





پیش‌نویس نظام جامع تبلیغ مجازی

تدوین: معاونت تبلیغ و امور فرهنگی حوزه‌های علمیه

اندیشکده دفتر برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی

مدیریت اجرایی: محمد وکیلی

ویرایش: حمیدرضا تیموری

طراحی و صفحه‌آرایی: فائزه هدایی

آماده‌سازی و چاپ: چلیکه

صندوق پستی: ۳۴۳۳ - ۳۷۱۸۵

شماره تماس: ۳۳۱۳۳۲۷۱ - ۰۲۵

آدرس: قم - جمکران - بلوار انتظار - مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه

دفتر برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی - مدیریت اندیشکده

پیش‌نویس نظام جامع تبلیغ مجازی



ویرایش اول: ۱۴۰۲

مدیر هنر و تبلیغ نوین

معاونت تبلیغ و امور فرهنگی حوزه‌های علمیه



شورای عالی
حوزه‌های علمیه
مرکز مدیریت
حوزه‌های علمیه





فهرست مطالب

مقدمه.....	۹
مأموریت.....	۱۱
چشم‌انداز.....	۱۱
هدف کلان.....	۱۱
راهبردها.....	۱۲
ارزش‌های اساسی.....	۱۳
سیاست‌های کلان.....	۱۳

راهکارهای عملیاتی

راهبرد شماره ۱:.....	۱۷
راهبرد شماره ۲:.....	۱۹
راهبرد شماره ۳:.....	۲۰
راهبرد شماره ۴:.....	۲۳
راهبرد شماره ۵:.....	۲۴



شورای عالی
حوزه‌های علمیه
مرکز مدیریت
حوزه‌های علمیه





پیش‌گفتار

سرعت تحولات دنیای معاصر، به‌ویژه پس از پیروزی انقلاب اسلامی، چنان شتاب گرفته که نوسازی و به‌روزرسانی تمام نهادها، از جمله نهادهای دینی و فرهنگی اجتناب‌ناپذیر است. از این رو با توجه به نقش و جایگاه بی‌بدیل حوزه‌های علمیه در نظام اسلامی و انتظاراتی که از این نهاد مقدس وجود دارد، مدیریت حوزه‌های علمیه فرایندهای تدوین، اصلاح، ارتقا و روزآمدسازی اسناد، مأموریت‌ها، سیاست‌ها، برنامه‌ها، نظام‌نامه‌ها و ساختارهای خود را به‌ویژه در دوره مدیریت حضرت آیت‌الله اعرافی، در اولویت قرار داده است تا بتواند ضمن تحقق این مطالبات و انتظارات، زمینه حضور بیش‌ازپیش حوزه‌های علمیه در میدان علم و عمل و ایفای نقش مثبت در حل مشکلات و معضلات ملی و فراملی را فراهم آورد.

دفتر برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی، در راستای تحقق این اولویت، ضمن ارج نهادن به تلاش‌ها و زحمات چندین‌ساله‌ای که برای تهیه این اسناد و طرح‌ها توسط معاونت‌ها، دفاتر و مراکز مختلف مدیریت



حوزه‌های علمیه صورت گرفته است، نسبت به
تجمیع، نهایی‌سازی و چاپ آن‌ها اقدام کرده است.
بی‌تردید ارائه نظرات و پیشنهادات سازنده‌ی اساتید و
صاحب‌نظران حوزوی موجب ارتقای کمی و کیفی این
اسناد و طرح‌ها خواهد شد.

لازم به توضیح است نسخه‌های چاپ شده در این
مجموعه، برابر با آخرین نسخه‌های مصوب بوده
و در صورت هر تغییری، در چاپ جدید اعمال و به
علاقه‌مندان عرضه خواهد شد.

مدیریت حوزه‌های علمیه
دفتر برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی
مدیریت اندیشکده
۱۴۰۱ شمسی



مقدمه

با توجه به گستره نفوذ فضای مجازی، بسترهای اینترنتی و ابزارهای ارتباطی نوین در جامعه، باید نگاه فرهنگی و دینی ویژه‌ای به فن‌آوری‌های نوین داشت و گام‌های راهبردی و مؤثری در مسیر ترویج و تبلیغ فرهنگ دین و مکتب اهل بیت علیهم‌السلام از طریق رسانه‌های نوین برداشت؛ به‌ویژه زمانی که دشمنان اسلام و انقلاب اسلامی ایران تمامی تلاش‌ها و فعالیت‌های خود علیه معتقدات تشیع و ارزش‌های انقلاب اسلامی را از این طریق در دستور کار قرار داده‌اند.

معاونت تبلیغ و امور فرهنگی حوزه‌های علمیه با درک شرایط موجود مصمم است تا



با استفاده از ظرفیت‌های مختلف حوزوی و نیروهای جهادی و انقلابی، قدمی مؤثرتر در تبلیغ دین با استفاده از ابزارهای نوین بردارد و طبق فرموده رهبر معظم انقلاب اسلامی ایران حضرت آیت‌الله العظمی خامنه‌ای دام‌ظله با استفاده از فضای مجازی سیلی محکمی بر دهان دشمنان بزند.^۱

بدین جهت «نظام جامع تبلیغ مجازی» با رویکردی متفاوت از گذشته در مسیر توسعه تبلیغ مجازی به فعالیت‌های فردی، گروهی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی طراحی گردیده تا سرآغازی بر حرکت‌های جهادی و انقلابی در فضای مجازی باشد.

۱. مقام معظم رهبری «مدظله العالی»: فضای مجازی می‌تواند ابزاری باشد برای زدن توی دهان دشمنان. (بیانات در دیدار مردم قم، ۱۹ دی‌ماه ۱۳۹۷)



مأموریت

سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و راهبری در راستای توسعه، تعمیق، ترویج و ساماندهی تبلیغ مجازی مبتنی بر فن‌آوری‌های هوشمند با استفاده از افراد، گروه‌ها، مراکز، مؤسسات و نهادهای حوزوی و فرهنگی در سطوح استانی، ملی و بین‌المللی.

چشم‌انداز

تبلیغ مجازی در افق ۱۴۱۴ معرفت‌بنیان، هدایت‌گر، آینده‌نگر، فراگیر، جریان‌ساز، گفتمان‌ساز، روزآمد، امیدآفرین، تهاجمی نسبت به کانون‌های فکری مخالفان و معاندان و خنثاکنده فعالیت‌های دشمن در راستای اهداف اسلام و انقلاب اسلامی ایران است.

هدف کلان

تبلیغ کارآمد معارف قرآن و اهل بیت (علیهم‌السلام) و ارزش‌های انقلاب اسلامی و مقابله با



فعالیت‌ها و تحرکات مخالفان و معاندان در
فضای مجازی و محیط‌های اینترنتی.

راهبردها

۱. انجام مطالعات بنیادین و راهبردی در عرصه
تبلیغ مجازی؛

۲. شناسایی، تعلیم، تربیت و جذب مبلغان
و اساتید عالم، متخلّق و متخصص از میان
طلاب حوزه‌های علمیه، فعالان مذهبی -
فرهنگی و کنشگران هم‌سو و به‌کارگیری آنان
در عرصه تبلیغ مجازی (به صورت فردی و
گروهی)؛

۳. ساماندهی، شبکه‌سازی، هم‌افزایی و
هماهنگی کنشگران و فعالان حوزوی و فرهنگی
فعال در فضای مجازی؛

۴. تبیین، ترویج، تقویت و تحکیم مبانی،
معارف و ارزش‌های دینی و انقلابی در فضای
مجازی با رویکرد فعال و جهادی؛

۵. موج‌آفرینی، گفتمان‌سازی، جریان‌سازی
و واکنش سریع، عالمانه، تهاجمی و مؤثر در



حوادث و جریان‌ات فرهنگی، تبلیغی، اجتماعی،
سیاسی و اقتصادی در فضای مجازی؛

ارزش‌های اساسی

۱. تهذیب، تزکیه، اخلاق و معنویت؛
۲. قانون‌مداری، نظم و انضباط؛
۳. پاسخ‌گوبودن و مسئولیت‌پذیری؛
۴. سعه صدر، نقدپذیری، خیرخواهی و تعاون؛
۵. کرامت انسانی، عدالت محوری و کوشش
برای فلاح و رستگاری؛
۶. توسعه و تحکیم برادری و وحدت اسلامی
و تعاون عمومی بین همه مسلمین به‌ویژه
شیعیان جهان.

سیاست‌های کلان

۱. محوریت آموزه‌های قرآن و اهل‌بیت علیهم‌السلام؛
۲. اهتمام به رهنمودهای امام راحل رحمه‌الله و مقام
معظم رهبری دام‌ظله؛
۳. اهتمام به حرکت‌های تهاجمی در مواجهه با
افکار و اندیشه‌های الحادی و انحرافی؛



۴. اولویت‌دادن به بهره‌گیری از جدیدترین ابزارها و فن‌آوری‌های هوشمند؛
۵. تأکید بر رویکرد فعال، جهادی و انقلابی در اقدامات تبلیغی؛
۶. اهتمام به برون‌سپاری و استفاده حداکثری از ظرفیت افراد، مؤسسات، گروه‌ها و تشکّل‌های حوزوی - جهادی و فعال در فضای مجازی؛
۷. تأکید بر هماهنگی، هم‌افزایی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های تبلیغی سازمان‌ها و نهادهای ملی و بین‌المللی؛
۸. اهتمام به امیدآفرینی و پرهیز از القای یأس و ناامیدی؛



راهکارهای عملیاتی





شورای عالی
حوزه‌های علمیه
مرکز مدیریت
حوزه‌های علمیه





راهبرد شماره ۱: انجام مطالعات بنیادین و راهبردی در عرصه تبلیغ مجازی؛

۱. شناسایی و اولویت‌گذاری میان مخاطبان، موضوعات، محصولات و... در تبلیغ مجازی؛
۲. تدوین درختواره پژوهشی مورد نیاز در عرصه تبلیغ مجازی؛
۳. مطالعات بنیادین در زمینه فلسفه، فقه، اخلاق و اقتصاد تبلیغ مجازی؛
۴. طراحی و برنامه‌ریزی بلندمدت و کوتاه‌مدت جهت توسعه و ارتقای تبلیغ مجازی در عرصه‌های جدید (هوش مصنوعی، بلاک چین، متاورس، اینترنت اشیا، بیگ دیتا و...)
۵. طراحی و اجرای نظرسنجی، نیازسنجی، آسیب‌شناسی، آینده‌پژوهی و آینده‌نگاری در



عرصه فضای مجازی؛

۶. مطالعه و برنامه‌ریزی جهت توسعه و تعمیق

تبلیغ مجازی به زبان‌ها و گویش‌های مختلف

ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی؛

۷. مطالعات نظری و پژوهش‌های بنیادین در

عرصه علوم شناختی به‌ویژه جنگ‌های روانی

و رسانه‌ای؛

۸. مطالعه و پژوهش به منظور تولید استانداردها،

روش‌ها و شیوه‌های نوین و کاربردی تبلیغ

مجازی؛

۹. تأسیس، فعال‌سازی و پی‌گیری امور

مربوط به انجمن‌های علمی و پژوهشی تبلیغ

مجازی؛

۱۰. تأسیس پژوهشکده، اندیشکده و کتابخانه‌ها

و نشریات تخصصی تبلیغ مجازی؛

۱۱. تهیه، تدوین و تنظیم پیوست «تبلیغ

مجازی» برای تمامی فعالیت‌های آموزشی،

پژوهشی، تہذیبی و تبلیغی در مرکز مدیریت

حوزه‌های علمیه.



**راهبرد شماره ۲: شناسایی، تعلیم، تربیت و جذب
مبلمان و اساتید عالم، متخلق و متخصص از میان
طلاب حوزه‌های علمیه، فعالان مذهبی - فرهنگی و
کنشگران هم‌سو و به‌کارگیری آنان در عرصه تبلیغ
مجازی (به صورت فردی و گروهی):**

۱. طراحی درختواره‌ها، رشته‌ها، گرایش‌ها و برنامه‌های آموزشی (دانشی و مهارتی) مرتبط با تبلیغ مجازی؛
۲. تدوین، تأمین و تألیف متون و محتواهای مورد نیاز دوره‌های آموزشی؛
۳. اجرای آموزش‌های دانشی و مهارتی ویژه تبلیغ مجازی در قالب‌های حضوری و غیر حضوری در حوزه‌های علمیه سراسر کشور؛
۴. برگزاری اردوهای تخصصی، کارگاه‌های علمی، همایش‌های کاربردی و نشست‌های راهبردی؛
۵. تدوین فرایند، قوانین و آیین‌نامه‌های مربوط به جذب، گزینش و به‌کارگیری مبلغان عرصه تبلیغ نوین؛
۶. فرهنگ‌سازی استفاده صحیح از فضای



مجازی و گسترش سواد رسانه در جامعه از طریق تولید و انتشار محتواها و محصولات مختلف آموزشی مورد نیاز؛

۷. توسعه و گسترش تبلیغ مجازی از طریق نیروسازی و بهره‌گیری از ظرفیت استعداد های برتر.

راهبرد شماره ۳: ساماندهی، شبکه‌سازی، هم‌افزایی و هماهنگی کنشگران و فعالان حوزوی و فرهنگی فعال در فضای مجازی:

۱. راه‌اندازی شورای سیاست‌گذاری تبلیغ مجازی حوزه‌های علمیه؛
۲. گسترش تبلیغ مجازی از طریق ایجاد و فعال‌سازی مراکز، مؤسسات و گروه‌های تخصصی در سطوح استانی، ملی و بین‌المللی؛
۳. ایجاد، تأمین و تهیه محیط‌ها و فضا های تبلیغی کارآمد در بسترها و سکوهای اینترنتی پرمخاطب (اعم از بومی و غیربومی) جهت استفاده و فعالیت مبلغان تبلیغ مجازی؛
۴. ایجاد و تقویت شبکه تبلیغ مجازی



- (شبکه‌سازی سازمانی و غیرسازمانی مبلغان) و ایجاد مجمع فعالان فضای مجازی؛
۵. برنامه‌ریزی جهت ایجاد، تقویت و پیوند بین ساختارها و فرایندهای مرتبط با تبلیغ مجازی در مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه؛
۶. تهیه و ایجاد سامانه‌ها، پایگاه‌ها، سکوها، فضاهای ابری و زیرساخت‌های جامع و مورد نیاز عرصه تبلیغ نوین (سامانه‌های کاری، پورتال‌های جامع، فضاهای اشتراکی و...);
۷. ارتباط مؤثر و کارآمد با مراکز، مؤسسات و شرکت‌های دانش‌بنیان حوزوی و غیرحوزوی جهت هم‌افزایی و همکاری در سطوح مختلف تبلیغ مجازی؛
۸. برنامه‌ریزی جهت تجاری‌سازی (مارکتینگ)، پایدارسازی و مردمی‌سازی تبلیغ مجازی و خدمات و محصولات ارائه‌شده از سوی مبلغان و کنشگران فرهنگی فضای مجازی؛
۹. اجرا و برگزاری مسابقه‌ها، همایش‌ها، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های عمومی و اختصاصی ویژه فعالان، مبلغان و کنشگران



فرهنگی فضای مجازی؛

۱۰. ایجاد و توسعه بانک اطلاعات تبلیغ نوین
(شامل: اشخاص، گروه‌ها، مؤسسات، مراکز،
نهاده‌ها، مخالفان، معاندان، منابع، محصولات
و...)

۱۱. حمایت و پشتیبانی از ایده‌ها و طرح‌های
نو، مبتکرانه و مؤثر در عرصه تبلیغ مجازی؛
۱۲. همکاری، هم‌افزایی و تعامل با نهاده‌ها
و سازمان‌های هم‌سو و حاکمیتی در راستای
تقویت و توسعه امور مربوط به فضای
مجازی (بومی‌سازی سکوها، توسعه اقتصاد
دیجیتال، ایجاد شبکه مردمی جبهه مقاومت
رسانه‌ای، طراحی قوانین و پروتکل‌های بومی،
مصون‌سازی کاربران از تهاجمات فرهنگی،
تحقق دولت الکترونیک، رشد شرکت‌های
دانش‌بنیان و...).



راهبرد شماره ۴: تبیین، ترویج، تقویت و تحکیم مبانی، معارف و ارزش‌های دینی و انقلابی در فضای مجازی با رویکرد فعال و جهادی:

۱. رصد و پایش اخبار مهم، سؤالات و شبهات، جریان‌های مثبت و منفی و ظرفیت‌های تبلیغی در محیط‌ها و فضاها و مختلف اینترنتی و داده‌کاوی، فرآوری، تحلیل، اولویت‌گذاری و تنظیم برنامه اقدام بر اساس رصدهای انجام شده؛

۲. ایجاد، تقویت و حمایت از مبلغان، گروه‌ها، مؤسسات، مراکز و ویژندهای (برندهای) حوزوی و فرهنگی مؤثر در فضای مجازی (اعم از حقیقی و حقوقی و ملی و بین‌المللی)؛

۳. تولید و انتشار محتواها و محصولات دینی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و خانوادگی متناسب با نیازها، اولویت‌ها و ویژگی‌های مخاطبان؛

۴. پاسخگویی به شبهات و تهاجمات معاندان، مخالفان و جریان‌های فکری، فرهنگی



و سیاسی معارض از طریق تهیه و تولید محصولات فاخر، مؤثر و رسانه‌ای؛

۵. نظارت و ارزیابی علمی و تخصصی مستمر بر محتواها و محصولات تولیدی مبلغان تبلیغ مجازی.

راهبرد شماره ۵: موج‌آفرینی، گفتمان‌سازی، جریان‌سازی و واکنش سریع، عالمانه، تهاجمی و مؤثر در حوادث و جریان‌ات فرهنگی، تبلیغی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در فضای مجازی:

۱. طراحی و اجرای پویش‌های مختلف مجازی در حوادث، رویدادها، مناسبت‌ها و رخداد‌های مذهبی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی در سطوح ملی و بین‌المللی؛

۲. طراحی و اجرای عملیات مختلف رسانه‌ای اعم از عملیات تبیینی، اقناعی و آفندی؛

۳. بهره‌گیری از ظرفیت حلقه‌های میانی و چهره‌های تأثیرگذار اعم از هنرمندان، ورزشکاران، کنشگران فضای مجازی و... در راستای توسعه و تقویت جبهه فرهنگی



و انقلابی و تحقق تبلیغ مؤثر و تهاجمی در
فضای مجازی؛

۴. معرفی محصولات، محیط‌ها و ویژگی‌های
تبلیغی به عموم کاربران و کنشگران فضای
مجازی از طریق تبلیغات مورد نیاز، مناسب
و اثرگذار در فضاها و محیط‌های مختلف
اینترنتی.

