

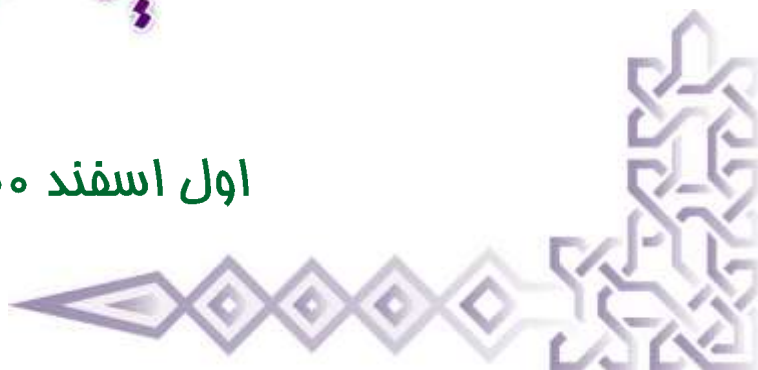


چشم انداز مؤسسه

گام اول در طراحی مؤسسه تبلیغ بین المللی - ویرایش سوم



اول اسفند ۱۴۰۰





مندرجات

← مقدمه / ۳

← اصطلاحات و تعاریف / ۴

← طرح ریزی وضع مطلوب / ۵

← چشم انداز / ۷



چشم‌اندازها، مستقل از دامنه و گستره‌ای که در ابعاد مختلف زندگی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مردم در بر می‌گیرند، همواره افق‌های نوین و متفاوتی بسیار فراتر از دیدگاه‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و حتی بلندمدت متعارف، پیش روی برنامه‌ریزان می‌گشایند و تهدیدها و فرصت‌هایی حتی فراتر از یک نسل را برای گریز از انتخاب‌های نادرست و تمرکز همه جانبه امکانات، استعدادها و اقتدار، در جهت تحقق خواسته‌های خود امکان‌پذیر می‌سازند.

از این رو، هر نهادی چه سیاسی باشد، چه اقتصادی و چه فرهنگی، اگر بخواهد به سوی آرمان‌های خود حرکت کند و در مسیر دستیابی به اهداف ایده‌آل خود گام بردارد، برای گریز از حاکم شدن رفتارها و برنامه‌ریزی‌های سلیقه‌ای و در افتادن به برداشت‌های ذوقی از اهداف متعالی آن، ناگزیر از ترسیم چشم‌انداز برای خود می‌باشد. خواه یک کشور باشد، خواه یک بنگاه اقتصادی و حتی یک مجموعه و مؤسسه فرهنگی. نبود دورنگاه به آرمان‌ها و نظری عمیق به قله‌های هدف، می‌تواند حرکت را به مسیر نادرستی سوق دهد که خواسته هیچ‌یک از مدیران نبوده است.

چشم‌انداز البته به تنهایی کافی نیست. حاکم کردن چشم‌انداز بر هدف‌های بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت، نیازمند طی کردن گام‌هایی است که انطباق آن بر تمامی فعالیت‌ها و عملکردها را حداکثری نماید. گام‌هایی که بایستی بر روشی متقن و استوار مبتنی باشد، تا مدیران را نسبت به تحقق آرمان‌های مذکور در چشم‌انداز مطمئن سازد.

روش‌های متعددی برای این منظور تا کنون تدوین یافته و هر نهادی بخشی از این روش‌ها را متناسب با آرمان‌های خود برمی‌گزیند و به کار می‌بندد.

این سند پس از تبیین روش گزینش‌شده خود، به بحث و بررسی خصوصیات مؤسسه پرداخته و پس از طی گام‌های تبیین‌شده، بیانیه چشم‌انداز را تولید و ارائه نموده است.

سند راهبری در دو بخش اصلی نظم یافته؛ نخست اصطلاحات و تعاریف پایه تبیین شده و در ضمن این تعاریف، روند دستیابی به نتیجه در هر گام بیان گشته است. در مرحله بعد، تطبیق این روند بر آرمان‌ها موضوع بحث قرار گرفته و پس از تحلیل مواد خام، محصول نهایی در هر مرحله طراحی و تدوین شده است. این محصولات نهایی به صورت مستقل، هر کدام سندی را شکل خواهد داد که مرحله‌ای از دستیابی به تحقق اهداف موضوع چشم‌انداز به شمار خواهد رفت. آسناد نهایی، متشکل از گزاره‌هایی خواهند بود که می‌توانند اعتماد رهبران مجموعه را نسبت به صحیح بودن فعالیت‌هایی از مؤسسه که بر این اساس، استوار بوده جلب نمایند و اطمینان مورد نظر را حاصل کنند.



پیش از هر سخنی، به دلیل تخصصی بودن مفاهیم موضوعه، بایستی غرض تدوین‌گران این سند از اصطلاحات روشن گردد، تا در مراحل بعدی و در متن آساند، جایگاه هر اصطلاح و خاستگاه هر گزاره مشخص و مبین باشد. البته در ضمن هر اصطلاح، تلاش شده علاوه بر تعریف، مختصراً نسبت آن با آساند بالادستی ذکر شده و راهکارهای دستیابی به آن نیز تبیین گردد.

چشم‌انداز

هر نهادی برای دستیابی به آرمان‌های خود بایستی «راهنمای عمل» داشته باشد، این راهنمای عمل به زبان برنامه، سند چشم‌انداز بلندمدت کشور است. چشم‌انداز ما را به ساحتی مطلوب با توجه به امکانات، فرصت‌ها و محدودیت‌ها رهنمون می‌سازد.

چشم‌انداز، عبارت است از ارائه گزاره‌هایی خردمندانه درباره آینده و تفسیر این گزاره‌ها به گونه‌ای که به عمل آگاهانه و به فرآیندهای یادگیری جمعی و پاسخ‌گویی به چالش‌های آینده کمک نماید. در ارائه این گزاره‌ها، چشم‌انداز، بر آمیزه‌ای از ارزش‌دآوری‌های مبتنی بر ایدئولوژی نظام و واقعیت‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جامعه تکیه دارد.

چشم‌اندازها به همان میزان که از لحاظ دامنه زمانی، از حال حاضر فاصله می‌گیرند و به سوی آینده بسط می‌یابند، برای دفاع از خود، از مبانی نظری و تئوری‌های متعارف و شناخته شده نیز فاصله می‌گیرند و بیشتر بر پایه ترکیبی از «اصول و ارزش‌ها» یا «باورها و امیدهای» طراحان و تصمیم‌گیران ذی‌ربط استوار می‌گردند.

چشم‌انداز نوعی پیش‌بینی است و با آینده سر و کار دارد، ولی فراتر از یک پیش‌بینی ساده، دربرگیرنده شبکه‌سازی‌ها و آماده‌سازی‌های مربوط به تصمیم‌گیری درباره آینده است. پیش‌بینی، تنها برآوردی از آینده است و خطی بودن سیر امور در پیش‌بینی‌ها، یک فرض پذیرفته شده می‌باشد، در حالی که سیر امور لزوماً خطی نیست و دارای حلقه‌های بازخوردی بی‌شماری است. زیرا پیش‌بینی، پس از تجزیه و تحلیل گزینه‌های زیادی از آینده و تعریف و انتخاب آینده‌های ممکن، پایان می‌پذیرد و نتایج حاصل از پیش‌بینی، متضمن پیامی برای زمان حال نیست. اما چشم‌انداز به منظور دستیابی به گزاره‌های قابل تبدیل به سیاست‌های عملیاتی در زمان حال تدوین می‌شود، تا بتواند راه‌حلی برای رسیدن به آینده مطلوب به شمار رود.

اگر چه تحقق هر چشم‌اندازی از وضع موجود و حال آغاز می‌شود، ولی تدوین چشم‌اندازها همواره با این پیش‌فرض آغاز می‌گردد که تحولات ساختاری و شکل‌گیری شرایطی کاملاً متفاوت از وضع موجود، در دوره زمانی یک چشم‌انداز، امکان‌پذیر و به اندازه کافی امید بخش و برانگیزاننده است. بنابراین در واقعیت‌های جامعه هدف متوقف نشده و بی‌باکانه به سوی آرمان‌های خوش‌بینانه نهاد مورد نظر بال می‌گشاید.

چشم‌انداز چون آمیزه‌ای از ارزش‌دآوری‌های مبتنی بر ایدئولوژی و واقعیت‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و زیست‌محیطی جامعه است، با توجه به این‌که ایدئولوژی‌ها و نگرش‌های مختلف و متفاوت، آینده‌های متفاوتی ترسیم می‌کنند، نخستین گام در پویش برنامه‌ریزی بلندمدت و آینده‌نگری، پذیرش چشم‌انداز واحدی است که تصویر سازگاری از آینده ممکن و مطلوب ترسیم نماید. به عبارت دیگر، هدف نهایی چشم‌انداز، معطوف به تبیین گرینش‌های استراتژیک و جهت‌های اصلی تحولات ساختاری- نهادی و ارائه عرصه‌های انتخاب، برای تدوین برنامه‌های میان‌مدت در مسیر حرکت به طرف جامعه آرمانی است.

برنامه‌ریزی برای هر نهاد و سازمانی، از کوچک‌ترین نهادها مانند یک شرکت تجاری خُرد گرفته، تا بزرگ‌ترین نهادهای اجتماعی مانند یک کشور یا ملت و حتی عائله بشری در قالب سازمان ملل، لاجرم از الگوی وضعیت «موجود، مطلوب، انتقال» تبعیت می‌کند. مادامی‌که وضعیت فعلی و حال نهاد بررسی و تحلیل نشود و وضعیت مطلوب مورد انتظار و متوقع از آن ترسیم نگردد، امکان برنامه‌ریزی برای «انتقال» ممکن نخواهد بود.

وضع مطلوب

برنامه انتقال

وضع موجود

چشم‌انداز و نقشه تفصیلی آن، یعنی اهداف آرمانی، متکفل ترسیم وضعیت مطلوب نهاد هدف می‌باشند و برای دستیابی به توصیفات کلی و کیفی آن وضعیت تدوین می‌گردند.

از این رو، در این سند راهبری، این دو سند را در قالب عنوان «طرح‌ریزی وضع مطلوب» مندرج کرده و به عنوان گام نخست مقدم بر گام دوم که «تحلیل وضع موجود» است قرار می‌دهیم. سبب اصلی تقدّم «ترسیم مطلوب» بر «تحلیل موجود»، اصل بودن مقصد در حرکت است. زیرا حرکت به خودی خود اصالت نداشته و تابع مقصد تعریف می‌شود.

در یک تجزیه و تحلیل دقیق می‌توان ترسیم وضعیت مطلوب را تلاشی سیستماتیک متکی بر «باورها» در مسیر تحقق «امیدها» دانست. از این رو، پیش از تدوین سند چشم‌انداز و تبیین اهداف آرمانی، بایستی باورها که حاکی از «مطلوبیت‌ها» و امیدها که حاکی از «دست‌یافتنی‌ها» است تبیین شده و توصیف گردند.

باورها

مؤسسه‌ای که در صدد تأسیس آن هستیم، ماهیتی فرهنگی دارد، اما در بستری فعالیت خواهد کرد که به شدت تحت تأثیر عوامل سیاسی و ژئوپلیتیک است. لذا با لحاظ تمام شرایطی که از محیط می‌شناسیم باورهای خود را فهرست می‌کنیم:

۱. «مهدویت» و «مرجعیت» بزرگ‌ترین موهبت‌هایی‌ست که شیعیان از آن بهره‌مند هستند.

۲. باور داریم آخرین ذخیره خداوند روزی ظهور و جهان را پر از عدل و داد خواهد کرد.

۳. در دوران غیبت نیز معتقد به اطاعت از مرجعیت فقهی به عنوان نائب عام امام زمان (عج) هستیم که نتیجه و ثمره ولایت‌پذیری نسبت به ائمه اطهار (ع) و کلمات مبارک ایشان است.

۴. همان‌طور که اسلام دینی جهانی است، باور داریم فعالیت فرهنگی و تبلیغ نیز عرصه‌ای بین‌المللی دارد.

۵. شعار «تفکر جهانی، اقدام محلی» بهترین انتخاب برای فعالیت فرهنگی است.

۶. باور داریم اسلام ناب محمدی (ص) تنها راه نجات بشر است و دشمن با ترویج «اسلام افراطی» سعی می‌کند در برابر جهانی‌شدن اسلام مانع‌تراشی کند.

۷. مهم‌ترین عامل وحدت‌بخش جهانی تقریب بین مذاهب، بلکه میان ادیان ابراهیمی است.
۸. منبر اگر چه همچنان یکی از قدرتمندترین ابزارهای تبلیغ است، اما پیدایش ابزارهای نوین عرصه‌های جدیدی را برای تبلیغ باز کرده است.
۹. رسالت تبلیغ و هر فعالیت فرهنگی تربیت و پرورش نفس‌ها و نسل‌هاست.
۱۰. امروزه نسل جوان با ابزارهای جدید مرتبط شده و تحت تأثیر ماهواره و اینترنت قرار دارند.
۱۱. تبلیغ بایستی متناسب با قشر هدف باشد و ابزارهای نوین جزو ملزومات زندگی امروز مردم است.
۱۲. تبلیغ به پژوهش و آموزش نیاز دارد و مبلغین بایستی به خوبی آموخته باشند.
۱۳. اولویّت فعالیت‌های تبلیغی مؤسسه در مباحث کلامی و اعتقادی و تکیه اصلی بر مفاهیم قرآنی؛ علوم قرآنی و تفسیر و متناسب با موضوعات امروز، یعنی بر محور حقوق بشر است.
۱۴. حوزه علمیه نجف با سابقه درخشان و پشتوانه علمی تاریخی خود، بستر مناسبی برای فعالیت است.

امیدها



مشکلات اجتماعی اندک نیست؛ همیشه موانعی پیدا می‌شوند که عبور از آن‌ها نیاز به امداد الهی دارد. ما اما به واسطه باورهایمان، توانایی‌هایی در خود و محیط پیرامون خود سراغ داریم که امیدوارمان می‌سازد. این امیدها:

۱. واقع شدن حرم مبارک حضرت امیرالمؤمنین (ع) در نجف اشرف
۲. کربلا و حرم مطهر امام حسین (ع) و دعوت تاریخی ایشان به حرکت و تلاش و مبارزه دائمی
۳. اقتدار حوزه علمیه نجف و ریشه‌دار بودن باور و اعتماد مردم به مرجعیت
۴. حضور آیه‌الله سیستانی (ادام‌الله ظلّه) و امید به حمایت‌های «معنوی» بیت معظم‌له از مؤسسه
۵. جهانی بودن مرجعیت معظم‌له و عدم محدودیت جغرافیایی
۶. وجود خیرین قابل اعتماد برای تأمین نیازهای مالی مؤسسه
۷. تأسیس اتاق فکر و استفاده از نخبگان مورد اعتماد و امین بیت مرجعیت در این جایگاه
۸. افزایش مخاطبین به دلیل عدم وابستگی به جریانات و نظام‌های سیاسی
۹. افزایش تأثیر تبلیغ با استفاده از اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های ماهواره‌ای
۱۰. استفاده از متخصصان و کارشناسان رسانه
۱۱. بهره‌گیری از مشاوره جامعه‌شناسان و روانشناسان
۱۲. نخبه‌پروری با جذب طلاب، دانشجویان و محصلان مستعد و پرورش آن‌ها



با اتکال به قدرت لایزال الهی و در پرتو ایمان به «مهدویت»؛ به معنای حتمی بودن غلبه فرهنگی جبهه اسلام بر کفر جهانی و اعتقاد به «مرجعیت»؛ به عنوان ولی و نماینده عام «امامت» در عصر غیبت، و باور به ضرورت کوشش برنامه‌ریزی شده و مدبرانه جمعی، برای تحقق آرمان‌های متعالی اسلام و تمدن اسلامی؛ «مؤسسه تبلیغ بین‌المللی» در افق ۱۴۲۰ هجری شمسی نهادی است توانمند در ۱ حضور تبلیغی در عرصه جهانی با ترویج سبک زندگی و فرهنگ اجتماعی اسلام، ۲ قادر به تحلیل و شناسایی مسائل و چالش‌های فرهنگی مستحدثه در سراسر جهان، ۳ توانا در تولید محتوای تبلیغی مبتنی بر فرهنگ اصیل اسلام و ۴ سازگار با نسل جدید مخاطبان، ۵ فعال و حاضر در تمامی ابزارهای رسانه‌ای روز دنیا، ۶ کوشا در تربیت و پرورش مستعدترین طلاب و محصلان، و ۷ جذاب برای همکاری با بهترین اساتید، متخصص‌ترین کارشناسان و مشهورترین نهادهای فرهنگی جهان.

«مؤسسه تبلیغ بین‌المللی» در افق این چشم‌انداز چنین ویژگی‌هایی خواهد داشت:

۱. واجد حجیت شرعی با تبعیت از مرجعیت آیه‌الله سیستانی (ادام‌الله‌ظله) و بیت معظم‌له
۲. واجد مقبولیت عرفی با سابقه خدمت صادقانه به مردم
۳. ممتاز در جذب نیروی انسانی توانمند
۴. تأثیرگذار در فرهنگ جهانی
۵. نظریه‌پرداز در تبلیغ نوین و ابزارهای رسانه‌ای
۶. متکی بر اتاق فکر تبلیغ زیر نظر بیت مرجعیت
۷. مشهور به جهت حفظ شیوه‌های سنتی تبلیغ در کنار روش‌های نوین
۸. بهترین تولیدکننده متون تبلیغی
۹. فعال در سه رشته «کلام و اعتقادات»، «علوم قرآنی و تفسیر» و «حقوق بشر»
۱۰. بهترین بستر برای تربیت و پرورش نسل آینده مبلغین
۱۱. قادر به تأمین کامل هزینه‌ها از طریق فروش محصولات و خدمات



گزارش تغییرات سند چشم‌انداز
حسب دستور، یک بند به چشم‌انداز اضافه شد، مبنی بر تأمین مالی کامل مؤسسه بدون نیاز به خیرین

