

ارائه گزارش مصوبات کمیسیون‌های چهارگانه

سیزدهمین اجلاس‌یه سراسری جامعه مدرسین با علمای بلاد

گزارش کمیسیون‌های چهارگانه سیزدهمین اجلاس‌یه سراسری جامعه مدرسین با علمای بلاد، در نوبت صبح اجلاس‌یه در سالن همایش‌های مدرسه علمیه امام کاظم علیه السلام، به‌صورت تصویری تشریح و ارائه شد. به گزارش روابط عمومی جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، گزارش

کمیسیون‌های چهارگانه جامعه مدرسین و علمای بلاد، ۷دی در نوبت صبح این اجلاس‌یه در سالن همایش‌های مدرسه علمیه امام کاظم علیه السلام، به‌صورت تصویری تشریح و ارائه شد.

گفتنی است، خود کمیسیون‌ها ۶دی برگزار شده بودند. کمیسیون

■ کمیسیون آسیب‌شناسی در ابعاد مختلف فرهنگی و تبلیغی کشور



● فقدان پیوست هویتی و فرهنگی در فرایندهای مبتنی بر توسعه.
● (ب) آسیب‌های تبلیغی
● ضعف سواد رسانه‌ای؛
● کم‌توجهی نسبت به تبلیغ چهره به چهره؛
● عدم اختصاص بودجه مناسب برای امر تبلیغ؛
● عدم توجه به استعدادیابی و توانمندسازی مبلغان؛
● عدم تدوین مناسب نظام آموزشی، پژوهشی و تربیت تبلیغ‌محور؛
● عدم حضور علما در استان‌ها و شهرستان‌ها و ماندگاری علما در قم؛

● از دست دادن برخی فرصت‌های تبلیغی مانند مجالس ختم؛
● عدم توجه به بسترهای جدید تبلیغی مثل حوزه گردشگری؛
● کم‌رنگ شدن روضه‌های خانگی و جلسات قرآنی خانوادگی و خانگی؛
● عدم متولی خاص برای امر مسجد که زمینه دخالت‌های بی‌اثر در امر مسجد را به دنبال دارد؛
● بی‌توجهی به ایجاد منابع مالی برای امر تبلیغ؛
● عدم نظارت بر مبلغین از منظر آسیب مبلغ و همچنین تشویق مبلغ.

■ کمیسیون اقتضائات و تحولات جامعه و بین‌الملل در امر تبلیغ

● شکل‌گیری دنیای چندقطبی و ظهور قدرت‌های جدید سیاسی به‌ویژه اقل‌تمدن غرب، آمریکا و قدرت دنیای اسلام، افزایش رقابت‌های راهبردی در عرصه‌های جدید علمی، فناوری، سرمایه‌ای و تجاری؛
● رشد مهاجرت و جابه‌جایی‌های جمعیتی در سطح منطقه‌ای و بین‌الملل؛
● انقلاب‌های جدید فناوری و صنعتی، فناوری رباتیک، اینترنت اشیا، ارتقای هوش مصنوعی و کاهش سهم انسان در مناسبات؛
● توسعه جنگ فرهنگی و تضعیف خرده‌فرهنگ‌ها؛
● گسترش آموزش‌های کوتاه‌مدت و مهارتی در سیستم آموزشی جهان به‌جای برنامه‌های بلندمدت سابق؛
● گسترش رسانه‌های جمعی و فضای مجازی؛
● شناخت جنگ ترکیبی دشمن و آرایش تبلیغ تهاجمی علیه آن؛
● عدم غفلت از موفقیت‌های بزرگ تبلیغی و آسیب‌شناسی کامل فعالیت‌های گذشته؛
● بررسی جایگاه تبیین و تبلیغ دین و ارتباط و اثرگذاری آن در دین‌داری جامعه.

● فرصت‌ها
● عملیات پرافتخار طوفان‌الاقصی و بی‌آبرویی دموکراسی در غرب؛
● بازگشت بشر به معنویت، منجی‌گرایی، رشد رویکردهای ادیانی؛
● کاهش اعتماد به علم، تکنولوژی، مکاتب بشری، علوم انسانی اجتماعی و تمدن مادی؛
● تبدیل فرهنگ غنی مقاومت به نمادسازی و الگو‌سازی پسندیده، مبتنی بر باورهای اسلامی در داخل و خارج از کشور خصوصاً برای قشر نوجوان و جوان؛
● ناکارآمدی نظام سکولار و ایجاد موج بیداری وجدان‌ها در بدنه عمومی و نخبگانی کشورهای غربی؛
● موج جدید علاقه‌مندی جهانیان برای آشنایی با قرآن کریم؛
● پابندی کلان جامعه به اصول و ارزش‌های اسلامی انقلابی؛
● اعتماد به تأثیر سیاست‌های کلان نظام جمهوری اسلامی ایران در سطح جامعه و بین‌الملل؛
● حضور چشم‌گیر مردم در مراسم‌های مهم که جنبه‌های داخلی و خارجی دارد خصوصاً حمایت از ملت غره؛
● اتکاء به منابع قرآن و اهل بیت علیهم‌السلام؛
● حمایت نظام جمهوری اسلامی از مکتب تشیع و ترویج جهان‌بینی توحیدی.

«اقتضائات و تحولات جامعه و بین‌الملل در امر تبلیغ» به ریاست آیت‌الله عباس کعبی و دبیری حجت‌الاسلام والمسلمین نبوی برگزار شد و حجت‌الاسلام محمدحیی شریف‌طبع منشی آن بود. کمیسیون «تولید محتوا، شیوه‌ها و ابزارهای تبلیغی» به ریاست آیت‌الله سیدمحمد غروی و دبیری حجت‌الاسلام والمسلمین عسگر دیرباز برگزار شد و حجت‌الاسلام حمزه قربانی منشی آن بود. کمیسیون «آسیب‌شناسی در ابعاد مختلف فرهنگی و تبلیغی کشور» به ریاست آیت‌الله محمود رجبی و دبیری حجت‌الاسلام والمسلمین ملکی برگزار شد و حجت‌الاسلام رهبری منشی این کمیسیون بود. کمیسیون «انتخابات (فرصت‌ها، تهدیدها و راهکارهای مشارکت حداکثری مردم)» به ریاست حجت‌الاسلام والمسلمین محمودرضا جمشیدی و دبیری حجت‌الاسلام والمسلمین روستازاد برگزار شد و حجت‌الاسلام خیرالله صالحی منشی آن بود.

● (ج) راهکارها
● ایجاد مرکز جامع تبلیغی در کشور؛
● پیگیری اجرایی شدن سند تحول در آموزش و پرورش؛
● تشکیل ستاد بحران نسبت به موضوع مهم رسانه و فضای مجازی؛
● تمرکز نهادهای تبلیغی بر تبلیغ و پرهیز از کارهای حاشیه‌ای؛
● توسعه امرتبلیغ در بین همه اقشار؛
● فعال‌تر شدن مساجد کشور در ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی و سیاسی؛
● تقویت و نظارت بهتر بر هیئات و مراکز فرهنگی مذهبی؛
● شبکه‌سازی فعالیت‌های فرهنگی کشور و جلوگیری از موازی کاری؛
● نگاه اولوینی به مقوله فرهنگ در بین قانون‌گذاران و مجریان؛
● لزوم پیوست فرهنگی در کلیه برنامه‌ها؛
● لزوم رعایت تخصص در انتصابات و مناصب فرهنگی؛
● ترویج شاخص‌های فرهنگی دینی جامعه؛
● تقویت فرهنگ جهاد، ایثار، اتفاق، نظم، کار و تلاش، مصرف، قناعت، حجاب و عفاف و غیره؛
● معرفی الگوهای موفق در ابعاد فرهنگی خانواده؛
● احیا و تقویت فرهنگ مسجدمحوری؛
● پشتیبانی سازمانی از تبلیغ و مبلغ؛
● پیش‌بینی ضمانت‌های اجرایی و پیگیری آن‌ها؛

● توجه به کمیت و تنوع محصولات فرهنگی؛
● آموزش و تربیت مبلغ متخصص بر اساس نیازها و ضرورت‌ها؛
● تقویت ارتباط حوزه با مسجد و مدرسه و خانواده؛
● تقویت ارتباط صمیمی روحانیت با مردم؛
● رصد میدانی شبهات و ارائه پاسخ مناسب بر اساس نیاز مخاطب؛
● توجه ویژه به تولید محتوای مناسب در فضای مجازی؛
● توجه به نقش حوزه در زنجیره سیاست‌گذاری‌ها و ارتباطات دستگاه‌های فرهنگی؛
● توجه به نحوه فعالیت صداوسیما؛
● استفاده از شبکه روحانیت در محلات و شهرها و استان‌ها و آسیب‌شناسی حضور روحانیت در دیگر نهادها؛
● تأکید بر تهیه و تقویت محتوهای فرهنگی منسجم و به‌هنگام و شبکه توزیع محصولات فرهنگی؛
● تأکید بر تربیت نیروهای مهذب، فاضل و کارآمد؛
● تأکید بر تأسیس مرکز سنجش و پذیرش به‌طور مستمر و در طول سال؛
● توجه و تأکید بر تهیه بازی‌های رایانه‌ای سالم؛
● محوریت‌بخشی در امرتبلیغ به فرمایشات مقام معظم رهبری؛
● تأکید بر مردم‌داری مبلغان و مخاطب‌شناسی.

– بهره‌گیری از هوش مصنوعی در تبلیغ بین‌الملل و طراحی سامانه پاسخگویی هوشمند به سؤالات و شبهات دینی بین‌المللی؛
● آموزش زبان‌ها و مهارت‌های بین‌المللی به نخبگان و اساتید سطوح عالی حوزه؛
● محوریت پیدا کردن حوزه‌های علمیه در تبلیغ بین‌الملل و اعزام مبلغ به‌صورت کوتاه‌مدت و بلندمدت؛
● بین‌المللی؛
● لزوم همکاری حوزه علمیه، با صداوسیما برای پوشش محتوایی معارف اسلامی در قالب‌های متنوع، نظیر فیلم‌سازی و ...؛
● نگاه ویژه در تبلیغ به بعضی از کشورهای خاص که ظرفیت‌های تبلیغی و فرهنگی ویژه‌ای دارند؛ نظیر کشورهای شمال آفریقا؛
● تشکیل کارگروه ویژه نسبت به مهدویت و منجی‌گرایی، هم‌گرایی نهادهای مهدوی برای برنامه‌ریزی جهانی؛
● حضور نماینده‌ای از حوزه علمیه در شورای عالی فضای مجازی و تأثیر در تصمیم‌گیری‌های کلان؛
● شناسایی جریان‌های طرفدار نظام اسلامی و استفاده از ظرفیت‌های آنان در تبلیغ؛
● گسترش خدمات اجتماعی در رویکردهای تبلیغی جهت تأثیرگذاری بیشتر؛
● اولویت حوزه علمیه در تبلیغ، به سمت هدایت و راهبری مسئله تبلیغ باشد تا اعزام مبلغ؛
● برنامه‌ریزی برای ارزیابی و استعدادیابی مبلغین برای بهره‌بری بیشتر از آنان؛
● هدف‌گذاری تبلیغ و ارائه سیاست‌های کلان تبلیغی؛
● به‌روزرسانی شیوه‌های تبلیغی و استفاده حداکثری از امکانات و ابزارها (در روش‌های تبلیغ سنتی و نوین)؛
● ضرورت در اولویت قرار گرفتن تهذیب نفس و کار جهادی در امر تبلیغ؛
● تأسیس نمایندگی ولی‌فقیه در آموزش و پرورش؛
● انتخاب مدیران کارآمد و جهادی و پشتیبانی صحیح از آنان؛
● ارتباط مؤثر با نهادهای فعال در عرصه تبلیغ بین‌الملل؛
● برنامه‌ریزی جهت تربیت مبلغ جامع برای خارج از کشور؛
● تقویت انگیزه‌های تبلیغی در طلاب جوان در ابعاد مختلف؛
● تأکید بر استفاده از قالب هنر در امر ترویج دین خصوصاً در فضای بین‌الملل؛
● ترویج عقلانیت و معنویت، عزت و آزادگی، رحمت و رأفت انسانی در جامعه بین‌الملل.

■ کمیسیون انتخابات (فرصت‌ها، تهدیدها و راهکارهای مشارکت حداکثری مردم)

● (ب) راهکارها
● شناسایی راهکارهای ایجاد انگیزه لازم در بین مردم برای شرکت حداکثری در انتخابات؛
● تبیین هوشمندانه از حساسیت جایگاه مجلس خیرگان و مجلس شورای اسلامی؛
● شناسایی شبهات انتخاباتی و پاسخگویی سریع و به‌هنگام؛
● ساماندهی و شبکه‌سازی از نیروهای توانمند جهت کنشگری در انتخابات؛
● توجه به ظرفیت‌های تشکیلاتی و سازمانی روحانیت در عین توجه و استفاده از ظرفیت‌های فردی؛
● ایجاد یک فراگاہ انتخاباتاتی حوزوی در قم و حسب

● تبلیغات سوء دشمنان و شبهه‌پراکنی مستمر، متنوع و گسترده با انواع ابزارها و شیوه‌های تبلیغاتی؛
● بزرگ‌نمایی برخی از تخلفات و مفاسد در دستگاه‌ها و عدم اطلاع‌رسانی به‌موقع و صحیح در خصوص آن‌ها؛
● عدم اطلاع‌رسانی به‌موقع، شفاف و مناسب از اقدامات فسادستیز و اعمال مجازات‌های صورت‌گرفته توسط دستگاه قضایی؛
● عدم اطلاع‌رسانی مناسب و گسترده از اقدامات و خدمات دستگاه‌های مختلف کشور؛
● وضعیت معیشتی مردم و تبلیغات گسترده دشمن؛
● عدم پاسخگویی به‌موقع و متناسب به شبهات با توجه به گستره آن‌ها.

■ کمیسیون تولید محتوا شیوه‌ها و ابزارهای تبلیغی



● (۱) محور تولید محتوا
● پژوهش محوری و اندیشه‌سازی در تولید محتوا؛
● تدوین چشم‌انداز محتواهای تبلیغی؛
● اولویت‌سنجی در موضوعات تبلیغی؛
● مدیریت و روزآمد کردن موضوعات و محتواها با توجه به ذائقه و ادبیات روز جامعه؛
● محوریت قرآن و عترت علیهم‌السلام در تأمین محتواهای فرهنگی و دینی؛
● استفاده از روش‌های جدید و نوآوری‌ها در تولید محتوا؛
● تولید محتواهای توصیفی در قالب‌های هنری با ابزار جدید و ملاحظه ضرورت‌ها و مقتضیات؛
● تأمین محتوا جهت مقابله با بیان‌های فاسد غرب؛
● غنی‌سازی فضای مجازی به‌لحاظ محتوا در زمینه‌هایی مانند بازی‌های رایانه‌ای؛
● رصد دقیق محورهای محتوایی که در تعارض با تفکر و فرهنگ اسلامی و انقلابی است؛
● به‌روزرسانی محتواهای پاسخگویی به سؤالات جوانان از طرف نهادهای مسئول در حوزه و دانشگاه‌ها؛
● استفاده از محتواهای تبلیغی موفق در تولید محتوا؛
● اولویت دادن به تهیه محتواهای زیربنایی؛
● ترویج فعالیت‌ها و طرح‌های معطوف به تولید محتوا توسط مراکز حوزوی؛
● توجه اساسی به ویژگی‌های زمانه و مخاطب و تنظیم محتوا بر اساس مدیریت نیازهای واقعی که در مسیر تعالی و فطرت الهی جامعه است؛
● تأمین محتوا برای مخاطب و مبلغ به‌صورت مستقل.

● (۲) شیوه‌های تبلیغ
● بررسی و تبیین روش‌های نوین تبلیغی؛
● توجه به سلیقه‌های متفاوت و اتخاذ روش متناسب با سلاقی؛
● توجه به محبت و مهرورزی در امور تبلیغی و تکریم آحاد جامعه؛
● اهتمام جدی به پدیده هجرت تبلیغی در فضا‌های متناسب؛
● اهتمام جدی به امر هنر در امر تبلیغ؛
● استفاده از تجارب موفق شیوه‌های تبلیغی؛
● شادمانی و اندوه متناسب در مناسبت‌های مرتبط؛
● غفلت نکردن از شیوه‌های سنتی چهره به چهره در تبلیغ؛
● استفاده از حکمت و گفت‌وگوی احسن و موعظه متناسب.
● (۳) ابزارهای تبلیغی
● استفاده از ابزارهای جدید رسانه‌ها و بازی‌ها و هوش مصنوعی؛
● مجهز شدن مبلغین به زبان دوم و سوم در امر تبلیغ؛
● استفاده از رسانه ملی متناسب با فضای تبلیغی روز؛
● راه‌اندازی شبکه تلویزیونی تبلیغ برون مرزی و ملی؛
● استفاده از فضای هیئت‌های مذهبی در امر تبلیغ دین؛
● اعزام روحانیون مستعد برای تبلیغ به مراکز تبلیغی مهم ادیان دیگر و آشنایی با شیوه‌های تبلیغی آنان.
● (۴) پیشنهادها و راهکارها
● تدوین و ارائه محورهای تبلیغی متناسب با سلاقی مختلف؛
● استفاده از محتواهای تبلیغی در قالب‌های رسانه‌ای و مکتوب؛
● استفاده از محتوای غنی و اصیل دینی در تولید داستان، رمان، شعر، نقاشی و پویانمایی متناسب با نیاز مخاطبان؛
● ترویج معنویت با تهیه فیلم، مستند و مجموعه‌های متناسب تلویزیونی؛
● تقویت مهارت‌های تبلیغی طلاب و فضلا با تدوین برنامه‌های مستمر و متنوع؛
● توسعه کمی و کیفی مراکز تخصصی تبلیغ؛
● توجه به شیوه‌ها و محتواهای اختصاصی برای اقشار مختلف به‌ویژه نسل جوان.



اقتضاء در مراکز استانی؛
● تبیین اقدامات و خدمات صورت‌گرفته توسط دولت و امیدآفرینی در بین مردم نسبت به آینده؛
● توصیه اکید به دستگاه‌های اجرایی مبنی بر برخورداری از هرگونه اقدام منتهی به تضییع معیشت مردم؛
● دانش افزایی و مهارت افزایی مبلغان و روحانیون فعال در عرصه تبلیغ؛
● حرکت جهشی و اقدام جهادی در تولید محتواهای مناسب برای فضای مجازی و انتشار آن‌ها؛
● توجه به ظرفیت‌های اصناف و اقشار مختلف و تعامل هوشمندانه مبلغان با آن‌ها در راستای مشارکت حداکثری؛
● استفاده از ظرفیت روحانیون شاغل در سازمان‌ها؛
● حضور گسترده و جهادی روحانیون به‌ویژه مبلغان در مناطق مختلف و استفاده از همه فرصت‌ها و ابزارهای تبلیغی.