

خبرگزاری ایرنا:

درباره عملکرد مرکز رسانه سازمان تبلیغات اسلامی توضیح دهید که این مرکز تاکنون چه کارهایی انجام داده است؟



برای اینکه رسانه را جدی بگیریم، اعم از رسانه‌های خبری، مکتوب، اجتماعی و رسانه ملی باید در سازمان یک تغییر ساختار ایجاد می‌کردیم؛ به این منظور مرکز رسانه را ایجاد کردیم. مرکز رسانه باید از ظرفیت رسانه ملی و فضای رسانه‌های خبری دیگر حداکثر استفاده را برای ترویج خوبی‌ها بکند. یکی از کسانی که پیشنهاد می‌دهم دوستان با ایشان گفت‌وگو داشته باشند، آقای «احمد مداحی» مسئول مرکز رسانه هستند. کارهایی که انجام شده، بیشتر اوقات بدون ادعا انجام شده است و کمتر در ذهن‌ها مانده که کار سازمان تبلیغات است، نمونه‌اش تیزراست. زمانی بحث سر این بود که در این برنامه‌هایی که در رسانه ملی داریم، اسم سازمان تبلیغات را بنویسیم یا نه؟ در این میان، پیامی گفتمانی را انتخاب و آنجا عرضه می‌کنند و در برنامه‌هایی که زحمت دوستان است می‌نویسند: «تهدیهت ادامه دارد».

خبرگزاری صبا:

پلت فرم فیلم گردی دو سال است که توسط حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی تولید شده، ولی عملاً خروجی ندارد. این پلت فرم هیچ محتوای اختصاصی نداشته و در رقابت با پلت فرم‌های دیگر انگار رقابت را باخته است. چرا تولید اختصاصی نداشتید؟ آیا مشکل اقتصادی است؟



یکی از کارهایی که در اولویت برنامه‌های ما قرار گرفت، حمایت و مشارکت از مجموعه‌هایی است که در فضای فرهنگی مثلاً پلت فرم‌ها یا کارهایی از این دست فعالیت می‌کنند. البته محدودیت‌های جدی اقتصادی مانع حمایت مؤثری در این زمینه شده و ان‌شاءالله این کار با مشارکت دستگاه‌های حاکمیتی جدی‌تر پیگیری می‌شود.

خبرگزاری حوزه:

سؤال اولم این است که در سازمان تبلیغات اسلامی و مدیرکل‌های استان‌ها کارگروه‌هایی برای ایجاد «امت واحد» راه‌اندازی شده که به نوعی موازی کاری است؟



ما برادران اهل سنت را بخش مهمی از مردم عزیز این مرز و بوم می‌دانیم و تبلیغات اسلام ناب در قبال این افراد را وظیفه خودمان می‌دانیم. در سبب کارهای ما تعامل و کمک مؤثر با جامعه اهل سنت وجود داشته و دارد. الان هم نمی‌دانم بین اینها و کجا چه اختلافی پیش آمده؟ اگر منظور داخل کشور باشد، اتفاقاً فکر می‌کنم از یکی از کارهایی که می‌توانیم از عملکرد سازمان دفاع کنیم، همین موضوع تعامل با اهل سنت است. برادران اهل سنت خودشان بهترین مرجع ارزیابی این ادعا هستند؛ اینکه ما توفیق تعامل موفق داشتیم یا نه؟ در ترویج معارف اسلام ناب توانستیم با کمک خودشان گام‌هایی مؤثر برداریم.

خبرگزاری مهر:

شعار محوری شما در سازمان تبلیغات اسلامی مردمی کردن و سپردن فعالیت‌ها به گروه‌های مردم نهاد است. چه اقداماتی در این زمینه انجام داده‌اید؟



من در این موضوع به سازمان تبلیغات اسلامی نمره قبولی می‌دهم، ولی قطعاً تا نمره عالی فاصله زیادی دارد. ما در این مسیر مهم گام برداشتیم و ادامه می‌دهیم. به عملکرد سازمان نیز در این سه سال نمره قبولی می‌دهم، اما نمره عالی نمی‌دهم؛ چراکه موانعی از ساختار و کم‌توانی و خیلی موارد دیگر در این بین بوده است. اما درباره مجموعه‌های مردمی اینکه چه خدمتی به آن‌ها ارائه دهیم، محل مناقشه است. تأمین آزادی مجموعه‌ها، تأمین زیرساخت‌های حقوقی و قانونی برای هیئت‌های مذهبی از جمله فعالیت‌های این دوره است. آموزش و توانمندسازی مجموعه‌های مردمی کمکی دیگری است که انجام می‌شود.

خبرگزاری میزان:

تبلیغات عمومی دین در سازمان تبلیغات اسلامی چه دستاوردهایی داشته است و درباره عملکرد نشر خوبی در سازمان تبلیغات اسلامی توضیح دهید؟



نشر خوبی‌ها در امتداد تبلیغ عمومی دین است. مردم باید مراقب خوبی‌های خود باشند و آنان را به یکدیگر معرفی کرده و با زشتی‌ها مقابله کنند. بسترهای مجازی می‌توانند زیرساخت‌های خوبی برای نشر خوبی‌ها محسوب شوند و «هنر» بهترین وسیله برای معرفی خوبی‌هاست. اهل رسانه و هنرمندان نیز می‌توانند در نشر خوبی‌ها مؤثر واقع شوند. در شرایطی زندگی می‌کنیم که رسانه‌های معاند با سوءاستفاده از وضعیت معیشتی مردم مبادرت به نامید کردن آن‌ها می‌کنند. در گام دوم انقلاب، ریشه‌های ترین مسئله امیدآفرینی است که البته مادر این مسیر گام‌هایی را برداشته‌ایم.

