



ضرورت تدوین برنامه‌های دقیق برای مؤثر واقع شدن کارهای تبلیغی

گفت: برای مؤثر واقع شدن فعالیت‌های تبلیغی تحت نظارت مختلف سازمان‌ها و نهادهای کشور بهترین راهکار این است که یک الزامی در جهت هم‌افزایی و هماهنگی بین نهادها صورت گیرد.

گفت: برای مؤثر واقع شدن فعالیت‌های تبلیغی تحت نظارت مختلف سازمان‌ها و نهادهای کشور بهترین راهکار این است که یک الزامی در جهت هم‌افزایی و هماهنگی بین نهادها صورت گیرد.

به گزارش خبرنگاری مهر به نقل از روابط عمومی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، حجت الاسلام سعید روستا آزاد در جلسه هم‌اندیشی معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی و مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی ضمن عرض خیر مقدم به آقای قیدرلو معاون مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی و هیئت همراه به شبیه‌سازی کاری بین نهادهای فرهنگی و تبلیغی اشاره کرد و اظهار داشت: در حوزه فعالیت‌های تبلیغی، پشتیبانی به قدری کم می‌باشد که اصلاً کار به موازی کاری نمی‌رسد.

وی در ادامه افزود: با توجه به تشتت فعالیت‌ها، شاید در نگاه اول به این نتیجه برسیم که در بین نهادهای ذیربط موازی کاری وجود دارد، اما با نگاه علمی و میدانی به فعالیت‌های صورت گرفته در تبلیغ در می‌یابیم که موازی کار نشده و نهادهای تبلیغی تمام تلاش خود را در جهت همکاری با یکدیگر انجام داده‌اند.

معاون فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی اظهار داشت: در بحث اعزام، مجموعه دفتر تبلیغات اسلامی، معاونت تبلیغ حوزه علمیه و سازمان تبلیغات اسلامی به صورت جداگانه و برنامه‌ریزی شده مبلغان را به مناطق مختلف کشور اعزام می‌کنند که عموماً هیچ‌گونه تداخلی در برنامه‌های این سه نهاد رخ نمی‌دهد.

وی با اشاره به «تولید محتوای تبلیغی» از دیگر موضوع‌های مشترک میان نهادهای متولی امر تبلیغ، گفت: در موضوعات علمی و آکادمیک اولاً بحث موازی کاری یک امر قبیحی به شمار نمی‌رود، ثانیاً در این موضوع نیز تلاش بر این است که موازی کاری صورت نگیرد؛ برای مثال دفتر تبلیغات اسلامی در ۲۵ ساله اخیر مجله ره‌توشه مبلغان و حوزه علمیه قم مجله مبلغان را منتشر کرده که این دو به لحاظ ساختار و موضوع با یکدیگر تفاوت دارند.

حجت الاسلام روستا آزاد بیان داشت: وضعیت فعلی موجود در میان متولیان امر فرهنگی و تبلیغی کشور مزایا و معایبی دارد که از معایب می‌توان به موضوعاتی همچون تشتت و تفرق، عدم هم‌افزایی و رقابتی شدن فعالیت‌ها، تخصیص بودجه مختلف به نهادهای امر تبلیغ و اشاره کرد.

وی اظهار داشت: برای مؤثر واقع شدن فعالیت‌های تبلیغی تحت نظارت مختلف سازمان‌ها و نهادهای کشور بهترین راهکار این است که یک الزامی در جهت هم‌افزایی و هماهنگی بین نهادها صورت گیرد و برنامه‌های دقیقی در این راستا با همکاری و هم‌دلی مدیران ارشد متولیان امر تبلیغ تدوین و تصویب گردد.