



# سامانه فکد منظوره تبلیغ

«بلیغ»: ابزاری چند پلت فرمه جهت مدیریت تبلیغ و مبلّغ



فرداد ۱۳۹۲



# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## مندرجات

- ← مقدمات طرح
- ← ابزار پیشنهادی یک: بانک اطلاعاتی مبلغین
- ← ابزار پیشنهادی دو: بانک اطلاعات مبلغ
- ← ابزار پیشنهادی سه: شبکه اطلاعاتی و ارتباطی مبلغین
- ← تخمین هزینه و زمان
- ← شیوه مدیریت پروژه



## مقدمات طرح

### ضرورت طرح

تبلیغ دینی یکی از دیرپاترین فعالیت‌های روحانیت در تمامی مکاتب، ادیان و مذاهب است. از هنگامی که اعتقاد و باور اجتماعی وجود داشته، آئین‌هایی که تنها بر پایه جماعت برقرار می‌ماند و پایدار می‌شود، فرد، افراد یا گروه‌هایی وجود داشته‌اند که وظیفه خود را رساندن اصول و قواعد به مردم و ترویج و آموزش سنت‌ها می‌دانسته‌اند.

اگر نخستین انسان حضرت آدم ابوالبشر بوده، پیامبری منصوب از ناحیه ربوبی، رسالتی داشته و نبوتی و برپایه آن ناگزیر به تبلیغ و رساندن حقایق به سمع خانواده خود و سپس خاندانی که آباء بشر می‌بوده‌اند.

بی‌گمان «تبلیغ» دیرینه‌ترین فعالیت انسانی است و همیشه و در همه دوران‌ها همراه و هم‌نشین تمامی اندیشه‌ها.

چنین فعالیت پایداری، همچون سایر رفتارهای ما، همیشه برخوردار از منابع انسانی و تجارب بشری بوده و هست و منافع فن‌آوری بی‌تردید در نهایت توان برای بهینه‌سازی آن به کار گرفته شده و می‌شود. چنان که روزی نه منبری بود و نه مناره و گنبدی، اما سخنوران مبلغ حضور داشتند، روزی نیز دستگاه‌های تقویت صدا به دست آمد و سخنوری از میانه این ابزار رساساز دامنه‌افزا شد. امروز نیست رسانه‌های دیداری و شنیداری رسالت تبلیغ را تجهیز کرده‌اند.

اما عرصه نرم‌افزار؛ در هر دو گزینه آفلاین و آنلاین، وب و گیروپ، همچنان به قدری بکر و دست‌نخورده است که گستره‌های پهناوری برای ابزارسازی تبلیغ باز گذاشته و فراروی کارورزان قرار داده است. بسان سایر اعصار، ما نیز در رقابت با سایر مکاتب و ادیان، در مواجهه با تمامی گمراهان و دعوت‌های آنان، خود را ناگزیر به استفاده از «نهایت فن‌آوری» در این مقوله می‌دانیم.

## اهداف طرح

غرض از نگارش این نوشته، طرح ایده یا ایده‌هایی است که می‌تواند مرزهای به‌کارگیری ابزارهای نوین نرم‌افزاری در عرصه تبلیغ را گسترش دهد و مقیاس‌های جدیدی برای تبلیغ تعریف کند.

ما به دنبال تولید ابزار یا ابزارهایی هستیم که اهداف ذیل را تأمین نماید:

۱. تهیه زیرساخت مدیریت اجرایی گروه‌های تبلیغی
۲. یاری‌گری گروه‌ها در انجام فعالیت‌های تبلیغی خود
۳. همسان‌سازی فرمت‌های مدیریت تبلیغ گروه‌ها
۴. تقویت ارتباط گروه‌ها و امکان استفاده از تجربیات یکدیگر
۵. امکان استفاده از تجارب گذشته با تسهیل دسترسی به آن‌ها
۶. یکنواخت‌سازی فضای فعالیت تبلیغی با مشخص شدن مکان‌های دارای خلأ تبلیغی
۷. ارتقاء کیفیت تبلیغ با مخاطب‌شناسی و نیازسنجی
۸. کمک به تصمیم‌گیری مدیران نظام با ارائه آمارهای دقیق کمی و کیفی از تبلیغ
۹. طراحی الگوهای تبلیغی مناسب برای مکان‌ها و زمان‌های متفاوت

و هزاران دستاورد دیگری که در ذیل اهداف و اغراض ذکر شده تحصیل می‌شوند.

## ویژگی طرح

طرح جاری، اگر چه اجمالی و خلاصه و تنها تخمینی از فضای پیش‌روست و در زمانی اندک تهیه و تولید شده است، اما درصدد ترسیم ایده‌هایی است که می‌تواند با بودجه‌های جذب‌شده، در تنظیم طرح تفصیلی با دقت بسیار بیشتری تبدیل به ابزارهای نو، تازه و بدیع باشد، فن‌آوری‌هایی که کم‌تر با چنین نگاهی مورد استفاده تبلیغ قرار گرفته باشد.

از این رو، برای این‌که طرح قابلیت‌گزینش از سوی سرمایه‌گذاران مالی داشته و چارچوبی بسته نباشد که گرفتار دو گزینه «بله/خیر» شود، که اگر در توان و بنیه‌مان نبود منتفی گردد و اگر تمایلات را برنیانگیخت کنار گذاشته شود، در سه سرفصل تنظیم و پیش‌بینی شده است.

سرفصل‌هایی که هر کدام توصیف‌گر حالت و وضعیتی معین در استفاده از فن‌آوری در توسعه تبلیغ است، به ترتیب از کوتاه‌ترین نگاه به بلندترین و متعالی‌ترین وضعیت قابل تصور. وضعیتی که در نگاه امروز ما کاملاً دست‌یافتنی و در دسترس است.

در این طرح از منظرهای ناممکن و خیال‌بافانه دوری شده و تنها به آنچه میسر است نگاهمان معطوف بوده و بدان پرداخته‌ایم. اگر از باور و ذهن مخاطب دور باشد و توهم‌انگیز به نظر رسد، باید به‌گردد بی‌اطلاعی و کم‌خبری از ابزارها و فن‌آوری‌های نوین گذاشت و از عهده نگارنده برداشت. والله اعلم بذات الصدور.

## ابزار پیشنهادی یک: بانک اطلاعاتی مبلغین

نخستین ابزار پیشنهادی شامل یک نرم‌افزار تحت وب است که توانایی مدیریت گروه‌های تبلیغی را فراهم می‌آورد و ارائه خدمات به آنان را تسهیل می‌نماید.

این ابزار تحت وب شامل سامانه‌های ذیل است:

۱. بانک اطلاعات جامع مبلغین مرتبط؛ شامل اطلاعات فردی و سوابق تبلیغی
۲. امور مالی، پرداخت‌ها، بودجه‌های دریافتی، هزینه‌های جاری و عمرانی، مسایل مالیاتی
۳. ابزار مدیریت انبار، اموال منقول و غیرمنقول، جمع‌داری، مدیریت هدایا و کالاهای توزیعی
۴. دفتر تلفن افراد مرتبط با گروه‌ها، اعضای آنها، سازمان‌ها و نهادهای همکار و مرتبط
۵. بانک گزارشات متنی، تصویری، صوتی از گروه‌ها و فعالیت‌های تبلیغی آنان
۶. مدیریت اعزام، ثبت‌نام و عضویت، گزینش، پذیرش
۷. بانک اطلاعات مناطق تبلیغی، ظرفیت مراکز، حوزه‌ها، مساجد و تکایا
۸. اتوماسیون اداری، ثبت اسناد حقوقی، نامه‌نگاری‌های رسمی، قراردادهای

این ابزار تنها یک نسخه تحت وب است که بر روی یک هاست اجاره‌ای نصب شده و در اختیار مدیران تبلیغی خواهد بود. مبلغین نیز تنها در حد کاربران عادی و اعضای ساده نرم‌افزار می‌توانند از آن استفاده نمایند، ثبت نام کنند، از اخبار مطلع شوند، گزارشات خود را ارسال کنند و بعضی اطلاعات مفید را دریافت نمایند.

ویژگی‌های ریزتر و دقیق‌تر این سامانه در طرح تفصیلی و پس از مطالعات و بررسی‌های تکمیلی تدوین و ارائه خواهد شد.

اجمالاً هدف از این ابزار ایجاد یک «بانک اطلاعاتی مبلغین» است؛ ابزاری مدیریتی برای مدیران گروه‌های تبلیغی.

## ابزار پیشنهادی دو: بانک اطلاعات مبلّغ

آنچه در پیشنهاد یک گفته شده است را اگر ضمیمه کنیم به ابزاری که در اختیار مبلّغ باشد، ابزاری که مبلّغ برای ساماندهی تبلیغ خود از آن استفاده نماید، سامانه‌ای خواهد شد که تحت عنوان پیشنهاد دو به معرفی آن می‌پردازیم.

مبلّغ برای تنظیم فعالیت‌های تبلیغی خود به ابزارهایی نیاز دارد فراتر از آنچه که مدیران تبلیغ از آن بهره می‌برند. مبلّغ نیاز به متن و محتوا دارد، نیاز به اطلاعات مکانی و جغرافیایی دارد، او نیاز دارد برنامه‌ریزی کند و برای این منظور به تقویم‌های تبلیغی محتاج است. او همیشه و همواره کتاب‌ها و منابعی را باید در اختیار داشته باشد. باید ابزاری داشته باشد که بتواند یادداشت‌های خود را نگهداری کند و نسخه‌ای منحصر به فرد از مطالعات ویژه خویش را همیشه همراه داشته باشد، نوشته‌هایی که تنها خودش از آن‌ها سر در می‌آورد و با شخصیت و شیوه‌ها و روش‌های پژوهشی او سازگارتر است.

پیشنهاد دوم چیزهایی بیشتر از پیشنهاد نخست دارد:

۱. کتابخانه تبلیغ، شامل کتاب‌های مورد نیاز تبلیغی؛ فقهی، احکام، اعتقادی، کلامی، اخلاقی
۲. ابزار فیش‌برداری در کتابخانه، دسته‌بندی، حاشیه‌نویسی، علامت‌گذاری، موضوع‌بندی
۳. مدیریت یادداشت‌های گزارشی، روزنوشت‌ها، انتقال دست‌نوشته‌ها، تصویری و صوتی
۴. تسهیل دسترسی به بانک گزارشات و تجارب سایر مبلّغان بر اساس مکان، زمان یا مخاطب
۵. امکان اخذ خروجی از انواع اطلاعات جمع‌آوری شده در فرمت‌های قابل انتقال
۶. قابلیت انتقال اطلاعات به سرویس‌های وبلاگ معتبر و شبکه‌های اجتماعی

بدین نحو است که مبلّغ می‌تواند از ابزار تولید شده به نفع خود استفاده نماید و پاره‌ای امور مقدماتی، آمادگی تبلیغ، حین تبلیغ و حتی پس از تبلیغ خود را با این ابزار به انجام برساند.

این ابزار به نوعی «بانک اطلاعات مبلّغ» است، چیزی است که هر مبلّغ برای خود از آن بهره می‌برد و در عین حال مدیران نیز از آن منتفع می‌شوند، هم در مدیریت تبلیغ، هم در تولید محتوا.

## ابزار پیشنهادی سه: شبکه اطلاعاتی و ارتباطی مبلغین

آخرین پیشنهاد آخر چیزی است که متصور است در عصر ما. آنچه غرض خالص ما از نگارش طرح حاضر بوده است. استفاده از پلت فرم های متعدد جهت تسهیل دسترسی به ابزارهای اطلاعاتی و ارتباطی.

اگر به تمام آنچه تا کنون ذکر شده است، نرم افزارهای قابل اجرا در موبایل و تبلت را بیافزاییم، اگر شبکه اجتماعی را به سامانه اضافه کنیم، حقیقتاً با یک «ابزار معاصر» مواجه خواهیم بود. یک ابزار به روز که از فن آوری های بازار نهایت استفاده را نموده باشد.

ما چنین چیزهایی را باید به پیشنهاد یک و دو اضافه نماییم:

۱. سامانه شبکه اجتماعی مبلغین؛ اعلام آن لاین، چت، فروم، وبلاگ، نظر، مینی بلاگ، گروه، اتاق های موضوعی، ارائه تصویر، صوت و تمامی فرمت های چند رسانه ای و اتصال همه این موارد به سوابق مبلغ، فعالیت ها، آثار، گزارشات.
۲. ابزار ثبت ایده های تبلیغی به نام مبلغ و نقد و نظر ایده ها
۳. امتیاز گذاری مبلغین بر اساس فعالیت های گذشته و همچنین فعالیت های درون سامانه
۴. نرم افزار آندرویدی برای استفاده از تمامی خدمات سامانه های اطلاعاتی و ارتباطی
۵. نسخه قابل نصب نرم افزار مذکور بر روی سخت افزارهای اپل؛ iPad و Iphone
۶. امکان خروجی گرفتن از داده ها و استفاده در نرم افزار به صورت Offline

مبلغ باید بتواند حتی اگر در منطقه تبلیغی دسترسی به اینترنت نداشت، آنچه به صورت Offline ذخیره کرده است را در نرم افزار خود ببیند و به بخش هایی از کتابخانه تبلیغ دسترسی داشته باشد، همراه با حاشیه ها، نظرات، علامت ها، هر چه که نیاز دارد از بانک های اطلاعاتی سامانه بلیغ.

این ابزار قابلیت را ایجاد می کند تا مبلغین هم را بشناسند، تجارب هم را دریابند و با یکدیگر مرتبط شوند. نام آن چیزی نمی تواند باشد جز «شبکه اطلاعاتی و ارتباطی مبلغین».

## تخمین هزینه و زمان

### پیشنهاد یک

آنچه در ابزار پیشنهادی نخست تولید می‌شود نیازمند تجهیزات و خدمات و فعالیت‌های ذیل است که هزینه هر کدام به نحو ذیل تخمین زده می‌شود:

- اجاره هاست و دومین پنج ساله: ۱۵/۰۰۰/۰۰۰/- ریال
- تولید طرح تفصیلی: ۲۰/۰۰۰/۰۰۰/- ریال
- طراحی نرم‌افزار تحت وب: ۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰/- ریال
- تولید و درج محتوای اولیه مورد نیاز: ۷۰/۰۰۰/۰۰۰/- ریال
- مدیریت پروژه و هزینه‌های راه‌اندازی: ۳۰/۰۰۰/۰۰۰/- ریال

---

جمع: ۳۳۵/۰۰۰/۰۰۰/- ریال

به نظر می‌رسد این پروژه در مدت شش ماه قابل اجرا باشد، به نحوی که از ماه سوم امکان بهره‌برداری از سامانه وجود داشته و پس از شش ماه به صورت کامل و با کم‌ترین باگ و نقص در اختیار کارفرما قرار بگیرد.

### پیشنهاد دو

پیشنهاد دوم گزینه‌هایی را به طرح اضافه می‌نماید که پاره‌ای از آن هزینه بالایی دارند:

- اجاره هاست و دومین پنج ساله: ۳۰/۰۰۰/۰۰۰/- ریال
- تولید طرح تفصیلی: ۲۰/۰۰۰/۰۰۰/- ریال
- طراحی نرم‌افزار تحت وب: ۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰/- ریال
- گزینش، تولید و درج محتوای اولیه مورد نیاز: ۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰/- ریال
- مدیریت پروژه و هزینه‌های راه‌اندازی: ۵۰/۰۰۰/۰۰۰/- ریال



---

جمع: -/۰۰۰/۰۰۰/۵۵۰ ریال

فاز اول این پروژه نیز مانند پیشنهاد یک در سه ماه قابل اجراست. البته امکانات و قابلیت‌های پیشرفته به تدریج و در مدت پنج ماه تولید خواهد شد. از این رو، اجرای این پروژه به نظر می‌رسد که هشت ماه زمان به خود اختصاص دهد.

### پیشنهاد سه

این مورد آخر اساساً یک فعالیت منحصر به فرد و ویژه است، نهایت چیزی که مطلوب ماست و آینده‌ای برای ما که امروز غرب است، امروز تهاجم فرهنگی دشمنان علیه اسلام و مسلمانان.

و هزینه‌ها به قرار ذیل پیش‌بینی می‌گردد:

اجاره سرور و پهنای باند برای یک‌سال: -/۰۰۰/۰۰۰/۳۰ ریال

تولید طرح تفصیلی: -/۰۰۰/۰۰۰/۳۰ ریال

طراحی نرم‌افزار تحت وب: -/۰۰۰/۰۰۰/۵۰۰ ریال

گزینش، تولید و درج محتوای اولیه مورد نیاز: -/۰۰۰/۰۰۰/۱۵۰ ریال

تولید نرم‌افزار ویندوزی آفلاین: -/۰۰۰/۰۰۰/۳۰ ریال

تولید نرم‌افزار آندروید: -/۰۰۰/۰۰۰/۵۰ ریال

تولید نرم‌افزار اپل: -/۰۰۰/۰۰۰/۸۰ ریال

مدیریت پروژه و هزینه‌های راه‌اندازی: -/۰۰۰/۰۰۰/۱۰۰ ریال

---

جمع: -/۰۰۰/۰۰۰/۹۷۰ ریال

اجرای چنین پروژه‌ای اگر به صورت موازی به انجام رسد، یعنی نرم‌افزارهای تولیدی برای پلت‌فرم‌های مختلف به صورت هم‌زمان اجرا شوند، به نظر می‌رسد دوازده ماه کافی باشد تا تمامی سرویس‌های ذکر شده فعال گردند و باگ‌ها رفع شود. البته در این مورد نیز به‌گونه‌ای تدبیر می‌شود تا پس از سه ماه فاز اول به پایان رسد و نرم‌افزار فعال گردد.



## شیوه مدیریت پروژه

مدل اجرایی این پروژه نرم‌افزار، در هر سه پیشنهاد ذکر شده، مشابه سایر نرم‌افزاری روز بازار، مدل RUP است که مبتنی بر چهار مرحله فعالیت تنظیم شده است.

البته گام اول (Inception) که به پایان برسد، برای اجرای نرم‌افزار و تولید آن از شیوه نوین مدیریتی استفاده خواهد شد، شیوه‌های Agile و چابک در تولید نرم‌افزار.

مدلی که ما پیشنهاد می‌کنیم، به تبع رایج شدن و تأسیس نهادهای کارشناسی در داخل کشور که نمایندگی آن را بر عهده دارند، مدل اسکرام و xp است. با توجه به وجود مؤسساتی که در این زمینه آموزش می‌دهند و نظارت می‌نمایند، استفاده از این مدل می‌تواند کیفیت و سرعت کار را به شدت بالا برد.

در این شیوه کل کارهای پروژه به چند فصل شکسته می‌شود و هر فصل در یک دوره زمانی مشخص به انجام می‌رسد. کار در گروه‌های کوچک به صورت منسجم و با استفاده از قابلیت‌های Team working انجام شده و از شیوه‌های جدید و خلاقانه‌ای برای تقسیم کارها بین افراد استفاده می‌شود.

قطعاً این نخستین ابزاری نیست که در عرصه تبلیغ تولید می‌شود، پیشینه بسیار ضعیف و ناقصی در این زمینه وجود دارد که نتوانسته خلاقانه‌ای موجود را پر کند. امید است این ابزار، پس از تولید طرح تفصیلی و پیاده‌سازی به بهترین شیوه ممکن، ثابت کند که با تدبیر صحیح می‌توان بهترین‌ها را در داخل کشور تولید نمود و رقابت با ابزارهای پر قدرت جهانی چندان دشوار نیست، اگر به خدا توکل شود و از آخرین فن‌آوری‌های دانشی در عرصه نرم‌افزار و مدیریت استفاده کرد. ح

