

تجربیات ۲۰

شماره بیستم / پاییز ۱۴۰۵ / تجربیات ماندگار حیات

تجربه‌ای جذاب از برگزاری نمایشگاه نوجوان فاطمی
کانون فرهنگی شهید صالحی خوانساری

پاتوق فاطمه



بسم رب العرش العظيم



یک تجربه مانا

تجربیات ماندگار هیأت

شماره بیست و یکم، پاییز ۱۴۰۵

پاتوق فاطمی

تجربه‌ای جذاب از برگزاری نمایشگاه نوجوان فاطمی؛ کانون فرهنگی شهید صالحی خوانساری

تنظیم: معاونت تولیدات رسانه‌ای جامعه ایمانی مشعر

به کوشش: سید محمد علوی

طراح جلد: مجتبی خاوری

صفحه آرا: حسن نصری

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه / نوبت چاپ: اول

استفاده از مطالب نشریه و تکثیر آن برای هیأت‌ها، در صورت ذکر منبع آزاد می‌باشد.



**کانون فرهنگی شهید صالحی
خوانساری**

کانال اینستاگرام: @MG110_Omumi
تلفن پشتیبانی: ۰۹۲۱۵۳۴۷۳۱۷



نشر هیأت امروز

انتشارات هیأت امروز

پایگاه اطلاع‌رسانی: heyatemrooz.ir
شبکه‌های اجتماعی: @heyatemrooz_ir
رایانامه: info@1542.org



جامعه ایمانی مشعر

قسم - کد پستی: ۳۷۱۹۶ - ۱۵۶۴۷
سامانه پیامک: ۳۰۰۰۱۵۴۲
پایگاه اطلاع‌رسانی: www.1542.org

فهرست

مقدمه	۵
معرفی نمایشگاه پاتوق فاطمی	۷
سیر شکل‌گیری و تکامل	۹
اهداف اصلی	۱۱
ساختار اجرایی و نقش‌های کلیدی	۱۴
مخاطب	۱۸
فضاسازی	۲۳
تعامل با مدارس	۲۶
مکان مورد نیاز	۲۸
زمان برگزاری نمایشگاه	۳۱
طراحی غرفه‌ها	۳۵
محتوای غرفه‌ها	۳۷
برنامه‌های جانبی	۶۷
راز موفقیت پاتوق فاطمی!	۶۹
راه‌های تأمین بودجه	۷۳
چالش‌ها و آسیب‌های احتمالی	۷۷
الگوی پیشنهادی برای اجرای مشابه	۷۹
الگوی پیشنهادی برای اجرای مشابه	۸۰
حرف آخر	۸۲



مقدمه

در عصر کنونی که برنامه های دینی و مناسبتی غالباً با رویکردی بزرگسال محور و غالباً در قالب سخنرانی و مداحی خلاصه می شوند، خلأ بستری جدی برای حضور پویا و تأثیرگذار نوجوانان در ایام فاطمیه و دیگر مناسبات مذهبی، دینی و ملی به ویژه در عرصه های تربیتی و هنری، به خوبی احساس می شود. تجربه «پاتوق فاطمی» پاسخی خلاقانه و نظام مند به این خلأ است؛ تجربه ای که در آن نوجوان از جایگاه مخاطب منفعل خارج شده و به عنصری فعال در عرصه تولید و اجرا تبدیل می شود. این رویداد که با پیوندی راهبردی میان مدرسه، مسجد و محله شکل گرفته، نه یک نمایشگاه صرف، بلکه بستری برای یک رزمایش تربیتی تمام عیار برای رشد نیروهای نوجوان در میدان عمل می باشد.

نوشتار پیش‌رو، حاصل سال‌ها تأمل، آزمون و خطا و تکامل این طرح است که در آن، طراحی غرفه‌ها، ساختار اجرایی، تفکیک مخاطبان، تولید محتوای هنری و رسانه‌ای و نیز چالش‌ها و امتیازات این الگو، به صورتی مستند و تحلیلی تبیین شده است. هدف از نگارش این مقاله، نه صرفاً روایت یک تجربه، بلکه ارائه الگویی قابل بازتولید برای مجموعه‌های تربیتی و فرهنگی سراسر کشور است؛ الگویی که در آن، جذابیت، هنر و محتوای عمیق دینی درهم آمیخته و زمینه‌ساز شکل‌گیری خاطراتی ماندگار و هویتی ارزشمند برای نسل نوجوان می‌گردد.

معرفی نمایشگاه پاتوق فاطمی

ایام فاطمیه را فقط با سخنرانی و مداحی می‌شناسیم! خیلی از برنامه‌ها هنوز هم برای بزرگ سالان طراح می‌شوند و نوجوانان یا در حاشیه‌اند یا فقط گوش می‌دهند. اما پاتوق فاطمی قرار است این قاعده را بشکند!

اینجا نوجوان فقط تماشاگر نیست؛ او بازیگر اصلی نمایش است. ممکن است مسئول غرفه باشد، یا عضو تیم رسانه، راهنمای گروه، همیار مربی و یا حتی طراح بخشی از برنامه!

این رویداد، یک میدان واقعی عمل است برای رشد نوجوانان؛ جایی که یاد می‌گیرند مسئولیت بپذیرند، تیمی کار کنند، با مخاطب ارتباط بگیرند و از دل هنر و خلاقیت، به عمق معارف فاطمی برسند.

بهترین بخش این تجربه این است که از مدرسه شروع شد، به مسجد رسید و حالا محله را هم درگیر کرده است. مدرسه + مسجد + محله = سه ضلعی که یک نمایشگاه پویا و ماندگار می سازد. اما علت این که قالب نمایشگاهی انتخاب شده به این دلیل است که در نمایشگاه، امکان تنوع، تعاملِ چهره به چهره، کار هنری، خروجی ملموس (عکس، کاردستی، تسبیح، تابلو...) و طراحی تجربه های کوتاه مدت تربیتی فراهم است. نوجوان امروز در پاتوق فاطمی، با قرار گرفتن در متنِ کارِ واقعی، با زبانِ هنر و رسانه، با حسِ تعلق به مسجد و محله، خاطره و تجربه ای کسب می کند که تا سال ها همراه اوست. هر مجموعه ای که به دنبال یک برنامه فاطمیه متفاوت، نوجوان پسند و اثرگذار است، نباید این الگورا از دست بدهد! اینجا فقط یک نمایشگاه نیست؛ یک اردوی تربیتی تمام عیار در دل محله است.



سیر شکل‌گیری و تکامل

پاتوق فاطمی، یک شبه ساخته نشد؛ بلکه مثل هر حرکتِ بزرگ، قدم به قدم رشد کرد. همه چیز از مدرسه شروع شد. هدف ساده بود: دانش‌آموزان را درگیرِ ایام فاطمیه کنیم، اما نه با سخنرانی یک طرفه و محتوای متناسب بزرگسال، بلکه با کارِ واقعی در یک بستر مفید و مؤثر. از قبل هم نگاه کانون به نوجوانان، همیشه این بود که سیر تربیتی آنان در خلال مشارکت در برنامه‌های مختلف، از برنامه ریزی تا اجرا و ارزیابی، شکل بگیرد. ویژه برنامه‌های هیئت نوجوان عاشورایی و نوجوان فاطمی، شبکه‌ی نوجوان‌ت‌وی با ویژه برنامه‌های فاطمی، ویژه برنامه‌هایی که در مدارس محله اجرا می‌شد، و حتی دسته‌عزاداری فاطمیه، همگی بسترهایی بود که بر همین اساس شکل گرفت و درخشید.

برنامه ریزی را بچه‌ها انجام می‌دادند. طراحی پوستر می‌کردند، سیر محتوایی را ترسیم می‌نمودند. تیم‌نمایش و سرود تشکیل می‌دادند، دکلمه و مداحی توسط نوجوانان اجرا می‌شد. فیلم‌برداری

و تدوین بچه‌ها کلیپ‌های فاخری به جای می‌گذاشت. مسجد و مدرسه تبدیل شده بود به یک حلقه‌ی پیوسته تربیتی، فرهنگی، رسانه‌ای و هنری!

بعد از مدتی، دیگر مدرسه برایشان کوچک بود. نوجوانان می‌توانستند فراتر از فضای مسجد و مدرسه، حرفی برای گفتن داشته باشند. اجراء در نمایشگاه‌های دیگر استان هم بستر مناسبی بود؛ اما کافی نبود.

این سوال که آیا خود مجموعه، می‌تواند یک نمایشگاه مستقل داشته باشد، پاسخ مثبتی داشت. پاتوق فاطمی، اولین نمایشگاه تخصصی فاطمی در حیطه‌ی کودک و نوجوان متولد شد. در این مرحله بود که فضای حسینیه فراهم گردید و غرفه‌ها چیده شدند. ابتدا غرفه‌های نمایشگاه، فقط پسرها بودند. اما وقتی قرار شد محله فعال شود، فهمیدند که محله فقط پسر ندارد! پس بخش دختران هم اضافه شد و برای مدیریت بهتر، واحد خواهران پا به میدان گذاشت.

با متنوع‌تر شدن غرفه‌ها، یک نکته‌طلایی آشکار گردید: «کودک بانوجوان فرق دارد، دختر با پسر یکسان نیست!» پس بخش‌های تخصصی برای نونهالان، کودک، نوجوان پسر و نوجوان دختر طراحی شد.

به مرور نمایشگاه پاتوق فاطمی به یک نمایشگاه تمام‌عیار برای همه گروه‌های سنی، با حضور فعال خود نوجوانان در نقش‌های اجرایی، رسانه‌ای، هنری و تربیتی تبدیل شد. پاتوق فاطمی، حالا دیگر فقط یک برنامه مناسبی نیست؛ یک جریان زنده تربیتی است که از مدرسه شروع شد، از مسجد گذشت، به محله رسید و حالا آماده تکثیر در سراسر کشور است.



اهداف اصلی

خلاً اصلی که باعث به وجود آمدن طرح پاتوق فاطمی شد، نبود یک بستر جدی و متناسب برای فعال شدن نوجوانان در ایام فاطمیه بود و اگر هم بخشی برای کودک یا نوجوان در نظر گرفته می شد، معمولاً در حاشیه برنامه اصلی قرار داشت. مضافاً بر این که مجموعه های برگزارکننده برنامه های فاطمیه خود را متولی برگزاری یک نمایشگاه عمومی شهری نمی دانستند. مادر نمایشگاه پاتوق فاطمی، خود مان را متولی پر کردن یک خلاً شهری نمی دانستیم؛ بلکه دغدغه ما عمیق تر بود. ما به دنبال یک بستر تربیتی زنده بودیم که در ایام فاطمیه، برای نوجوانان درون کادر، یک میدان واقعی کار، مسئولیت، ارتباط و رشد بسازد و برای مخاطب بیرونی (کودک و نوجوان) یک تجربه جذاب و به یادماندنی خلق کند.

بنابراین مهم‌ترین اهداف این نمایشگاه را می‌توان این‌گونه ترسیم کرد:

۱. **تربیت در میدان واقعی، نه در کلاسِ تئوری:** نوجوان باید درگیرِ کارِ واقعی شود؛ مسئولیت بگیرد، با مخاطب روبرو شود، نظم را لمس کند، کارِ گروهی را یاد بگیرد، سختیِ اجرا را بچشد و در متنِ یک رویدادِ فرهنگی - تربیتی رشد کند. اینجا دیگر خبری از کلاسِ خشک و سخنرانیِ یک طرفه نیست؛ میدانِ عمل، معلم اصلی است.

۲. **جریان‌سازی فرهنگی در سه ضلعی مدرسه، مسجد و محله:** ابتدا مدرسه بود و مسجد، اما به زودی فهمیدیم که نباید در این دو تا متوقف شویم. محله هم باید پای کار بیاید! نمایشگاهِ فاطمیه، بهترین بهانه برای وصل کردنِ این سه ضلعی بود؛ مدرسه را به مسجد کشاندیم، مسجد را به محله گره زدیم و یک جریانِ زنده مردمی خلق کردیم.

۳. **تجربه‌ای که از صفر، برای کودک و نوجوان طراحی شد:** نه اینکه نمایشگاهِ بزرگ سالان را کوچک کنیم و یک گوشه‌اش را به بچه‌ها بدهیم! نه! کلِ تجربه از ابتدا با زبانِ کودک و نوجوان طراحی شد؛ با تنوع، بازی، هنر، کارِ عملی، یادگاریِ ملموس، تصویر، رسانه، نمایش، سرود و تعاملِ مستقیم. اینجا بچه‌ها فقط نگاه نمی‌کنند؛ ساخت و ساز می‌کنند، نقاشی می‌کشند، عکس می‌گیرند، تسبیح می‌سازند و خاطره می‌آفرینند.

۴. **تلفیق هنر و محتوا؛** نه خشکی مذهبی، نه سرگرمی بی محتوا!! ایده ما این بود که جذابیت و عمق معنا در هم تنیده شوند. نقاشی، خوشنویسی، عکاسی، ساخت تسبیح، شن نگاری، نمایش، سرود و... همگی ظرفی شدند برای انتقال مفاهیم فاطمی؛ نه به زور، بلکه بالذات کشف و خلق.

۵. **ساختن یک تجربه مثبت از فضای دینی:** حتی مخاطبی که اهل مسجد نیست، وقتی وارد نمایشگاه می شود، باید احترام، آرامش، کرامت و جذابیت را حس کند. برخورد کادر، پذیرش، مربیان و مسئولان غرفه باید به گونه ای باشد که هرکسی، فارغ از هر نگاه، با یک خاطره خوش از این فضا خارج شود. این یعنی تمدن سازی فرهنگی با اخلاق فاطمی.

ساختار اجرایی و نقش‌های کلیدی...

یک نمایشگاه پویا، نیازمند به یک ساختار اجرایی و چارچوبی سیستمی برای تفکیک وظایف، تخصیص اختیارات، یکپارچه سازی فرایندها و هماهنگی بخش‌ها مختلف در جهت وصول به اهداف راهبردی می باشد و بدون یک ساختار منظم، به آشوب تبدیل می شود. ما برای اجرای پاتوق فاطمی، یک نقشه جنگی تربیتی طراحی کرده ایم که در آن، هرکس جایگاه مشخصی دارد و هر نقشی، متضمن یک مأموریت حیاتی می باشد:

مدیر

* کسی که کل برنامه را در ذهنش می‌پروراند، بخش‌ها را به هم وصل می‌کند، سیاست‌ها را تعیین می‌کند، منابع را رصد می‌کند، مشکلات را رفع می‌کند و مهم‌تر از همه، قطب‌نمای تربیتی برنامه را در دست دارد؛ در یک جمله اگر نمایشگاه یک کشتی باشد، او کاپیتانی است که سکان را رها نمی‌کند.

✱ پذیرش، فقط پشت میز نشستن و ثبت نام نیست! اینجا اولین لحظه ای است که مخاطب با نمایشگاه مواجه می شود؛ پس باید یک تجربه به یادماندنی باشد. واحد پذیرش، مخاطب را گروه بندی می کند، مسیر را توضیح می دهد و او را وارد یک سیر از پیش طراحی شده می کند. در واقع، این واحد، دروازه بان یک سفر تربیتی است.	واحد پذیرش و راهبری
✱ یک مربی گرم و صمیمی (ترجیحاً طلبه یا مربی تربیتی) در بدو ورود، مخاطب را استقبال می کند، چند جمله کوتاه و انرژی بخش می گوید، فضای نمایشگاه را معرفی می کند و گروه را تا پایان مسیر همراهی می کند. او مثل یک راهنمای تور تربیتی است که اجازه نمی دهد کسی در این مسیر گم شود.	مربی پذیرش یا راهنمای گروه
✱ هر غرفه، یک صحنه مجزا است که نیاز به یک مدیر اجرایی دارد. مسئول غرفه، نظم را برقرار می کند، زمان بندی را کنترل می کند، وسایل را مدیریت می کند، نوبت را رعایت می کند و کیفیت فعالیت را تضمین می نماید. او مطمئن می شود که همه چیز سر جای خودش است و مخاطب، یک تجربه روان و بی دغدغه دارد.	مسئول غرفه

مربی غرفه

✱ مربی غرفه متولی معنا، محتوا و تربیت است. مربی بابچه ها گفت و گو می کند، مشارکت میکند، در عین ارتباط صمیمانه، متولی فرآیند عمیقی است که در جریان غرفه هدف گذاری شده است. گاهی از دل فعالیت هنری یا عملی یا اتفاقات غرفه، پیام تربیتی بیرون می کشد و مراقب برخورد انسانی و اثرگذاری تربیتی است؛ اما هدف اصلی عمیق تر است. مثلاً اگر بچه تسبیح می سازد، هدف فقط سرگرمی نیست. مربی تیم و فضا را به گونه ای مدیریت میکند که در عین تازگی و جذابیت و هیجان، گوشه هایی از عبادت حضرت زهرا ترسیم ترسیم شود، تسبیحات حضرت زهرا علیها السلام به عنوان هدیه ی پیامبر شرح داده شود، غیر مستقیم اهمیت نماز جلوه داده شود، آشنایی با ذکر صورت پذیرد، فضای خلوت با خدا سر سجاده و دعا خصوصاً برای فرج ترسیم شود و...

کادر نوجوان

✱ بازیگران اصلی میدان؛ اینها ستاره های نمایشگاه هستند! نوجوانان می توانند در نقش های مختلف ظاهر شوند: در انتظارات، برای حفظ نظم، در پذیرایی، برای خوش آمدگویی، در رسانه، برای فیلمبرداری، عکاسی و تدوین، در راهنمایی گروه ها، در پشتیبانی و آماده سازی، در اجرای برنامه و دعوت از مدارس، اما حضور آنان فقط برای پر کردن فضا نیست؛ بلکه همراه با آموزش، هویت بخشی و نظارت جدی است. اینجا نوجوان، مدیر صحنه زندگی خودش می شود.

سرگروه کادر

※ یک نفر باید مراقب باشد که کوچک ترین بی نظمی یا برخورد نامناسب، کل زحمت ها را هدر ندهد. سرگروه ها بر رفتار، پوشش، گفتار و کیفیت کار نیروها نظارت می کنند؛ زیرا یک برخورد تند یا ناپخته از سوی یک نوجوان، می تواند خاطره ای بد در ذهن مخاطب بسازد و اثر کل برنامه را کاهش دهد. سرگروه، مثل یک کاپیتان تیم، مراقب تک تک اعضای تیم خودش است.

تیم رسانه و مستند سازی

※ یکی از بزرگ ترین ظرفیت های نوجوانان، رسانه است! تیم رسانه، مسئول تصویر، کلیپ، پوستر، تدوین و تولید محتواست. آن ها نه تنها برنامه را مستند می کنند تا برای همیشه بماند، بلکه خود نوجوانان در این مسیر، مهارت های تازه ای یاد می گیرند که تا سال ها به کارشان می آید. این تیم، روایت گر اصلی پاتوق فاطمی هستند.

مخاطب

مخاطبِ پاتوق فاطمی، فقط یک بازدیدکننده نیست؛ او مهمانِ یک تجربه‌ی تربیتیِ کامل است. تجربه‌ی مخاطب در پاتوق فاطمی، فقط به محتوای غرفه‌ها ختم نمی‌شود؛ کیفیتِ مواجهه، نظمِ حرکت و تناسبِ فضا با ویژگی‌هایِ فردیِ هر بازدیدکننده، نقشِ تعیین‌کننده‌ای در ماندگاریِ این تجربه دارد؛ لذا رعایت نکات ذیل در رابطه با مخاطب از اهمیت زیادی برخوردار است:

✱ **مواجهه با مخاطبانِ متنوع؛ آغوش باز، اما چارچوبِ مشخص:** برخی از غرفه‌های ما مثل عکاسی، هوش مصنوعی، صنایع دستی، خوشنویسی و فعالیت‌های هنری، به قدری جذاب هستند که حتی کسانی را هم که با فضای مذهبی بیگانه‌اند، به خود جذب می‌کنند، اما جذبِ مخاطبِ متنوع، به معنای رها کردنِ اصول نیست. ما باید میان «آغوش باز» و «چارچوبِ روشن» تعادل برقرار کنیم. برخورد ما محترمانه، جذاب، بدونِ تحقیر و بدونِ تندی است؛ اما

شرایط هر فضا و هر غرفه را شفاف توضیح می دهیم؛ مثلاً اگر مخاطبی با پوشش غیرمتعارف وارد نمایشگاه شد، نوع مواجهه متناسب با مکان برگزاری متفاوت می باشد. در مسجد، قواعد و اصول مسجد اهمیت دارد و باید رعایت شود، ولی در فضای عمومی، ممکن است ورود او بلا مانع باشد و فقط برای حضور در غرفه ای خاص، شرایط آن غرفه را شفاف بیان می کنیم؛ مثلاً می گوییم: «این غرفه برای ثبت یک قاب خاص طراحی شده و حضور در آن شرایط خودش را دارد». اصل طلایی این است که مخاطب، حتی اگر کاملاً همراه فضای مذهبی نباشد، باید از برخورد نیروها حس خوبی بگیرد. ما با اخلاق فاطمی، بدون تحقیر، بدون تندی، اما با صراحت و احترام، مرزها را مشخص می کنیم.

✱ **تفکیک دختر و پسر؛ نه برای محدودیت، برای آرامش و رشد:** اگر نمایشگاه به صورت خانوادگی باشد، طراحی مشترک معنا دارد، اما اگر به صورت سانس، دانش آموزی یا گروهی برگزار شود، تفکیک دختر و پسر یک ضرورت جدی است: برای آرامش خاطر مخاطبان، برای اقتضائات تربیتی هر گروه، برای مدیریت بهتر فضا و برای پیشگیری از آسیب های احتمالی

✱ **نیاز، زبان، علایق و نوع ارتباط با دختران و پسران یکسان نیست؛** پس هر بخش باید طراحی اختصاصی، مدیریت و کادر متناسب خودش را داشته باشد؛ بخش دختران و بانوان، کاملاً

توسط خواهران و مربیان خانم اداره می‌شود و بخش پسران، توسط برادران و مربیان آقا. این تفکیک، نه یک محدودیت، که یک امتیاز کیفی است.

❖ **تفکیک کودک و نوجوان:** کودک و نوجوان را هرگز یکسان نبینید! برنامه‌ای که کودک را به وجد می‌آورد، ممکن است برای نوجوان کسل‌کننده باشد و بالعکس؛ پس باید از نظر فضا، زبان، نوع فعالیت و شیوه اجرا، این دو گروه را کاملاً جدا کنید: برای کودک مسابقه، بازی، رنگ‌آمیزی، کاردستی ساده و فعالیت‌های کوتاه و پرشور طراحی شود و برای نوجوان فعالیت‌های جدی‌تر، محترمانه‌تر، انتخاب‌محورتر و متناسب با سن او؛ مثل میزگرد، حلقه‌های معرفت، تولید محتوا و گفت‌وگوهای عمیق‌تر در نظر گرفته شود. این تفکیک، باعث می‌شود هر دو گروه، تجربه‌ای متناسب با خودشان داشته باشند و هیچ‌کس احساس کوچک شدن یا حوصله سررفتن نکند.

❖ **گروه‌بندی مخاطبان:** مخاطبان را در گروه‌های ۱۰ نفره یا متناسب با ظرفیت غرفه‌ها دسته‌بندی کنید. استفاده از بازوبندهای رنگی، کارت گروه یا نشانه‌های ساده، کمک شایانی به نظم حرکت گروه‌ها می‌کند. به هر گروه توضیح دهید که ابتدا به کدام غرفه می‌روند، سپس کدام غرفه و در پایان چه اتفاقی در انتظارشان است. یک نقشه ساده یا برگه مسیر هم در اختیار

راهنما یا سرگروه بگذارید تا همه از مسیر خود مطمئن باشند. این کار، از سردرگمی و ازدحام جلوگیری می‌کند و تجربه‌ای روان و لذت بخش رقم می‌زند.

❖ **تفکیک مخاطب مذهبی، انقلابی و...:** مجریان طرح باید توجه داشته باشند که مخاطبان از حیث معرفت دینی و مذهبی و نیز بینش سیاسی در یک سطح نیستند؛ بنابراین ممکن است برخی بخش‌های نمایشگاه مورد تأیید و موافقت همگان قرار نگیرند. برای مثال، در غرفه مبارزه، ما کودکان را به پا گذاشتن روی پرچم آمریکا و اسرائیل تشویق می‌کنیم؛ ممکن است این کار و اقداماتی از این دست با اعتراض برخی مخاطبان روبه‌رو شود. از این رو توصیه می‌شود کسانی که نمونه این طرح را در شهرها و شهرستان‌های مختلف اجرا می‌کنند، نخست مخاطب‌شناسی کنند و برای برخی غرفه‌ها زمینه‌سازی و مقدمه‌چینی داشته باشند.

❖ **طراحی سیر حضور مخاطب؛ مثل یک سفر از پیش طراحی شده:** مخاطب نباید به صورت رها و تصادفی وارد غرفه‌ها شود. ما برای او یک سیر منطقی، تربیتی و اجرایی طراحی می‌کنیم؛ اولین مواجهه بسیار مهم است؛ برخورد گرم، محترمانه، همراه با لب‌خند و توضیح کوتاه، می‌تواند حس خوبی ایجاد کند. اگر مخاطب با فضای مذهبی بیگانه باشد، همین برخورد اولیه می‌تواند نگاه او را نسبت به مجموعه تغییر دهد. مسیر باید به گونه‌ای باشد که مخاطب از یک غرفه به غرفه بعدی، با حس کنجکاوی و لذت کشف حرکت کند.

✱ **همراهیِ مربی؛ همراهی که یک تورِ تربیتی می‌سازد:** ایده مطلوب این است که هر گروه، در کل مسیر، یک مربی یا راهنما داشته باشد. این همراهی، باعث می‌شود که بازدید صرفاً گردش در غرفه‌ها نباشد، بلکه تبدیل به یک تجربه تربیتی کوتاه و عمیق شود. مربی در طول مسیر، نکاتِ کلیدی را یادآوری می‌کند، به سؤالات پاسخ می‌دهد و ارتباطِ عاطفیِ مخاطب را با فضا تقویت می‌کند.

✱ **پایان‌بندی جذاب:** با یک خاطره شیرین خداحافظی کنید: پایانِ مسیر، به اندازه شروع آن مهم است. در پایان، بهتر است: یک جمع‌بندی کوتاه و شیرین داشته باشید، هدیه یا یادگاری کوچکی به مخاطب بدهید، یک عکس یادگاری بگیرید و یا او را به برنامه‌های بعدی مسجد یا کانون دعوت کنید. پایانِ برنامه، باید جوری باشد که مخاطب را لبخند و دل‌پُر، از نمایشگاه خارج شود و تا مدت‌ها آن را به خاطر داشته باشد.

فضاسازی

کودک و نوجوان، برخلافِ بزرگ سالان، دیرتر با فضایی مناسبی اُنس می گیرند؛ پس نباید منتظر باشیم که از شبِ اولِ نمایشگاه، مخاطب با همه وجود وارد فضا شود! باید از هفته ها قبل، حال و هوایِ فاطمیه را از طریقِ رسانه، مدرسه، مسجد و محله برایش بسازیم:

- ✱ از فاطمیه ی اول، می توانیم در مدارس و محله شروع به فعالیت کنیم.
- ✱ در مدرسه، مسابقه و نقاشی با موضوع فاطمی برگزار کنیم.
- ✱ در محله، فضاسازیِ شهری و پوسترهایی جذاب نصب کنیم.
- ✱ ویژه برنامه ها و هیئات دانش آموزی در مدارس را راه اندازی کنیم و هسته های مختلف نمایش، سرود و تیم های اجرایی و محتوایی را از دل دانش آموزان فعال کنیم.

اگر این زمینه سازی انجام نشود، حتی با وجود بهترین غرفه ها، مخاطب در زمان کوتاه حضور، نمی تواند عمق محتوا را درک کند. پس شروع فعالیت ها باید هم زمان با شکل گیری حال و هوای فاطمیه در جامعه (تلویزیون، کوچه، مدرسه و مسجد) باشد تا مخاطب با آمادگی قبلی وارد نمایشگاه شود. اگر خیلی زودتر یا خیلی دیرتر از این فضای عمومی برگزار شود، استقبال و اثرگذاری به شدت کاهش می یابد.



تعامل با مدارس

برای پیوند مدرسه و نمایشگاه، تنها رفتن به مدرسه و اعلام دعوت کافی نیست؛ چنین کاری پیوند نمی‌سازد، بلکه تبلیغی یک طرفه در فضای مدرسه است. از این رو، بر آن شدیم تا انگیزه‌ای درونی در دانش‌آموزان ایجاد کنیم و آنان را به حضور در نمایشگاه ترغیب نماییم. در گام نخست، مسابقه‌ای طراحی و در مدارس توزیع شد و قرار شد دانش‌آموزان پاسخ‌ها را به نمایشگاه بیاورند تا در قرعه‌کشی شرکت داده شوند. همچنین مقرر شد هر شب، دانش‌آموزان یکی از مدارس به طور رسمی در کنار دیگر بازدیدکنندگان، مهمان مجموعه باشند و برای همان شب، امتیازها و مزایای ویژه‌ای برای آنان در نظر گرفته شود. اقدام دیگر، اجرای گزیده‌ای از فعالیت‌های نمایشگاه در مدارس بود تا دانش‌آموزان جذابیت آن را از نزدیک ببخشند و برای بازدید ترغیب شوند. همچنین می‌توان با

مدارس ارتباط برقرار کرد و برای اجرای برنامه‌ها مختلف از قبیل سرود و مداحی و... از دانش‌آموزان کمک گرفت.

نکته مهم در تعامل با مدارس و مجموعه‌های فرهنگی آن است که هرچند ظرفیت مدارس بسیار ارزشمند است، در این نمایشگاه از آوردن دسته‌جمعی دانش‌آموزان در ساعات اداری پرهیز شده تا فضای صمیمی و پاتوقی نمایشگاه حفظ شود. هدف آن است که مخاطب با انگیزه‌ای درونی و به صورت اختیاری حضور یابد و تنها مصرف‌کننده محتوا نباشد؛ بلکه خود در ساختن فضا و دعوت از دوستانش سهیم شود و نسبت به برنامه احساس مالکیت کند.



مکان مورد نیاز

سال ۱۴۰۰، به مناسبت سالگردِ حاج قاسم، یک تجربه نمایشگاهی داشتیم که می‌توان گفت پیش درآمدِ پاتوق فاطمی بود. اما نتیجه‌اش چه شد؟ فقط ۳۰٪ از برنامه‌هایمان اجرا شد! نه به خاطر ضعف محتوا، نه به خاطر بی‌انگیزگی تیم؛ بلکه به خاطر یک اشتباه راهبردی: فضای باز!

وقتی فضای اجرا، باز و غیرقابل کنترل باشد، انرژی تیم صرف مسائل حاشیه ای می شود؛ باد می وزد، وسایل جابه جایی می شود، صدا پخش می شود، مخاطب پراکنده است و... در چنین شرایطی، فرصت کمی برای تولید محتوای عمیق و کیفی باقی می ماند. آن تجربه، یک تلنگر بزرگ بود برای ما: همین تجربه باعث شد به این نتیجه برسیم که برای برگزاری یک نمایشگاه جدی و محتوایی، باید مکان و شرایط اجرایی را با دقت بیشتری انتخاب کنیم. برای یک نمایشگاه جدی و محتوایی، باید مکان را هوشمندانه انتخاب کنیم!

در انتخاب مکان برای برگزاری نمایشگاه پاتوق فاطمی با یک دوگانه مهم مواجه شدیم: از یک طرف، حضور در (فضای باز) فضایی که مخاطب بیشتری دارد و می تواند جمعیت بیشتری را جذب کند و از طرف دیگر، انتخاب (مکانی بسته مثل مسجد) مکانی که از نظر اجرایی، امکانات و مدیریت فضا برای ما مناسب تر باشد.

ترجیح دادیم به جای اینکه انرژی خود را صرف جذب مخاطب رهگذر کنیم، تمام توان خود را روی محتوا، تکنولوژی، کیفیت و امکانات متمرکز کنیم؛ چیزهایی که فقط در یک فضای ثابت و قابل کنترل به ثمر می نشینند. در چنین فضایی، امکان کنترل تجهیزات و حفظ دکور وجود دارد و از طرفی، مکان به صورت شبانه روزی در اختیار ماست و می توانیم با خیال راحت برنامه ها را اجرا کنیم.

البته برگزاری نمایشگاه در مسجد به جهت احکام خاصی که دارد از حیث قواعد ورود و پوشش نیز محدودیت‌هایی به وجود می‌آورد، همچنین فضای بسته مسجد، ممکن بود باعث کاهش مخاطب عمومی شود؛ اما تلاش کردیم این محدودیت‌ها را از مسیر دیگری جبران کنیم؛ ارتباط با مدارس، مجموعه‌های فرهنگی و گروه‌های مختلف را فعال کردیم تا مخاطب مورد نیاز نمایشگاه از مسیرهای دیگری تأمین شود. مضافاً بر این که تجربه حضور در فضای مسجد می‌تواند زمینه‌ساز یک ارتباط مستمر و تربیتی با مسجد و مجموعه فرهنگی باشد.

امسال البته با توجه به ضرورت حضور فعال در میدان و خیابان، سزاوار است هر مجموعه بررسی عمیق‌تری نسبت به فضای باز یا فضای سر بسته داشته باشد و مزایا و نواقص هر کدام بصورت کامل لیست شود و تصمیم دقیق‌تری گرفته شود.

زمان برگزاری نمایشگاه

پاتوق فاطمی، یک برنامه چندشبه نیست که یک هفته مانده به فاطمیه تصمیم به اجرای آن بگیریم! نباید برنامه ریزی نمایشگاه به چند روز پایانی فاطمیه محدود شود. باید فعالیت ها از ۲ تا ۳ ماه پیش از ایام فاطمیه در سه حلقه آغاز گردد:

تولید محتوا، طراحی غرفه ها، برنامه ریزی هنری و نگارش سناریوهای تربیتی.	۳ ماه پیش از فاطمیه	حلقه اول (نیروی فرهنگی و محتوایی)
جذب کادر، هماهنگی با مدارس، تولید تیزر و پوستر، و فضاسازی محیطی	۱ ماه پیش از فاطمیه	حلقه دوم (نیروهای اجرایی و تبلیغی)

تست تجهیزات، چیدمانِ غرفه‌ها، اجرای آزمایشی و رفع اشکالاتِ آخرین دقیقه	۱۰ روز مانده به فاطمیه	حلقه سوم (تیم آماده سازی نهایی)
---	---------------------------	------------------------------------

این شروع زود هنگام، علاوه بر کاهش فشار کاری در روزهای پایانی، به نیروها فرصت می دهد تا با حال و هوای فاطمیه انس بگیرند و برنامه برایشان صرفاً یک کار مناسبتی نباشد. برنامه های اصلی نمایشگاه در شب ها و بلافاصله پس از اقامه نماز جماعت برگزار می شود. زمان پایان، متناسب با گروه سنی مخاطب:

✱ **کودکان و نونهالان:** تا ساعت ۲۱:۰۰؛ زودتر به خانه می روند تا خوابِ شبانه شان به هم نخورد.
✱ **نوجوانان:** تا ساعت ۲۳:۰۰؛ فرصت دارند در فعالیتهای عمیق تری مثل میزگرد، حلقه های معرفت، چهارپایه خوانی و آمادگی نمایش شرکت کنند.

همزمان با شبِ شهادت، یک دسته عزاداری و تشییع نمادین با حضور همه شرکت کنندگان برگزار می شود تا برنامه با یک رویداد آیینی و جمعی به پایان برسد؛ پایانی که تا سال ها در ذهنِ نوجوانان می ماند.



شهادت می‌بوی دوعالم حضرت فاطمه زهرا
امروز زکلی سینه

رسالت هفت رخ



طراحی غرفه‌ها

هر غرفه باید هدف روشن داشته باشد؛ هر غرفه باید مشخص کند که قرار است چه حسی، چه مهارتی، چه دانشی، چه ارتباطی و یا چه خاطره‌ای در مخاطب ایجاد کند. غرفه نباید فقط برای پر کردن فضا طراحی شده باشد؛ بلکه باید به گونه‌ای باشد که مخاطب کودک و نوجوان درگیر شود. صرفاً دیدن، شنیدن یا عبور کردن کافی نیست. فعالیت‌هایی مانند ساختن، نوشتن، رنگ کردن، عکس گرفتن، انتخاب کردن، پاسخ دادن، بازی کردن یا تجربه کردن، غرفه را زنده می‌کند؛ بنابراین:

*** هر غرفه باید تا حد امکان خروجی ملموس داشته باشد:** بهتر است مخاطب از هر غرفه یا دست کم از چند غرفه، چیزی برای بردن داشته باشد؛ مانند عکس، خوشنویسی، کاردستی، تسبیح، سربند، نقاشی، نوشته یا محصول هنری کوچک. این یادگاری، خاطره برنامه را ماندگار می‌کند.

✱ **هر غرفه باید مربی داشته باشد:** فعالیت بدون مربی، ممکن است فقط سرگرمی باشد. مربی باید از دل فعالیت، گفت وگو و معنا بسازد. مثلاً اگر بچه تسبیح می سازد، مربی می تواند درباره ذکر، معنای ذکر و اذکار مهمی همچون تسبیحات حضرت زهرا علیها السلام صحبت کند.

✱ **غرفه ها باید با هنر آمیخته باشند:** هنر باعث جذابیت، ماندگاری و اثرگذاری بیشتر می شود. کار مذهبی اگر از هنر جدا شود، ممکن است خشک و کم جاذبه شود. استفاده از خطاطی، عکس، رنگ، طراحی، صنایع دستی، نمایش، سرود و رسانه، پیام را جذابتر و قابل لمس تر می کند.

✱ **غرفه نباید صرفاً فروشگاه باشد:** یکی از مزیت های تجربه پاتوق فاطمی، رایگان بودن آن بود. نباید نمایشگاه به بازارچه فروش محصولات تبدیل شود. بهتر است تدبیر شود که خدمات، یادگاری ها و فعالیت ها تا حد امکان رایگان و در دسترس همه مخاطبان باشد.

✱ **غرفه ها باید ترتیب منطقی داشته باشند:** چینش غرفه ها نباید تصادفی باشد. باید فکر شود که مخاطب ابتدا چه حسی بگیرد، بعد چه چیزی بفهمد، سپس چه تجربه ای انجام دهد و در پایان با چه خاطره ای خارج شود. برای نمونه، غرفه هایی که خروجی ملموس و یادگاری دارند می توانند در بخش های پایانی مسیر قرار گیرند تا مخاطب در انتها با دست پر و خاطره مثبت از نمایشگاه خارج شود.

محتوای غرفه‌ها

رویکرد اصلی این نمایشگاه، ایجاد فضایی پویا و جذاب است که به پاتوقی برای نوجوانان تبدیل شود؛ از این رو، طراحی محتوا بر مبنای تنوع و پرهیز از تکرار بنا شده تا هر شب، تجربه‌ای نو و متمایز برای این رده سنی رقم بخورد. در ادامه، شرح مختصری از غرفه‌ها و برنامه‌های جانبی ارائه می‌شود:



غرفه خوشنویسی و خطاطی و حکاکی

هدف و رسالت:

* در این غرفه سعی بر آن است که یک شعار و یک جمله عمیق معرفتی با خط خوش نوشته شده و به بچه ها هدیه داده شود تا از طریق زیبایی هنر، مفهوم این کلام و شعار بر دل و جان آن نوجوان بنشیند.

فعالیت ها:

* توسط خود نوجوانان و یا هنرمندی که در غرفه مستقر شده، شعارها و متون معرفتی به قلم و خط خوش نگارش یافته و به مخاطبین هدیه داده خواهد شد.

* حکاکی روی جا کلیدهایی که در اختیار نوجوانان قرار می گیرد، از دیگر فعالیت ها: ی این غرفه به شمار می رود.



غرفه عکاسی و هوش مصنوعی

هدف و رسالت:

* هدف اصلی از ایجاد این غرفه آن است که مخاطبان با جلوه‌ها و نمادهای اسلامی عکس یادگاری بگیرند و خاطره‌ای خوش از این فضا در ذهن و یادشان ماندگار شود؛ به گونه‌ای که مفاهیمی مانند حجاب، ولایت مداری و... به طور غیرمستقیم در ناخودآگاه آنان نقش ببندد.

فعالیت‌ها:

* فضاهایی که در این غرفه برای عکاسی نوجوانان پیش‌بینی شده است، عبارت‌اند از:

۱. لباس‌های نظامی یا پوشش‌های قدیمی
۲. حجاب کامل و چادر برای دختران
۳. لباس دانشمندان در فضای آزمایشگاهی

۴. لباس و ظاهر خادمان هیأت

۵. جانماز و حال و هوای دعا و نیایش

✽ در بخش هوش مصنوعی نیز از پس زمینه های مفهومی همچون دفاع از ولایت، بال فرشته و فضای بهشت استفاده می شود.

✽ برای نمونه، عکس دختران محجبه را با بال فرشته در فضای بهشت قرار می دهیم، یا عکس با لباس نظامی و پوشش قدیمی پسران را در فضایی پیرامون خانه حضرت زهرا علیها السلام طراحی می کنیم و سپس فایل نهایی را به صورت چاپ شده و یا به صورت فایل در اختیار شرکت کنندگان می گذاریم.





غرفه صنایع دستی

هدف و رسالت:

* مخاطبین در این بخش، به تولید محصولات و صنایع دستی متناسب با ایام فاطمیه می پردازند.

* این غرفه همچون یک کارگاه کوچکی است که بچه ها هم دست سازه می سازند و هم دلشان با نام حضرت فاطمه زهرا علیها السلام گره می خورد. در این غرفه، هر فعالیت یک قصه و یک فلسفه دارد که بچه ها با آن آشنا می شوند.

فعالیت ها:

✱ **ساخت تسبیح:** مهره های چوبی، سنگی یا پلاستیکی به همراه نخ مخصوص در اختیار مخاطبان قرار داده می شود تا بتوانند تسبیح شخصی خود را بسازند و در انتخاب رنگ و مهره ها خلاقیت به خرج دهند و مربی نیز حین ساخت تسبیح به تسبیحات حضرت زهرا علیها السلام و آثار ذکر اشاره می کند.

✱ **ساخت جانماز:** در این بخش می توان با پارچه های آماده، روبان، نگین، دکمه، تکه دوزی و گل دوزی، جانمازهای کوچک و ساده ساخت و روی آن عبارت هایی مانند اسم حضرت زهرا علیها السلام، گل، طرح محراب یا اسامی اهل بیت علیهم السلام را اجرا کرد.

✱ هدف این است که مخاطب یک وسیله کاربردی را خودش بسازد و با خود ببرد و از این طریق با مفاهیمی همچون عبادت، نماز و سبک زندگی عبادی حضرت زهرا آشنا شود.

✱ **ساخت سربند:** بچه ها با پارچه هایی که از پیش برش خورده و نوشته های قالبی، یا رنگ و نوشت افزاری که در اختیارشان قرار داده می شود، خودشان سربند می سازند. بهتر است نوشته ای که روی سربندها نقش می بندد، شعار یا جمله ای عمیق باشد تا اثری معرفتی نیز بر جای بگذارد.

*** ساخت گیره روسری:** این فعالیت علاوه بر جذابیت برای دختران نوجوان، می تواند با مفهوم حجاب و پوشش فاطمی پیوند بخورد و به صورت غیرمستقیم درباره حیا، عفاف و سبک پوشش حضرت زهرا علیها السلام گفتگو ایجاد کند.

*** ساخت گردنبند:** مخاطبان می توانند با مهره های رنگی، پلاک های کوچک، نخ یا زنجیر، یک گردنبند شخصی بسازند و حین ساخت گردنبند و تزیینات، داستان گردنبند با برکت حضرت زهرا علیها السلام روایت شود و احکام مربوط به زیورآلات بانوان تبیین گردد.

*** ساخت کتیبه:** یکی از برنامه جالبی که در این بخش اجرا می شود، این است که پارچه هایی به همراه شابلون و قالب های از پیش آماده شده، در اختیار نوجوانان قرار داده می شود تا آن ها بتوانند کتیبه هایی برای ایام فاطمیه درست کنند. کتیبه های ساخته شده توسط خود نوجوانان، برای نصب بر سردر منازلشان اهدا می گردد تا از این طریق فضا سازی شهری هم اتفاق بیفتد.



غرفه مبارزه

هدف و رسالت:

در این غرفه سعی شده در قالب ورزش و فعالیت و بازی، روحیه مبارزه، دفاع از ولایت، مقاومت و استکبارستیزی به نوجوانان منتقل گردد.

فعالیت ها:

✱ دارت

✱ بوکس

✱ **هفت سنگ:** در بازی هفت سنگ، تکه سنگ ها و چوب هایی با تصاویر ترامپ و نتانیاهو روی هم چیده شده و نوجوانان با پرتاب توپ، آن ها را هدف می گیرند.

* نکته قابل توجه این است که نوجوانان در این بخش صرفاً با یک بازی و ورزش معمولی روبه‌رو نیستند؛ بلکه بستری فراهم شده است که ماهیت این بازی‌ها را تغییر می‌دهد. ابتدا نوجوان تصویر یک شهید را انتخاب می‌کند تا به نیابت از او به مقابله با دشمن برود؛ سپس برای دارت‌اندازی یا بوکس، باید روی پرچم استکبار (پرچم آمریکا و اسرائیل) بایستد. بدین ترتیب، همه مراحل این غرفه در راستای دشمن‌شناسی و دشمن‌ستیزی طراحی شده است.





غرفه عینک سه بعدی

هدف و رسالت:

* از آن جایی که فیلم های سه بعدی برای نوجوانان جذابیت زیادی دارند، در این غرفه سعی شده تا از این جذابیت بهره برداری شده و بعضی از وقایع مرتبط با فاطمیه به مخاطبین عرضه گردد.

فعالیت ها:

* محتوای این غرفه شامل پخش فیلم های سه بعدی از:

۱. زیارت مجازی

۲. واقعه هجوم به خانه حضرت زهرا علیها السلام

۳. رویداد غدیر

۴. وقایع مرتبط با ایام فاطمیه

* مربی قبل از پخش فیلم نکاتی را متذکر می شود تا مخاطب را برای این فیلم ها آماده کند، همچنین همزمان با پخش فیلم و یا بعد از آن، با ارائه توضیحات تکمیلی به غنای بیشتر این بخش می افزاید.





غرفه عکاسی

غرفه لیزر

غرفه ساخت گردنبند



غرفه نقاشی باشن

هدف و رسالت:

* از آن جایی که بازی، یکی از بهترین روش‌ها برای انتقال مفاهیم به بچه‌ها می‌باشد، در این غرفه سعی شده که از طریق بازی باشن، مفاهیم معرفتی به نوجوانان تفهیم گردد.

فعالیت‌ها:

* در این غرفه، ابتدا باشن‌ها در اختیار بچه‌ها قرار می‌گیرد تا به بازی و کشیدن اشکال و نوشتن نام خود بپردازند. سپس با حضور استاد حرفه‌ای، مربی غرفه به داستان‌گویی می‌پردازد و استاد همزمان، تصاویر مربوط به روایت را باشن ترسیم می‌کند.



غرفه نقاشی، رنگ آمیزی و کاردستی

هدف و رسالت:

❖ هدف از برپایی این غرفه، تنها سرگرم کردن مخاطب نیست؛ بلکه کوشش شده است که کارکرد آن از یک تفریح ساده فراتر رود و تا جای ممکن، مفاهیم معرفتی در خلال کاردستی، نقاشی و رنگ آمیزی به کودکان منتقل گردد.

فعالیت ها:

❖ **ساخت ریسه:** بچه ها می توانند با مقوا، کاغذ رنگی و نخ، ریسه های مناسب فضای فاطمی درست کنند. روی هر قطعه می توانند نقاشی، نام حضرت زهرا و یا جملات کوتاه مرتبط به ایام فاطمیه بنویسند و در نهایت قطعات را به هم وصل کنند. ریسه های ساخته شده می تواند

مستقیماً به عنوان: دکور غرفه مورد استفاده قرار گیرد تا بخشی از زیبایی غرفه حاصل دست خود بچه‌ها باشد و یا به خود بچه‌ها تحویل داده شود تا برای فضا سازی ایام فاطمیه به خانه و محله خود ببرند و نصب کنند.

*** ساخت پرچم:** برای هر کودک، مقداری کاغذ، مقوا، چسب، چوب، نی و... تهیه می‌گردد تا خودش بتواند با استفاده از این‌ها یک پرچم درست کند و برای تزئین و طراحی پرچم نیز مطالب مرتبط به ایام فاطمیه و یا سایر موضوعات ارزشی آماده شده است؛ مثلاً یکی از طرح‌هایی که برای این پرچم‌ها در نظر گرفته شده، طرح پرچم ایران و حزب الله و غزه است تا کودک در اثناء ساخت پرچم با مفهوم جبهه مقاومت نیز آشنایی پیدا کند.

*** نقاشی سه بعدی:** در این بخش، نقاشی فقط روی کاغذ تخت نیست؛ بلکه با مقوا، فوم، کاغذ تاخورد و قطعات برجسته بعضی قسمت‌های نقاشی از سطح کاغذ بیرون می‌آید. مثلاً گل‌ها، ابرها، پروانه‌ها یا ساختمان‌ها به صورت برجسته ساخته می‌شوند و یک تصویر سه بعدی به وجود می‌آید که برای کودکان و نوجوانان جذابیت زیادی دارد.

*** ساخت موشک مقوایی:** با استفاده از مقوا و کاغذ رنگی می‌توان یک موشک ساده ساخت و بچه‌ها آن را رنگ آمیزی و تزئین کنند. می‌توان روی موشک‌ها نام شهدا، شعارهای معرفتی

و ضد آمریکا و اسرائیل را اضافه کرد و همه موشک‌ها را در بخشی از غرفه به صورت یک دکور مشترک نصب نمود.

✱ **اورگامی:** چند مدل اورگامی ساده و سریع متناسب با سن بچه‌ها و مناسب ایام انتخاب می‌شود؛ مثل گل، کبوتر، پروانه، قلب یا ستاره. مربی ابتدا مرحله به مرحله آموزش می‌دهد و کودک خودش آن را می‌سازد و در پایان با رنگ آمیزی یا نوشتن یک جمله کوتاه، تکمیل می‌کند.

✱ **تهیه نشریه‌های دستی:** با توجه به این که درست کردن کار دستی شاید برای بعضی از نوجوانان جذابیت نداشته باشد، در این غرفه زمینه تهیه نشریه و روزنامه دستی برای آنان فراهم شده که کمی پیچیده تر و دشوارتر است و به همین جهت معمولاً مورد اقبال بسیاری از نوجوانان قرار می‌گیرد.



غرفه حلقه معرفت

هدف و رسالت:

* این غرفه با ایجاد حلقه های کوچک گفت وگو، پرسش و پاسخ و روایت سیره حضرت زهرا، می کوشد معارف فاطمی را از سطح اطلاعات به سطح باور و رفتار ببرد و هدف نهایی آن، تعمیق محبت، بصیرت افزایی، پاسخ به شبهات و تبدیل مخاطب به سفیر فرهنگی فاطمی در زندگی روزمره است.

فعالیت ها:

* در این بخش، مباحث اندیشه محور نه به شکل مستقیم و خشک، بلکه با زبانی جذاب و نوجوان پسند از سوی مربی مطرح می شود؛ تا آنجا که گاه از پانتومیم و بازی با کلمات برای

انتقال مفاهیم بهره گرفته می شود. تلاش مجموعه این است که این حلقه معرفتی، با آن تصویری که معمولاً در ذهن مخاطب از یک نشست خشک و بی روح با مباحثی سرد و سنگین وجود دارد، تفاوتی آشکار و دلنشین داشته باشد.



غرفه برج احکام

هدف و رسالت:

* در این بخش، هدف آن است که بچه ها از طریق بازی و سرگرمی با احکام مختلف به شکلی جذاب و ماندگار آشنا شوند.

فعالیت ها:

* برج هایی با عناوین واجب، حرام، مستحب و مکروه طراحی شده و از نوجوانان خواسته می شود که اعمال مختلف را به برج مربوطه متصل کنند. این روش، بستری جذاب برای آموزش غیرمستقیم احکام در قالب بازی فراهم می کند.



برنامه‌های جانبی

مراسم هیأت: در کنار غرفه‌ها، مراسمی متناسب با سلیقه نوجوانان تدارک دیده شد که شامل نمایش، سرود، همخوانی، نوحه خوانی، عزاداری، سینه زنی، مسابقه، اجرای عمو روحانی، چهارپایه خوانی، مداحی نوجوانان، تئاتر و برگزاری قرعه کشی می باشد؛ البته باید این مراسم به گونه ای برنامه ریزی شود که حس و حال یک هیأت کامل و پویا را به مخاطبین منتقل کند.

برنامه هایی برای والدین: از آنجا که کودکان معمولاً همراه والدین خود در نمایشگاه حاضر می شوند، توجه به والدین نه یک حاشیه، بلکه یک ضرورت است. مجموعه «پاتوق فاطمی» به این نیاز نیز توجه کرده و برای والدین، به ویژه مادران، برنامه ها و محتوای متناسب تدارک دیده است؛ از جمله دعوت از کارشناسان حوزه های مختلف، مشاوره خانواده و تربیت فرزند، طب سنتی و... با این

هدف که هم خدمتی به والدین ارائه شود و هم در کنار حضور فرزندان، زمینه‌ای برای کار فرهنگی فراهم آید تا حضور آنان در نمایشگاه، تجربه‌ای مفید و ماندگار باشد.

حضور مهمان و اجرای زنده: یکی از برنامه‌های جذاب این نمایشگاه که با استقبال گسترده مخاطبان روبه‌رو شده، ویژه برنامه‌ای است که هر شب برای شرکت‌کنندگان تدارک دیده می‌شود. در این برنامه، هنرمندی نامی به عنوان مهمان ویژه دعوت می‌شود تا به صورت زنده اجرا کند و مخاطبان از نزدیک شاهد هنرنمایی او باشند.

راز موفقیت پاتوق فاطمی!

نمایشگاه پاتوق فاطمی تجربه‌ای نوآورانه در عرصه فعالیت‌های دینی و تربیتی است که با محوریت نوجوانان، از قالب سنتی هیأت فاصله گرفته و با طراحی نمایشگاهی چندبعدی، فضایی پویا و مشارکتی خلق کرده است. این مجموعه به دلیل دارا بودن توأمان چندین ویژگی، به یک مجموعه کم نظیر و بلکه بی نظیر تبدیل شده است. برای اشاره به امتیازات این طرح، می‌توان موارد زیر را نام برد:

۱. **نوجوان محوری:** در این طرح، خود نوجوانان در اجرا دخیل بودند. برنامه بر اساس سلیقه، زبان و ظرفیت نوجوان طراحی شد و نوجوان فقط تماشاگر نبود؛ بلکه نوجوان از مخاطب منفعل به عنصر فعال تبدیل می‌گردد.

۲. تنوع بالا: در قالب هیأت سنتی، امکان فعالیت متنوع محدودتر است. اما وقتی قالب نمایشگاه انتخاب می شود، دست مجموعه برای طراحی غرفه های متعدد، فعالیت های عملی، کارهای هنری، خدمات فرهنگی، بازی، تجربه های حسی و محصولات یادگاری بازتر می شود و مخاطب دیگر با یک تجربه یکنواخت مواجه نیست، بلکه با مجموعه ای از فعالیت های هنری، رسانه ای، عملی، محتوایی و تعاملی رو به رو می گردد.

۳. امکان مشارکت نیروهای بیشتر: نمایشگاه امکان می دهد نیروها در بخش های مختلف پخش شوند و هرکس مسئولیتی بر عهده بگیرد و بدین ترتیب ده ها نوجوان می توانند در پذیرش، انتظامات، رسانه ها، غرفه ها، پشتیبانی، اجرا، دعوت مدارس، راهنمایی مخاطب و بخش های دیگر نقش آفرینی کنند.

۴. ارتباط چهره به چهره: برخلاف هیأت سنتی که سخنران یا مداح صحبت می کند و مخاطب فقط گوش می دهد، این طرح بستری را فراهم می کند که مربی و مسئول غرفه بتوانند با کودک یا نوجوان صحبت کنند، سؤال بپرسند، واکنش بگیرند و متناسب با شرایط او اثرگذاری داشته باشند.

۵. پیوند مدرسه، مسجد و محله: برنامه توانست مدرسه را به مسجد و محله متصل کند. این پیوند، برنامه را از یک فعالیت داخلی به یک جریان محلی تبدیل کرد. حضور فعال در

مدارس و محله‌ها، اجرای برنامه، دعوت دانش آموزان و تشویق آنان برای بازدید از نمایشگاه، یکی از مهمترین عوامل جذب مخاطب است.

۶. **استفاده از هنر و رسانه:** هنر، تصویر، سرود، نمایش، عکاسی، خوشنویسی، کلیپ و فعالیت‌های رسانه‌ای باعث شد برنامه برای کودکان و نوجوان ملموس‌تر و جذاب‌تر شود.

۷. **خروجی ملموس برای مخاطب:** وقتی مخاطب با عکس، نوشته، کار دستی یا محصولی که خودش ساخته از نمایشگاه خارج می‌شود، خاطره برنامه برای او پایدارتر می‌ماند.

۸. **رایگان بودن تجربه:** رایگان بودن خدمات و فعالیت‌ها باعث می‌شود نمایشگاه برای طیف‌های مختلف قابل دسترس باشد و در مناطق گوناگون امکان اجرا پیدا کند.

۹. **حضور مربی در کنار مسئول اجرایی:** تفکیک نقش مسئول غرفه و مربی غرفه باعث می‌شود هم نظم کار حفظ شود و هم جهت تربیتی برنامه فراموش نشود.

۱۰. **امکان تولید تجربه کوتاه مدت تربیتی:** یک نوجوان حتی اگر عضو هیچ مسجد، کانون یا مجموعه‌ای نباشد، می‌تواند در مدت یک ساعت حضور در نمایشگاه، تجربه کوتاهی از ارتباط با مربی، حضور در گروه، انجام چند فعالیت جذاب، گرفتن یادگاری و شنیدن چند پیام تربیتی داشته باشد. این تجربه کوتاه مدت، اگر درست طراحی شود، می‌تواند زمینه ارتباط بعدی یا اثرگذاری عاطفی و ذهنی ایجاد کند.

۱

نوجوان محوری

۳

امکان مشارکت
نیروهای بیشتر

۲

تنوع بالا

۶

استفاده از هنر و
رسانه

۵

پیوند مدرسه،
مسجد و محله

۴

ارتباط چهره به
چهره

۱۰

امکان تولید تجربه
کوتاه مدت تربیتی

۹

حضور مربی در کنار
مسئول اجرایی

۸

رایگان بودن
تجربه

۷

خروجی ملموس
برای مخاطب

راه‌های تأمین بودجه

یکی از ارکان اصلی تداوم و کیفیت بخشی به تجربه‌های فرهنگی-تربیتی نظیر نمایشگاه «پاتوق فاطمی»، تأمین پایدار و متنوع منابع مالی و پشتیبانی اجرایی است. با عنایت به ماهیت رایگان فعالیت‌ها و هدف گذاری برای دسترسی حداکثری مخاطبان، نمی‌توان هزینه‌ها را از محل فروش خدمات یا دریافت شهریه تأمین کرد. از این رو، طراحی یک سامانه تأمین مالی چندوجهی، مبتنی بر همکاری‌های میان بخشی و مشارکت مردمی، ضروری است. در ادامه، مهم‌ترین راه‌های تأمین بودجه و هزینه‌های نمایشگاه تبیین می‌شود:

✱ **جلب همکاری مجموعه‌های جهادی و گروه‌های داوطلب مردمی:** بسیاری از فعالیت‌های نمایشگاهی (نظیر طراحی غرفه، اجرای سرود، نمایش، فضا سازی، تولید محتوا و پذیرش)

با نیروهای داوطلب و جهادی قابل اجراست. این گروه‌ها با انگیزه‌های تربیتی و بدون هزینه‌های نیروی انسانی، بخش عمده‌ای از بار اجرایی را بر عهده می‌گیرند.

*** استمداد از سازمان‌های فرهنگی عمومی (سازمان تبلیغات اسلامی، وزارت ارشاد، کانون پرورش**

فکری کودک و نوجوان): این سازمان‌ها معمولاً بودجه‌هایی برای حمایت از برنامه‌های مناسبی و فعالیت‌های تربیتی کودک و نوجوان در ایام فاطمیه دارند. ارائه طرحنامه مصوب و سابقه اجرایی موفق، شانس دریافت کمک‌های بلاعوض یا تسهیلات را افزایش می‌دهد. همچنین سازمان‌های تبلیغات و ارشاد می‌توانند در تهیه و امانت‌دهی تجهیزات صوتی، تصویری، ویدئوپروژکتور، مانیتور، دوربین و سیستم‌های نورپردازی همکاری کنند و در زمینه تبلیغات امکان چاپ بروشور، پوستر، بسته‌های آموزشی و هدایای تبلیغی با حمایت این نهادها، هزینه‌های تولید محتوای مکتوب و رسانه‌ای را کاهش می‌دهد.

*** تعامل با ارگان‌های دولتی و نهادهای محلی (استانداری، فرمانداری، شهرداری، بسیج اساتید،**

حوزه هنری):

♦ **بسیج اساتید و حوزه هنری:** این مجموعه‌ها می‌توانند مربیان هنری و متخصصان

حوزه کودک و نوجوان را معرفی کنند و با اعزام استادان خوشنویسی، نقاشی، عکاسی

و نمایش، نیاز به مربی حرفه‌ای را پوشش دهند. همچنین حوزه هنری در تولید تیزر، انیمیشن و کلیپ‌های جذاب تبلیغاتی کمک‌رسان است.

♦ **استانداری و فرمانداری:** این نهادها گاهی اعتبارات اجتماعی و فرهنگی را برای برنامه‌های محلی اختصاص می‌دهند. همچنین می‌توانند در تأمین مکان (در صورت نیاز به فضای مکمل)، تسهیل مجوزها و هماهنگی با مدارس و ادارات آموزش و پرورش نقش آفرین باشند.

♦ **شهرداری:** بخش فرهنگی شهرداری‌ها می‌تواند در تأمین وسایل بازی، سازه‌های سبک، غرفه‌های متحرک، فضاسازی محیطی و نیز پوشش رسانه‌ای محلی مشارکت کند. همچنین امکان استفاده از ظرفیت «سرای محله» یا فرهنگسراهای وابسته به شهرداری برای برگزاری نمایشگاه وجود دارد.

※ **مشارکت خود مخاطبان و خانواده‌ها:** در تجربه «پاتوق فاطمی»، برخی خانواده‌ها و حتی خود نوجوانان برای انجام بخشی از کارها اعلام آمادگی می‌کنند. این مشارکت نه تنها هزینه‌ها را کاهش می‌دهد، بلکه حس تعلق و مالکیت را در مخاطبان ایجاد می‌کند.



چالش‌ها و آسیب‌های احتمالی

۱. کمبود مربی و هنرمند: اگر مربی و هنرمند کافی وجود نداشته باشد، غرفه‌ها ممکن است فقط خدماتی یا سرگرم‌کننده شوند و اتفاق تربیتی اصلی در آن‌ها رخ ندهد. حضور مربیان تربیتی و افراد دارای مهارت هنری برای کیفیت برنامه بسیار مهم است.
۲. خطر تبدیل شدن به برنامه تفریحی صرف: اگر جهت تربیتی برنامه مراقبت نشود، پاتوق می‌تواند به مجموعه‌ای از بازی، عکس، کاردستی و خدمات جذاب تبدیل شود؛ در حالی که هدف اصلی، تربیت و اثرگذاری است.
۳. خطر برخورد نامناسب کادر نوجوان: اگر کادر نوجوان آموزش نبیند یا نظارت نشود، ممکن است در مواجهه با مخاطب برخوردی تند، ناپخته یا بی‌نظم داشته باشد. این مسئله می‌تواند اثر کل برنامه را خراب کند.

۴. **بی‌نظمی در گردش مخاطب:** اگر پذیرش و مسیر بازدید طراحی نشود، برخی غرفه‌ها شلوغ و قفل می‌شوند، برخی غرفه‌ها خالی می‌مانند و تجربه مخاطب پراکنده و کم‌اثر می‌شود.
۵. **بی‌توجهی به تفاوت مخاطبان:** یکی از آسیب‌ها این است که کودک، نوجوان، دختر، پسر، مخاطب مذهبی و مخاطب کمتر مذهبی همه با یک زبان و یک برنامه دیده شوند. طراحی موفق نیازمند شناخت تفاوت مخاطبان است.
۶. **مخالفت مسئولین مدارس:** یکی از معضلاتی که احتمال دارد در تعامل با مدارس به وجود بیاید، این است که بعضی از مدیران و مسئولین مدارس، همکاری لازم را نداشته و مانع فعالیت مجموعه در مدرسه می‌شوند.



الگوی پیشنهادی برای اجرای مشابه

برای اجرای این تجربه در شهرهای دیگر، می‌توان از الگوی زیر استفاده کرد:

مرحله اول: تعیین مسئله و هدف: ابتدا روشن شود که مسئله اصلی چیست؟ آیا هدف فعالسازی نوجوانان است یا جذب دانش‌آموزان مدرسه یا ایجاد برنامه کودک و نوجوان در فاطمیه یا احیای محله یا تربیت کادر است؟ پاسخ به این سؤال، طراحی کل برنامه را تعیین می‌کند.

مرحله دوم: شناسایی مخاطب: مشخص شود مخاطب اصلی چه کسانی هستند: کودک، نوجوان، دختر، پسر، خانواده، دانش‌آموزان مدارس، اعضای مسجد یا عموم مردم. سپس برای هر گروه، زبان و قالب مناسب طراحی شود.

مرحله سوم: طراحی ساختار: ساختار اجرایی شامل مدیریت کل، مسئول بخش‌ها، پذیرش، راهنما، غرفه‌ها، مربیان، کادر نوجوان، رسانه، پشتیبانی و ارزیابی طراحی شود.

مرحله چهارم: طراحی غرفه‌ها: برای هر غرفه، هدف، فعالیت، مربی، مسئول اجرایی، وسایل، زمان حضور، ظرفیت مخاطب، خروجی ملموس و پیام تربیتی مشخص شود.

مرحله پنجم: آموزش کادر: پیش از اجرا، جلسه توجیهی و آموزشی برگزار شود. نوجوانان باید بدانند کارشان چیست و چرا مهم است؟ چگونه باید با مخاطب برخورد کنند و چه انتظاری از آنان وجود دارد؟

مرحله ششم: دعوت و اتصال به مدارس: اگر هدف جذب دانش‌آموزان است، ارتباط با مدارس باید از قبل آغاز شود. برنامه‌هایی در مدرسه اجرا گردد، دانش‌آموزان فعال شوند و سپس برای بازدید از نمایشگاه دعوت شوند.

مرحله هفتم: اجرای نمایشگاه: در زمان اجرا، نظم‌پذیرش، گردش مخاطب، کیفیت برخورد، حضور مربی، رعایت تفکیک‌ها، جذابیت غرفه‌ها و ثبت رسانه‌ای باید دائم رصد شود.

مرحله هشتم: جمع‌بندی و استمرار: بعد از پایان نمایشگاه، باید با کادر نوجوان و مسئولان جلسه جمع‌بندی برگزار شود. خروجی این جلسه باید شامل نقاط قوت، نقاط ضعف، ایده‌های اصلاحی و برنامه استمرار ارتباط با مخاطبان باشد.

حرف آخر

پاتوق فاطمی را می‌توان الگویی برای تبدیل یک مناسبت مذهبی به میدان تربیتی، هنری، اجتماعی و نوجوان‌محور دانست. نقطه قوت اصلی این تجربه آن است که نوجوان را از جایگاه مخاطب منفعل خارج می‌کند و او را در متن کار واقعی قرار می‌دهد.

این تجربه نشان می‌دهد که برنامه دینی برای کودک و نوجوان، زمانی اثرگذارتر می‌شود که با هنر، انتخاب، فعالیت، محصول، ارتباط انسانی، احترام، مربی‌گری و خاطره مثبت همراه شود. همچنین نشان می‌دهد که نمایشگاه اگر درست طراحی شود، فقط محل عبور از چند غرفه نیست؛ بلکه می‌تواند یک سیر تربیتی کوتاه مدت، منظم و اثرگذار باشد. برای انتقال این تجربه به شهرهای دیگر، نباید فقط ظاهر کار یا نام غرفه‌ها کپی شود.

روح تجربه باید منتقل شود: تربیت در میدان، نوجوان محوری، پیوند مدرسه و مسجد و محله، طراحی اختصاصی برای کودک و نوجوان، استفاده از هنر، حضور مربی، شخصیت بخشی به کادر و حفظ کرامت مخاطب. اگر این اصول رعایت شود، پاتوق فاطمی می تواند در موقعیت های مشابه و حتی متفاوت، با اقتضائات محلی باز طراحی و اجرا شود.



ارتباط با پشتیبان
محتوایی نمایشگاه



گزارش ویدیوئی
از برگزاری نمایشگاه
پاتوق فاطمی