

## اقدامات تحولی

## برای تبدیل تبلیغ

## به‌عنوان اولویت‌اول

گفت‌وگو با معاون تبلیغ حوزه‌های علمیه

معاون تبلیغ و امور فرهنگی حوزه‌های علمیه گفت: بعد از دیدار با مقام معظم رهبری براساس تأکیدات مدیر حوزه‌های علمیه تمام ارکان حوزه برای تحقق فرمان رهبر معظم انقلاب مبنی بر تبدیل تبلیغ به اولویت اول، بسیج شده و پس از تبادل نظر با حدود ۶۰۰ استاد و پژوهشگر فعال تبلیغی و دینی، اقدامات اساسی و تحولی کلید خورده است. حجت‌الاسلام والمسلمین حسین ملانوری، معاون تبلیغ و امور فرهنگی حوزه‌های علمیه کشور، در گفت‌وگو با خبرنگاری حوزه آخرین برنامه‌های تحولی عرصه تبلیغ در لایه‌های مختلف حوزه‌های علمیه را تبیین کرد که مشروح آن را در ادامه می‌خوانید.

«**به‌عنوان اولین سؤال بفرمایید ماهیت تبلیغ چیست و چه اهمیتی دارد و چرا باید اولویت‌اول باشد؟**»

● تبلیغ دین به‌معنای رساندن صادقانه، صمیمانه، مسئولانه و امانت‌دارانه پیام دین الهی به گوش و دل‌های مردم به‌گونه‌ای که در قلب آنها رسوخ کرده و جای هیچ تردید و شکی باقی نگذارد و به هویت مستمع تبدیل شود، از وظایف عالمان دین در هر عصر و زمانی است.

تبلیغ، محوری‌ترین ابزار تحقق اهداف دین و وظیفه اصلی پیامبران الهی و وارثان پیامبران است و سیره علمای گذشته نیز، بر آن تعلق گرفته است و در زمان حاضر به‌دلیل اقتضائات عصری یعنی تحقق حاکمیت سیاسی اسلام و تشدید دشمنی‌های نرم و سخت علیه اسلام، نظام اسلامی و تدین مسلمان، تطورات خیره‌کننده علمی، روش‌ها و ابزارهای تبلیغی، گسترش مخاطبان تبلیغ در داخل و خارج کشور و مشتاقان معارف الهی و توسعه ظرفیت‌ها و زمینه‌های تبلیغی و فرصت‌های بی‌شمار تبلیغی بعد از انقلاب اسلامی، اولویت اول حوزه‌های علمیه است.

امروز جبهه کفر نسبتاً منسجم، هوشمند و آگاه نسبت به نیازهای خود و دارای نقشه راه برای مقابله با جبهه اسلام و مجهز به روش‌ها و ابزارهای پیشرفته و علمی جنگ ترکیبی و شناختی و القای پیام‌های فریبنده و کاذب و دارای امکانات وسیع مالی و سخت‌افزاری است.

حوزه‌های علمیه باید با سازماندهی، شبکه‌سازی، مدیریت و راهبری ظرفیت‌های پژوهشی، آموزش، تربیتی و تبلیغی خود، جبهه‌ای واحد، منسجم، هوشمند، آینده‌نگر و دشمن‌شناس را تشکیل دهند که مجهز به پیشرفته‌ترین و علمی‌ترین سامانه رصد، نیازسنجی و آینده‌پژوهی است و دارای سامانه هماهنگ و کامل پژوهش و تولید محتوای مورد نیاز، تولید روش‌ها و ابزارهای پیشرفته علمی و کارآمد ابلاغ پیام و تربیت مبلغان متخصص در محتوای تولیدشده و مسلط به کاربست روش‌ها و ابزارهای ابلاغ پیام است. جبهه‌ای که پاسخگوی همه عرصه‌های مورد نیاز جامعه و نظام اسلامی برای همه گروه‌های مخاطبان است و افزون بر این جبهه، دشمن را همواره رصد و به آن حمله و تهاجم نظری و شناختی می‌کند.

«**غفلت از حوزه تبلیغ چه آسیب‌هایی دارد؟**»

● امروز دغدغه اول حوزویان عالم شدن و طی نمودن مراتب علمی از پایه یک قم است. اولویت اول شناخت نیازهای جامعه، نظام و تولید محتوای عمیق و غریق اسلامی و ابلاغ آن به قلب‌های مخاطبان متعدد و متنوع با شیوه‌ها و ابزارهای نوین و پیشرفته علمی نیست. اگر امروز حوزه‌های علمیه نسبت به اهمیت تبلیغ دین غفلت کنند، موجبات اثرگذاری تهاجم فرهنگی، رواج اندیشه‌های معشوش و ناسالم، تسلط فرهنگی و تسخیر ملت فراهم می‌شود و در یک کلمه، جامعه دچار استحاله فرهنگی و قبح‌زدایی از کناهان بزرگ و هضم شدن در فرهنگ جبهه مقابل خود یعنی جهان کفر خواهیم شد که رفغ آن بسیار مشکل است.

«**برای جبران این کاستی چه باید کرد؟**»

● راه جبران تشکیل کانون‌های عظیم تبلیغ دین در همه استان‌ها با شروع از قم است. مقصود از کانون عظیم تبلیغی، مرکز و ستادی است که همه نظامات حوزه را به غایت تبلیغ دین به‌معنای پیش‌گفته بازبینی و اصلاح کند و با ساماندهی و مدیریت و راهبری همه مراکز پژوهشی، آموزشی، تبلیغی و فرهنگی دینی وابسته و غیروابسته، رسمی و جهادی، جبهه واحد، منسجم، کارآمد و روزآمدی را برای تشخیص نیاز، تولید محتوا، تولید روش‌ها و ابزارهای نوین ابلاغ پیام دین و تربیت مبلغ متخصص و کارآمد برای تبلیغ دین، تشکیل دهد.

«**پس از دیدار مبلغان با حضرت آقا، برای تحقق مطالبات معظم‌له چه راهبردهایی را طراحی کردید؟**»

● عمل کردن به دستور ایشان، لازمه‌اش تحول اساسی و ریشه‌ای در کل حوزه‌های علمیه در ابعاد مختلف است. البته این تحول در کوتاه مدت اتفاق نمی‌افتد؛ لذا برنامه‌هایی را می‌شود در راستای تحول برای تکمیل و توسعه فعالیت‌های موجود و احیاناً تغییر برخی فعالیت‌ها تمهید کرد.

**اقدامات مهم مدیر حوزه‌های علمیه بعد از بیانات رهبر معظم انقلاب**
بعد از بیانات گهربار مقام معظم رهبری، باید بگویم اولاً این بحث مورد اهتمام شورای معاونان مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه قرار گرفت و مدیر محترم حوزه‌های علمیه نیز، با توجه به اهمیت فرمایشات رهبر معظم انقلاب در مورد تبلیغ و تبیین صحبت‌های معظم‌له، تلاش داشتند تا همه معاونان به یک فهم مشترک در مسیر تبلیغ برسند. بعد از آن شورای تبیین فرمایشات رهبری معظم در حوزه شکل گرفت تا آن فهم مشترک، در حوزه علمیه شکل بگیرد و در همین راستا کمیته پیگیری منویات رهبر معظم انقلاب شکل گرفت و از آن زمان تاکنون، جلساتی برگزار و مصوبات شورای معاونان، دستورات مدیر حوزه و ایده‌هایی را که مطرح شده، پیگیری می‌کنند تا به مرحله عملیاتی برسند.

به دستور مدیر حوزه‌های علمیه، مجموعه‌های مختلف حوزه مأمور شدند که جلساتی را با نخبگان حوزه یعنی با اساتید، پژوهشگران و فعالان برتر عرصه تبلیغ در عرصه‌های مختلف تشکل دهند و هرچه ایده و طرح ذیل فرمایشات مقام معظم رهبری در کل حوزه علمیه وجود دارد، شنیده شود. ایشان معتقد هستند، اگر قرار باشد، ما یک طرح کلان طراحی کنیم و تحول حوزه به سمت تبلیغ دین حرکت کند و تبلیغ به اولویت اول در حوزه تبدیل شود، می‌بایست تمام ایده‌ها، طرح‌ها و نظرها از ارکان و ابعاد حوزه شنیده و استفاده شود؛ لذا از آنجا که معاونت تبلیغ حوزه محور این کار بود، ۱۱جلسه برگزار شد و ما حدود



۶۰۰ استاد و پژوهشگر فعال تبلیغی و دینی را در این جلسات دعوت و تبادل نظر کرده‌ام.

محصول این جلسات ۵۰۰ نکته در امر تبلیغ بود که با هم ادغام و بحث شد و در نهایت به ۸۰ عنوان طرح در ذیل فرمایشات مقام معظم رهبری تبدیل شد.

**رویدادهای تبلیغی سایر معاونت‌های حوزه و دستگاه‌های حوزوی**

در همین راستا معاونت پژوهش حوزه در خصوص پیوست تبلیغی فعالیت‌های خود و اقدام برای یک تحول اساسی، بیش از هشت جلسه علمی را با حضور اساتید و نخبگان پژوهشگر برگزار کرد تا از خروجی علمی و دانشی آن، در پیوست تبلیغی خود استفاده کنند.

اقدام دیگری که آیت‌الله اعرافی مدیر حوزه‌های علمیه تأکید و پیگیری کردند، این بود که تمام معاونت‌های حوزه، پیوست‌های تبلیغی خود را تهیه کنند که خوشبختانه معاونت‌ها اعم از پژوهش، تهذیب و آموزش بسته‌های تبلیغی متناظر با رسالت معاونت مربوطه را ارائه کردند که بحمدالله در مجموعه‌ای ازشمند گردآوری شد.

**سه طرح برگزیده تبلیغی نهادهای حوزوی**

سپس هماهنگی‌هایی با سازمان‌ها و نهادها در ذیل فرمایشات مقام معظم رهبری صورت گرفت و جلسات شورای هماهنگی نهادهای حوزوی با موضوع فرمایشات رهبر معظم انقلاب شکل گرفت و مقرر گردید، همه نهادهای عضو شورای عالی نهادهای حوزوی؛ یعنی سازمان تبلیغات، دفتر تبلیغات، مرکز خدمات، جامعه‌المصطفی <sup>علیه‌السلام</sup>، جامعه الزهراء <sup>علیه‌السلام</sup> و حوزه علمیه خوارهران طرح‌های خود را ارائه کنند.

سه جلسه با شورای دبیران و شورای نهادهای عالی حوزوی تشکیل شده و در آنجا طرح‌ها و ایده‌هایی که بخش‌های مختلف ذیل فرمایشات رهبری معظم آورده بودند، مورد بررسی قرار گرفت. برای اینکه ما با هماهنگی کارها را انجام دهیم، غیر از اینکه هر سازمان و نهادی تکالیف خود را انجام می‌دهد، سه طرح در قالب طرح‌های کوتاه‌مدت تا پایان سال جاری به‌عنوان طرح تعاملی با سایر نهادهای حوزوی انتخاب شد و عملیات آن کلید خورد.

«**طرح شبکه‌سازی نهادهای کشور**» که از سوی معاونت تبلیغ حوزه مطرح شده بود، مورد تأیید و هم‌افزایی قرار گرفت. این طرح عمیق و دارای ریشه‌ای وسیع بوده و می‌تواند در ایجاد کانون‌های تبلیغ در کشور و هماهنگی و انسجام مبلغان کمک بسزایی داشته باشد. این طرح توسط معاونت تبلیغ طراحی شده و مورد توافق گرفت تا با محوریت حوزه و نهادهای حوزوی اجرا شود.

دومین طرح تأییدشده طرح ایجاد نمایشگاه تبلیغ است که در سازمان تبلیغات اسلامی طراحی و قرار شد، با محوریت سازمان و همکاری نهادهای حوزوی تا پایان سال برپا گردد و طرح سوم، طرح تجربه‌نگاری تبلیغ بود که مقرر گردید، با محوریت دفتر تبلیغات اسلامی و همکاری سایر نهادهای سازمان‌های حوزوی اجرا شود.

این سه طرح به‌عنوان سه طرح اولیه و با اقدام هماهنگ قرار است توسط سازمان‌ها و نهادهای حوزوی با یکدیگر اجرایی شود.

«**آیا خروجی فعالیت‌های تبلیغی بعد از منویات حضرت آقا تنها موارد فوق‌الذکر بود؟**»

خیر. ما هنوز وارد مباحث و برنامه‌های انجام‌شده دیگر نشده‌ایم که در این خصوص باید بگویم، بعد از شنیدن صحبت‌های مدیران و معاونت‌های مختلف حوزه می‌بایست، یک طرح کلانی را برای تحول در امر تبلیغ حوزه‌های علمیه، با محوریت سخنرانی تیرماه مقام معظم رهبری در حوزه تبلیغ طراحی کنیم؛ لذا کمیته طراحی شکل گرفت و ایده، طرح‌ها و پیوست‌های تبلیغی تجميع و یک طرح کلان اجرایی شد و کمینه در حال نهایی‌سازی بوده که بیش از ۹۰ درصد آن نهایی و مابقی نیز تا پایان ماه نهایی خواهد شد.

«**در خصوص برنامه‌های کوتاه‌مدت معاونت تبلیغ چه تدابیری اندیشیده‌اید؟**»

بله با توجه به اینکه طرح‌ها و برنامه‌های امر تبلیغ را نمی‌توان یک‌شبه به سر منزل مقصود رساند، در این میان طرح‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت راترسیم و خروجی‌هایی را تدوین کرده‌ایم که در ذیل به آن اشاره می‌کنم:

«**طرح تبلیغ مکتوب**»: تولید آثار تبلیغی مکتوب در قالب‌های مختلف



با استفاده از ظرفیت نویسندگان برتر حوزوی با اولویت موضوعات مورد نیاز جامعه؛

«**تولید فیلم کوتاه سینمایی**»، در موضوعات دینی و اولویت‌دار جامعه با استفاده از ظرفیت فیلمسازان برتر حوزوی.

«**طرح میزهای راهنمایی اعتقادی**»: میزهای راهنمایی اعتقادی به دو صورت ثابت و سیار برای کمک و راهنمایی به افراد در معرض آسیب و آسیب‌دیده از فعالیت‌های ادیان، مذاهب، فرق و جریان‌های انحرافی اعتقادی طراحی شده است.

«**طرح اطلس تبلیغ**»: یکی از مهمترین لوازم برنامه‌ریزی و اجرای درست تبلیغ، داشتن اطلاعات صحیح و آگاهی از وضعیت فرهنگی، تبلیغی، جغرافیایی، جمعیتی، آموزشی، پژوهشی، اقتصادی و سیاسی جامعه است. برنامه اطلس فرهنگی و تبلیغی، در کسوت یک سامانه جامع که بتواند، علاوه بر دسته‌بندی داده‌ها، امکان دسترسی آسان به اطلاعات و تجزیه و تحلیل آنها را فراهم کند، پیاده خواهد شد.

«**طرح فعال‌سازی حلقه‌های میانی**»: ساماندهی و به‌کارگیری حلقه‌های میانی تبلیغی؛ اعم از مدیران، معلمان، دانشگاهیان و دیگر فعالان فرهنگی، برای ایجاد شبکه گسترده و موج‌آفرین فرهنگی، تبلیغی در سطح کشور.

«**طرح جامع تبلیغ مجازی**»: راه‌اندازی ۴۳ مرکز تبلیغ مجازی در سراسر کشور و جذب و پذیرش ۲۲۰۰ مبلغ متخصص مجازی؛ «**طرح تربیت خطیب**»، از میان طلاب با استعداد؛

«**طرح حمایت از مبلغان فعال در عرصه بازی‌های رایانه‌ای با مفاهیم اسلامی**»، با موضوعات تبلیغی و اولویت‌دار جامعه؛ «**تجربه‌نگاری تبلیغ**»، برای بهره‌گری در تبلیغات دینیچ؛

«**طرح جامعه مبلغان کشور**»: ایجاد شبکه‌ای منسجم از مبلغان در رده‌های شهرستانی، استانی، ملی و بین‌المللی به‌منظور نیازسنجی، مسئله‌یابی، اولویت‌بندی موضوعات تبلیغی، آینده‌پژوهی و رصد تحرکات دشمن از طریق تبادل افکار، تجارب و دستاوردهای تبلیغی برای ایجاد وحدت رویه قابل قبول در عرصه‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و...»

«**در حال حاضر از بین برنامه و طرح‌های متعدد تدوین و برنامه‌ریزی شده، امروز شاهد اجرایی شدن ۱۰ طرح طلایی تبلیغی و فرهنگی در بدنه حوزه‌های علمیه و به‌تبع آن در سطح جامعه هستیم. بفرمایید چه اهداف و نگاهی را از این هم‌افزایی نظامات حوزوی در امر تبلیغ و پای کار آمدن سایر دستگاه‌ها دنبال می‌کنید؟**»

طرح تحولی جدید، به‌صورت منسجم‌تر و همکاری و حمایت‌های سایر معاونت‌ها و دستگاه‌های حوزوی در حال پیاده‌سازی شدن است.

**اهداف اصلی:**

– بازبینی، اصلاح و ایجاد تحول در همه نظامات آموزشی، پژوهشی، تبلیغی و تهذیبی حوزه‌های علمیه به‌غایت تبلیغ دین و ایجاد ارتباط وثیق بین تبلیغ به‌معنای خاص با نظام‌های مذکور؛

– ایجاد جبهه‌ای واحد، منسجم، هوشمند، قوی، کارآمد، آینده‌نگر و دشمن‌شناس؛ برای مقابله دفاعی و تهاجمی با دشمن و تبلیغ معارف الهی در سطح ملی و بین‌المللی، به‌منظور ایجاد زمینه اقامه دین و ساخت تمدن نوین اسلامی.

**اهداف فرعی:**

– ساماندهی، شبکه‌سازی، مدیریت و راهبری همه نهادهای فرهنگی تبلیغی و ظرفیت‌های پژوهشی، آموزشی، تبلیغی و فرهنگی دینی وابسته و غیروابسته، رسمی و جهادی در راستای انجام رسالت تبلیغ دین؛

– رصد، نیازسنجی و آینده‌پژوهی به‌منظور برنامه‌ریزی صحیح برای تولید محتوا، روش‌ها و ابزارهای پیشرفته، علمی و کارآمد ابلاغ پیام و تربیت مبلغین متخصص و مسلط به کاربست روش‌ها و ابزارهای ابلاغ پیام؛

– تولید محتوا، روش‌ها و ابزارهای نوین ابلاغ پیام دین و تربیت مبلغ متخصص و کارآمد برای تبلیغ دین، جهت تقویت باورهای دینی و پاسخگویی به نیازهای جامعه و نظام؛

– افزایش کمی تبلیغ با فعال‌سازی همه طلاب و فضایی حوزه در سطوح مختلف و بهره‌گیری از حلقه‌های میان؛

– ارتقای کیفی تبلیغ با بهره‌گیری از محتوای راقی و روش‌ها و ابزارهای نوین ابلاغ پیام، مطابق با نیاز مخاطبان گوناگون؛

– تربیت مبلغان توانمند به‌تناسب گستره نیازها و انواع مخاطبان؛

– تقویت روحیه جهادی و افزایش انگیزه تبلیغ در میان طلاب و فضایی حوزه؛

– فعال‌سازی مساجد کشور با توجه به کارکردهای آن در تاریخ اسلام و سیره معصومین <sup>علیهم‌السلام</sup>.

«**این اهداف اصلی و فرعی بر مبنای کدام مبنا و اصول و سیاست کلان تدوین و طراحی شده‌است؟**»

محوریت تمام فعالیت‌ها و برنامه‌های حوزه‌های علمیه، قرآن و سنت معصومین <sup>علیهم‌السلام</sup> است و پس از آن، اهتمام به دستورات و رهنمودهای امامین انقلاب و مراجع معظم تقلید می‌باشد؛ لذا مواردی را که در ذیل به آن اشاره می‌کنم، تماماً از مبانی و اصول کلی فعالیت‌های ما در عرصه‌های مختلف و شئون جامعه است و آن اینکه «اولویت تبلیغ دین در همه نظامات حوزه»، «اهتمام به نیازهای فکری، روحی، روانی، احساسات و تمایلات مخاطبان در تبلیغ»، «توجه ویژه به اتخاذ موضع تهاجمی در مواجهه با مخالفان و معاندان»، «اهتمام به تقویت روحیه جهادی و اخلاص در تبلیغ»، «توجه ویژه به نوجوانان و جوانان»، «امیدآفرینی و آرامش‌بخشی نسبت به جامعه در تبلیغ دین» و «گفتمان‌ساز و جریان‌ساز بودن تبلیغ دین»، از جمله اصول و سیاست فعالیت‌های حوزه‌های علمیه در امر تبلیغ است.

«**اگر در پایان، نکته‌ای مانده است بفرمایید.**»

به‌طور کلی در عرصه تبلیغ، ۷۶ طرح عملیاتی داریم که در کشور درحال اجرا هستند که از جمله آن‌ها، می‌توان به طرح هجرت، امین، جامعه مبلغان کشور، مسجد تراز و... اشاره کرد. بخش دوم فعالیت‌ها در حوزه تبلیغ، برنامه‌های آموزشی هستند که هم‌اکنون بیش از ۵۰ رشته و گرایش در مدارس حوزوی به تبلیغ اختصاص دارد و در خصوص آموزش‌های کوتاه‌مدت تبلیغی باید بگویم، ۴۲۰ دوره آموزشی و مهارتی متناسب با کارویژه‌های حوزه و روحانیت طراحی و بخش اعظمی از آن در حال برگزاری است.

بخش دیگری از فعالیت‌ها به‌صورت مطالعاتی و تحقیقی در حال انجام است؛ به‌طوری‌که پیرامون روش‌های تبلیغ، قریب به ۷۰ عنوان کتاب چاپ شده است و نشریات متعددی همچون ماهنامه مبلغان، ویژه مبلغان فعال در مساجد و ماهنامه‌ها و مجلات محتوایی دیگری نیز، ویژه خانواده‌های مبلغان، مربیان طرح امین، جریان‌های سیاسی و پاسخ‌گویی به شبهات، تهیه و منتشر می‌شود.

فعالیت ۷۰۰ گروه تبلیغی و فعالیت ۱۱ استان کشور در فضای تبلیغ مجازی، تنها گوشه‌ای از اقدامات معاونت تبلیغ و امور فرهنگی حوزه‌های علمیه است که بدون تردید با برنامه‌های تحولی امر تبلیغ و پیوست‌های تبلیغی، نظامات حوزوی، شاهد تحولی شگرف و همه‌جانبه در خصوص امر تبلیغ خواهیم بود.

#### • اخبار کوتاه‌ایران

● **رونمایی سامانه‌های آرمان و آذرخش:** سامانه‌های موشکی ضدبالستیک آرمان و سامانه پدافند هوایی ارتفاع پست آذرخش، با حضور امیر سرتیپ آشتیانی، وزیر دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح رونمایی شد. سامانه آرمان، اهداف را در ۱۸۰ کیلومتری شناسایی و در ۱۲۰ کیلومتری با آن درگیر و منهدم می‌کند. سامانه «آذرخش» هم برد کوتاه و دارای قابلیت نصب بر روی انواع خودروها و اجرای عملیات در شب و روز، با بهره‌گیری از سامانه راداری پیشرفته سه بعدی و سرج اپتیکی پیشرفته بسیار چابک است.

● **دستبایی سپاه پاسداران به قابلیت شلیک موشک بالستیک دوربرد از روی ناو جنگی:** فرمانده کل سپاه: شلیک یک موشک بالستیک دوربرد از روی یک ناو جنگی با موفقیت انجام گرفت و این دستاورد جدید، برد نفوذ و قدرت دریایی ما را تا هر نقطهٔ دلخواه افزایش داده است.

● **تجارت ایران و اتحادیه اروپا به ۴.۷ میلیارد یورو رسید:** مرکز آمار کمیسیون اروپا از تجارت ۴.۷ میلیارد یورویی اتحادیه اروپا با ایران در سال ۲۰۲۳ خبر داد. آلمان، ایتالیا، هلند، بلژیک و فرانسه، بزرگترین شرکای تجاری اروپایی ایران در این سال بوده‌اند. با وجود کاهش تجارت ایران با آلمان، مبادلات تجاری با ایتالیا و هلند افزایش داشته است. صادرات هلند به ایران ۴۰ درصد افزایش داشته است.

● **صادرات ۹۲ میلیون یورویی پسته به اروپا:** یورواستات از صادرات ۹۲ میلیون یورویی پسته ایران به اروپا در سال ۲۰۲۳ خبر داد و ایران را دومین صادرکننده پسته به اروپا در این سال معرفی کرد.

● **معافیت ۳ دهک اول از عوارض نقل و انتقال املاک:** طبق مصوبه جدید دولت، افراد تحت پوشش کمیته امداد و بهزیستی، همچنین افراد جزء سه دهک پایین درآمدی بر اساس اطلاعات سامانه رفاه ایرانیان، از پرداخت مالیات و عوارض نقل و انتقال املاک معاف شدند.

● **تمدید بخشودگی جرایم مالیاتی تا پایان امسال:** رئیس سازمان امور مالیاتی: در آستانه نیمه شعبان و در امتداد رویکرد تعاملی و سازنده سازمان امور مالیاتی با فعالان اقتصادی، بخشودگی تا صددرصد جرایم مالیاتی تا پایان اسفند تمدید خواهد شد.

● **نمایندگی ایران در سازمان ملل فروش موشک به روسیه را تکذیب کرد:** نمایندگی ایران در سازمان ملل گزارش مبنی بر آغاز عرضه صدها موشک بالستیک از سوی تهران به مسکو را تکذیب کرد و گفت: اگرچه هیچ محدودیت قانونی برای فروش موشک‌های بالستیک وجود ندارد؛ اما ایران اخلاقاً موظف است، از انتقال سلاح در طول جنگ روسیه و اوکراین خودداری کند تا به جنگ دامن نزند.

● **استقبال ۳۵ میلیونی از طرح فجرانه کلابرگ:** مشاور معاون رفاه و امور اقتصادی وزارت کار: استقبال از طرح کلابرگ الکترونیکی با عنوان «فجرانه» بسیار بالا بوده است؛ به‌طوری‌که در ۱۱ روز از شروع این طرح، ۳۵ میلیون نفر از ۶۰ میلیون مشمول، از این طرح استقبال کرده‌اند و سرجمع ۲۹ هزار میلیارد تومان به سفره مردم و تولید داخل کمک شده است.

● **سهام دانش‌بنیان‌ها از کیک اقتصاد مشخص شد:** دهقانی، معاون علمی رئیس‌جمهور: از ۱۰ هزار شرکت دانش‌بنیان، ۸۰۰ شرکت فناور، ۲۲۰۰ شرکت نوآور و ۷۰۰۰ شرکت نوپا هستند. سهم شرکت‌های دانش‌بنیان، از کیک اقتصاد دانش‌بنیان مشخص شده است.

● **بانک‌ها موظف به قبول ضمانت زنان سرپرست خانوار:** خزعلی، معاون امور زنان رئیس‌جمهور: درباره زنان سرپرست خانوار، آئین‌نامه‌ای در دولت تصویب شده است که از طریق پنجره واحد تمام خدمات به‌صورت یک‌پارچه به آنها ارائه شود. همچنین در دولت تصویب شده است که تمام بانک‌ها موظف هستند که ضمانت زنان سرپرست خانوار را قبول کنند.

● **ماهواره پارس۱ با موفقیت به فضا پرتاب شد:** ماهواره پارس۱ توسط پرتابگر سایوز از پایگاه پرتاب وستوچنی روسیه به فضا پرتاب شد و با موفقیت در مدار خورشیدآهنگ با ارتفاع ۵۰۰ کیلومتر از سطح زمین تزریق شد. دوربین طیف زنگی و فرسوخ مویج‌کوتاه این ماهواره، در کمتر از ۱۰۰ روز، ۹۵ درصد اراضی ایران را تصویربرداری می‌کند. همچنین، دوربین با طیف فرسوخ گرمایی، با قابلیت تصویربرداری در شب قادر است، کل اراضی ایران را در کم‌تر از ۲۵ روز تصویربرداری کند.

● **امضای چندین قرارداد نفتی تا پایان سال:** مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران: طرح مهم فشارافزایی پارس جنوبی تا پایان سال جاری آغاز و اجرایی می‌شود. همچنین در برنامه داریم تا پایان سال جاری، چندین قرارداد نفتی به امضا برسانیم. مذاکرات خوبی با طرف‌های روسی انجام شده و درحال انجام است که منتظریم، با اتمام مذاکرات، نتایج آن از زبان وزیر محترم نفت بیان شود.

● **تأمین ارز نیازهای کشور از ۷۳ میلیارد دلار گذشت:** بانک مرکزی: از ابتدای سال تا پایان بهمن‌ماه ۱۴۰۲ تأمین و تخصیص ارز برای تأمین کالاها و خدمات کشور، از مرز ۷۳ میلیارد دلار گذشته است.

● **جایزه جمع‌آوری گازهای همراه GECF به ایران رسید:** پژوهشگاه صنعت نفت ایران به دلیل انجام تحقیقات منحصر به‌فرد میان اعضای جی‌ئی‌سی‌اف در حوزه جمع‌آوری گازهای مشعل و عملیاتی کردن این تحقیقات، جایزه ۲۰۲۴ مجمع کشورهای صادرکننده گاز را دریافت کرد.

● **ایران چهاردهمین قدرت نظامی جهان طبق رتبه‌بندی «گلوبال فایربندی»:** گلوبال فایرپاور که یک وب‌سایت تخصصی نظامی، برای رده‌بندی قدرت نظامی ۱۴۵ کشور بر مبنای بیش از ۶۰ شاخص است، ایران را در رتبه چهاردهم قرار داد. در این رده‌بندی ایالات متحده آمریکا، روسیه، چین، هند، کره جنوبی، انگلیس، ژاپن، ترکیه، پاکستان و ایتالیا، به‌ترتیب در رتبه‌های ۱ تا ۱۰ جای گرفته‌اند.

● **۴۶ درصد سدهای کشور پر شدند:** حجم آب موجود در مخازن ۲۲ میلیارد و ۸۸۰ میلیون مترمکعب ثبت شده که نسبت به سال گذشته ۳ درصد کمتر است و درصد پرشدگی مخازن سدهای کشور به عدد ۴۶ درصد رسیده است.