

امام خمینی (قدس سره):

فقه، تئوری واقعی و کامل اداره انسان از گهواره تا گور است. (صحیفه نور، جلد ۲۱، ص ۹۸)

نگاهی به نکات ریز و مهارت های کاربردی تئوری نظام هدفمند از دیدگاه حسینی در دهکده جهانی

ارتباطات، اطلاع رسانی، بازاریابی

در دنیای امروز سعی همه بر این است که دهکده ای جهانی به وجود آورند، البته چگونه و چطور؟! این آرزوی تمام انسانهاست و این موضوع را می توان سرآغاز باب خداشناسی دانست. البته اینجانب در این خصوص نه با حروف و نه با اعداد بلکه با فطرت به این مسأله نگاه می کنم که مواردی از جمله محبت، دوستی و دیگر کمالات انسانی است که همگان به این امر توجه خاص دارند، بدون اینکه حتی به فطرت خود توجهی داشته باشند که این ندای ارتباط از کجاست؟! اگر بیشتر دقت کنیم می بینیم که این ارتباط در تمام آفرینش و در تمام مخلوقات خداوند مشاهده می شود، ارتباط با خدا به راحتی تمام این ارتباطات را میسر می سازد. اگر نظری به خود و اطراف خود بیفکنیم خواهیم یافت که مگر نه این است که همه برای همین ارتباط گرد هم جمع شده اند، امر ارتباطات است که انسانها را کنار هم جمع نموده، البته این عبارت مقدس (ارتباطات) اصل نیازهای مادی و معنوی بشری است که امر واضحی است، البته محصولات و خدمات نیز در خصوص رفع نیازهای بشر و بهبود رفاه انسانها به همدیگر مرتبط هستند. حال انسان چگونه می تواند از این الطاف و برکات الهی استفاده بهینه را ببرد؟!

باید تمام عواملی که نیازی را به وجود می آورند را بررسی نمود. در اینجا است که حروف و اعداد نیز ابزار ارتباط می شوند.

ابزاری که به همه چیز نام و کلام، مقدار و اندازه می دهد و مبحث اطلاع رسانی و بازاریابی را باز می کند؛ اطلاع رسانی بر این اساس است که، این نوع محصولات و خدمات را داریم، بازاریابی نیز بر این اساس که چه مقدار از این محصولات و خدمات مورد عرضه و تقاضا است، این دو مبحث لازم و ملزوم یکدیگر هستند که در باب ارتباطات و ارتباط مشاغل با هم مطرح می شوند؛ ارتباطی که هر انسانی و هر شغلی در خصوص رفع نیازهای مادی و معنوی خود با دیگران دارد و نقش اساسی پیدا می کند، در این راستا صداقت، درستی و انسان دوستی فرای همه محصولات و خدمات قرار می گیرند، چرا که این صفات عالی هستند که به حروف و اعداد روح و تعالی می بخشند تا از این محصولات و خدمات استفاده بهینه را داشته باشیم.

مگر در دهکده جهانی حساب و کتاب وجود ندارد که غیر از این تصور کنیم، آری! مدیریت و برنامه ریزیهای صحیح و مدبرانه است که بر خواسته های معقول همه مهر تأیید زده تا این محصولات و خدمات به دست متقاضی خود برسد، این مسیری که در این راستا طی می شود راه ما را در خصوص ارتباطات هموار می نماید. مسیری که روزها، ماهها و سالها طول می کشد، با ارتباطات سازمان یافته جهت اطلاع رسانی و بازاریابی به کمترین زمان ممکن برسد تا از این لحظه، از زمان نیز استفاده بهینه گردیده، در این جاست که مکارم اخلاق حرف اول را در دنیا می زند، اینجاست که معنای حقیقی رقابت (والسابقون السابقون اولئک المقربون) را می بینیم.

به عبارتی تمام انسانها در خیر (برکت) رساندن به یکدیگر از هم پیشی می گیرند. و آن دهکده جهانی (مدینه فاضله) را نه در عالم رویا بلکه در بیداری خواهیم دید، آری! این پیام حقیر است به خود و تمام جهانیان که بیاییم تجدیدنظری در آنچه تاکنون گذشته است داشته باشیم و در اصلاح و آبادانی دنیای کنونی گامی بلند برداریم و شاهد طراوت و شادابی در تمام مخلوقات خداوند باشیم و در این دنیای کوچک همگی برای استفاده بهتر از الطاف و برکات خداوند بهره ای کامل ببریم.

هر چند که نمی توانم بگویم، این کلام آخر حقیر است و حق کلام را آنچنان که باید ادا کرده ام، اما سخن را با یکی از دیدگاههای خود به پایان می رسانم.

تبلیغات؛ یعنی مدیریت سرمایه برای استفاده بهینه از زمان و امکانات هستی جهت دست یافتن به کمالات انسانی در راه رسیدن به خدا.