

نهیضت تبلیغات دفاع مقدس

مروری بر تلاش‌های
خانواده‌سازمان تبلیغات اسلامی
در جنگ تحمیلی اخیر

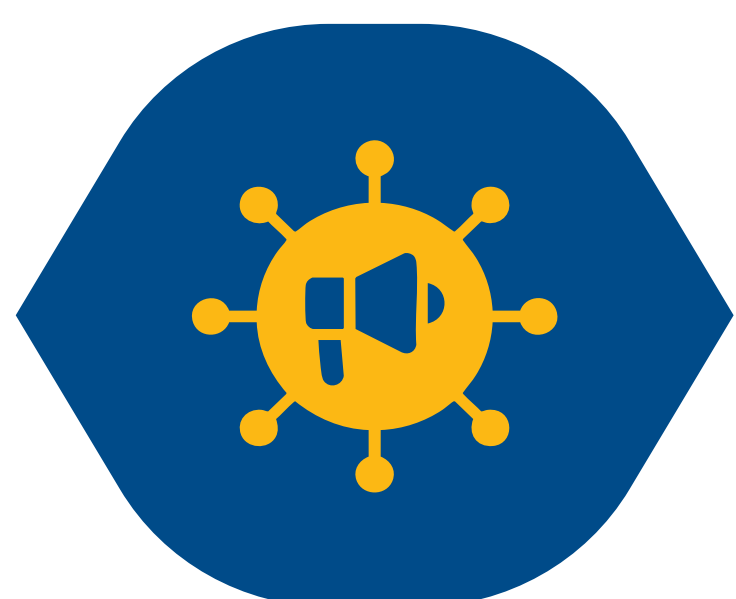


راهبرد سه سطحی سازمان

با آغاز جنگ تحمیلی دوازده‌روزه و در آستانه ایام عزاداری امام حسین (ع)،

خانواده سازمان تبلیغات اسلامی سعی کرد در سه سطح راهبردی تلاش‌ها و

مأموریت‌های خود نسبت به شرایط پیش آمده را تعریف کند:



سطح سوم

ساماندهی شبکه‌های

تبلیغی و تبیینی در میدان

✦ تعریف عملیات مردمی و میدانی و ارائه محتوای تخصصی تبیینی در شبکه‌های مردمی مرتبط با سازمان تبلیغات اسلامی، شبکه‌سازی و ساماندهی نظام‌مند مبلغان، امامان محله و حلقه‌های میانی به منظور تقویت فعالیت‌های میدانی با محوریت عملیات تبلیغی و جهاد تبیین.

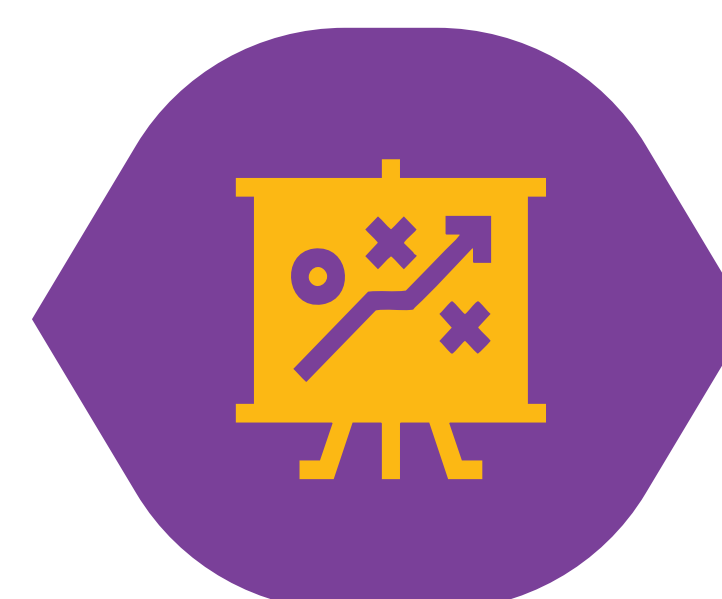


سطح دوم

تولیدات

هنری- رسانه‌ای

✦ به کارگیری ظرفیت کامل شبکه رسانه‌ای و تولید محتوای متعدد هنری، رسانه‌ای در قالب‌های مختلف با گستره مخاطب داخلی و بین‌المللی.



سطح اول

تعیین راهبردهای

محتوایی و واکنش سریع

میدانی در سطح کشور

✦ تشکیل قرارگاه تبلیغ و تبیین به منظور ساماندهی فوری واحدهای مختلف برای هماهنگی و انسجام در میدان عمل از ساعات ابتدایی آغاز نبرد و آغاز عملیات در بخش‌های مختلف.



ایران ذوالفقار علی

برپایی اجتماعات میلیونی «ایران؛ ذوالفقار علی» در سراسر کشور

• اولین جلوه‌ی اتحاد و همبستگی ملی ایران در نبرد با اسرائیل •

🔹 حمله رژیم صهیونیستی به خاک ایران در روزهایی رخ داد که کشور برای برپایی مهمانی کیلومتری غدیر آماده می‌شد؛ اما درست ساعاتی پس از این حمله و برخلاف انتظار دشمن صهیونیستی و ناظران جهانی، اجتماعات بزرگ «ایران؛ ذوالفقار علی» جایگزین مهمانی‌های کیلومتری عید غدیر شد و با برپایی بیش از **۱۳ هزار موکب مردمی و حضور ۱۴ میلیون نفر** در سراسر کشور، تصویری روشن از عزم خلل ناپذیر ایرانیان در برابر دشمن به نمایش گذاشت.

۱۳ هزار موکب در استان‌های سراسر کشور



۱۴ میلیون شرکت کننده





ایران چقدر تا ابد پیروز است

امتداد خط محتوایی هویت ایرانی- اسلامی در محافل عزای حسینی دهه اول محرم سراسر کشور

ایران حسین تا ابد پیروز است

۲

✦ خط محتوایی ترکیب جدایی ناپذیر هویت ایرانی و اسلامی که از اجتماع ایران ذوالفقار علی آغاز شد با فرارسیدن محرم حسینی امتداد یافت و این خط محتوایی با شعار «ایران حسین تا ابد پیروز است» در بخش‌ها و لایه‌های مختلف اجتماعات مذهبی و هیئات حسینی در سراسر کشور جریان گرفت؛ از **نوحه‌سرایی و تولید آثار شاخص و ماندگار مادحین و ذاکران اهل بیت در سراسر کشور تا فضا سازی و امتداد محتوایی** در رسانه‌های هیئات سراسر کشور.



بازخورد های گسترده در فضای رسانه ای و فضای مجازی

تولید و اجرای **صدها شعر و نوحه** به زبان‌ها و گویش‌های مختلف محلی در سراسر کشور با این خط محتوایی



همراهی چهره‌های جریان ساز عرصه مدح و مرثیه کشور نظیر آقایان مهدی رسولی، محمود کریمی، حسین طاهری، حنیف طاهری، میثم مطیعی، سید مجید بنی فاطمه، مهدی سلحشور، سیدرضا نریمانی، سید محمد رضا بذری، مجتبی رضائی و...

پشتیبانی و حمایت محتوایی و تولید آثار جریان ساز هیئتی در سطح ملی و فراملی مانند «**ای ایران**»، «**ولا تهنوا**»؛ «**ایران ای سرای امید**» و اجرای گسترده در سطح ملی در هیئات شاخص و محلی سراسر کشور



عهد برائت

امتداد خط محتوایی قرآنی فرمان استقامت و وعده نصرت الهی به مومنان و امتداد در محافل قرآنی، میدانی و مذهبی از محرم تا ربیعین حسینی

پوش قرآنی زندگی با آیه‌ها «عهد برائت»

۳

✦ پوش ملی زندگی با آیه‌ها با آغاز نبرد و بعد از بررسی تخصصی و انتخاب **۵ آیه شریفه قرآن کریم** با محوریت مضمونی مقاومت، استقامت و وعده نصرت الهی به مؤمنان، در ایام دهه محرم اقدام به برگزاری **۷۵۰۰ کرسی تلاوت تدبری** در هیئات مختلف سراسر کشور نمود. هم‌چنین در ادامه مسیر و بعد از پایان دهه اول محرم، تولیدات مختلف فرهنگی، هنری و رسانه‌ای، تبلیغات شهری، فضا سازی هیئات و مواکب در سراسر ایران و مسیر مشایه نجف تا کربلا، تولیدات و تلاش‌های هنری رسانه در شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی و... با محوریت این ۵ آیه شریفه از جمله اقداماتی راهبردهایی بود که ذیل عنوان «عهد برائت» به عنوان گام تازه پوش ملی زندگی با آیه‌ها در ایام ابیعین حسینی در بخش‌های مختلف خانواده سازمان اسلامی پیگیری شد.

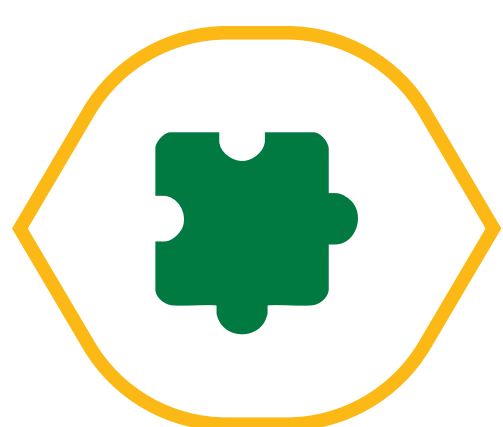


مروری بر تلاش‌های خانواده سازمان تبلیغات اسلامی در جنگ تحمیلی اخیر

تولیدات هنری - رسانه‌ای

۲

• خط محتوایی تولیدات هنری رسانه‌ای ناظر به راهبردهای کلان عملیات •



امتداد خط محتوایی لزوم آمادگی اجتماعی برای هرگونه اتفاق مخرب دیگر و ماجراجویی دوباره دشمن



تلاش برای تثبیت گزاره پیروزی ایران در جنگ در عین پاسداشت یاد شهدای نظامی، علمی و غیرنظامی وطن



امیدآفرینی با تمرکز بر روایت حملات مؤثر ایران به دشمن و مقابله با روایت‌های یأس آور دشمن در جنگ شناختی



به کارگیری ظرفیت هنرمندان مشهور برای ورود فعالانه به میدان جنگ با خلق اثر



تمرکز جدی بر درگاه‌های اصلی دریافت خبر مردم در ایام جنگ از رسانه ملی تا شبکه‌های اجتماعی



تمرکز بر معنا بخشی به نبرد و خلق گفتارهای معنا ساز از اهالی فرهنگی، اندیشه، تبلیغ و هنر



امتداد خط محتوایی همدلی، اتحاد و همبستگی در ایام بعد از آتش بس



به کارگیری ظرفیت‌های نوین هنری - رسانه‌ای برای افزایش گستره‌ی مخاطب



روایت مظلومیت مردم ایران در برابر حملات سبعانه رژیم

• موسیقی و نماهنگ •

۱

حوزه هنری انقلاب اسلامی | مرکز هنری رسانه‌ای نهضت



بازنشر از سوی چهره‌های سرشناس ملی در شبکه‌های اجتماعی



بازخوردهای گسترده در رسانه‌های داخلی و خارجی و شبکه‌های اجتماعی



تولید آثار موسیقی با موضوع وطن، همدلی و اتحاد در برابر دشمن



نماهنگ «واسه آسمونت»
باصدای رضایزدانی



نماهنگ «ایران»
باصدای فرزاد فرزین



نماهنگ «قول مردونه»
باصدای رضا صادقی



نماهنگ «علاج» با صدای
محسن چاوشی

مروری بر تلاش‌های خانواده سازمان تبلیغات اسلامی در جنگ تحمیلی اخیر



توليدات هنری- رسانه‌ای

۲

• دیوارنگاره‌ها •

۲

سازمان رسانه‌ای سپهر

✦ ۶ دیوارنگاره (۳ در میدان انقلاب، ۳ در میدان فلسطین)

✦ بازخوردهای گسترده در رسانه‌های داخلی و خارجی و شبکه‌های اجتماعی



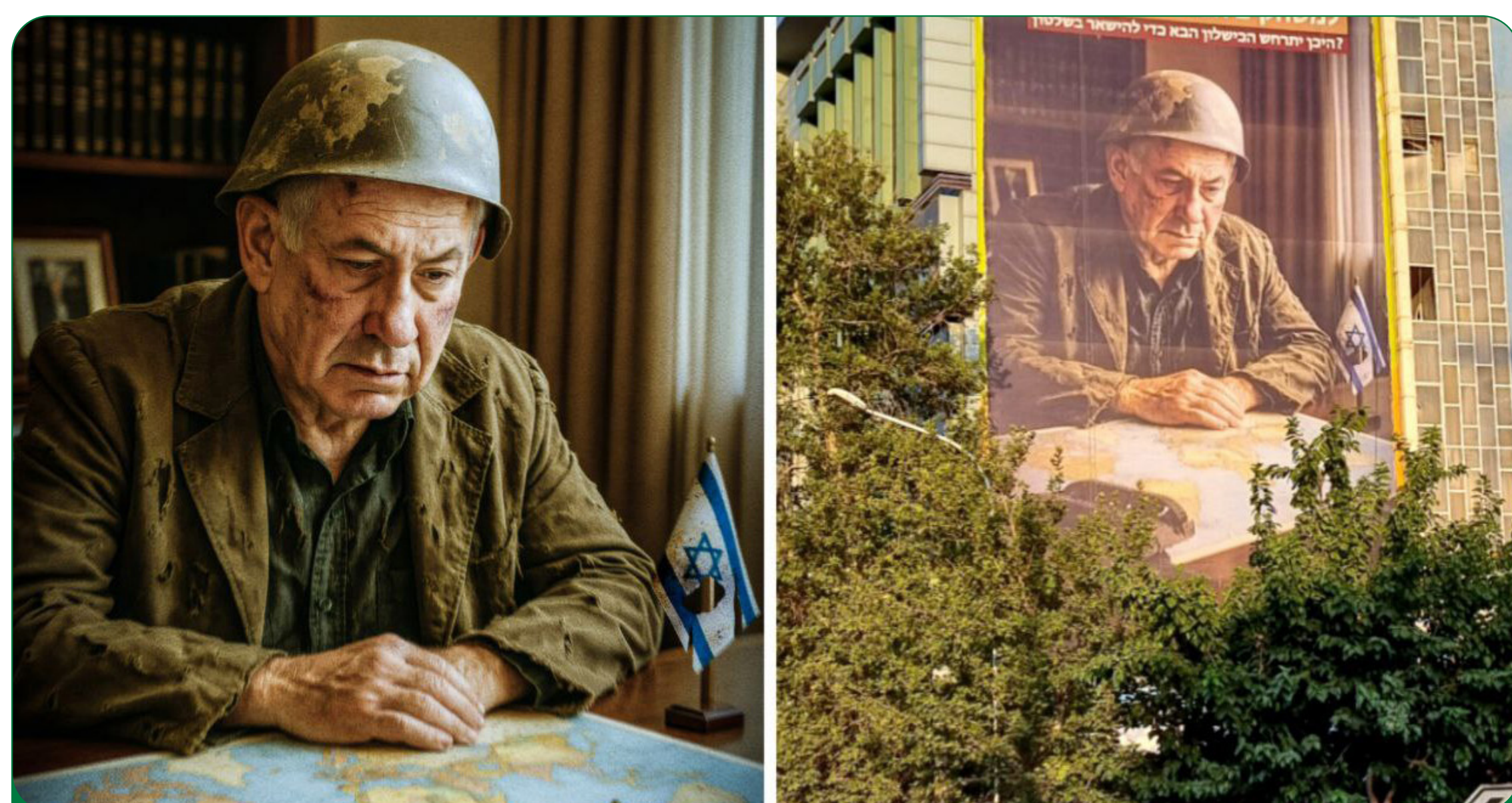
✦ رونمایی دیوارنگاره میدان انقلاب با شعار «ای ایران بخوان» پس از حضور رهبر انقلاب در مراسم عزاداری حسینیه امام خمینی (ره) | ۱۶ تیر



✦ رونمایی دیوارنگاره میدان انقلاب با تصاویر شهدای اقتدار هم‌زمان با روز تشییع شهدا در تهران | ۷ تیر



✦ رونمایی دیوارنگاره میدان فلسطین با طرح روزشمار نابودی رژیم صهیونیستی در واکنش به حمله ناموفق دشمن | ۵ تیر



✦ رونمایی دیوارنگاره میدان فلسطین با شعار «نتانياهو در یک جنگ دیگر هم شکست خورد» | ۱۰ تیر



✦ رونمایی دیوارنگاره میدان انقلاب با شعار «وارث حیدر خیبرشکنیم / نوبت ماست دراز جا بکنیم» هم‌زمان با اجتماع بزرگ ایران؛ ذوالفقار علی | ۲۴ خرداد



✦ رونمایی دیوارنگاره میدان فلسطین با شعار «زیر آوارها دنبال پناهگاه باشید» در پاسخ به تجاوز رژیم صهیونیستی به خاک ایران | ۲۳ خرداد

مروری بر تلاش‌های خانواده سازمان تبلیغات اسلامی در جنگ تحمیلی اخیر



توليدات هنری- رسانه‌ای

۲

• نقاشی و هنرهای تجسمی •

۳

➤ تولید ۹۰ اثر نقاشی و تجسمی از اساتید مختلف تجسمی

کشور از جمله حسن روح الامین، سید محمدرضا میری، سید علی میرفتاح

➤ مجموعه نقاشی دیواری شهدای جنگ تحمیلی در تهران

➤ باز نشر و ضریب رسانه‌ای گسترده آثار در فضای رسانه‌ای و

شبکه‌های اجتماعی

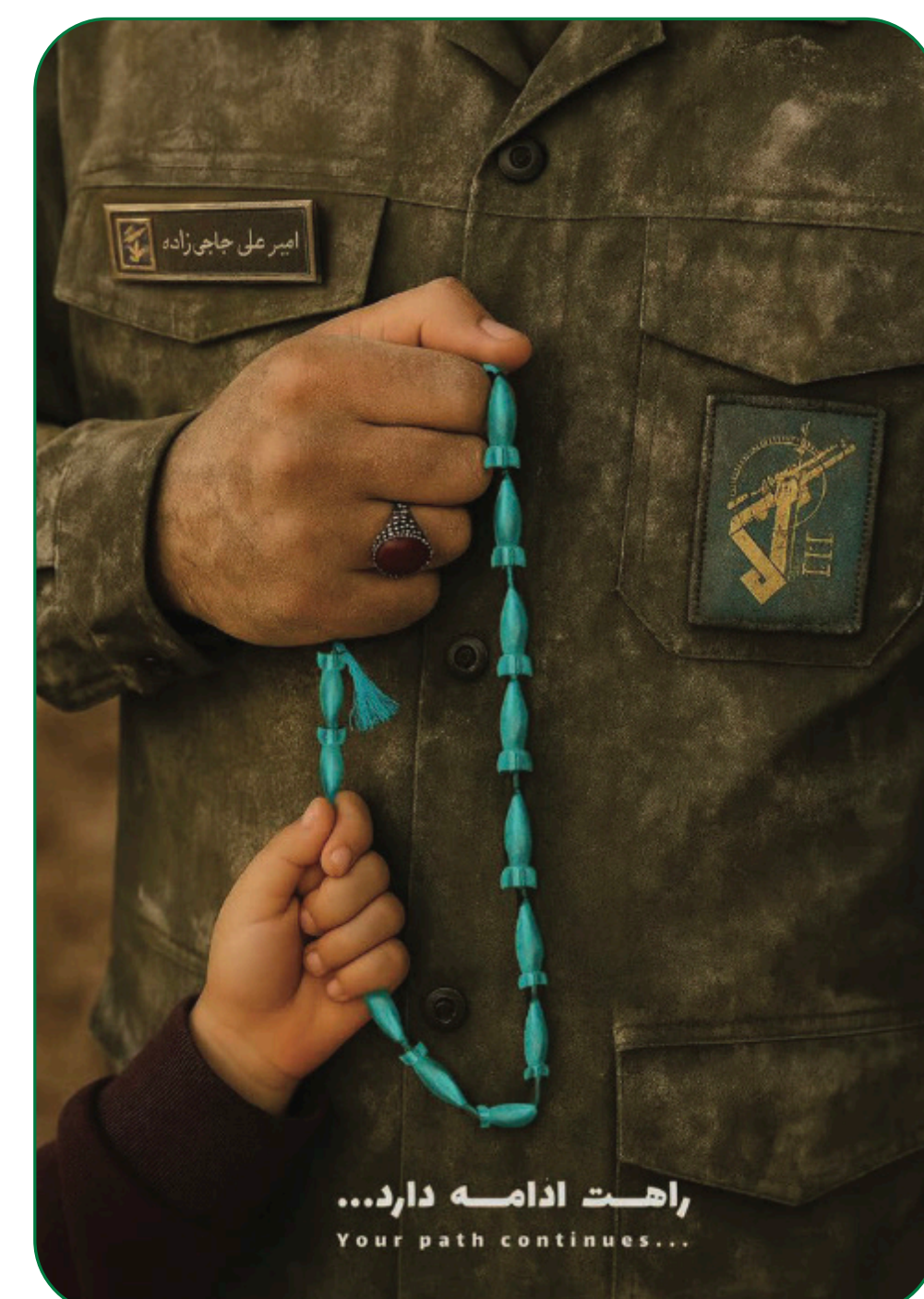
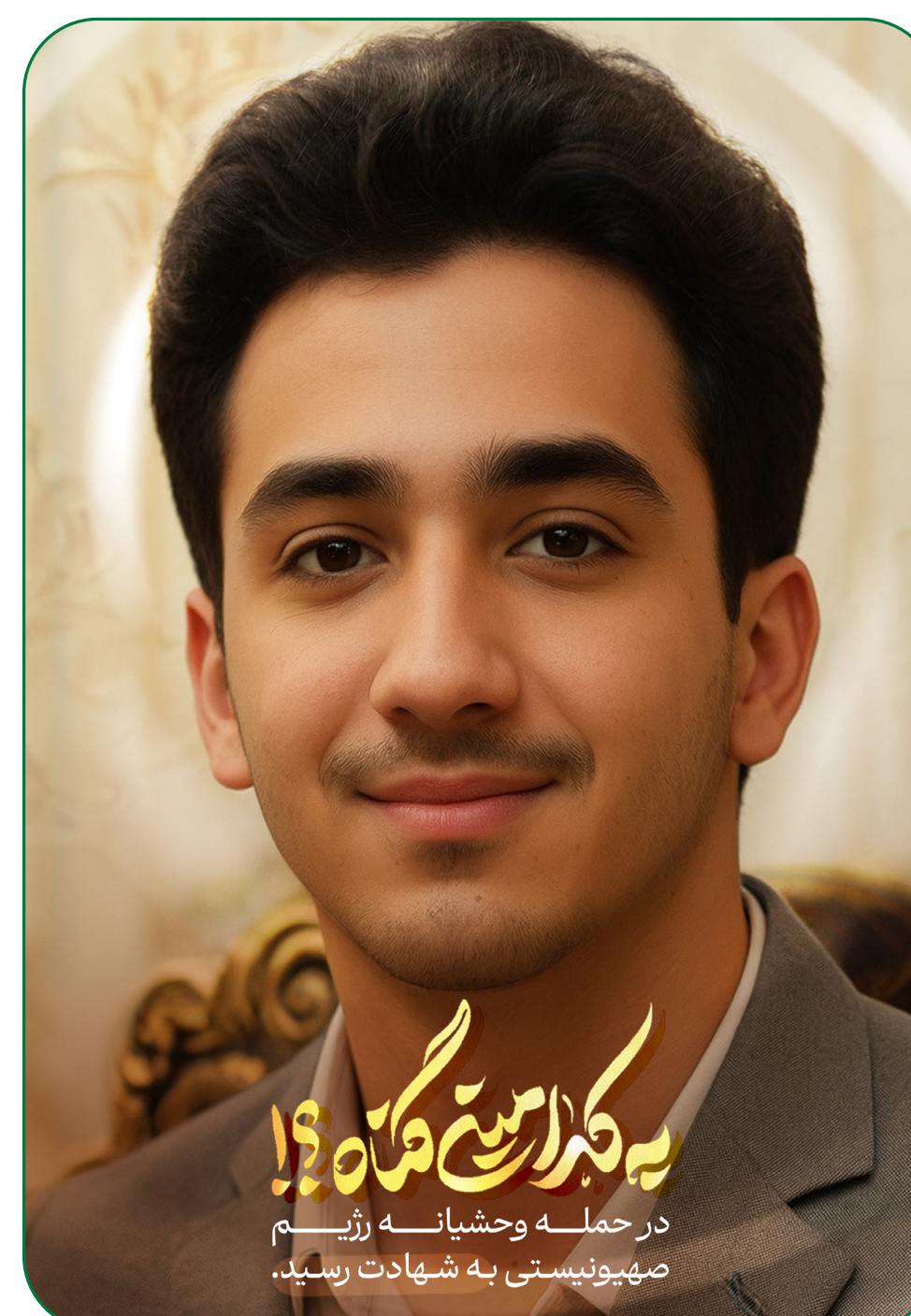
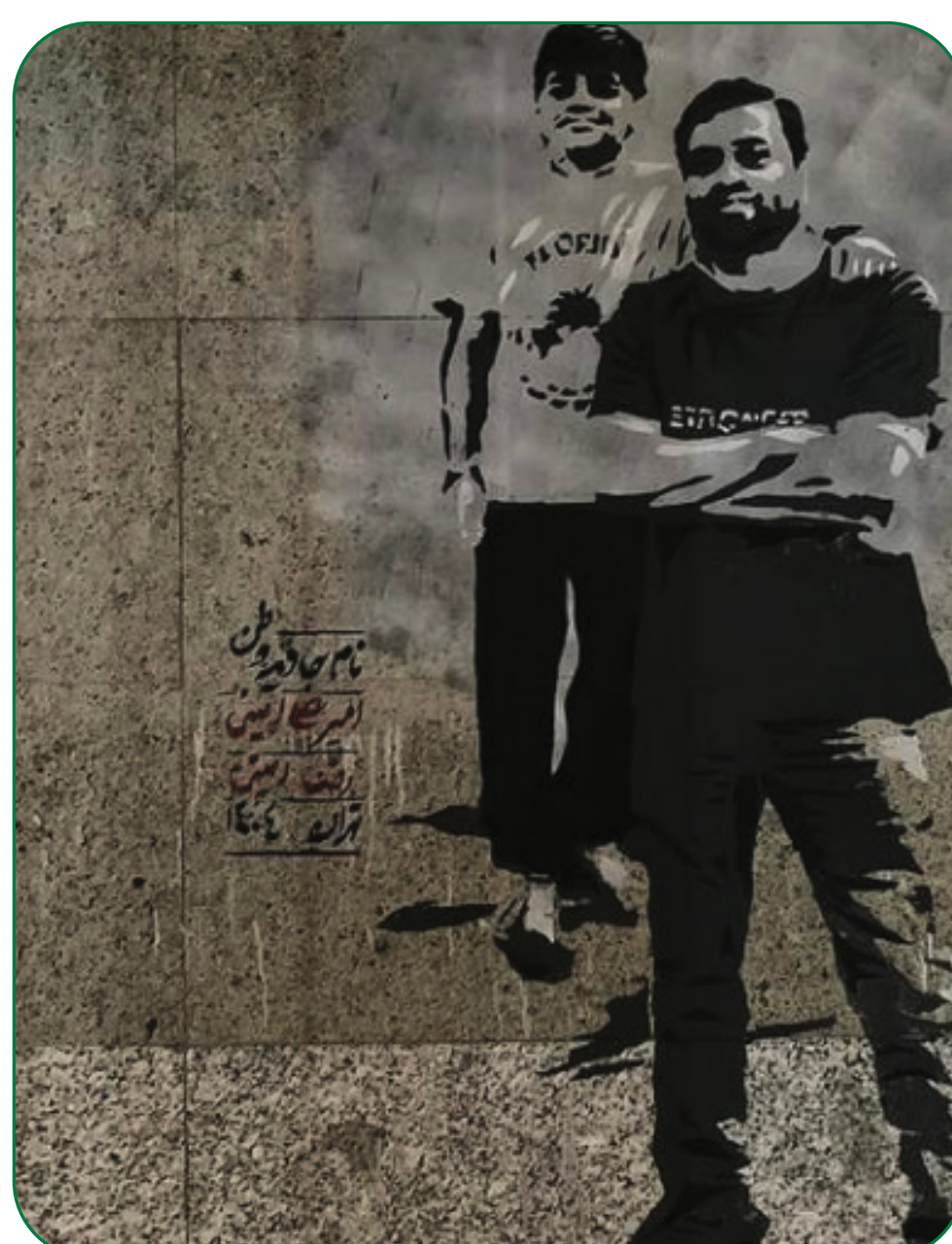
➤ باز نشر از سوی چهره‌های سرشناس ملی در شبکه‌های

اجتماعی

➤ تولید ۵۰۰ پوستر و طرح گرافیکی با گستره متنوع مخاطبان

و تمرکز بر محورهای مختلف محتوایی جنگ از جمله مجموعه

«زندگی با آیه‌ها»، «به کدامین گناه؟»، «ایران خونمه



مروری بر تلاش‌های خانواده سازمان تبلیغات اسلامی در جنگ تحمیلی اخیر



توليدات هنری- رسانه‌ای

۲

توليدات رسانه‌ای رسمی

۴

خبرگزاری مهر | تهران تایمز | روزنامه آگاه | پژوهشکده باقرالعلوم | مرکز رسانه‌ای سلوک

پوشش کامل جنگ از ابعاد مختلف در گروه رسانه ای مهر شامل خبرگزاری مهر، روزنامه تهران تایمز، روزنامه آگاه

خبرگزاری مهر

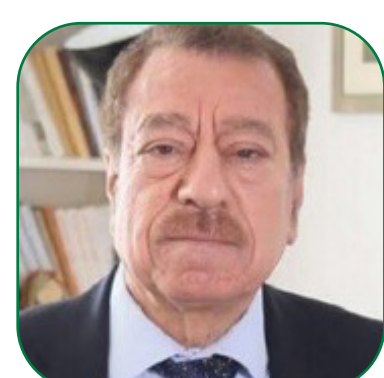
همکاری رسانه ای

با چهره های سرشناس داخلی مانند

عبدالباری عطوان

(تحلیلگر سیاسی

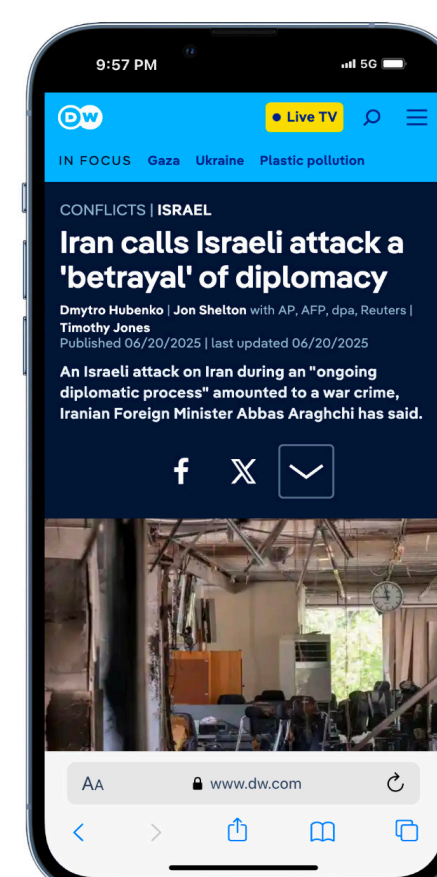
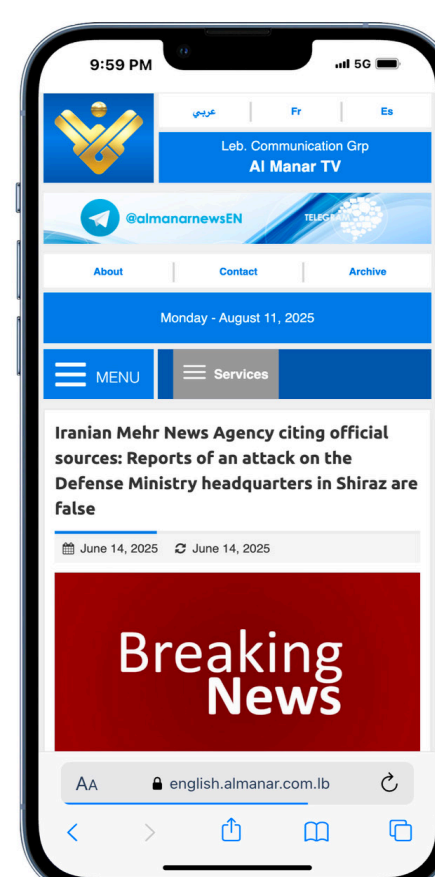
شاخص جهان عرب)



بازدید مستقیم
۱ میلیارد و ۱۰۰ میلیونی



تولید
۹۵۰۰ خبر



توليدات رسانه و جریان سازی اخبار به زبان های بین المللی

تولید ۵۲۰

محتوای خبری به زبان ترکی

تولید ۵۵۹

محتوای خبری به زبان اردو

تولید ۳۱

محتوای خبری به زبان کردی

تولید ۸۴۰

محتوای خبری به زبان عربی

تولید ۶۳۱

محتوای خبری به زبان انگلیسی

تولید ۹۱ گزارش تصویری در طول نبرد مستقیم ایران و رژیم صهیونی **بازنشر مستقیم ۱۵۳** خبر در رسانه مجازی پرمخاطب و جریان ساز از خبرگزاری مهر

پوشش زنده و میدانی در لحظه از آخرین اتفاقات نبرد در تهران و شهرهای مختلف کشور

بازنشر مطالب خبرگزاری مهر در رسانه های مطرح / جریان ساز جهانی و رسانه های دشمن شامل اسپوتنیک، دویچه وله، الجزیره، آرتی، المنار، NBC، یدیعوت

آحارنوت، times of israel، armenpress، hindustantimes، العربیه، اینترنشنال و...

تهران تایمز

تولید ۵۷۲ محتوای خبری در روزنامه
و رسانه های مجازی تهران تایمز



۵ میلیون بازدید مستقیم
در فضای مجازی در طول نبرد



تولید و انتشار ۱۲۰۰
توبیت خبری از جنگ



ماهنامه سوره

نشریه نامه جمهور

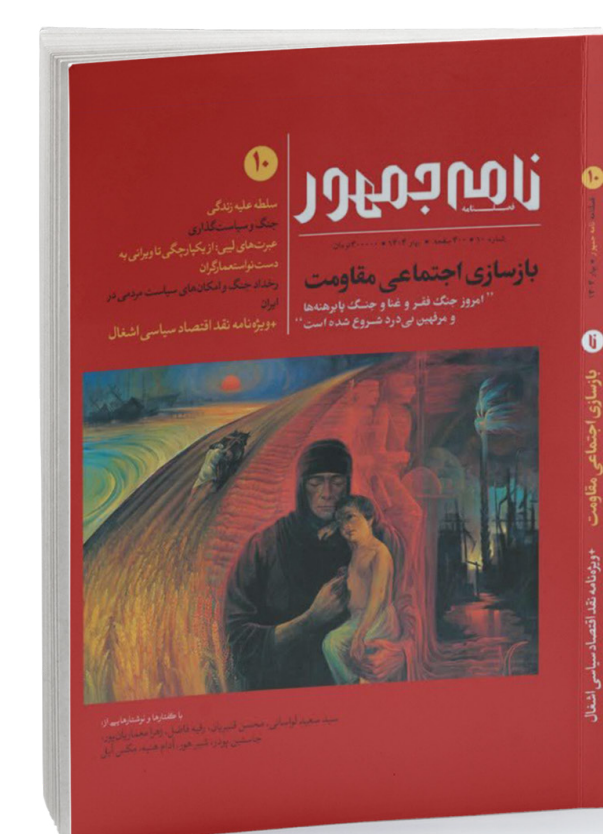
تألیف و انتشار دو ویژه نامه

تحت عنوان «سوره فتح»



تألیف و انتشار شماره دهم نشریه

«نامه جمهور» با عنوان بازسازی اجتماعی مقاومت



مروری بر تلاش‌های خانواده سازمان تبلیغات اسلامی در جنگ تحمیلی اخیر



تولیدات هنری - رسانه‌ای

۲

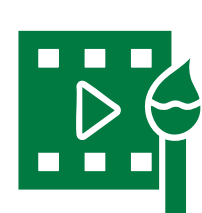
۵

• تولیدات رسانه‌ای «واکنش سریع» با تمرکز بر فضای مجازی

حوزه هنری انقلاب اسلامی | اتبیان آنلاین | مرکز هنری رسانه‌ای نهضت | گروه رسانه‌ای مهر | رسانه تصویری آن
سفر فیلم | سازمان سینمایی سوره | مرکز رسانه‌ای سلوک | خانواده امید | روابط عمومی سازمان | بنیاد هدایت

• تولید و انتشار ۲۵۲۸۰ دقیقه

محتوای تصویری



• تولید ۴۵۰ اثر با بیش از ۱ میلیارد و

۳۰۰ میلیون بازدید در فضای مجازی



• رصد و عملیات روانی چندزبانه؛

تولید محتوا برای فضای بین‌الملل



• بیش از ۹ میلیون بازدید

در فضای بین‌الملل



• تأسیس دور رسانه ویژه جنگ مانند مجله سوره فتح (ویژه نامه ماهنامه سوره) با محوریت اندیشه‌های گفتمانی جنگ، رسانه مجازی ویژه «اخبار میدان» با محوریت روایت خبرهای امیدبخش جنگ برای شبکه‌های مردمی مخاطب بنیاد هدایت در سراسر کشور و «اخبار جنگ / روایت همدلی» با محوریت روایت اتفاقات امیدبخش همدلانه مردم در سراسر کشور برای مخاطب عام



• تولید بیش از ۵۰ روایت و گفتگو با چهره‌های سرشناس فرهنگی، تبلیغی و هنری و انتشار در رسانه‌های عمومی



اهل هیأت و منبر



اهل هنر و رسانه



اساتید و چهره‌های علمی

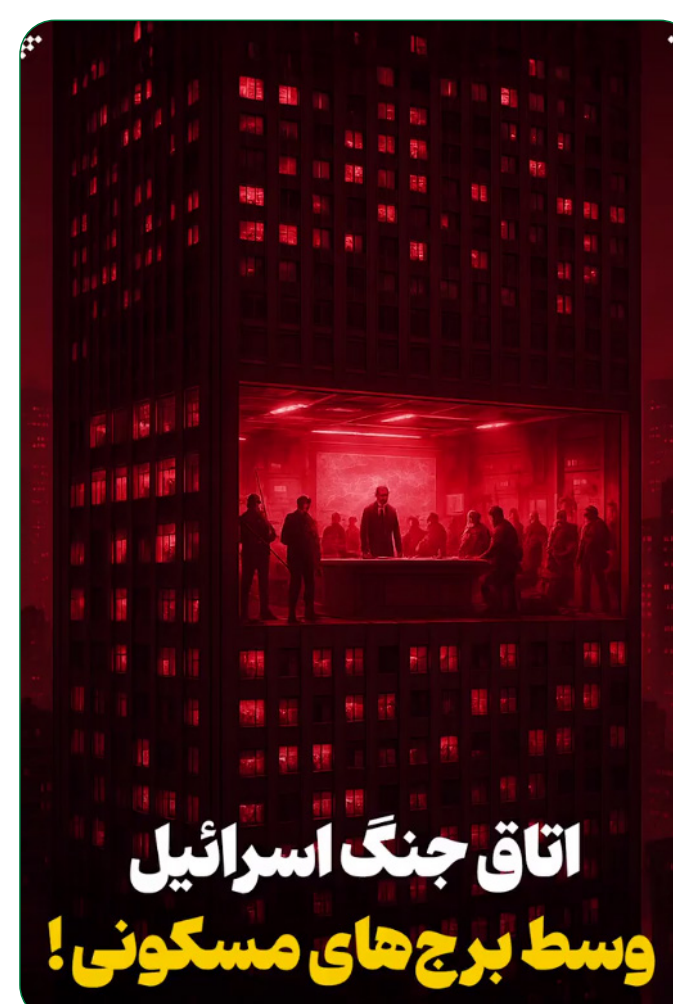


مروری بر تلاش‌های خانواده سازمان تبلیغات اسلامی در جنگ تحمیلی اخیر

۴

تولیدات هنری- رسانه‌ای

۲



• میکرورسانه‌های فعال در جنگ •

۵

کاشف مدیا | kashfmedia

109 posts

35K followers

1 following

Reel creator

کاشف به عمل اومده

▲ برای روشن کردن نقاط تاریک

میانگین بازدید مستقیم:

۹۲,۶۰۰

سرچشمه اندیشه

77 posts

15.4K followers

12 following

Community

مجموعه فرهنگی سرچشمه

صفحه اختصاصی، محتوا، اندیشه‌ای

میانگین بازدید مستقیم:

۶۰۰,۰۰۰

کیسول مدیا

21 posts

9,044 followers

1 following

کیسول مدیا؛ چند دوز دوستن

پشت پرده قصه‌های روز رو سریع، کوتاه، کیسولی بشنو

.....

Se

میانگین بازدید مستقیم:

۲۷۱,۰۰۰

🌟 **کاشف مدیا:** گفتارهایی از ابعاد نبرد از جزئیات حملات ایران تا سناریوهای پیش رو

🌟 **سرچشمه اندیشه:** روایت‌های تاریخی، اندیشه‌ای و سیاسی اساتید و پژوهشگران درباره جنگ تحمیلی

🌟 **کیسول مدیا:** گفتارهایی ژونالیستی و واکنش سریع از ابعاد مختلف نبرد

🌟 **گفتار مدیا:** گفتارهایی کوتاه از نبرد به زبان مخاطب شبکه‌های اجتماعی

🌟 **سیمافکر:** محتواهای اندیشه‌ای از ابعاد جنگ و لایه‌های معنایی مختلف آن

🌟 **جنگ و وطن:** مرور گزاره‌های اندیشه‌ای کوتاه از نبرد با حضور چهره‌های اندیشه‌ای پژوهشی

🌟 **جنگه مگه؟:** میکرورسانه‌ای با تمرکز بر مخاطبان نوجوان و کودک با محوریت نبرد

مروری بر تلاش‌های خانواده سازمان تبلیغات اسلامی در جنگ تحمیلی اخیر



تولیدات هنری - رسانه‌ای

۲

• تولیدات نیمه بلند رسانه‌ای؛ (ویژه پخش و انتشار در رسانه ملی و پست‌های پخش اینترنتی) •

۶

حوزه هنری انقلاب اسلامی | مرکز هنری رسانه‌ای نهضت | سفیرفیلم | رسانه تصویری آن | روابط عمومی | مرکز رسانه ای سلوک | پژوهشکده فرهنگ و هنر

۵ برنامه تلویزیونی - اینترنتی



۲۷ مستند کوتاه، نیمه بلند و بلند



• برنامه تلویزیونی ماجرای جنگ

گفتگو با سردار احمد وحیدی و دکتر سید عباس عراقچی / پخش از شبکه سه سیما و اینترنتی



• مستند کوتاه «جان وطن»

مرور واقعیت‌های جنگ بر پایه عکاسی میدانی از مناطق آسیب دیده.



• مجموعه فیلم کوتاه

«مراقب میهنم هستم»



• برنامه تلویزیونی سوره فتح

پخش از شبکه یک سیما



• مستند نیمه بلند «خیانت گروسی»

بازخوانی پشت پرده اقدامات رافائل گروسی، مدیر آژانس بین‌المللی انرژی اتمی.



• مستند کوتاه «مرز پرگهر»

خُرده روایت‌هایی از احساسات مردم نسبت به واقعیت‌های جنگ دوازده روزه.



• برنامه تلویزیونی «نبرد ملت»

ارائه تحلیل میدانی و رسانه‌ای دقیق از جنگ دوازده روزه با حضور چهره‌ها و کارشناسان.



• مستند نیمه بلند «فردای جنگ»

دغدغه‌های یک پدر ایرانی درباره آینده فرزندان؛ بازتابی انسانی از هراس و امید.



روایتی از خاک‌های تخریب شده در جنگ اسرائیل علیه ایران

• مستند کوتاه «پاره‌های تن ایران»

روایت مراسم خاک‌سپاری شهدای ایران پس از حملات رژیم صهیونیستی به مناطق مسکونی، از زبان مردم.



• مستند کوتاه «ایران حسین»

روایتی از آماده‌سازی و فعالیت حسینی‌ها و هیئات با هم‌زمانی جنگ تحمیلی و ایام عزای سیدالشهدا (ع).



• مستند نیمه بلند «صدای ملت ایران»

مروری بر جریان حمله رژیم صهیونیستی به ساختمان شیشه‌ای صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.



• برنامه اینترنتی مجال

گفتگوهای صریح و شفاف متناسب با مخاطبان شبکه‌های اجتماعی درباره علت آغاز جنگ و احتمالات پیش روی منطقه بعد از آتش بس

• کمک به رسانه ملی برای امتداد فعالیت رسانه‌ای بعد از حمله رژیم به ساختمان شیشه‌ای صداوسیما •

بخش‌های مختلفی از همکاران رسانه ملی بعد از تخریب ساختمان شیشه‌ای و زیرساخت‌های رسانه‌ای رادیو و تلویزیون در این حمله، به منظور امتداد خدمت‌رسانی رسانه‌ای در ایام جنگ تحمیلی با همیاری سازمان تبلیغات اسلامی به فعالیت خود ادامه دادند.

• شبکه سه، دو، خبر، افق، مستند، میز فرهنگی خبرگزاری صداوسیما و...



صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

مروری بر تلاش‌های خانواده سازمان تبلیغات اسلامی در جنگ تحمیلی اخیر



ساماندهی شبکه‌های تبلیغی و تبیینی در میدان

۳

پویش «مسجد؛ سنگر مقاومت»

بنیادهایت

همراهی ۲۰ هزار امام
محله در ۴۵۰ شهرستان



توجیه امامان محله جهت امتداد خط محتوایی سازمان در مساجد
سراسر کشور و پیوند آن با مناسک ماه محرم تحت عنوان پویش «مسجد؛
سنگر مقاومت»



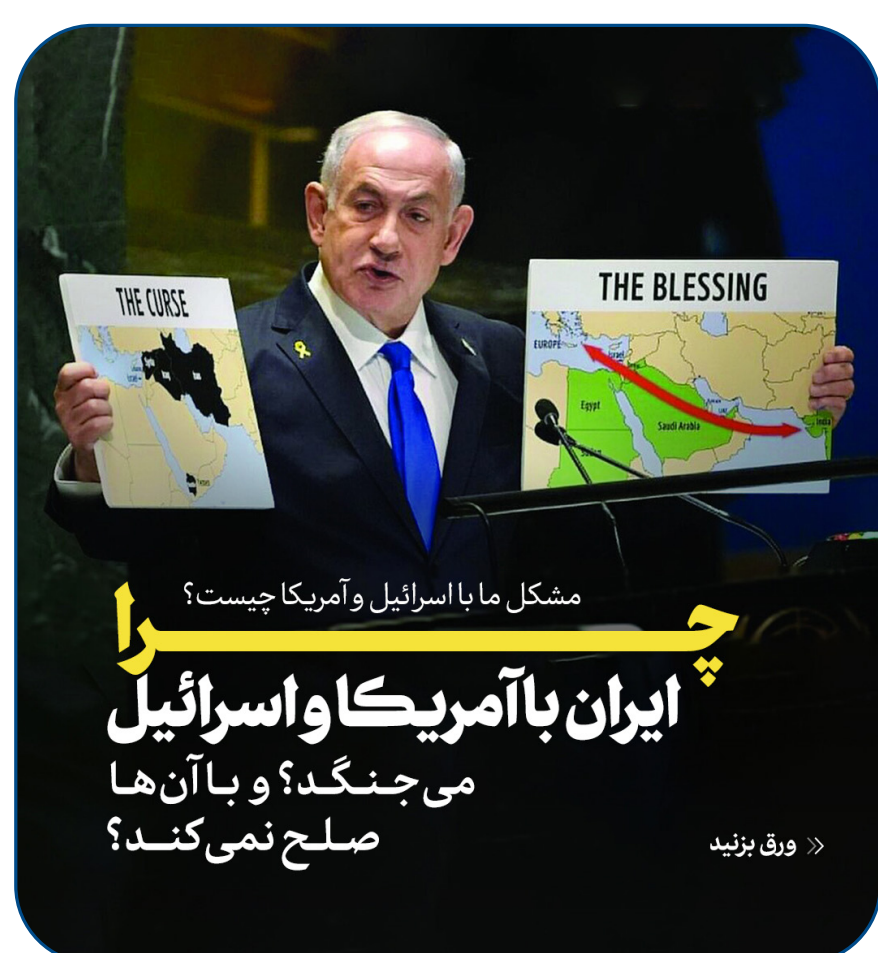
مدرسه شمع

اداره کل امور مبلغین

توجیه و اعزام مبلغ وفق خط محتوایی سازمان با حضور ۱,۶۰۰ مبلغ به نقاطی در سراسر کشور

تولید بسته های محتوای تبیینی تبلیغی ویژه مبلغان و استفاده ۲۰۰ هزار مبلغ در سراسر کشور از این محتواهای تبلیغی - تبیینی تحت عنوان «جنگی که باید شناخت» و «ایستاده می میریم»

طراحی دوره آموزشی تبیینی - تبلیغی در مدرسه شمع تحت عنوان «ایستاده می رویم» با تولید ۷۶ درس در ۲۱ ساعت آموزش مفید و ۱۴ جزوه ویژه مبلغین سراسر کشور



مروری بر تلاش‌های خانواده سازمان تبلیغات اسلامی در جنگ تحمیلی اخیر



ساماندهی شبکه‌های تبلیغی و تبیینی در میدان

۳

• عملیات فرهنگی - رسانه‌ای دانش‌آموزان •

بنیاد نوجوان



عملیات رسانه‌ای جبهه رسانه‌ای پسران نواوین



✦ در سراسر کشور با تولید و انتشار محتواهای مجازی ناظر به نبرد از سوی ۵۴۰ تیم ده نفره

عملیات جبهه دختران حاج قاسم



✦ در محلات سراسر کشور با حضور و فعالیت فرهنگی - تبلیغی و تبیینی بیش از ۵۰ هزار دختر نوجوان سراسر کشور

عملیات سفارتخانه مقاومت



✦ در ۲,۰۰۰ مدرسه دولتی برای فعال شدن مدارس در محلات و حضور مؤثر دانش‌آموزان در امر تبلیغی - فرهنگی و رسانه‌ای در سراسر کشور

• بانوان •

برگزاری ۲۵۰۰ پاتوق در سراسر کشور

✦ برگزاری پاتوق‌های گفتگو و رفع شبهه با حضور کارشناسان



مجموعاً ۱۰۰ هزار نفر در کشور

✦ تولید و تنظیم بسته‌های محتوایی تبیینی جهت برگزاری جلسات تبیینی در هیئات، مساجد، ادارات و پاتوق‌های گفتگو



۳۰ مسجد در تهران

✦ سازماندهی حضور فعالان بانو در شبکه مساجد جهت کمک‌های مردمی



✦ برگزاری پرده خوانی مقاومت
با محوریت آیات عهد برائت



مروری بر تلاش‌های خانواده سازمان تبلیغات اسلامی در جنگ تحمیلی اخیر



ساماندهی شبکه‌های تبلیغی و تبیینی در میدان

۳

• امور آموزشی و پژوهشی •

پژوهشکده «باقرالعلوم» | اداره کل راهبری پیام تبلیغی | مرکز رصد بینا | مرکز تعالی | اداره کل امور مبلغین | تیان

✦ تدوین سند جامع روایت و الهیات جنگ

✦ آماده‌سازی و توجیه ۳۰ استاد برای تبیین روایت جنگ در استان‌ها

✦ برگزاری دوره الهیات نبرد با حضور ۱۰ استاد و ۵۴۵ دقیقه محتوای آموزشی -
تبیینی با ۴۹۰۰ مخاطب

✦ دوره الهیات جهاد | ۸ استاد | ۴۸۰ دقیقه محتوا | در حال برگزاری

✦ تولید محتوای آموزشی پژوهشی و تبیینی در خصوص نبرد تحمیلی شامل
انتشار ۳۷ یادداشت و روایت فرهنگی در پرونده «جنگ ۱۲ روزه»

✦ برگزاری رویدادهای پژوهشی و هم‌کف‌ری در خصوص نبرد شامل
سلسله نشست‌های برخط «آن‌ما شدن» (واکاوی ریشه‌های همبستگی ملی،
تحلیل چالش‌ها / فرصت‌ها، رویکرد آینده‌نگر) و تولید محتوای آموزشی برای
خانواده‌ها با عنوان «خانواده مقاوم» (۱۰ جلسه)

✦ خدمات روان‌شناختی و اجتماعی؛ استفاده از ظرفیت رسانه «پرسان» و انجام
بیش از ۲۰۰۰ دقیقه مشاوره آنلاین / متنی / تلفنی.

✦ برگزاری و انتشار ۸ پیمایش افکارسنجی در خصوص نبرد تحمیلی اخیر با
موضوعات:

✦ رصد شبکه‌های اجتماعی و نظرسنجی نگرش مردم به جنگ ایران و رژیم
صهیونیستی

✦ تحلیل گفتمان شبکه‌های اجتماعی و روندنگار تحلیلی تحولات نسبت به
جنگ دوازده روزه

✦ سلسله جلسات «نبض مقاومت» برای ارائه یافته‌های ایران و جهان به مدیران
سازمان

✦ گزارش تجمیعی یافته‌های مراکز نظرسنجی ایران و جهان درباره جنگ
دوازده روزه



تخصص
ادامه دارد...

«ای ایران» بخوان