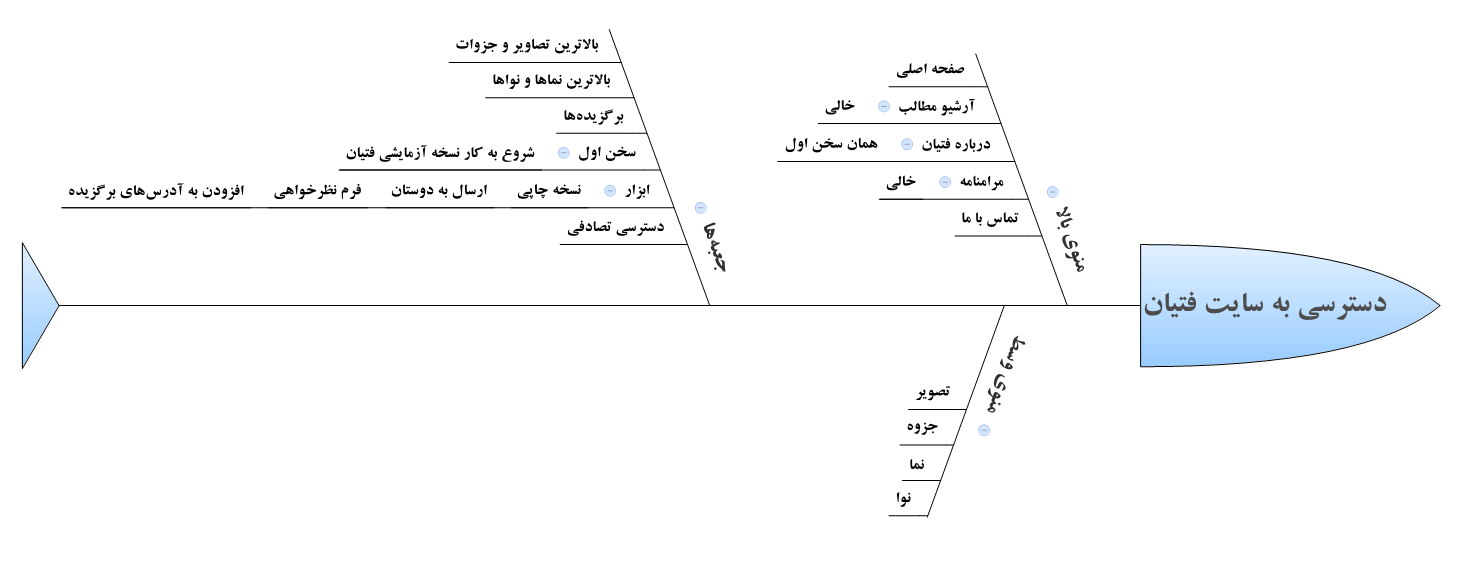
به نام خدا

بررسي سايت فتيان ـ دي‌ماه 1391

# آن‌چه ديده مي‌شود

وقتي «دسترسي‌»هاي سايت را بنگريم، گويي محتواي در اختيار كاربر را تخمين زده‌ايم. منوها و عناوين موجود در صفحه نخست سايت فتيان الگويي را تبعيّت مي‌كند كه در نمودار ذيل ترسيم شده است.



فارغ از ناقص بودن عناصر مهمي مانند «مرامنامه» و «درباره فتيان»، در يك نگاه مي‌توان دريافت كه محتواي اين سايت حول چهار نوع داده چرخ مي‌زند، داده‌هايي كه سه گونه آن از قبيل چندرسانه‌اي و نوع ديگر متني است.

اگر چه مرامنامه‌اي در سايت موجود نيست و هدفي را به مخاطب نشان نمي‌دهد، ولي با ديدن فهرست مطالب دانسته مي‌شود كه هدف اين سايت ارائه مطالب ارزشي و انقلابي است، كاريكاتورها، نوشته‌ها، كليپ‌ها و محتواهايي كه مثبت تلقّي مي‌شود و به كار جبهه فرهنگي مي‌آيد.

اين‌ها مشخصه‌هايي است كه به نظر و ديد يك مخاطب عادي مي‌آيد.

# آن‌چه بايد توجه شود

امّا نكاتي هست كه بايد به آن‏ها توجه كنيم. پرسش‌هايي كه پاسخ دادن به آن‏ها پيش از طراحي سايت لازم است و بدون لحاظ آن‏ها نمي‌توانيم توقع داشته باشيم كار قابل قبولي به انجام رسد. برخي از اين پرسش‌ها كه به ذهن نگارنده مي‌رسد به قرار ذيل است.

1. مخاطب سايت ما چه گروه و دسته‌اي هستند؟ از نظر سن و سال، قشر اجتماعي، شهري و روستايي، داخلي و خارجي، تحصيلات، رشته‌هاي تحصيلي، فعاليت‌هاي اجتماعي، جريان‌هاي سياسي و…
2. نگاه مخاطب ما در چه سمت و سويي است؟ موافق وارد سايت ما مي‌شود؟ يا مخالف هم وارد مي‌شود؟
3. مخاطب چه استفاده‌اي از محتواي ما دارد؟ آيا براي خودش مصرف مي‌كند؟ يا توزيع‌كننده است؟ يا هر دو؟ آيا مخاطب نياز خواهد داشت فعاليتي بر روي داده‌هاي دريافت كرده از سوي ما انجام دهد؟
4. مخاطب از كجا با ما آشنا مي‌شود؟ چرا به سايت ما مي‌آيد؟ چه مدت بايد با ما در ارتباط باشد تا هدف ما تأمين شود؟ چه گستره‌اي از مخاطبين هدف موفق به يافتن ما مي‌شوند؟
5. رقباي منفي ما چه كساني هستند؟ چه سايت‌هايي؟ ما با چه گروه‌هايي در مبارزه هستيم؟ دشمن كجاست؟
6. رقباي مثبت ما كيانند؟ كساني كه چون ما هدفي مثبت دارند و با ما همسو، ولي ما راهكارهاي آنان را نمي‌پسنديم و با آن‏ها موافق نيستيم. در يك جبهه هستيم، ولي مي‌خواهيم مخاطب را به سوي خود بكشيم تا از ما تغذيه كند و نه آنان.
7. همكاران ما كدام سايت‌ها هستند؟ آيا اساساً سايتي هست كه مشابه ما باشد و او را قبول داشته باشيم؟
8. منابع محتوايي ما از كجا تأمين مي‌شود؟ آيا خود توليدكننده هستيم يا از منابع سايت‌هاي ديگر استفاده مي‌نماييم و صرفاً بازپخش مي‌كنيم؟
9. بر چه اساسي محتوا را گزينش يا توليد مي‌كنيم؟ به چه روشي آن را ارزيابي مي‌كنيم تا از مسير خارج نشود؟ چگونه بايد تأثير مثبت كار خود را در جامعه هدف ببينيم و مطمئن شويم درست عمل كرده‌ايم؟
10. چه توجيهي براي توليد اين سايت داريم؟ اگر كساني هستند كه در مسير هدف ما گام بر مي‌دارند، چرا ما به عنوان توليدكنندگان محتوا به خدمت آن‏ها در نمي‌آييم و بايد سايتي مستقل طراحي نماييم؟

در اين ميانه پرسش آخر از همه مهم‌تر است؛ اين‏كه «چرا ما بايد سايت طراحي كنيم؟» حتماً بايد توجيه سياسي، فرهنگي يا اقتصادي مناسبي براي طراحي و توليد يك سايت داشته باشيم. اگر مي‌خواهيم يك خبرگزاري داشته باشيم، بايد توضيح دهيم كه چه شكاف و خلأ و نارسايي در خبرگزاري‌هاي موجود هست كه ما مي‌خواهيم آن را پر نماييم. اگر مي‌خواهيم يك فروشگاه محصولات فرهنگي بزنيم، بايد مشخص كنيم كه چه نقصي در توزيع اين‌گونه محصولات وجود دارد كه تنها با طراحي يك سايت مي‌توان آن را برطرف ساخت.

دقت كنيم كه ما در يك جبهه فرهنگي مي‌جنگيم و نبرد نرم پيش‌روي ما اجازه نمي‌دهد تنها به منافع شخصي خود بنگريم. قطعاً ما نمي‌خواهيم مشهور شويم، به خاطر حبّ ذات و جاه‌طلبي و مقام‌خواهي هم دنبال فعاليت اينترنتي نيستيم، ما مي‌خواهيم به جبهه كمكي كرده باشيم، پس ابتدا بايد يقين كنيم به چيزي كه در سؤال آخر مورد توجه قرار گرفته است؛ چرا ما گردان خود را به گردان فعّال ديگري در جبهه پيوند نمي‌زنيم تا تبديل به يك لشكر شويم؟ حتماً گرداني نيافته‌ايم، يا آن گردان در منطقه ديگري مي‌جنگد، شايد هم فرماندهان لايقي ندارد و ما را نمي‌پذيرند و فكر منافع سازماني خود هستند!

اكنون به چشم‌‌اندازها و سندهاي راهبردي و مرامنامه‌ها مي‌نگريم، تا خواسته‌هاي خود را دريابيم و مسير فعاليت را ترسيم كنيم. نزديك‌ترين اَسناد بالادستي ما اين نوشته‌ها هستند.

# آن‌چه خواسته مي‌شود

نخستين سندي كه در اختيار داريم، «آرمان‌هاي فتيان» است كه به نظر مي‌رسد متأثر باشد از سند ديگري كه پاره‌اي فرمايشات رهبري را در تبيين «جنگ نرم» جمع نموده و عنوان گذاشته است. اين سند شامل عناوين ذيل است:

1. تبيين نبرد حق و باطل و مديريت جبهه حق
2. مخاطب دعوت به نبرد: تمام مستضعفان عالم
3. نهايت نبرد: اقامه دين و حاكميت حق
4. هدف نبرد: استقرار عدل در جامعه
5. نقاط عطف نبرد: بعثت، عاشورا، انقلاب اسلامي، ظهور
6. موانع دروني: ضعف فكري، راحت‌طلبي، عادت به پذيرش ظلم
7. موانع بيروني: ديكتاتورهاي دنيا و سلطه‌گران، اشرار داخلي قوميت‌نگر
8. راهكارهاي ما: مجاهدت علمي، استقامت، گم نكردن هدف، ارائه پيام‌هاي صحيح به مردم، پرهيز از تفرقه
9. راهكارهاي دشمن: تحقير جريان ادب و فرهنگ انقلابي، انتظار براي رواج فساد در داخل و ارتجاع

ما خود را مخاطب اين مواد نه‌گانه دانسته‌ايم كه سايت فتيان را راه‌اندازي كرده‌ايم. پس نخستين خواسته فتيان تلاش براي تحقق مطالبات رهبري در عرصه جنگ نرم است. ما مي‌خواهيم اين مطلب محقق شود.

آرمان‌هاي فتيان همان هدف‌هاي آرماني است كه معمولاً چشم‌اندازها را شكل مي‌دهد. اهداف آرماني مجموعه آرزوهايي است كه يك مجموعه دارد. آرزوها و آرمان‌ها فارغ از اين‌كه قابليت تحقق داشته باشند يا خير چشم‌انداز را مي‌سازند. سه هدف آرماني براي فتيان ذكر شده است:

1. محلي براي آرايش مناسب منابع انساني، معنوي و معرفتي جنگ نرم با محوريت ادبيات رهبري
2. توانمندساز، عمق‌دهنده و شبكه‌ساز فعالان جبهه نرم انقلاب اسلامي
3. رفع ضعف‌هاي رسانه‌اي با نيازسنجي و آينده‌نگري حلقه توليد، توزيع و مصرف گفتمان انقلاب اسلامي

اهداف آرماني در حقيقت نمايي از خواسته‌هاي ماست. امّا راهي براي دستيابي به اين خواسته‌ها را نشان نمي‌دهد. چشم‌انداز نمايي از قله‌اي است كه ما آن را به عنوان شاخص تعيين جهت حركت خود در نظر گرفته‌ايم. امّا اين نما هيچ از موانع و چالش‌ها و دره‌ها و كش و قوس‌هاي مسير به ما نمي‌گويد، اين‌كه كجا بايد راه را دور بزنيم و در كجا بايد توقف نموده يا حركت خود را تسريع كنيم. ما براي تعيين برنامه حركت به راهبرد يا استراتژي نياز داريم.

# آن‌چه هدف را مي‌رساند

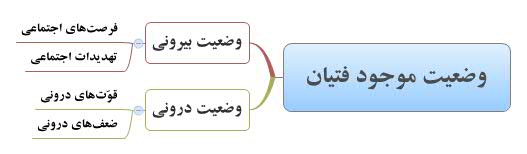
رسيدن به هدف تنها از طريق عمل و رفتار حاصل مي‌شود. عمل و رفتار انسان بايد هماهنگ باشد تا هدف را تحصيل نمايد. هماهنگي رفتارهاي بشري را چيزي بايد ايجاد نمايد كه نامش را «برنامه‌» گذاشته‌اند. برنامه شامل عمل‌ها و فعاليت‌هاي متعدّدي است كه نوعي سازگاري و وفق با يكديگر دارند، به نحوي كه پديده‌اي را ايجاد نمايند و حادثه‌اي را پديد آورند. هر برنامه نتيجه‌اي دارد كه هدف خاصّ آن برنامه محسوب مي‌‌گردد.

پس در يك جمله، برنامه‌ها آن مجموعه دستوراتي هستند كه فعاليت‌هاي ما را هماهنگ مي‌كنند تا به هدف خود دست يابيم. امّا چگونه اين برنامه‌ها ما را به سوي اهداف آرماني سوق مي‌دهند؟ دقيقاً اينجاست كه راهبردها خود را نشان مي‌دهند. راهبردها اصولي كلّي و محوري هستند كه جهت برنامه‌ها را معيّن نموده و اهداف كوتاه‌مدت و ميان‌مدت را ترسيم مي‌كنند. راهبردها از كجا به دست مي‌آيند؟

اهداف آرماني را گفتيم كه «آرزوها»ي ماست؛ آرزوها فارغ از واقعيت‌ها، فارغ از ارزيابي توانايي‌ها و امكانات. امّا راهبردها دقيقاً نقطه‌اي است كه بايد فعاليت‌ها را از آرمان‌ها پايين كشيد و با محاسبه وضعيت موجود به «اميدها» دست يافت. راهبردها اصولي را طرح مي‌نمايند كه اميد به تحقق آن‏ها هست.

اگر راهبرد حدّ وسط آرمان و واقعيت است، بايد مطالعات ميداني در پيشينه خود داشته باشد و بدون تحقيق و بررسي و ارزيابي وضع فعلي و واقع موجود نمي‌توان به آن رسيد. راهبردها اگر بدون چنين تحليل‌هايي توليد شوند، ربط آرمان‌ها را با واقعيت‌ها برقرار نساخته، نمي‌توانند «اميد» ايجاد كنند.

چگونه بايد واقعيت را شناسايي كرد؟ روش‌هاي متعدّدي وجود دارد كه يكي از معروف‌ترين آن‏ها چهارگوش فرصت، تهديد، قوت، ضعف است. چهار عنصري كه از تحليل وضعيت بيروني و توانمندي دروني به دست مي‌آيند. در اين روش ما وضعيت فعلي را با شناخت دو مؤلفه به دست مي‌آوريم:



امّا كار به اين‏جا ختم نمي‌شود، هر وضعيت بيروني با يك وضعيت دروني همبستگي دارد، مثلاً اگر فرصتي در جامعه وجود دارد، در جبهه جنگ نرم، امكان حضور مجازي در بعضي شبكه‌هاي خاصّ، درون فتيان نيز نسبت به همين موضوع يا قوّت‌هايي وجود دارد و يا ضعف‌هايي، فتيان در زمينه فرصت مذكور يا توانمندي دارد و يا ناتوان است. از اين روست كه با چهارگوش ذيل مواجه مي‌شويم:

در شيوه‌اي كه از آن سخن گفتيم، اين چهار خانه مي‌توانند نسبت بيرون و درون را به ما نشان دهند و چهار دسته از اصول راهبردي را تحويل دهند. ما ابتدا بايد در فهرستي كامل، هر چه از فرصت، تهديد، قوت و ضعف مي‌شناسيم، در ساحت جنگ نرمي كه در آن قرار داريم، ثبت نماييم. آن گاه دو به دو در تركيب بالا قرار داده و نسبت‌ها را بسنجيم. در نهايت ما با چهار دسته راهبرد مواجه خواهيم شد كه هر كدام يك عنوان مشخص دارد.

آن‏جايي كه فرصت‌هاي بيروني با قوّت‌هاي دروني ما تلاقي پيدا مي‌كند، بهترين زمين براي مبارزه است، بهترين موقعيت و بهترين نقطه‌اي كه بايد در آن حضور داشته باشيم. تصور فرماييد جنگ سخت است، منطقه‌اي را يافته‌ايم بدون هيچ گردان زرهي دشمن و ما دقيقاً مجهّز به تجهيزات زرهي هستيم. خلأ گردان زرهي در منطقه، يك فرصت است براي پيشروي و توانمندي ما در اين زمينه قوّتي است كه در اختيار ماست و ديگر گردان‌هاي هم‌رزم ممكن است فاقد چنين ظرفيتي باشند. ما بايد براي حضور در چنين نقطه‌اي خيز برداريم و هجوم بريم. به چنين راهبردهايي از همين رو «تهاجمي» گويند.

نقطه مقابل هم دارد، جايي كه تهديد وجود دارد، مثلاً دشمن مجهّز به نيروي هوابرد است و ما فاقد آن، دقيقاً تهديد در محاذات ضعف ما قرار گرفته، تنها كاري كه در اين منطقه از ما بر مي‌آيد دفاع است، دفاع براي اين‏كه در رزم شكست نخوريم و ضعف دروني را بپوشانيم. در نهايت ما چهار دسته راهبرد ذيل را خواهيم داشت:

چه با اين مدل پيش برويم و چه با هر روش و شيوه ديگري، ما حتماً و حتماً نياز به شناسايي وضع موجود داريم، تا بتوانيم از ره‏آورد شناسايي ميدان و عرصه‌اي كه با آن مواجه هستيم و مقايسه آن با توانمندي‌هايي كه داريم، راهبردها را ترسيم كنيم.

# چه مي‌توانم گفت؟

امّا در اين نقطه، در حالي كه در سند راهبرد توسعه وِب‌سايت فتيان، عناصر شناسايي منطقه عملياتي و توانايي‌هاي مجموعه همكاران را نمي‌بينم، وقتي نمي‌دانم ما كه هستيم و چه قدرت‌هايي داريم، از وسعت فعاليت‌هاي قابل انجام گزارشي در اَسناد بالادستي توليد شده مشاهده نمي‌كنم، تنها به تخمين مي‌توان بسنده كرد، پس از آن‏كه مسير كار را روشن نمودم.

گمان مي‌كنم؛ ما ❶ بايد ارزش‌ها را به خوبي بشناسيم و بشناسانيم به همكاران‌مان، مثلاً: بي‌ادبي و هجو نسبت به دشمنانِ جنگ نرم به خود ما آسيب مي‌زند، نه به دشمن. ❷ در كنار گروه‌هاي رصدي و توليدي،‌ ما حتماً به ناظريني نياز داريم كه تمامي توليدات يا مكسوبات را ارزيابي نموده و به محك ارزش‌ها بزنند. ❸ ما حتماً نظامي از موضوعات نياز داريم، ساختاري محتوايي كه تمامي داده‌ها ذيل آن نظم يابد. اين طبقه‌بندي مي‌تواند دست‌يابي به اطلاعات را ساده نموده و از سوي ديگر امكان ارتباط آن‏ها را به ما بدهد. ❹ گروه رصدي ما بايد جريانات جنگ نرم را بشناسند، بايد گزارشاتي از فعاليت‌هاي جاري تنظيم نمايند، تا گروه انديشه‌ورزان ما توليدات فتيان را در مسير مناسب سفارشي كنند. هر حادثه‌اي به سرعت محصولات فرهنگي خاصّ خود را مي‌طلبد. ❺ ما حتماً به اتاق فكر نياز داريم، جايي كه تدبير كنيم و آدم‌هاي متفكّر و قوي را جمع نماييم. جلساتي پيوسته و هميشگي. ❻ ما مستندسازي مي‌خواهيم. تمامي گزارشات بايد ثبت شود به شيوه‌اي يكسان‌سازي شده، تا اصلاح مسير هميشه ممكن باشد. ❼ ما نياز به نگاهي باز داريم، كوته‌نظري، تنگ‌نظري و تك‌روي را رها كنيم و با ديگر گردان‌ها پيوند خوريم.

سيدمهدي موسوي موشَّح ـ 6/10/1391