



گزارشی مختصر از
فعالیت‌های بین‌المللی

مؤسسه راهبردی خفا مسیر

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَمَا عَلَيْنَا إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ

و بر عهده ما چیزی جز ابلاغ آشکار نیست!

سوره مبارکه یس ﴿۱۲﴾



گزارشی مختصر از
فعالیت‌های بین‌المللی
مؤسسه راهبردی تنه‌امسیر



امام خمینی رحمة الله عليه



اگر ما همه زبان ها را برای تبلیغ اسلام بدانیم، عبادتی بزرگ است. ما با زبان این جا که نمی توانیم برای مردم آمریکا و سایر کشورها، مسائل اسلام را بگوییم. امروز اسلام در اکثر کشورها مطرح است. امیدوارم که شما بتوانید اسلام را برای مردم جهان عرضه کنید. پیشتر احتیاج به زبان، زبان های خارجی نبود، امروز احتیاج است به این، یعنی جزء برنامه تبلیغات مدارس باید زبان باشد؛ زبان های زنده دنیا، آن هایی که در همه دنیا شایع تر است. این باید یکی از چیزهایی باشد که در مدارس دینی ما که می خواهند تبلیغ بکنند، این امروز محل احتیاج است. مثل دیروز نیست که ما صدامان از ایران بیرون نمی رفت. امروز ما می توانیم در ایران باشیم و به زبان دیگری، همه جای دنیا را تبلیغ کنیم، در همه جا مبلّغ باشیم.

امام خامنه‌ای حفظه الله



قرآن کریم، پیغمبران را مسئول تبلیغ میداند؛ ورثه‌ی پیغمبران چطور؟ ((إِنَّ الْعُلَمَاءَ وَرَثَةُ الْأَنْبِيَاءِ))؛ شماها [طلاب و روحانیون] هم که ورثه‌ی انبیا هستید، اُسّ و اساس وظیفه‌ی شما عبارت است از تبلیغ؛ باید تبلیغ کنید؛ باید پیام دین را، پیام خدا را به دلها و گوشها برسانید؛ دل و گوش چه کسی؟ همه‌ی بشر.

امروز دنیای اسلام به پیام اهل بیت نیازمند است. کار اساسی شما معرفی مکتب اهل بیت (علیهم السّلام) است به دنیای اسلام، بلکه به سراسر عالم؛ چون امروز همه‌ی دنیا تشنه‌ی معنویتند و این معنویت در اسلام هست و در اسلامی که در مکتب اهل بیت معرفی میشود.

جاذبه جهانی اسلام

دغدغه گسترش معارف ناب اسلام، قدمتی به اندازه قدمت خود تاریخ اسلام دارد و آغازگران نیز شخص نازنین پیامبر(ص) بودند. خورشید تابان معارف اسلامی گرما بخش زندگی همه انسان هاست و مختص جغرافیایی محدود و قومی خاص نیست. آموزه هایش نجات بخش ابنا بشر در طول تاریخ بوده و محدود به زمانه ای نیست. جاذبه اش مرز نمی شناسد و نورش به هر جایی که بتابد، زنده کننده دل ها و طراوت بخش جان هاست. بر همین مبنا از همان روز اول که نبی مکرم اسلام پرچم هدایت الهی را برافراشت و دعوت خویش را علنی کرد، جهاد و تلاش برای گسترش این معارف ناب به سراسر جهان نیز آغاز شد. از فرستادن مبلغین به سراسر جزیره العرب گرفته تا نامه نگاری به سران امپراتوری های زمان.

ماو یک نقطه عطف تاریخی

این خط و سنت مبارک و ماموریت اساسی در دوران حیات ائمه معصومین هم با جدیت دنبال شد و در طول دوران غیبت نیز با فراز و نشیب‌هایی همواره ادامه یافت و منقطع نشد. انقلاب اسلامی در ایران نقطه عطفی در مسیر گسترش معارف ناب اسلامی بود و امیدها و ظرفیت‌های فراوانی را برای توسعه این مسیر به وجود آورد. در طی سالیان پس از انقلاب، تلاش‌ها و زحمات فراوانی در جهت انتقال مفاهیم اسلام ناب به فراتر از مرزهای کشور صورت گرفت که بعضاً موجب اثرات و برکات زیادی هم شده است. با توجه به اهمیت فوق‌العاده و احساس خلأی که در این زمینه احساس میشد، ما نیز در مؤسسه راهبردی تنها مسیر بر خود فرض دانستیم تا با ورود به عرصه مهم و مغفول مانده تبلیغ بین‌المللی اسلام، بتوانیم در ادامه مسیری که پیامبر عزیزمان آغازگر آن بودند، نقشی به اندازه توان خود ایفا کنیم و همچنین بخشی از دغدغه‌ها و توصیه‌های رهبر فرزانه انقلاب را پاسخ دهیم.

چرا وارد این عرصه شدیم؟

مؤسسه راهبردی تنها مسیر که تاسیس آن به اواسط دهه هشتاد برمیگردد؛ توسط جمعی از جوانان دغدغه مند و نخبه حوزوی و دانشگاهی تشکیل شد و فعالیت‌های خود را در جهت گسترش هر چه بیشتر معارف ناب اسلامی، و با هدف گره‌گشایی و بالابردن کیفیت زندگی و بندگی مومنین و چشیدن طعم شیرین دین‌داری، در بین آحاد مردم و به خصوص جوانان آغاز کرد. فعالیت‌هایی که با تمرکز ویژه بر اندیشه‌ها و مباحث حجت‌السلام علیرضا پناهیان صورت پذیرفت و نگاه نوین تبلیغی ایشان مبنای کارها و تولیدات مؤسسه قرار گرفت.

فعالیت مؤسسه ابتدا محدود به انتشارات و تولید کتاب بود، اما با گذشت زمان و ظهور شبکه‌های اجتماعی و گرایش جوانان به این شبکه‌ها، حوزه فعالیت آن توسعه یافت و بخش اعظمی از فعالیت‌ها به تولید محتوا در بستر شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های نو ظهور اختصاص یافت. تلاش‌های جهادی تیم متخصص و انگیزه‌مند مؤسسه باعث شد تا با لطف خدای متعال و عنایت اهل بیت، این فعالیت‌ها با استقبال بی‌نظیری از سمت مخاطبان روبه‌رو شود؛ تا جایی که میزان تعداد مخاطبان صفحات مؤسسه در شبکه‌های مجازی به بالاترین عدد در این حیطه تخصصی رسید و از عدد ۲ میلیون دنبال کننده فراتر رفت. از حوالی سال ۲۰۱۸، و بعد از این استقبال و توجه گسترده جمعیت جوان کشور از قشرهای مختلف مذهبی و غیر مذهبی به تولیدات مؤسسه، به مرور ایده گسترش این اندیشه‌ها برای مخاطبان خارج از ایران نیز در تیم تولید محتوا و مدیریت مؤسسه راهبردی تنها مسیر جدی‌تر و پررنگ شد.

نقشه راه ما

اما ورود به این عرصه مخاطراتی داشت که نیازمند دقت دوچندان بود تا مسیر به درستی طی شود و منجر به اثر واقعی در مخاطبین جامعه هدف شود. لذا از ابتدا با دقت و وسواس جدی این مسیر مورد بررسی قرار گرفت تا تجربیات شکست خورده قبلی سایر گروه‌ها و نهادهایی که با انگیزه‌های خوب وارد این عرصه شدند اما توفیق چندانی نداشتند، تکرار نشود. تیم مدیریت مؤسسه با بررسی و آسیب‌شناسی تجربه‌های پیشین، مسیر حرکت خود را بر سه اصل اساسی بنا نهاد:

۱ / ارائه محتوای کاربردی و مبتنی بر انسان‌شناسی

۲ / ارائه محتوا در قالب‌های بدیع و متناسب با شبکه‌های اجتماعی و توجه به سلیقه مخاطب

۳ / ارائه محتوا توسط تیم ترجمه نیتیو و استفاده از ظرفیت افراد بومی هر منطقه

۱

محتوای کاربردی و مبتنی بر انسان‌شناسی

اولین نکته انگیزه بخش برای توسعه فعالیت به خارج از مرزهای کشور و فراتر از زبان فارسی، جنس محتواهای تولید شده و برگرفته از نگاه حجت الاسلام پناهیان بود. در واقع همان دلایلی که باعث استقبال خوب جوانان داخل کشور از مباحث ایشان میشد، برای جوانانی خارج از مرزهای ایران و با زبانی متفاوت هم می‌توانست جذاب و مورد توجه واقع شود. به این معنا که مخاطب فراتر از ملیت، زبان، سن و مذهب، امکان استفاده از مطالب ارائه شده را داشت. این ویژگی‌ها را در دو دسته کلی می‌توان خلاصه کرد:

- تبیین و توضیح معارف دینی مبتنی بر نگاه انسان‌شناسانه
- ارائه مطالب به صورت کاملاً کاربردی و مطابق با نیاز فرد

با وجود این دو ویژگی که در مطالب وجود داشت، آن چیزی که پاشنه آشیل بسیاری از فعالیت‌های تبلیغی بین‌المللی است و معمولاً به خاطر تفاوت فرهنگ و شرایط هر منطقه، ارائه محتوا به آن بسیار دشوار میشود، دیگر جای نگرانی نداشت؛ زیرا مباحثی که مبنای انسان‌شناسی دارد می‌تواند از سد فرهنگ، زبان و جغرافیا متفاوت عبور کند.

دومین نکته امیدبخش برای شروع کار نیز، بازخورد مثبت افراد غیرایرانی حاضر در ایران بود که تصدیق میکردند چنین محتوایی مورد استقبال جامعه کشور خودشان قرار خواهد گرفت. در واقع برای شروع کار، ابتدا مطالب تولیدی با یک جامعه هدف کوچک تست و آزمایش شد و وقتی نتایج رضایت بخش بود، کار توسعه پیدا کرد.



قالب‌ها و بسته‌بندی‌های بروز و متناسب با شبکه‌های اجتماعی

فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی فرصتی باورنکردنی برای تعامل با مخاطبانی است که دسترسی به آن‌ها بدون وجود این بستر تا قبل از این خیالی بیش نبود. اما برای بهره‌مندی درست از این فرصت باید قواعد و پیچیدگی‌های آن را شناخت تا امکان رسیدن به هدف فراهم شود. بستر اصلی فعالیت ما شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی بود و به تبع آن باید از بروزترین شیوه‌های متناسب با این شبکه‌ها برای انتقال مضامین استفاده می‌کردیم. شیوه‌هایی متناسب با هر شبکه. شیوه‌هایی که مدام و به صورت دائمی در حال تغییر و بروز شدن بودند.

در این بخش نیز تجربه بزرگ فعالیت ما در فضای مجازی فارسی به کمکمان آمد. تیم تولید محتوای مؤسسه در فضای مجازی فارسی تجربه موفقی در این زمینه داشت و توانسته بود بیش از دو میلیون مخاطب را در صفحات جذب کند. بنابراین برای شروع فعالیت بین‌الملل ما از این تجربه انباشته استفاده کردیم تا با کمترین میزان خطا وارد این عرصه شویم.

بعد از طی این مراحل، مهم‌ترین مسئله تعیین اولویت زبان‌های خارجی و پیدا کردن مترجم بود. ما با بررسی «امکان و میزان اثرگذاری»، «جغرافیای پیرامون» و در نظر گرفتن «مخاطبان بالقوه»، سه زبان دارای اولویت را عربی، انگلیسی و اردو در نظر گرفتیم؛ اما راه را برای زبان‌های دیگر نیز باز گذاشتیم تا اگر امکان فعالیت فراهم شد، مانعی بر سر راه توسعه فعالیت نباشد.

در مرحله امکان‌سنجی میزان تاثیرگذاری بر مخاطب خارجی زبان، این مسئله برای ما واضح شد که در بسیاری از اوقات، علت عدم توفیق در فعالیت‌های تبلیغی بین‌المللی؛ استفاده از مترجمین غیربومی و غیرحرفه‌ای برای کار و ترجمه محتواست. با در نظر گرفتن همین مسئله شرطی که برای شروع فعالیت هر زبان در نظر گرفتیم این بود که اگر مترجم درجه یک برای فعالیت در زبان مورد نظر پیدا نکنیم، کار را آغاز نخواهیم کرد. شرط کلیدی هم برای انتخاب مترجمین این بود که حتما باید نیتو یا بومی باشند و زمان مقصد، زبان اول آنها باشد. شرط دوم این بود که با جامعه هدف نیز همچنان در ارتباط باشند تا از تغییرات و حال و هوای آن جامعه مطلع و در شناخت مخاطبان به ما کمک بکنند.

با در نظر گرفتن همین رویکرد و بررسی‌های مختلف، تیمی از مترجمین حرفه‌ای، درجه یک، بومی و بانگیزه به جمع ما اضافه شدند و فعالیت‌های هر زبان آغاز شد.

فعالیت به زبان زنده دنیا

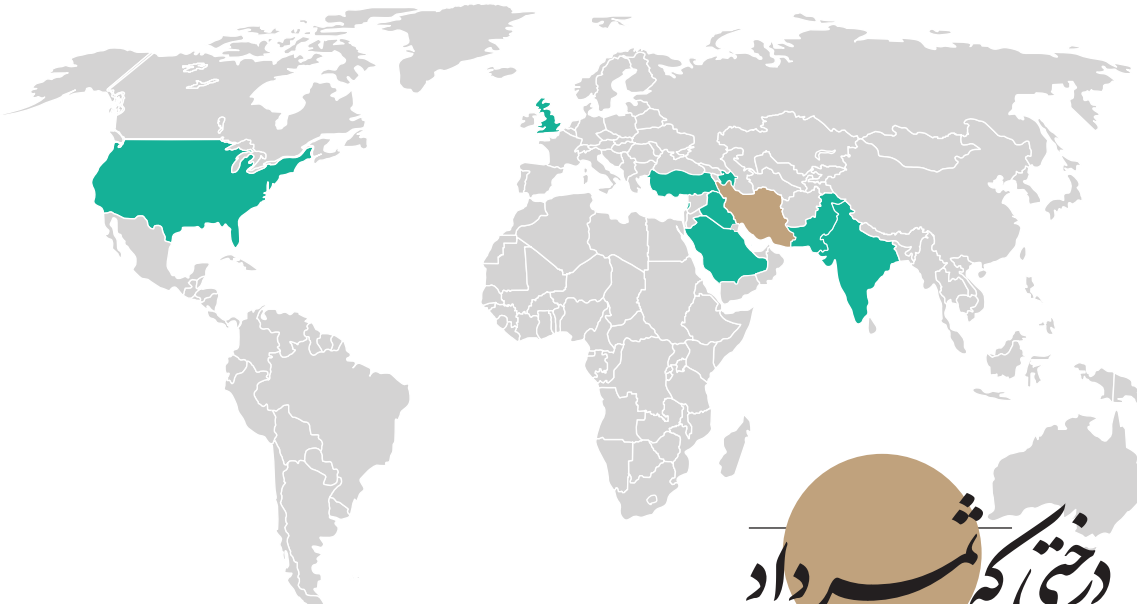
برای مخاطبانی از سراسر جهان

همانطور که قبل از این اشاره شد، اولویت مؤسسه سه زبان عربی، انگلیسی و اردو بود، اما با گذشت زمان و فراهم شدن شرایط مناسب، فعالیت در زبان‌های دیگر نیز به مرور در دستور کار قرار گرفت. به همین ترتیب در طی سالیان، زبان‌های ترکی استانبولی، آذری، فرانسوی، اسپانیولی و روسی نیز به بخش بین‌الملل اضافه و کار تبلیغی در آن‌ها توسط مترجمین بومی همان زبان‌ها، آغاز شد.

در نظر گرفتن شرایط فرهنگی و سیاسی این حجم از مخاطبین با تنوع بسیار بالا، یکی از دشوارترین بخش‌های فعالیت تبلیغی در بخش بین‌الملل مؤسسه بود. اما به لطف الهی این مسئله نیز مانع فعالیت ما نشد و توانستیم بار صدور زانه شرایط مخاطبین هدف، هم‌کف‌ری با افراد بومی و در نهایت تولید محتوای متناسب با این شرایط، بیشترین درصد اثرگذاری را در جامعه هدف به دست آوریم.

انجمنه بخش حرکت ما

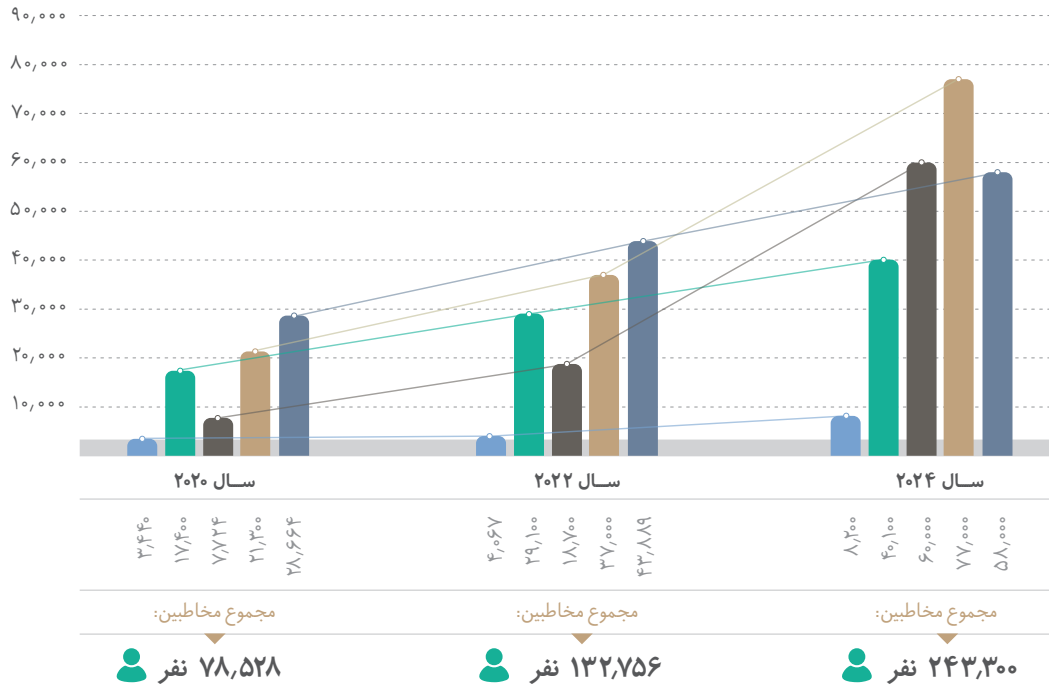
با توجه به ریل‌گذاری صحیح انجام گرفته از ابتدای مسیر، با شروع فعالیت و استواری در این مسیر، به تدریج تلاش‌های تیم بین‌الملل به ثمر نشست و مخاطبان جامعه هدف با مطالب ارائه شده ارتباط بسیار مناسبی برقرار کردند و بازخوردهای فراوانی به دست ما رسید. از آمارهای بازدید بسیار بالا مطالب گرفته تا هزاران پیام دریافتی از سراسر دنیا که از اثرگذاری محتواها بر زندگی‌شان می‌گفتند و درخواست مطالب بیشتری می‌کردند. بازخوردهایی فقط مختص جامعه شیعی نبود، بلکه جامعه اهل سنت نیز را شامل میشد و گاهی فراتر از دین اسلام بود. و همین بازخوردها، انگیزه ما برای ادامه این مسیر دشوار را بیش از پیش کرد.



دختر کشورداد

با توجه به تلاش‌های مستمر صورت گرفته و همچنین کیفیت بالای محتوای ارائه شده و با لطف خدای متعال، در نهایت میزان استقبال از صفحات بین‌المللی به حدی رسید که آمار مشاهده و تعداد دنبال‌کنندگان آن از صفحات مشابه و بومی جامعه‌های هدف نیز گاهی بالاتر رفت. در واقع همان اتفاقی که در ایران افتاده بود، به واسطه امکان فضای مجازی در جامعه‌های هدف خارجی نیز تکرار شد و صفحات بین‌المللی نیز هر کدام به نسبت خود در بالاترین میزان اثرگذاری و بهره‌وری قرار گرفتند. به طوری که امروز و بعد از ۶ سال فعالیت مستمر و بی‌وقفه، تعداد دنبال‌کنندگان صفحات بین‌المللی به بیش از ۵۰۰ هزار نفر رسیده است. ۵۰۰ هزار از ۷ زبان مختلف و پراکنده در سراسر دنیا. بیشتر مخاطبان ما از کشورهای ایالات متحده، انگلیس، هند، پاکستان، عراق، لبنان، بحرین، عربستان، ترکیه و آذربایجان هستند.

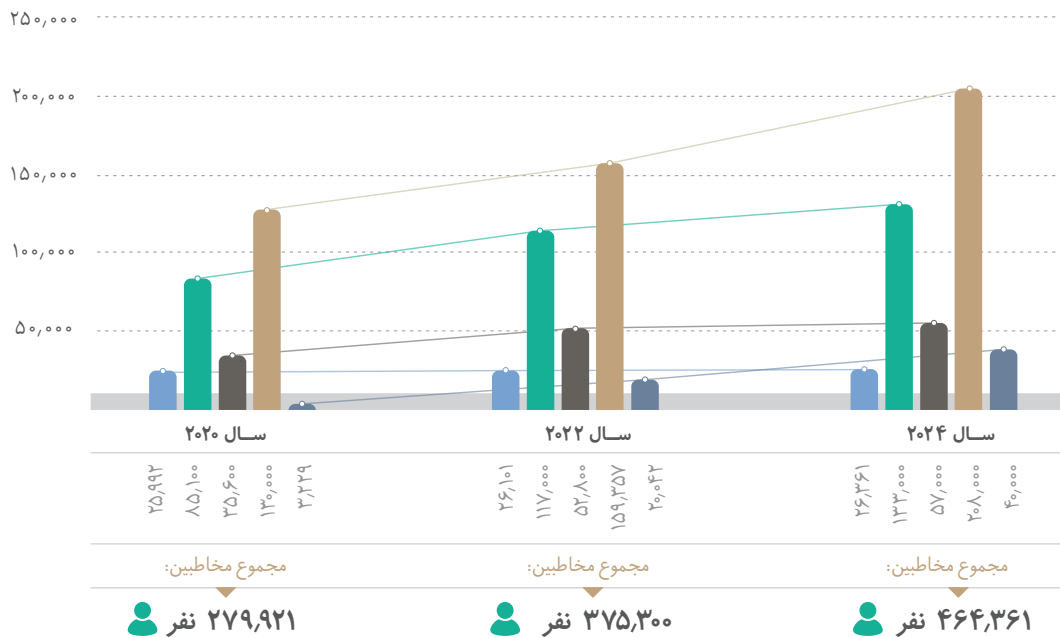
شبکه‌های اجتماعی زبان انگلیسی به روایت آمار



تلگرام	یوتیوب	توییتر	اینستاگرام	فیسبوک	
۳,۴۴۰	۱۷,۴۰۰	۷,۷۲۴	۲۱,۳۰۰	۲۸,۶۶۴	سال ۲۰۲۰
۴,۰۶۷	۲۹,۱۰۰	۱۸,۷۰۰	۳۷,۰۰۰	۴۳,۸۸۹	سال ۲۰۲۲
۸,۲۰۰	۴۰,۱۰۰	۶۰,۰۰۰	۷۷,۰۰۰	۵۸,۰۰۰	سال ۲۰۲۴

گزارشی مختصر از فعالیت‌های بین‌المللی
مؤسسه راه‌بردی تئو سامسیر

شبکه‌های اجتماعی زبان عربی به روایت آمار



تلگرام	یوتیوب	توییتر	اینستاگرام	فیسبوک	
۲۵,۹۹۲	۸۵,۱۰۰	۳۵,۶۰۰	۱۳۰,۰۰۰	۳,۲۲۹	سال ۲۰۲۰
۲۶,۱۰۱	۱۱۷,۰۰۰	۵۲,۸۰۰	۱۵۹,۳۵۷	۲۰,۰۴۲	سال ۲۰۲۲
۲۶,۳۶۱	۱۳۳,۰۰۰	۵۷,۰۰۰	۲۰۸,۰۰۰	۴۰,۰۰۰	سال ۲۰۲۴

نگاهی به رشد تعداد کل مخاطبان شبکه‌های اجتماعی

در سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۴



سال ۲۰۲۰

مجموع مخاطبین:

۳۵۸,۴۴۹ نفر



سال ۲۰۲۲

مجموع مخاطبین:

۵۰۸,۰۵۶ نفر



سال ۲۰۲۴

مجموع مخاطبین:

۷۰۷,۶۶۱ نفر





تعداد کل مخاطبان شبکه‌های اجتماعی در زبان‌های بین الملل

Turkish | ترکی

۲۵ هزار نفر

Azəri | آذری

۲۳ هزار نفر

Español | اسپانیولی

۵ هزار نفر

Français | فرانسوی

۱۰ هزار نفر

English | انگلیسی

۲۴۰ هزار نفر

عربی | العربية

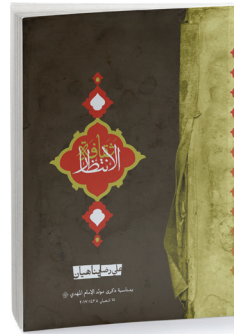
۴۶۰ هزار نفر

اردو | اُردو

۸۰ هزار نفر

تأسیس انتشارات بین‌المللی

با توجه به استقبال فراتر از انتظار مخاطبین جهانی از فعالیت‌های مادر فضای مجازی، و با توجه به احساس نیازی که وجود داشت، فعالیت‌های مؤسسه در حوزه انتشار کتاب نیز به مرور در زبان‌های مختلف آغاز شد و متناسب با نیاز هر جامعه هدف، کتاب‌ها در نوبت ترجمه و چاپ قرار گرفتند تا به وسیله بسترهای جهانی نشر کتاب در اختیار مخاطبین قرار بگیرند. به لطف الهی این فعالیت نیز با استقبال گسترده مخاطبان مواجه شد تا جایی که در یک نمونه هنگام انتشار دومین کتاب ما به زبان انگلیسی، این کتاب در صدر فروش سایت آمازون در بخش موضوع مختص به خود در گستره جهانی قرار گرفت. تا امروز بیش از ۱۰ کتاب به زبان‌های مختلف انگلیسی، عربی، اردو، ترکی و فرانسوی ترجمه و منتشر شده است و کتاب‌های بیشتری نیز در نوبت چاپ قرار دارند. انتشار کتاب‌ها نیز بازخوردهایی حتی بیشتر از مطالب فضای مجازی داشت و مخاطبانی از سراسر دنیا پیدا کرد.

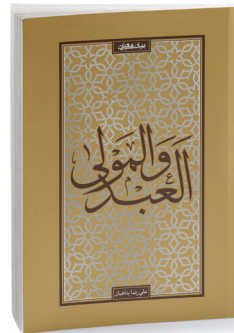


انتظار

عربی
مقدم حیدری
۲۱۶



زبان
مترجم
تعداد صفحه

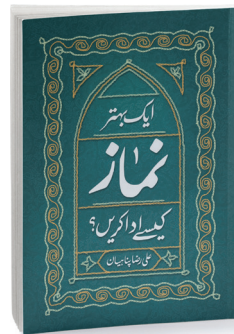


عبد و مولی

عربی
حیدر الحیدری
۲۶۲



زبان
مترجم
تعداد صفحه



چگونه یک نماز خوب بخوانیم؟

اردو
یوشع ظفر حیاتی
۲۴۰



زبان
مترجم
تعداد صفحه

چگونه یک نماز خوب بخوانیم؟

فرانسوی

محمد ابراهیم عباسی

۱۷۲



زبان

مترجم

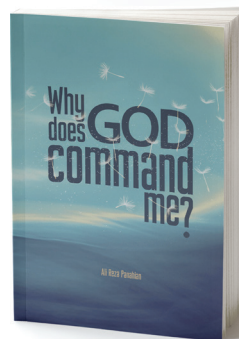
تعداد صفحه

چرا خدا دستور می دهد؟

انگلیسی

هدی شیروانی

۶۴



زبان

مترجم

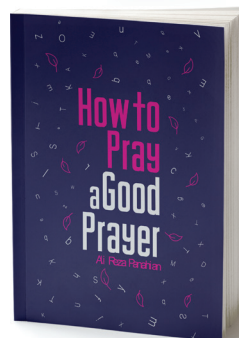
تعداد صفحه

چگونه یک نماز خوب بخوانیم؟

انگلیسی

هدی شیروانی

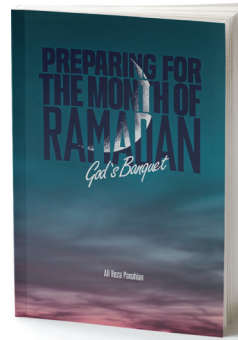
۱۸۴



زبان

مترجم

تعداد صفحه



زبان

مترجم

تعداد صفحه

برای مهمانی خدا آماده شویم

انگلیسی

هدی شیروانی

۶۴



زبان

مترجم

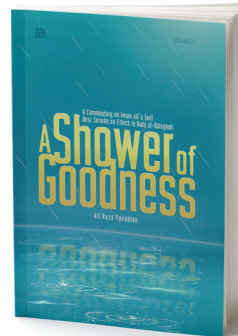
تعداد صفحه

انتظار

فرانسوی

Margaret Devolder

۲۸۸



زبان

مترجم

تعداد صفحه

چگونه یک نماز خوب بخوانیم؟

انگلیسی

هدی شیروانی

۲۱۵

در سایه بار لطف و محبت پیامبر رحمت

ما در مؤسسه راهبردی تنها مسیر مفتخریم که در ادامه مسیر مبارکی که پیامبر عزیزمان آغازگر آن بودند، توانستیم نقشی اندک ایفا کنیم و معارف ناب اسلامی را به مردمانی در سراسر دنیا برسانیم. بی‌تردید، طی این مسیر دشوار و دستیابی به این اهداف، جز با نظر لطف پرودگار و هدایت و محبت پیامبر عزیزمان بود ممکن نبود؛ چراکه یاری‌دهنده و تسهیل‌کننده این مسیر بودند. پس از این نیز برای رسیدن به اهدافی بلندتر و گسترش بیش از پیش معارف ناب اسلامی، چشم امیدمان به هدایت الهی و محبت ائمه اطهار خواهد بود تا همچون گذشته یاری بخش ما در این مسیر باشند.

