



Journal of Islamic Propagation

Volume 4 ● No 10 ● Autumn & Winter 2024

Organizational Developments of Religious Propagation During the Islamic Republic of Iran

Abazar Jafari*

Hamid Reza Motahari**

Abstract

Religious propagation is a social phenomenon that was formed with the emergence of religions, including the religion of Islam, and as the main duty of the Islamic seminary, it has undergone changes in different periods. The victory of the Islamic Revolution of Iran with its religious leadership provided the context for the growth and development of religious propagation. The present article aims to answer the question, what organizational and structural developments religious propagation has had after the Islamic revolution, and what are the concrete examples of these developments in religious propagation? This research is done through the library research method, and by examining the documents related to propagation during the period of the Islamic Republic and before, we will identify the changes in propagation and examine its different types. Considering the political developments and the new possibilities of religious propagators and those in charge of propagation in the Islamic Republic, in addition to the capacities and traditional methods of propagation, new capacities and tools have also been used in religious propagation and as a result, the structure of propagation has also changed. The formation of special organizations and institutions in charge of propagation, such as Islamic Propagation Office of Qom Seminary, Islamic Propagation Organization, Seminary Propagation Deputyship Office and expanding the scope of propagation from the public to government and educational institutions, shows a serious development in religious propagation during the Islamic Republic.

Keywords

Religious propagation, Islamic Propagation Office, Islamic Propagation Organization, Ministry of Culture and Islamic Guidance, Owqaf (endowment) and Charitable Affairs Organization, Organization of Islamic Culture and Communications.

* PhD in Islamic Studies, Qur'an and Islamic texts.

** Associate professor, Islamic Sciences and Culture Academy.

تطورات سازمانی تبلیغ دینی در دوران جمهوری اسلامی

اباذر جعفری*

حمیدرضا مطهری**

چکیده

تبلیغ دینی، پدیده‌ای اجتماعی است که با ظهور ادیان، از جمله دین مبین اسلام شکل گرفت و به عنوان وظیفه اصلی نهاد حوزه علمیه، در دوره‌های مختلف تحولاتی داشته است. پیروزی انقلاب اسلامی ایران با رهبری دینی، زمینه رشد و تکامل تبلیغ دینی را فراهم ساخت. هدف نوشتار پیش رو، پاسخ به این پرسش است که تبلیغ دینی پس از انقلاب اسلامی، چه تطورات سازمانی و ساختاری داشته است و مصادیق عینی این تطورات در تبلیغ دینی کدام است؟

این تحقیق، به روش پژوهش کتابخانه‌ای صورت می‌گیرد و با بررسی اسناد مرتبط با تبلیغ در دوره جمهوری اسلامی و پیش از آن، تغییرات حاصل شده در تبلیغ را شناسایی کرده و گونه‌های مختلف آن را بررسی خواهیم کرد. با توجه به تحولات سیاسی و امکانات جدید مبلغان دینی و متولیان تبلیغ در جمهوری اسلامی، علاوه بر ظرفیت‌ها و روش‌های سنتی تبلیغ، ظرفیت‌ها و ابزارهای جدیدی نیز در تبلیغ دینی استفاده شده و در پی آن، ساختار تبلیغ نیز متحول گردیده است. شکل‌گیری سازمان‌ها و تشکیلات ویژه تبلیغ، مانند: دفتر تبلیغات اسلامی، سازمان تبلیغات اسلامی، معاونت تبلیغ حوزه‌های علمیه و گسترش دامنه تبلیغ از عموم مردم به نهادهای دولتی و آموزشی، نشان از تحولی جدی در عرصه تبلیغ دینی در دوران جمهوری اسلامی است.

کلیدواژگان: تبلیغ دینی، دفتر تبلیغات اسلامی، سازمان تبلیغات اسلامی، معاونت تبلیغ حوزه، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان اوقاف و امور خیریه، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی.^۱

* دکتری مدرسی معارف اسلامی گرایش قرآن و متون اسلامی.

** دانشیار پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.

۱. این مقاله با حمایت دبیرخانه همایش بین‌المللی یکصدمین سالگشت بازتاسیس حوزه علمیه قم و نکوداشت آیت‌الله العظمی شیخ عبدالکریم حائری رحمته‌الله‌علیه تالیف شده است.

مقدمه

خدای متعال کسانی از جنس بشر را در میان ایشان برانگیخت تا رسالت ابلاغ پیام خود به مردم را بر عهده گیرند. قرآن کریم، وظیفه پیامبر را رساندن پیام دین می‌داند (مانده، آیه ۹۹). تبلیغ دین، ویژه پیامبران نیست؛ چنان‌که قرآن کریم در دستوری عام از مؤمنان می‌خواهد تا جمعی برای کسب معارف دینی سفر کنند و پس از آن، به انداز قوم خود پردازند (توبه، آیه ۱۲۲). بر این اساس، پیامبران الهی و جانشینان آنان، وظیفه تبلیغ دین و تعلیم و تزکیه مردم را بر دوش داشتند و پرورش‌یافتگان مکتب آنان، شامل فقها و عالمان دینی نیز در طول تاریخ، این رسالت را دارند. از نظر فقهی، تبلیغ دین واجب کفایی است (انصاری، ۱۴۱۱، ج ۱، ص ۷۷؛ خویی، ۱۳۸۲، ج ۱، ص ۱۲۱) و شرط مقدم جهاد است (نجفی، ۱۳۶۲، ج ۲۱، ص ۵۱-۵۲). در نگاه تاریخی نیز گسترش اسلام بیش از هر عاملی، بر اثر فعالیت‌ها مبلغان دینی است (واکر آرنولد، ۱۳۵۸، ص ۲۷) و در فرهنگ اسلامی نیز قرار گرفتن منبر در کنار محراب مسجد، نمادی از جایگاه تبلیغ دینی را به تصویر می‌کشد.

عالمان دینی در دوره‌های مختلف، به تبلیغ دین اهتمام فراوانی داشته‌اند و پس از پیروزی انقلاب اسلامی در ایران، این مسئله جایگاه و اهمیت مضاعفی یافت (صحیفه نور، ج ۱۶، ص ۱۴۹). بررسی تطورات و تحولات سازمانی و ساختاری تبلیغ دینی در دوران جمهوری اسلامی ایران، موضوع اصلی این نوشته است.

مفهوم‌شناسی

«تبلیغ» از ریشه «ب-ل-غ» و به معنای رسیدن به چیزی است. مصدر باب تفعیل آن، متعدی و به معنای رساندن است (مقایس اللغة، ج ۱، ص ۳۰۱-۳۰۲؛ مفردات، ص ۱۴۴؛ التحقيق، ج ۱، ص ۳۳۳، ذیل ماده «بلغ»). واژه تبلیغ، در قرآن به کار نرفته است؛ اما مشتقات از ریشه این واژه، ۷۷ بار در قرآن آمده است که ۲۷ مورد از آن، با کاربرد واژه‌های: بَلَّغْ، بَلِّغْ، بَلِّغْتِ، بِالْعَةِ، أَبْلَغْكُمْ، أَبْلَغْتُكُمْ، أَبْلَغُهُ، يُبَلِّغُونَ و أَبْلَغُوا، معنایی متناسب با اصطلاح دینی تبلیغ دارند (التبلیغ فی الكتاب والسنة، ص ۱۵). در میان این واژه‌ها، «بلاغ» بیشترین بسامد را دارد (آل‌عمران، آیه ۲۰؛ مانده، آیه ۹۲؛ رعد، آیه ۴۰ و...).

واژه «تبلیغ» در زبان فارسی، کاربردی اصطلاحی یافته و به رساندن پیام‌ها و آموزه‌های دینی

اطلاق می‌شود (لغتنامه، ج ۴، ص ۵۵۹۸، «تبلیغ»). شاید مناسب‌ترین تعریف برای این اصطلاح، «رساندن پیام الهی به شیوه روشنگرانه که از طریق ایجاد ارتباط و تشویق به پذیرش محتوای موردنظر با استفاده از ابزارهای مشروع هر عصر صورت می‌پذیرد» باشد (رهبر، پژوهشی در تبلیغ، ص ۱۰۴). تبلیغ مبتنی بر سه عنصر اصلی: پیام‌دهنده، پیام‌گیرنده و محتوای پیام است (همان، ص ۸۰). مفاهیم قرآنی دیگری مانند: ارشاد، دعوت، هدایت، موعظه، تبشیر، انذار، تخویف، امر به معروف و نهی از منکر، با مفهوم تبلیغ پیوند دارند.

تطور، به معنای تغییرات و تکامل یک پدیده است (دهخدا، لغتنامه، ذیل ماده «تطور»؛ عمید، فرهنگ فارسی، ذیل ماده «تطور») و تبلیغ نیز به عنوان یک پدیده اجتماعی، سیر تحولی و دگرگونی را طی کرده است که ابعاد مختلف این تحولات و سیر تکاملی آن در دوره زمانی پس از پیروزی انقلاب اسلامی تا زمان تألیف مقاله در سال ۱۴۰۲ موضوع این نوشته می‌باشد.

پیشینه تحقیق

با توجه به جایگاه تبلیغ دینی، آثار متعددی درباره جایگاه قرآنی و روایی، آداب سخنوری و روش‌های تبلیغ، محتوای خطابه و برخی تجارب سخنوران نگاشته شده است (فاطمی، «کتاب شناسی تبلیغ و سخنوری»، مجله مبلغان، ۱۳۸۷، ش ۱۰۷). همچنین، منابع متعددی به بررسی فن خطابه از یونان باستان تا کنون پرداخته‌اند؛ اما در خصوص تاریخ تبلیغ دینی و سیر تطورات آن، آثار چندانی نگاشته نشده است. محمد تقی رهبر در دو مقاله با عناوین «سیر تاریخی تبلیغ» و «پیشینه تبلیغ در اسلام» که بعدها در کتابی با نام پژوهشی درباره تبلیغ گردآورد، به تاریخ تبلیغ در تمدن بشری، ادیان و اسلام پرداخته است (رهبر، «سیر تاریخی تبلیغ»، کیهان اندیشه، ۱۳۷۰، ش ۳۶؛ همو، «پیشینه تبلیغ در اسلام»، ش ۳۷). همچنین، با توجه به ابتنای مذهب اسماعیلیه بر دعوت و تشکیل دولت فاطمیان با محوریت داعیان، پژوهش‌های تاریخی متعددی در این باره نگاشته شده است (ر.ک: حمزه علی بهرامی، «ساختار سازمان دعوت فاطمیان مصر»، سخن تاریخ، بهار ۱۳۸۹، ش ۸). در خصوص تاریخ تبلیغ در دوران اخیر، به‌ویژه پس از پیروزی انقلاب اسلامی، به رغم برخی اشارات در مقالات و کتب تاریخ معاصر یا مرتبط با تبلیغ، اثر مستقلی تألیف نشده است و مجموعه مقالات یکصدمین سال بازتأسیس حوزه علمیه قم، اولین تلاش در این عرصه است.

انقلاب اسلامی و نقش آن در تبلیغ دینی

انقلاب اسلامی ایران با رهبری امام خمینی و مجاهدت‌های چندین‌ساله مردم ایران، توانست نظام شاهنشاهی در ایران را نابود کرده و با تأسیس حکومت دینی و جمهوری اسلامی، تأثیر عظیمی در اوضاع ملی و جهانی بگذارد. ماهیت انقلاب و حکومت مبتنی بر آن، اسلامی بوده و جنبه‌های فرهنگی و دینی، مقوم اصلی آن است و تبلیغ دینی، از عناصر جدی در شکل‌گیری و قوام آن می‌باشد و به همین جهت، تبلیغ دینی در جمهوری اسلامی، تحولات فراوانی داشته که در این نوشتار، به بررسی تطورات ساختاری و سازمانی آن می‌پردازیم.

تطورات سازمانی تبلیغی

پیشینه سازمان تبلیغ در ایران

به رغم جایگاه و سابقه تبلیغ دینی در جوامع اسلامی، به غیر از دوران اسماعیلیه و حکومت فاطمیان، ساختار نظام‌مندی بر تبلیغ حکفرما نبوده است (عبدالرحمان سیف‌آراد، تاریخ خلفای فاطمی، ص ۲۵ و ۲۶، تهران، دنیای کتاب، ۱۳۶۸ ش) و این امر، با تلاش‌های فردی عالمان دینی در تبیین و تفسیر قرآن، بیان احکام و آداب اسلامی، تدوین کتب دینی و تدریس مباحث علمی آن، سوگواری شیعیان و تبلیغ در قالب خطابه و سخنرانی، همچنین به صورت مردمی و احساس مسئولیت آحاد مردم، اعم از بازرگانان و حتی اسیران، در سایر ملل انجام می‌یافته است.

در جامعه ایرانی، سال‌های پیش از انقلاب نیز تبلیغ جنبه فردی داشت و با فعالیت شخصی مبلغان و عالمان دینی و بهره‌گیری از پشتیبانی وقف و تبرعات صورت می‌گرفت. عمده عالمان دینی و مراجع تقلید، اهتمام جدی به امور شرعی جامعه داشتند و از جایگاه پدری معنوی عالمان دینی برای مردم و تبلیغ دینی برخوردار بودند؛ به‌ویژه در مناسبت‌های مذهبی و برای افرادی که دسترسی به روحانی ندارند (محمد رضا احمدی، خاطرات آیت‌الله محمدعلی گرامی، انتشارات مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ص ۱۴۶)؛ ولی این امر در کنار سایر شئون مرجعیت دینی و عمدتاً فاقد تشکیلات اختصاصی بود. در خصوص نمونه اندک فعالیت‌های جمعی و تشکیلاتی حوزه تبلیغ در سده اخیر، می‌توان از شکل‌گیری جمعی برای انتشار مجله مکتب اسلام یا تأسیس مؤسسه در راه حق با هدف تولید و نشر رایگان کتب دینی نام برد (علی شیرخانی و عباس زارع، تحولات حوزه علمیه قم پس از پیروزی انقلاب اسلامی، ج ۱، ص ۱۶۹-۱۷۱، تهران، ۱۳۸۴ ش). البته نظام شاهنشاهی با

تأسیس سازمان پرورش افکار (ر.ک: سینا واحد، قیام گهرشاد، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۶۶)، مؤسسه وعظ و خطابه (ابوالفضل شکوری، «معرفی اجمالی مؤسسه وعظ و خطابه»، مجله یاد، ش ۷۸، ص ۳۵-۳۶) یا تأسیس سازمان اوقاف (سید علی خامنه‌ای، بیانات در دیدار جمعی از دانش‌آموزان و دانشجویان، ۱۳۷۴/۸/۱۰، farsi.khamenei.ir/speech-content?id=2772)، تلاش‌هایی برای مداخله در امور فرهنگی و کنترل تبلیغ دینی داشت که توفیقی نیافت. تنها تشیکلات قابل ذکر در عرصه تبلیغ پیش از انقلاب اسلامی، «دار التبلیغ اسلامی» است (ابومحمد وکیلی قمی، حوزه علمیه قم، ج ۱، ص ۴۸-۴۹، تهران، ۱۳۴۸ش) که با هدف تربیت مبلّغ و توجه به تبلیغ اسلام در میان مسلمانان ایرانی مقیم کشورهای دیگر و تبلیغ اسلام در میان غیرمسلمانان شکل گرفت. راه‌اندازی و فعالیت این مجموعه در شرایط انقلابی حوزه و جامعه آن زمان نیز نقدهای جدی را در حوزه علمیه به دنبال داشت (خمینی، مقدمه کتاب کوثر، ج ۱، ص ۳۹ و ۴۰؛ همچنین ر.ک: historydocuments.ir/?page=post&cid=3420).

سازمان‌ها و نهادهای تبلیغی پس از انقلاب اسلامی

با پیروزی انقلاب اسلامی و ماهیت فرهنگی آن، فعالیت‌های تبلیغ دینی نیز گسترش یافت و نهادها و مؤسسات متعددی در این راستا به وجود آمد که با احتساب مؤسسات، کانون‌ها، گروه‌های تبلیغی و سایر تشکلهای خرد تبلیغی، تعداد آنها بیش از چند هزار خواهد بود. پرداختن به همه این مراکز، خارج از مجال این نوشته است و فهرست‌واره‌هایی برای معرفی آنها در مقاطع مختلف منتشر شده است (ر.ک: کتاب زرد، بشیر ۱۳۷۹، راهنمای جامع مؤسسات فرهنگی اسلامی استان قم، مرکز مدیریت حوزه علمیه قم، قم، ۱۳۷۹ش؛ همان، بشیر ۱۳۸۰؛ معاونت پژوهشی مرکز مدیریت حوزه علمیه قم، مرکز مدیریت حوزه علمیه قم، قم، ۱۳۸۳ش؛ سلطانی، راهنمای پرسش: معرفی مراکز پاسخگویی به پرسش‌های دینی، قم، ایده گستر، ۱۳۸۴ش).

در ادامه، به بررسی مهم‌ترین ساختارهای تبلیغی دوران جمهوری اسلامی ایران خواهیم پرداخت.

۱. دفتر تبلیغات اسلامی

نخستین نهاد رسمی در حوزه علمیه پس از پیروزی انقلاب اسلامی، دفتر تبلیغات اسلامی حوزه

علمیه قم است. پیرو فعالیت‌های تبلیغی برخی روحانیان و ارائه طرحی محضر امام خمینی علیه السلام و پس از جلسات متعدد بررسی آن در محضر ایشان، در شانزدهم اردیبهشت سال ۱۳۵۸ ش، امام خمینی علیه السلام حکم تأسیس دفتر را صادر نمود (محسن محمودی، «دفتر تبلیغات»، دانشنامه جهان اسلام، ج ۱۷، ص ۹۳) و بودجه‌ای برای فعال کردن آن تخصیص داد (ر.ک: «دفتر تبلیغات اسلامی»، دانشنامه امام خمینی، ج ۵، ص ۴۲۳-۴۲۹). دفتر در آغاز با نام «دایره تبلیغات امام» و به عنوان محور فعالیت‌های تبلیغی انقلاب اسلامی آغاز به کار کرد و سپس، «دفتر تبلیغات امام» و سرانجام از اسفند سال ۱۳۶۱ با عنوان «دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم» فعالیت کرد (رزمنگیر، نهادها و ارگان‌هایی که به حکم امام خمینی تأسیس شده‌اند، ص ۳۳۷؛ روابط عمومی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، کارنامه چهارده‌ساله دفتر تبلیغات حوزه علمیه قم، ص ۱۶). با انحلال «دار التبلیغ اسلامی» در سال ۱۳۶۱، کلیه امکانات آن با حکم دادستانی (صحیفه امام خمینی، ج ۱۹، ص ۱۹۱، ۲۹ اسفند سال ۱۳۶۱) و موافقت شفاهی حضرت امام (موسوی تبریزی، گفتگو، ص ۷۴) و سپس، تنفیذ کتبی ایشان، به دفتر تبلیغات اسلامی واگذار گردید (صحیفه امام خمینی، ج ۱۹، ص ۱۹۱).

در سال ۱۳۶۲ هیئت مدیره دفتر با عضویت نماینده ولی فقیه تشکیل شد و تصمیم‌گیری در همه امور دفتر، طبق اساسنامه بر عهده این هیئت گذاشته شد (روابط عمومی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، کارنامه چهارده‌ساله دفتر تبلیغات حوزه علمیه قم، ص ۲۴). در سال ۱۳۶۴، محمد عبایی خراسانی که از سال‌های آغازین دفتر مدیریت اجرایی دفتر را به عهده داشت، به عنوان نماینده امام خمینی علیه السلام در دفتر تبلیغات اسلامی منصوب گردید و ریاست دفتر را عهده‌دار شد (صحیفه امام خمینی، ج ۱۹، ص ۲۶۳). حمایت‌های امام خمینی از دفتر تبلیغات اسلامی در زمان حیاتشان، همواره ادامه داشت و آن را منشأ خدمات شایان تقدیری به اسلام و جمهوری اسلامی و حوزه‌های علمیه می‌دانست (صحیفه امام خمینی، ج ۱۹، ص ۴۹۴؛ همان، ج ۲۰، ص ۱۸۸). پس از رحلت امام خمینی، هیئت امنا و ریاست دفتر تبلیغات اسلامی، از سوی مقام رهبری منصوب می‌شوند.

شکل‌گیری دفتر تبلیغات اسلامی، برای امر تبلیغ دینی بوده و طی بیش از چهار دهه فعالیت، اکنون در ابعاد مختلف توسعه یافته و دارای معاونت‌های آموزش، پژوهش، فرهنگی و تبلیغی، و فضای مجازی به همراه چندین مرکز مستقل، از جمله مرکز ملی پاسخگویی به سؤالات دینی و

بوستان کتاب می باشد که هرکدام بخشی از پشتیبانی تبلیغ دینی را بر عهده دارند. پروژه های تحقیقاتی دفتر تبلیغات اسلامی، از سال ۱۳۶۳ در قالب مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی آغاز شد. سال ۱۳۷۳ در قالب معاونت پژوهشی و از سال ۱۳۸۴ با اخذ مجوز رسمی تحت عنوان «پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی» سامان یافت. فعالیت های آموزشی دفتر نیز از سال ۱۳۶۳ با عنوان «مؤسسه آموزش عالی باقرالعلوم (ع)» و از سال ۱۳۸۴ در قالب «دانشگاه باقرالعلوم (ع)» استمرار دارد. مراکز آموزشی حوزوی امام رضا (ع)، معصومیه و علامه مجلسی (ع)، ذیل معاونت آموزشی هستند. (ر.ک: bou.ac.ir/Portal/home/?generaltext/573733/562819/434932 معرفی دانشگاه باقرالعلوم (ع)). معاونت آموزش و معاونت پژوهش دفتر، با رویکرد فرهنگی ایجاد شده و امروز در عرصه های مختلف فرهنگی و علوم انسانی فعالیت دارند.

دفتر تبلیغات اسلامی تا دو دهه در ۸۳ شهر ایران نمایندگی هایی را جهت پیگیری فعالیت های تبلیغی ایجاد کرد و در سال ۱۳۶۶ جهت مدیریت آنها واحدی با عنوان «امور استان ها» ایجاد نمود (روابط عمومی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، کارنامه چهارده ساله دفتر تبلیغات حوزه علمیه قم، ص ۲۷۷-۲۷۹). با محول شدن توزیع مبلغ در کشور به سازمان تبلیغات اسلامی، این دفاتر کاهش یافت و اکنون تنها شعبی از دفتر در مشهد، اصفهان، ایران شهر و نمایندگی هایی در تهران و اهواز فعال هستند.

شاکله اصلی تبلیغ دینی، در معاونت فرهنگی و تبلیغی بوده و فعالیت های دیگر و سایر مراکز، از آن منشعب شده است.

۱.۱. معاونت فرهنگی و تبلیغی

با اعزام روحانیانی جهت تبیین آرمان های انقلاب اسلامی و معرفی نظام جمهوری اسلامی در اولین روزهای انقلاب از سوی دفتر تبلیغات اسلامی و درخواست های مردمی برای حضور روحانیون در مناسبت های مختلف مذهبی و انقلابی، ساماندهی اعزام روحانیان ضرورت یافت و دفتر تبلیغات اسلامی در این زمینه فعال گردید. با آغاز جنگ تحمیلی و نیاز به حضور مبلغان دینی در جبهه ها، این مسئله نیز از سوی دفتر مدیریت گردید. تنها در اولین سال فعالیت دفتر، قریب به ۵ هزار حکم تبلیغی در مناسبت های مختلف برای مبلغان صادر شد. تشکیل پرونده

تبلیغی برای مبلغان، دریافت درخواست‌های تبلیغی از سراسر کشور و معرفی و اعزام مبلغ، بخش «امور اعزام مبلغان» دفتر را شکل داد. آموزش مهارت‌ها و دانش‌های مقدماتی تبلیغ دین به روحانیان مرد و زن، و در امتداد فعالیت‌های تبلیغ دینی، مطالعات آماری و برنامه‌ریزی تبلیغی، اطلس فرهنگی، تولید محتوای تبلیغی و توانمندسازی مبلغان، ایجاد مرکز آموزش‌های کاربردی، اداره آمار و اطلاعات، و اداره تأمین محتوا را ضروری ساخت و مجموع این بخش‌ها، معاونت فرهنگی تبلیغی را شکل داد که اداره ویژه‌ای برای مبلغان خواهر، مرکز ویژه‌ای برای آموزش و انجام امور فرهنگی و هنری مکتوب و رسانه‌ای، اداره‌ای جهت نشریات فرهنگی و بخشی نیز برای مشارکت‌های فرهنگی ایجاد کرده بود.

ساختار فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی، طی دوره ۴۴ ساله از زمان تأسیس تغییرات متعددی داشته است؛ ولی شاکله اصلی آن در ارکان زیر، همچنان فعال است.

۲-۱. اداره کل تبلیغ عمومی

این اداره که شکل ساختاریافته بخش اعزام مبلغان است، در سال ۱۳۵۸ با صدور قریب به ۵ هزار حکم تبلیغی فعالیت خود را آغاز کرد (گزارش اعزام مبلغان از آغاز تا سال ۱۳۸۲؛ سند داخلی دفتر برنامه‌ریزی و بودجه، معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم). تبلیغ به روش سنتی و سخنرانی و فعالیت‌های گروه‌های تبلیغی، از سوی این بخش مدیریت می‌شود و در مناسبت‌های مختلف مذهبی و ملی، به اعزام مبلغ و سخنران به سراسر کشور و امداد فرهنگی در حوادث غیرمترقبه می‌پردازد. در سال ۱۳۶۱ و با تشکیل ستاد اعزام به جبهه در دفتر تبلیغات اسلامی، دفتر وظیفه اعزام روحانیان قم و شهرستان‌ها را به جبهه بر عهده گرفت (روابط عمومی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، مجموعه عملکرد دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، ص ۱۶). تشکیل پرونده تبلیغی مبلغان عمومی، مدیریت درخواست‌های تبلیغی و اعزام مبلغان و حمایت از فعالیت گروه‌های تبلیغی، بر عهده این اداره می‌باشد.

۳-۱. مرکز آموزش‌های کاربردی

اولین فعالیت‌های منظم آموزش تبلیغی در دفتر، با همت و مدیریت محمدحسن راستگو^(ع) از سال ۱۳۶۰ در واحدی با عنوان «مرکز تربیت مربی کودکان و نوجوانان» آغاز شد. فعالیت آموزشی این واحد، منحصر به قم نبوده و در سراسر کشور از جمله شهرهای: مشهد، اصفهان،

شیراز و سایر شهرها و حتی سایر کشورها، بیش از ۱۰ هزار مربی را آموزش داده است. برنامه‌های تبلیغ دینی با روش جذاب برای کودکان و نوجوانان از سوی محمدحسن راستگوراستگویی طی ۳۵ سال در سراسر کشور و ده‌ها کشور خارجی، به‌خصوص اجرای تلویزیونی در دهه شصت، از خاطرات شیرین کودکان آن دوران می‌باشد (isca.ac.ir/Portal/home/?news/799673/693989) (178643/). با تجمیع آموزش‌های فرهنگی تبلیغی دفتر در سال ۱۳۸۵، تربیت مربی کودک و نوجوان اکنون در قالب یک اداره ذیل مرکز آموزش‌های کاربردی فعال است (el.balagh.ir/kids/2227 و isca.ac.ir/Portal/home/?news/178643/693989/799673).

سایر آموزش‌های مبلغان دینی در قالب دوره‌های پودمانی، کارگاه‌های تبلیغی - ترویجی، تولید درسنامه‌های آموزشی و طراحی نظام‌نامه جامع آموزشی، در مرکز آموزش‌های کاربردی دفتر پی گرفته می‌شود. علاوه بر آموزش مبلغان، آموزش روحانیون حج نیز تا مدت‌ها از سوی مرکز آموزش‌های کاربردی دفتر برگزار می‌گردید (irna.ir/news/4426486 و rasanews.ir/0000WR و iqna.ir/007Qe4). در حال حاضر نیز علاوه بر مبلغان و طلاب، سایر سازمان‌ها و نهادها نیز از آموزش‌های فرهنگی این مرکز استفاده می‌کنند. این مرکز، بیش از ۲۱۲ عنوان دوره متناسب با نیازهای روز تبلیغی طراحی و ارائه کرده است که امروزه بخش عمده آن، به صورت مجازی نیز در دسترس مبلغان دینی می‌باشد (el.balagh.ir/about). تا سال‌ها این مرکز از نظر ساختاری، ذیل معاونت آموزش دفتر بوده (dte.ir/Portal/home/?generaltext/140964/161388/13242) و اکنون ذیل معاونت فرهنگی و تبلیغی قرار دارد و آموزش‌های آن، نه تنها در شعب و نمایندگی‌های دفتر، بلکه در سراسر کشور امتداد دارد.

۴-۱. گروه تولید محتوای تبلیغی

تدوین و نشر محتوای تبلیغی در قالب جزوات، از سال‌های ابتدایی شکل‌گیری دفتر و اعزام مبلغان، آغاز گردید؛ به‌ویژه در حوزه تربیت دینی کودک و نوجوان و طرح‌های تابستانی (هجرت) که به جهت مدت زمان طولانی‌تر، مبلغان اعزامی به پشتیبانی محتوایی بیشتری نیاز داشتند. اولین سری از این مکتوبات، در سال ۱۳۷۴ در قالب ره‌توشه راهیان نور از سوی مرکز تربیت مربی کودک و نوجوان منتشر گردید (ره‌توشه راهیان نور، مقدمه، ص ۸). در سال‌های نخست، معمولاً هر سال ره‌توشه‌هایی برای مناسبت‌های تبلیغی محرم الحرام، ماه رمضان و طرح تابستانی در سه

نسخه ویژه کودک، نوجوان و جوان تهیه و منتشر می‌گردید. در سال‌های اخیر علاوه بر این ره‌توشه‌ها، ره‌توشه‌ای ویژه تبلیغ بانوان و خانواده تولید شده که اخیراً با عنوان فصلنامه تبلیغ و خانواده و ره‌توشه تبلیغ در مناطق مشترک (شیعه و سنی‌نشین) با عنوان فصلنامه تبلیغ و تقریب منتشر می‌گردد. همچنین، گروه تولید محتوای تبلیغی دفتر، مجله پژوهشنامه تبلیغ اسلامی (ر.ک: پژوهشنامه تبلیغ اسلامی، ش ۸، مهر ۱۴۰۲) و مجموعه‌ها و تکرنگاری متعددی در موضوعات مرتبط با تبلیغ منتشر می‌کند (ر.ک: balagh.ir/category/9).

دفتر تبلیغات اسلامی در کنار ره‌توشه، ۴۸ عنوان نشریه علمی و فرهنگی منتشر می‌کند که بیش از ۲۲۰۰ شماره از آنها منتشر شده است و البته انتشار برخی از مجلات فرهنگی نظیر مجله معارف اسلامی نیز با سابقه بیش از ۲۰ سال سابقه متوقف شده است. در این میان، مجله پاسدار اسلام از قدیمی‌ترین نشریات دفتر است که از سال ۱۳۶۰ و با مقالاتی از علمای انقلابی تراز اول در قم منتشر شد. این مجله در ماه‌های اولیه سال ۱۳۵۹ با عنوان پاسدار انقلاب در سپاه پاسداران انقلاب اسلامی قم منتشر می‌شد؛ اما با توقف انتشار آن در آبان ۱۳۶۰، به دفتر تبلیغات اسلامی منتقل شد و با نام پاسدار اسلام منتشر گردید. استقبال از این نشریه، کم‌نظیر بود. شمارگان آن در سال‌های اول و دوم، به ۱۰۰ هزار نسخه و ۲۴ شماره اول آن به چاپ دوم رسید و حدود ۲۰ هزار مشترک داخلی و خارجی داشت («گفتگو با مؤسس و مدیر مسئول پاسدار اسلام در چهلمین سال انتشار مجله»، مجله پاسدار اسلام، ص ۳۱؛ گلی زواره، «از پاسدار انقلاب تا پاسدار اسلام»، ص ۴۲). انتشار این ماهنامه به صورت نسبتاً مستقل از بخش فرهنگی دفتر، همچنان ادامه دارد (برای اطلاعات بیشتر، ر.ک: pasdareeslam.com).

۵-۱. مرکز فرهنگی و هنری

در سال ۱۳۶۰ با هدف تبلیغ دین به زبان هنر در قالب خوشنویسی و تذهیب، فیلم و عکس، هنرهای تجسمی، ادبیات و تئاتر، «مرکز فرهنگی و هنری» دفتر تبلیغات اسلامی تشکیل شد (روابط عمومی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، کارنامه چهارده ساله دفتر تبلیغات حوزه علمیه قم، ص ۱۶۱-۲۰۲؛ همو، مجموعه عملکرد دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، ص ۴۴) و دوره‌های آموزشی متعددی را در رشته‌های: ادبی (نویسندگی، ویرایش، داستان‌نویسی، ادبیات رسانه)، هنرهای تصویری (فیلم‌نامه‌نویسی، نقد و تحلیل فیلم)، هنرهای تجسمی (طراحی، نقاشی و گرافیک) و

خوشنویسی و فلسفه هنر را در شعب و نمایندگی‌های دفتر با استفاده از اساتید تراز اول این رشته‌ها در سراسر کشور برگزار کرد (dte.ir/Portal/home/?generaltext/140964/161388/13242). چهره‌های هنری شاخصی در این مرکز تدریس داشته‌اند و فراگیران آن دوره‌ها، امروز جایگاه فرهنگی و هنری درخوری دارند. از سال ۱۳۹۰، انجمن‌های فرهنگی و هنری با مشارکت هنرمندان عرصه‌های مختلف زیر نظر این مرکز تأسیس شد. انجمن‌های شعر، داستان‌نویسی، هنرهای تجسمی، خوشنویسی، مبانی نظری هنر و سواد رسانه، با حضور طلاب در این زمینه‌ها فعالیت می‌نمایند (farsnews.ir/news/13920705000016). این مرکز از نظر ساختاری، ابتدا ذیل معاونت آموزش دفتر بوده (dte.ir/Portal/home/?generaltext/140964/161388/13242) و سپس، ذیل معاونت فرهنگی و تبلیغی قرار گرفته و در مقطعی نیز به عنوان مرکز مستقل و تا حدّ معاونت توسعه یافت. اکنون این مرکز، ذیل معاونت فضای مجازی، رسانه و هنر فعالیت می‌کند.

۶-۱. اداره کل تبلیغ نوین

دفتر تبلیغات اسلامی که از ابزارهای مختلف هنر، رسانه و فضا مجازی برای فعالیت‌های تبلیغی و فرهنگی بهره می‌گرفت، در سال ۱۳۹۰ با هدف شناسایی و جذب فعالان حوزوی در عرصه‌های نوین تبلیغ رسانه‌ای، مجازی و هنری، سازماندهی آنها در قالب گروه‌های تبلیغی و حمایت از طرح‌های تبلیغی آنان، اداره کل تبلیغ نوین را در معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر ایجاد گردید. این اداره کل، با جذب و فعال‌سازی بیش از ۳۰۰۰ مبلغ در عرصه‌های فضای مجازی، رسانه، مکتوب و هنر، در هويت‌بخشی تبلیغی به این فعالیت‌ها نقش بسزایی داشت. در سال ۱۳۹۸ و جهت تقویت فعالیت‌های تبلیغ در عرصه‌های نوین، اداره کل تبلیغ نوین و مرکز فرهنگی و هنری دفتر که به صورت مرکز مستقلی از معاونت فرهنگی فعالیت می‌کرد، در یکدیگر ادغام شده و «معاونت فضای مجازی، هنر و رسانه» را شکل دادند.

۷-۱. اداره کل تبلیغ تخصصی

در سال ۱۳۹۸ و با هدف شناسایی، جذب و ساماندهی مبلغان تخصصی، به‌کارگیری و فعال‌سازی آنان به منظور پاسخگویی به نیاز سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی کشور و کمک به حلّ مسائل فرهنگی و اجتماعی، اداره کل تبلیغ تخصصی در معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر تأسیس گردید (roshd.balagh.ir/content/3733). این اداره کل، با توجه به نیاز جامعه و توانمندی مبلغان

دینی، به جذب و فعال‌سازی مبلغان در بیش از ۴۰ حوزه تخصصی اقدام کرده و تاکنون برای قریب به ۳۵۰۰ مبلغ تخصصی از سراسر کشور پرونده تبلیغی تشکیل داده و ۱۲۹ گروه تبلیغ تخصصی را در سراسر کشور سامان داده است. پاسخگویی به نیازهای تخصصی مخاطبان و نهادهای متقاضی و کمک به حل مسائل اعتقادی، تربیتی، و آسیب‌های اجتماعی، از کارکردهای عمده این اداره کل است.

۸-۱. معاونت فضای مجازی، رسانه و هنر

این معاونت در سال ۱۳۹۸ و با هدف ارتقای فعالیت‌های فرهنگی در عرصه‌های مجازی، رسانه‌ای و هنری از ادغام مرکز فرهنگی و هنری دفتر و اداره کل تبلیغ نوین تأسیس گردید که شامل اداره کل فضای مجازی، مرکز هنر و رسانه، و اداره انجمن‌های فرهنگی و هنری است و جشنواره اشراق در این حوزه‌ها را برگزار می‌نماید. آموزش‌های هنری و ادبی از سوی این معاونت صورت گرفته و مجلات: سلام بچه‌ها، پوپک، سنجاقک و پیام زن نیز از سوی این معاونت تولید و منتشر می‌گردد.

۹-۱. مرکز ملی پاسخگویی به سؤالات دینی

پاسخگویی به سؤالات دینی، از فعالیت‌های اصیل دفتر تبلیغات اسلامی است. از همین رو، از سال ۱۳۶۲ واحد پاسخ به سؤالات دینی، از نخستین مراکز پاسخگویی به سؤالات و شبهات در بخش پژوهش دفتر ایجاد گردید و با رسمیت یافتن پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، ذیل آن به فعالیت پرداخت. این واحد که به صورت تلفنی، صندوق پستی اختصاصی (قم، ص.پ: ۱۹۷-۳۷۱۸۵) و در مواردی حضوری، به سؤالات و شبهات پاسخگویی می‌کرد، آثار متعددی را در موضوعات پرتکرار مانند: توبه، ارتداد، روابط دختر و پسر در اسلام، موسیقی، بُرد و باخت در مسابقات، زنان و همسران پیامبر ﷺ، تدوین کرد.

به جهت جایگاه دفتر، شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال ۱۳۸۱ طی مصوبه شماره ۵۰۰، وظیفه ساماندهی پاسخگویی دینی در کشور را به دفتر واگذار کرد و قریب به ۱۰۰ مرکز پاسخگویی در کشور با حمایت دفتر، سامان یافت (dte.ir/Portal/home/?generaltext).(140964/161388/13242)

همچنین، دفتر در اواسط دهه هشتاد با توسعه واحد پاسخ به سؤالات دینی خود و تبدیل آن

به مرکز ملی پاسخگویی به سؤالات دینی، بزرگ‌ترین مرکز پاسخگویی در جهان اسلام را با هدف پاسخ تخصصی در کمترین زمان ممکن، تأسیس کرد. این مرکز با همکاری بیش از ۳۰۰ نفر از اساتید و فضیای حوزه علمیه قم در گروه‌های تخصصی: علوم قرآن، حدیث، کلام و اعتقادات، ادیان و مذاهب، اخلاق، تاریخ اسلام، فقه و احکام شرعی و مشاوره، سالانه قریب به یک میلیون پرسش را از طریق: مکتوب، تلفنی، پست صوتی، پاسخگویی زنده اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی، پاسخ می‌دهد.

۱-۱۰. بوستان کتاب

مرکز چاپ و نشر دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، در سال ۱۳۶۱ با هدف ترویج آموزه‌های قرآن و اهل بیت علیهم‌السلام تأسیس شد و علاوه بر چاپ کتب و شروح حوزوی، کتاب‌های دینی را برای مخاطبان در سه گروه: عمومی، تخصصی و کودک و نوجوان منتشر می‌کند. این مرکز از سال ۱۳۷۷ با عنوان «بوستان کتاب» فعالیت می‌کند و با انتشار بیش از ۸۰۰۰ کتاب و بیش از ۳۵۸ عنوان کتاب برگزیده در جشنواره‌های مختلف، و بیش از ۳۰۰ جایزه ملی و بین‌المللی، به عنوان پُرافتخارترین ناشر کشور فعالیت می‌نماید. سالانه بیش از ۵۰۰ نویسنده، متقاضی انتشار آثار خود در این مؤسسه هستند که پس از بررسی آثار، ۴۰ تا ۵۰ اثر چاپ و منتشر می‌شود. این مؤسسه تاکنون با انتشار بیش از ۳۸۰۰ عنوان کتاب با شمارگان ۱۳ میلیون نسخه در حوزه دین و معارف اسلامی، در خدمت تبلیغ دینی است (hawzahnews.com/news/396486).

۲. شورای عالی تبلیغات اسلامی

پس از پیروزی انقلاب و احساس نیاز مبرم جامعه انقلابی به یک مرجع مشخص برای تبلیغات اسلامی با مشورت جامعه مدرسین و همکاری دفتر تبلیغات اسلامی در سال ۱۳۵۹، شورای عالی تبلیغات اسلامی به عنوان نهاد عالی تبلیغ تشکیل شد و مورد تأیید امام خمینی رحمته‌الله قرار گرفت (صحیفه امام خمینی رحمته‌الله، ج ۱۴، ص ۱۱۰ به بعد، ۲۵ بهمن ۱۳۵۹؛^۱ رزمگیر، نهادها و ارگان‌هایی که به حکم امام خمینی تأسیس شده‌اند، ص ۳۳۷). این شورا برای هماهنگ ساختن فعالیت‌های تبلیغی ارگان‌های انقلابی در برگزاری مراسم و مناسبت‌های ملی، سیاسی و انقلابی که امروزه ۲۰ نهاد

۱. در این نامه، هنوز ذکری از سازمان تبلیغات اسلامی نیامده است.

در آن عضویت دارند، شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی را به وجود آورد و این شورا نیز مورد تأیید امام قرار گرفت (همان، ج ۱۶، ص ۳۷۰-۳۷۱).^۱ پس از برگزاری اولین نشست این شورا، غلامحسین حقانی به عنوان دبیر آن برگزیده شد (hamshahrionline.ir/news/102077). با شهادت ایشان در سال ۱۳۶۰، احمد جنتی به ریاست شورای هماهنگی تبلیغات برگزیده شد (مرکز اسناد انقلاب اسلامی، فرهنگنامه نهادهای انقلابی، ص ۲۳۰-۲۳۴). طبق اساسنامه مصوب دولت و مجلس، این شورا نهادی عمومی غیردولتی است که رییس آن، نماینده ولی فقیه است و با حکم رهبر انقلاب اسلامی منصوب می‌گردد (rc.majlis.ir/fa/law/show/136062).

از دیگر اقدامات شورای عالی تبلیغات اسلامی برای نیل به اهداف خود، تأسیس سازمان تبلیغات اسلامی در سال ۱۳۶۰ بود که تأسیس آن، خدمت امام علیه السلام گزارش گردید (صحیفه امام خمینی علیه السلام، ج ۱۶، ص ۳۷۰-۳۷۱) و بعدها شورای عالی در آن ادغام شد.

۱-۲. سازمان تبلیغات اسلامی

شورای عالی تبلیغات برای نیل به اهداف تبلیغی مدنظر خود، در اوایل سال ۱۳۶۰ سازمان تبلیغات اسلامی را تأسیس کرد (قاسم‌پور، سازمان تبلیغات اسلامی، ص ۱۲۶؛ رزمگیر، نهادها و ارگان‌هایی که به حکم امام خمینی تأسیس شده‌اند، ص ۳۶۱). در تیر ۱۳۶۱ گزارش آن محضر امام خمینی علیه السلام ارائه و مورد تأیید ایشان قرار گرفت (صحیفه امام خمینی علیه السلام، ج ۱۶، ص ۳۷۰-۳۷۱). این سازمان در ابتدا زیر نظر شورایی متشکل از: غلامحسین حقانی، عباس شیرازی، احمد جنتی، محمد رضا مهدوی کنی و محمد امامی کاشانی اداره می‌شد و سرپرستی آن از سوی شورای عالی تبلیغات به غلامحسین حقانی واگذار شد (مرکز بررسی اسناد تاریخی، یاران امام به روایت اسناد ساواک، شهید حقانی، ۱۳۸۴ش، ج ۳۴، ص هفده؛ روزنامه جمهوری اسلامی، ۱۱ تیر ۱۳۷۴، ص ۱۲). با شهادت ایشان در تیرماه سال ۱۳۶۰، احمد جنتی که دبیری شورای عالی تبلیغات را بر عهده داشت، دبیری سازمان تبلیغات اسلامی را در کنار اداره شورایی آن، بر عهده گرفت. اداره شورایی سازمان، نابسامانی‌های اجرایی و مالی برای آن ایجاد می‌کرد. از این رو، امام خمینی علیه السلام در اواخر ۱۳۶۷ به درخواست اعضای شورا، با سپردن مسئولیت سازمان به احمد جنتی موافقت کرد

۱. در نامه شورا که مبنای این تأیید امام است، تأسیس شورای عالی تبلیغات، در تیرماه سال ۱۳۶۰ ذکر شده است.

(صحیفه امام خمینی علیه السلام، ج ۲۱، ص ۲۷۰) و چند ماه بعد، ایشان را به عنوان ریاست سازمان تبلیغات اسلامی منصوب نمود (همان، ص ۳۳۹-۳۴۰) و مصرف سهم امام در تبلیغات این سازمان را اجازه فرمود (صحیفه امام خمینی علیه السلام، ج ۲۱، ص ۳۸).^۱ به این ترتیب، شورای عالی تبلیغات اسلامی که تا آن زمان عنوان مستقلى داشت (صحیفه امام، ۱۳۸۹ ش، ج ۱۶، ص ۲۵۰-۲۵۴؛ rc.majlis.ir/en/law/show/99783)، در سازمان تبلیغات اسلامی که آن را ایجاد کرده بود، هضم گردید (همان، ج ۲۱، ص ۳۳۹) و سازمان مستقیماً زیر نظر مقام رهبری قرار گرفت و امروزه نیز هیئت امنا و رئیس آن، از سوی ایشان منصوب می‌شوند.

در اوایل شکل‌گیری سازمان تبلیغات، ۱۲۰ صفحه اساسنامه برای آن تدوین شد که حیطة فعالیت آن بسیار گسترده بود و حتی صدا و سیما و وزارت ارشاد را هم به‌نوعی تحت پوشش قرار می‌داد. این امر، هرگز محقق نشد (rbo.ir): بخش تاریخچه تأسیس و فعالیت پژوهشکده باقر العلوم). دومین اساسنامه سازمان، در سال ۱۳۶۸ به نظر امام علیه السلام رسید (موسوی هوایی، «مصاحبه با معاونت آموزشی و پژوهشی سازمان تبلیغات اسلامی»)، روزنامه اعتماد ملی، ۱۳۸۵/۸/۲۷ ش) و اساسنامه جدید، در سال ۱۳۸۷ به تصویب رسید (rc.majlis.ir/fa/law/show/135530). فعالیت‌ها و ساختار سازمان برای تحقق اهداف مدنظر، به شرح ذیل است (برای اطلاع بیشتر از رسالت و وظایف این سازمان، ر.ک: (nehzat.ir/fa/clist/173,1):

۱-۱-۲. اعزام مبلغ و استقرار روحانی

سازمان تبلیغات اسلامی، از زمان تأسیس با هماهنگی دیگر نهادهای تبلیغی، به‌خصوص دفتر تبلیغات اسلامی، در مناسبت‌های تبلیغی، سخنرانان و مبلغان دینی را به مناطق داخل و خارج از کشور اعزام کرده‌است. در سال‌های اخیر، «سامانه شمع» به عنوان سامانه معرفی و دعوت از مبلغان سنتی و سخنرانان برای عموم مردم قابل دسترسی است (shabaketabligh.ir).

از سال ۱۳۶۶، سازمان زمینه حضور روحانیان در دهستان‌ها و روستاهای بدون روحانی و امکانات فرهنگی را در قالب «طرح روحانی مستقر» فراهم ساخت (سازمان تبلیغات، مروری بر

۱. خمس، به دو بخش مساوی تقسیم می‌شود: سهم سادات که جهت سادات فقیر هزینه می‌شود و سهم امام که بر اساس نظر مرجع تقلید هزینه می‌گردد.

پانزده سال حضور سازمان تبلیغات اسلامی، ص ۳۴). این طرح اکنون به طرح «امام محله» ارتقا یافته و از سوی بنیاد هدایت زیر نظر سازمان پشتیبانی می‌شود (bonyadehedayat.com).

گسترش کمی و کیفی تبلیغات دینی مردمی، از اهداف سازمان تبلیغات اسلامی است. این نهاد، در بیشتر شهرها و مناطق کشور، دفاتر نمایندگی دارد. علاوه بر آن، در بسیاری از کارخانه‌ها، ادارات و مراکز عمومی، نمایندگانی دارد که وظیفه پشتیبانی و حمایت تبلیغی را بر عهده دارند. پشتیبانی از انجمن‌های اسلامی، هیئت‌های مذهبی و تشکیل کانون‌های فرهنگی مساجد و دیگر مراکز، از فعالیت‌های این سازمان است.

سازمان افزون بر داخل کشور، مبلغانی را به خارج از کشور، از جمله مناطق مختلف آمریکا، آفریقا، آسیا و اروپا اعزام کرده و در مراکزی که زمینه فعالیت بیشتر است، نظیر مرکز اسلامی هامبورگ، سوئد، کانادا، انگلستان، باکو، آرژانتین، اوگاندا و زامبیا مراکزی را دایر کرده است. همچنین، در حمایت از انجمن‌های اسلامی، ایرانیان و نمایندگی‌های جمهوری اسلامی ایران در خارج کشور، با اعزام مبلغ و ارسال اقلام فرهنگی حمایت می‌کند (سازمان تبلیغات، مروری بر پانزده سال حضور سازمان تبلیغات اسلامی، ص ۳۴ و ۴۲-۴۵).

همچنین، سازمان با هدف سازماندهی، آموزش و خدمات رفاهی و اجتماعی مداحان و فعالان هیئت‌های مذهبی و تبلیغات در زمینه گسترش فرهنگ عزاداری و مداحی، «بنیاد دعبل خزاعی» را در سال ۱۳۸۴ تأسیس کرد و تاکنون به فعالیت خود ادامه می‌دهد.

۲-۱-۲. پژوهشکده تبلیغ و مطالعات اسلامی باقر العلوم علیه السلام

دهه شصت، دوره شکل‌گیری مراکز پژوهشی در قم بود و طیّ رصدی که تا سال ۱۳۶۷ صورت گرفت، ۲۷ بخش پژوهشی ذیل مراکز مختلف در قم شناسایی شد. از سال ۱۳۶۵، بخش پژوهش در معاونت فرهنگی سازمان تبلیغات اسلامی فعال شد. تا اواسط دهه هفتاد، برنامه کلان و جامعی برای آن در سازمان وجود نداشت و برنامه‌ها با هماهنگی میان رئیس پژوهشکده ریاست و معاونت سازمان پیش می‌رفت؛ حتی در مقطعی پیشنهاد انتقال آن به اوقاف نیز مطرح شد. در دهه هفتاد و ریاست محمود محمدی عراقی، طرح سازمانی پژوهشکده طراحی شد و طیّ دهه هشتاد و نود، با وجود آنکه ثبت پژوهشکده ذیل مجموعه آموزش عالی توفیق نیافت، پژوهشکده، هویت مستقل یافت که با سازمان تبلیغات اسلامی همکاری می‌کند

(rbo.ir): بخش تاریخچه تأسیس و فعالیت پژوهشکده باقرالعلوم).

برنامه پژوهشکده، تربیت مؤلف و نویسنده برای تولید منابع مطالعاتی، ویژه امر تبلیغ و نیز پاسخگویی به نیازهای معارفی جامعه و جوانان است و فعالیت‌های پژوهشی و نشر، از کتابچه‌های کوچک چهل حدیث آغاز شد و اکنون در حال تألیف موسوعه‌ها و دانشنامه می‌باشد.

۳-۱-۲. سازمان دارالقرآن الکریم

با هدف استانداردسازی، گسترش و تعمیق فعالیت‌ها و فرهنگ قرآنی در سطح جامعه، در سال ۱۳۶۱ بخش قرآن سازمان تبلیغات اسلامی تأسیس شد و به تبع آن، کانون‌های قرآن در دفاتر استانی ایجاد شد. در سال ۱۳۷۶، رده تشکیلاتی آن به «اداره کل» ارتقا یافت و سال ۱۳۸۱ با تغییر ساختار، به «سازمان دارالقرآن الکریم» تبدیل گردید.

اعزام کاروان‌های قرآنی به جبهه‌های جنگ، تصحیح و نظارت بر چاپ و نشر قرآن، برگزاری دوره‌های تربیت معلم، مدرّس و داور قرآن کریم در رشته‌های: قرائت، حفظ، مفاهیم و تفسیر قرآن، اعزام قاریان قرآن به اقصی نقاط کشور و سایر کشورها، اجرای گسترده آموزش‌های قرآن کریم در سطح کشور در قالب طرح‌هایی نظیر: بسیج قرآن‌آموزی، طرح رمضان، نهضت قرآن‌آموزی، برگزاری مسابقات متنوع قرآنی، راه‌اندازی بیش از ۲۵۰ دارالقرآن الکریم در سراسر کشور، هدایت و ساماندهی بیش از ۲۵۰۰ اتحادیه و مؤسسه قرآنی مردمی و ده‌ها فعالیت دیگر، از خدمات تبلیغ و ترویجی قرآن کریم در این سازمان است (تاریخچه-سازمان: telavat.ir/home).

۴-۱-۲. مرکز مشاوره و پاسخگویی به سؤالات دینی

در سال‌های آغازین نظام جمهوری اسلامی، پاسخگویی به سؤالات دینی مورد توجه نهادهای تبلیغی بوده و سازمان تبلیغات اسلامی نیز با قرار دادن صندوقی در مدارس کشور، سعی در پاسخ‌دهی به پرسش‌های دانش‌آموزان داشت (بخش تاریخچه تأسیس و فعالیت پژوهشکده باقرالعلوم: rbo.ir). در سال ۱۳۸۲ مرکز مشاوره و پاسخگویی به سؤالات دینی ذیل معاونت پژوهشی سازمان آغاز به کار کرد و در سال ۱۳۸۶، با گرفتن شماره خدمات کشوری ۰۹۶۵۰، فعالیت خود را توسعه داد. شیوه پاسخگویی این مرکز، به صورت پست صوتی و غیر زنده بود. در سال‌های بعد، مؤسسه فرهنگی و هنری دین‌پژوهان پرتو نور، تحت نظارت و حمایت سازمان

تبلیغات اسلامی، این خدمت تبلیغی دینی را ارائه می‌کرد که به تدریج از رونق آن کاسته شد و در سال ۱۳۹۵، فعالیت آن به طور کامل قطع شد (snn.ir/fa/news/530256).

۵-۱-۲. سازمان مدارس معارف اسلامی صدرا

آموزش مستقیم، یکی از شکل‌های تبلیغ است. در این راستا، سازمان مدارس صدرا از سال ۱۳۸۱ با هدف تربیت دانش‌آموزان نخبه و مهذب، تأسیس شد. این سازمان، بیشترین مدارس علوم و معارف اسلامی در کشور را داراست و تاکنون در ۲۰۰ شعبه در ۳۱ استان کشور بیش از ۱۴ هزار دانش‌آموز دختر و پسر در حال تحصیل، و بیش از ۱۵ هزار دانش‌آموخته و ۳ هزار و ۸۰۰ کادر و معلم دارد (nehzat.ir/fa/clist/186,1).

۶-۱-۲. فعالیت‌های هنری و مجازی

با توجه به اهمیت بهره‌گیری از زبان هنر در تبلیغ دین و اهداف انقلاب اسلامی، در بحبوحه انقلاب اسلامی «کانون نهضت فرهنگی اسلامی» به پیشنهاد طاهره صفرازاده و همکاری جمعی از هنرمندان متعهد تأسیس شد (farsnews.ir/news/8708060528) و پس از پیروزی انقلاب، به «حوزه اندیشه و هنر اسلامی» تغییر نام یافته و در ابتدای دهه ۱۳۶۰، به عنوان «حوزه هنری» به سازمان تبلیغات اسلامی پیوست. اکنون این مجموعه در عرصه‌های: تئاتر، موسیقی، عکس، هنرهای تجسمی، ادبیات پایداری، شعر و داستان و طنز مکتوب، با نام «حوزه هنری انقلاب اسلامی» فعالیت می‌کند (hozechonari.ir).

همچنین، با توجه به ضرورت تربیت هنرمندان متعهد و آگاه، در سال ۱۳۷۲ «مؤسسه آموزشی سوره» با برگزاری دوره‌های آزاد شکل گرفت. در سال ۱۳۸۹، به «دانشگاه سوره» تغییر نام داد؛ ولی مجوز رسمی دانشگاه، در سال ۱۳۹۲ به آن اعطا شد. این دانشگاه، در مقاطع کارشناسی تا دکتری سه دانشکده: هنر، دانشکده معماری و شهرسازی، و دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشجو می‌پذیرد (soore.ac.ir/Page/AboutMe).

۷-۱-۲. مؤسسه فرهنگی و اطلاع‌رسانی تبیان

مؤسسه فرهنگی و اطلاع‌رسانی تبیان، در سال ۱۳۸۰ با هدف حمایت از تولیدکنندگان محصولات فرهنگی در حوزه فناوری اطلاعات تأسیس شد. این مؤسسه در دهه هشتاد،

خدمات مختلف اینترنت رایگان، میزبانی وبسایت، کافی نت، بانک CD و ISP را ارائه می‌کرد و بدین منظور، تا پایان سال ۸۱ در مراکز ۲۶ استان پایگاه داشت (hawzah.net/fa/Magazine/View/34480/4476/4473). در حال حاضر، این مؤسسه در دو استان تهران و قم فعالیت دارد و در حوزه‌های تولید محتوای دیجیتال و انیمیشن، ساخت بازی، تولید ویژه مخاطب کودک و نوجوان، و ارائه خدمات زیرساختی هوشمندسازی مبتنی بر اینترنت، فعالیت می‌کند (nehzat.ir/fa/news/29).

فعالیت شاخص این مؤسسه، وبگاه چندزبانه «تبیان» است که از سال ۱۳۸۱ خدمات آموزشی - فرهنگی گوناگونی به بازدیدکنندگان ارائه می‌دهد و به دنبال رسیدن به جایگاه دستیاری هوشمند خانواده‌های ایرانی است (tebyan.net).

۸-۱-۲. حوزه نشر در سازمان تبلیغات اسلامی

سازمان تبلیغات اسلامی در حوزه نشر و بهره‌گیری از آن برای ترویج فرهنگ و معارف دینی، دو مجموعه بزرگ در اختیار دارد؛ گروه انتشاراتی امیرکبیر، از بزرگ‌ترین واحد انتشاراتی ایران که در سال ۱۳۲۸ تأسیس شده بود، در سال ۱۳۵۸ مدیریت آن به سازمان تبلیغات اسلامی محول گردید و اکنون در قالب مؤسسه انتشاراتی امیرکبیر فعالیت می‌کند. علاوه بر آن، شرکت چاپ و نشر بین‌الملل، در اوایل دهه شصت تأسیس شد و به چاپ و انتشار آثار نویسندگانی چون: علامه طباطبایی، شهید مطهری، شهید بهشتی و دیگر علمای معاصر و سایر آثار دینی به زبان فارسی و غیرفارسی، چاپ قرآن کریم به زبان‌های: انگلیسی، روسی و چینی می‌پردازد. فروشگاه کتاب این شرکت، به عنوان بزرگ‌ترین مرکز عرضه و توزیع کتب دینی در تهران فعالیت دارد (nashrebeynolmelal.ir).

همچنین، مجموعه «کتابشهر ایران»، با هدف تسهیل دسترسی به منابع مکتوب و دسته‌بندی محصولات مرتبط با کتاب، در قالب ایجاد فروشگاه‌های زنجیره‌ای کتاب، از سوی سازمان تبلیغات اسلامی تأسیس شده است. این مجموعه، بیش از ۲۲ شعبه فروشگاهی در کشور دارد (irna.ir/news/85193075 - snn.ir/fa/news/1111473).

۳. معاونت تبلیغ حوزه

در اسفند ماه سال ۱۳۵۹، امام خمینی علیه السلام جهت نظام‌مند کردن فرآیند آموزشی و تربیتی طلاب

علوم دینی، دستور تأسیس شورای مدیریت حوزه علمیه را صادر کرد و از اوایل سال ۱۳۶۰، تشکلی ۹ نفره از نمایندگان امام خمینی علیه السلام و آیت الله العظمی گلپایگانی علیه السلام و جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، با تشکیلاتی محدود و در عین حال منسجم، آغاز به فعالیت کرد (اساسنامه شورای عالی حوزه در نشانی: schowzeh.ir/fa/law/22). این شورا، به مدت ۱۰ سال امور حوزه‌های علمیه را تدبیر و هدایت می‌کرد.

در سال ۱۳۷۰، مقام معظم رهبری در دیدار با طلاب و فضلاء قم، دستگاه مدیریت را برای حوزه لازم دانست و پیشنهاد مفصلی از جمله تفکیک مدیریت اجرایی از شورای عالی را مطرح کرد (farsi.khamenei.ir/speech-content?id=2587). یکی از معاونت‌های مورد تأکید ایشان، معاونت تبلیغ بود که وظیفه تربیت مبلّغ برای داخل و خارج کشور و نیز تأمین مبلّغان ثابت و فصلی برای مناطق گوناگون کشور را انجام دهد (همان؛ شیرخانی و زارع، ص ۲۴۴-۲۴۹). پیرو آن در سال ۱۳۷۱، شورای عالی سیاست‌گذاری حوزه به عنوان نهاد بالادستی و مرکز مدیریت حوزه علمیه متکفل امور اجرایی حوزه گردید. در سال ۱۳۸۸ شورای عالی حوزه، راه‌اندازی شوراهای مدیریت‌های استانی با معاونت‌های مرتبط آن را تصویب کرد که زیر نظر مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه فعالیت می‌کنند (ismc.ir: بخش معرفی مرکز).

۱-۳. مرکز آموزش‌های تخصصی تبلیغ

مرکز مدیریت حوزه علمیه قم، از سال ۱۳۷۱ با تأسیس «مرکز آموزش‌های تخصصی تبلیغ»، وارد عرصه میدانی تبلیغ گردید. این مرکز که با نظر شورای مدیریت حوزه علمیه قم و کمیته برنامه‌ریزی تشکیلات تبلیغی آن ایجاد گردید، مأموریت یافت مبلّغانی که بتوانند به وسیله ابزارهای نوین، پیام‌ها و آموزه‌های اسلامی و شیعی را به مردم داخل و خارج از کشور برسانند، تربیت کند. با تدوین عناوین دروس و آیین‌نامه‌های اجرایی و تصویب آن در شورای عالی حوزه‌های علمیه، فعالیت آموزشی مرکز در سطح: دو، سه و چهار حوزوی آغاز شد.

برنامه آموزشی «سفیران هدایت» این مرکز در قم و شعب آن در استان خوزستان، قزوین، رفسنجان، مازندران، تهران و شهرهای: تبریز، آزادشهر و ماهان راه‌اندازی شده (hawzah.net/fa/Magazine/View/29780/3859/2689) و پس از پنج سال‌ونیم آموزش، مدرک سطح

دو حوزه با عنوان «تبلیغ و معارف اسلامی» به فراگیران اعطا می‌کند. در این مقطع، عمدتاً به آموزش‌های عمومی تبلیغ توجه شده است. در مقطع سطح سه (برابر با کارشناسی ارشد)، تبلیغ با گرایش تبلیغ خارج کشور، کودک و نوجوان، هنر و نویسندگی آموزش داده شده و امکان ادامه تحصیل تخصصی در مقطع سطح چهار (معادل دکتری) نیز وجود دارد (hawzah.net/fa/Magazine/View/27423/4225/4210).

۲-۳. اعزام مبلغ و طرح هجرت

پیرو توصیه مقام معظم رهبری در سفر به قم در سال ۱۳۷۴ در خصوص هجرت طلاب از قم، مرکز مدیریت حوزه علمیه قم با ارائه طرحی به دفتر ایشان، ستاد اجرایی «هجرت کوتاه‌مدت» را تأسیس کرد و روحانیون را در اوقات فراغت و تابستان به مناطق مختلف اعزام می‌کرد. پیش از این، دفتر تبلیغات اسلامی و سازمان تبلیغات اسلامی طرح‌هایی را جهت اعزام کوتاه‌مدت و استقرار سالانه طلاب در مناطق تبلیغی عملیاتی می‌کردند. طرح هجرت در آغاز فعالیت خود، طرح هجرت کوتاه‌مدت را آغاز کرد و در ادامه، از سال ۱۳۸۰ با طرح هجرت بلندمدت در مناطق فاقد روحانی، فعالیت خویش را تکمیل نمود (hawzah.net/fa/Magazine/View/29780/3859/2689). پیرو تقسیم کار مراکز تبلیغی، معاونت تبلیغ حوزه متکفل اعزام بلندمدت روحانیون است (dana.ir/339003)؛ ولی در سال‌های اخیر در مناسبت‌های مذهبی کوتاه‌مدت نیز اقدام به اعزام مبلغ می‌کند.

معاونت تبلیغ حوزه از سال ۱۴۲۰ قمری (۱۳۷۸ ش)، ماهانه مجله مبلغان را به عنوان مجله تخصصی حوزه تبلیغ منتشر می‌کند. همچنین، با توجه به اهمیت عرصه‌های نوین تبلیغی، نسبت به تبلیغ در فضای مجازی و تبلیغ رسانه‌ای و مکتوب نیز اهتمام کرده است. این معاونت، بخش ویژه‌ای را نیز برای تبلیغ تخصصی و تبلیغ در عرصه مقابله با فرق انحرافی فعال کرده است.

۳-۳. مرکز مطالعات و پاسخگویی به شبهات

در سال ۱۳۷۸ با هدف پاسخگویی به شبهات دینی، تأسیس مرکز مطالعات و پاسخگویی به شبهات دینی، به تصویب شورای عالی حوزه علمیه قم رسید. این مرکز، از طریق بررسی منابع رسانه‌ای و مجازی با شناسایی شبهات دینی، به پاسخگویی آنها اقدام می‌کند. البته پاسخگویی

به سؤالات پستی یا الکترونیکی رسیده از عموم مردم و مراکز و نهادها نیز در حیطه فعالیت‌های این مرکز می‌باشد. این مرکز، پاسخ شبهات را از طریق سایت «اندیشه قم» که به سایت «پاسخ» تغییر نام داده، در معرض استفاده عموم قرار می‌دهد (pasokh.org). نشر مکتوب نیز در قالب بیش از ۵۰ تک‌نگاری مرتبط با شبهات، انتشار در قالب مجله صبح (تا سال ۱۳۹۵)، دوفصلنامه پاسخ (از سال ۱۳۶۹) و ماهنامه شبهه‌پژوهی صورت می‌گیرد. همچنین، تولیدات رسانه‌ای نیز برای پاسخ به شبهات تولید شده است (فصلنامه علمی تخصصی پاسخ، سال اول، شماره دوم، سال ۱۳۹۵، ص ۷-۱۳).

۴. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، از متولیان اصلی حوزه فرهنگ و هنر، در نظام جمهوری اسلامی است. این وزارتخانه، با نام‌های: وزارت ارشاد ملی (سال ۱۳۵۸)، ارشاد اسلامی (سال ۱۳۵۹) و در نهایت، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (سال ۱۳۶۵)، از ترکیب وزارت فرهنگ و هنر با وزارت اطلاعات و جهانبندی پیش از انقلاب، تشکیل شد (farhang.gov.ir/fa/intro/history). این وزارتخانه، وظیفه سیاست‌گذاری در زمینه‌های: اطلاع‌رسانی، اشاعه فرهنگ اسلامی و تبلیغات برای را بر عهده دارد که از طریق سازمان‌ها و مراکز متعدد زیرمجموعه خود، از جمله: سازمان‌های اوقاف و امور خیریه، فرهنگ و ارتباطات اسلامی، حج و زیارت، خبرگزاری جمهوری اسلامی، همچنین سازمان سینمایی، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، انجمن آثار و مفاخر فرهنگی، سازمان چاپ و انتشارات، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و بنیاد بین‌المللی فرهنگی - هنری امام رضا (علیه السلام) به این امر می‌پردازد (farhang.gov.ir/fa/intro/subordinate).

۵. سازمان اوقاف و امور خیریه

تا پیش از انقلاب مشروطه، امور اوقاف همواره زیر نظر علما و روحانیون معتمد بود. پس از انقلاب مشروطه، وزارت معارف و اوقاف و صنایع مستظرفه تأسیس شد و اداره موقوفات، به آن واگذار گردید. در سال ۱۳۴۳، اوقاف مستقل و ذیل نخست‌وزیری قرار گرفت و تلاش‌هایی برای مدیریت تبلیغ دینی در این سازمان صورت گرفت که توفیقی نیافت. پس از انقلاب اسلامی، در

سال ۱۳۶۳ سازمان حج و اوقاف و امور خیریه به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی وابسته گردید و در ۱۳۸۰ امور اوقاف از سازمان حج جدا شد و به شکل‌گیری سازمان اوقاف و امور خیریه انجامید.

این سازمان، مدیریت امامزادگان و موقوفات مرتبط با مراسم عزاداری و قرآنی را بر عهده دارد و با بهره‌گیری از ظرفیت مبلغان، به تبلیغ دینی در این اماکن می‌پردازد و در دهه اخیر، با اجرای برنامه «آرامش بهاری» در بقاع متبرکه در مناسبت‌های مختلف، نسبت به تبلیغ معارف دینی و امور فرهنگی فعالیت می‌کند. علاوه بر آن، این سازمان در سال ۱۳۷۰ با تأسیس انتشارات اسوه و ایجاد بزرگ‌ترین چاپخانه قرآن کریم در خاورمیانه، به چاپ کتب دینی و مذهبی و قرآن کریم پرداخت. در سال ۱۳۷۳، مرکزی را جهت ترجمه قرآن مجید به زبان‌های خارجی تأسیس کرد و تاکنون ترجمه ترکی و فرانسه قرآن کریم را منتشر کرده است («آشنایی با مرکز ترجمه قرآن کریم»، مجله بینات، سال ۱۳، ش ۴۹، ص ۲۹۲-۳۰۳). در حوزه تبلیغ دینی در فضای مجازی نیز این سازمان با هدف تولید و انتشار محتوای دینی، از سال ۱۳۸۶ مؤسسه و سایت راسخون را راه‌اندازی کرده است (rasekhoon.net/home/aboutus).

۶. سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، از سازمان‌های وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. این سازمان، با هدف فعالیت‌های فرهنگی و ادغام بخش‌های فرهنگی و تبلیغی نهادها و مؤسسات دولتی و عمومی فعال در خارج از کشور، در سال ۱۳۷۴ تأسیس شد. این سازمان، زیر نظر شورای عالی متشکل از: وزیر امور خارجه، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، رئیس سازمان صدا و سیما و شخصیت‌های مهم فرهنگی اداره می‌شود. این سازمان، به عنوان مرکز دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی با داشتن ۶۷ نمایندگی در کشورهای مختلف، تلاش دارد تا شناخت، علاقه و باور نسبت به اسلام ناب محمدی صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، گفتمان انقلاب اسلامی، اندیشه امام خمینی رَحْمَةُ اللهِ عَلَيْهِ و مقام معظم رهبری را ارتقا دهد.

اداره کل بین‌المللی تبلیغ و مرکز ساماندهی ترجمه و نشر معارف اسلامی و علوم انسانی، انتشارات بین‌المللی الهدی و بخش‌های دیگری از این سازمان، در زمینه تبلیغی و دینی فعالیت می‌کنند و به اعزام سخنران و چهره‌های دینی و قرآنی، برگزاری همایش‌های مختلف و برنامه‌های

قرآنی و انتشار کتب دینی می‌پردازند (icro.ir).

۷. مجمع جهانی اهل بیت علیهم‌السلام

شرکت کنندگان «اجلاس جهانی پیروان اهل بیت علیهم‌السلام»، در سال ۱۳۶۹ از مقام معظم رهبری خواستار تشکیل مجمعی با همین عنوان شدند و در همان سال، مجمع جهانی اهل بیت علیهم‌السلام به عنوان یک تشکل بین‌المللی و غیردولتی زیر نظر رهبری با مأموریت احیا و گسترش فرهنگ و معارف اسلام، حمایت و پشتیبانی از حقوق مسلمانان جهان، توسعه زیرساخت‌های مادی و معنوی شیعیان و همین‌طور کمک به رشد و اصلاح وضعیت فکری، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی شیعیان در سراسر جهان تأسیس شد. مجمع اکنون دارای ۱۴۱ دفتر و نمایندگی فعال در مناطق مختلف جهان است و علاوه بر آن، با مجامع محلی و کانون‌های فرهنگی شیعیان در اکثر کشورهای جهان مرتبط است.

معاونت فرهنگی مجمع جهانی اهل بیت علیهم‌السلام که در قم مستقر است، وظیفه تحقیق و تبلیغ دینی را از طریق: اداره کل پژوهش، سایت ویکی‌شیعه، اداره ترجمه، کتابخانه و مرکز اسناد، اداره مجلات و اداره کل همکاری‌های فرهنگی بر عهده دارد. برگزاری همایش‌های علمی، اعزام مبلغان دینی و حمایت‌های علمی، فرهنگی و مالی از پیروان اهل بیت علیهم‌السلام، انتشار کتاب و مجلاتی به ۲۲ زبان، و محتوای اینترنتی به ۹ زبان مهم دنیا و نیز حمایت از تشکل‌های پیروان اهل بیت علیهم‌السلام در سراسر جهان، جزو فعالیت‌های این مرکز است (مجمع جهانی اهل بیت علیهم‌السلام، آشنایی با مجمع جهانی اهل بیت علیهم‌السلام، ۱۳۹۴ ش، ص ۸).

مجمع جهانی اهل بیت علیهم‌السلام، علاوه بر اعزام مبلغ در راستای بومی‌سازی فعالیت‌های تبلیغی در نقاط مختلف جهان با بهره‌گیری از فارغ‌التحصیلان مدارس علمیه شیعه، آنان را تحت پوشش شبکه مبلغان بومی قرار می‌دهد و با کمک به ساخت مساجد، حسینیه‌ها، مراکز دینی، مدارس، کتابخانه‌ها، مراکز درمانی و دارالایتام، اقدامات تبلیغی و فرهنگی را تعمیق می‌بخشد (همان، ص ۲۶).

۸. مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی

پس از برگزاری چهارمین کنفرانس وحدت اسلامی در سال ۱۳۶۹، مجمع جهانی تقریب بین

مذاهب اسلامی با هدف آشنایی و تفاهم بیشتر علما، متفکران و پیشوایان مذهبی مسلمان و گسترش اندیشه تقریب بین ایشان تأسیس شد. مجمع، سازمانی غیردولتی و زیر نظر مقام رهبری است که شورای عالی آن، متشکل از شخصیت‌های بین‌المللی جهان اسلام است.

برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌های بین‌المللی تقریب در کشورهای مختلف، از جمله: کنفرانس بین‌المللی وحدت اسلامی در ایران، تأسیس دانشگاه مذاهب اسلامی، پژوهشگاه مطالعات تقریبی، خبرگزاری تقریب به زبان‌های: فارسی، عربی، انگلیسی، اردو و فرانسه، انتشار ۱۲۶ عنوان کتاب به زبان عربی و فارسی و انتشار مجله‌های: رساله‌التقریب، رساله‌الاسلام، ثقافة‌التقریب، پیک تقریب و اندیشه تقریب، از فعالیت این مجمع می‌باشد (taghrib.org/fa/world-meeting: بخش درباره مجمع). همچنین، این مجمع دوره‌هایی را جهت تربیت مبلغان تقریبی و انتقال نگاه تقریبی به سایر مبلغان برگزار می‌کند و در مناسبت‌های مختلف تقریبی نیز مبلغانی را به نقاط مختلف اعزام می‌نماید (taghrib.org/fa/world-meeting/pdf/30).

۹. نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی

با توجه به ماهیت دینی انقلاب اسلامی و ضرورت تسری آن در نهاد علم و دانش، پس از انقلاب فرهنگی و بازگشایی دانشگاه‌ها، روحانیان آگاه و خوش‌فکر، در دانشگاه‌ها حضور پیدا کردند. امام خمینی علیه‌السلام نیز برای دانشگاه‌های مهم کشور مانند دانشگاه شهید بهشتی (farsnews.ir/news/9004131373) و دانشگاه الزهراء علیها‌السلام (thinker.irc.ir/thinker/index/show/+4446) نمایندگانی را تعیین کرد. تا پیش از عزل شیخ حسینعلی منتظری از قائم‌مقامی رهبری، ایشان روحانیانی را به عنوان نماینده در دانشگاه‌ها منصوب می‌نمود که پس از عزل، این مسئولیت از سوی امام خمینی علیه‌السلام به شورای عالی انقلاب فرهنگی محول شد و آن شورا با ایجاد شورایی از آقایان: محمدی گیلانی، احمد جنتی و عباس محفوظی، این مسئولیت را به ایشان سپرد (فرهنگنامه نهادهای انقلابی، ص ۲۲۶-۲۳۰ و ص ۳۰۸ و ۳۰۹). پس از ارتحال امام خمینی علیه‌السلام، اساسنامه‌ای برای این شورا که «شورای نمایندگان ولی فقیه در دانشگاه‌ها» خوانده می‌شد، مصوب گردید (sccr.ir/pro/517). با توجه به توسعه دانشگاه‌ها، مقام معظم رهبری در سال ۱۳۷۲ دستور تجدید نظر در این اساسنامه را داد و در پی آن، شورای عالی انقلاب فرهنگی، اساسنامه

نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها را تصویب کرد و شورای نمایندگان را به عنوان شورای سیاستگذاری این نهاد قرار داد (rc.majlis.ir/fa/law/show/100307؛ همچنین ر.ک: sccr.ir/pro/757).

نهاد نمایندگی ولی فقیه، در دانشگاه‌های دولتی، آزاد اسلامی، پیام نور و علمی کاربردی سراسر کشور دفتر دارد و در سایر دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی نیز از طریق بخش فرهنگی و گروه معارف اسلامی فعالیت می‌کند. انجام وظایف روحانیت در محیط دانشگاه، اجرای برنامه‌های فرهنگی، هدایت فکری و حمایت معنوی تشکل‌های دانشجویی، گزینش علمی اساتید معارف، نظارت بر رعایت موازین اسلامی و ارزش‌های انقلاب در اداره دانشگاه‌ها، از وظایف نهاد در دانشگاه‌ها می‌باشد.

یکی از اصلی‌ترین فعالیت‌های این نهاد، مدیریت گروه معارف در دانشگاه‌ها و تدوین کتب درسی آن، و همچنین گزینش و تربیت اساتید مورد نیاز برای تدریس دروس معارف اسلامی دانشگاهی است. در این راستا، نزدیک به ۵۰ عنوان کتاب برای تدریس معارف اسلامی تدوین کرده و با تأسیس «نشر معارف»، علاوه بر کتب درسی، سایر آثار مناسب برای دانشگاهیان را منتشر می‌کند. این نهاد، روحانیون دارای تحصیلات تخصصی متناسب با عناوین درسی را به عنوان اساتید معارف ساماندهی و به‌کارگیری می‌کند. همچنین، دانشگاهی را جهت تربیت مدرس معارف اسلامی در گرایش‌های مختلف تأسیس نموده است.

اعزام مبلغان توانمند متناسب با نیاز دانشجویان به دانشگاه‌های سراسر کشور (جهت اطلاعات بیشتر، ر.ک: nahad.ir)، حضور اساتید حوزوی و روحانیون متخصص در دانشگاه‌ها جهت سخنرانی مذهبی، برگزاری جلسات پرسش و پاسخ عمومی و اختصاصی در دانشگاه‌ها، و همچنین مشاوره اسلامی، از فعالیت‌های فرهنگی این نهاد است. مقام معظم رهبری تا دهه دوم رهبری، خود نیز در برنامه‌های تبلیغی و پرسش و پاسخ دانشجویان شرکت می‌کرد (farsi.khamenei.ir/speech-content?id=2887). پاسخگویی به سؤالات دینی دانشگاهیان، اعم از اساتید و دانشجویان، از دیگر فعالیت‌های جدی نهاد است. بدین منظور، علاوه بر اعزام مبلغ، به صورت ستادی نیز مرکز مشاوره و پاسخگویی در نهاد راه‌اندازی شده و به شکل مکتوب و اینترنتی، به سؤالات دانشگاهیان پاسخ می‌دهد. سایت «پرسمان دینی» این مرکز، دارای بانک

جامعی از پرسش‌های دانشجویان و پاسخ‌های ارائه‌شده است که در قالب کتاب، نرم‌افزار و مجله پرسمان دانشجویی به صورت مکتوب نیز منتشر می‌شود.

۱۰. نمایندگی ولی فقیه در نیروهای مسلح، نهادهای انقلابی و سازمان‌های دولتی

نیروهای مسلح، از ارکان اقتدار نظام جمهوری اسلامی و تابع دستور فرماندهی کل قوا و امام انقلاب است. با پیروزی انقلاب، اولین تلاش انقلابی در ارتش، تشکیل «کمیته نظامی امام خمینی» بود که با استقرار برخی از روحانیون انقلابی در آن، آیت‌الله سید علی خامنه‌ای به عنوان عضو شورای انقلاب، دستور طرح سیاسی - ایدئولوژیک در ارتش و اقدام‌های لازم برای پیاده کردن آن را صادر کرد و تصویب چنین نهادی را از شورای انقلاب گرفت. در پی اختلاف بنی‌صدر و تلاش برای مدیریت بخش عقیدتی و سیاسی ارتش در سال ۱۳۵۹، امام خمینی علیه‌السلام رئیس اداره سیاسی ایدئولوژیک ارتش را منصوب و خط‌مشی آن را صرفاً تابع ولایت فقیه اعلام کرد. این نهاد تازه‌تأسیس که با عنوان اداره سیاسی ایدئولوژیک (۱۳۶۰-۱۳۶۲) و اداره عقیدتی سیاسی (۱۳۶۲-۱۳۶۶) خوانده می‌شد، نهایتاً به «سازمان عقیدتی سیاسی» تغییر نام داد. تا قبل از تصویب قانون ارتش در سال ۱۳۶۶، عقیدتی سیاسی وزارت دفاع نیز در تابعیت سازمان عقیدتی سیاسی ارتش بود و سپس مستقل شد.

سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، در اولین روزهای سال ۱۳۵۸ به عنوان نخستین نهاد نظامی رسمی انقلابی شکل گرفت و امام خمینی از همان ابتدا فضل‌الله محلاتی را به نماینده خود در آنجا منصوب کرد. هم‌زمان محی‌الدین انواری را در ژاندارمری و امامی کاشانی را در شهربانی به عنوان نماینده خود منصوب نمود و خواهان ارائه گزارش‌های هفتگی ایشان شد (صحیفه امام، ج ۱۲ ص ۴۵۰-۴۵۲). گسترده‌گی سپاه و ضرورت توجه به مسائل عقیدتی و فکری پاسداران، موجب شد امام خمینی نماینده دیگری نیز در سپاه منصوب کند و از وی خواست با کمال دقت، در تطبیق قوانین و تصمیمات شورای سپاه پاسداران با احکام اسلام کوشش کند و بر خط فکری و اعتقادی سپاه در سراسر ایران نظارت دقیق داشته باشد و با کمال قاطعیت از انحرافات و تخلفات جلوگیری کند (همان، ج ۱۵، ص ۴۳۶). انتصاب نمایندگانی از سوی امام خمینی علیه‌السلام در سپاه پاسداران در زمان حیات ایشان استمرار داشت (همان، ج ۱۶، ص ۴۳۹؛ ج ۱۷، ص ۵۱۰؛ ج ۲۰، ص ۴۳۲ و ۴۶۸؛ رفیق‌دوست، برای تاریخ می‌گوییم، ص ۱۲۰) و پس از آن نیز مقام معظم رهبری نماینده

خود در سپاه را به صورت دوره‌ای منصوب می‌نماید.

در ساختار سایر نیروهای مسلح نیز پس از ادغام شهربانی، ژاندرمری و کمیته انقلاب اسلامی، در ساختار جدید نیروی انتظامی در سال ۱۳۷۰، سازمان‌های عقیدتی سیاسی آنها نیز ادغام شده و سازمان عقیدتی سیاسی فراجا شکل گرفت (ر.ک: محمدنبی ابراهیمی، در پرتو ولایت: سازمان عقیدتی سیاسی از نگاه امام خمینی علیه السلام و مقام معظم رهبری از آغاز تا امروز، سازمان عقیدتی سیاسی ارتش جمهوری اسلامی ایران، تهران، ۱۳۸۱).

در سایر نهادهای انقلابی نظیر: جهاد سازندگی (صحیفه امام، ج ۲۱، ص ۶۵۲)، کمیته امداد امام خمینی و وزارت اطلاعات، عمدتاً در بدو تأسیس نمایندگانی از سوی امام خمینی منصوب می‌شدند. امروزه در اکثر نهادها، وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی، نمایندگی ولی فقیه یا بخشی مرتبط با امور روحانیت وجود دارد.

وظیفه سازمان عقیدتی سیاسی و نمایندگی ولی فقیه در این نهادها، عبارت است از: آموزش عقیدتی و سیاسی پرسنل جهت رشد مذهبی آنها، انجام فعالیت‌های تبلیغی در اشکال مختلف سخنرانی و سایر برنامه‌های فرهنگی، نظارت بر حفظ و عمل به موازین اسلامی، بررسی و ارزیابی شایستگی پرسنل جهت انتصابات و مسئولیت‌های سازمانی (فرهنگنامه نهادهای انقلابی، ص ۲۴۹-۲۵۳). در این راستا، با جذب و به‌کارگیری روحانی در برنامه‌های فرهنگی خود، به تبلیغ دینی و رشد معنوی پرسنل و مخاطبان سازمانی نهاد مربوطه اقدام می‌کنند. همچنین، در زمینه انتشار کتب دینی برای پرسنل یا مخاطبان سازمانی خویش یا در سطح جامعه اقدام می‌نمایند.

۱۱. مؤسسات و تشکل‌های فرهنگی - تبلیغی

با توجه به ماهیت فرهنگی انقلاب اسلامی، در کنار ساختارهای رسمی دولتی، مجموعه‌های مذهبی متعددی مانند: آستان قدس رضوی، حرم حضرت معصومه علیها السلام و سایر امامزادگان و مساجدی مانند مسجد مقدس جمکران نیز به عنوان قطب‌های فرهنگ دینی، به تبلیغ دینی می‌پردازند و در این زمینه، از ظرفیت سخنرانان و مبلغان دینی نیز کاملاً بهره می‌گیرند و حتی در مواردی در عرصه پاسخگویی دینی نیز به صورت حضوری، تلفنی و اینترنتی فعالیت کرده و آثار دینی فراوانی را نیز در انتشارات خود منتشر می‌کنند.

علاوه بر آن، تشکل‌ها و ستادهای متعددی مانند: ستاد اقامه نماز، ستاد امر به معروف و

نهی از منکر، ستاد مهدویت، ستاد ترویج زکات، مؤسسه احیای خمس، ستاد ترویج احکام و بنیاد مهدویت، برای اشاعه فرهنگ و تبلیغ دینی فعالیت می‌نمایند.

در زمینه ترویج و تقویت فرهنگ دینی و قرآنی، بیش از چند هزار مؤسسه قرآنی و فرهنگی تک‌منظوره و چندمنظوره، از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز فعالیت گرفته‌اند و در کنار آنها، هیئات و مجموعه‌های مردمی فراوانی تحت ساماندهی سازمان تبلیغات اسلامی یا اوقاف یا حتی بدون آن، فعالیت‌های دینی و تبلیغی می‌نمایند و عمدتاً در برنامه‌های خود از روحانیون و مبلغان دینی بهره می‌گیرند.

برخی از مبلغان دینی جهت فعالیت مؤثرتر و هم‌افزایی تبلیغی، علاوه بر فعالیت گروهی، اقدام به ایجاد مؤسسات و تشکل‌های تبلیغی کرده‌اند. مؤسسه «امیر بیان» به عنوان مؤسسه غیردولتی، در زمینه آموزش محتوا و مهارت‌های تبلیغی در قم و چندین شهر دیگر فعالیت می‌کند (amirebayan.ir) و برنامه‌های تبلیغی متعددی نیز اجرا می‌نماید (hawzahnews.com/news/1028613). همچنین، جمعی از گروه‌های تبلیغی، از اواخر سال ۱۳۸۹، اقدام به ایجاد تشکلی خودجوش برای هماهنگی و هم‌افزایی گروه‌های تبلیغی کردند (hawzahnews.com/news/414605).

منابع

الف. کتاب و مقاله

۱. ابراهیمی، محمدنبی، ۱۳۸۱، در پرتو ولایت: سازمان عقیدتی سیاسی از نگاه امام خمینی علیه السلام و مقام معظم رهبری از آغاز تا امروز، سازمان عقیدتی سیاسی ارتش جمهوری اسلامی ایران، تهران.
۲. ابن فارس، ۱۳۹۹ق، مقایس اللغة، بیروت، دار الفکر.
۳. احمدی، محمدرضا، خاطرات آیت‌الله محمدعلی گرامی، انتشارات مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
۴. آذرشب، محمدعلی، ۱۳۸۴ش، پیشینه تقریب، ترجمه: رضا حمیدی، چاپ اول، تهران، انتشارات مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی.

۵. امام خمینی، سید روح‌الله، ۱۳۸۹ش، صحیفه امام، چاپ پنجم، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
۶. انصاری، مرتضی، ۱۴۱۱ق، المکاسب، قم، دار الذخائر.
۷. بستان (نجفی)، حسین، اسفند ۱۴۰۱ق، «ظرفیت‌ها، فرصت‌ها و آسیب‌های نقش تبلیغی روحانیت در ایران معاصر»، دوفصلنامه دین و سیاست فرهنگی، ش ۱۹.
۸. بهرامی، حمزه علی، بهار ۱۳۸۹، «ساختار سازمان دعوت فاطمیان مصر»، سخن تاریخ، ش ۸.
۹. پاسدار اسلام، دی و بهمن ۱۳۹۹، «گفتگو با مؤسس و مدیر مسئول پاسدار اسلام»، چهلمین سال انتشار مجله، ش ۴۶۵ و ۴۶۶.
۱۰. پژوهشنامه تبلیغ اسلامی، مهر ۱۴۰۲، ش ۸.
۱۱. پیام حوزه، بهار ۱۳۷۵، ش ۹.
۱۲. «پیشینه تبلیغ در اسلام»، ۱۳۷۰، کیهان اندیشه، ش ۳۶ و ۳۷.
۱۳. خمینی، سید احمد، ۱۳۷۱ش، مقدمه کتاب کوثر، مجموعه سخنرانی‌های حضرت امام خمینی، چاپ اول، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
۱۴. خوجه گی، مهدی، ۱۴۰۱ق، تاریخ شفاهی شکل‌گیری و گسترش مجله سلام بچه‌ها، تهران، راه یار.
۱۵. خویی، ابوالقاسم، ۱۳۸۲ش، مصباح الفقاهة، قم، سید الشهداء.
۱۶. دهخدا و دیگران، ۱۳۷۳ش، لغت‌نامه، تهران، مؤسسه لغت‌نامه و دانشگاه تهران.
۱۷. دهخدا، علی اکبر، ۱۳۳۵ش، لغت‌نامه، تهران، لغت‌نامه دهخدا.
۱۸. دوفصلنامه تبلیغ و خانواده، پاییز و زمستان ۱۴۰۱، ش ۱.
۱۹. راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، مفردات، دمشق و بیروت، دار القلم.
۲۰. رزمگیر، سید محمد، ۱۳۸۹ش، نهادها و ارگان‌هایی که به حکم امام خمینی تأسیس شده‌اند، چاپ‌شده در رسول آفتاب، چاپ اول، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
۲۱. رنجبر عیسی‌آبادی، احسان، ۱۳۹۲ش، پیام‌آوران نجات: رسالت مبلغان دینی در زمینه

- پیشگیری و درمان اعتیاد و نقد یکی از روش‌های درمان اعتیاد، چاپ اول، قم، نشر ذکری.
۲۲. رهبر، محمدتقی، ۱۳۹۱ش، پژوهشی در تبلیغ، بوستان کتاب، قم.
۲۳. ره‌توشه حج، ۱۳۸۰، چاپ اول، تهران، انتشارات مشعر.
۲۴. ره‌توشه راهیان نور؛ متون علمی و آموزشی مبلغان، ویژه محرم الحرام ۱۴۴۱ق/۱۳۹۸ش، چاپ اول، قم، انتشارات بوستان کتاب.
۲۵. ره‌توشه راهیان نور، تیرماه ۱۳۷۴، چاپ اول، قم، انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی.
۲۶. ره‌توشه؛ فصلنامه علمی تخصصی ویژه مبلغان، رمضان ۱۴۴۱ق/بهار ۱۳۹۹ش، شماره اول.
۲۷. روابط عمومی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، ۱۳۷۹ش، آشنایی اجمالی با دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، قم.
۲۸. _____، ۱۳۷۳ش، کارنامه چهارده ساله دفتر تبلیغات حوزه علمیه قم، قم.
۲۹. _____، ۱۳۶۴ش، مجموعه عملکرد دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم در سال‌های ۱۳۶۱-۱۳۶۰ و نه ماه اول ۱۳۶۴، قم.
۳۰. روزی طلب، محمدحسن، ۱۳۹۲ش، صخره سخت، چاپ اول، تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
۳۱. سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۷۵ش، مروری بر پانزده سال حضور سازمان تبلیغات اسلامی در عرصه فرهنگی - تبلیغی نظام مقدس جمهوری اسلامی، تهران.
۳۲. سلطانی، مجتبی، ۱۳۸۴ش، راهنمای پرسش: معرفی مراکز پاسخگویی به پرسش‌های دینی، قم، ایده گستر.
۳۳. شکوری، ابوالفضل، «معرفی اجمالی مؤسسه وعظ و خطابه»، مجله یاد، ش ۷۸.
۳۴. عبدالرحمن، سیف آزاد، ۱۳۶۸ش، تاریخ خلفای فاطمی، تهران، دنیای کتاب.
۳۵. علامیان، سعید، ۱۳۹۲ش، برای تاریخ می‌گویم، تهران، سوره مهر.
۳۶. شیرخانی، علی و زارع، عباس، ۱۳۸۴ش، تحولات حوزه علمیه قم پس از پیروزی

انقلاب اسلامی، تهران.

۳۷. عمید، حسن، ۱۳۶۲ش، فرهنگ فارسی، تهران، امیرکبیر.
۳۸. فاطمی، رحیم، ۱۳۸۷، «کتاب‌شناسی تبلیغ و سخنوری»، مجله مبلغان، ش ۱۰۷.
۳۹. فصلنامه علمی تخصصی پاسخ، ۱۳۹۵ش، سال اول، شماره دوم.
۴۰. کاظمی قهفرخی، سید محمد، ۱۴۰۰ش، گونه‌شناسی طلاب کشگر در شبکه اجتماعی اینستاگرام، چاپ اول، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۴۱. کتاب زرد، بشیر ۷۹، راهنمای جامع مؤسسات فرهنگی اسلامی استان قم، مرکز مدیریت حوزه علمیه قم، قم.
۴۲. گلی زواره، غلام‌رضا، دی ۱۳۸۳ش، «از پاسدار انقلاب تا پاسدار اسلام»، مجله پاسدار اسلام، ش ۲۷۷.
۴۳. مجله پیام زن، آذر ۱۳۸۱، ش ۱۲۹.
۴۴. مجله بینات، «آشنایی با مرکز ترجمه قرآن کریم» سال ۱۳، ش ۴۹.
۴۵. مجله پژوهش و حوزه، بهار ۱۳۸۷، «مؤسسه بوستان کتاب»، ش ۳۳.
۴۶. مجله مبلغان، «آشنایی با حوزه‌های علمیه سفیران هدایت»، ش ۶۴.
۴۷. مجمع جهانی اهل بیت علیهم‌السلام، ۱۳۹۴ش، آشنایی با مجمع جهانی اهل بیت علیهم‌السلام، چاپ پنجم، قم، مجمع جهانی اهل بیت علیهم‌السلام.
۴۸. محمودی، محسن، ۱۳۹۹ش، «دفتر تبلیغات»، دانشنامه جهان اسلام، تهران، بنیاد دائرة المعارف اسلامی.
۴۹. مرادحاصل خامنه، اعظم و لاهوتی اشکوری، حسن، ۱۳۸۹ش، فرهنگ‌نامه رجال روحانی عصر امام خمینی، چاپ اول، تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
۵۰. مرتضوی، سید ضیاء، ۱۴۰۰ش، دانشنامه امام خمینی (دوره ده جلدی)، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی رحمته‌الله.
۵۱. مطهری، مرتضی، ۱۳۸۹ش، مجموعه آثار شهید مطهری، تهران، انتشارات صدرا.
۵۲. مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۸۷ش، فرهنگ‌نامه نهادهای انقلابی، تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی.

۵۳. مرکز بررسی اسناد تاریخی، ۱۳۸۴ش، یاران امام به روایت اسناد ساواک: شهید حجت الاسلام والمسلمین غلامحسین حقانی، تهران، انتشارات مرکز اسناد تاریخی.
۵۴. مرکز تربیت مربی کودک و نوجوان، ۱۳۷۴ش، ره‌توشه راهیان نور، قم، مرکز انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی.
۵۵. مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه، خرداد ۱۳۹۰، مجله افق حوزه، قم، ش ۳۱۲.
۵۶. مصطفوی، حسن، ۱۳۶۰ش، التحقیق فی کلمات القرآن، تهران، بنگاه نشر و ترجمه کتاب.
۵۷. معاونت آموزش مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه، ۱۴۰۰ش، درختواره رشته‌ها و گرایش‌های تخصصی حوزه‌های دانشی علوم اسلامی، چاپ اول، قم، مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه.
۵۸. معاونت بین‌الملل حوزه‌های علمیه، ۱۳۹۴ش، طلایه‌داران عرصه تبلیغ بین‌الملل تشیع، قم، مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه قم.
۵۹. معاونت روابط عمومی و انتشارات سپاه، ۱۳۸۹ش، سپاه در گذر انقلاب؛ مجموعه اطلاعاتی، بیانیه و اخبار سپاه، چاپ اول، تهران، معاونت روابط عمومی و انتشارات سپاه.
۶۰. معاونت پژوهشی مرکز مدیریت حوزه علمیه قم، ۱۳۸۳ش، مرکز مدیریت حوزه علمیه قم، قم.
۶۱. مهدوی یگانه، جواد و مؤمنی، علی اکبر و صادقی، مجید، ۱۳۹۵ش، تبلیغ بالینی، چاپ اول، قم، بوستان کتاب.
۶۲. موسوی تبریزی، سید حسین، خرداد ۱۳۸۷ش، گفتگو، ماهنامه یادآور، سال اول، شماره اول.
۶۳. موسوی هوایی، سید جواد، ۲۷ آبان ۱۳۸۵ش، «مصاحبه با معاونت آموزشی و پژوهشی سازمان تبلیغات اسلامی»، روزنامه اعتماد ملی.
۶۴. میرزاخان، حامد و صادقی، مجید، ۱۴۰۲ش، تبلیغ در زندان، چاپ اول، قم، بوستان کتاب.
۶۵. النجفی الجواهری، الشیخ محمدحسن، ۱۳۶۲ش، جواهر الکلام فی شرح شرائع

- الإسلام، تحقیق: عباس قوچانی، چاپ هفتم، بیروت، دار إحياء التراث العربی.
۶۶. واحد، سینا، ۱۳۶۶ش، قیام گوهرشاد، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۶۷. واعظی، اسفند ۱۳۹۰ش، «هست‌ها و باید‌های تبلیغ در دانشگاه»، مجله معارف، ش ۹۰.
۶۸. واکر آرنولد، توماس، ۱۳۵۸ش، تاریخ گسترش اسلام، ترجمه: ابوالفضل عزتی، تهران.
۶۹. وکیلی قمی، ابومحمد، ۱۳۸۴ش، حوزه علمیه قم، تهران.

ب. تارنما

		aalaa. ۱
ismc.ir .۳۱	e.ir	ir .۲
isna.ir .۳۲	hawzah.net .۱۷	amirebayan.ir .۳
jahadgaranhow .۳۳	hawzahnews.co .۱۸	balagh.ir .۴
zavi.com	m	bonyadehedayat. .۵
jz.ac.ir .۳۴	hejrat.ismc.ir .۱۹	com
khazaen.ir .۳۵	historydocume .۲۰	bookcity.org .۶
magiran.com .۳۶	nts.ir	bou.ac.ir .۷
mehrnews.com .۳۷	howzehbonab.ir .۲۱	dana.ir .۸
msagheb.ir .۳۸	hozehonari.ir .۲۲	dte.ir .۹
murtaza.ir .۳۹	ibna.ir .۲۳	eitaa.com .۱۰
my- .۴۰	icro.ir .۲۴	el.balagh.ir .۱۱
moballeggh.icro.i	ido.ir .۲۵	farhang.gov.ir .۱۲
r	ilna.ir .۲۶	farsi.khamenei.i .۱۳
nahad.ir .۴۱	imanoor.com .۲۷	r
najm.whc.ir .۴۲	iqna.ir .۲۸	farsnews.ir .۱۴
nashrebeynolm .۴۳	irna.ir .۲۹	fmttd.ismc.ir .۱۵
elal.ir	isca.ac.ir .۳۰	hamshahrionline .۱۶

soore.ac.ir .۶۵	ir	nehzat.ir .۴۴
taghrib.org .۶۶	rasanews.ir .۵۵	noavari.dte.ir .۴۵
tasnimnews.co .۶۷	rbo.ir .۵۶	noorsoft.org .۴۶
m	rc.majlis.ir .۵۷	onlinehawzah.c .۴۷
tebyan.net .۶۸	roshd.balagh.ir .۵۸	om
tehrantimes.co .۶۹	ruz barg.morsal .۵۹	parsiblog.com .۴۸
m	at.ir	pasdareeslam.c .۴۹
telavat.ir .۷۰	sccr.ir .۶۰	om
thinker.irc.ir .۷۱	schowzeh.ir .۶۱	pasokh.org .۵۰
tmobalegh.cfu. .۷۲	shabaketabligh. .۶۲	public.whc.ir .۵۱
ac.ir	ir	qom.iribu.ac.ir .۵۲
webda.umsha.a .۷۳	shabestan.news .۶۳	radio.isca.ac.ir .۵۳
c.ir	snn.ir .۶۴	rahtoosheh.dte. .۵۴