



اگر گروه فرهنگی منسجمی که بتواند پای کار بایستد به ما پیشنهاد همکاری بدهد، ما بسترهای لازم را برای آنها آماده می‌کنیم. ما نمی‌خواهیم خودمان تشخیص بدهیم که چه کار فرهنگی لازم است، اما هر کار فرهنگی که بتوانیم انجام می‌دهیم؛ ما اطعام به نام ائمه اطهار را یک کار فرهنگی می‌دانیم، لذا در مقاطع مختلف مانند روز میلاد امام رضا (ع) ده‌هزار بسته خوراکی خشک تهیه کردیم و آن‌ها را برای توزیع در اختیار کمیته امام (ره) قرار دادیم و بدون ریاکاری هیچ نامی هم از پدیده نیاوردیم. به کارکنان و کارمندان مان آموزش می‌دهیم تا به مهمانان و گردشگران برخورد صحیحی داشته باشند، خانم‌ها حجاب اسلامی را رعایت کنند و آقایان روابط درستی داشته باشند تا تاثیر مثبتی روی مهمانان داشته باشند. این اقدامات را وظیفه و تکلیف فرهنگی برای خودمان می‌دانیم و قبول داریم که جای کار بیشتری دارد ولی کسی که پیشنهادی دارد باید بیاید و در کنار ما کار کند. آمدن این تعداد گردشگر، نه تنها تهدید نیست بلکه یک فرصت است که باید از آن استفاده کنیم. همه به عشق امام رضا (ع) به مشهد می‌آیند، باید خدمات لازم را برایشان فراهم کنیم، به آنها آموزش بدهیم و تاثیرات فرهنگی داشته باشیم؛ بتوانیم در حجاب‌شان، روابط شان و حتی حمایت از بازار داخلی تاثیر گذار باشیم. ما آماده‌ایم این بستر را در اختیار فعالان بخش فرهنگ

هر کس دغدغه دارد بیاید و در این کار به ما کمک کند. تفکیک اقتصاد و فرهنگ از نظر ما منطقی نیست، ما به عنوان سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی پروژه، خودمان را موظف به داشتن پیوست فرهنگی و آماده سازی بستر فرهنگی می‌دانیم. ما بر مبنای روایت حضرت رسول اکرم (ص) سه محور را برای این پروژه در نظر گرفتیم و آن را با مهندسان، گروه‌های تبلیغاتی و دوستان فرهنگی مطرح کردیم، ایشان می‌فرمایند: «رَحِمَ اللهُ اِمْرًا اِذَا عَمِلَ

را بدون نذری روز عاشورا و مراسم شب احیا نمی‌خواهیم. افتخار ما این است که دیگر نذری برای امام حسین (ع) برپا می‌کنیم و در شب‌های قدر رستوران را تعطیل و مراسم احیا برگزار می‌کنیم. ما متولی امر فرهنگ نیستیم ولی عشق کار فرهنگی داریم و خودمان را موظف می‌دانیم تا بستر فرهنگی لازم را آماده کنیم. از یک گروه فرهنگی دعوت کردیم تا پیشنهادهایشان را ارائه کنند و ایشان پس از پژوهش‌هایشان حدود ۱۴۰ طرح فرهنگی را پیشنهاد کردند،

قبول داریم که سرمایه‌گذاری‌های ما می‌تواند آثار فرهنگی در پی داشته باشد و مشتاقیم فعالان فرهنگی در این عرصه به ما کمک کنند.

پذیرفتیم و از آنها خواستیم خودشان متولی اجرای طرح فرهنگی پیشنهادی شوند و لذا بخش فرهنگی پروژه را راه‌اندازی کردیم.

**این ۱۴۰ طرح در چه زمینه‌ای بوده است؟**

طرح‌های فرهنگی مختلف؛ مثلاً یک آیه با قرآن، حفظ کردن یک سوره، مسابقات فرهنگی و ... طرح جامع و خوبی آماده شده است و از آنها خواستیم کار را اولویت بندی و شروع کنند. ما می‌خواهیم از فضاهای فرهنگی ممکن برای زائران استفاده کنیم. به تمام فعالان فرهنگی هم اعلام می‌کنیم

هم باید امکان زیارت را برای گردشگران تسهیل کنیم و از این فرصت بهترین استفاده را ببریم. زائران چند درصد وقت‌شان را در حرم می‌گذرانند؟ و بقیه زمان را کجا سپری می‌کنند؟ همان‌طور که گفته شد یکی از امتیازات و نکات مثبت سرمایه‌گذاری در مشهد این است که انتخاب سفر از سوی زائران امام رضا (ع) است و ما برای انتخاب شدن توسط گردشگران هزینه‌ای صرف نمی‌کنیم. زائران با انگیزه‌های خودشان می‌آیند و در کنار بهره‌مندی از زیارت امام رضا (ع) از این خدمات هم استفاده می‌کند. اومی‌تواند زمان‌های اضافه‌اش را در هر جا مایل بود بگذراند، اما ما سعی کرده‌ایم همه خدمات و نیازهای گردشگران مانند خرید، تفریح، آب و هوای مناسب، مراکز فرهنگی، سینما و ... را به صورت یک مجموعه در اختیار آنها قرار دهیم. این بحث که این پروژه بخواهد رقیبی برای امام رضا (ع) باشد در میخلمه ما نمی‌گنجد.

بنده یک جمله گفتیم و فکر می‌کنم بسیار جامع است: «ما ریزه‌خوار امام رضا (ع) هستیم». امام رضا (ع) این سفره را پهن کرده‌اند و هر کس از آن‌ها بهره خودش را از آن می‌برد. قبول داریم که سرمایه‌گذاری‌های ما می‌تواند آثار فرهنگی در پی داشته باشد و مشتاقیم فعالان فرهنگی در این عرصه به ما کمک کنند. سعی کردیم تا جایی که می‌توانیم از فرصت‌های فرهنگی به‌وجود آمده استفاده کنیم؛ ما این‌جا