بلاغ
BAIAGH
www.balagh.ir
خبرنامه داخلی بلاغ | شماره ۲ ، بهار ۱۴۰۴

معاونت فرهنگی و تبلیغی

گزارشی از مجموع فعالیت های معاونت در سال ۱۴۰۳

دفتر تبلیغات اسلامی
حوزه علمیّه قم

حوزه معاونت

حجت الاسلام والمسلمین روستاآزاد تأکید کرد:

نوآوری‌های تبلیغی: حرکت به سمت ایده‌های نو و کاربردی

وی با اشاره به اقدامات نوین در حوزه تبلیغ گفت: طرح‌هایی نظیر "مدد"، که به بررسی مشکلات خانواده های همسایه مسجد می‌پردازد، از جمله نوآوری های اجرا شده در سال گذشته بودند. همچنین کارگاه‌هایی پیرامون مهارت‌های پیش از ازدواج، پیشگیری از خودکشی و نحوه استفاده از هوش مصنوعی در آموزش، مورد توجه قرار گرفتند.

ادامه در صفحه۲

تبلیغ اولویت اول...

> ”اگر در حوزه از اهمیت تبلیغ غفلت شود دچار استحاله فرهنگی می‌شویم. اینکه می‌گوییم «ما روی تبلیغ تکیه می‌کنیم»، بهانه نشود که بعضی‌ها بگویند بنابراین دیگر کفایه نمی خوانیم، درس خارج نمی رویم؛ نه، این پشتیبانی‌های علمی لازم است. هم به تبلیغ احتیاج داریم، هم به موعظه احتیاج داریم، هم به تحقیق احتیاج داریم؛ اگر تبلیغ ما متکی به تحقیق نباشد، خنثی و ابتر خواهد شد.
>
> ۱۴۰۲/۴/۲۱

تبلیغ تخصصی

مدیرکل تبلیغ تخصصی گفت: اعزام مبلغ جهت برگزاری ۶۶ کارگاه آموزشی با موضوعاتی همچون **«مقابله با خودکشی»**، **«مقابله و پیشگیری از اعتیاد»**، **«پیشگیری از مفاسد اخلاقی»**، **«پیشگیری از طلاق»** و **«مساله جمعیت»** در شهر های البرز، خراسان رضوی، خراسان شمالی، زنجان، قم، کهگیلویه و بویراحمد، لرستان، همدان و یزد از جمله فعالیت های اداره کل تبلیغ تخصصی در سال ۱۴۰۳ بوده است.

ادامه در صفحه۴

تبلیغ عمومی

حجت الاسلام والمسلمین شریعتمداری با اشاره به اعزام های صورت گرفته در سال ۱۴۰۳ توسط اداره کل تبلیغ عمومی، بیان کرد: نزدیک به **۳۷ هزار مبلغ (۳۸۳ هزار نفرروز)** در ایام تبلیغی همچون؛ ماه مبارک رمضان، دهه اول محرم، اوقات فراغت تابستان، اربعین و دهه آخر صفر، ایام فاطمیه دوم، ایام دهه فجر، اعتکاف، اعیاد مبعث و شعبانیه به نقاط مختلف کشور جهت نشر معارف دینی اعزام شده اند.

ادامه در صفحه۳

پژوهشنامه
تبلیغ اسلامی

تولید محتوا

رئیس گروه تولید محتوای معاونت فرهنگی و تبلیغی اظهار داشت: فعالیت‌های گروه تولید محتوا در سال ۱۴۰۳ در ذیل شش عنوان گزارش می‌شود:

۱. **تولید و عرضه دو فصلنامه پژوهشنامه تبلیغ اسلامی**
۲. **تولید و عرضه دو فصلنامه تبلیغ و خانواده**
۳. **تولید و عرضه دو فصلنامه تبلیغ و تقریب**
۴. ...

ادامه در صفحه۶

آموزش های کاربردی

رئیس مرکز آموزش های کاربردی اظهار داشت: در سال ۱۴۰۳ تعداد ۲۶۸ دوره آموزشی به صورت حضوری و ۱۳۴ دوره آموزشی مجازی و همچنین ۳۳ اردوی آموزشی زیارتی صورت گرفته است .
وی درادامه افزود: عمده فعالیت های مرکزآموزش های کاربری را می توان در ۴بخش **«همایش ها، کارگاه ها و نشست های علمی»**، **«دوره های آموزشی»**، **«اردوهای آموزشی زیارتی»** و **«دوره های مجازی و تولید محتوا»** بیان نمود.

ادامه در صفحه ۵

پیرو تاکید مقام معظم رهبری در ارتقاء جایگاه تبلیغ و تشکیل کانون حوزوی برای تبلیغ و انجام ماموریت های سه گانه در این زمنیه، شورای هماهنگی نهادهای عالی حوزوی با هدف **ارتقاء جایگاه تبلیغ دینی** از طریق استخراج و تدوین الگوی قابل توسعه میدانی و بررسی علمی این الگوهای مستخرج از فعالیت‌های تبلیغی، برگزاری مشترک جشنواره جنات را مورد تصویب قرار داد.
این جشنواره با مشارکت نهادهای عالی حوزوی ، که اسامی و نشان سازمانی آنها در بخش برگزارکنندگان سایت جشنواره آمده است، برگزار می گردد.... ادامه در صفحه ۹

جنات
جشنواره نوآوری های تبلیغی
رویداد ارائه
جشنواره نوآوری های تبلیغی
جنات

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ۱۲۲ -توبه

معاونت فرهنگی و تبلیغی

گزارش فعالیت‌های معاونت فرهنگی دفتر تبلیغات اسلامی در سال ۱۴۰۳

حجت‌الاسلام والمسلمین سعید روستاآزاد، معاون فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی، در گزارشی به فعالیت‌های این معاونت طی سال گذشته پرداخت. وی به بررسی محورها و دستاوردهای اصلی این معاونت در زمینه‌های مختلف پرداخته و اقدامات انجام شده در راستای ارتقای کیفی و کمی فعالیت‌های فرهنگی و تبلیغی را تشریح کرد.

توسعه آموزش و مخاطب: حرکت به سمت کیفیت و نوآوری

حجت‌الاسلام والمسلمین روستاآزاد با اشاره به رویکردهای نوین معاونت در حوزه آموزش گفت: توسعه مخاطب و موضوعات جدید آموزشی در دستور کار قرار گرفت و برنامه‌های متنوعی از جمله پیشگیری از خودکشی با استفاده از متون دینی و فنون تبلیغی اجرا شد. همچنین دوره‌های تربیت مدرس ولایت فقیه به شکل گسترده و با حضور نیروهای کارآمد برگزار گردید.

وی تاکید کرد: در سال گذشته برخی موضوعات جدید که پیش‌تر مورد توجه قرار نگرفته بودند، در قالب‌های آموزشی مختلف اجرایی شدند. این امر نشان‌دهنده تمرکز معاونت بر تقویت آموزش‌های کاربردی و استفاده از بهترین ظرفیت‌های موجود است.

جذب و اعزام گسترده مبلغان: گامی به سوی ترویج فرهنگ دینی

حجت‌الاسلام والمسلمین روستاآزاد در ادامه به موفقیت‌های معاونت در زمینه جذب و اعزام مبلغان پرداخت و اظهار داشت: بخش قابل توجهی از خواهران طلبه در استان‌های مختلف کشور جذب شدند که این امر با همکاری حوزه علمیه خواهران صورت گرفت. همچنین حکم‌های تبلیغی صادر شده در ماه مبارک رمضان سال گذشته به رقمی قابل توجه رسید و نشان دهنده رشد چشمگیر اعزام مبلغان است.

محتواهای تخصصی تبلیغ

وی بـر اهمیت تولید محتواهای تخصصی و هدفمند به‌عنوان رکن اصلی تبلیغ مؤثر تأکید کرد و گفت: معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی به منظور تهیه محتوای غنی جهت استفاده مبلغان در فعالیت های تبلیغی در سال ۱۴۰۳ اقدام به نشر و تنظیم فصلنامه تبلیغی در قالب «ره توشه» با سه عنوان : "فصلنامه ره توشه مبلغان"، "فصلنامه تبلیغ و خانواده" و " فصلنامه تبلیغ و تقریب"، و ویژه‌نامه‌های تخصصی از جمله "صفرالخیر"، "سید مقاومت" و "انقلاب و مقاومت" و همچنین تولید آثاری همچون تجربه‌نگاری تبلیغ در زندان‌ها، خاطره‌نگاری تبلیغی در مناطق عشایری نموده است.

حمایت از فعالیت‌های گروهی: رشد انگیزه‌های جهادی

معاون فرهنگی دفتر تبلیغات اسلامی از رشد قابل توجه فعالیت‌های گروهی در حوزه تبلیغ تخصصی و عمومی خبر داد و گفت: فعالیت‌های گروهی با حمایت‌های دفتر تبلیغات اسلامی توسعه پیدا کرده و نیروهای جدید و انگیزه‌دار به این مجموعه پیوسته اند. این امر نشان‌دهنده شکل‌گیری اندیشه گروهی و جهادی در دفتر تبلیغات اسلامی است.

تمرکز بر مناطق محروم و تلفیقی

حجت‌الاسلام والمسلمین روستاآزاد با تاکید بر اهمیت فعالیت های فرهنگی در مناطق محروم، اظهار داشت: برگزاری اردوهای آموزشی و تبلیغی در مناطق دوردست و تلفیقی با اهل سنت، نقش مهمی در توسعه فرهنگی ایفا کرده است. همچنین حمایت از ملاهای محلی و مکتبی و آموزش سران طوایف از دیگر اقدامات موثر در این مناطق بوده است.

نوآوری‌های تبلیغی: حرکت به سمت ایده‌های نو و کاربردی

وی با اشاره به اقدامات نوین در حوزه تبلیغ گفت: طرح‌هایی نظیر "مدد"، که به بررسی مشکلات خانواده‌های همسایه مسجد می‌پردازد، از جمله نوآوری‌های اجرا شده در سال گذشته بودند. همچنین کارگاه‌هایی پیرامون مهارت‌های پیش از ازدواج، پیـشگیری از خودکشی و نحوه استفاده از هوش مصنوعی در آموزش، مورد توجه قرار گرفتند.

معاون فرهنگی دفتر تبلیغات اسلامی همچنین به جشنواره "جنات" اشاره کرد و افزود: این جشنواره که با هدف جمع‌آوری فعالیت ها و ایده‌های نو تبلیغی رقم خورده است، فرصتی برای شناسایی و ارتقای روش‌های تبلیغی نوآورانه می باشد. تدوین تجربیات مبلغان و شناسایی قابلیت‌های اجرایی از دستاوردهای مهم این جشنواره است.

چالش‌های پیش رو و پیشنهادات راهبردی

حجت‌الاسلام والمسلمین روستاآزاد با بیان چالش‌های موجود در عرصه تبلیغ، نظیر کم‌اقبالی به فعالیت های تبلیغی و عدم هماهنگی بین دستگاه‌ها، بر اهمیت تدوین استراتژی‌های مناسب تاکید کرد.

وی همچنین به چالش‌های موجود در زمینه جذب و اعزام مبلغان اشاره کرد و افزود: عدم زمینه‌سازی مناسب در برخی استان‌ها برای فعالیت مبلغان و ورود دستگاه‌هایی که ماموریت اعزام مبلغ ندارند، از موانع مهم در این حوزه هستند.

معاون فرهنگی دفتر تبلیغات اسلامی طرح "امتداد" را به‌عنوان راهکاری برای استفاده از ظرفیت طلاب کارمند در تبلیغ معرفی کرد و افزود: این طرح می‌تواند زمینه‌ساز بهره‌گیری بهتر از ظرفیت های موجود باشد.

اقدامات در حوزه آسیب‌های اجتماعی: تربیت متخصصان و اعزام مبلغان

وی در پایان به اقدامات معاونت در حوزه آسیب‌های اجتماعی پرداخت و گفت: تربیت ده ها مبلغ متخصص در موضوعاتی نظیر اعتیاد و طلاق و اعزام این افراد به استان‌های مختلف، از جمله دستاوردهای مهم معاونت در حوزه آسیب‌های اجتماعی بوده است. این مبلغان نقش بسزایی در کاهش این آسیب‌های ایفا کرده‌اند.

بازدید ۳٫۵ میلیون کاربر از تارنمای بلاغ در سال ۱۴۰۳

محمد مهدی ابوالقاسمی، رئیس دفتر معاونت فرهنگی و تبلیغی در مصاحبه ای به فعالیت های این مجموعه در سال ۱۴۰۳ پـرداخته و افزود: پایگاه اطلاع رسانی بلاغ از سال ۱۳۹۳ با هدف انعکاس اخبار این معاونت و انتشار محتوای کاربردی برای طلاب و مبلغان فعالیت خود را آغاز کرده است. که در سال ۱۴۰۳، بلاغ با تمرکز بر پوشش و انعکاس اخبار معاونت و تولید محتوای تبلیغی جذاب و متنوع، توانسته است بیش از ۳٫۵ میلیون بازدیدکننده را به خود جذب کند.

مدیر پایگاه اطلاع رسانی بلاغ افزود: با توجه به فعالیت های ۱۰ ساله پایگاه اطلاع رسانی بلاغ، در سال ۱۳۹۶ موفق به دریافت مجوز رسمی «پایگاه خبری» از سوی معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی شد.

نکات برجسته عملکرد بلاغ در سال ۱۴۰۳:

- تولید گسترده محتوا: انتشار ۳۷۲ خبر، ۱۸۹ گزارش تصویری، ۱۱۹ یادداشت تبلیغی، بروزرسانی محتوای ویژه‌نامه های تبلیغی و تولید و بازنشر ۱۲۱ موشن و کلیپ که نشان از فعالیت گسترده این پایگاه در تولید محتوای متنوع دارد.
- **محتوای تبلیغی متقن:** بخش "محتوای تبلیغی" سایت بلاغ با ارائه بیش از هزار مقاله و کتاب در زمینه روش‌های تبلیغی، به عنوان یک منبع قابل اعتماد برای مبلغان و طلاب شناخته می‌شود.
- **ویژه‌نامه‌های مناسبتی:** تولید ویژه‌نامه‌های تبلیغی متناسب با مناسبت‌های مذهبی و ملی، از جمله ماه محرم، ماه رمضان، ایام فاطمیه و دهه فجر، نشان از توجه این پایگاه به نیازهای روز مخاطبان دارد. این ویژه‌نامه‌ها شامل بخش‌های کاربردی مانند سخنرانی مکتوب، پرسمان، مقالات، نماهنگ، استوری و نرم‌افزار است.
- **مسابقات کتابخوانی:** برگزاری سه مسابقه کتابخوانی «در پرتو نور»، «امیرغدیر» و «نقش خاتم» در سطح عموم جامعه با بیش از ۲۰ هزار شرکت کننده ، نشان از تلاش این پایگاه برای ارتقای فرهنگ مطالعه و کتابخوانی در کشور دارد.
- **حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی:** پایگاه اطلاع‌رسانی بلاغ با بیش از ۲۳ هزار دنبال‌کننده در پیامرسان ایتا و بیش از یـک میلیون و نیم بازدید فیلم در آپارات، توانسته است در شبکه‌های اجتماعی نیز حضور فعالی داشته باشد و محتوای خود را به مخاطبان بیشتری عرضه کند.

تحلیل و چشم‌انداز:

فعالیت‌های پایگاه اطلاع‌رسانی بلاغ در سال ۱۴۰۳ نشان می‌دهد که این پایگاه توانسته است با درک نیازهای مخاطبان و ارائه محتوای متنوع و باکیفیت، جایگاه خود را به عنوان یک منبع معتبر و قابل اعتماد در حوزه تبلیغات اسلامی تثبیت کند. با توجه به گسترش استفاده از فضای مجازی و شبکه های اجتماعی، بلاغ می‌تواند با تمرکز بیشتر بر تولید محتوای تعاملی و جذاب در این فضا، دامنه دسترسی خود را گسترش داده و نقش موثرتری در ترویج فرهنگ دینی و تبلیغ معارف اسلامی ایفا کند.

الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ ۗ وَكَفَىٰ بِاللَّهِ حَسِيبًا الاحزاب ، آیه ۳۹

سلسله نشست های طلیعه رمضان

استقبال حضوری
روزانه بیش از ۸۰۰ مبلغ
استقبال مجازی
روزانه بیش از ۱۰۰۰ مبلغ

تبلیغ عمومی

مدیرکل تبلیغ عمومی خبرداد:

اعزام ۳۷ هزار مبلغ در سال ۱۴۰۳ به سراسر کشور

حجت الاسلام والمسلمین سید حامد شریعتمداری مدیرکل تبلیغ عمومی از اقدامات صورت گرفته در این اداره کل، در سال ۱۴۰۳ خبر داد.

جذب و ساماندهی

مدیرکل تبلیغ عمومی در ابتدای مطالب خود به موضوع جذب و ساماندهی مبلغان در سال گذشته اشاره کرد و اظهار داشت: از ابتدای سال گذشته تعداد ۳۸۳۷ نفر متقاضی تشکیل پرونده در معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی بودند که از این تعداد ۱۶۹۹ نفر آقا و ۲۱۳۸ نفر خانم بودند. از آمار مذکور ۱۹۹۱ نفر بعد از مصاحبه و روند جذب، موفق به تشکیل پرونده شده اند. وی در ادامه افزود: شایان ذکر است از تعداد ۲۰۰ مورد متقاضی تشکیل گروه تبلیغی در سال ۱۴۰۳، تعداد ۱۳۸ گروه تبلیغی تشکیل شده است که ۸۸ مورد مرتبط با گروه تبلیغ برادران و ۵۰ مورد آن مربوط به گروه تبلیغ خواهران می باشد.

اعزام

حجت الاسلام والمسلمین شریعتمداری با اشاره به اعزام های صورت گرفته در سال ۱۴۰۳ توسط اداره کل تبلیغ عمومی، بیان کرد: نزدیک به ۳۷ هزار مبلغ (۳۸۳ هزار نفرروز) در ایام تبلیغی همچون؛ **ماه مبارک رمضان، دهه اول محرم، اوقات فراغت تابستان، اربعین و دهه آخر صفر، ایام فاطمیه دوم، ایام دهه فجر، اعتکاف، اعیاد مبعث و شعبانیه** به نقاط مختلف کشور جهت نشر معارف دینی اعزام شده اند.

اداره امور تبلیغی خواهران

مدیرکل تبلیغ عمومی در ادامه به ارائه گزارش اجمالی از عملکرد سالانه اداره اعزام خواهران در سال گذشته پرداخت و گفت: تعامل و همکاری با مرکز مدیریت حوزه های علمیه خواهران و پذیرش ۱۳۰۰ مبلغه از مدارس علمیه خواهران سراسر کشور و همچنین برنامه ریزی و اعزام به دانشگاه های علوم پزشکی و محلات قم، تشکیل هیئت های دخترانه و برگزاری نمایشگاه های متعدد از جمله اقدامات اداره اعزام خواهران در سال ۱۴۰۳ بوده است.

طرح مدد

حجت الاسلام والمسلمین شریعتمداری در بخش دیگر سخنان خود به تبیین طرح مدد پرداخت و هدف کلان این طرح را پیشگیری و کاهش آسیب های اجتماعی برشمرد و گفت: از اهداف طرح "مدد" می توان به «ارتقاء سطح بینش و اصلاح رفتار مخاطبان تا سطح پایداری برابر مشکلات و استقرار نظام ارجاع مناسب به متخصص در هنگام بروز آسیب»، «افزایش اثربخشی طلاب و مبلغان در زمینه اصلاح الگوهای زندگی و رفع آسیب‌هایی که مانع رشد دینی و انسانی جامعه می‌شود»، «افزایش اثربخشی مبلغان و طلاب در تربیت نسل نوجوان و جوان از طریق اثرگذاری اجتماعی»، «توانمندسازی دانشی و مهارتی مبلغان ساماندهی شده» و «جریان سازی تبلیغ دینی مسأله محور در محیط منتخب» اشاره کرد.

وی افزود: گروه های تبلیغی با برگزاری آموزش متناسب برای خانواده‌ها و مخاطبان ویژه، برقراری ارتباط میان خانواده، نهادهای فعال و مسجد، اجرای مداخلات لازم بر اساس شناسایی صورت گرفته از طریق نظام ارجاع و زمینه سازی ارائه خدمات لازم از طریق نهادهای متولی این طرح را عملیاتی خواهند نمود.

مدیرکل تبلیغ عمومی در ادامه به تشریح فرآیند عملیاتی این طرح پرداخت و اظهار داشت: مواردی همچون؛ «شناسایی نقاط در معرض آسیب یا آسیب دیده»، «شناسایی ظرفیت های دفتر تبلیغات اسلامی برای مداخله»، «بستر سازی مناسب مداخله»، «انجام مداخله صحیح و مناسب»، «پشتیبانی علمی، معنوی، رسانه و مشاوره ای»، «دریافت خروجی های مناسب» و «ارزیابی و اثرسنجی» از جمله فرآیند عملیاتی طرح امداد می باشد.

سایر اقدامات

مدیرکل تبلیغ عمومی تصریح کرد: «راه اندازی سامانه ابزار ذیل بلاغ و ارائه آخرین دستاوردهای گروه های تبلیغی و طرح های قابل اجرا در این سامانه»، «فعالسازی شورای هماهنگی گروه های تبلیغی در استان ها و برگزاری بیش از ۶۰ جلسه هم اندیشی»، «برگزاری نشست های هم اندیشی فعالان عرصه تربیتی با همکاری میز آموزش و پرورش»، «برگزاری جُنگ‌های فرهنگی هنری در بوستان‌ها توسط گروه‌های تبلیغی فعال»، «سفر به استان های مختلف با هدف شناسایی ظرفیت ها و ارزیابی عملکرد گروه های تبلیغی» و «پیگیری امور مربوط به جلسات کمیته هدایت تبلیغی استان ها» از جمله اقدامات اداره کل تبلیغ عمومی معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی در سال ۱۴۰۳ بود.

وی در ادامه افزود: تقویت گروه های تبلیغی شامل حمایت های مادی و معنوی، برگزاری جلسات هم اندیشی و انتقال تجارب، شناسایی و تکمیل سامانه رصدی مناطق مختلف کشور با بهره گیری از ظرفیت مبلغان، مدیریت کارگروه اجتماعی ۱۹ دی و پشتیبانی از نهادها و ارگان های مختلف از جمله آموزش و پرورش، ارتش و سازمان زندان ها، نیروی انتظامی، راه آهن جمهوری اسلامی و امثال آن با استفاده از ظرفیت مبلغان و گروه های تبلیغی و تقویت بنیه دینی کارکنان و مخاطبان ایشان از دیگر اقدامات همکاران ارجمند در اداره کل تبلیغ عمومی بوده است.

اداره کل تبلیغ عمومی

گروه های تبلیغی فعال و شاخص در سال ۱۴۰۳

نام گروه	سرگروه	محل فعالیت	رتبه تبلیغی	مهارتهای فعالیت گروهی
نخبگان مصباح الهدی	محمد هادی خالصی مقدم	همدان-ملایر-مرکزي	۴	۱دانش آموزی۲-مشاوره۳- تبلیغ دانشگاهی٤-اردو داری
شهید عبدالصمد امام پناه	علی مناف زاده بیرق	آذربایجان شرقی-تبریز-مرکزي	۳	۱دانش آموزی ۲-دانشگاه ۳-خانواده
آئینه ظهور	عقیل رهبر کلیشمی	قزوین-قزوین-مرکزي	۳	۱دانش آموزی۲-مشاوره
اندیشه ناب	عبد الکریم جوهر زاده	خوزستان-دزفول-مرکزي	۴	۱پیشگیری از آسیبهای اجتماعی ۲خانواده
سفیر نور	علی اصغر یوسفی	خراسان جنوبی-قائنات-زیر کوه	۴	۱دانش آموزی۲-مشاوره ۳ خانواده٤-مبارزه با اعتیاد
ضیافت	محمدرضا خدامی	اصفهان-شاهین شهر و میمه	۴	۱کودک و نوجوان ۲دانش آموزی۳-مشاوره
سراج ۱	مهدی ارتقائی	همدان-همدان-مرکزي	۴	۱دانش آموزی۲-مشاوره۳-خانواده
مصابیح الدجی	حسین محمدی	قم - قم	۴	۱دانش آموزی۲-مشاوره
شهید صالحی خوانساری	غلامعلی خلیلیان	قم - قم	۴	۱دانش آموزی۲-مشاوره ۳-پیشگیری از مفاسد اجتماعی
مبلغات خانواده	فاطمه مجاهدی	قم - قم	۳	۱بانوان۲-دانش آموزی ۳-خانواده ٤-عفاف و حجاب

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ
وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ
وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ
آل عمران ، آیه ۱۰۴

تبلیغ تخصصی

مدیرکل تبلیغ تخصصی برداد:

۱۱۹۷ نفر متقاضی تشکیل پرونده تبلیغ تخصصی

اباذر جعفری مدیرکل تبلیغ تخصصی از اقدامات صورت گرفته در این اداره کل، در سه حوزه «جذب»، «اعزام» و «تبلیغ نخبگانی» در سال ۱۴۰۳ خبرداد.

جذب و ساماندهی

مدیرکل تبلیغ تخصصی به موضوع جذب و ساماندهی مبلغان در سال گذشته اشاره کرد و اظهار داشت: در سال ۱۴۰۳ تعداد ۱۱۹۷ نفر متقاضی تشکیل پرونده تبلیغ تخصصی در معاونت فرهنگی و تبلیغ دفتر تبلیغات اسلامی بودند که از این تعداد، ۷۷۸ نفر آقا و ۴۱۹ نفر خانم هستند . از آمار مذکور ۴۵۶ نفر در ۵۳ تخصص، موفق به تشکیل پرونده شده اند.

اباذر جعفری ضمن اعلام برگزاری ۴۶ جلسه کمیته جذب تبلیغی تخصصی در سال گذشته گفت: تایید پرونده های تبلیغ تخصصی مستلزم ارائه مدارک معتبر در جنبه های علمی، مهارتی و سوابق بوده و بعد از ارسال مدارک لازم و بررسی کارشناسان اداره جذب و اعتبارسنجی و امتیازدهی هر یک از مدارک و تایید اولیه، پرونده در کمیته جذب تبلیغ تخصصی - متشکل از ۷ عضو از بخش های مختلف معاونت فرهنگی و تبلیغی - طرح و نسبت به تخصص درخواستی تصمیم‌گیری می شود و در صورت نیاز، جهت بررسی بیشتر و تخصصی به مصاحبه تخصصی ارجاع داده می شود.«ساماندهی مبلغان، گروه‌ها و انجمن‌های تخصصی»، «جلسات مستمر با فناوری اطلاعات جهت بهبود فرایندهای مرتبط با جذب و ساماندهی و رفع خطاهای سامانه‌ای»، «بازنگری آیین‌نامه جذب تبلیغ تخصصی» و « تعامل سازنده با مراکز و مؤسسات تخصصی» از جمله اقدامات اداره جذب و ساماندهی این اداره کل می باشد.

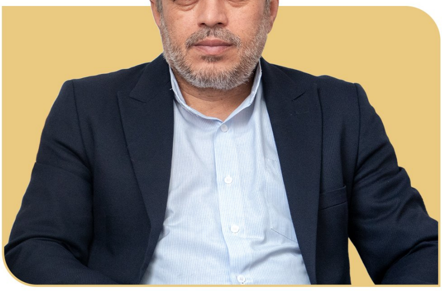
وی در ادامه افزود: در بخش گروه‌های تبلیغ تخصصی در موضوعاتی چون؛«مشاوره و مهارت‌های زندگی»، « تحکیم خانواده»، «تربیت دینی کودک و نوجوان»، «تبلیغ دانش‌آموزی و تربیت محور»، «کلام و اعتقادات اسلامی»، «روایتگری سیره شهدا واهل بیت (علیهم السلام)»، «انقلاب اسلامی»، «تمدن اسلامی»، «معارف قرآن کریم» و «نقد مدعیان دروغین مهدویت» تعداد ۱۸ مورد متقاضی تشکیل گروه تبلیغ تخصصی در سال ۱۴۰۳ بودند که از این بین ۱۳ گروه تشکیل شده و تعداد ۱۱ مجوز فعالیت صادر گردیده است.

مدیرکل تبلیغ تخصصی بیان کرد: «انجام اقدامات لازم جهت تشکیل ۲ انجمن فرهنگی تخصصی (کلام و مهدویت)»، «تأیید و فعال‌سازی انجمن فرهنگی تخصصی اندیشه سیاسی و انقلاب اسلامی»، «آموزش همکاران شعب دفتر تبلیغات جهت آشنایی با فرایند شناسایی و جذب مبلغان و گروه‌های تخصصی و نظارت بر عملکرد آنها در این حوزه به‌صورت مستمر»، «پاسخگویی به حدود ۶۰۰۰ مورد (مراجعه حضوری، تلفنی، سامانه‌ای و فضای مجازی) در حوزه‌های مختلف شناسایی، جذب و ساماندهی مبلغان، گروه‌ها و انجمن‌های تخصصی»، «جلسات مستمر با فناوری اطلاعات جهت بهبود فرایندهای مرتبط با جذب و ساماندهی و رفع خطاهای سامانه‌ای»، «بازنگری آیین‌نامه جذب تبلیغ تخصصی» و « تعامل سازنده با مراکز و مؤسسات تخصصی» از جمله اقدامات اداره جذب و ساماندهی این اداره کل می باشد.

اعزام

دکتر جعفری با اشاره به اعزام های صورت گرفته در سال ۱۴۰۳ توسط اداره کل تبلیغ تخصصی، بیان کرد: تعداد ۶۷۷ مبلغ در ۴۳ حوزه تخصصی به نقاط مختلف کشور اعزام شده اند. که در مجموع ۳۱۴۷ (۱۵۴۰۸ نفر روز) حکم تبلیغی برای مبلغان مذکور صادر شده است.

وی در ادامه افزود: اعزام مبلغ جهت برگزاری ۶۶ کارگاه آموزشی با موضوعاتی همچون «مقابله با خودکشی»، «مقابله و پیشگیری از اعتیاد»، «پیشگیری از مفاسد اخلاقی»، «پیشگیری از طلاق» و «مساله جمعیت» در شهر های البرز، خراسان رضوی، خراسان شمالی، زنجان، قم، کهگیلویه و بویراحمد، لرستان، همدان و یزد از جمله فعالیت های اداره کل تبلیغ تخصصی در سال ۱۴۰۳ بوده است.



تبلیغ نخبگانی

مدیرکل تبلیغ تخصصی در ادامه مطالب خود به موضوع تبلیغ نخبگانی پرداخت و گفت: در سال گذشته تعداد ۱۳۴۳ حکم تبلیغی برای ۲۶۰ مبلغ نخبه صادر گردید که ایشان به استان ها و شهرهای کشور در مناسبت های مختلف همچون؛ ماه مبارک رمضان، دهه ولایت، ماه محرم، دهه آخر صفر، هفته وحدت، ایام فاطمیه، اعتکاف اعزام شدند.

وی اظهار داشت: برگزاری ۶ نشست به منظور هم اندیشی، جذب مبلغان نخبه و توانمند سازی آنها در مسائل مهم تبلیغی در راستای برنامه های قطب های دفتر تبلیغات اسلامی با موضوعات: «امام خمینی؛ مسئله فلسطین و آخرالزمان»، «تبلیغ دین در دنیای مدرن»، «جایگاه مهدویت در نگاه راهبردی شهید سیدحسن نصرالله»، «دین از نگاه روشنفکران معاصر و تاثیر آن بر اندیشه نخبگان جامعه»، «اخلاق تبلیغی پیامبر اکرم (ص)» و «مهدویت و فرهنگ انتظار» و همچنین عیادت از مبلغان نخبه از اقدامات دیگر اداره تبلیغ نخبگانی می باشد.

محورهای پربسامد تبلیغ تخصصی

حوزه تخصصی تربیت دینی کودک و نوجوان

فعالیت تبلیغی تخصصی در این حوزه، فراتر از انتقال مفاهیم کلی دین، بر «هویت سازی دینی»، «تقویت بصیرت انقلابی» و «ایجاد علاقه عمیق به سبک زندگی اسلامی» تمرکز دارد. دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم با تکیه بر گنجینه معارف اهلبیت(ع) و تجربه موفق مبلغان تخصصی در عرصه های فرهنگی، می تواند با تبدیل «تربیت دینی» به «جریانی جذاب و اثرگذار»، نسلی را پرورش دهد که هم «پایبند به احکام نورانی اسلام» است و هم «پیشرو در تحقق آرمان های انقلاب اسلامی».

فعالیت تبلیغی در حوزه تحکیم خانواده و مهارت های زندگی

این فعالیت ها از آموزش پیش از ازدواج تا مشاوره های بحران محور را در بر میگیرد و بر پایه اصل «پیشگیری بهتر از درمان» استوار است.راه اندازی «کلینیک های مشاوره خانواده» با حضور مبلغان آموزش دیده در روانشناسی اسلامی برای حل مسائلی مانند اختلافات زناشویی، تربیت فرزند و مدیریت خانواده و همچنین استفاده از مفاهیمی مانند «صبر»، «عفو» و «توکل» در فرآیند مشاوره برای تقویت تاب آوری عاطفی و آموزش مهارت های تصمیم گیری، مدیریت استرس و ارتباطات اجتماعی مبتنیبر آموزه های دینی و برگزاری دوره های «سبک زندگی اسلامی» و «آموزش های پیش از ازدواج» و «مهارت های زندگی» اهم فعالیت های تبلیغ تخصصی در این حوزه است.

حوزه تعمیق ایمان و باورهای دینی، توسعه و تعمیق فرهنگ قرآنی

فعالیت تبلیغ تخصصی در این حوزه، با هدف «تقویت ایمان آگاهانه»، «ایجاد مصونیت فکری در برابر شبهات» و «نهادینه سازی قرآن به عنوان محور زندگی فردی و اجتماعی» وارد میدان عمل شده است. مبلغان تخصصی، مسئولیت سنگینی در حفظ اصالت دینی جامعه و خنثی سازی توطئه های فرقه های ضاله دارند.

تعمیق ایمان، مقابله با انحرافات و ترویج قرآن، سه رسالت بزرگ دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم در عصر حاضر است. حرکت به سوی «تبلیغ هوشمند»، «مبارزه علمی با انحرافات» و «قرآنی سازی زندگی روزمره» اهم فعالیت های تبلیغ تخصصی در سال ۱۴۰۳ بوده است.

فعالیت تبلیغی در حوزه اندیشه سیاسی و جهاد تبیین

مبلغان با تخصص انقلاب اسلامی و جهاد تبیین، مسئولیت دارند با استناد به منابع اصیل اسلامی و روش های نوین ارتباطی، مفاهیمی مانند «استقلال فرهنگی»، «حکمرانی اسلامی» و «سبک زندگی انقلابی» را به زبان روز به نسل جوان انتقال دهند. این فعالیت ها علاوه بر عرصه های سیاسی، به تقویت «هویت یکپارچه دینی-انقلابی» در جامعه کمک میکند.مبلغان متخصص موظفند با زبان گویای زمانه، آرمانهای انقلاب را از حاشیه به متن زندگی جامعه بیاورند و نسلی را تربیت کنند که هم «عالم به فقه سیاسی» است و هم «مجاهد در میدان تبیین.»

تبلیغ در حوزه تخصصی پیشگیری از اعتیاد

فعالیت تبلیغ تخصصی در این حوزه، با تکیه بر آموزه های دینی و ظرفیت های معنوی، هدف اصلی خود را نه تنها در آگاهی رسانی، بلکه در «احیای امید»، «تقویت اراده» و «بازسازی هویت انسانی-دینی» افراد معتاد و در معرض خطر تعریف میکند. مبلغان تخصصی با حضور مستقیم در کمپ های ترک اعتیاد و جوامع محلی، به عنوان مشاوران معنوی و تسهیل گران فرآیند بهبود، نقشی بی بدیل در تلفیق «روشهای درمانی نوین» با «تعالیم اسلامی» ایفا میکنند.

حوزه تخصصی تبلیغ بالینی

فعالیت تبلیغ بالینی نه تنها تکمیل کننده خدمات درمانی است، بلکه تجلی عینی رسالت دین در همراهی با انسان در سخت ترین لحظات زندگی است. اداره کل تبلیغ تخصصی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم با بهره گیری از ظرفیت علمی دانش آموختگان این حوزه توانسته است الگوی پیشرو در تلفیق علم دینی و اخلاق مراقبت سلامت ارائه دهد. این اقدام، گامی اساسی در تحقق «دین همدل» و تقویت جایگاه نهادهای دینی به عنوان حامیان معنوی جامعه است.

> ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
> النحل ، آیه ۱۲۵

مهارت کنترل خشم

سلسله کارگاه های مهارت زندگی

موضوعات:

مهارت حل مسئله	استاد	هادی
ماهیت رضایتمندی	استاد	پسندیده
مهارت تاب آوری	استاد	زارعی
مهارت مثبت اندیشی	استاد	جمشیدی
مهارت گفتگو	استاد	جمشیدی
مهارت کنترل خشم	استاد	هادی
مهارت جرأتمندی	استاد	عابدینی

آموزش های کاربردی

رئیس مرکز آموزش های کاربردی اظهار داشت:

آموزش بیش از ۱۰۰ هزار مبلغ و فعال فرهنگی

محمد علی سلیمانی رئیس مرکز آموزش های کاربردی معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی از برگزاری دوره های آموزشی صورت گرفته در این مرکز، در سال ۱۴۰۳ خبرداد.

رئیس مرکز آموزش های کاربردی اظهار داشت: در سال ۱۴۰۳ تعداد ۲۶۸ دوره آموزشی به صورت حضوری و ۱۳۴ دوره آموزشی مجازی و همچنین ۳۳ اردوی آموزشی زیارتی با همکاری اساتید مجرب و توانمند در استان قم و دیگر شهرهای کشور برای ۱۰۳۶۸۱ مبلغ و فعالان فرهنگی با تلاش سه اداره «تربیت مربی کودک و نوجوان»، «آموزش استان ها» و «آموزش» صورت گرفته است.

وی درادامه افزود: عمده فعالیت های مرکزآموزش های کاربری را می توان در ۴ بخش **«همایش ها، کارگاه ها و نشست های علمی»، «دوره های آموزشی»، «اردوهای آموزشی زیارتی» و «دوره های مجازی و تولید محتوا»** بیان نمود.

سلیمانی گفت: فعالیت نخست این مرکز «همایش ها، کارگاه ها و نشست های علمی» با رویکرد تبیین جریانات روز و ارتقاء سطح دانش طلاب و مبلغین به جهت پاسخگویی به نیازهای روز و با اهداف «آشنایی با جریانات و اتفاقات روز»، «تأکید بر اخلاق و رفتار مبلغان»، «لزوم شبکه سازی و تبادل تجربیات» و «پاسخگویی به نیازهای روز مخاطبان» صورت پذیرفته است.

مرکز آموزش های کاربردی

وی در بخش دیگر سخنان خود «برگزاری دوره های آموزشی» را دومین فعالیت کلان مرکز آموزش های کاربردی عنوان کرد و اظهار داشت: این دوره ها با دو رویکرد تحکیم و تعمیق باورهای دینی درراستای دانش افزایی و مهارت افزایی طلاب، مبلغان، فعالان فرهنگی و فرهنگیان در سطوح مختلف کوتاه مدت، میان مدت، تربیت مبلغ و مربی با اهداف «توانمند سازی مهارتی و دانش طلاب و مبلغان»، «تربیت نیروی متخصص در حوزه های مختلف مورد نیاز جامعه»، «تحکیم خانواده و مقابله با آسیب های اجتماعی» و «پاسخگویی به شبهات درعرصه های مختلف اعتقادی، سیاسی و ..» برگزارو با کارورزی مهارتی دوره ها پایان می پذیرد.

وی استفاده از ظرفیت مهمانسرای شهید سلیمانی را که در آذرماه سال ۱۴۰۲ افتتاح گردید را از جمله اقدامات این مرکز به جهت صرف جویی در هزینه های برگزاری اردوهای آموزشی و زیارتی برشمرد و بیان کرد: برخی برنامه های آموزشی با هدف تنوع درقالب آموزش و تغییر محیط آموزشی درقالب اردوهای آموزشی و زیارتی در شهرهای قم و مشهد برگزار می گردد.

رئیس مرکز آموزش های کاربردی در بخش پایانی مطالب خود بر ضرورت بهره گیری از فضای مجازی درراستای مباحث آموزشی اشاره کرد و گفت: در راستای استفاده حداکثری از تکنولوژی روز و صرفه جویی درهزینه ها و زمان دانش پژوهان بسیاری از دوره های آموزشی به صورت مجازی «آنلاین/آفلاین» برگزارو تا کنون بالغ بر ۲۰۰ هزار دقیقه محتوای آموزشی دراین مرکز تولید شده است.

همایش‌ها، کارگاه‌ها و نشست های علمی		
تعداد دانش پژوهان	مدت ساعت آموزش	مجموع نفر ساعت
۶۲۹۸۵	۲۷۶۳	۱۰۲۱۰۲۷

دوره‌های آموزشی		
تعداد دانش پژوهان	مدت ساعت آموزش	مجموع نفر ساعت
۳۹۳۳۳	۶۳۴۷	۲۶۸۰۸۵۸

اردوها		
تعداد دانش پژوهان	مدت روز آموزش	مجموع نفر روز
۱۳۶۳	۱۲۱	۵۱۷۷

دوره‌های مجازی و تولید محتوا	
مجموع تعداد جلسات	۴۷۱۰

افتتاحیه سالن «بازی، تلاش و اندیشه» درمرکز آموزش های کاربردی

BALAGH | بلاغ

اردوی آموزشی ملاهای محلی فعال در جنوب شرق کشور

BALAGH | بلاغ

دوره آموزشی «آسیب های دوران نوجوانی» ویژه معاونین پرورشی

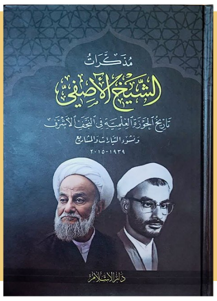
BALAGH | بلاغ

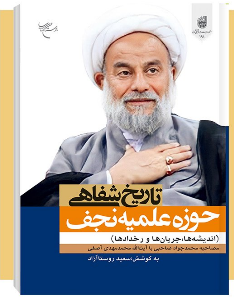
عَنْ أَبِي عَبْدِ اَللَّهِ علیه السلام : مَن تَعَلَّمَ العِلمَ و عَمِلَ بِهِ و عَلَّمَ للهِ ، دُعِيَ في مَلَكوتِ السَّماواتِ عَظيما ، فقيلَ : تَعَلَّمَ للهِ ، و عَمِلَ للهِ ، و عَلَّمَ للهِ ! [کافی، ج ۱، ص ۵۳، ح ۶.]

امام صادق علیه السلام میفرمایند: هرکس برای خدا دانش بیاموزد و به آن عمل کند و به دیگران آموزش دهد، درملکوت آسمان ها، به بزرگی یاد شود و گویند: برای خدا آموخت و برای خدا عمل کرد و برای خدا آموزش داد.

کتاب «تاریخ شفاهی حوزه علمیه نجف» اثر آیت‌الله محمدمهدی آصفی، یکی از آثار برجسته در زمینه تاریخ حوزه علمیه نجف است که به بررسی اندیشه‌ها، جریان‌ها و رخدادهای این حوزه می‌پردازد. این کتاب که حاصل مصاحبه‌های محمدجواد صاحبی با آیت‌الله آصفی و به کوشش سعید روستا آزاد تالیف شده است، تصویری جامع و متفاوت از حوزه علمیه نجف ارائه می‌دهد. این اثر در ۹ فصل تدوین شده و موضوعاتی همچون زندگی‌نامه آیت‌الله آصفی، ویژگی های حوزه نجف، اندیشه‌های فلسفی و سیاسی، و نقش حوزه در تحولات اجتماعی و سیاسی عراق را پوشش می‌دهد.

این کتاب در سال ۱۴۰۳ به زبان عربی ترجمه شد و مخاطبان عرب‌زبان نیز می‌توانند از محتوای ارزشمند آن بهره‌مند شوند.


مذکرات الشیخ الآصفی
تاریخ الحوزة العلمیة فی النجف الأشرف
دار الإسلام


تاریخ شفاهی حوزه علمیه نجف
(اندیشه‌ها، جریان‌ها و رخدادها)
مصاحبه محمدجواد صاحبی با آیت‌الله محمدمهدی آصفی
به کوشش سعید روستاآزاد

تولید محتوا

رئیس گروه تولید محتوا تأکید کرد:

ضرورت تهیه محتوای کاربردی برای مبلغان

حجت الاسلام والمسلمین مصطفی آزادیان رئیس گروه تولید محتوای معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی به ارائه گزارش فعالیت‌های این گروه در سال ۱۴۰۳ پرداخت. وی اظهار داشت: فعالیت‌های گروه تولید محتوا در سال ۱۴۰۳ در ذیل شش عنوان گزارش می‌شود:

۱. تولید و عرضه دو فصلنامه پژوهشنامه تبلیغ اسلامی

- دو فصلنامه پژوهشنامه تبلیغ اسلامی شماره ۱۱: ۱۴۸ صفحه، (فصل بهار و تابستان ۱۴۰۳)؛
- دو فصلنامه پژوهشنامه تبلیغ اسلامی شماره ۱۲: ۱۷۴ صفحه، (فصل پاییز و زمستان ۱۴۰۳)؛

پژوهشنامه تبلیغ اسلامی ۱۲
پژوهشنامه تبلیغ اسلامی ۱۱

۲. تولید و عرضه دو فصلنامه تبلیغ و خانواده

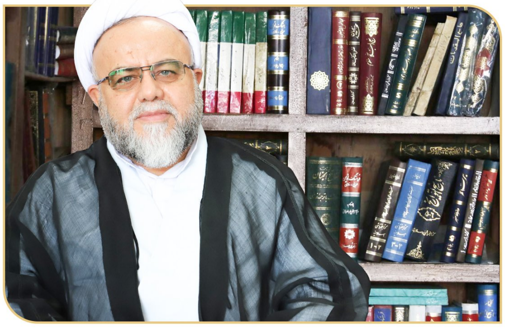
- دو فصلنامه تبلیغ و خانواده شماره ۴: ۱۲۸ صفحه، (فصل بهار و تابستان ویژه محرم الحرام ۱۴۴۶ه.ق)؛
- دو فصلنامه تبلیغ و خانواده شماره ۵: ۱۱۶ صفحه، (فصل پاییز و زمستان ویژه ماه مبارک رمضان ۱۴۴۶ه.ق)؛

تبلیغ و خانواده
دو فصلنامه
تبلیغ و خانواده
دو فصلنامه

۳. تولید و عرضه دو فصلنامه تبلیغ و تقریب

- دو فصلنامه تبلیغ و تقریب شماره ۴: ۱۰۸ صفحه، (فصل بهار و تابستان ویژه محرم الحرام ۱۴۴۶ ه.ق)؛
- دو فصلنامه تبلیغ و تقریب شماره ۵: ۱۱۶ صفحه، (فصل پاییز و زمستان ویژه ماه مبارک رمضان ۱۴۴۶ه.ق)؛

تبلیغ و تقریب
دو فصلنامه
تبلیغ و تقریب
دو فصلنامه



۴. تولید و عرضه فصلنامه ره توشه

- فصلنامه ره توشه شماره ۱۷: ۹۸ صفحه، (فصل بهار ویژه سی و پنجمین سالگرد ارتحال حضرت امام(ره))؛
- فصلنامه ره توشه شماره ۱۸: ۱۶۴ صفحه، (فصل تابستان ویژه محرم الحرام ۱۴۴۶ه.ق)؛
- فصلنامه ره توشه شماره ۱۹: ۶۸ صفحه، (فصل پاییز ویژه ایام فاطمیه ۱۴۴۶ه.ق)؛
- فصلنامه ره توشه شماره ۲۰: ۳۰۸ صفحه، (فصل زمستان ویژه ماه مبارک رمضان ۱۴۴۶ه.ق)؛

ره توشه
ره توشه
ره توشه
ره توشه

۵. تولید کتاب

- تجربه نگاری تبلیغی مبلغان در زندان در ۱۲۰ صفحه؛
- خاطره نگاری تبلیغی در مناطق عشایری در ۱۲۰ صفحه؛
- تولید کتاب تاریخ شفاهی تبلیغ در حوزه علمیه قم در ۵۶۶ صفحه؛
- انعقاد قرارداد مرحله نخست تدوین کتاب تاریخ شفاهی دفتر تبلیغات اسلامی در ۱۰۰۰ صفحه؛

۶. تولید و عرضه محتوای مکتوب سیاسی اجتماعی

با همکاری مرکز پژوهش‌های تبلیغ حوزه علمیه، اداره راهبری محتوای تبلیغی سازمان تبلیغات اسلامی و مرکز مطالعات و پاسخگویی به شبهات حوزه علمیه

- ویژه نامه صفرالخیر؛ ۱۰۰ صفحه؛ تابستان ۱۴۰۳؛
- ویژه نامه سید مقاومت شهید سید حسن نصرالله؛ ۱۵۰ صفحه؛ پائیز ۱۴۰۳؛
- ویژه نامه انقلاب و مقاومت، ۲۰۰ صفحه؛ زمستان ۱۴۰۳؛

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا
الأحزاب
آیه ۷۰

گروه تولید محتوا

منابع انسانی و پشتیبانی

حجت الاسلام والمسلمین نوروزنژاد تبیین نمود:

اقدامات مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی در سال ۱۴۰۳

اداره منابع انسانی و پشتیبانی

حجت الاسلام والمسلمین حمید نوروزنژاد مدیر منابع انسانی و پشتیبانی معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی عملکرد این اداره در سال ۱۴۰۳ را تشریح کرد.

حجت الاسلام والمسلمین نوروزنژاد اظهارداشت: عملکرد اداره منابع انسانی و پشتیبانی در سال ۱۴۰۳ در دو کلان محور به شرح ذیل جهت استحضار و بهره برداری ارائه می گردد:

الف) حوزه منابع انسانی:

۱.ارزیابی و نیازسنجی از وضعیت ساختار، سازمان نفرات سرمایه انسانی تمامی واحد های معاونت فرهنگی و تبلیغی

۲. همکاری در طرح‌های تشکیلاتی، تهیه شرح وظایف و پست های سازمانی؛

۳. پیگیری امور جاری در حوزه پرسنلی همکاران معاونت به شرح ذیل:

۳-۱. امور مربوط به تسویه سنوات ، مرخصی ، ماموریت، ارتقاء ، جابجایی پست و...؛

۳-۲. امور مربوط به جذب مانند جذب و بکارگیری سرمایه انسانی، تمدید یا فسخ قرارداد، ارزیابی سالانه و...؛

۳-۳. امور مربوط به سوابق بازنشستگی، تکمیل درمان (همکاران و مبلغان) ، بیمه تامین اجتماعی و....،

۳-۴. امور مربوط به وام کارمندی و اضطراری، تسهیلات رفاهی، بهداشتی و ورزشی ، عیادت و سرکشی از همکاران ، بازنشستگان و مبلغان و ...؛

۳-۵. امور مربوط به آموزش و ارزشیابی مانند آموزش بدو خدمت، آموزش های مورد نیاز حسب اقتضاء پست سازمانی همکاران محترم و...؛

ب) حوزه پشتیبانی:

۱. نصب پنجره های دوجداره طبقه همکف و اول ساختمان فرهنگی‌تبلیغی؛

۲. بازسازی و بهسازی اتاق نگهبانی ساختمان فرهنگی تبلیغی؛

۳. بازسازی و بهسازی سالن اجتماعات مرکز آموزش های کاربردی؛

۴. رنگ آمیزی، بازسازی و بهسازی اتاق معاونت فرهنگی تبلیغی؛

۵. رنگ آمیزی اتاق ها و خرید اسباب بازی برای اداره تربیت مربی کودک و نوجوان مرکزآموزش های کاربردی ؛

۶. تهیه صندلی برای کلاس آموزش اداره آموزش استان مرکز آموزش های کاربردی ؛

۷. تجهیزو به روزرسانی استودیو مرکزآموزش های کاربردی؛

۸. خرید دو دستگاه سرور برای اداره فناوری اطلاعات ؛

۹. خریددو دستگاه آبسردکن برای مرکزآموزش های کاربردی ؛

فناوری و اطلاعات

مهندس سعادتمند تبیین نمود:

اقدامات برجسته اداره فناوری اطلاعات در سال ۱۴۰۳

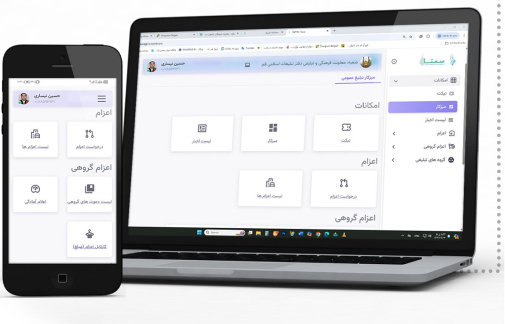
مهندس علیرضا سعادتمند، رئیس اداره فناوری اطلاعات معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی، ضمن تشریح دستاوردهای این اداره در سال ۱۴۰۳، سه حوزه کلیدی «سخت افزار و شبکه»، «نرم‌افزار» و «پشتیبانی» را به عنوان محورهای اصلی اقدامات معرفی کرد.

حوزه سخت‌افزار و شبکه

مهندس سعادتمند در حوزه سخت‌افزار و شبکه به ارتقاء گسترده تجهیزات اشاره کرد و گفت: با ارتقاء ۸۰ درصد از کیس ها و مانیتورهای معاونت فرهنگی و تبلیغی، زیرساخت فناوری اطلاعات بهبود قابل توجهی پیدا کرده است. علاوه بر این، با ایجاد روال‌های منظم بک‌آپ‌گیری از سرورها و تدوین طرح مرحله ای برای ارتقاء سخت‌افزارها، تلاش کرده‌ایم پایداری و امنیت سیستم‌ها و سامانه ها را به حداکثر برسانیم. همچنین پشتیبانی از سرورهای داخلی معاونت به صورت مستمر انجام شده است که این اقدام به بهره‌وری بیشتر در سازمان کمک کرده است.

حوزه نرم‌افزار

وی در ادامه درباره حوزه نرم‌افزار اظهار داشت: در این حوزه موفق شده‌ایم پشتیبانی از سامانه‌های مختلفی مانند اعزام عمومی، اعزام تخصصی، حضور و غیاب، ره‌توشه موبایل، کنترل پروژه و سامانه پرداخت‌ها را بهبود بخشیم. همچنین با توسعه نسل جدید سامانه سمتا، استقرار و کانورت اطلاعات اعزام عمومی و تخصصی، و یکپارچه‌سازی اطلاعات مبلغین و پرونده‌های تخصصی و عمومی، توانسته‌ایم تجربه کاربران را ارتقا دهیم.



سعادتمند گفت: در طراحی سامانه جدید سمتا، نیازمندی های مبلغان و ادارات اعزام، تحلیل و بررسی گردید و بر اساس آن طرح پیاده سازی سامانه جدید تدوین شد. سامانه جدید سمتا هم اکنون، بر اساس معماری ها و تکنولوژی های جدیدی همچون «nexstjs» ، microservice، «spa» و با «ui/ux» جدید، در دسترس مبلغان قرار گرفته است.

وی افزود: از ویژگی های سامانه جدید سمتا می توان به «ارتقای سرعت سامانه»، «بهبود ux» و «اعمال موارد و نکات مطرح شده از سوی مبلغان و کارشناسان اعزام» اشاره کرد. نسخه جدید سمتا به گونه ای است که در تلفن های همراه به صورت بهینه و واکنشگرا (eesponsive)، قابل مشاهده می باشد و تجربه کاربری خوبی در موبایل به کاربران ارائه می دهد .

رئیس اداره فناوری اطلاعات معاونت بیان کرد: از دیگر اقدامات این اداره، تحلیل و طراحی سامانه پرونده آموزش مبلغان و بانک اطلاعات اساتید می باشد و این مورد به گونه ای طراحی شده است که کاربران به صورت متمرکز و در یک میزکار بتوانند اطلاعات تبلیغی و آموزشی خود را ملاحظه نمایند.

از جمله دستاوردهای مهم، انتقال اطلاعات ملاهای محلی به دفتر رهبری و ایجاد زیرساخت مناسب برای فراخوانی اطلاعات مربوط به مبلغین بوده است.

علاوه بر این، تعاملات مؤثر با حوزه علمیه خواهران نیز به منظور ایجاد سرویس‌های مشترک و تبادل داده‌ها صورت گرفته است که زمینه همکاری‌های آینده را فراهم کرده است.

حوزه پشتیبانی

در بخش پشتیبانی، مهندس سعادتمند به اهمیت خدمات دهی مستقیم به کاربران اشاره کرد و افزود: ما با ارائه راهنمایی حضوری و تلفنی و همچنین پاسخگویی در پیامرسان سروش به صورت ویژه، تلاش کرده‌ایم مشکلات نرم افزاری مبلغان را رفع کنیم و فرآیندهای اعزام را برای ایشان ساده‌تر نماییم . همچنین، با ارائه آموزش‌های لازم به کاربران شعب و نمایندگی ها، به ویژه در مواجهه با تغییرات نیروی انسانی، شرایط بهتری برای فعالیت‌های آموزشی و تبلیغی فراهم شده است.

مهندس سعادتمند ضمن تأکید بر ضرورت همکاری با سایر نهادها و مؤسسات، بر اثرات مثبت این اقدامات در ارتقاء سطح خدمات معاونت فرهنگی و تبلیغی و افزایش بهره وری در سازمان اشاره کرد. او گفت: این دستاوردها نتیجه تلاش‌های تیمی و برنامه‌ریزی دقیق بوده و در آینده نیز در مسیر توسعه فناوری اطلاعات گام‌های جدیدی برداشته خواهد شد.

اداره فناوری اطلاعات

تعاملات و همکاری ها

حجت‌الاسلام والمسلمین یحیی کمال، رئیس اداره تعاملات و همکاری ها، گزارشی جامع درخصوص فعالیت‌های برجسته این اداره در سال ۱۴۰۳ ارائه نمود.

حجت‌الاسلام والمسلمین یحیی کمال، رئیس اداره تعاملات و همکاری‌ها، گزارشی جامع درخصوص فعالیت‌های برجسته این اداره در سال ۱۴۰۳ ارائه نمود. این گزارش بر اهمیت تعاملات و همکاری‌ها به‌عنوان یکی از ارکان کلیدی توسعه خدمات فرهنگی و تبلیغ و توسعه تبلیغ تأکید داشت.

وی اظهار داشت: بخش تعاملات و همکاری‌ها نقش کلیدی در موفقیت اهداف دفتر تبلیغات اسلامی ایفا می‌کند. این بخش با ایجاد فرصت‌های جدید و بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگی و تبلیغی، درراستای توسعه و تعمیق دین و باورهای دینی، تقویت پیام‌های دینی و گسترش فعالیت‌های تبلیغی درجامعه گام‌های مؤثری برمی‌دارد.

حجت‌الاسلام کمال تأکید کرد: توسعه تبلیغ مؤثر و جریان سازی فرهنگی درحوزه تبلیغ دین وابسته به گسترش تعاملات و همکاری‌های درون‌سازمانی و برون‌سازمانی است. بخش تعاملات و همکاری‌ها، مهم‌ترین عامل در تحقق این هدف و توسعه تبلیغ در دفتر تبلیغات اسلامی محسوب می‌شود.

رئیس اداره تعاملات و همکاری‌ها گفت: اداره تعاملات و همکاری‌ها در دفتر تبلیغات اسلامی درسه حوزه اصلی فعالیت دارد که هر یک از این حوزه‌ها نقش مهمی در تحقق اهداف فرهنگی و تبلیغی این نهاد تبلیغی ایفا می‌کنند.

حوزه اول: همایش‌ها و نشست‌ها

حجت‌الاسلام کمال گفت: اداره تعاملات و همکاری‌ها در دفتر تبلیغات اسلامی مسئولیت برگزاری و مدیریت همایش‌ها و نشست‌ها را بر عهده دارد. این اداره در سال ۱۴۰۳ توانسته ۱۱ نشست تخصصی و عمومی را برگزار کند که شامل نشست‌های ویژه ماه رمضان، ماه محرم، یادواره مبلغان مجاهد برای نکوداشت مبلغان مجاهد در دفاع مقدس، همایش «حزب‌الله زنده است» برای بزرگداشت جبهه مقاومت و شخصیت شهید سید حسن نصرالله و همچنین نشست‌های تخصصی پیرامون جهاد تبیین، مقاومت و نبرد روایت‌ها بوده است. این نشست‌ها در بازه زمانی یک‌روزه تا چندروزه برگزار شده است.

وی افزود: در این نشست‌ها، بیش از ۲۷۰۰ مبلغ به‌صورت حضوری شرکت کردند و مجموعاً ۱۵۶۰۰ نفر ساعت دوره آموزشی را پشت سر گذاشتند. علاوه بر این، بخش قابل توجهی از مبلغان نشست‌ها را از طریق فضای مجازی و پخش آنلاین دنبال کردند و بیش از ۵۰ هزار نفر از مبلغان از این نشست‌ها استقبال کرده‌اند.

رئیس اداره تعاملات و همکاری‌ها بیان کرد: این اداره همچنین مسئولیت برگزاری جلسات کمیته نشست‌ها و همایش‌ها را برعهده دارد که با حضور نمایندگان بخش های مختلف معاونت فرهنگی و تبلیغی، روابط عمومی و حراست برای هماهنگی و بهبود کیفیت اجرا تشکیل می‌شود. درسال ۱۴۰۳ بیش از ۱۸ جلسه برگزار شد که برخی از آن‌ها به بررسی شیوه‌های اجرایی نشست‌ها اختصاص داشت و بخش دیگر به آسیب‌شناسی و تحلیل نقاط ضعف پس از برگزاری نشست ها معطوف بود.

حوزه دوم: تفاهم‌نامه‌ها و همکاری‌های بین‌سازمانی

حجت‌الاسلام یحیی کمال، با ارائه گزارشی پیرامون حوزه دوم فعالیت این اداره، به نقش کلیدی آن در امضای تفاهم نامه‌ها و ایجاد همکاری‌های جدید با سازمان‌ها و نهادهای بیرونی دفتر تبلیغات اسلامی اشاره کرد و تاکید کرد: در سال ۱۴۰۳، این اداره توانسته است زمینه انعقاد تفاهم نامه را بین معاونت فرهنگی و تبلیغی با نهادهای مهم و تأثیرگذار مانند سازمان زندان‌های استان قم و کمیته امداد امام خمینی استان قم فراهم سازد

وی همچنین به برگزاری بیش از ۱۱ جلسه رایزنی اولیه با نهادها، از جمله شورای سیاست‌گذاری ائمه جمعه، مسجد مصلای قدس قم، مؤسسه آموزش و ترویج وزارت جهاد کشاورزی، و دادسرای ویژه روحانیت اشاره کرد.

رئیس اداره تعاملات و همکاری‌ها خاطرنشان کرد: پیگیری اجرایی‌سازی تفاهم‌نامه‌ها نیز بخش مهمی از وظایف این اداره را تشکیل داده است. طی سال گذشته، بیش از ۱۲ جلسه با نهادهای امضاکننده تفاهم‌نامه‌ها، نظیر سازمان عقیدتی سیاسی ارتش، وزارت دفاع، وزارت نفت، سازمان زندان‌ها، و کمیته امداد امام خمینی برگزار شده که با بررسی چالش‌ها و آسیب‌شناسی، نتایج مثبتی در توسعه همکاری‌ها و تحقق اهداف مشترک حاصل شده است.

حوزه سوم: نمایندگی دفتر تبلیغات اسلامی در جلسات استانی و ملی

حجت‌الاسلام و المسلمین کمال اظهار داشت: یکی دیگر از وظایف اداره تعاملات، نمایندگی دفتر تبلیغات اسلامی و معاونت فرهنگی تبلیغی در برخی از جلسات استانی و ملی است که نقش مهمی در معرفی و پیشبرد اهداف فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی ایفا می‌کند.

وی بیان کرد: در سال ۱۴۰۳، اداره تعاملات در بیش از ۲۴ جلسه استانی و ملی شرکت داشته است. ازجمله مهم‌ترین این جلسات می‌توان به حضور نماینده دفتر در ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق ارز و کالا (بیش از ۴ جلسه)، جلسات هفته پژوهش دفتر تبلیغات اسلامی (بیش از ۳ جلسه)، و جلسات ستاد و بنیاد مهدویت در استان قم (بیش از ۱۰ جلسه)، جلسات سازمان نشر آثار دفاع مقدس (۳ جلسه) اشاره کرد.

این جلسات بستری مناسب برای ارائه پیشنهادات معاونت فرهنگی و تبلیغی و کمک به بهبود عملکرد نهادهای مرتبط و شناسایی فضاها، ظرفیت ها و مخاطبان جدید برای دفتر تبلیغات اسلامی فراهم کرده است.

گفتنی است حجت‌الاسلام کمال در پایان این گزارش، از حمایت‌های ارزشمند معاون محترم فرهنگی و تبلیغی، حجت الاسلام والمسلمین روستاآزاد، و همکاری‌های گسترده بخش‌های مختلف معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی، نظیر اداره کل تبلیغ تخصصی، اداره کل تبلیغ عمومی و گروه تولید محتوا، تقدیر ویژه‌ای به عمل آورد و ابراز امیدواری کرد که درسال جاری، با تلاش‌های بیشتر و شناسایی ظرفیت های جدید، رسالت تبلیغ دین با موفقیت و تأثیر بیشتری در جامعه، به‌ویژه میان نسل جوان، انجام شود.

برنامه و بودجه

دکتر خونچمن تشریح کرد:

اقدامات گروه مطالعات، برنامه‌ریزی و بودجه در سال ۱۴۰۳

دکتر علی خونچمن رئیس گروه مطالعات، برنامه‌ریزی و بودجه معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی به ارائه گزارش فعالیت های این گروه در سال ۱۴۰۳ پرداخت. رئیس گروه مطالعات، برنامه‌ریزی و بودجه اظهار داشت: از اقدامات صورت گرفته توسط این گروه در سال گذشته می توان به «تنظیم، پیشنهاد، تسهیم و تخصیص و جابجایی بودجه معاونت»، «تعیین یا تأیید کد فعالیت ها برای پرداخت وجه و ممانعت از پرداخت برای فعالیت های فاقد بودجه»، «ثبت هزینه‌های هرکد فعالیت بر اساس نامه‌های صادره»، «ثبت مشخصات فعالیت های معاونت» و «پیگیری مبالغ واریزی به حساب معاونت جهت ساماندهی درکد فعالیت ها» اشاره نمود.

وی درادامه بیان کرد: دریافت گزارشات «پروژه ها ازسامانه کنترل پروژه»، «نفرروز اعزام های عمومی ازسامانه سمتا»، «نفرروز تبلیغ تخصصی ازسامانه کسری» و ثبت کمیت های محقق درسامانه ساتع برای تمام خروجی ها و همچنین تهیه گزارشات مورد نیاز معاونت از دیگر اقدامات این گروه می باشد.

دکتر خونچمن تصریح کرد: «ارزیابی ره توشه های محرم، رمضان، خانواده و مناطق مشترک»، «ارزیابی کتب تولید و منتشر شده توسط گروه تولید محتوا»، «جلسه با مسؤلین ادارات معاونت جهت بهبود عملکرد و مدیریت بودجه و توسعه تفکر راهبردی»، «ارتباط مستمر با شعب و نمایندگی ها جهت بهبود عملکرد فرهنگی و تبلیغی» و «انجام امور مرتبط با هیئت اندیشه‌ورز معاونت» از جمله فعالیت های گروه مطالعات، برنامه‌ریزی و بودجه می باشد.

رئیس گروه مطالعات، برنامه‌ریزی و بودجه بیان کرد: آیین نامه های «جذب و ارتقاء تبلیغ عمومی»، «انضباطي مبلغان»، «حمایت ازگروه‌های تبلیغی»، «حق الزحمه اساتید مصاحبه در جذب و ارتقاء مبلغان» و «اساسنامه صندوق قرض الحسنه کوثر(کارکنان معاونت فرهنگی و تبلیغی)» در این گروه مورد بررسی و تدوین قرارگرفته است. وی درادامه افزود:

ازدیگر اقدامات گروه مطالعات، برنامه‌ریزی و بودجه می توان به«بررسی و نقد گزارش تحلیلی ۱۴۰۲ معاونت»، «همکاری و شرکت درجلسات ستاد راهبری جمعیت»، «تهیه برنامه های پیشنهادی دفتر تبلیغات اسلامی در هفته جمعیت»، «تهیه برنامه های پیشنهادی در ارتباط با مبارزه با قاچاق کالا و ارز»، «بازنگری شرح وظایف ادارات معاونت فرهنگی و تبلیغی»، «همکاری با دبیرخانه شورای همت و تنظیم طرح ها و برنامه ها برای جلسات شورای همت»، «همکاری با اداره توسعه و بهبود فرآیندها» و «همکاری با قطب های فکری و فرهنگی در تنظیم و تصویب فعالیت ها» اشاره کرد.

امام علي عليه السلام : طَلَبُ التَّعاوُنِ عَلي إقامَةِ الحَقِّ دِيانَةٌ و أمانَةٌ

درخواست همكاري براي برپا كردن حق ، نشانه ديانت و امانت [داري]است.

عيون الحكم والمواعظ ، ح ۵۵۶۳

جشنواره نوآوری های تبلیغی جنات

اباذر جعفری دبیر جشنواره جنات در گفتگو با خبرنگار ما ضمن اعلام آمار ثبت **۱۲۴۰ فعالیت نوآورانه تبلیغی** در سامانه جشنواره جنات از پایان یافتن مهلت شرکت در این جشنواره خبرداد.

دبیر جشنواره جنات در ادامه مطالب خود به تفکیک فعالیت های نوآورانه تبلیغ از سوی مبلغان برادر و خواهر پرداخت و بیان کرد: از ۱۲۴۰ فعالیت بارگزاری شده در سامانه جشنواره، ۴۳ درصد از سوی مبلغان خواهر و ۵۷ درصد توسط مبلغان برادر به ثبت رسیده است.

جعفری افزود: کمیته محتوایی و مصاحبه گران جشنواره جنات از آغاز این جشنواره، شروع به اتخاذ مصاحبه های علمی و محتوایی از صاحبان فعالیت نموده و تاکنون ۳۳۶ فرآیند مصاحبه های اجمالی و تکمیلی به پایان رسیده است.

وی در بخش دیگر سخنان خود به برگزاری رویدادهای مختلف در عرصه جشنواره جنات اشاره کرد و گفت: در خلال این جشنواره ۱۱ رویداد در شهرهای قم، مشهد، اصفهان و خوزستان ویژه مبلغان برادر و خواهر با هدف ارائه الگوی میدانی فعالیت های تبلیغی، برگزار شده که در هر رویداد ضمن ارائه فعالیت های نوآورانه تبلیغی توسط مبلغان، داوران ارزیابی و نکات راهبردی خود را بیان نموده و حاضرین در این نشست ها، نسبت به کیفیت فعالیت ها رای خود را اعلام نمودند.

دبیر جشنواره جنات اظهار داشت: فرآیند بررسی، تحلیل و داوری توسط کمیته داوران با تمرکز بر شاخص ها و ویژگیهای مد نظر جشنواره، نسبت به اولویت بندی و امتیاز دهی فعالیت های ثبت شده در سامانه، آغاز شده است.

جعفری در پایان مطالب خود به برگزاری اختتامیه جشنواره جنات اشاره کرد و گفت: اختتامیه این جشنواره در بهار ۱۴۰۴ با مشارکت نهادهای عالی حوزوی و معرفی و تقدیر از برگزیدگان جشنواره، برگزار خواهد شد.

محورهای جشنواره

تبلیغ عمومی و سنتی

تبلیغ تخصصی، براساس موضوع، مخاطب، محیط، یا مساله تخصصی

تبلیغ اجتماعی
(جریان سازی اجتماعی، مدیریت فرهنگی، مسجدداری، مدرسه داری، محله داری، جریان سازی فرهنگی)

بخش ویژه جشنواره
"خانواده، زیست عفیفانه و هویت نوجوان و جوان"

۱۱ رویداد در شهرهای قم، مشهد، اصفهان و خوزستان ویژه مبلغان برادر و خواهر

تعدادی از داوران آقایان

سید حامد شریعتمداری
مدیرکل تبلیغ عمومی
معاونت فرهنگی و تبلیغی

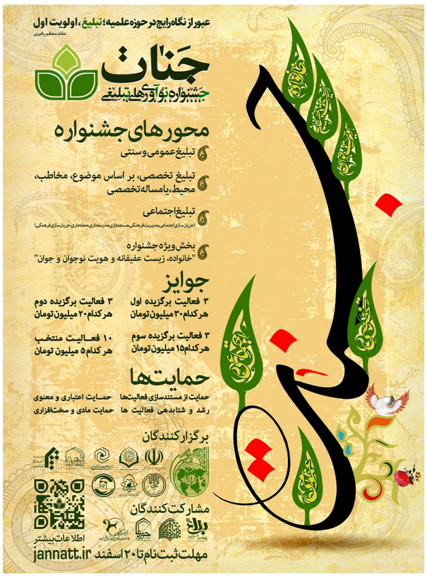
عبدالحسین مشکانی
مسئول دبیرخانه
کانون های عظیم تبلیغی

محمدرضا برته
مسئول دبیرخانه قطب ها و
انجمن های علمی حوزه

رضا عزت زمانی
معاون فرهنگی سازمان
تبلیغات اسلامی

آرش رجبی
معاون فرهنگی و تبلیغی
مرکز مدیریت حوزه های
علمیه خواهران

سید مهدی روح بخش
مدیر مرکز خلاقیت و نوآوری
اشراق خراسان


عبور از نگاه رایج در حوزه علمیه؛ تبلیغ، اولویت اول
مقام معظم رهبری

جنات
جشنواره نوآوری های تبلیغی

محورهای جشنواره
- تبلیغ عمومی و سنتی
- تبلیغ تخصصی، بر اساس موضوع، مخاطب، محیط، یا مساله تخصصی
- تبلیغ اجتماعی
(جریان سازی اجتماعی، مدیریت فرهنگی، مسجدداری، مدرسه داری، محله داری، جریان سازی فرهنگی)
- بخش ویژه جشنواره
"خانواده، زیست عفیفانه و هویت نوجوان و جوان"

جوایز
۳ فعالیت برگزیده اول
هر کدام ۳۰ میلیون تومان
۳ فعالیت برگزیده دوم
هر کدام ۲۰ میلیون تومان
۳ فعالیت برگزیده سوم
هر کدام ۱۵ میلیون تومان
۱۰ فعالیت منتخب
هر کدام ۵ میلیون تومان

حمایت‌ها
حمایت از مستندسازی فعالیت‌ها
حمایت اعتباری و معنوی
رشد و شتابدهی فعالیت ها
حمایت مادی و سخت‌افزاری

برگزارکنندگان

مشارکت کنندگان

اطلاعات بیشتر
jannatt.ir
مهلت ثبت نام تا ۲۰ اسفند

تعدادی داوران خواهران

معصومه بهرامی
مدیرکل تبلیغ جامعه الزهرا

سعیده جلالی
عضو هیات مدیره موسسه حرا
فعال در حوزه بانوان و بین الملل

فاطمه یاوری
معاون تهذیب و امور فرهنگی
موسسه آموزش عالی حوزوی
معصومیه

فاطمه حیدری
مدیرکل روابط عمومی
جامعه الزهرا (س)

مریم میرسلیم
مسئول واحد خواهران نهاد
نمایندگی مقام معظم رهبری
در دانشگاه آزاد

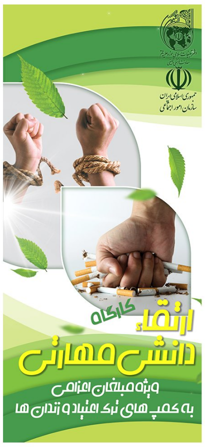
صغری نورافشان
مدیر حوزه علمیه الزهرا (س) اهواز

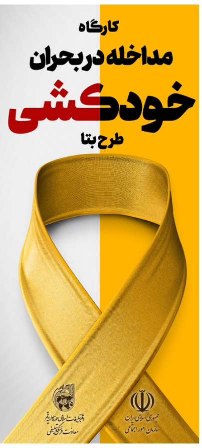
مشارکت کنندگان

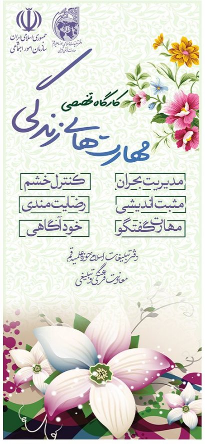
طرح کاهش آسیب های اجتماعی

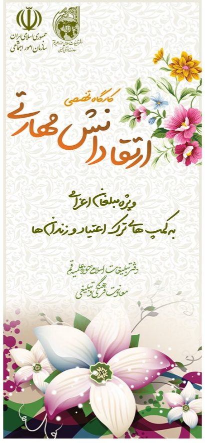
رهبر معظم انقلاب:

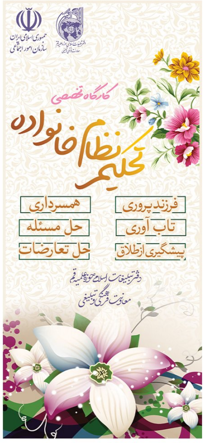
«ما مردم را باید عائله‌ی خودمان بدانیم. ... به مسئله‌ی آسیب های اجتماعی در سطح کشور جوری نگاه کنیم که اگر این آسیب در داخل خانواده‌ی خود ما بود، آن‌جور نگاه می‌کردیم. اگر بنده یک بچه‌ی معتاد داشته باشم چه حالی دارم؟ اگر کسی در خانه یک دختر فراری از خانه داشته باشد چه حالی دارد؟ تصورش را بکنید، اگر این دختر از خانه‌ی دیگری هم فرار کرد، ما باید همان احساس را به خودمان تلقین کنیم ولو طبیعتاً نداشته باشیم... ما باید به این قضیه در سطح جامعه حساس باشیم و به فکر علاج باشیم... ما در واقع اهتماممان به وضعیت مردم مثل اهتماممان به داخل خانواده‌ی خودمان باشد.» ۱۳۹۵/۰۲/۳۰

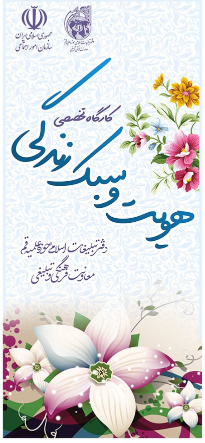

دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم
معاونت فرهنگی و تبلیغی
جمهوری اسلامی ایران
سازمان امور اجتماعی
کارگاه
ارتقاء
دانش مهارتی
ویژه مبلغان اعزامی
به کمپ های ترک اعتیاد و زندان ها


کارگاه
مداخله در بحران
خودکشی
طرح بتا
دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم
معاونت فرهنگی و تبلیغی
جمهوری اسلامی ایران
سازمان امور اجتماعی


جمهوری اسلامی ایران
سازمان امور اجتماعی
کارگاه تخصصی
مهارت های زندگی
مدیریت بحران
کنترل خشم
مثبت اندیشی
رضایت مندی
مهارت گفتگو
خودآگاهی
دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم
معاونت فرهنگی و تبلیغی


جمهوری اسلامی ایران
سازمان امور اجتماعی
کارگاه تخصصی
ارتقاء دانش مهارتی
ویژه مبلغان اعزامی
به کمپ های ترک اعتیاد و زندان ها
دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم
معاونت فرهنگی و تبلیغی


جمهوری اسلامی ایران
سازمان امور اجتماعی
کارگاه تخصصی
تحکیم نظام خانواده
فرزندپروری
همسرداری
تاب آوری
حل مسئله
پیشگیری از طلاق
حل تعارضات
دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم
معاونت فرهنگی و تبلیغی


جمهوری اسلامی ایران
سازمان امور اجتماعی
کارگاه تخصصی
هویت و سبک زندگی
دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم
معاونت فرهنگی و تبلیغی

توسط معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی صورت پذیرفت؛

برگزاری کارگاه های آموزشی و اعزام مبلغ در عرصه کاهش آسیب های اجتماعی

معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم در راستای لبیک به رهنمودهای مقام معظم رهبری، به منظور رفع و کاهش آسیب های اجتماعی در سطح کشور، علاوه بر اقدامات معمول و مستمر خود در طول سال، فعالیت جدیدی را در این حوزه به صورت منسجم تر و موثر تر با همکاری وزارت کشور رقم زده است.

این معاونت با مطالعات راهبردی و در همکاری با وزارت کشور، ۱۷ استان البرز، ایلام، اصفهان، سمنان، چهارمحال و بختیاری، سیستان و بلوچستان، آذربایجان غربی، تهران، چهارمحال و بختیاری، خراسان شمالی و رضوی، زنجان، قم، قزوین، لرستان، همدان و یزد را جامعه هدف طرح و برنامه های موضوع مورد نظر خود قرار داد.

شایان ذکر است در جلسات هم اندیشی مسئولان ذی ربط و همچنین جلسات هم فکری با مبلغان متخصص در این طرح، ۸ موضوع به صورت کلی با عناوین «آموزش های پیش از ازدواج»، «تحکیم خانواده»، «زیست عفیفانه»، «هویت و سبک زندگی اسلامی»، «پیشگیری از خودکشی»، «پیشگیری از اعتیاد»، «مهارت های زندگی» و «امداد فرهنگی و مددکاری اجتماعی» انتخاب شد.

طبق گزارشات موجود، در سال گذشته، ۸۹ برنامه منظم و مدوّن در موضوعات ذکر شده، طراحی و این برنامه در قالب کارگاه های نیم روزه ۴(ساعته) و یکروزه ۸(ساعته) در استان های هدف برای حدود ۳۰ هزار نفر از مخاطبین، توسط مبلغان و گروه های تبلیغی تخصصی برگزار و مورد استقبال شرکت کنندگان قرار گرفت.

برگزاری ۵۰ اردوی آموزشی-زیارتی و کارگاه های آموزشی در موضوعاتی همچون:
«تربیت مربی خانواده»، «مقابله با بحران خودکشی»، «عقلانیت در زندگی»، «نشست های مهارت های زندگی»، «تربیت مدرس پیشگیری از خودکشی»، «دوره تربیت جنسی و زیست عفیفانه»، «روانشناسی نوجوان»، «تبلیغ موثر؛ روانشناسی در خدمت تبلیغ»، «جوانی جمعیت»، «مشاوره کودک و نوجوان»، «دوره آموزشی مددکاری اجتماعی»، «دوره آموزشی تسهیل گری ازدواج»، «دوره آموزشی آسیب های دوره نوجوانی»، «اصول و فنون مشاوره و خانواده درمانی»، «تربیت مربی خانواده» و ... از جمله فعالیت ها در حوزه کاهش آسیب های اجتماعی بوده که توسط مرکز آموزش های کاربردی این معاونت صورت گرفته است.

لازم به ذکر است در سال ۱۴۰۳ بیش از ۱۴هزار نفر روز اعزام، در قالب نزدیک به ۳۰۰۰ حکم تبلیغی و تعداد ۶۵۰ مبلغ متخصص برای ۲۰۰ هزار نفر مخاطب، برنامه های مختلفی در عرصه کاهش آسیب های اجتماعی برگزار شده است.

گفتنی است بعد از پایان برگزاری برنامه های یادشده، بازخوردگیری و میزان اثر بخشی از شرکت کنندگان دریافت گردید که نظرسنجی های صورت گرفته نشان از آمار بالای رضایت از برنامه و همچنین درخواست برگزاری مجدد و مستمر آن داشت.

گزارش تصویری از طرح کاهش آسیب های اجتماعی

HAPPY BIRTHDAY