

ایران سیاهپوش

محرم که می‌شود همه پیراهن‌های سیاه مان را از صندوقچه در می‌آوریم و آماده برای برپایی روضه ارباب می‌شویم. به این ترتیب یک ایران و یک امت مسلمان سیاهپوش سیدالشهدا(ع) می‌شوند. در روزهای محرم امسال و با توجه به محدودیت‌های ناشی از شیوع کرونا، سبک جدیدی از عزاداری سیدالشهدا(ع) شکل گرفت. در این راستا با توجه به اینکه قالب سرود یکی از قالب‌های پر مخاطب و محبوب بین عموم مردم به‌ویژه نوجوانان است، اجرای پاتوقی سرود نسل حسینی که در میادین و معابر سراسر کشور اجرا شد، مورد استقبال خوب مردم قرار گرفت. ۲ هزار ۱۷۲ سرود پاتوقی در این طرح اجرا شد که ۱۱۸ گروه سرود در این پویش شرکت کردند.



عزای حسین(ع) به روایت هنر

همه برای برگزاری یک محرم باشکوه پای کار آمده بودند. از هنرمند، کارگردان و روضه‌خوان و منبری هر کدام برای ارباب خوبی‌ها کاری می‌کرد. گروهی از فعالان رسانه مجازی هم با محورهای مختلف برای فضای مجازی محتوای مناسب محرم می‌ساختند. آنان با مخاطبان و در عین حال هنرمندانه حرف می‌زدند. مرکز رسانه سازمان تبلیغات اسلامی در ایام محرم امسال موضوع تولید تیزرهای کوتاه را به‌شکلی جدی دنبال کرد و با بهره‌گیری از گروه‌های تولیدی خلاق، محصولات را تولید کرد که در ایام محرم بارها و بارها در رسانه ملی پخش و بازنشر شد. ۷۰ محصول چند رسانه‌ای شامل فیلم، مستند، تیزر فرهنگی و... تولید شد. ۱۲ میلیون نفر در فضای مجازی از محصولات چند رسانه‌ای بازدید کردند. نسل حسینی، ماهور، بانوان کربلا، مهر حسینی، گریز، شرح شوق، مجموعه‌نامهنگ پاتوق، پوستر موشن‌های نسل حسینی، مجموعه طواف حبیب بخشی از این فعالیت‌های هنری بود.

نفوذ نهضت حسینی در فضای صفر و یک

شور حسینی در همه جا نفوذ می‌کند. به گواه تاریخ یک یا حسین(ع) دل سخت ترین انسان‌ها را نرم می‌کند و راه آزادی را برایشان روشن می‌سازد. نهضت حسینی حتی در لایه‌های صفر و یک در فضای مجازی نفوذ کرده است. محرم سال ۱۴۴۳ هجری قمری با وجود شرایط کرونایی و نیاز به رعایت پروتکل‌های بهداشتی شرایط ویژه‌ای را ایجاد و برپایی هیئت را دشوار کرد. تمامی این موارد در کنار لزوم تعظیم شعائر حسینی و تبلیغ دین در فضای مجازی با توجه به ضرب بالای انتقال مطالب سبب شد تا این فضا در کنار فضای حقیقی کشور از اهمیت بالایی برخوردار شود. به این ترتیب ۲۰۰ هزار پروفایل نسل حسینی در فضای مجازی ساخته شد و ۱۰ تریلیون اینترنت رایگان در اختیار هیئت‌ها قرار گرفت.



محرم روی امواج تلویزیونی

همه ما همواره در عزای حسین(ع) هستیم. خیابان‌ها سیاهپوش هستند. محرم امسال دومین سالی بود که به‌دلیل شرایط کرونایی بسیاری از عزاداران سیدالشهدا(ع) به اجبار خانه‌نشین شدند؛ در حالی که دل‌هایشان بیش از پیش در هیئت‌ها و مراسم عزاداری بود، اما متأسفانه امکان رفتن به هیئت برای همه مهیا نبود. مرکز رسانه سازمان تبلیغات اسلامی با همکاری شبکه‌های مختلف تلویزیونی در ایام محرم الحرام، سعی کردند با تهیه و تولید برنامه‌های مناسبی، بخشی از نیاز مخاطبان را برآورده و سنت حسینه‌های خانگی قدیمی را احیا کنند؛ رسمی که سال‌ها پیش بوده و ما از کودکی به یاد داریم. ۶ هزار و ۵۰۰ دقیقه برنامه تلویزیونی تولید و پخش شد که بیش از ۱۵ میلیون نفر مخاطب برنامه‌های مختلف نسل حسینی بودند. ۷ عنوان برنامه تلویزیونی به نام‌های یک قرن با حسین(ع)، نسل حسینی، تکیه‌گاه، بیکران، واحه، ناگفته‌های عاشورا و تکیه روضه را به خانه‌های مردم برد.



وحدت در محرم

عشق حسین(ع) تمام امت اسلامی در برگرفته است. همه شیعه و سنی در کنار هم عزادار حسین(ع) هستند. وحدت شیعه و اهل سنت یکی از مهم‌ترین اهداف سازمان تبلیغات در ماه محرم است و کار گروه اهل سنت برای تحقق این هدف تشکیل شده است. تقدیر از ۱۱۰ خانواده شهید شاخص اهل سنت، تولید فیلم از ابراز ارادت علمای شاخص اهل تسنن به امام حسین(ع) و ارائه آن به کار گروه شکل‌های مذهبی برای انتشار در بسترهای مختلف، اعزام سخنران و شاعر اهل تسنن به هیئت‌های شاخص در استان‌های تلفیقی از مهم‌ترین برنامه‌های این کار گروه است.

هر تشکلیک هیئت

تمام ظرفیت‌های موجود برای برگزاری محرمی باشکوه انجام شد. همه برای ثابت کردن ارادتهایمان به سالار شهیدان تلاش کردند. مؤسسات قرآنی زیرساخت‌های قابل توجهی دارد که برای برگزاری مراسم محرم پای کار آمدند. بسیاری از هیئت‌ها به‌دلیل نداشتن موقعیت و فضای مناسب قادر به برگزاری هیئت در شرایط ویژه کرونایی امسال نبودند؛ از این رو با تصمیم ستاد عملیات محرم و همکاری سازمان دارالقرآن، فضای مؤسسات قرآنی سراسر کشور در قالب پویش «هر تشکلیک قرآنی یک هیئت» در اختیار این هیئت‌ها قرار گرفته است.

هیئت به روایت نگاتیو

گواه شکوه محرم امسال را نگاه عکاسان در پشت ویزور ها به ثبت رساند. عکاسانی که پای روضه‌های اشک می‌ریختند و آن همه عشق و ارادت را روی نگاتیو ثبت می‌کردند. مهرواره عکس هیئت یکی دیگر از برنامه‌های فرهنگی سازمان تبلیغات در محرم ۱۴۰۰ است. هیئت‌ها از فضا سازی هیئت، ایستگاه‌های صلواتی، حضور عزاداران، رعایت پروتکل‌های بهداشتی و... با گوشه‌های همراه عکس می‌گیرند و برای مهرواره ارسال می‌کنند. در پایان محرم بهترین تصاویر انتخاب شده و به قید قرعه جوایزی به هیئت‌های برتر اعطا می‌شود.