



## رسانه و افکار سازی

استفاده همه‌جانبه از ظرفیت‌های رسانه‌ای برای ترویج فرهنگ اهل بیت(ع) و آموزش برای رعایت پروتکل‌های بهداشتی و نمایش آنچه در واقعیت عزای سیدالشهدا(ع) انجام شد، یکی از اهداف مهم روابط عمومی سازمان تبلیغات اسلامی در مدت اجرای پویش ملی نسل حسینی بود. بیشتر رسانه‌های کشور نیز در این مسیر همراه سازمان بودند.



۶۵۰۰



دقیقه برنامه تلویزیونی

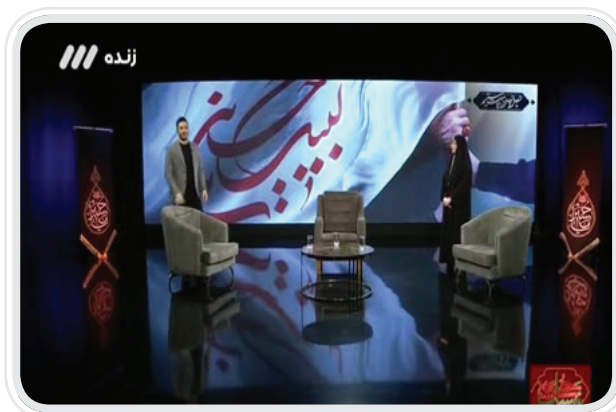
تولید برنامه‌های تلویزیونی در شبکه‌های سیما آن هم روزی ۹ ساعت توانست در هدایت افکار عمومی در زمینه رعایت پروتکل‌های بهداشتی در هیئت‌ها تأثیرگذار باشد.

۴۰



خبر در رسانه ملی

دهه نخست، ۴۰ خبر مربوط به رعایت پروتکل‌های بهداشتی را برای عموم اعلام می‌کرد که این آمار ۲ برابر متوسط رعایت پروتکل‌های بهداشتی در جامعه بود.



پست و هشتگ در فضای مجازی  
و بازدید بالای ۲۰۰ میلیون بار



۳۸۰,۰۰۰

۵۰۰۰



توثیق و ری توثیق

درباره رعایت پروتکل‌های بهداشتی در توییتر توانست تصویرساز رویدادی باشد که هیئت بانی آن بود.

۲۰,۰۰۰



پست در فضای اینستاگرام

پست در فضای مجازی اینستاگرام درباره رعایت پروتکل‌ها، تلاشی در جهت تصویرسازی واقعی رعایت هیئات بود.

۲۰۰۰



مطلب در تلگرام

با تولیدات و انتشار مطالب در تلگرام موج گسترده‌ای از واکنش به تمام حمله‌های رسانه‌های بیگانه در رعایت پروتکل‌های بهداشتی توسط هیئت‌ها ایجاد شد.