



سامانه تبلیغی هوشمند

تشکل فراگیر تبلیغ گروهی طلاب



بهمن ۱۴۰۲





مندرجات

← انگاره‌ها / ۳

← سازه‌ها / ۴

← دستاوردها / ۱۰



انگاره‌ها

آرمان هر مبلغی در حوزه است و هر که اندکی در این راه - تبلیغ - گام برداشته که نظامی و سازمانی نظم‌یافته و سیستمی سامان‌یافته نظارت بر این مهم و هدایت رهنوردان این راه متعالی را بر عهده گیرد و هماهنگی نظام تبلیغی حوزه‌های علمیه را با نظام آموزشی و پژوهشی آن تضمین نماید.

سازمان‌های متوکی این امر کمابیش در این راستا تلاش‌هایی نموده‌اند و بذل جُهدهایی، اما این که محقق شده آن چه باید می‌شد، چندان قابل ذکر نیست. تنها در حد ثبت نام و آموزشی مقدماتی برای طلبه‌های ناآزموده و سالی یک یا دو همایش تبلیغی، همه و همه همین!

اندک زمانی است که تبادل اطلاعات را بر دوش فناوری به سرعتی بالا رسانده‌اند و از ره‌آورد این سرعت توانایی مدیریت اطلاعات را به دست آورده‌اند. لذا آنان که بر این کرسی تکیه زده‌اند نظم اطلاعات را تعیین نموده و طبقات دانش را رقم می‌زنند. استانداردسازی اطلاعات را در دست دارند و به واسطه آن اراده می‌کنند که هر کس در هر طبقه چه میزان اطلاعات را حق دارد دریافت نماید و چه میزان را نه، اما این که شاخصه حق چیست، خود می‌دانند و ابلیس درون خود!

با توجه به رواج ابزارهای هوش مصنوعی در سال‌های اخیر این امکان فراهم شده است تا با استفاده از این فناوری و ابزارهای آن به سامانه‌ای دست پیدا کنیم که بتواند مدیریت تبلیغ را بسیار کارآتر و دقیق‌تر نماید. برای این منظور از یک سو باید اطلاعات جمع‌آوری و فرآوری شود، یعنی برچسب‌گذاری شود و نظامی مناسب برای به‌کارگیری در نرم‌افزار هوش مصنوعی پیدا کند، از سوی دیگر، باید نرم‌افزار مناسب انتخاب و تنظیم شده و روی سخت‌افزارهای قدرتمند شروع به پردازش اطلاعات نماید.

در نهایت باید از طریق بررسی خروجی‌ها و کنترل و ارزیابی محصول، تغییرات لازم در اطلاعات و تنظیمات نرم‌افزار صورت پذیرد تا در نهایت به یک سامانه جامع هوشمند مدیریت تبلیغ دست یابیم.

سازدها

این سامانه در سه سرفصل «بانک‌ها»، «نرم‌افزارها» و «جمع‌آوری اطلاعات» پیاده‌سازی می‌شود.

۱. بانک‌ها

۱/۱. بانک مبلغین

تمام اطلاعات مربوط به مبلغین در این بانک نگهداری می‌شود که از طریق مقایسه و سنجش با بانک مناطق برای تخصیص مبلغ به منطقه استفاده خواهد شد.

۱/۱/۱. فرم هویت شخصی

اطلاعاتی مانند نام و نشانی و خصوصیات شخصیتی و ویژگی‌های فردی مبلغ که طبیعتاً تا حدودی جنبه محرمانه نیز دارد در این بانک اطلاعات که مشتمل بر جداول اطلاعاتی فراوانی نیز خواهد بود نگهداری خواهد شد.

۱/۱/۲. فرم قابلیت علمی

مدارج علمی و سوابق پژوهشی و دانشی مبلغ در دو زمینه حوزه و دانشگاه در این بانک اطلاعات نگهداری می‌شود. فهرست پایان‌نامه‌ها و کتاب‌های نوشته شده توسط آن مبلغ و موضوعات مورد مطالعه و کار علمی.

۱/۱/۳. فرم سوابق تبلیغی

اما سوابق تجربی و فعالیت‌های تبلیغی در این بانک ذخیره می‌شود. آن چه که انجام داده است و مناطقی که برای تبلیغ رفته است و موفقیت‌ها و شکست‌هایی که داشته است.

۱/۲. بانک مناطق

به اندازه بانک مبلغ مهم است. اطلاعات این بانک پس از جمع‌آوری نیمی برای تخصیص مبلغ به منطقه استفاده خواهند شد و نیمی دیگر هنگام ارسال مبلغ به منطقه برای آگاهی او در اختیارش قرار خواهند گرفت. مبلغ با این

اطلاعات منطقه خود را شناخته و در تصمیمات خود آگاهانه عمل خواهد کرد.

۱/۲/۱. بانک جغرافیایی

۱/۲/۱/۱. نقشه الکترونیکی

نقشه‌ای دقیق و الکترونیکی با امکانات فراوان از درشت‌نمایی گرفته تا تعیین مسافت راه‌ها و پیشنهاد بهترین راه برای طی طریق.

۱/۲/۱/۲. بانک مساجد و حسینیه‌ها

مبلغ باید بداند که در منطقه چه مساجد و حسینیه‌ها و تکیه‌هایی وجود دارد و با چه فواصلی و به تولید چه کسی تا در ارتباط با آن‌ها موفق باشد.

۱/۲/۱/۳. بانک مناطق امنیتی و گروهک‌ها

مناطق که گروهک‌ها و گروه‌های مخالف و مشکل‌ساز در آن‌ها حضور دارد باید به اطلاع مبلغ رسانده شود. حرفی نزنند که افقی به مرکز باز گردد و یا به نقاط خطرناک بدون همراه نرود تا حادثه‌ای را به بار نیاورد.

۱/۲/۲. بانک تاریخی

۱/۲/۲/۱. بانک شخصیت‌های تاریخی

میرزا کوچک‌خان جنگلی و مانند او که در مناطق خاصی سابقه مبارزات یا فعالیت‌های علمی داشته‌اند، برای هر منطقه به تفکیک جمع‌آوری می‌شود تا مبلغ بشناسد گذشتگان آن منطقه را و با مردم بهتر ارتباط برقرار نماید و از طریق همزادپنداری مردمان آن محل موفقیت بیشتری در تبلیغ کسب نماید.

۱/۲/۲/۲. بانک شهدا

فهرست شهدای آن منطقه و درجه هر کدام که فرمانده بوده‌اند یا تیرانداز و نشانی خانواده‌های آنان که مبلغ به دلجویی برود و ارتباط برقرار نماید.

۱/۲/۲/۳. بانک مبارزات انقلابی

بعضی مناطق فعالیت‌های خاصی در انقلاب داشته‌اند که به نامشان ثبت شده است مانند قیام مردم پیشوا در پانزده خرداد ۴۲. این امور باید ارائه شود.

۱/۲/۲/۴. بانک آداب و رسوم و سنت‌ها

مبلغی که آداب و رسوم منطقه را شناسد کاری می‌کند یا حرفی می‌زند که ایجاد مشکل می‌کند.

۱/۲/۳. بانک اجتماعی

۱/۲/۳/۱. بانک بافت جمعیتی

در منطقه نسبت جمعیتی زن و مرد چگونه است؟ جوان و پیر؟ در چه سنی مردم می‌میرند (امید به زندگی)؟ تا بتواند از این آمار و اطلاعات در منبر خود استفاده کند.



۱/۲/۳/۲. بانک سوابق تبلیغی

هر منطقه یک سابقه تبلیغی دارد. سال قبل و قبل‌تر چه کسی آن‌جا منبر رفته است و اثر کارش چه بوده است و چه سرفصل‌هایی را موضوع منبر خود قرار داده است.

۱/۲/۳/۳. بانک بافت مذهبی

چند درصد شیعه، سنی، یا نصارا و کلیمی‌اند؟ بافت مذهبی در چه مناطقی چه گونه است؟ در کدام خیابان و کدام مسجد نباید ذم خلفا نماید و مانند آن.

۱/۲/۳/۴. بانک جانبازان

نام و نشانی جانبازان جنگ تحمیلی در آن منطقه که مبلغ باید با آنان ارتباط بگیرد و شرایط زندگی آن‌ها را به مرکز گزارش نموده تا مرکز به اطلاع بنیاد برساند و البته نه تنها این یکی از وظایف هر روحانی است، به اقبال اجتماعی او نیز می‌افزاید.

۱/۲/۳/۵. بانک ایتم و مستضعفین

و همین مطلب برای ایتم و نیازمندان تا به کمیته امداد اعلام شود و از طریق مبلغان دینی شبکه کمیته امداد توسعه پیدا کند.

۱/۲/۳/۶. بانک آمارها و ارقام

مبلغ به آمار و ارقام نیاز دارد. مصرف مواد مخدر در منطقه چند درصد است؟ زنا و فحشا؟ عرق و مشروب؟ دزدی و غارت و راهزنی؟ چقدر از مردم دچار سرطان و بیماری قلبی و مانند آن هستند؟ آب شرب منطقه تا چه حد آلوده است؟ چند درصد مردم از ویدئو یا ماهواره ... استفاده می‌کنند؟ مبلغ این آمارها را برای منبر خود نیاز دارد، آمارهایی دقیق که اشتباه هم نباشد!

۱/۲/۳/۷. بانک نهادها و مسئولین

مبلغ باید نهادها فعال در منطقه و مسئول هر یک را بشناسد و بداند که کدام بیشتر اهل همکاری است، تا ارتباط بگیرد و کار مردم را راه بیندازد.

۱/۳. بانک‌های کمک‌مبلغ

بانک‌های کمک‌مبلغ برای یاری رساندن به مبلغ در امر تبلیغ است.

۱/۳/۱. بانک ره‌توشه

مجموعه‌ای از بانک‌های اطلاعاتی که مبلغ را هنگام اعزام همراهی می‌نماید و در منطقه برای ارائه به مردم از کتاب و کتابخانه و امثال آن بی‌نیاز می‌نماید. موارد ذیل غالباً محتاج توضیح نیستند.

۱/۳/۱/۱. بانک فرمایشات امام(ره) و رهبری

۱/۳/۱/۲. بانک احکام

- ۱/۳/۱/۳. بانک احادیث
- ۱/۳/۱/۴. بانک حکایات و داستانها
- ۱/۳/۱/۵. بانک اشعار و مراثی
- ۱/۳/۱/۶. بانک مقاتل معتبر
- ۱/۳/۱/۷. بانک زندگینامه علماء و بزرگان
- ۱/۳/۱/۸. بانک انبیاء و اولیاء
- ۱/۳/۱/۹. بانک حوادث تاریخی
- ۱/۳/۱/۱۰. بانک آمارها و ارقام

آمارها و ارقام غیر مختص به یک منطقه خاص که آمارهای منطقه‌ای در بانک مناطق آمد و در اختیار قرار گرفت.

۱/۳/۲. بانک ره‌آورد

هر مبلغی که باز می‌گردد به مرکز فرم‌هایی را پر می‌نماید و خاطرات خود را بازگو می‌کند و این اطلاعات در این بانک برای سایر مبلغان بسیار جذاب و مفید خواهد بود.

۱/۳/۳. بانک ایده‌ها

همین مبلغان ایده‌هایی نیز دارند که جداگانه ذخیره می‌شود، مانند ایده راه‌اندازی یک لیگ فوتبال در منطقه و کلاس قرآن در کنار آن و از این قبیل، دسته‌بندی شده و نظم یافته که به راحتی ایده‌های مورد نظر یافت شود و مبلغ به کار گیرد.

۲. نرم‌افزارها

۲/۱. نرم‌افزار مدیریت محتوای بانک‌ها (CMS)

برنامه‌ای برای ورود و ویرایش اطلاعات بانک‌ها، برای هر بانک به صورت مستقل.

۲/۲. نرم‌افزار جامع اطلاعات مدیریت (MIS)

اطلاعاتی که مدیران نیاز دارند تا آمار داده‌ها را در بانک‌ها و سایر نرم‌افزارها و نحوه کار و مانند آن را در اختیار گیرند و در شوراها و تصمیم‌گیری‌ها به کار گیرند و یا برای گزارش‌دهی به سازمان‌ها و مراکز دیگر و یا مدیران ارشد.

۲/۳. نرم‌افزار هوشمند تخصیص‌دهنده (هوش مصنوعی)

۲/۳/۱. نرم‌افزار تخصیص مبلغان به مناطق

برنامه‌ای هوشمند که بر اساس شاخصه‌های تعیین شده می‌تواند از بانک مبلغ، مناسب‌ترین را برای هر منطقه پیشنهاد نماید.

۲/۳/۲. نرم‌افزار تخصیص اطلاعات به مبلغان

و سپس این نرم‌افزار اطلاعات مورد نیاز این مبلغ برای آن منطقه را حدس زده و این اطلاعات به صورت پیش‌فرض هنگام ورود مبلغ به نرم‌افزار اینترنتی در اختیار او قرار خواهد گرفت و یا به صورت مکتوب در قالب یک جزوه به او هدیه خواهد شد.

۲/۳/۳. نرم افزار سفارش دوره برای تربیت مبلغ

اگر مبلغ مناسب پیدا نشد، نرم افزاری هست که ویژگی های مبلغان هر منطقه را استخراج کرده و گزارش آن را در اختیار مدیران قرار می دهد تا به تعداد ذکر شده مبلغ با شرایط تعیین شده یا پیدا نمایند و یا تولید کنند!

۳. جمع آوری اطلاعات

۳/۱. نظام تنظیم چشم انداز و برنامه ها

گروهی که اصول کار و چشم اندازها را تعیین می نماید.

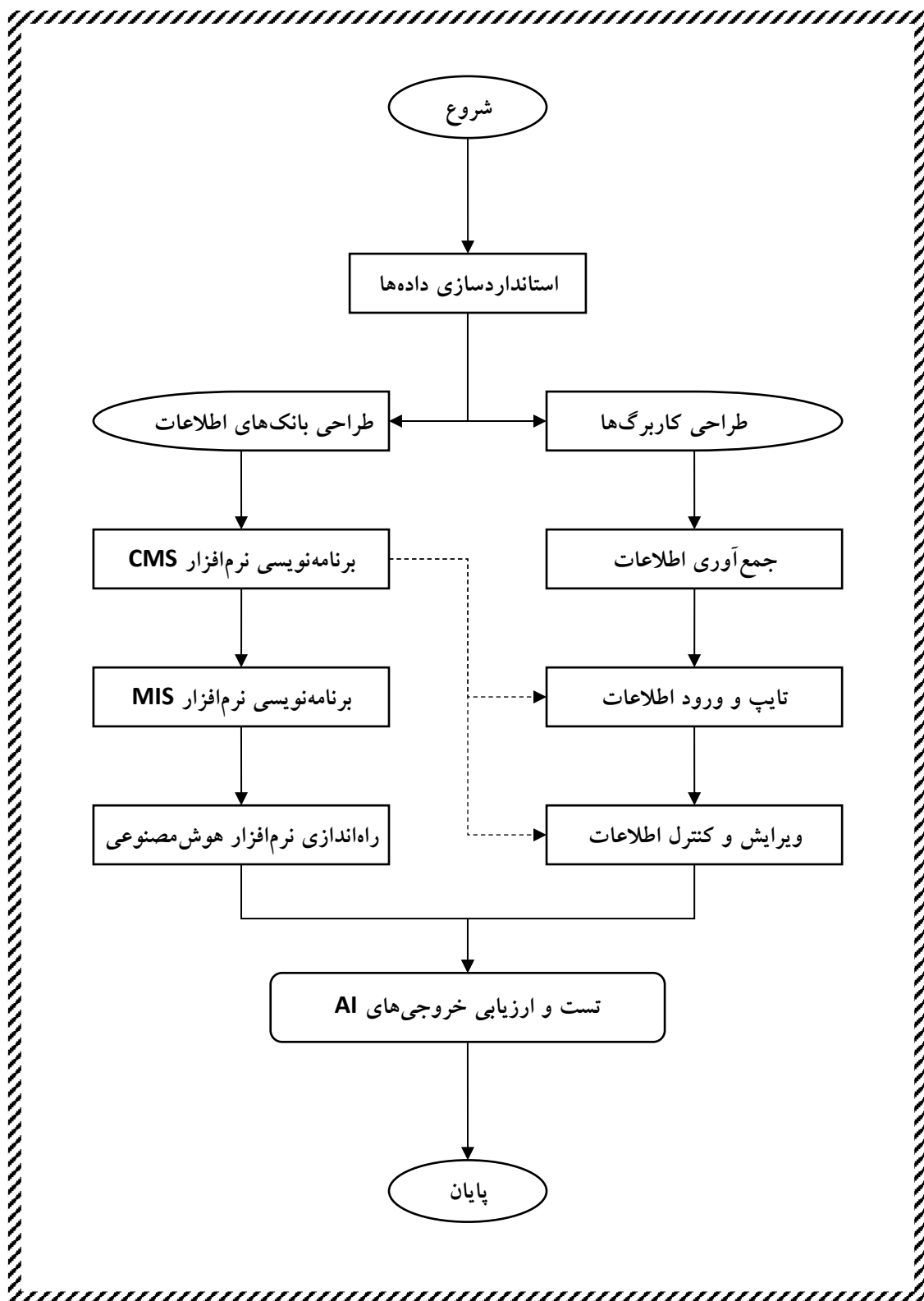
۳/۲. نظام یکپارچه سازی اطلاعات (استاندارد سازی)

کمیته هایی که اطلاعات را تحلیل و آنالیز نموده و در هر مورد استانداردها را تولید می نماید و فیلدهای کاربرگها و فیش های جمع آوری اطلاعات را معین می نماید.

۳/۳. نظام جمع آوری محتوای بانکها

تیم های کاری که کاربرگها را بر اساس آیین نامه ها و استانداردهای تعیین شده از اطلاعات پر نموده و وارد بانک می نمایند.





دستاوردها

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. ح

مشخصات پرونده

تعداد کلمات: ۱۷۶۲	تعداد کاراکترها: ۷۶۸۲
تعداد صفحات: ۱۰	تعداد کاراکترها همراه با فاصله: ۹۳۴۵
حجم فایل به کیلوبایت: ۹۰۳	تعداد خطوط: ۱۹۰
تعداد پاراگراف: ۱۱۳	تاریخ ایجاد فایل: در ۲۵ بهمن ۱۴۰۲
زمان کار به دقیقه: ۳۸	آخرین ویرایش: در ۲۵ بهمن ۱۴۰۲

