد.

## آماده‌سازي فعاليت‌ها

اين مرحله نيز نيازمند فعاليت‌هاي مقدماتي است.

### توليد نرم‌افزار ثبت تجربيات

در ابتدا بايد نرم‌افزاري توليد شود كه بتواند به صورت يكپارچه تمامي خاطرات و تجربيات را مديريت نمايد. اين نرم‌افزار بايد امكان طبقه‌بندي و تحليل تجربيات را نيز در مراحل بعد فراهم سازد.

### طراحي روند استخراج پيامك‌هاي دريافتي

با توجه به اين‌كه پيامك‌ها و پيام‌هاي دريافتي در پيام‌رسان‌ها مي‌تواند از نظر فرمت و ساختار متني متفاوت باشد، روندي طراحي مي‌گردد كه مشخّص سازد چطور بايد اين متن‌ها به صورت ماشيني و خودكار استخراج شده و به نرم‌افزار ثبت تجربيات منتقل گردد.

## اجرا و پياده‌سازي

پس از آماده شدن مقدمات، ثبت تجربيات آغاز مي‌شود.

### جمع‌آوري تجربيات در سامانه يكپارچه

بخشي از تجربه‌نگاري‌ها به صورت خودكار منتقل مي‌شود و در سامانه قرار مي‌گيرد، بخشي نيز بايد به صورت دستي تايپ و ثبت گردد.

## آمار و گزارش نهايي

هر مرحله از كار نياز به توليد گزارش و جمع‌آوري آمار دارد.

### گزارش هزينه‌ها و صرف بودجه

بخش حسابداري كار كه بودجه دريافتي را با هزينه‌ها تطبيق داده و سند تمامي امور مالي را ثبت و ضبط كرده و تبديل به گزارش كند.

### آمار تجربيات ثبت‌شده به تفكيك منابع دريافت تجربه

مهم است مشخّص شود نسبت به دعوت‌هاي صورت گرفته، چه مقدار مشاركت صورت پذيرفته است و از هر منبع اطلاعاتي و ارتباطي چه ميزان تجربه و خاطره ثبت شده است.

# گام سوم: غربال تجربيات

ممكن است بخشي از مطالب دريافتي غيرقابل استفاده و نادرست باشند؛ مانند: پيام‌هاي خالي و يا با محتواي غيرمرتبط با پروژه.

## آماده‌سازي فعاليت‌ها

اين گام نيز مقدماتي دارد.

### تدوين آئين‌نامه تجربيات مقبول

نخست بايد مشخّص شود چه ملاك‌ها و معيارهايي براي پذيرش يك تجربه وجود دارد. گروهي اين ضوابط را تعيين و تصويب مي‌كنند، تا بتوان بر اساس آن محتواي مناسب را برگزيد.

### توليد نرم‌افزار غربال هوشمند تجربيات

قطعاً بخشي از غربال پيام‌ها و تجربيات مي‌تواند از طريق نرم‌افزار هوشمند به انجام رسد. پيام‌هاي خالي و غيرمرتبط شناسايي و حذف شود. در اين مرحله مي‌توان از هوش مصنوعي استفاده كرد و نرم‌افزاري مناسب طراحي نمود.

### جذب و آموزش نيروهاي انساني غربالگر

بخش انساني كار را افرادي بر عهده خواهند گرفت كه با آئين‌نامه و ضوابط آشنا شده و به صورت دستي پيام‌ها را مشاهده كرده و غربال مي‌كنند، تا آن‌چه با اهداف پروژه تجربه‌نگاري تناسب دارد در سامانه باقي بماند.

## اجرا و پياده‌سازي

پس از آماده‌سازي مقدمات نوبت به اجراي گام سوّم مي‌رسد.

### حذف خودكار داده‌هاي غلط

پيام‌هاي نامتناسب و غيرمرتبط به صورت خودكار با استفاده از سامانه هوشمند حذف خواهد شد.

### بررسي و غربال تجربيات ثبت‌شده

موارد باقي‌مانده نيز با اهتمام نيروهاي انساني آموزش ديده بررسي شده و آن‌چه به پروژه ربط ندارد حذف مي‌گردد.

### طبقه‌بندي و برچسب‌گذاري تجربيات

تمام آن‌چه مقبول بوده و مطابق ضوابط است در اين مرحله از كار بايد طبقه‌بندي شود. برچسب‌گذاري و استفاده از كليدواژه‌ها مي‌تواند گام مهمي در طبقه‌بندي باشد.

## آمار و گزارش نهايي

هر مرحله از كار نياز به توليد گزارش و جمع‌آوري آمار دارد.

### گزارش هزينه‌ها و صرف بودجه

بخش حسابداري كار كه بودجه دريافتي را با هزينه‌ها تطبيق داده و سند تمامي امور مالي را ثبت و ضبط كرده و تبديل به گزارش كند.

### آمار تجربيات تأييدشده و مقبول به تفكيك برچسب‌هاي موضوعي

نسبت تجربيات مقبول و پذيرفته شده به كل پيام‌هاي دريافتي و موضوعات و برچسب‌ها و طبقه‌بندي‌ها، آمار همه اين موارد ثبت و ضبط مي‌گردد و ضميمه گزارش مالي مي‌گردد.

# گام چهارم: توليد محتواي رسانه‌اي

آخرين مرحله كار توليد محتوايي‌ست كه بتواند تجربيات را به زيباترين و بهترين روش نمايش دهد. فيلم، انيميشن، متن و هر نوع محتواي چندرسانه‌اي ديگر.

## آماده‌سازي فعاليت‌ها

در اين مرحله نيز ابتدا بايد فعاليت‌هاي اوليه صورت پذيرد.

### طراحي روش‌هاي توليد و انتشار رسانه‌اي

در طيّ جلسات بررسي و تحليل كلّي پيام‌هاي دريافتي، روش‌هايي طراحي مي‌شود كه بتواند بهتري و مناسب‌ترين براي ارائه محصول تجربه‌نگاري باشد. مشخّص مي‌شود مثلاً صد دقيقه فيلم كوتاه آماده شود، دويست بيان خاطره صوتي، همراه با تصاويري مناسب، انيميشن، چند عدد كتاب يا مقاله يا هر نوع مطلبي كه قابل انتشار از طريق رسانه‌هاي مرسوم و متعارف باشد. همه اين‌ها نوشته شده و طرح توليد و انتشار را شكل مي‌دهد.

### شناسايي و توافق با شركت‌هاي توليد رسانه‌اي

شركت‌هايي كه مي‌توانند اين محتواها را تبديل به فيلم و انيميشن و تيزر نمايند شناخته و انتخاب شده و مراحل قانوني در ابتداي كار به انجام مي‌رسد.

### توافق با صداوسيما و شركت‌هاي انتشاراتي

بايستي با شركت‌هاي توزيع‌كننده و پخش نيز هماهنگي صورت گيرد. اگر كتاب است، ناشران بايد مورد توجه باشند و براي پخش فيلم‌هاي كوتاه و تيزرها نيز صداوسيما.

## اجرا و پياده‌سازي

به محض آماده شدن مراحل مقدماتي مي‌توان كار توليد را آغاز كرد.

### نگارش سناريوهاي رسانه‌اي از روي تجربيات منتخب

توليد هر فيلم و تيزري نياز به سناريو و فيلمنامه دارد كه بايد توسط افراد آموزش‌ديده، مجرّب و توانمند صورت پذيرد. اين فيلمنامه‌ها بررسي شده و تصويب مي‌شود.

### توليد محتواي مكتوب و چندرسانه‌اي

نگارش كتاب، مقاله، توليد تيزر و فيلم، هر نوع محتواي چندرسانه‌اي كه بشود از طريق ابزارهاي اطلاع‌رساني مرسوم و مجازي منتشر شود در اين مرحله از كار توليد خواهد شد.

## آمار و گزارش نهايي

هر مرحله از كار نياز به توليد گزارش و جمع‌آوري آمار دارد.

### گزارش هزينه‌ها و صرف بودجه

بخش حسابداري كار كه بودجه دريافتي را با هزينه‌ها تطبيق داده و سند تمامي امور مالي را ثبت و ضبط كرده و تبديل به گزارش كند.

### آمار محتواي توليدشده، منتشرشده و بازخوردهاي مردمي

در نهايت، آمارهاي محتوايي كه از روي تجربيات ثبت شده، غربال‌شده، طبقه‌بندي شده جمع‌آوري گرديده و در گزارش نهايي پروژه درج مي‌گردد. بازخوردهايي كه مخاطبان نسبت به محتوا داشته‌اند. همه اين موارد ضميمه به گزارش‌هاي گام‌هاي قبلي، يك گزارش نهايي را شكل مي‌دهند.

نمودار اين گام‌ها و فعاليت‌ها به صورت «نقشه راه» ترسيم شده كه ضميمه پروژه مي‌شود.