



قائم‌مقام مدیر سازمان تبلیغات از مسیر ۴۹ ساله این نهاد می‌گوید

عملکرد سازمان روبه‌رشد است

چهار دهه پیش در چنین روزهایی که سازمان تبلیغات اسلامی در حال اختصاص عنوان یکی از اولین نهادهای پس از انقلاب به خود بود، مسیر حرکت این جسم در حال رشد و بالیدن هنوز به تفصیل روشن نبود و اهداف و ماموریت‌های آن، آرام آرام به این موجود زنده و پویا، سروشکل می‌بخشید. حالا اما بعد از ۴۰ سال چه چیزی بیشتر از بررسی عملکرد نهادهای اولیه انقلاب اسلامی از جمله سازمان تبلیغات می‌تواند به حیات و بالندگی آنها استمرار ببخشد و عینا نشان دهد که چگونه انقلاب در مسیر تکامل خود، به اعضا و جوارح خویش می‌اندیشد، بر آنان تسلط دارد و درصد ارتقای بهره‌وری‌شان برمی‌آید. درباره این عملکرد ۴۰ ساله، تغییرات آن و اشتراک‌های اخلاق‌این سازمان با سایر نهادهای رشدکرده در این مسیر، از حجت‌الاسلام حریرزوی، قائم‌مقام مدیر سازمان تبلیغات اسلامی پرسیدیم.

گروه
فرهنگ و هنر

عملکرد سازمان را در طول این ۴۰ سال چطور ارزیابی می‌کنید؟

عملکرد سازمان تبلیغات اسلامی را باید ناظر بر ملاحظات دوره‌های مختلف آن ارزیابی کرد؛ ابتدا، دوره تاسیس و تثبیت است. دوره‌ای همزمان با جنگ تحمیلی، عمده‌ترین فعالیت سازمان در این دوره، فعالیت در جبهه‌هاست و همزمان فعالیت در حوزه بین‌الملل برای معرفی انقلاب به سایر مردم جهان.

دوره دوم، دوره پس از جنگ است، در دهه ۷۰ که عمده فعالیت‌ها، حول تاسیس دفاتر در نقاط مختلف کشور و اعزام روحانیون به نقاط محروم متمرکز است. دوره سوم، دوره مواجهه با شبهات در دهه ۸۰ است. در این دوره، تلاش گسترده‌ای برای فعالیت‌های پژوهشی و ارتباط با نسل جوان انجام می‌شود. در دوره چهارم که دوره دهه ۹۰ است، اغلب فعالیت‌ها، به توسعه سازمان در حوزه فعالیت‌های مبتنی بر تبلیغات نوین و فضای مجازی مربوط است. تاسیس موسسه تبیان و موسسات رسانه‌ای دیگر در همین دوره انجام شده است. در سه سال گذشته که سازمان با مدیری جوان به کار خود ادامه داده، دوره‌تعالی را شاهد بوده‌ایم. در این دوره با فعالیت‌های ابتکاری در حوزه تبلیغ مواجه بوده‌ایم. به نظر من در همه این پنج دوره آن حرکت رو به رشد و موفق را می‌توان با نظر به اقتضای هر دوره رصد کرد. شاهد عرض بنده هم تایید رهبر معظم انقلاب در روز ولادت حضرت

حمید مجتهدی، سازنده «مستند ایران» درگذشت

حمید مجتهدی، سازنده «مستند ایران» پس از ۲۰ سال ثبت آثار تاریخی، ملی و مذهبی کشورمان امروز درگذشت. تصویربرداری هوایی این مجموعه در این سال‌ها، آن را از مستندهای مشابه خود متمایز کرده بود. این مستندساز و تصویربردار که چندسالی به بیماری مبتلا بود، امروزه شنبه، اول تیر در ۸۰ سالگی در بیمارستان باهنر تهران درگذشت.



ما همچنان نیازمند حرکت و جهش و تحول هستیم؛ البته طرح تحولی که ما تدوین کرده‌ایم تا حد مطلوبی می‌تواند ما را به ماموریت اولیه، رسالت و آرمان سازمان نزدیک کند

ز

هر

را در دیدار با مداحان است.

ایشان اشاره کردند به حرکت رو

به رشد دستگاه‌های تبلیغی.

نسبت رسالت و اهداف

اولیه با وضعیت کنونی سازمان؟

آنچه تا حالا گفتم، مربوط به

عملکرد سازمان نسبت به

اقتضات هر دوره بود، اما اگر

بخواهیم در نسبت با اهداف

اولیه عملکرد را ارزیابی کنیم،

باید بگویم راه نرفته بسیار

داریم. حجم حملات دشمن و

کار انجام‌نشده برای رسیدن به

تمدن‌سازی، صادر کردن اندیشه‌های انقلاب،

مواجهه با پدیده‌های نوظهوری چون سلفی‌گری

و... مسوولیت ما را چند برابر می‌کند. از این لحاظ

نمی‌توانیم بگوئیم نمره خوبی گرفته‌ایم. ما

همچنان نیازمند حرکت و جهش و تحول هستیم؛

البته طرح تحولی که ما تدوین کرده‌ایم تا حد

مطلوبی می‌تواند ما را به به ماموریت اولیه، رسالت

و آرمان سازمان نزدیک کند.

طرحی که سال گذشته رونمایی شد، یکی از

فخرترین طرح‌های مهندسی فرهنگی است که

براساس منطق راهبری هوشمند فرهنگی تبلیغی

طراحی شده است.

تغییر و تحول در این دوره ناظر بر طرح تحولی که

نوشته شده و نیز با جوانگرایی رخ داده، عملکرد این

اسلام مرتبط است، مثلا در رابطه با پدیده اربعین، نمی‌توانیم نسبت به آن بی‌تفاوت باشیم و حتما باید کنش موثر صورت دهیم. علاوه‌بر این، باید نسبت به داعش نیز حساس می‌بودیم. برای هر یک از این موارد برنامه داریم.

می‌کنیم که ناظر بر توجه به افکارسجی‌هاست. توجه به موضوع بانوان و نقش آفرینی آنها در تبلیغ نیز از گرایش‌های این دوره بوده است. در عین حال باید به تاسیس مرکز عملیات رسانه نیز اشاره کنم که آثارش در شبکه‌های تلویزیونی و مجازی نیز مشهود است.

در این دوره برای تقویت گفت‌وگو با دیگران چه اقدام‌های فرامرز سازمان بوده، چه کرده‌اید؟

در دوده ۶۰ و ۷۰، سازمان مرکزی با عنوان بخش بین‌الملل داشته است. بعدها با تاسیس سازمان فرهنگی و ارتباطات اسلامی، بخش بین‌الملل سازمان به آنجا منتقل شد. هم‌اکنون سازمان، مستقیما ماموریت بین‌المللی ندارد. اما به دلیل این‌که خیلی از فعالیت‌های تبلیغی ما به جهان

چاپ کتاب عکس جشنواره «هشت» در سالروز میلاد امام رضا(ع)

همزمان با سالروز میلاد فرخنده امام رضا(ع) کتاب سومین جشنواره عکس تلفن همراه «هشت» با همکاری موسسه توسعه هنرهای تجسمی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی منتشر شد. این کتاب شامل ۸۶ قطعه عکس در ۱۴ صفحه گلاسه است. در این دوره از جشنواره عکس تلفن همراه هشت به دبیری وجیها... شیرمحمدی، ۴۹۱۰ عکس از ۶۲۸ عکاس به دبیرخانه ارسال و دآوری آثار توسط مسعود زنده‌روح کرمانی، کیازنگ علایی و محمود مروتی انجام شد.



را پیش برده‌ایم. نمونه‌اش ستادهای ملی است که تشکیل داده‌ایم، مثل ستاد ملی محرم یا ستاد حاج قاسم. هدف از این همکاری‌ها به حداقل رساندن موزی‌کاری‌ها و تبدیل آنها به تقسیم کار است. اما موضوع موزی‌کاری بحثی مفصل می‌طلبد. برای این ماجرا، نیاز به نوعی بازمهندسی در نقشه فرهنگی کشور است. نقشه فرهنگی کشور در وقت خود می‌توانست موثر واقع شود، اما چون در این هشت سال مود بی‌توجهی قرار گرفته، کارکرد خود را تا حد زیادی از دست داده است. ما در دولت جدید انتظار داریم که سند مورد بازنگری جدی قرار بگیرد و بر مبنای آن بعضی از دستگاه‌ها ادغام شوند یا ماموریت‌های‌شان تغییر کند. به‌ویژه با توجه به نگاه ما به مهندسی پنج‌بعدی فرهنگ.

خود سازمان تبلیغات اسلامی در خلال این تحولات کنشگر خواهد بود؟

حتما. تمام تلاش‌مان در این راستاست که همچنان کنشگر بمانیم.

مقابل این تلاش، وظیفه‌مان را تقویت امید مردم می‌بینیم. به هر حال ما در اتمسفر جداگانه‌ای زیست نمی‌کنیم. مثلا وقتی شرایط شیوع کرونا پیش می‌آید و ناکارآمدی می‌بینیم، به میان می‌آییم و کمک می‌کنیم. در این شرایط مبلغان را با رویکردی اجتماعی به کمک مردم می‌فرستیم. دولت‌ها گاهی اوقات در زندگی مردم اختلال ایجاد می‌کنند و در این صورت، طبعاً رویکرد ما برای کمک به نقاط محروم، اقتصادی و اجتماعی می‌شود.

بررسی نسبت سازمان تبلیغات با دیگر دستگاه‌های فرهنگی کشور رانیز جزو ماموریت‌های خودتان می‌دانید؟ و این‌که آیا موزی‌کاری در تعریف اهداف و ماموریت‌های شما با این سازمان‌ها وجود داشته که محل کار شما بوده باشد؟

تلاش زیادی در این دوره برای تعامل و هم‌افزایی با دیگر دستگاه‌ها صورت گرفته است. ما با حدود ۸۰ دستگاه تفاهم‌نامه امضا کرده‌ایم یا طرح اقدام مشترک و عملیات مشترک موضوعی، مناسبتی

یک مخترع ایرانی موفق شده است با ابداع فرمولاسیون اختصاصی خودش، زباله‌ها و ضایعات تر را به نوعی کودی زیستی تبدیل کند

ابتکار تبدیل زباله‌های تر به کود ارگانیک

گوناگون حاصل از تجمیع و دفع این پسماندها موجب ارزش آفرینی شود. محمدمهدی حاجتی، مخترع مولتی‌کود ارگانیک از ضایعات تر، با همین تفکر موفق به تولید نوعی کود زیستی از پسماندهای کشاورزی و پسماندهای تر شهری شده است که علاوه بر تأمین مواد مغذی مورد نیاز برای رشد و باردهی گیاهان زراعی و حتی گیاهان زینتی آپارتمانی، نقش مؤثری در کاهش مصرف آب مورد نیاز برای تولید محصولات کشاورزی ایفا می‌کند.

برای تولید محصولات کشاورزی را کاهش داده‌ایم. این نانوذرات بهبوددهنده از جنس پلیمرهای گیاهی، مانند پکتین هستند که از پسماندهای گیاهی می‌مانند پوست سیب‌زمینی تولید شده‌اند. این پلیمرها توانایی ایجاد ذرات کلونیدی و جذب مولکول‌های آب را دارند. این ذرات با افزایش خاصیت چسبندگی در خاک موجب حفظ قطرات آب در اطراف ریشه گیاه می‌شوند. به این ترتیب اگر برای تولید گوجه‌فرنگی از یک بوته به دو لیتر آب نیاز باشد، این محصول قادر است میزان مصرف آب را به یک لیتر یا حتی کمتر از آن کاهش دهد. به گفته حاجتی استفاده از پلیمرهای موجود در پسماندهای گیاهی برای کاهش مصرف آب در تولید محصولات کشاورزی پیش از این در کشور و حتی در دنیا گزارش نشده است.

غنی‌سازی کود با مواد آلی

مولتی‌کود ارگانیک از ضایعات تر، به دلیل دارابودن برخی مواد آلی قادر است تمام عناصر مغذی ضروری و غیرضروری گیاه را به صورت قابل جذب در اختیار

در مسیر جذب سرمایه برای تولید صنعتی

انرژی‌بر است، استفاده از پئل‌های خورشیدی و گازهای زیستی استخراج‌شده در طی فرآیند تولید کود به‌عنوان منبع تولید انرژی در نظر گرفته شده است. حاجتی می‌افزاید: «این محصول علاوه بر بازار مطمئن داخلی، امکان صادرات به کشورهای حوزه اوراسیا، جنوب شرق آسیا و شبه قاره هند را دارد، زیرا بر اساس مطالعاتی که داشته‌ایم این کشورها بیشتر از کودهای شیمیایی استفاده می‌کنند و کودهای ارگانیک و زیستی مانند محصول ما می‌تواند بازار خوبی در این کشورها داشته باشد.» وی خاطرنشان می‌کند: «ما با وجود این که پیشنهادهایی برای سرمایه‌گذاری و تولید در کشورهایی مانند ترکیه، کانادا و کشورهای حاشیه خلیج فارس مانند عمان و قطر داشته‌ایم، ترجیح می‌دهیم این محصول را در داخل کشور خودمان وارد مرحله تولید صنعتی کنیم.»



شرایط سرمایه‌گذاری در تولید صنعتی مولتی کود ارگانیک از پسماند تر



میزان سرمایه برای تولید صنعتی: ۷ تا ۸ میلیارد تومان

میزان تولید در سال در فاز اول: ۱۰ هزار تن

دوره بازگشت اصل سرمایه: ۲ تا ۲/۵ سال

میزان اشتغالزایی در فاز اول: ۱۰ تا ۲۰ نفر

میزان سهم از بازار داخلی: ۱۰ تا ۱۵ درصد

میزان خطرپذیری: با توجه به داخلی بودن دانش و تجهیزات مورد نیاز و بازار هدف مطمئن تقریباً صفر خواهد بود.

راه‌های تماس با این مخترع

mehrdad_hajati2000

@yahoo.com

۰۹۱۱۹۸۳۳۴۲۱

استان گیلان، شهرستان فومن، خیابان شهید مظهری بعداز میدان نواب، پلاک ۶۰

استخراج می‌شود که با استفاده از آنها در برخی مراحل تولید کود مانند مرحله تخمیر، ترکیبات آلی موجود در کود، ضد عفونی و پاکسازی خواهد شد.

حاجتی با اشاره به مزیت‌های متعدد این کود در مقایسه با سایر کودهای زیستی موجود در بازار در رابطه با قیمت نهایی این محصول می‌گوید:

«قیمت تمام شده تولید هر کیلوگرم از این کود ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ تومان خواهد بود و قیمت فروش آن در بازار بین ۳۵۰۰ تا ۴۰۰۰ تومان خواهد بود. این در حالی است که حداقل قیمت هر کیلو گرم کمپوست در بازار بین ۱۰ هزار تومان است. ورمی‌تالیس ساده‌ای روی این کودهای زیستی صورت بگیرد مشخص می‌شود بیشتر آنها حاوی فلزات سمی و سنگین هستند. در صورتی که در محصول ما تمام ضایعاتی که می‌تواند منجر به تولید ترکیبات سمی شود مانند ضایعات فلزی و شیشه حذف می‌شود و در نهایت کود به شکل گرانول‌های جامد قابل پاشیدن بر سطح مزرعه یا