

برنامه‌هاي پژوهشي

**گام سوم در طراحي مؤسّسه تبليغ بين‌المللي - پيش‌نويس**



28 فروردين 1401



مندرجات

* گستره اهداف برنامه‌هاي پژوهشي/3

اهداف آموزشي/3

اهداف رسانه‌اي/3

اهداف تبليغي/4

اهداف اداري/5

اهداف پژوهشي/6

* اهداف كيفي برنامه‌هاي پژوهشي/8
* معرفي برنامه‌هاي پژوهشي/12
* ملزومات تحقق برنامه‌هاي پژوهشي/32

# گستره اهداف برنامه‌هاي پژوهشي

پژوهش نهادي اَصالي و مستقل نيست، تنها ابزاري براي خدمت به بخش‌هاي ديگر مؤسسه، تا بتوانند كار خود را بهتر انجام دهند و به اهداف دقيق‌تر دست يابند. از اين رو، برنامه‌هاي پژوهشي را به مناسبت ساير قسمت‌ها دسته‌بندي مي‌كنيم و نظم مي‌دهيم.

## اهداف آموزشي

برخي برنامه‌هاي پژوهشي به هدف ارتقاي فعاليت‌هاي آموزشي مؤسسه طراحي مي‌شوند. مهم‌ترين هدف آموزشي مؤسسه كه در سند راهبردي ذكر شده است بند 9 است:

9. شناسايي استعدادهاي برتر و نخبگان در ميان طلاب و محصّلان، تا پس از طيّ دوره آموزش تبليغ و رسانه، تبديل به تأثيرگذارترين نسل از مبلّغان گردند.

اين هدف براي تحقق بند 10 چشم‌انداز در نظر گرفته شده است:

10. بهترين بستر براي تربيت و پرورش نسل آينده مبلّغين

پژوهشي كه بتواند به تحقق هدف راهبردي فوق و دستيابي به ويژگي ذكر شده در سند چشم‌انداز كمك كند، مشتمل بر اهداف ذيل خواهد بود:

1. دستيابي به شيوه‌هاي شناسايي استعدادهاي برتر در ميان طلاب حوزه‌هاي علميه
2. يافتن روش‌هاي شناسايي نخبگان علمي در دبيرستان‌ها و مراكز آموزش عالي
3. طراحي راهكارهاي جذّاب براي ترغيب طلاب و محصلان به شركت در دوره‌هاي آموزشي مؤسسه

موارد فوق را به عنوان «اهداف آموزشي» برنامه‌هاي پژوهشي خواهيم شناخت كه مسير بخشي از برنامه‌هاي پژوهشي را ترسيم كرده و به آن‌ها جهت خواهند داد.

## اهداف رسانه‌اي

مشابه آن‌چه درباره اهداف آموزشي بيان شد، برنامه‌هاي پژوهشي بايستي بتوانند اهداف رسانه‌اي مؤسسه را نيز تأمين كنند. در سند راهبردي با اين هدف رسانه‌اي مواجه هستيم:

4. دستيابي به شهرت در ميان عموم مردم كه با اطمينان خاطر و ايمان به صحّت فعاليت‌هاي تبليغي مؤسسه، از آثار و دستاوردهاي آن استقبال نموده و بدون نگراني استفاده نمايند. براي اين منظور بايد از طريق رسانه‌هاي عمومي، اطلاعات و آمار دقيق و صحيح از فعاليت‌ها ارائه گردد.

اين هدف به طور صريح به بند 2 از سند چشم‏انداز توجه دارد:

2. واجد مقبوليت عرفي با سابقه خدمت صادقانه به مردم

5. نظريه‌پرداز در تبليغ نوين و ابزارهاي رسانه‌اي

براي اين منظور به پژوهش‌هايي نياز داريم كه اهداف ذيل را تأمين كنند:

1. شناسايي انواع رسانه‌هاي عمومي و ميزان تأثيرگذاري هر يك
2. آينده‌پژوهي رسانه‌ها و شيوه‌هاي آمادگي براي مواجه با رسانه‌هاي آتي
3. يافتن متدهاي افزايش تأثير رسانه‌اي در مخاطبين
4. چگونگي كاهش آسيب‌هاي ناشي از حملات رسانه‌اي و تكنيك‌هاي مواجهه با اين حملات

ضرورت دارد براي هر كدام از اهداف پژوهشي فوق برنامه‌هايي تدوين كنيم و پژوهش‌هايي را ساماندهي كنيم، تا توانمندي‌هاي مؤسسه را ارتقا داده باشيم.

## اهداف تبليغي

سند راهبردي اهداف بلندمدّت ذيل را براي فعاليت‌هاي تبليغي مؤسسه ترسيم كرده است:

1. مؤسسه بتواند مروّج فرهنگ اسلام؛ مشتمل بر باورها و اعتقادات اسلامي، احكام و شريعت اسلامي، اخلاق و تربيت اسلامي يا به عبارتي تازه‌تر «سبك زندگي اسلامي» در اقصي نقاط جهان باشد. براي رسيدن به اين هدف، چاره‌اي نيست جز اين‌كه در ضمن نگاه «جهاني»، به صورت «منطقه‌اي» و قدم به قدم عمل گردد.

3. ايجاد اعتماد عمومي در جامعه تبليغي نسبت به دقّت‌هاي علمي به كار رفته در تمامي فعاليت‌ها، به گونه‌اي كه آثار، محصولات و توليدات مؤسسه اعتبار علمي كافي در ميان متخصّصين داشته باشد و مورد ترديد واقع نگردد. براي اين منظور بايستي تمامي فعاليت‌ها با روش‌هاي معتبر علمي انجام شود.

8. تشكيل اتاق فكر تبليغ از تمامي متفكرّان جذب‌شده و حفظ و تداوم فعاليت‌هاي اين اتاق فكر، با توجه به ضرورت‌هاي فعاليت مؤسسه؛ يعني قابليت اعتماد و امانت‌داري، به نحوي كه مورد تأييد بيت باشد.

10. توليد استانداردهاي جديد براي كنترل كيفيت، كنترل روش و فرآيند و كنترل محصولات تبليغي، به نحوي كه مورد پذيرش متخصّصين اين فنّ قرار گيرد و به عنوان فصل‌الخطاب در ارزيابي‌ها محسوب شود، تا بتوان فعاليت‌ها را مقايسه كرد و ارزشگذاري نمود.

12. لازمه دستيابي به چشم‌انداز مطلوب مؤسسه، تأسيس بزرگ‌ترين بانك اطلاعات تبليغي است؛ بانكي كه شامل فهرست كاملي از مسائل و چالش‌هاي فرهنگي، شبهات اعتقادي و پرسش‌هاي ديني و مذهبي باشد، به تفكيك مناطق جغرافيايي دنيا، همراه با تمامي پاسخ‌هاي ارائه شده توسط ديگران و همچنين توسط كارشناسان مؤسسه. همچنين فهرستي از مبلّغين فعّال در دنيا، در مكاتب و اديان و مذاهب مختلف و نهادهاي تبليغي مؤثّر جهان، كتاب‌ها و مجلات و آثار منتشر شده در حوزه تبليغ و رسانه. چنين بانك اطلاعاتي مي‌تواند زمينه دستيابي به بسياري از آرمان‌هاي ذكر شده را فراهم نمايد.

14. توجه ويژه به موضوعاتي تازه در عرصه تبليغ كه بهتر مي‌تواند توجهات مخاطبين را تجميع كند، مانند: «حقوق بشر». اين قبيل موضوعات بسترهاي جديدي را براي تبليغ فرهنگ اسلام مي‌گشايد.

كه در راستاي دستيابي به ويژگي‌هاي ذيل از سند چشم‌انداز طراحي شده‌اند:

2. واجد مقبوليت عرفي با سابقه خدمت صادقانه به مردم

4. تأثيرگذار در فرهنگ جهاني

5. نظريه‌پرداز در تبليغ نوين و ابزارهاي رسانه‌اي

6. متكي بر اتاق فكر تبليغ زير نظر بيت مرجعيّت

9. فعّال در سه رشته «كلام و اعتقادات»، «علوم قرآني و تفسير» و «حقوق بشر»

دستيابي به اين شش هدفِ تبليغي نيازمند پژوهش‌هايي‌ست كه در مسير اهداف ذيل باشند:

1. تدوين سبك زندگي اسلامي متناسب با عقايد، احكام و اخلاق اسلامي
2. طراحي آئين‌نامه پژوهش‌هاي مؤسسه مبتني بر اصول و روش‌هاي معتبر علمي
3. تنظيم آئين‌نامه اتاق فكر تبليغ
4. طراحي استانداردهاي جديد تبليغ در عرصه‌هاي كنترل فرآيند و كنترل كيفي محصولات تبليغي
5. تدوين آئين‌نامه و مستندات پژوهشي مورد نياز براي تأسيس بانك اطلاعات تبليغي
6. شناسايي و فهرست موضوعات و مسائل اجتماعي مستحدثه جهت طراحي برنامه تبليغ
7. دستيابي به سند شيوه‌نامه حمايت جهاني از «حقوق بشر» براي استفاده در فرآيند تبليغ

## اهداف اداري

تحقق اهداف آموزشي، رسانه‌اي و تبليغي مؤسسه مستلزم وجود تشكيلات و سازماني توانا‌ست. براي توانمندسازي اين نهاد اداري پژوهش‌هايي مورد نياز است. دستيابي به اهداف بلندمدّت و راهبردي ذيل نيازمند تدبير اداري هستند:

2. اعتماد بيت مرجعيّت اعلاي شيعه را كسب كرده، به تدريج بر اين اعتماد بيافزايد و پيوسته از حمايت‌هاي معنوي بيت برخوردار باشد. براي رسيدن به اين هدف، بايد مدام گزارش‌هاي درست و دقيق از كارهاي انجام شده و پيش‌رو ارائه گردد.

5. جذب قوي‌ترين متخصّصين و كارشناسان حوزه پژوهش، آموزش و تبليغ براي تنظيم بهترين محتواها و برنامه‌ها در اين سه مقوله.

6. جذب بهترين كارشناسان رسانه، جهت تبديل محتواهاي تبليغي به چندرسانه‌اي‌هاي قابل ارائه از طريق ابزارهاي نوين تبليغ و ارتباط.

7. جذب تواناترين جامعه‌شناسان و روانشناسان براي شناخت بهتر مختصّات جامعه هدف و طراحي متناسب‌ترين برنامه‌هاي تبليغي.

11. همكاري علمي با تمامي مراكز و نهادهاي پژوهشي، آموزشي، تبليغي و رسانه‌اي در تمام دنيا؛ دانشگاه‌ها، مراكز تحقيقاتي، توليدكنندگان محصولات چندرسانه‌اي كه مستلزم ثبات در تصميم‌گيري‌ها و قدرت در برنامه‌ريزي مؤسسه و همچنين تشكيل يك واحد روابط بين‌الملل پرتحرّك است.

13. حمايت علمي، مادي و معنوي از ساير مؤسّسات و نهادهاي تبليغي كوچك، در راستاي تبديل آن‌ها به وكلا و نمايندگاني جهت تداوم فعاليت‌هاي مؤسسه در نقاط ديگر جهان.

15. تأمين تمامي نيازهاي مالي مؤسسه و هزينه‌هاي جاري از طريق فروش كالا و خدمات، با توليد محصولات قابل عرضه و ارائه خدمات پژوهشي و آموزشي به ساير مؤسّسات، به صورت كاهش تدريجي و گام به گام جذب و استفاده از نذورات خيّرين.

اهداف فوق در راستاي ويژگي‌هاي ذيل از سند چشم‌انداز در نظر گرفته شده‌اند:

1. واجد حجيّت شرعي با تبعيّت از مرجعيّت و بيت معظّم‌له

3. ممتاز در جذب نيروي انساني توانمند

4. تأثيرگذار در فرهنگ جهاني

11. قادر به تأمين كامل هزينه‌ها از طريق فروش محصولات و خدمات

براي تأمين نيازمندي‌هاي علمي سازمان اداري مؤسسه، نيازمند برنامه‌هايي در عرصه پژوهش هستيم كه بتوانند اهداف زير را مدّ نظر داشته باشند:

1. توليد دقيق‌ترين و اعتمادسازترين آئين‌نامه و شيوه‌نامه تدوين گزارشات از فعاليت‌هاي مؤسسه
2. طراحي ضوابط جذب كارشناسان پژوهشي، آموزشي و تبليغي
3. طراحي آئين‌نامه جذب كارشناسان رسانه
4. طراحي شيوه‌نامه همكاري با جامعه‌شناسان و روانشناسان
5. تدوين تفاهم‌نامه همكاري علمي با مراكز و نهادهاي پژوهشي، آموزشي، تبليغي و رسانه‌اي، در تمام دنيا
6. شيوه‌نامه حقوقي ثبت حقوق معنوي محصولات
7. طراحي سازوكار مناسب حقوقي براي تأمين امنيت قضايي
8. تدوين اساسنامه شعبات و مؤسّسات تابعه در نقاط ديگر جهان
9. طراحي و تدوين نظام جامع مالي، در راستاي تراز بودجه و هزينه و حفظ امنيت مالي
10. توليد آئين‌نامه استخدامي نيروهاي اداري، متناسب با ارزش‌هاي اسلامي

## اهداف پژوهشي

اين فهرست مشتمل بر تمامي اهدافي‌ست كه از منظر چهار مسئوليت ديگر مؤسسه استخراج شده است. تمامي اين گزاره‌ها در كنار هم اهداف پژوهشي مؤسسه را شكل مي‌دهند. چنان‌كه مي‌دانيم پژوهش امري «آلي» و غير«اَصالي» در اين مؤسسه است.

1. دستيابي به شيوه‌هاي شناسايي استعدادهاي برتر در ميان طلاب حوزه‌هاي علميه
2. يافتن روش‌هاي شناسايي نخبگان علمي در دبيرستان‌ها و مراكز آموزش عالي
3. طراحي راهكارهاي جذّاب براي ترغيب طلاب و محصلان به شركت در دوره‌هاي آموزشي مؤسسه
4. شناسايي انواع رسانه‌هاي عمومي و ميزان تأثيرگذاري هر يك
5. آينده‌پژوهي رسانه‌ها و شيوه‌هاي آمادگي براي مواجه با رسانه‌هاي آتي
6. يافتن متدهاي افزايش تأثير رسانه‌اي در مخاطبين
7. چگونگي كاهش آسيب‌هاي ناشي از حملات رسانه‌اي و تكنيك‌هاي مواجهه با اين حملات
8. تدوين سبك زندگي اسلامي متناسب با عقايد، احكام و اخلاق اسلامي
9. طراحي آئين‌نامه پژوهش‌هاي مؤسسه مبتني بر اصول و روش‌هاي معتبر علمي
10. تنظيم آئين‌نامه اتاق فكر تبليغ
11. طراحي استانداردهاي جديد تبليغ در عرصه‌هاي كنترل فرآيند و كنترل كيفي محصولات تبليغي
12. تدوين آئين‌نامه و مستندات پژوهشي مورد نياز براي تأسيس بانك اطلاعات تبليغي
13. شناسايي و فهرست موضوعات و مسائل اجتماعي مستحدثه جهت طراحي برنامه تبليغ
14. دستيابي به سند شيوه‌نامه حمايت جهاني از «حقوق بشر» براي استفاده در فرآيند تبليغ
15. توليد دقيق‌ترين و اعتمادسازترين آئين‌نامه و شيوه‌نامه تدوين گزارشات از فعاليت‌هاي مؤسسه
16. طراحي ضوابط جذب كارشناسان پژوهشي، آموزشي و تبليغي
17. طراحي آئين‌نامه جذب كارشناسان رسانه
18. طراحي شيوه‌نامه همكاري با جامعه‌شناسان و روانشناسان
19. تدوين تفاهم‌نامه همكاري علمي با مراكز و نهادهاي پژوهشي، آموزشي، تبليغي و رسانه‌اي، در تمام دنيا
20. شيوه‌نامه حقوقي ثبت حقوق معنوي محصولات
21. طراحي سازوكار مناسب حقوقي براي تأمين امنيت قضايي
22. تدوين اساسنامه شعبات و مؤسّسات تابعه در نقاط ديگر جهان
23. طراحي و تدوين نظام جامع مالي، در راستاي تراز بودجه و هزينه و حفظ امنيت مالي
24. توليد آئين‌نامه استخدامي نيروهاي اداري، متناسب با ارزش‌هاي اسلامي

# اهداف كيفي برنامه‌هاي پژوهشي

هدف از نگارش اين سند، فهرست كردن برنامه‌هاي پژوهشي مؤسسه است. برنامه‌ها بر اساس اهداف تدوين مي‌شوند، اهدافي كه در سند راهبردي ذكر شده‌اند.

از سوي ديگر،‌ هر برنامه اهدافي را بايستي تأمين نمايد كه ميان‌مدّت يا كوتاه‌مدّت هستند. تحقق اين اهداف است كه دستيابي به اهداف بلندمدّت ذكر شده در سند راهبردي را تضميم مي‌كند.

در گام نخست بايستي اهداف به صورت «كيفي»‌ توصيف شوند و راهكارها به مثابه برنامه‌هاي عملياتي از درون آن‌ها استخراج گردند. سپس ويژگي‌هاي تفصيلي هر برنامه عملياتي ذكر خواهد شد.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| رديف | عنوان هدف كيفي | راهكار اجرايي (برنامه) |
|
| 1 | دستيابي به شيوه‌هاي شناسايي استعدادهاي برتر در ميان طلاب حوزه‌هاي علميه | پژوهش ميداني تجميع علايق و استعدادهاي طلاب با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه |
| 2 | مطالعات مقدماتي برگزاري نشست و همايش با حضور طلاب، اساتيد و مديران حوزه |
| 3 | يافتن روش‌هاي شناسايي نخبگان علمي در دبيرستان‌ها و مراكز آموزش عالي | طبقه‌بندي مدارك و رشته‌هاي تحصيلي آموزش متوسطه و آموزش عالي |
| 4 | مطالعات مقدماتي برگزاري نشست و همايش با حضور دانشجويان و اساتيد دانشگاهي |
| 5 | طراحي راهكارهاي جذّاب براي ترغيب طلاب و محصلان به شركت در دوره‌هاي آموزشي مؤسسه | پژوهش ميداني شناسايي راه‌هاي جذب طلاب حوزه |
| 6 | پژوهش ميداني شناسايي راه‌هاي جذب محصلان |
| 7 | شناسايي انواع رسانه‌هاي عمومي و ميزان تأثيرگذاري هر يك | پژوهش ميداني طبقه‌بندي رسانه‌هاي جمعي و جمع‌آوري آمارهاي حاكي از ميزان تأثير اجتماعي هر كدام از اين رسانه‌ها |
| 8 | آينده‌پژوهي رسانه‌ها و شيوه‌هاي آمادگي براي مواجه با رسانه‌هاي آتي | مطالعات مقدماتي تشكيل جلسات ايده‌پردازي و آينده‌پژوهي رسانه‌اي |
| 9 | يافتن متدهاي افزايش تأثير رسانه‌اي در مخاطبين | پژوهش كتابخانه‌اي تجميع شيوه‌هاي به كار گرفته شده از رسانه در ايجاد تغييرات اجتماعي |
| 10 | مطالعات مقدماتي گفتارپژوهي و هم‌انديشي با مبلّغين توانا و زبردست |
| 11 | مطالعات مقدماتي گفتارپژوهي و هم‌انديشي با فعالان فضاي مجازي |
| 12 | چگونگي كاهش آسيب‌هاي ناشي از حملات رسانه‌اي و تكنيك‌هاي مواجهه با اين حملات | پژوهش كتابخانه‌اي تاريخ حملات سازمان‌يافته رسانه‌اي به افراد و نهادها |
| 13 | مطالعات مقدماتي نشست با اصحاب رسانه و ايجاد ارتباط پايدار با جامعه خبري |
| 14 | مطالعات مقدماتي راه‌هاي استفاده از رپرتاژآگهي |
| 15 | تدوين سبك زندگي اسلامي متناسب با عقايد، احكام و اخلاق اسلامي | پژوهش كتابخانه‌اي سبك زندگي اسلامي مبتني بر سه محور: عقايد، احكام و اخلاق |
| 16 | طراحي آئين‌نامه پژوهش‌هاي مؤسسه مبتني بر اصول و روش‌هاي معتبر علمي | پژوهش كتابخانه‌اي جمع‌آوري و ارزيابي روش‌هاي رايج علمي در پژوهش |
| 17 | مطالعات مقدماتي مصاحبه با كارشناسان پژوهش در موضوع شناسايي معتبرترين روش‌هاي علمي |
| 18 | تدوين آئين‌نامه پژوهش |
| 19 | تنظيم آئين‌نامه اتاق فكر تبليغ | جمع‌آوري آئين‌نامه‌هاي موجود مديريت اتاق فكر و طبقه‌بندي و ارزيابي آن‌ها |
| 20 | مطالعات مقدماتي هم‌انديشي با صاحب‌نظران درباره مختصّات تأسيس اتاق فكر |
| 21 | تدوين آئين‌نامه اتاق فكر تبليغ |
| 22 | طراحي استانداردهاي جديد تبليغ در عرصه‌هاي كنترل فرآيند و كنترل كيفي محصولات تبليغي | پژوهش ميداني انواع شيوه‌هاي تبليغ و طبقه‌بندي و ارزيابي آن‌ها در مسير دستيابي به استانداردها |
| 23 | توليد استانداردهاي فرآيندمحور و محصول‌محور در فعاليت‌هاي تبليغي |
| 24 | تدوين آئين‌نامه و مستندات پژوهشي مورد نياز براي تأسيس بانك اطلاعات تبليغي | پژوهش كتابخانه‌اي شناسايي اركان و عناصر اصلي تبليغ با محوريّت تنوّع اطلاعاتي |
| 25 | تدوين آئين‌نامه بانك اطلاعات تبليغ |
| 26 | شناسايي و فهرست موضوعات و مسائل اجتماعي مستحدثه جهت طراحي برنامه تبليغ | پژوهش ميداني «مسأله‌شناسي» در جهت يافتن چالش‌هاي اجتماعي و اولويّت آن‌ها در منطقه هدف |
| 27 | دستيابي به سند شيوه‌نامه حمايت جهاني از «حقوق بشر» براي استفاده در فرآيند تبليغ | پژوهش كتابخانه‌اي تجميع و طبقه‌بندي تمامي اَسناد جهاني حقوق بشر |
| 28 | پژوهش كتابخانه‌اي بررسي منابع اسلامي در توصيف حقوق اساسي و ذاتي انسان؛ قرآن، سنّت و ادعيه |
| 29 | مطالعات مقدماتي هم‌انديشي با كارشناسان مسائل بين‌الملل درباره شيوه ورود به موضوع حقوق بشر |
| 30 | تدوين سند حقوق بشر از منظر اسلام براي استفاده آموزشي و تبليغي |
| 31 | توليد دقيق‌ترين و اعتمادسازترين آئين‌نامه و شيوه‌نامه تدوين گزارشات از فعاليت‌هاي مؤسسه | پژوهش كتابخانه‌اي شناسايي روش‌هاي معتبر در توليد گزارش‌هاي سازماني |
| 32 | مطالعات مقدماتي برگزاري نشست‌هاي هم‌انديشي با بيت مرجعيّت درباره يافتن بهترين شيوه‌هاي گزارش |
| 33 | تدوين آئين‌نامه گزارش‌نويسي |
| 34 | طراحي فرم‌هاي استاندارد توليد گزارش |
| 35 | طراحي ضوابط جذب كارشناسان پژوهشي، آموزشي و تبليغي | پژوهش كتابخانه‌اي تجميع و طبقه‌بندي روش‌هاي رايج همكاري با كارشناسان پژوهشي، آموزشي و تبليغي |
| 36 | تدوين آئين‌نامه همكاري با كارشناسان پژوهشي، آموزشي و تبليغي |
| 37 | طراحي آئين‌نامه جذب كارشناسان رسانه | پژوهش كتابخانه‌اي تجميع و طبقه‌بندي روش‌هاي رايج همكاري با كارشناسان رسانه‌هاي جمعي |
| 38 | تدوين آئين‌نامه همكاري با كارشناسان رسانه |
| 39 | طراحي شيوه‌نامه همكاري با جامعه‌شناسان و روانشناسان | پژوهش كتابخانه‌اي تجميع و طبقه‌بندي روش‌هاي رايج همكاري با متخصصان جامعه‌شناس و مردم‌شناس |
| 40 | تدوين آئين‌نامه همكاري با جامعه‌شناسان در مسير تبليغ |
| 41 | پژوهش كتابخانه‌اي تجميع و طبقه‌بندي روش‌هاي رايج همكاري با روانشناسان، روانكاوان و روانپزشكان |
| 42 | تدوين آئين‌نامه همكاري با روانشناسان در مسير تبليغ |
| 43 | تدوين تفاهم‌نامه همكاري علمي با مراكز و نهادهاي پژوهشي، آموزشي، تبليغي و رسانه‌اي، در تمام دنيا | پژوهش كتابخانه‌اي تجميع و طبقه‌بندي تفاهم‌نامه‌هاي رايج در همكاري علمي مؤسّسات و نهادهاي علمي |
| 44 | تدوين شيوه‌نامه نگارش تفاهم‌نامه‌هاي همكاري علمي |
| 45 | شيوه‌نامه حقوقي ثبت حقوق معنوي محصولات | پژوهش كتابخانه‌اي تجميع قوانين جهاني كپي‌رايت و شناخت مسيرهاي حقوقي و قضايي آن |
| 46 | مطالعات مقدماتي هم‌فكري با حقوقدانان و وكلا در ارتباط با حقوق معنوي |
| 47 | تدوين شيوه‌نامه حقوقي ثبت حقوق معنوي آثار و محصولات مؤسسه |
| 48 | طراحي سازوكار مناسب حقوقي براي تأمين امنيت قضايي | مطالعات مقدماتي هم‌فكري با حقوقدانان و وكلا در ارتباط با تأمين امنيت قضايي مؤسسه و پرسنل آن |
| 49 | تدوين متن قرارداد وكالت حقوقي مؤسسه |
| 50 | پژوهش كتابخانه‌اي جمع‌آوري قوانين حقوقي مرتبط با موضوع فعاليت مؤسسه در كشور هدف |
| 51 | تدوين اساسنامه شعبات و مؤسّسات تابعه در نقاط ديگر جهان | پژوهش كتابخانه‌اي تجميع نمونه‌هاي اساسنامه مشابه متناسب با قوانين و ضوابط كشور هدف |
| 52 | تدوين اساسنامه تأسيس و مديريت شعبه |
| 53 | طراحي و تدوين نظام جامع مالي، در راستاي تراز بودجه و هزينه و حفظ امنيت مالي | مطالعات مقدماتي هم‌فكري با حسابداران و كارشناسان امور مالي براي برنامه‌ريزي و تأمين امنيت مالي |
| 54 | تدوين نظام‌نامه جامع مالي و بودجه‌ريزي |
| 55 | توليد آئين‌نامه استخدامي نيروهاي اداري، متناسب با ارزش‌هاي اسلامي | پژوهش كتابخانه‌اي تجميع و طبقه‌بندي شيوه‌هاي استخدام نيروهاي اداري |
| 56 | پژوهش كتابخانه‌اي احكام شرعي و موازين اخلاقي استخدام در اسلام |
| 57 | تنظيم آئين‌نامه كارگزيني و استخدامي |

# معرفي برنامه‌هاي پژوهشي

هر برنامه پژوهشي چهار ويژگي اصلي دارد:

* + - 1. نيروي انساني كه اعضاي گروه پژوهشي بوده و بر اساس تخصّصي خود انتخاب مي‌شوند و در مراحل مختلف پژوهش همكاري مي‌كنند.
			2. مقدورات يا مجموعه بودجه و امكانات مورد نياز براي انجام برنامه پژوهشي.
			3. زمان‌بندي پروژه كه شامل زمان آغاز آن و مدّت زماني‌ست كه مطابق پيش‌بيني‌ها به طول خواهد انجاميد.
			4. برخي از پروژه‌ها به پژوهش‌هاي ديگري نيازمند و وابسته هستند. شماره آن پژوهش در بخش پيش‌نيازها درج مي‌شود. در اين موارد، برنامه پژوهشي متأخر از پيش‌نيازهاي خود آغاز خواهد شد.

|  |
| --- |
|  پژوهش ميداني تجميع علايق و استعدادهاي طلاب با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه |
| هدف | بناست مؤسسه بهترين بستر براي تربيت نسل آينده مبلّغين باشد. بدين‌منظور بايد بتواند استعدادهاي برتر و نخبگان را از ميان طلاب حوزه‌هاي علميه بيابد و از طريق دوره‌هاي آموزشي تبليغ و رسانه، تبديل به تأثيرگذارترين نسل از مبلّغان نمايد. براي تحقق اين هدف، ابتدا بايد علاقه‌ها و استعدادهاي طلاب را كشف كرده، طبقه‌بندي نموده و با شاخص‌هاي مطلوب بسنجيم. در اين پژوهش يك جامعه آماري هدف تعيين كرده و به وسيله مناسب‌ترين ابزار تحقيق ميداني، اطلاعات مورد نياز را تجميع و تحليل مي‌كنيم. |
| نيروي انساني | متخصص آمار با مدرك كارداني - 3 نفر - جمع‌آور اطلاعاتمتخصص آمار با مدرك كارشناسي - يك نفر - مدير پروژهروانشناس با مدرك دكترا در گرايش يادگيري - يك نفر - مشاور استعداديابي و تحصيلي |
| مقدورات | مكان اجتماع گروه پژوهشي - دستمزد پنج عضو گروه - حداقل يك عدد رايانه - معرفي‌نامه‌هاي مورد نياز براي حضور در مدارس حوزه علميه |
| زمان‌بندي | طراحي فرم‌ها و مستندات پروژه - يك ماهجمع‌آوري اطلاعات و تحليل آماري - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  مطالعات مقدماتي برگزاري نشست و همايش با حضور طلاب، اساتيد و مديران حوزه |
| هدف | برقراري ارتباط يك موضوع كليدي در شناسايي استعدادهاي حوزوي و طلاب نخبه است. ارتباط با طلاب و اساتيد و مديران حوزه مي‌تواند براي جذب اين استعدادها مثمر باشد. اين پژوهش درصدد است پس از مطالعات و بررسي‌هايي به راه‌هايي براي برگزاري نشست‌هاي مشترك دست يابد، نشست‌هايي با افراد حوزوي كه بتواند به افزايش اين شناخت و ارتباط كمك كند. |
| نيروي انساني | كارشناس برنامه‌ريزي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات و طراحي برنامه - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  طبقه‌بندي مدارك و رشته‌هاي تحصيلي آموزش متوسطه و آموزش عالي |
| هدف | جامعه هدف براي بخش آموزش مؤسسه منحصر به طلاب علوم ديني نيست. بلكه محصلان دوره‌هاي آموزش متوسطه و دانشجويان آموزش عالي نيز در حيطه برنامه‌هاي آموزشي قرار دارند. براي اين‌كه بتواند استعدادهاي درخشان در اين دو قلمرو را شناسايي كرد، ابتدا بايد مدارك تحصيلي استاندارد را در منطقه هدف به خوبي شناخت. اين شناخت شامل دروسي كه براي تحصيل هر مدرك آموخته مي‌شود نيز هست، تا بتوان ارزيابي كرد كه محصل در هر مرحله از آموزش چه دانش‌ها و مهارت‌هايي كسب كرده است. |
| نيروي انساني | پژوهشگر با مدرك كارشناسي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد پژوهشگر |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  مطالعات مقدماتي برگزاري نشست و همايش با حضور دانشجويان و اساتيد دانشگاهي |
| هدف | براي برقراري ارتباط با محصلان و دانشجويان برگزاري نشست و جلسات معارفه ضرورت دارد. اين جلسات مي‌تواند با موضوع معرفي فعاليت‌هاي مؤسسه تبليغي و يا بررسي مسائل و چالش‌هاي اجتماعي باشد. مطلوب در اين جلسات آشنايي بيشتر با محصلان، دانشجويان و اساتيد و مديران دانشگاهي است كه جذب استعدادها را تسهيل مي‌نمايد. |
| نيروي انساني | كارشناس برنامه‌ريزي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات و طراحي برنامه - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  پژوهش ميداني شناسايي راه‌هاي جذب طلاب حوزه |
| هدف | حضور و شركت در دوره‌هاي آموزشي مؤسسه و مشاركت در برنامه‌هاي تبليغي آن نيازمند «انگيزه» است. از طريق گفتگو، مصاحبه، پرسشنامه و روش‌هاي آماري در تحقيقات ميداني راه‌هايي شناسايي مي‌شود كه مي‌تواند در ايجاد انگيزه كافي براي اين همكاري مؤثر باشد. اين انگيزه‌ها در هر منطقه جغرافيايي مي‌تواند متفاوت باشد. |
| نيروي انساني | متخصص آمار با مدرك كارداني - 3 نفر - جمع‌آور اطلاعاتمتخصص آمار با مدرك كارشناسي - يك نفر - مدير پروژهكارشناس آموزش حوزه - يك نفر - مشاور استعداديابي و تحصيلي |
| مقدورات | مكان اجتماع گروه پژوهشي - دستمزد پنج عضو گروه - حداقل يك عدد رايانه - معرفي‌نامه‌هاي مورد نياز براي حضور در مدارس حوزه علميه |
| زمان‌بندي | طراحي فرم‌ها و مستندات پروژه - يك ماهجمع‌آوري اطلاعات و تحليل آماري - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  پژوهش ميداني شناسايي راه‌هاي جذب محصلان |
| هدف | انگيزه‌هاي مشاركت محصلان و دانشجويان در دوره‌هاي آموزشي مؤسسه تبليغي ممكن است متفاوت با طلاب علوم ديني باشد. يك پژوهش مستقل در اين رابطه لازم است كه نتيجه آن يافتن راه‌هايي براي ايجاد انگيزه در اين گروه از مخاطبان است. مطلوب اين است كه بدانيم چه بگوييم و چه شعارهايي را تبليغ كنيم، تا براي همكاري جذب نماييم. |
| نيروي انساني | متخصص آمار با مدرك كارداني - 3 نفر - جمع‌آور اطلاعاتمتخصص آمار با مدرك كارشناسي - يك نفر - مدير پروژهروانشناس با مدرك دكترا در گرايش يادگيري - يك نفر - مشاور استعداديابي و تحصيلي |
| مقدورات | مكان اجتماع گروه پژوهشي - دستمزد پنج عضو گروه - حداقل يك عدد رايانه - معرفي‌نامه‌هاي مورد نياز براي حضور در مدارس متوسطه و دانشگاه‌ها |
| زمان‌بندي | طراحي فرم‌ها و مستندات پروژه - يك ماهجمع‌آوري اطلاعات و تحليل آماري - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  پژوهش ميداني طبقه‌بندي رسانه‌هاي جمعيو جمع‌آوري آمارهاي حاكي از ميزان تأثير اجتماعي هر كدام از اين رسانه‌ها |
| هدف | هنگامي كه قرار است مقبوليت عرفي تحصيل شود و در راهبردها اين امر به رسانه‌هاي عمومي واگذار شده است، يك پژوهش مستقل لازم است تا تأثيرگذاري اين رسانه‌هاي را با تمام تنوّعي كه دارند مورد بررسي قرار دهد. نتيجه اين تحقيقات كه به صورت آماري صورت مي‌گيرد نشان خواهد داد كدام رسانه‌ها بهتر مي‌توانند دستاوردهاي تبليغي مؤسسه را بازتاب دهند. |
| نيروي انساني | متخصص آمار با مدرك كارداني - 3 نفر - جمع‌آور اطلاعاتمتخصص آمار با مدرك كارشناسي - يك نفر - مدير پروژهمتخصص رسانه با مدرك دكترا - يك نفر - مشاور پروژه |
| مقدورات | مكان اجتماع گروه پژوهشي - دستمزد پنج عضو گروه - حداقل يك عدد رايانه |
| زمان‌بندي | طراحي فرم‌ها و مستندات پروژه - يك ماهجمع‌آوري اطلاعات و تحليل آماري - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  مطالعات مقدماتي تشكيل جلسات ايده‌پردازي و آينده‌پژوهي رسانه‌اي |
| هدف | رسانه‌ها تغيير مي‌كنند و اين تغييرات در سنوات اخير پرسرعت شده است. سرعت اين تغييرات نيز پيش‌بيني مي‌شود پيوسته افزايش يابد. مي‌بينيم كه رسانه‌هاي تصويري به ناگهان جاي خود را به رسانه‌هاي برخط و اينترنتي دادند و آن‌ها نيز در زماني كوتاه توسط پيام‌رسان‌هاي قابل نصب روي گوشي هوشمند بلعيده شدند. اين تغييرات مي‌تواند تعيين‌كننده باشد و براي پرهيز از غفلت، ضرورت دارد جلسات آينده‌پژوهي در اين زمينه برگزار شود كه نيازمند مطالعاتي مقدماتي‌ست. |
| نيروي انساني | كارشناس برنامه‌ريزي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات و طراحي برنامه - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي تجميع شيوه‌هاي به كار گرفته شده از رسانه در ايجاد تغييرات اجتماعي |
| هدف | فارغ از رسانه يا رسانه‌هايي كه براي ارتباط انتخاب شده است، شيوه ارائه اطلاعات از طريق رسانه‌ها نيز اهميت فوق‌العاده‌اي دارد. بررسي آن‌چه در اين خصوص نگاشته شده است، مي‌تواند نقشه راهي باشد براي استفاده بهينه از آن‌ها براي افزايش اعتبار و اعتماد به مؤسسه و همچنين ساماندهي تغييرات مثبت اجتماعي. |
| نيروي انساني | پژوهشگر با مدرك كارشناسي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد پژوهشگر |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  مطالعات مقدماتي گفتارپژوهي و هم‌انديشي با مبلّغين توانا و زبردست |
| هدف | تجربه‌اي كه مبلّغان در مسير ارتباط با مردم در طول زمان به دست آورده‌اند قابل جايگزيني با هيچ مطالعات كتابخانه‌اي نيست. به دليل اين‌كه معمولاً اين تجربيات به نگارش در نمي‌آيد، تنها را تحصيل آن‌ها گفتگوي چهره‌به‌چهره با اين افراد است. با توجه به حضور مديد اين افراد در منطقه هدف، آشنايي و شناخت بيشتري نسبت به آن جامعه دارند. اين گام مهمي در دستيابي به راه‌هاي افزايش مقبوليت عرفي به شمار مي‌رود. |
| نيروي انساني | كارشناس برنامه‌ريزي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات و طراحي برنامه - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  مطالعات مقدماتي گفتارپژوهي و هم‌انديشي با فعالان فضاي مجازي |
| هدف | از آن رو كه تبليغ نوين يكي از اركان ارتباطي مؤسسه شمرده مي‌شود و در چشم‌انداز و راهبردها به آن توجه شده، استفاده از تجربيات فعالان فضاي مجازي به همان اندازه اهميت دارد كه يافتن دستاوردهاي مبلّغان فضاي حقيقي. براي دستيابي به يك گفتگوي مؤثر و مفيد ابتدا بايد مطالعات و بررسي‌هايي انجام شود و طرحي تنظيم، تا بهترين نتايج از اين ديدارها حاصل شود. |
| نيروي انساني | كارشناس برنامه‌ريزي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات و طراحي برنامه - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي تاريخ حملات سازمان‌يافته رسانه‌اي به افراد و نهادها |
| هدف | هر موفقيتي دشمن دارد. اگر اين موفقيت در زمينه دين باشد، دوچندان. تمام دشمنان دين دشمنان مؤسّسات ديني خواهند بود و چون رسانه در اختيار دارند، آن را بتمامه عليه اين مجموعه‌هاي موفق به كار مي‌گيرند. هدف از اين پژوهش آشنا شدن با مواردي‌ست كه از طريق پروپاگاندا و حملات رسانه‌اي توانسته‌اند به اعتبار فرد يا سازماني آسيب بزنند. اين داده‌ها براي پيش‌بيني چنين پديده‌هايي به كار خواهد رفت. |
| نيروي انساني | پژوهشگر با مدرك كارشناسي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد پژوهشگر |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  مطالعات مقدماتي نشست با اصحاب رسانه و ايجاد ارتباط پايدار با جامعه خبري |
| هدف | براي حضور رسانه‌اي بايستي ارتباط با رسانه‌ها محكم باشد؛ هم افراد و هم نهادها. ارتباط چهره‌به‌چهره با خبرنگارها و سردبيران و مديران مسئول خبرگزاري‌ها، خصوصاً در منطقه هدف. هدف از اين مطالعات دستيابي به راهكارها و طرح‌هاي اجرايي براي برگزاري موفق اين ديدارها و نشست‌هاست. |
| نيروي انساني | كارشناس برنامه‌ريزي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات و طراحي برنامه - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  مطالعات مقدماتي راه‌هاي استفاده از رپرتاژآگهي |
| هدف | امروزه بسياري از گزارش‌هايي كه رسانه‌ها منتشر مي‌كنند، خصوصاً در عرصه رسانه‌هاي مجازي، متأثر از يك سفارش است. گزارش‌ها يا اصطلاحاً رپرتاژهايي كه اگر چه ظاهري خبري دارند، واجد ماهيت «آگهي» هستند. افراد و نهادها هزينه‌اي پرداخت مي‌كنند و معرفي خود يا آثارشان را در قالب يك خبر، مصاحبه يا گزارش ارائه مي‌كنند. مخاطب معمولاً متوجه تفاوت گزارش‌هاي واقعي از اين قبيل گزارشات نمي‌شود. برخي از رسانه‌هاي منصف‌تر ذيل اين قبيل خبرها تگ «رپرتاژ» را ثبت مي‌كنند كه البته براي مخاطب معمولي شناخته‌شده و مفهوم نيست. اين تحقيقات به منظور يافتن بهترين شيوه‌ها براي استفاده از چنين ابزارهايي براي مقابله با هجمه‌هاي رسانه‌اي و حملات پروپاگاندايي عليه مؤسسه يا اعضاي آن ا‌ست. |
| نيروي انساني | كارشناس برنامه‌ريزي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات و طراحي برنامه - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي سبك زندگي اسلامي مبتني بر سه محور: عقايد، احكام و اخلاق |
| هدف | براي تأثير در فرهنگ منطقه هدف و در نگاهي آرماني، فرهنگ جهاني، آن‌گونه كه در چشم‌انداز ذكر شده است، بايد بتوان الگويي براي سبك زندگي اسلامي به دست داد. هدف از اين پژوهش اين است كه بر اساس سه محور ياد شده و با اتكا به منابع متقن و مستند اسلامي سبك زندگي اسلامي در عصر حاضر و در كنار تمام مؤلفه‌هاي اجتماعي موجود طراحي گردد، تا در مراحل بعد قابل آموزش، ترويج و تبليغ باشد. |
| نيروي انساني | پژوهشگر حوزوي - 3 نفركارشناس فقه (مجتهد) - يك نفر - مدير پروژه |
| مقدورات | محل فعاليت پژوهشگران و جلسات آن‌ها - دستمزد 4 پژوهشگر و كارشناس - حداقل يك عدد رايانه - هزينه‌هاي خريد كتاب و نرم‌افزار |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - سه ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي جمع‌آوري و ارزيابي روش‌هاي رايج علمي در پژوهش |
| هدف | پذيرش دستاوردهاي علمي مؤسسه در جامعه نيازمند استفاده از روش‌هاي معتبر در پژوهش‌هاي صورت گرفته است. هدف اين برنامه دستيابي به يك روش مقبول و كارآمد در پژوهش‌هاي علمي است كه مبناي تمامي محصولات مؤسسه خواهد بود. |
| نيروي انساني | پژوهشگر با مدرك كارشناسي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد پژوهشگر |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  مطالعات مقدماتي مصاحبه با كارشناسان پژوهش در موضوع شناسايي معتبرترين روش‌هاي علمي |
| هدف | تفاوت جوامع علمي مختلف و زبان‌هاي نوشتاري ايجاب مي‌كند تا براي دستيابي به مناسب‌ترين شيوه نگارش دستاوردهاي علمي، با كارشناسان روش تحقيق مشورت صورت گيرد. چه بسا شيوه‌اي در منطقه‌اي معتبر و در منطقه‌اي ديگر نامعتبر شناخته شود. محصول اين مطالعات طرح و برنامه‌اي براي گفتگو با كارشناسان در اين خصوص است. |
| نيروي انساني | كارشناس برنامه‌ريزي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات و طراحي برنامه - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  تدوين آئين‌نامه پژوهش |
| هدف | محصول تحقيقات كتابخانه‌اي و گزارش مصاحبه‌هاي صورت گرفته با متخصّصين امر پژوهش مواد خامي خواهد بود براي توليد آئين‌نامه پژوهش مؤسسه. اين آئين‌نامه ضوابط لازم براي پژوهش را مشخص مي‌كند كه در هر نوع پژوهشي بايستي به كار گرفته شود، تا اعتبار علمي محصولات مؤسسه را تأمين كند. |
| نيروي انساني | كارشناس طرح و برنامه - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | تحليل داده‌ها و منابع اوليه و تنظيم و تدوين سند نهايي - دو هفته |
| پيش‌نيازها | 16 و 17 |

|  |
| --- |
|  جمع‌آوري آئين‌نامه‌هاي موجود مديريت اتاق فكر و طبقه‌بندي و ارزيابي آن‌ها |
| هدف | يكي از عناصر مهم در چشم‌انداز مؤسسه، تأسيس اتاق فكر تبليغ است كه طبيعتاً به آئين‌نامه و ضوابطي محتاج است. پيش از آن نياز است در ضمن يك تحقيقات كتابخانه‌اي گسترده، انواع آئين‌نامه‌هاي موجود در اين زمينه تجميع و بررسي گردد، در زبان‌هاي مختلف و كشورهاي متنوّع، تا طراحي بهترين آن‌ها ميسّر گردد. |
| نيروي انساني | پژوهشگر با مدرك كارشناسي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد پژوهشگر |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  مطالعات مقدماتي هم‌انديشي با صاحب‌نظران درباره مختصّات تأسيس اتاق فكر |
| هدف | از آن رو كه مفهوم «اتاق فكر» امري نوپديد است و سابقه تاريخي چنداني ندارد، بخش زيادي از تجربيات و دانش آن در سينه افرادي‌ست كه چنين فعاليت‌هايي داشته‌اند. اين تجربيات چه بسا نگارش نيافته باشند و به صورت مكتوب در دسترس نباشند. اين مطالعات روش‌هايي را پيشنهاد خواهد داد كه بتوان در قالب گفتگوهايي به اين تجارب دست يافت. هدف اين است كه آئين‌نامه بهتري براي اتاق فكر طراحي گردد. |
| نيروي انساني | كارشناس برنامه‌ريزي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات و طراحي برنامه - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  تدوين آئين‌نامه اتاق فكر تبليغ |
| هدف | اتاق فكر تبليغ كه يكي از مهم‌ترين اركان چشم‌انداز مؤسسه است بدون ضوابط و قوانين درست و صحيح نمي‌تواند تأسيس شود. تدوين يك آئين‌نامه براي ايجاد انضباط در فعاليت‌هاي آن ضرورت دارد كه هدف اين برنامه است. |
| نيروي انساني | كارشناس طرح و برنامه - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | تحليل داده‌ها و منابع اوليه و تنظيم و تدوين سند نهايي - دو هفته |
| پيش‌نيازها | 19 و 20 |

|  |
| --- |
|  پژوهش ميداني انواع شيوه‌هاي تبليغ و طبقه‌بندي و ارزيابي آن‌ها در مسير دستيابي به استانداردها |
| هدف | براي اين‌كه بتوانيم به استانداردهاي نويني در تبليغ دست يابيم و تأثيرگذاري آن را ارتقا بخشيم، ضرورت دارد در ابتدا انواع تبليغ و شيوه‌هاي انجام آن را تجميع كرده و بررسي كنيم. محصول اين مطالعات نه تنها براي توليد استانداردهاي تبليغ استفاده مي‌شود كه مي‌تواند جزو آثار قابل نشر مؤسسه و ابزاري براي كسب درآمد نيز محسوب گردد. |
| نيروي انساني | متخصص آمار با مدرك كارداني - 3 نفر - جمع‌آور اطلاعاتمتخصص آمار با مدرك كارشناسي - يك نفر - مدير پروژهكارشناس تبليغ ديني - يك نفر - مشاور پروژه |
| مقدورات | مكان اجتماع گروه پژوهشي - دستمزد پنج عضو گروه - حداقل يك عدد رايانه |
| زمان‌بندي | طراحي فرم‌ها و مستندات پروژه - يك ماهجمع‌آوري اطلاعات و تحليل آماري - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  توليد استانداردهاي فرآيندمحور و محصول‌محور در فعاليت‌هاي تبليغي |
| هدف | يك فعاليت تبليغي را به دو صورت مي‌توان كنترل كرد؛ فرآيند آن را يا محصول آن. براي ايجاد امكان اين دو نوع ارزيابي بايستي استانداردهايي براي هر كدام توليد شود. از يك سو مبلّغ مي‌تواند با اتكا به اين استانداردها كيفيّت كار خود را افزايش دهد و از سوي ديگر، واحدهاي نظارتي كنترل دقيق‌تر و ارزيابي كامل‌تري از فعاليت تبليغي خواهند داشت. |
| نيروي انساني | كارشناس طرح و برنامه - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | تحليل داده‌ها و منابع اوليه و تنظيم و تدوين سند نهايي - دو هفته |
| پيش‌نيازها | 22 |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي شناسايي اركان و عناصر اصلي تبليغ با محوريّت تنوّع اطلاعاتي |
| هدف | تأسيس بانك جامع اطلاعات تبليغ يكي از راهبردهاي دستيابي به چشم‌انداز است. براي تحقق آن ابتدا بايد تنوّع اطلاعاتي «تبليغ» و ابعاد و اركان آن را تجميع و ترسيم كرد. محصول اين پژوهش نشان خواهد داد در چه محورهايي بايد براي توليد بانك اطلاعات اقدام كرد. |
| نيروي انساني | پژوهشگر با مدرك كارشناسي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد پژوهشگر |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  تدوين آئين‌نامه بانك اطلاعات تبليغ |
| هدف | توسعه بانك اطلاعات تبليغ به معناي جمع‌آوري داده‌هاي خام از جامعه هدف و راست‌آزمايي و ارزيابي و طبقه‌بندي نيازمند ضوابط و قوانيني مشخص است. اين برنامه مشتمل بر توليد آئين‌نامه‌اي براي همين منظور است. |
| نيروي انساني | كارشناس طرح و برنامه - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | تحليل داده‌ها و منابع اوليه و تنظيم و تدوين سند نهايي - دو هفته |
| پيش‌نيازها | 24 |

|  |
| --- |
|  پژوهش ميداني «مسأله‌شناسي» در جهت يافتن چالش‌هاي اجتماعي و اولويّت آن‌ها در منطقه هدف |
| هدف | تا مسائل و چالش‌هاي اجتماعي و فرهنگي منطقه شناخته نشود و اولويّت آن‏ها تعيين، تبليغ هدفمند نشده و نمي‌تواند تأثيرگذار باشد. با همياري جامعه‌شناسان و روانشناسان مسائل اصلي تجميع و بر اساس مدل‌هاي آماري اولويّت‌ها مشخص خواهد شد، به هدف اين‌كه اتاق فكر تبليغ بتواند مواد اوليه مطالعات خود را به دست آورد. اين پژوهش نيز از آن دسته مواردي‌ست كه كاربرد فراوان داشته و مي‌تواند به عنوان محصولي علمي به فروش برسد. |
| نيروي انساني | متخصص آمار با مدرك كارداني - 3 نفر - جمع‌آور اطلاعاتمتخصص آمار با مدرك كارشناسي - يك نفر - مدير پروژهمتخصص مسائل اجتماعي با مدرك دكترا - يك نفر - مشاور پروژه |
| مقدورات | مكان اجتماع گروه پژوهشي - دستمزد پنج عضو گروه - حداقل يك عدد رايانه |
| زمان‌بندي | طراحي فرم‌ها و مستندات پروژه - يك ماهجمع‌آوري اطلاعات و تحليل آماري - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي تجميع و طبقه‌بندي تمامي اَسناد جهاني حقوق بشر |
| هدف | موضوع حقوق بشر يكي از موضوعات كليدي و پراهميت در چشم‌انداز و اصول راهبردي مؤسسه است. بنابراين پيش از هر اقدامي بايستي تمامي اَسناد مرتبط با اين موضوع در گستره جهاني تجميع و طبقه‌بندي شود، تا به عنوان مواد اوليه پژوهش‌هاي بعدي مورد استفاده قرار گيرد. |
| نيروي انساني | پژوهشگر با مدرك كارشناسي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد پژوهشگر |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي بررسي منابع اسلامي در توصيف حقوق اساسي و ذاتي انسان؛ قرآن، سنّت و ادعيه |
| هدف | آن‏چه منابع درباره حقوق بشر در سطح جهاني وجود دارد، خالي از نگاه ديني و اسلامي‌ست. لازم است عده‌اي اسلام‌شناس از منظر باورهاي اسلامي و احكام و اخلاق به موضوع نگريسته و ضوابط و حقوق ذكر شده را تجميع كنند تا بتواند براي دستيابي به يك سند جامع حقوق بشر مورد استفاده قرار گيرد. |
| نيروي انساني | پژوهشگر حوزوي - 3 نفركارشناس فقه (مجتهد) - يك نفر - مدير پروژه |
| مقدورات | محل فعاليت پژوهشگران و جلسات آن‌ها - دستمزد 4 پژوهشگر و كارشناس - حداقل يك عدد رايانه - هزينه‌هاي خريد كتاب و نرم‌افزار |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - سه ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  مطالعات مقدماتي هم‌انديشي با كارشناسان مسائل بين‌الملل درباره شيوه ورود به موضوع حقوق بشر |
| هدف | از يك رو ارتباط با كارشناسان فعّال در موضوع حقوق بشر ضرورت دارد و از سوي ديگر، بهره‌برداري از تجارب اين افراد كه مكتوب نشده و صرفاً در حافظه آن‏ها ضبط است لازم است. اين دو هدف ايجاب مي‌كند بررسي‌هاي صورت گيرد تا بتوانيم نشست‌ها و جلساتي چهره‌به‌چهره با اين افراد ترتيب دهيم و نقطه‌نظرات‌شان را دريافت كنيم. |
| نيروي انساني | كارشناس برنامه‌ريزي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات و طراحي برنامه - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  تدوين سند حقوق بشر از منظر اسلام براي استفاده آموزشي و تبليغي |
| هدف | همه داده‌هاي جمع‌آوري شده مواد خام پژوهش بزرگي را شكل مي‌دهد كه بناست يك‌بار ديگر از ابتدا سند جامعي براي حقوق بشر تنظيم كند. اين سند براي آموزش و تبليغ مورد استفاده قرار خواهد گرفت. |
| نيروي انساني | كارشناس طرح و برنامه - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | تحليل داده‌ها و منابع اوليه و تنظيم و تدوين سند نهايي - دو هفته |
| پيش‌نيازها | 27 و 28 و 29 |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي شناسايي روش‌هاي معتبر در توليد گزارش‌هاي سازماني |
| هدف | براي كسب اعتماد بيت مرجعيّت لازم است گزارشات دقيق و منظّمي ارائه گردد، تا پيشرفت فعاليت‌ها را به خوبي نشان دهد. در بدو امر روش‌هاي رايج و معتبر در سطح جهان شناسايي و ارزيابي مي‌شود، به هدف اين‏كه بتوان بهترين و كارآترين شيوه را برگزيد. |
| نيروي انساني | پژوهشگر با مدرك كارشناسي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد پژوهشگر |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  مطالعات مقدماتي برگزاري نشست‌هاي هم‌انديشي با بيت مرجعيّت درباره يافتن بهترين شيوه‌هاي گزارش |
| هدف | مادامي‌كه يك سوي حبل اعتماد بيت مرجعيّت است، لازم است ديدگاه جنابان در اين خصوص دريافت شود. در يك بررسي اجمالي و سريع، برنامه‌اي تنظيم خواهد شد كه در طيّ چند جلسه و نشست حضوري انتظارات مشخص شده و در برنامه گزارش مؤسسه درج گردد. هدف اين است كه آن‏چه مورد توقّع بيت است حاصل گردد. |
| نيروي انساني | كارشناس برنامه‌ريزي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات و طراحي برنامه - يك ماه |
| پيش‌نيازها | 31 |

|  |
| --- |
|  تدوين آئين‌نامه گزارش‌نويسي |
| هدف | بر اساس مواد اوليه‌اي كه در پژوهش‌هاي قبلي حاصل شده، ضوابط و قوانين گزارش‌نويسي در قاب يك آئين‌نامه تدوين مي‌شود كه محور تمامي گزارشات مؤسسه خواهد بود. اين مي‌تواند اعتبار و اعتماد في‌مابين را حفظ كرده و پيوسته افزايش دهد. |
| نيروي انساني | كارشناس طرح و برنامه - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | تحليل داده‌ها و منابع اوليه و تنظيم و تدوين سند نهايي - دو هفته |
| پيش‌نيازها | 31 و 32 |

|  |
| --- |
|  طراحي فرم‌هاي استاندارد توليد گزارش |
| هدف | از آن رو كه هر گزارشي نيازمند فرم‌ها و كاربرگ‌هايي مشخص است، بر اساس آن‏چه در آئين‌نامه ذكر شده، فرم‌ها به بهترين شكل طراحي مي‏گردند تا براي تدوين گزارشات استفاده شوند. هدف تسهيل تنظيم گزارشات بخش‌هاي مختلف مؤسسه است. |
| نيروي انساني | كارشناس آمار و اطلاعات - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | تحليل سند و طراحي فرم‌ها - دو هفته |
| پيش‌نيازها | 33 |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي تجميع و طبقه‌بندي روش‌هاي رايج همكاري با كارشناسان پژوهشي، آموزشي و تبليغي |
| هدف | براي «ممتاز» بودن در جذب نيروي انساني توانمند، امري كه در چشم‌انداز ديده شده است، لازم است ابتدا بدانيم براي جذب كارشناسان و متخصصان چه ملزومات و نكاتي بايد مورد توجه قرار گيرد. اين نيز به پژوهشي ابتدايي نيازمند است كه محصول آن گزارشي از روش‌هاي موجود همراه با طبقه‌بندي و ارزيابي هر يك است. |
| نيروي انساني | پژوهشگر با مدرك كارشناسي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد پژوهشگر |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  تدوين آئين‌نامه همكاري با كارشناسان پژوهشي، آموزشي و تبليغي |
| هدف | ضوابط همكاري با كارشناسان در قالب يك آئين‌نامه تدوين مي‌شود كه مبناي ارتباط با اين افراد خواهد بود. اين ضوابط شامل شيوه تدوين قراردادها و نحوه پرداخت دستمزدها نيز مي‌شود. هدف اين است كه بالاترين انگيزه‌ها را تأمين كرده و بهترين جذب را رقم بزند. |
| نيروي انساني | كارشناس طرح و برنامه - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | تحليل داده‌ها و منابع اوليه و تنظيم و تدوين سند نهايي - دو هفته |
| پيش‌نيازها | 35 |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي تجميع و طبقه‌بندي روش‌هاي رايج همكاري با كارشناسان رسانه‌هاي جمعي |
| هدف | به دليل تفاوت ماهوي كارشناسان علمي با كارشناسان رسانه‌اي، شيوه جذب و همكاري و انگيزه‌سازي در اصحاب رسانه با دانشمندان علوم متفاوت به نظر مي‌رسد. از اين رو، لازم است مطالعات ديگري صورت گيرد كه شيوه‌هاي ارتباط با اين دسته از متخصصان را تبيين كند. |
| نيروي انساني | پژوهشگر با مدرك كارشناسي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد پژوهشگر |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  تدوين آئين‌نامه همكاري با كارشناسان رسانه |
| هدف | ضوابط ارتباط با كارشناسان رسانه متفاوت با كارشناسان پژوهشي، آموزشي و تبليغي است و بدين دليل آئين‌نامه مستقلي براي آن ضرورت دارد. شيوه تنظيم قرارداد و تعهدات نيز متفاوت در نظر گرفته خواهد شد، به نحوي كه بالاترين انگيزه‌ها براي همكاري را رقم بزند. |
| نيروي انساني | كارشناس طرح و برنامه - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | تحليل داده‌ها و منابع اوليه و تنظيم و تدوين سند نهايي - دو هفته |
| پيش‌نيازها | 37 |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي تجميع و طبقه‌بندي روش‌هاي رايج همكاري با متخصصان جامعه‌شناس و مردم‌شناس |
| هدف | جامعه‌شناسان، مردم‌شناسان و فرهنگ‌شناسان، اساساً شيوه تفكر متفاوتي دارند و موضوع كارشان به جاي تمركز بر مباحث علمي، بر محور مطالعات ميداني و آماري مبتني‌ست. شيوه ايجاد انگيزه و جذابيت براي اين گروه از متخصصان متفاوت است و بايستي در يك مطالعات كتابخانه‌اي انواع شيوه‌هاي قرارداد و همكاري با آن‌ها شناسايي گردد. |
| نيروي انساني | پژوهشگر با مدرك كارشناسي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد پژوهشگر |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  تدوين آئين‌نامه همكاري با جامعه‌شناسان در مسير تبليغ |
| هدف | مطابق شناخت پيدا شده از شيوه‌هاي همكاري با جامعه‌شناسان، ضوابط همكاري با آن‏ها در طيّ آئين‌نامه مستقلي تدوين خواهد شد. هدف اين است كه شيوه تنظيم قرارداد و پرداخت دستمزد به نحوي باشد كه انگيزه كافي براي همكاري فراهم كند. |
| نيروي انساني | كارشناس طرح و برنامه - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | تحليل داده‌ها و منابع اوليه و تنظيم و تدوين سند نهايي - دو هفته |
| پيش‌نيازها | 39 |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي تجميع و طبقه‌بندي روش‌هاي رايج همكاري با روانشناسان، روانكاوان و روانپزشكان |
| هدف | سه گروه از متخصصان؛ روانشناسان، روانكاوان و روانپزشكان اگر چه تفاوت‌هايي در روش‌هاي درمان دارند، ولي به دليل تمركز بر «انسان‌شناسي» متفاوت از ساير دسته‌هاي كارشناسان همكار طبقه‌بندي مي‌شوند. در اين پژوهش، رايج‌ترين شيوه‌هاي همكاري شناسايي مي‏شود. |
| نيروي انساني | پژوهشگر با مدرك كارشناسي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد پژوهشگر |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  تدوين آئين‌نامه همكاري با روانشناسان در مسير تبليغ |
| هدف | مطابق با اطلاعات جمع‌آوري شده از شيوه‌هاي رايج همكاري با گروه روانشناسان، قوانين همكاري با اين دسته از متخصصان در قالب يك آئين‌نامه متفاوت و مستقل تدوين مي‌شود. اين آئين‌نامه تضمين خواهد كرد كه انگيزه لازم براي همكاري تأمين خواهد شد. |
| نيروي انساني | كارشناس طرح و برنامه - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | تحليل داده‌ها و منابع اوليه و تنظيم و تدوين سند نهايي - دو هفته |
| پيش‌نيازها | 41 |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي تجميع و طبقه‌بندي تفاهم‌نامه‌هاي رايج در همكاري علمي مؤسّسات و نهادهاي علمي |
| هدف | بخشي از فعاليت‌هاي آموزشي، پژوهشي و تبليغي در ارتباط و همكاري با مؤسّسات علمي و نهادهاي فرهنگي صورت مي‌پذيرد كه خود نيازمند تفاهم‌نامه‌ها و قراردادهاي ويژه است. اين مطالعات قصد دارد شيوه‌هاي رايج در اين قبيل ارتباطات را شناسايي و ارزيابي كرده و بهترين گزينه‌ها را پيشنهاد دهد. |
| نيروي انساني | پژوهشگر با مدرك كارشناسي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد پژوهشگر |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  تدوين شيوه‌نامه نگارش تفاهم‌نامه‌هاي همكاري علمي |
| هدف | بر اساس شناخت روش‌هاي رايج تفاهم ميان مؤسّسات علمي، شيوه‌نامه‌اي تدوين مي‌شود كه مي‌تواند حداكثر منافع هر دو طرف را تأمين و تضمين كند و از سوء برداشت‌ها و اختلافات در مسائل جزئي پرهيز دهد. |
| نيروي انساني | كارشناس طرح و برنامه - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | تحليل داده‌ها و منابع اوليه و تنظيم و تدوين سند نهايي - دو هفته |
| پيش‌نيازها | 43 |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي تجميع قوانين جهاني كپي‌رايت و شناخت مسيرهاي حقوقي و قضايي آن |
| هدف | با توجه به اين‏كه در چشم‏انداز تصريح شده مؤسسه بايد تدبيري براي تأمين مالي خود در آتيه داشته باشد، محصولات پژوهشي، آموزشي و تبليغي بايستي قابل فروش و درآمدزايي باشند. جهاني بودن نگاه و منطقه‌اي بودن عملكرد الزام مي‌كند نسبت به حقوق معنوي و قانون كپي‌رايت حساس باشيم و ابتدا قوانين مربوط به آن را بررسي كنيم. |
| نيروي انساني | پژوهشگر با مدرك كارشناسي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد پژوهشگر |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  مطالعات مقدماتي هم‌فكري با حقوقدانان و وكلا در ارتباط با حقوق معنوي |
| هدف | به دليل حسّاسيت موضوع كپي‌رايت و حقوق معنوي نشر جلسات و نشست‌هاي مشورتي با حقوقدانان ضرورت دارد. اين مطالعات اوليه طرحي را به دست خواهد داد تا برگزاري اين مشاوره‌ها را ضابطه‌دار و سودمند نمايد. |
| نيروي انساني | كارشناس برنامه‌ريزي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات و طراحي برنامه - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  تدوين شيوه‌نامه حقوقي ثبت حقوق معنوي آثار و محصولات مؤسسه |
| هدف | پس از تجميع قوانين كپي‌رايت و مشورت با حقوقدانان، ضوابط و قوانيني براي حفظ حقوق مؤسسه در نشر آثارش تنظيم شده و در قالب يك شيوه‌نامه در اختيار واحدهاي ذي‌ربط قرار مي‌گيرد. اين شيوه‌نامه تضمين مي‌كند كه دارايي‌هاي مؤسسه تلف نشده و هدر نرود. |
| نيروي انساني | كارشناس طرح و برنامه - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | تحليل داده‌ها و منابع اوليه و تنظيم و تدوين سند نهايي - دو هفته |
| پيش‌نيازها | 45 و 46 |

|  |
| --- |
|  مطالعات مقدماتي هم‌فكري با حقوقدانان و وكلا در ارتباط با تأمين امنيت قضايي مؤسسه و پرسنل آن |
| هدف | مسائل حقوقي متعددي درگير با فعاليت‌هاي مؤسسه خواهد بود، به محض آغاز به كار. قوانين مربوط به ماليات و دارايي، بيمه كارمندان و تجهيزات و ساختمان و بسياري موارد ديگر. لازم است در ابتدا برنامه‌اي تنظيم شود، تا نشست‌هاي مشورتي با حقوقدانان طراحي كند مبني بر شناخت قوانين لازم و دستورالعمل‌هاي قضايي، به هدف تأمين امنيت مؤسسه در نظام حقوقي منطقه. |
| نيروي انساني | كارشناس برنامه‌ريزي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات و طراحي برنامه - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  تدوين متن قرارداد وكالت حقوقي مؤسسه |
| هدف | ضرورتاً بايستي حقوقدانان يا حقوقداناني به عنوان وكيل رسمي مؤسسه حضور داشته باشند كه در شرايط لازم در دادگاه حاضر شده و از حقوق آن دفاع كنند. متن قرارداد وكالت موضوع حساسي است و قرارگيري در مناطق مختلف و مواجهه با قوانين ناشناخته و گوناگون نيز بر اين حسّاسيت مي‌افزايد. بر اساس مطالعات ديگري كه صورت مي‌گيرد، اين متن با دقّت بالا به نحوي تنظيم مي‌شود كه وكيل مؤسسه متعهد باشد كمال و تمام از منافع آن دفاع كند. |
| نيروي انساني | كارشناس طرح و برنامه - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | تحليل داده‌ها و منابع اوليه و تنظيم و تدوين سند نهايي - دو هفته |
| پيش‌نيازها | 48 و 50 |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي جمع‌آوري قوانين حقوقي مرتبط با موضوع فعاليت مؤسسه در كشور هدف |
| هدف | براي تأمين امنيت قضايي و حقوقي مطالعاتي ضرورت دارد كه نتيجه آن تجميع قوانين حقوقي مرتبط با تمامي فعاليت‌هاي مؤسسه است. به عنوان مثال اگر بنا باشد ساختماني اجاره شود، اين تحقيق قوانين مرتبط با اجاره را در دسترس قرار مي‌دهد، تا از آسيب‌هاي بعدي جلو بگيرد. |
| نيروي انساني | پژوهشگر با مدرك كارشناسي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد پژوهشگر |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي تجميع نمونه‌هاي اساسنامه مشابه متناسب با قوانين و ضوابط كشور هدف |
| هدف | از آن رو كه يكي از راهبردهاي تأثيرگذاري جهاني حمايت از نهادهاي فرهنگي كوچك و تأسيس شعبات در نقاط مختلف جهان است، تحقيقاتي لازم است تا اساسنامه‌هاي مشابه را در هر منطقه شناسايي كرده و تجميع و ارزيابي نماييم، به عنوان مقدمه‌اي براي دستيابي به مناسب‌ترين اساسنامه براي تأسيس مراكز فرهنگي تابعه. |
| نيروي انساني | پژوهشگر با مدرك كارشناسي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد پژوهشگر |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  تدوين اساسنامه تأسيس و مديريت شعبه |
| هدف | بر محور دستاوردهاي پژوهش سابق، اساسنامه‌اي طراحي مي‌شود كه تأسيس و مديريت هر شعبه يا هر نهاد فرهنگي تابعه را قانونمند و باضابطه كند، به نحوي كه مسير حركت به سمت هدف را تغيير ندهد و رسيدن به الگوي چشم‌انداز را تضمين كند. |
| نيروي انساني | كارشناس طرح و برنامه - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | تحليل داده‌ها و منابع اوليه و تنظيم و تدوين سند نهايي - دو هفته |
| پيش‌نيازها | 51 |

|  |
| --- |
|  مطالعات مقدماتي هم‌فكري با حسابداران و كارشناسان امور مالي براي برنامه‌ريزي و تأمين امنيت مالي |
| هدف | براي كنترل بودجه و هزينه، قوانين و ضوابطي نياز است كه براي دستيابي به آن لازم است با گروهي از حسابداران و كارشناسان امور مالي مشورت صورت گيرد. بحث دارايي و ماليات و بيمه و بسياري ديگر از ارتباطات مالي با نهادهاي مسئول نيز در ميان است. براي برگزاري اين نشست‌ها تحقيق و بررسي اوليه‌اي صورت مي‌گيرد، تا برنامه نشست‌ها تنظيم شود. |
| نيروي انساني | كارشناس برنامه‌ريزي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات و طراحي برنامه - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  تدوين نظام‌نامه جامع مالي و بودجه‌ريزي |
| هدف | تمامي ضوابط و قوانين و هر آن‏چه براي مديريت مالي لازم است در يك سند تجميع و تصويب مي‌شود كه نظام‌نامه جامع مالي مؤسسه خواهد بود. اين نظام‌نامه تضمين مي‌كند كه مؤسسه بتواند هزينه‌هاي خود را تأمين كند و از ورشكستگي و بحران‌هاي مالي مبرّي باشد. |
| نيروي انساني | كارشناس طرح و برنامه - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | تحليل داده‌ها و منابع اوليه و تنظيم و تدوين سند نهايي - دو هفته |
| پيش‌نيازها | 54 |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي تجميع و طبقه‌بندي شيوه‌هاي استخدام نيروهاي اداري |
| هدف | به‏كارگيري نيروي انساني امري گريزناپذير در فعاليت هر نهادي‌ست. نسبت به متفاوت بودن قوانين در مناطق مختلف، اين پژوهش شيوه‌هاي استخدام نيروها را تجميع و طبقه‌بندي مي‌كند، در مسير يافتن بهترين گزينه‌ها و بهترين راه‌حل‌ها. |
| نيروي انساني | پژوهشگر با مدرك كارشناسي - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد پژوهشگر |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - يك ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  پژوهش كتابخانه‌اي احكام شرعي و موازين اخلاقي استخدام در اسلام |
| هدف | استخدام در احكام اسلام تفاوت‌هاي بنياديني دارد با آن‏چه امروزه در دنيا رايج است. تأكيد اسلام بر حفظ منزلت و شأن كارگر و نيروي كار است و اخلاق در ارتباط ميان آمر و مأمور اصالت دارد. دستاورد اين پژوهش سندي خواهد بود كه نسبت ميان كارفرما و كارپذير را بر مبناي اسلام تعريف مي‌كند. |
| نيروي انساني | پژوهشگر حوزوي - 3 نفركارشناس فقه (مجتهد) - يك نفر - مدير پروژه |
| مقدورات | محل فعاليت پژوهشگران و جلسات آن‌ها - دستمزد 4 پژوهشگر و كارشناس - حداقل يك عدد رايانه - هزينه‌هاي خريد كتاب و نرم‌افزار |
| زمان‌بندي | جمع‌آوري اطلاعات، طبقه‌بندي و تنظيم گزارش - سه ماه |
| پيش‌نيازها | ندارد |

|  |
| --- |
|  تنظيم آئين‌نامه كارگزيني و استخدامي |
| هدف | بر اساس ضوابط موجود در دنياي معاصر و همچنين با التفات به ديدگاه اسلام در رابطه ميان كارفرما و كارپذير، آئين‌نامه‌اي تنظيم مي‌شود كه نظام كارگزيني و استخدامي مؤسسه را بيان مي‌كند. هدف اين است كه منافع هر دو طرف؛ كارپذير و مؤسسه در بهترين شرايط تأمين گردد و فصل‌الخطاب در اختلافات باشد. |
| نيروي انساني | كارشناس طرح و برنامه - يك نفر |
| مقدورات | دستمزد كارشناس |
| زمان‌بندي | تحليل داده‌ها و منابع اوليه و تنظيم و تدوين سند نهايي - دو هفته |
| پيش‌نيازها | 55 و 56 |

ذكر عناوين برنامه‌هاي پژوهشي در فهرست فوق به اين معنا نيست كه تمامي آن‌ها بايستي در مؤسسه از صفر تا صد به انجام رسد، بلكه سه فرض در تحقق نتيجه متصوّر است:

پيش از اين چنين پروژه‌اي به انجام رسيده است و امكان دسترسي به نتايج آن وجود دارد. به صورت كتاب، مقاله يا پايان‌نامه. در اين موارد تجميع اين اَسناد پژوهشي كفايت مي‌كند.

كارشناساني خارج از پرسنل همكار در مؤسسه يافت مي‌شوند كه پيشينه فعاليت در موضوع مدّ نظر را داشته و آماده جمع‌بندي دستاورهاي خود هستند. برون‌سپاري در اين موارد بهترين گزينه است، به اين نحو كه طيّ قراردادي وظيفه پژوهش به فردي بيرون از مؤسسه سپرده خواهد شد.

در ساير موارد، استخدام پژوهشگران يا استفاده از همكاران پژوهشگر تنها راه براي انجام پروژه تحقيقاتي خواهد بود و محصولات چنين پژوهش‌هايي متعلّق به مؤسسه بوده و امكان فروش و كسب درآمد در مراحل بعدي را نيز فراهم خواهد كرد.

# ملزومات تحقق برنامه‌هاي پژوهشي

در يك نگاه خلاصه، فهرستي از نيروهاي انساني پروژه‌هاي پژوهشي و مقدورات آن‌ها و همچنين زمان‌بندي، آن‌‌چه نياز است مطابق جدول زير است:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| رديف | نيروي انساني | درجه علمي | تعداد در كل پروژه‌ها |
|
| 1 | متخصص آمار با مدرك كارداني | فوق ديپلم | 18 نفر |
| 2 | متخصص آمار با مدرك كارشناسي | ليسانس | 6 نفر |
| 3 | روانشناس با مدرك دكترا در گرايش يادگيري | دكترا | 3 نفر |
| 4 | كارشناس برنامه‌ريزي | ليسانس | 14 نفر |
| 5 | پژوهشگر با مدرك كارشناسي | ليسانس | 17 نفر |
| 6 | كارشناس آموزش حوزه | معادل دكترا | يك نفر |
| 7 | متخصص رسانه با مدرك دكترا | دكترا | يك نفر |
| 8 | پژوهشگر حوزوي | معادل ليسانس | 9 نفر |
| 9 | كارشناس فقه (مجتهد) | معادل دكترا | 3 نفر |
| 10 | كارشناس طرح و برنامه | ليسانس | 16 نفر |
| 11 | كارشناس تبليغ ديني | معادل ليسانس | يك نفر |
| 12 | متخصص مسائل اجتماعي با مدرك دكترا | دكترا | يك نفر |
| 13 | كارشناس آمار و اطلاعات | ليسانس | يك نفر |
|  |  | 91 نفر |

كه در اين صورت تمامي پروژه‌ها به صورت هم‌زمان امكان آغاز دارند، جز مواردي كه پيش‌نياز يكديگر باشند. با اين نگاه، طولاني‌ترين زمان براي اجراي پروژه‌ها «سه ماه و نيم» خواهد بود.

اما اين پروژه‌ها مي‌توانند به صورت متوالي انجام گرفته و با افزايش زمان، از نيروهاي انساني و هزينه‌ها بكاهند. در اين صورت مي‌توان نيازمندي‌ها را مطابق جدول زير كاهش داد:

| رديف | نيروي انساني | درجه علمي | حداقل نياز | مدّت همكاري |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|
|  |
| 1 | متخصص آمار با مدرك كارداني | فوق ديپلم | 3 نفر | 12 ماه |
| 2 | متخصص آمار با مدرك كارشناسي | ليسانس | يك نفر | 12 ماه |
| 3 | روانشناس با مدرك دكترا در گرايش يادگيري | دكترا | يك نفر | 4 ماه |
| 4 | كارشناس برنامه‌ريزي | ليسانس | دو نفر | 7 ماه |
| 5 | پژوهشگر با مدرك كارشناسي | ليسانس | دو نفر | 9 ماه |
| 6 | كارشناس آموزش حوزه | معادل دكترا | يك نفر | 2 ماه |
| 7 | متخصص رسانه با مدرك دكترا | دكترا | يك نفر | 2 ماه |
| 8 | پژوهشگر حوزوي | معادل ليسانس | 3 نفر | 3 ماه |
| 9 | كارشناس فقه (مجتهد) | معادل دكترا | يك نفر | 3 ماه |
| 10 | كارشناس طرح و برنامه | ليسانس | يك نفر | 8 ماه |
| 11 | كارشناس تبليغ ديني | معادل ليسانس | يك نفر | 2 ماه |
| 12 | متخصص مسائل اجتماعي با مدرك دكترا | دكترا | يك نفر | 2 ماه |
| 13 | كارشناس آمار و اطلاعات | ليسانس | يك نفر | نيم ماه |
|  |  |  | 19 نفر |  |

متوالي در نظر گرفتن پروژه‌ها اگر چه مدّت تحقق آن‏ها را افزايش مي‌دهد، اما از هزينه‌ها مي‌كاهد. نه فقط نيروهاي انساني فعّال را كاهش مي‌دهد، بلكه مي‌توان با امكاناتي كمتر، مثلاً يك يا دو عدد رايانه و نياز به فضاي فيزيكي كمتري پروژه‌ها را اجرا كرد.

دستمزد همكاران و همچنين هزينه تجهيزات متناسب با زمان و مكان اجراي پروژه‌ها متفاوت خواهد بود، بنابراين در اين سند مصرّح نيستند.

ابتدا اهداف پژوهشي متناسب با راهبردها استخراج شد. سپس براي تحقق هر هدف پژوهشي برنامه‌ها و پروژه‌هايي تعريف شد. بدين ترتيب 24 هدف پژوهشي و 57 برنامه به دست آمد.

پس از اين مرحله، پيمانكار توليد برنامه‌هاي آموزشي را آغاز خواهد كرد و كارفرما فرصت دارد پيش‌نويس برنامه‌هاي پژوهشي (سند حاضر) بررسي و اصلاح نمايد.

