

عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام معتقد است سازمان تبلیغات همیشه پیش‌رو بوده است

امامان محله قدم‌های بزرگی برداشتند

● سودابه نجیب | «علی آقامحمدی» عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام و چندین دوره نماینده مجلس بوده است و این روزها همه هم و غم خود را به کار گرفته است تا در توسعه محله‌های کمتر توسعه‌یافته قدم بگذارد؛ از این رو با همه توان خود از وزارت کشور برای حمایت از افراد آسیب‌پذیر کمک می‌گیرد. ایشان معتقد است سازمان تبلیغات اسلامی می‌تواند تأثیری بسیار قوی بر این طرح داشته باشد؛ چه بسا بدون اینکه اسمی از آن‌ها باشد، امامان جماعات در محله‌ها از همان روزهای اول پای کار بودند و قدم‌های بزرگی را برداشته‌اند.



سازمان تبلیغات اسلامی
با ابتکار عمل و حرکت‌های
اخیری که در جامعه
داشته، نشان داده است
که می‌تواند برای انتقال
مفاهیم از ابزار هنر
استفاده کند



در برنامه‌هایشان وجود دارد. در این میان، جلسه‌های متعدد و گفت‌وگوهای بسیاری برای تکمیل محتوا و غنابخشیدن به محتواها در برنامه‌هایشان داشته‌اند، اما توقع از سازمان تبلیغات بیش از این‌هاست و عمر سازمان تبلیغات اسلامی به اندازه عمر انقلاب جمهوری اسلامی ایران است. روحانیون بزرگ مانند شهید آیت‌الله دستغیب و شهید آیت‌الله مدنی و بسیاری از روحانیون برجسته دیگر داریم که کافی است با استفاده از بینش آن‌ها محتواهایی تولید کرد که جوان‌ها را در مسیر رشد و تعالی مستمر قرار دهد. سند این حرف همان است که هر چه از شهادت آن‌ها می‌گذرد، این عزیزان محبوب‌تر می‌شوند. وقت آن رسیده است که محتواهای تولیدشده دینی در قالب فضای مجازی نیز رصد شود. ابزارها باید به‌روز شود. روحانیت سنتی کار خودش را می‌کند، اما سازمان تبلیغات اسلامی باید با فضای مجازی پیش برود. سازمان که در بدو انقلاب سکان‌دار بود، باید برای مردمی کردن فعالیت‌های خود از همه نیرو استفاده کند.

شما به مردمی کردن فعالیت‌ها اشاره کردید. این مهم بسیار مورد توجه سازمان تبلیغات اسلامی است؛ برای مثال از ماه رمضان

سازمان تبلیغات اسلامی در گام دوم انقلاب به سمت و سویی پیش رفته است که اهداف خود را در قالب برنامه‌های هنری و استفاده از ابزار هنر به سمع و نظر مخاطب برساند. این اتفاق چقدر می‌تواند در ترویج و تبلیغ دین اسلام مؤثر باشد؟

اگرچه ابزار همیشه مهم است، در فرهنگ‌سازی، محتوا اهمیت بیشتری دارد. ابزاری مثل هنر بهترین وسیله برای انتقال یک مفهوم یا محتواست. آنچه در سازمان تبلیغات اسلامی اهمیت بیشتری دارد محتواست و ابزار هم برای انتقال مفهوم مهم خواهد شد. اگر محتوا قابل قبول نباشد، سبب رشد جامعه و جوان ما نخواهد شد. البته نکته مهم‌تر اینکه این محتوا باید با سلیقه جوان و پیشرفت فناوری هماهنگ باشد تا اثرگذار باشد.

از نظر شما تولید محتوا بر اساس نگاه سازمان تبلیغات اسلامی و جذب مردم چطور اتفاق می‌افتد؟

تولید محتوا با آگاهی و تحقیق و پژوهش همراه است. در این راه باید خون‌دل‌ها خورد. یک‌شنبه و یک‌شنبه حاصل نمی‌شود. هدف سازمان تبلیغات استفاده از دین برای زندگی بهتر است. پس هدف باید تک‌تک مردم باشند تا بتوان آن‌ها را به خودباوری رساند. باید خود کارشناسان دینی یقین داشته باشند که مردم جانشین خداوند روی زمین هستند. خودشان منبع قدرت هستند و این از راهی به دست نمی‌آید. ال‌تهذیب نفس. سازمان تبلیغات اسلامی در کشورمان از روز اول همین رسالت را بر عهده داشت تا مردم این کشور اسلام ناب را بشناسند. این تهذیب نفس چیزی نیست که بتوان سر کلاس یاد گرفت یا اینکه با رسیدن به یک موقعیت شغلی و اقتصادی فراهم شود. فقط و فقط در مبارزه با هوای نفس به صورت مستمر حاصل می‌شود. سازمان تبلیغات اسلامی باید مردم را با قدرت خداوندی و قدرتی که در وجود خودشان نهفته است، آشنا کند. سازمان تبلیغات اسلامی با حرکت‌های اخیری که در جامعه داشته، نشان داده است که می‌تواند برای انتقال مفاهیم از ابزار هنر استفاده کند. ابتکار عمل نیز

