آیت‌الله حسینی بوشهری
در دیدار مدیرعامل شرکت گاز استان قم تأکید کرد

لزوم تبیین فرهنگ صرفه‌جویی

رئیس جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، با اشاره به میزان بالای مصرف انرژی در کشور، گفت: گاهی مشاهده می‌شود، هر آنچه از این منابع در کشور استخراج و تولید می‌شوند، همگی در کشور خودمان مصرف می‌شوند که این به هیچ‌وجه زیبنده کشور نیست.

به گزارش روابط عمومی جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، مدیرعامل شرکت گاز استان قم و اعضای هیئت‌مدیره این شرکت، با آیت‌الله حسینی بوشهری دیدار کردند.

نایب‌رئیس مجلس خبرگان رهبری، در این دیدار با تأکید بر لزوم صرفه‌جویی، گفت: مصرف انرژی در کشور ما بعضاً با برخی کشورهای پرجمعیت برابری می‌کند و این نشان‌دهنده این است که هنوز فرهنگ مصرف در جامعه ما به‌درستی تبیین نشده است؛ لذا نیاز است، نسبت به این نعمت خدادادی و سرمایه ملی تبیین صحیح صورت بگیرد.

وی با اشاره به سخنان رهبر معظم انقلاب – مد ظله العالی – در باب جهاد تبیین، گفت: یکی از راه‌های جهاد تبیین، بیان به‌صورت گفتاری است و به‌اعتقاد من، این تبیین گفتاری تأثیر فوق‌العاده‌ای در سیاست، فرهنگ، اقتصاد و مسائل اجتماعی ما دارد.

اگر صرفه‌جویی به‌درستی تبیین شود، مردم کاملاً همراهی خواهند کرد

امام جمعه قم اظهار کرد: اگر دعوت به صرفه‌جویی در جامعه به‌درستی بیان شود و مردم از زحماتی که در راه استخراج این منابع صورت می‌گیرد، باخبر شوند، کاملاً با مسئولان زحمت‌کش همراهی خواهند کرد.

وی ابراز کرد: گاهی مشاهده می‌شود، هر آنچه از این منابع در کشور استخراج و تولید می‌شود، همگی در کشور خودمان مصرف می‌شود و به صادرات و تولید محصولات دیگر نمی‌رسد که این به هیچ‌وجه زیبنده کشور نیست.

لازم است بخشی از برنامه‌های صدا و سیما به مسئله فرهنگ‌سازی صرفه‌جویی اختصاص یابد

دبیر شورای عالی حوزه‌های علمیه افزود: لازم است بخشی از برنامه‌های صدا و سیما به مسئله فرهنگ‌سازی صرفه‌جویی و جهاد تبیین در این زمینه اختصاص پیدا کند و کارشناسان این مسائل را تبیین کنند.

گفتنی است، در ابتدای این دیدار مرتضی خوش‌لهجه مدیرعامل شرکت گاز استان قم، ضمن تسلیت اربعین حسینی، گزارشی از عملکردها و فعالیت‌های انجام‌شده این شرکت در استان قم را بیان کرد.

نهم ربیع
سرآغاز روزگار رهایی

نوشتاری از آیت‌الله‌العظمی صافی گلپایگانی ﷾

آیت‌الله‌العظمی صافی گلپایگانی ﷾ در نوشتاری به‌مناسبت نهم ربیع المولود سالروز آغاز امامت حضرت ولی‌عصر ﷺ این روز مقدّس را سرآغاز روزگار رهایی و عصر نجات و خلاص بشر از ظلم و بی‌عدالتی و استکبار عنوان و تصریح نمودند: در حقیقت باید گفت، از امروز و از درون تاریخ هجری، تاریخ پربرکت و نوین عصر مهدوی آغاز می‌شود.

متن این نوشتار به این شرح است:

ای سجده‌گاهِ اهل نظر خاک پای تو
وی طَلعتت نمایش حُسن خدای تو
موعود انبیایی و مقصود اولیاء
من کمترم از آن‌که بگویم ثنایِ تو
خلق جهان ز خُرد و کلان‌اند مستفیض
از سفره کرامت و جود و سخایِ تو

بزرگترین نعمت الهی در هر عصر و زمان، وجود ذی‌جود حجةالله است که به تصریح حضرت امیرالمؤمنین علی ﷺ زمین خالی از وجود او نخواهد بود که یا ظاهر و مشهور و یا غایب مستور است و اوست که آیات و بیّنات الهی را از زوال و بطلان نگه می‌دارد.

نهم ربیع‌المولود یوم‌الله بزرگ و سالروز آغاز موفورالسرور ولایت و امامت حجتّ ثانی‌عشر، حضرت ولی‌الله الاعظم، امام مبین و حصن حصین، بقیةالله فی‌الأرضین، موعود انبیای مرسلین و مقصود از «فمن یاتیکم بماء معین»، الإمام الحجةبن الحسن المهدی ارواح‌العالمین له الفدا می‌باشد.

• سرآغاز روزگار رهایی

این روز مقدّس سرآغاز روزگار رهای و عصر نجات و خلاص بشر از ظلم و بی‌عدالتی و استکبار است و در حقیقت باید گفت، از امروز و از درون تاریخ هجری، تاریخ پربرکت و نوین عصر مهدوی آغاز می‌شود.

از وظایف بسیار مهمّ شیعیان در عصر غیبت، شکر این نعمت بزرگ است که هرچه بیشتر و گسترده‌تر بروز داشته باشد، آثار مفید و برکات آن، موجب قرب الهی و نشان از حیات و زنده بودن جامعه مهدوی دارد.

این روز سرآغاز حیات جامعه مهدوی است؛ جامعه‌ای که بر اساس نفی تمایز نژادی و نفی تناقض‌های اجتماعی و بر اساس اصل و اعلان ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ﴾ و بر اساس نفی برتری‌جویی و نفی هرگونه استعلا و هدایت به شعار این آیه ﴿تِلْكَ الدَّارُ الْآخِرَةُ نَجْعَلُهَا لِلَّذِينَ لَا يُرِيدُونَ عُلُوًّا فِي الْأَرْضِ وَلَا فَسَادًا﴾ و بر اساس نفی طواغیت و قلدران زمین و قلدرمآبی و استبداد و بنا به اصل ﴿وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنِ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ﴾ و بر اساس عدالت در همه امور و الهام از ﴿كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَى أَنْفُسِكُمْ﴾ و بر اصل «ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ» و اصول متعدد دیگر که در همه، نفی ظلم و خیانت و سوء استفاده از مقام و جاه‌طلبی و ریاست‌خواهی و افراط و تفریط و نفی تناقض‌های اجتماعی و مفاسد دیگر منظور است، شکل خواهد گرفت.

نهم ربیع‌المولود سرآغاز حیات جامعه مهدوی است، به‌معنای نفی تمام ضعف‌ها و فسادها و انتظار چنان جامعه واحد جهانی و مدینه فاضله حقیقی که همه ارکان و اعضا و نهادهایش همان‌گونه که طرح آن از طرف شخص رسول اعظم ﷺ داده شده، مانند اعضای بدن انسان واحد، انجام وظیفه می‌نماید.

• مسیر همه جوامع به سوی این جامعه است

مسیر همه جوامع به سوی این جامعه است و رسیدن بشر به این جامعه، سنّت الهی و قاعده تخلّف‌ناپذیر است؛ هرکس که بخواهد، مانع از تحقّق این جامعه مهدوی شود، معارضه و ممانعت وی در هم کوبیده می‌شود.

در اینجا تذکّر این نکته مناسب است که تا دنیا به آن جامعه بزرگ مهدوی نرسیده است، جامعه‌های کوچک اگر بخواهند، در سعادت، آسایش، قدرت، قوّت، عزت و عدالت، زندگی کنند، باید همان اصول و مبانی جامعه مهدوی را اصل و مبنای حیات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی خود قرار دهند و آن را معیار بدانند و صلاح یا فساد خود را با آن بسنجند.

اکنون با این میزان از جوامع کوچک شهری و روستایی، می‌توان جامعه‌ای را که مهدوی است، شناسایی کرد؛ در هر شهر و روستایی که حق رعایت می‌شود، از حق حمایت می‌کنند، به حق عمل می‌نمایند، اتحاد و برادری به چشم می‌خورد، تعلیم و تربیت صحیح و تقدیر از اخیار و دانشمندان در آنجا رایج است، در امانت، خیانت نمی‌کنند و خلاصه، حیات دینی و انسانی دارند، آن جامعه – اگر چه یک روستا باشد – جامعه مهدوی است.

• وظیفه ما در عصرغیبت

ما امروز وظیفه داریم که خصوصیات و امتیازات جامعه مهدوی و دولت کریمه الهی را به جهان معرفی نماییم که جهان کشته عدل و مواسات و جهان خسته از ظلم و جنایات و قتل و خون‌ریزی خود را برای روز رهایی و روز زیبای مهربانی آماده کند و امیدوار و منتظر وعده الهی برای برپایی حکومت واحد عدالت باشد که «إنهم یرونه بعیداً و نراه قریباً».

باید شکرگزار و قدردان نعمت وجود حجّت بالغه الهی در این عصر بود و از مظاهر درخشان شکر این نعمت، بالخصوص یاد حجت خدا در ایام متبرک و روزها و زمان‌های منسوب به آن‌حضرت و گرامی‌داشت این روزها و شب‌ها، به دعا و عبادت، اصلاح امور و شئون دینی، احیای امر آن امام عزیز و تجدید عهده و بازگشت به خدا و محاسبه نفس و مخصوصاً دعا برای تعجیل فرج و ظهور آن‌حضرت است که افضل اعمال می‌باشد.

رئیس دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم

تبلیغ تخصصی، تبلیغ سنتی را به حاشیه نبرد

رئیس دفتر تبلیغات اسلامی گفت: توجه به دو امر «سیاست‌گذاری فرهنگی مناسب» و «مدیریت فرهنگی کارآمد»، از امور مهم و حائز اهمیت در افزایش بهره‌وری مراکز فرهنگی بوده و تعامل این دو اصل، می‌تواند ضامن موفقیت در فعالیت‌ها گردد.

نشست هم‌اندیشی مدیران فرهنگی و تبلیغی شعب و نمایندگی‌های دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم با سخنرانی حجت‌الاسلام والمسلمین واعظی رئیس این دفتر، ۷ مرداد در سالن جلسات مرکز همایش‌های غدیر قم برگزار شد.

• حرکت مسئله‌محوری
عامل افزایش فعالیت‌های معاونت فرهنگی تبلیغی

به گزارش خبرگزاری حوزه، به‌نقل از روابط عمومی دفتر تبلیغات اسلامی، حجت‌الاسلام والمسلمین احمد واعظی در نشست هم‌اندیشی گفت: این معاونت یک‌سری فعالیت‌های محسوس و سنتی دارد؛ مانند اعزام مبلغ که با قوت و قدرت بیشتری در حال انجام است و پیوند خوردن این معاونت، با قطب‌های ما و بحث مسئله‌محوری دفتر، این ظرفیت را ایجاد کرده که فعالیت‌های هدفدار و مسئله‌محور مجموعه خیلی بیشتر شود؛ لذا معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر یک واحد صفی و میدانی است و تمام قطب‌های ما که جنس فعالیت‌های‌شان میدانی است، به‌نوعی نیازمند این معاونت برای کنشگری میدانی هستند و این باعث شده، حجم و فعالیت‌های این معاونت نسبت به آغاز دوران مسئولیت بنده خیلی بیشتر باشد.

ضرورت توجه به سیاست‌گذاری مناسب
و مدیریت فرهنگی کارآمد در فعالیت‌های تبلیغی

رئیس دفتر تبلیغات اسلامی اسلامی بر دو نکته کلیدی در موفقیت مراکز و مؤسسات فرهنگی اشاره کرد و گفت: برای یک مؤسسه و مرکز عظیم فرهنگی مانند دفتر تبلیغات اسلامی به‌خصوص معاونت فرهنگی و تبلیغی، چند امر حائز اهمیت و مورد تأکید است. یکی «بحث سیاست‌گذاری مناسب فرهنگی» و دیگری «مدیریت فرهنگی کارآمد». در مورد اول، سیاست‌گذاری مناسب فرهنگی در واقع وجه شناختی مجموعه را مدنظر دارد؛ یعنی شناخت درست محیط، شناخت درست نیازمندی‌ها، هدف‌گذاری و تعیین وظایف؛ اینکه چکار باید کرد.

وی در تبیین «مدیریت فرهنگی کارآمد»، افزود: کار فرهنگی کردن، به شناخت، اجرا و علمکرد موفق نیاز دارد؛ وجه شناختی آن می‌شود، سیاست‌گذاری فرهنگی درست و وجه اجرایی می‌شود مدیریت فرهنگی کارآمد؛ در واقع اگر سیاست‌گذاری فرهنگی وجه شناختی مجموعه است، مدیریت فرهنگی قوی و مؤثر می‌شود وجه مهارتی این مجموعه فرهنگی و تعامل درست این دو، می‌تواند ضامن موفقیت مجموعه باشد.

عضو وابسته فرهنگستان علوم ادامه داد: اگر شناخت دقیقی از محیط، رسالت‌ها، وظایف و توانمندی‌ها، درست هدف‌گذاری، تداعی و اقدام شود، آن وقت با یک مدیریت قوی، مهارتی و منسجم، می‌شود اهداف را پیاده کرد و به سیاست‌ها رسید.

وی بیان کرد: توجه به وجه شناختی از یک سو و توجه به وجه مهارتی از طرف دیگر، نیازمند عنصر ایده‌پردازی، خلاقیت و نوآوری می‌باشد. اگر این امر تحقق پیدا نکند، فعالیت‌های ما به سمت و سوی کارهای کلیشه‌ای میل پیدا خواهد کرد.

لزوم سیاست‌گذاری در فعالیت‌های جزئی دفتر

حجت‌الاسلام والمسلمین واعظی، بر ضرورت سیاست‌گذاری در فعالیت‌های جزئی در کنار پرداختن به مسائل کلان بخش‌های مختلف دفتر تبلیغات اسلامی تأکید کرد و افزود: ما همان‌طور که در مسائل کلان، نیازمند سیاست‌گذاری صحیح هستیم، به‌همان اندازه توجه به این امر در موارد جزئی نیز، می‌تواند ما را به اهداف مورد نظر نزدیک کند.

عضو شورای‌عالی انقلاب فرهنگی، بر تلاش مضاعف و عدم توقف در موفقیت‌های به‌دست‌آمده اشاره کرد و افزود: به‌توفیق الهی تلاش‌های بسیاری در دفتر تبلیغات اسلامی صورت گرفته است؛ اما باید توجه داشت که این فعالیت و موفقیت‌ها موجب نگردد تا یک رضایت‌مندی کاذب در خودمان حس کرده و در همان مرحله متوقف شویم.

وی در بخش دیگری از سخنان خود، با اشاره به اهمیت برخورداری از روحیه خلاقانه و نوآورانه، اظهار کرد: وقتی می‌گوییم نوآوری در همان وجه شناختی، زمانی به کلیات اکتفا می‌کنیم و می‌خواهیم، برای کلیت معاونت فرهنگی تبلیغی یک سیاست‌گذاری انجام بدهیم و گاهی نه؛ قصد داریم وارد کارهای بخشی شویم؛ لذا فعالیت‌های بخشی، هم به عنصر سیاست‌گذاری فرهنگی مناسب و هم تقویت وجه مهارتی و مدیریت فرهنگی کارآمد نیاز دارد.

رئیس دفتر تبلیغات اسلامی ادامه داد: امروز ما نیازمند شناخت دقیق و روزآمد نسبت به کارها و خلاقیت و نوآوری راجع به وظایف، اقدامات و تدابیر هستیم؛ پس با تقویت مدیریت فرهنگی، مهارت‌های لازم را کسب کنیم تا بتوانیم، به آن هدف برسیم یا برای رسیدن به هدف، موانع آن را برطرف سازیم.

ضرورت برگزاری رویدادهای خلاقانه و نوآور

وی تأکید کرد: بر این اساس پیشنهاد می‌کنم، برای سال جاری با اولویت‌هایی که خودتان تشخیص می‌دهید، چند رویداد برگزار کنید؛ یعنی ببینید که با استمداد از نیروی فکری خود طلاب، فضلا و کشنگران میدان امر تبلیغ و فرهنگ، یک رویداد در زمینه تبلیغ تخصصی و تبلیغ چهره به چهره برگزار کنید و ببینید، چه ایده‌های جدیدی می‌آید. ایده‌ها می‌توانند دستمایه خلاقیت‌ها و نوآوری‌هایی برای شما در کارتان باشد.

عضو شورای‌عالی انقلاب فرهنگی ادامه داد: خوشبختانه دفتر تبلیغات اسلامی، از نعمت حضور نیروهای خوش‌فکر، به‌روز و خلاق برخوردار است؛ اما نباید از این نکته غافل باشیم که در جایی زندگی می‌کنیم که حجم وسیعی از فضلا وجود دارند؛ فضلایی که دلسوزانه انگیزه دارند، دردمندند و در کنشگری با محیط به سر می‌برند. چه اشکالی دارد که رویدادی برگزار کنیم و ایده‌های خلاقانه آنها را بگیریم و با توجه به خوش‌فکری و تجاربی که در مجموعه است، اتفاقات ارزشمندی را رقم بزنیم.

وی تصریح کرد: توجه به ارکان فعالیت‌های فرهنگی و ارتباطی («معنا و مفهوم‌سازی پیام»، «تلاش در جهت انتقال پیام» و «استفاده از ابزارهای مناسب جهت انتقال محتوا») در مواجهه با مخاطبانی که از لحاظ ذائقه فرهنگی و سبک زندگی با افراد مذهبی متفاوت هستند، بسیار حائز اهمیت است.

حجت‌الاسلام والمسلمین واعظی در بخش دیگری از سخنان خود به ارکان فعالیت‌های فرهنگی و ارتباطی اشاره کرد و گفت: باید به این نکته اعتراف کرد که نهادهای دینی، علمی و فرهنگی، وجه قوت‌شان تأثیرگذاری در محیط‌های مذهبی است؛ چراکه هم بلد هستند، هم نیرو داشته و هم در این حوزه دارای زمینه ارتباطی کاری‌اند؛ چون کار فرهنگی و ارتباطی کردن متقوم به ۳ رکن، «معنا و مفهوم‌سازی پیام»، «تلاش در جهت انتقال پیام» و «استفاده از ابزارهای مناسب جهت انتقال محتوا» است. با این سه رکن است که باید حرف و ایده داشته باشید.

وی افزود: ما در محیط‌های مذهبی در رویارویی با مخاطبانی که به مذهب تعلق خاطر دارند و در واقع در درون گفتمان دینی و گفتمان انقلاب اسلامی تنفس می‌کنند، هم مهارت ارتباطی و هم زمینه تولید محتوا را داریم؛ اما واقعیت این است که ما در محیط زیست خودمان، مخاطبانی داریم که ذائقه فرهنگی‌شان با کلیشه‌های کاری ما متفاوت و از فضای مذهبی فاصله گرفته‌اند؛ نمی‌گوییم غیرمذهبی شده‌اند؛ ولی ذائقه فرهنگی و سبک زندگی آنان فرق کرده و متمایل به سبک‌های غربی شده است.

عضو وابسته فرهنگستان علوم ادامه داد: به هر جهت این مخاطبان نمی‌توانند، در زمینه‌هایی که ما فعال هستیم، حضور پیدا کنند و هرچه زمان می‌گذرد، دامنه و گستره مخاطبان این‌چنینی توسعه پیدا می‌کند؛ اما نکته‌ای که قابل عرض است، ما به‌عنوان یک نهاد دینی، علمی و فرهنگی مانند سایر دستگاه‌های دینی، نسبت به این قسم مخاطبان، دارای «لکنت ارتباطی» هستیم و نتوانسته‌ایم آن‌طور که شایسته است، ورود و حضور داشته باشیم.

حجت‌الاسلام والمسلمین واعظی بیان کرد: این لکنت ارتباطی در واقع به هر سه رکن فعالیت ارتباطی برمی‌گردد. ما در اینکه به این مخاطبان چه بگوییم، هم در معنا و مفهوم‌سازی پیام لکنت داشته و فاقد دانش و تجربه لازم هستیم و هم، از نظر تعداد، کنشگران و فعالان ارتباطی و میدانی که دارای مهارت و تسلط لازم هستند، کم داریم؛ همچنین نسبت به ابزار ارتباطی از جمله رسانه، کار رسانه‌ای و استفاده از ظرفیت زیست‌بوم فضای مجازی، دچار مشکل هستیم. نمی‌گوییم دفتر در این زمینه کاری نکرده؛ بالأخره در سال‌های اول، اداره‌کل تبلیغ نوین و معاونت فضای مجازی را راه‌اندازی کرده‌ایم؛ لذا در مقام مقایسه بین آن فضای ارتباطی، با مخاطبانی که به مذهب و گفتمان انقلاب اسلامی تعلق خاطر دارند و کسانی که فاصله گرفته‌اند و تغییر ذائقه پیدا کرده‌اند و حتی پای منبر نمی‌آیند و عمده زیست‌شان فضای مجازی است، ما نسبت به آنها هم به‌لحاظ محتوای معنایی، هم الگو و ابزار فعالیت ارتباطی و هم، نسبت به کنشگری که بتواند، با مهارت برخورد کند، ضعف داریم و این ضعف، باید جبران شده و به سمت بهبودش حرکت کنیم.

رئیس دفتر تبلیغات اسلامی خاطرنشان کرد: زمانی که تبلیغ تخصصی را راه‌اندازی کردیم، انتظار داشتیم، تنه بزند به تبلیغ سنتی، بدون اینکه تبلیغ سنتی به حاشیه برود؛ حال باید آروزی روزی را داشته باشیم که حجم و گستره فعالیت ما نسبت به این دسته از مخاطبان که در چارچوب‌های سنتی نمی‌گنجند و از قرائت‌های سنتی از دین و انقلاب اسلامی فاصله گرفته‌اند، بیشتر شود و بتوانیم، با آنها ارتباط معنایی قوی برقرار کنیم.

• صدور بیش از ۸۴ هزار حکم تبلیغی از ابتدای ۱۴۰۲

حجت‌الاسلام والمسلمین روستاآزاد معاون فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی نیز در این نشست هم‌اندیشی گفت: خوشبختانه با همت و پشتیبانی هیئت امنا و رئیس دفتر تبلیغات اسلامی، اقدامات مؤثری در خصوص افزایش بهره‌وری در امر تبلیغ در این مجموعه صورت پذیرفته که شایان تقدیر است.

وی افزود: از ابتدای سال ۱۴۰۲ تاکنون، بیش از ۷۷هزار حکم تبلیغی در اداره‌کل تبلیغ عمومی و بیش از ۷هزار حکم تبلیغی در اداره‌کل تبلیغ تخصصی صادر شده است. تولید بالغ از ۱۳۵ هزار دقیقه محتوای آموزش مجازی، از دیگر اقدامات در عرصه تبلیغ بوده که توسط مرکز آموزش‌های کاربردی صورت پذیرفته است.

وی تصریح کرد: در گروه تولید محتوای معاونت فرهنگی و تبلیغی در کنار تأمین محتوای متقن در قالب «بسته محتوایی ویژه ایام تبلیغی (ره‌توشه)» و «پژوهشنامه تبلیغ اسلامی» دو پروژه بزرگ تاریخ شفاهی دفتر تبلیغات اسلامی و نقش دفتر تبلیغات اسلامی در دفاع مقدس در حال پیگیری می‌باشد.