

حوزه ریاست و روابط عمومی روابط عمومی سازمان تبلیغات اسلامی

سنتی که عموماً بر فضا سازی فیزیکی و بلاکاردنویسی و تراکت نویسی استوار بود، از ظرفیت های رسانه ای و فناوری های نوین ارتباطاتی نیز بهره گیری.

عملکرد.

۱. سمعی و بصری (شامل بخش های استودیو صدا، باکس تدوین، بخش عکاسی و تصویربرداری، بخش تولید فیلم های مستند و برنامه های تلویزیونی، بخش کارشناسی و ارزیابی شامل کارشناسی طرح و فیلم نامه ها و همچنین نظارت و ارزیابی تولیدات، بخش تولید موسیقی).

- صدا برداری و تصویربرداری روزانه از مراسم و فعالیت های سازمان.

- ساخت فیلم های داستانی، مستند و تیزرهای تلویزیونی برای نمایش برنامه ها و فعالیت های سازمان.

- تولید مجموعه مستند سفیران گمنام (در ماه مبارک

روابط عمومی سازمان تبلیغات اسلامی سنگ بنای تحولات و نوآوری های خود را بر این باور پی ریزی کرده است که محصولات تولیدی دستگاه متبوعش نه محصولاتی مصرفی بلکه کالای فرهنگی می باشد. مقوله فرهنگ با تمام پیچیدگی ها و ظرایف خود، به هنگام عرضه شدن به عنوان کالای فرهنگی حائز حساسیت ها و مخاطرات عدیده ای می شود که آن را از کالاهای مصرفی جدا می سازد. عرضه فرهنگ سالم در جامعه ای که غالب امکانات رسانه ای و ارتباطاتی آن، مخاطب را به سمت کالاهای مصرفی فرامی خواند به راستی که امری خطیر و راهی پریچ وخم است، خصوصاً که فرهنگ مصرف، الگوهای خود را از جغرافیای فرهنگی بیگانه ای می گیرد که غالباً در تباین با هویت ملی و دینی جامعه ما قرار دارد.

روابط عمومی سازمان تبلیغات اسلامی در دوره جدید مدیریتی خود دقیقاً با درک چنین حساسیت ها و اقتضائاتی بود که وارد صحنه عمل شد و تحولات بنیادین آن سرفصل نوینی را در امر اطلاع رسانی توسعه فرهنگ دینی کشور گشود.

روابط عمومی سازمان تبلیغات اسلامی شامل بخش های سمعی و بصری (با هدف ارائه و ثبت فعالیت ها و برنامه های سازمان به صورت تصویری و صوتی و همچنین ساخت برنامه ها و فیلم های داستانی و مستند تلویزیونی با محتوای اسلامی و مورد وثوق سازمان)، مرکز اسناد (که به تازگی جهت ثبت و ضبط کلیه اسناد و مدارک سازمان تبلیغات اسلامی از ابتدای تأسیس و همچنین کلیه محصولات فرهنگی و تولیدات هنری آن راه اندازی شده)، سامانه اطلاع رسانی کارکنان، سایت اطلاع رسانی سازمان، تبلیغات و انتشارات می باشد.

راهبرد.

دوره مدیریت جدید در سازمان تبلیغات اسلامی که در سال ۸۱ با ابلاغ حکم ریاست حجت الاسلام والمسلمین دکتر خاموشی آغاز گردید، رویکرد به شیوه های مدرن تبلیغی را ضمن لحاظ و رعایت شیوه های سنتی مورد تأکید قرار می داد. در این میان روابط عمومی نیز همین سیاست را وجهه همت خود قرار داد و سعی کرد ضمن حفظ شیوه های اطلاع رسانی





- ۱. سازمان تبلیغات اسلامی از ابتدای فروردین ماه ۱۳۸۶ با هدف ارتقاء سطح آشنایی و آگاهی مردم از اهداف و دستاوردهای این سازمان، اقدام به تولید و پخش برنامه‌های فرهنگی و تبلیغاتی در سطح ملی و بین‌المللی نمود.
- ۲. مرکز اسناد سازمان تبلیغات اسلامی - آرشیو هزاران اسناد رسیده از تمامی دفاتر استانی و ستادی سازمان و مؤسسات وابسته.
- تولید فیلم مستند کارمند نمونه (برای جشنواره شهید رجایی در سال ۸۶).
- تولید مستندهای متعدد از مشکلات و خواسته‌های کارکنان سازمان جهت پخش در شورای معاونین سازمان.
- ساخت ۳ تله‌فیلم مناسبی با عناوین «سبزه آبی»، «شعری که زندگی است» و «پنج درجه به شرق»، با موضوع معصومین(ع).
- ۱۷ فیلم مستند گزارشی (در دست ساخت) در خصوص فعالیت‌های سازمان.
- عکاسی روزانه از برنامه‌ها و موضوعات سازمانی و همچنین تهیه آرشیو عکس از برنامه‌های مذهبی و فرهنگی خارج از سازمان.
- تولید موسیقی مذهبی با موضوع نوحه‌های اصیل و قدیمی عاشورایی (آلبوم «ماه نی» با صدای امیرحسین مدرس؛ آلبوم «فریاد سوخته» با صدای مسعود کهربیزی).
- بررسی و اعلام نظر کارشناسی درباره حدود ۵۰ فیلم‌نامه سینمایی و تلویزیونی.
- تدوین صدها ساعت فیلم گزارشی از جلسات و برنامه‌های داخلی بخش‌های مختلف سازمان.
- نویسندگی و تولید و اجرای تئاتر مذهبی «زمانی برای مردن» در تماشخانه مهر حوزه هنری.
- تولید نمایش رادیویی «زمانی برای مردن».
- ۳. سامانه اطلاع‌رسانی کارکنان (اینترنت).
- امکان دسترسی محرمانه عموم کارکنان به اطلاعات فردی خود اعم از احکام کارگزینی، فیش حقوقی ماهانه و کارنامه آموزش‌های ضمن خدمت، اطلاعیه‌ها، مزایا و امکانات خدماتی و رفاهی و تفریحی.
- ۴. سایت اطلاع‌رسانی سازمان.
- اخبار فرهنگ دینی: تولید میانگین ۳۰۰۰ خبر در روز، شامل آخرین خبرها و گزارش‌های فعالیت‌های فرهنگی دینی دفاتر استانی و شهرستانی و همچنین مؤسسات وابسته به سازمان تبلیغات اسلامی.
- مقالات: در زمینه فرهنگ دینی و اسلامی، مناسبت‌های مذهبی و ملی و همچنین فرهنگ عمومی و ...
- گفت‌وگو: گفت‌وگو با مسئولین و مدیران سازمانی در خصوص نظرگاه‌ها و فعالیت‌ها و برنامه‌های بخش متبوع؛ گفت‌وگوهای فرهنگی و هنری با شخصیت‌ها و کارشناسان مرتبط با موضوعات دینی و فرهنگی.
- یادداشت‌های تحلیلی: درج مطالب با موضوعات روز، از

فصل نامه جهت ارتباط با فرزندان پرسنل سازمان و ارائه مطالب جذاب و غنی با محتوای اسلامی و ایرانی برای کودکان و نوجوانان (سه شماره).

- بروشورها و کارت‌ها. تهیه بروشور جشنواره کتاب دین؛ تهیه بروشور گردهمایی آموزشی کارشناسان حراست سازمان؛ تهیه بروشور برای محصولات تولیدی، تهیه بروشور سامانه اطلاع‌رسانی معاونت اداری و مالی روابط عمومی؛ تهیه بروشور معرفی نوارها کاست و لوح‌های فشرده تولید روابط عمومی؛ تحریر و تولید صدها مورد متون ادبی برای کارت‌های تبریک و دعوت و... برای بخش‌های رفاهی و فرهنگی سازمان؛ و...
- انتشار ویژه‌نامه‌های مناسبتی. به مناسبت‌های مختلف از جمله محرم و رمضان به شکل مکتوب و الکترونیکی در محیط اینترنت (۴ ویژه‌نامه به مناسبت ماه مبارک رمضان و ماه محرم سال‌های ۱۴۲۸ و ۱۴۲۹ هجری قمری در سایت اطلاع‌رسانی سازمان و دو ویژه‌نامه به مناسبت ماه محرم سال ۱۴۲۹ چهارچوب نشریه بشری).

- انتشار ویژه‌نامه‌های سازمانی. جهت معرفی عملکرد کلی و با برای پوشش خبری و تحلیلی همایش‌ها و برنامه‌های بخش‌های مختلف سازمان و به سفارش آن‌ها (ویژه‌نامه معاونت امور مجلس و استان‌ها).

- انتشار نشریات استانی. گاهنامه گزارشی تحلیلی «رهاورد» برای واحد امور استان‌های روابط عمومی در استان‌های سراسر کشور (۳ شماره).

- انتشار نشریات مخصوص ادارات کل تبلیغات اسلامی استان‌ها. با هدف معرفی کامل اداره کل هر استان و شامل مقالات فرهنگی و تحلیلی، معرفی استان و اداره کل و گفت‌وگو با مدیران سازمان، استاندار، امام جمعه و سایر مدیران استان و نحوه تعاملشان با اداره کل استان.

۶. تبلیغات.

- صدور اطلاعیه‌ها، بیانیه‌ها، جوابیه‌ها و اعلام مواضع سازمان.
- انجام امور هنری در زمینه‌های تبلیغاتی از طریق نصب پلاکاردها و تراکت و چاپ بنر.
- فضا سازی تبلیغی از طریق نصب طاق نصرت، آدین‌بندی و چراغانی کردن در مناسبت‌ها.
- تهیه اقلام تبلیغی منقش به نام و آرم سازمان.
- مدیریت تابلو اعلانات.
- آرشو نشریات و تهیه بریده جراید و بولتن شش‌ماهه.
- برگزاری کنفرانس‌های خبری برای مدیران سازمان.
- حضور در نمایشگاه‌ها و مسابقات روابط عمومی‌های بین‌دستگاهی.



جمله مناسبت‌ها و همچنین برنامه‌ها و اتفاقات مرتبط با ایام سال با رویکرد نقادانه به فعالیت‌ها و برنامه‌های فرهنگی و هنری و دینی داخل و خارج از سازمان.
- ارائه مطالبی در زمینه معرفی کتاب، نقد فیلم و هنر، منبر معرفت، کشکول، نظرسنجی، نقد و نظر مخاطبان سایت و...
- ارائه مطالبی منسجم پیرامون موضوعات خاص مانند محرم، رمضان، انتخابات، هیئت‌های مذهبی و... به صورت ویژه‌نامه‌های متنوع و مستقل.

۵. انتشارات.

- انتشار نشریه رخداد. به صورت ماهانه با رویکرد خبری جهت اطلاع‌رسانی اخبار و گزارش‌های فعالیت‌های دفاتر سازمان و مؤسسات وابسته (سی‌ودو شماره).
- انتشار نشریه علمی - ترویجی بشری. به صورت ماهانه با رویکرد تحلیلی و ارائه سیاست‌ها و برنامه‌ها و استراتژی سازمان تبلیغات اسلامی شامل گفت‌وگو، مقاله، نقد و تحلیل (شصت‌وشش شماره).
- انتشار نشریه خانواده بشری. به صورت فصل‌نامه با هدف اطلاع‌رسانی و ارتباط بین سازمان و خانواده پرسنل و همچنین ارائه مطالب جذاب و سرگرم‌کننده شامل گفت‌وگو با هنرمندان معروف و متعهد، بازنشستگان، نیروهای خلاق و هنرمند، اعضای خانواده پرسنل و همچنین آموزش هنرها و خدمات مورد نیاز خانم‌های خانه‌دار و نقد فرهنگی هنری و... با نوبت انتشار فصل‌نامه (هفت شماره).
- انتشار نشریه کودک و نوجوان بشری. به صورت

