



نقشه راه کمیته دستاوردهای کلان پروژه تجربه‌نگاری اربعین

اربعین حسینی (ع) و همایش حماسی پیاده‌روی آن نگینی درخشان در تاریخ شیعه و عاشقان ولایت و محبت اهل بیت (ع) است. این رویداد عظیم بین‌المللی می‌رود تا به حرکتی سیاسی و فرهنگی تأثیرگذار در معادلات جهانی بدل شود. از یک سو، دشمن تلاش خواهد کرد تا آثار آن را خنثی کند و از سوی دیگر، اتفاقات بی‌بدیل آن ممکن است در گذر زمان فراموش گردد و تحریف شود. لازم است خاطرات و تجربیات ارزشمند شرکت‌کنندگان در این رویداد شگفت‌آور ثبت و ضبط گردد؛ هم در تاریخ بماند و هم حافظ ارزش‌های معنوی و فرهنگی آن باشد.

گام اول: اطلاع‌رسانی

جمع‌آوری تجربیات اربعینی زوار از اطلاع‌رسانی آغاز می‌شود. دعوت به بیان و نوشتن خاطرات و ارسال برای نهادی که مسئول تجربه‌نگاری است.

آماده‌سازی فعالیت‌ها

پیش از اطلاع‌رسانی کارهایی لازم است به انجام رسد.

نگارش سناریوی آگاهی

تیزرهای تبلیغاتی دعوت بایستی دارای سناریو و متنی باشند که در این مرحله نوشته می‌شوند.

تنظیم متن پیامک‌ها

متن پیامک‌هایی که از زائران دعوت می‌کند تا تجربیات خود را ثبت و ارسال کنند باید تهیه شود.

دریافت شماره تلفن‌های بی‌نام از سامانه سماح

تقریباً تمامی افرادی که در پیاده‌روی اربعین شرکت کرده‌اند در سامانه سماح ابتدا ثبت نام کرده‌اند. طی گفتگوها و توافقی‌هایی اگر این شماره‌ها بدون اطلاعات بیشتر و صرفاً خود شماره اگر دریافت شود، می‌تواند مخاطبان پیامک‌ها را مشخص نماید.

توافق با صداوسیما و شرکت‌های تبلیغاتی

نیاز است پیش از اقدام به تولید تیزرها و ارسال پیامک‌ها هماهنگی‌هایی صورت گیرد و توافقاتی که انتشار این دعوت‌ها را ممکن سازد. اگر هزینه‌ای دارد مشخص شده و بودجه فراهم شود.

اجرا و پیاده‌سازی

مرحله اصلی کار اجرای پروژه‌های اطلاع‌رسانی است.

تولید تیزر تبلیغاتی

فیلم‌ها، انیمیشن‌ها و تیزرهایی که از طریق رسانه عمومی باید منتشر شده و مخاطبان را دعوت به ثبت تجربه‌ها و خاطرات خود نماید.

انتشار پیامک دعوت

پیامک‌ها ارسال می‌شود و زوار را دعوت می‌کند تا آنچه دیده و شنیده‌اند را بنویسند و ارسال کنند.

توزیع دعوت در پیام‌رسان‌های منتخب

امروزه یکی از مهم‌ترین روش‌های اطلاع‌رسانی استفاده از پیام‌رسان‌های پرمخاطب و از طریق کانال‌های معروف و مشهور است.

آمار و گزارش نهایی

هر مرحله از کار نیاز به تولید گزارش و جمع‌آوری آمار دارد.

گزارش هزینه‌ها و صرف بودجه

بخش حسابداری کار که بودجه دریافتی را با هزینه‌ها تطبیق داده و سند تمامی امور مالی را ثبت و ضبط کرده و تبدیل به گزارش کند.

آمار بازدید و گزارش بازخوردها

ضمیمه گزارش گام اول مربوط به آمار شماره‌های دریافت شده از سامانه سماح، پیامک‌های ارسالی، تیزرهای تولیدی و منتشر شده و کانال‌های پیام‌رسان‌های منتخب. تمامی این موارد در نهایت برای تحلیل میزان موفقیت پروژه و برای افزایش دقت در مراحل بعد لازم است.

گام دوم: جمع‌تجربیات

مرحله اصلی پروژه این بخش است که از طریق منابع مختلف و ابزار ارتباطی تعیین شده تجربه‌نگاری‌ها و خاطرات ثبت می‌گردد.

آماده‌سازی فعالیت‌ها

این مرحله نیز نیازمند فعالیت‌های مقدماتی است.

تولید نرم‌افزار ثبت تجربیات

در ابتدا باید نرم‌افزاری تولید شود که بتواند به صورت یکپارچه تمامی خاطرات و تجربیات را مدیریت نماید. این نرم‌افزار باید امکان طبقه‌بندی و تحلیل تجربیات را نیز در مراحل بعد فراهم سازد.

طراحی روند استخراج پیامک‌های دریافتی

با توجه به این‌که پیامک‌ها و پیام‌های دریافتی در پیام‌رسان‌ها می‌تواند از نظر فرمت و ساختار متنی متفاوت باشد، روندی طراحی می‌گردد که مشخص سازد چطور باید این متن‌ها به صورت ماشینی و خودکار استخراج شده و به نرم‌افزار ثبت تجربیات منتقل گردد.



اجرا و پیاده‌سازی

پس از آماده شدن مقدمات، ثبت تجربیات آغاز می‌شود.

جمع‌آوری تجربیات در سامانه یکپارچه

بخشی از تجربه‌نگاری‌ها به صورت خودکار منتقل می‌شود و در سامانه قرار می‌گیرد، بخشی نیز باید به صورت دستی تایپ و ثبت گردد.

آمار و گزارش نهایی

هر مرحله از کار نیاز به تولید گزارش و جمع‌آوری آمار دارد.

گزارش هزینه‌ها و صرف بودجه

بخش حسابداری کار که بودجه دریافتی را با هزینه‌ها تطبیق داده و سند تمامی امور مالی را ثبت و ضبط کرده و تبدیل به گزارش کند.

آمار تجربیات ثبت‌شده به تفکیک منابع دریافت تجربه

مهم است مشخص شود نسبت به دعوت‌های صورت گرفته، چه مقدار مشارکت صورت پذیرفته است و از هر منبع اطلاعاتی و ارتباطی چه میزان تجربه و خاطره ثبت شده است.

گام سوم: غربال تجربیات

ممکن است بخشی از مطالب دریافتی غیرقابل استفاده و نادرست باشند؛ مانند: پیام‌های خالی و یا با محتوای غیرمرتبط با پروژه.

آماده‌سازی فعالیت‌ها

این گام نیز مقدماتی دارد.

تدوین آئین‌نامه تجربیات مقبول

نخست باید مشخص شود چه ملاک‌ها و معیارهایی برای پذیرش یک تجربه وجود دارد. گروهی این ضوابط را تعیین و تصویب می‌کنند، تا بتوان بر اساس آن محتوای مناسب را برگزید.

تولید نرم‌افزار غربال هوشمند تجربیات

قطعاً بخشی از غربال پیام‌ها و تجربیات می‌تواند از طریق نرم‌افزار هوشمند به انجام رسد. پیام‌های خالی و غیرمرتبط شناسایی و حذف شود. در این مرحله می‌توان از هوش مصنوعی استفاده کرد و نرم‌افزاری مناسب طراحی نمود.

جذب و آموزش نیروهای انسانی غربالگر

بخش انسانی کار را افرادی بر عهده خواهند گرفت که با آئین‌نامه و ضوابط آشنا شده و به صورت دستی پیام‌ها را مشاهده کرده و غربال می‌کنند، تا آنچه با اهداف پروژه تجربه‌نگاری تناسب دارد در سامانه باقی بماند.

اجرا و پیاده‌سازی

پس از آماده‌سازی مقدمات نوبت به اجرای گام سوم می‌رسد.



حذف خودکار داده‌های غلط

پیام‌های نامتناسب و غیرمرتبط به صورت خودکار با استفاده از سامانه هوشمند حذف خواهد شد.

بررسی و غربال تجربیات ثبت‌شده

موارد باقی‌مانده نیز با اهتمام نیروهای انسانی آموزش دیده بررسی شده و آنچه به پروژه ربط ندارد حذف می‌گردد.

طبقه‌بندی و برچسب‌گذاری تجربیات

تمام آنچه مقبول بوده و مطابق ضوابط است در این مرحله از کار باید طبقه‌بندی شود. برچسب‌گذاری و استفاده از کلیدواژه‌ها می‌تواند گام مهمی در طبقه‌بندی باشد.

آمار و گزارش نهایی

هر مرحله از کار نیاز به تولید گزارش و جمع‌آوری آمار دارد.

گزارش هزینه‌ها و صرف بودجه

بخش حسابداری کار که بودجه دریافتی را با هزینه‌ها تطبیق داده و سند تمامی امور مالی را ثبت و ضبط کرده و تبدیل به گزارش کند.

آمار تجربیات تأییدشده و مقبول به تفکیک برچسب‌های موضوعی

نسبت تجربیات مقبول و پذیرفته شده به کل پیام‌های دریافتی و موضوعات و برچسب‌ها و طبقه‌بندی‌ها، آمار همه این موارد ثبت و ضبط می‌گردد و ضمیمه گزارش مالی می‌گردد.

گام چهارم: تولید محتوای رسانه‌ای

آخرین مرحله کار تولید محتوایی است که بتواند تجربیات را به زیباترین و بهترین روش نمایش دهد. فیلم، انیمیشن، متن و هر نوع محتوای چندرسانه‌ای دیگر.

آماده‌سازی فعالیت‌ها

در این مرحله نیز ابتدا باید فعالیت‌های اولیه صورت پذیرد.

طراحی روش‌های تولید و انتشار رسانه‌ای

در طی جلسات بررسی و تحلیل کلی پیام‌های دریافتی، روش‌هایی طراحی می‌شود که بتواند بهتری و مناسب‌ترین برای ارائه محصول تجربه‌نگاری باشد. مشخص می‌شود مثلاً صد دقیقه فیلم کوتاه آماده شود، دوپست بیان خاطره صوتی، همراه با تصاویری مناسب، انیمیشن، چند عدد کتاب یا مقاله یا هر نوع مطلبی که قابل انتشار از طریق رسانه‌های مرسوم و متعارف باشد. همه این‌ها نوشته شده و طرح تولید و انتشار را شکل می‌دهد.

شناسایی و توافق با شرکت‌های تولید رسانه‌ای

شرکت‌هایی که می‌توانند این محتواها را تبدیل به فیلم و انیمیشن و تیزر نمایند شناخته و انتخاب شده و مراحل قانونی در ابتدای کار به انجام می‌رسد.



توافق با صداوسیما و شرکت‌های انتشاراتی

بایستی با شرکت‌های توزیع‌کننده و پخش نیز هماهنگی صورت گیرد. اگر کتاب است، ناشران باید مورد توجه باشند و برای پخش فیلم‌های کوتاه و تیزرها نیز صداوسیما.

اجرا و پیاده‌سازی

به محض آماده شدن مراحل مقدماتی می‌توان کار تولید را آغاز کرد.

نگارش سناریوهای رسانه‌ای از روی تجربیات منتخب

تولید هر فیلم و تیزری نیاز به سناریو و فیلمنامه دارد که باید توسط افراد آموزش‌دیده، مجرب و توانمند صورت پذیرد. این فیلمنامه‌ها بررسی شده و تصویب می‌شود.

تولید محتوای مکتوب و چندرسانه‌ای

نگارش کتاب، مقاله، تولید تیزر و فیلم، هر نوع محتوای چندرسانه‌ای که بشود از طریق ابزارهای اطلاع‌رسانی مرسوم و مجازی منتشر شود در این مرحله از کار تولید خواهد شد.

آمار و گزارش نهایی

هر مرحله از کار نیاز به تولید گزارش و جمع‌آوری آمار دارد.

گزارش هزینه‌ها و صرف بودجه

بخش حسابداری کار که بودجه دریافتی را با هزینه‌ها تطبیق داده و سند تمامی امور مالی را ثبت و ضبط کرده و تبدیل به گزارش کند.

آمار محتوای تولیدشده، منتشرشده و بازخوردهای مردمی

در نهایت، آمارهای محتوایی که از روی تجربیات ثبت شده، غربال‌شده، طبقه‌بندی شده جمع‌آوری گردیده و در گزارش نهایی پروژه درج می‌گردد. بازخوردهایی که مخاطبان نسبت به محتوا داشته‌اند. همه این موارد ضمیمه به گزارش‌های گام‌های قبلی، یک گزارش نهایی را شکل می‌دهند.

نمودار این گام‌ها و فعالیت‌ها به صورت «نقشه راه» ترسیم شده که ضمیمه پروژه می‌شود.

