

مشك آن است كه خود ببويد...

حجت الاسلام «روح الله حریزای»، در سالروز شهادت شیخ «عباس شیرازی»، قائم مقام سازمان تبلیغات اسلامی در دوران دفاع مقدس به عنوان قائم مقام سازمان منصوب شد

عمل به موقع و مبتنی بر نیاز جامعه می تواند تاثیر بسیاری در تبلیغ اسلام ناب داشته باشد. این تصویری است که سازمان تبلیغات در جامعه از خود نشان داده و اقبال مختلفی را با اهداف خود همراه کرده است. سازمان تبلیغات اسلامی از جمله نهادهایی است که با هدف اعتلای فرهنگ نخب و پر بار اسلام راستین و تبلور حیات معنوی و تعیین و ترویج شاخصه های اعتقادی، بنیان نهاده شد. در طی سال هایی که از فعالیت این سازمان سپری شده است به اقتضای نیازمندی های مطرح در جامعه و به تناسب سیاست های کلی نظام اسلامی فعالیت های این سازمان دستخوش تغییر و تحول بوده است. حجت الاسلام و المسلمین «روح الله حریزای» قائم مقام سازمان تبلیغات اسلامی با بیان اینکه در خصوص دستیابی به اهداف سازمان به نظرم می رسد با یک قضاوت منصفانه می توان سازمان را در این دوره مدیریتی موفق ارزیابی کرد، می گوید: «با یک نگاه سخت گیرانه و آرمان گرایانه باید گفت راه نرفته بسیار است و تکالیف روی زمین مانده که نو به نو بر اساس اقتضات جبهه عملیات و تهاجمات دشمن از سوی رهبر معظم انقلاب محول می شود نیاز به توان افزایی و اهتمام مضاعف دارد» با حجت الاسلام حریزای درباره مسائل مختلفی که سازمان تبلیغات اسلامی با آن روبه روست و نگاهی که سازمان تبلیغات در عرضه انتخابات می تواند دنبال کند گفت و گو کرده ایم.

انقلاب مبتنی بر تئوری اسلام ناب، توسعه و پویایی کتاب و محصولات فرهنگی و تأسیس بنیاد کتاب، نوآوری در عرصه های نوین تبلیغی تأسیس بنیاد تبلیغ نویسن، نوآوری و خلاقیت در اقدامات رسانه ای و تأسیس مرکز رسانه و عملیات های ویژه، توجه به ایم الله و تأسیس ستاد عملیات های مناسبی، نوآوری در حوزه فعالیت های قرآنی و تربیتی و توجه ویژه به تبلیغ نخبگانی، توجه ویژه به مسئله محتوا و پژوهش های راهبردی و تقویت پژوهشگر باقر العلوم، عنایت به افکار سنجی و داده کاوی و تأسیس مؤسسه رصدی بینا، تلاش در جهت تعالی سرمایه انسانی و راهبری زیست بوم فرهنگی تبلیغی استان در گستره ملی، سازماندهی مؤثر نخبگان تبلیغی و بهره مندی از چهره های شاخص عرصه تبلیغ، ارتباط مؤثر با نهادهای عالی حوزوی و توسعه ارتباطات با دستگاه های حاکمیتی، توجه ویژه به نقش زنان در تبلیغ و تأسیس اداره کل امور بانوان، توجه ویژه به ارتقای هویتی و کارکردی مسجد و امامت محله، تأسیس بنیاد هدایت، توجه ویژه به حلقه های میانی و حمایت جدی از آنها و دهها اقدام دیگر که در این مختصر نمی گنجد.

آیا فعالیت های سازمان تبلیغات به اهداف مدنظر نزدیک شده است؟ برای شتاب در دستیابی اهداف چه پیشنهاداتی دارید؟
با یک قضاوت منصفانه می توان سازمان را در این دوره مدیریتی موفق ارزیابی کرد، اما با یک نگاه سخت گیرانه و آرمان گرایانه باید گفت راه نرفته بسیار است و تکالیف روی زمین مانده که نو به نو بر اساس اقتضات جبهه عملیات و تهاجمات دشمن از سوی رهبر معظم انقلاب محول می شود نیاز به

و تصویری که رسانه ها از سازمان ایجاد کرده اند. به عنوان یک فعال فرهنگی عرض می کنم که حجم عملکرد سازمان در دوران مدیریت حاج آقای قمی در مقایسه با سایر سازمان ها کم نظیر و قابل توجه بوده است و پرکاری و ابتکار در همه اجزا سازمان مشهود است. هر چند سیاست ایشان در این سه سال مبتنی بر «مشك آن است که خود ببويد» بوده و تأکید بر تبیین آرمان به جای تبلیغ آرم بوده است؛ فلذا ممکن است عموم مردم مطلع از جزئیات عملکردی سازمان نداشته باشند؛ هر چند نخبگان و کنش گران عرصه فرهنگ و تبلیغ از ابعاد و نتایج فعالیت های سازمان مطلعند و اما درباره خط القایی دشمنان انقلاب می شود گفت تلاش رسانه های جریان معارض برای تخریب سازمان تبلیغات اسلامی مشهود است و توفیقات جریان مومن انقلابی به عنوان بازوی فعال نهاد ولایت فقیه برای مخالفان ایشان قابل تحمل نیست و این هجوم رسانه ای به همراه کارشکنی ها و سنگ اندازی ها به نوعی علامت قبولی اعمال و درستی مسیر محسوب می شود.

به نظر شما سال های اخیر چه اتفاقات مهمی در سازمان تبلیغات رخ داده است؟
گزارش عملکرد سه ساله سازمان تبلیغات اسلامی در یکم تیر ارائه خواهد شد و طرح تحول راهبردی سازمان نیز در آن مراسم رونمایی خواهد شد، لیکن خطوط کلی این گزارش سه ساله فعالیت سازمان عبارت است از: استفاده از مدیران جوان، مجرب، صاحب اندیشه و مبتکر و نوسازی بدنه مدیریتی سازمان، تبیین و ترویج مکتب امام (ره) و اندیشه های رهبر معظم

انتصاب جناب عالی را به سمت قائم مقام سازمان تبلیغات اسلامی تبریک می گوئیم. سلامت باشید دعا کنید بتوانیم خدمت گزار باشیم. به نظر شما تصویری که از سازمان تبلیغات به مردم ارائه می شود چگونه است و عملکرد سازمان تبلیغات را در عرصه خدمات رسانی چقدر مؤثر می دانید؟

در خصوص تصویر جامعه مخاطب سازمان تبلیغات اسلامی از این سازمان می شود گفت این تصویر ترکیبی است از سه عنصر: عملکرد واقعی این سازمان، گزارش های این سازمان از عملکرد خود

