

شهبس



شورای مشورتی ستایشگران اهل بیت علیهم السلام

تابستان ۱۳۹۷

محرم الحرام ۱۴۴۰

عبد
بیت
خزعی



به نام خدا

شش‌س

شورای مشورتی ستایشگران اهل بیت علیهم السلام

تجلیل از مقام والای اهل بیت رسول الله صلی الله علیه و آله و سلم، به‌ویژه سوگواری ائمه علیهم السلام با کارکردهای مختلف رسانه‌ای، تبلیغی و ... در وجوه مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و حتی اقتصادی زندگی شیعیان ریشه دارد. در طول تاریخ تشیع، شیعیان با گرامیداشت ایام ولادت و با سوگواری در عزاداری‌های اهل بیت رسول الله صلی الله علیه و آله و سلم در پی تبیین ولایت ائمه معصومین علیهم السلام در چهارچوب هیئت‌های مذهبی و تشکل‌های دینی بوده‌اند. این تشکل‌ها در طول تاریخ به خصوص در شکل‌گیری و تداوم انقلاب اسلامی، نقشی اساسی و ارزنده ایفا کرده‌اند. یکی از ارکان مهم هیئت‌های مذهبی، ستایشگران و ذاکران اهل بیت علیهم السلام هستند.

در این میان با تغییر و تحولاتی که بنا بر اقتضائات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در آداب و رسوم برگزاری سوگواری‌ها به وجود آمده است، لزوم «برنامه‌ریزی فرهنگی» برای جلوگیری از تحریف و انحراف در محتوای اصیل این تشکل‌ها احساس می‌شود.

به فرموده مقام معظم رهبری، شورای عالی انقلاب فرهنگی «مقر فرماندهی فرهنگ کشور» است.

مهم‌ترین پروژه در دستور کار شورای عالی انقلاب فرهنگی «تدوین سند و نقشه مهندسی فرهنگ» است.

این سند که در ادامه اسناد بالادستی مانند چشم‌انداز، در حال تدوین است، تعاریف، مؤلفه‌ها، شاخص و حوزه‌های مختلف فرهنگ را تبیین می‌کند و به کمک اسناد پشتیبان و سند‌های بخشی و فرابخشی، نقش همه مؤلفه‌ها و کنشگران عرصه فرهنگ را روشن می‌سازد.

برای تعریف نقش ستایشگران و تشکل‌های مربوط به آنان در عرصه کلان فرهنگی لازم است، جای این دو مؤلفه در سند مهندسی فرهنگ مشخص شود.

برای این منظور لازم است زنجیره اسناد بخشی، فرابخشی و ملی که ستایشگری اهل بیت علیهم السلام را به فرهنگ دینی متصل می‌کند تعریف شود.

در نگاه اول به نظر می‌رسد «ستایشگری اهل بیت - علیهم السلام -» زیرمجموعه‌ای از «فعالیت‌های تبلیغی و ترویجی در حوزه عترت» و این فعالیت‌ها نیز خود زیر مجموعه حوزه «عترت» تعریف می‌شوند.

با توجه به تدوین سند بالادستی «منشور توسعه فرهنگ قرآنی»، به نظر می‌رسد تدوین یک «سند ملی در حوزه عترت» و به تبع آن یک «سند فرابخشی در حوزه ستایشگری اهل بیت علیهم السلام» ضروری به نظر می‌رسد.

تدوین مناسب‌ترین سیاست‌های فرهنگی عرصه ستایشگری اهل‌بیت علیهم‌السلام در گرو یک گفت‌وگوی سازنده میان همه کنشگران اصلی در صحنه (پژوهشگران، شاعران، ذاکران و مدیران تشکل‌های ستایشگری) است.

شورای مشورتی ستایشگران اهل‌بیت علیهم‌السلام - شمس - سازوکاری برای جمع‌اندیشی و هم‌اندیشی صاحب‌نظران و کارشناسان آشنا با مسائل جامعه ستایشگری اهل‌بیت علیهم‌السلام است. این شورا در پی نهادینه‌سازی مشارکت و همفکری فرهیختگان، پیشکسوتان و صاحب‌نظران و ورود اندیشه‌ها و خواست‌های آنان به چرخه سیاست‌گذاری عمومی خواهد بود.

شورای مشورتی ستایشگران از سازوکارهای مرسوم در هیئت‌های اندیشه‌ورزی (جمع‌اندیشی) پیروی می‌کند. در نتیجه یک ساختار به معنای متعارف آن نیست، بلکه مجموعه‌ای فرانهاده است که بنای ورود به عملیات اجرایی را هم ندارد.

مهم‌ترین کارکرد این فرانهاده تحلیل راهبردی، ایده‌پردازی، ارائه راهکار و تصمیم‌سازی است.

محتوای تولیدشده در این شورا می‌تواند توسط تشکل‌ها، سازمان‌ها، نهادها و رسانه‌های فعال در این عرصه مورد استفاده قرار بگیرد. با توجه به تأسیس «شورای هماهنگی تشکل‌های ستایشگران اهل‌بیت علیهم‌السلام»، شورای مشورتی ستایشگران می‌تواند به عنوان هیئت‌اندیشه‌ورزی این تشکل‌ها، ایفای نقش کند.

تقویت انسجام اجتماعی، راهبری فکری، ترمیم تصویر رسانه‌ای جامعه ستایشگران اهل‌بیت علیهم‌السلام و همچنین ترمیم و تقویت ارتباط این جامعه با سایر صنوف و اقشار از دیگر اهداف این جمع‌مشورتی خواهد بود. این شورا با استفاده از ظرفیت استانی تشکل‌های ستایشگران و همچنین فرصت‌های فضای مجازی، برای ایجاد خوشه‌های استانی و شهرستانی خود و جذب حداکثر نخبگان و صاحب‌نظران در سراسر کشور اقدام خواهد کرد.

اولین نشست شمس که در تاریخ پنجم شهریورماه ۱۳۹۷ و با حضور ۷۰ نفر از ستایشگران اهل‌بیت علیهم‌السلام در قالب ۱۱ کمیسیون در دفتر مرکزی بنیاد دعبل برگزار شد. اولین موضوع «شمس» برای گفت‌وگو؛ «مسئله‌شناسی» و «شناخت مسائل مبتلا به جامعه ستایشگری» انتخاب شد.

پس از بحث و بررسی‌های تفصیلی در پیش‌نشست‌ها و کمیسیون‌های تخصصی ۲۷ محور اصلی برای گفت‌وگو و جمع‌اندیشی انتخاب شد.

گفت‌وگو درباره این محورها، برای تحقق اهداف جمهوری اسلامی در موضوع ستایشگری (منبعث از رهنمود مقام معظم رهبری و سند مهندسی کشور) و بر اساس راهبردهای ملی صورت خواهد گرفت.

از تمام نهادها، تشکل‌ها، رسانه‌ها، شخصیت‌های صاحب‌نظر، پیشکسوتان و کنشگران عرصه ستایشگری دعوت می‌کنیم با مشارکت در این «گفت‌وگوی ملی از طریق»:

- برگزاری نشست‌ها و محافل جمع‌اندیشی
- شرکت در کمیسیون‌های تخصصی شمس
- فعالیت در وب‌سایت تعاملی شمس
- طراحی و برگزاری نشست‌های علمی با حضور کارشناسان و صاحب‌نظران
- تولید محتوای رسانه‌ای
- تولید مقاله، کتاب و منشورات

زمینه را برای تحقق این اهداف و راهبردها فراهم کنند.

محمدرضا سننگری

محسن طاهری

دبیر علمی

دبیر اجرایی و سخنگو

بخش اول

موضوعات و محورهای گفت و گو

موضوعات و محورهای نشست‌های شمس برای گفت‌وگو

۱. مبانی نظری ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام
 - فلسفه و هدف ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام
 - جایگاه ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام در منظومه تبلیغی شیعه
 - اقتضائات ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام در عصر حاضر
 - فقه عزاداری و ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام
 - مبانی نظری ادبیات دینی و شعر هیئت
 - نسبت موسیقی و ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام
 - ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام؛ فن یا هنر
 - بینش، منش (اخلاق) و روش ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام
۲. راهبردهای جمهوری اسلامی، سیاست‌گذاری فرهنگی و آینده‌پژوهی در موضوع ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام
 - منویات مقام معظم رهبری در موضوع ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام و راهکارهای تحقق آن
 - سیاست‌ها و راهبردهای جمهوری اسلامی در موضوع ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام
 - جایگاه ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام در قوانین و اسناد بالادستی به‌خصوص سند مهندسی فرهنگی کشور
 - تدوین سند فرابخشی در موضوع ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام در شورای عالی انقلاب فرهنگی
 - چشم‌انداز ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام در ده سال آینده
 - سیاست‌های ستاد ساماندهی شئون فرهنگی و ارتباط جامعه مداح با این ستاد
۳. فعالیت‌های پژوهشی و علمی در موضوع ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام
۴. تقویم مناسکی و آیین‌های شیعی (ظهور مناسبت‌های مذهبی جدید / دهه‌سازی‌ها) / تناسب مناسک مذهبی در ایام سوگ و سرور
۵. تحریف‌ها، بدعت‌ها و باورهای خرافی، شبیهات
۶. سواد فرهنگی، سواد رسانه‌ای، سواد دینی جامعه مداح
۷. منزلت و نفوذ اجتماعی مداحان
۸. بازنمایی رسانه‌ای ستایشگران (صداوسیما، مطبوعات، سینما، رسانه‌های خارجی)
۹. جامعه ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام و موضوع وحدت اسلامی – تقریب مذاهب
۱۰. نسبت ستایشگران با سیاست و نهاد قدرت
۱۱. مبانی نظری و حقوقی و سازوکار رسیدگی به تخلفات و آسیب‌ها
۱۲. ارتباط جامعه ستایشگران اهل بیت علیهم‌السلام با مرجعیت و روحانیت
۱۳. تغییرات دین‌داری ایرانیان
۱۴. کمرنگ شدن مداحی سنتی، گسترش سبک‌های جدید مداحی / تغییر ذائقه مخاطب
۱۵. آموزش مداحی، آموزش‌شکده‌های مداحی، رشته/دانشکده مداحی
۱۶. بانیان هیئت و نقش آن‌ها در اقتصاد و فرهنگ جامعه ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام
۱۷. رعایت عدالت در توزیع منابع مداحی در برنامه‌های رسمی، صداوسیما، امکان متبرکه
۱۸. ثبت، حفظ و صیانت از موارث فرهنگی ستایشگران اهل بیت علیهم‌السلام

۱۹. تشکل‌های مربوط به مداحان

۲۰. منابع انسانی متخصص و ماهر برای فعالیت فرهنگی و سازمانی در جامعه ستایشگری

۲۱. انسجام اجتماعی جامعه مداح

- وجود ارزش‌ها و هویت مشترک در جامعه ستایشگری
- وجود حس تعهد به جامعه ستایشگری
- رعایت قوانین، قواعد، هنجارهای مستقر و رایج و موردقبول عموم و پیشکسوتان جامعه ستایشگری
- مشارکت در بهبود وضعیت جامعه ستایشگری

۲۲. بانوان مداح و مجالس مذهبی زنانه

۲۳. مداحی کودکان و نوجوانان

۲۴. مسائل مربوط به حوزه کتاب (سرانه مطالعه جامعه مداح و شاعر، کیفیت محتوایی، پدیده کتاب‌های عامه‌پسند مذهبی، نشر خرافات مکتوب،

نشر منابع ضعیف و نامعتبر، شبکه توزیع ضعیف)

۲۵. مسائل مربوط به مداحان معمر و سنتی

۲۶. مسائل مربوط به رسانه‌های تخصصی و اختصاصی جامعه ستایشگران اهل بیت علیهم‌السلام

۲۷. راه‌پیمایی اربعین



بخش دوم

اهداف و راهبردها

اولویت‌های فرهنگی

هویت اسلامی، ایرانی و انقلابی؛ انتظار منجی، قرآن و عترت، نماز و مسجد، ولایت‌فقیه، فرهنگ بسیجی، ایثار و جهاد و شهادت، سبک زندگی اسلامی، نظام فرهنگی فراگیر و کارآمد؛ ساماندهی جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی، استقرار نظام جامع راهبری و مدیریت فرهنگی کشور، مهندسی نظام‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و... کشور با رویکرد فرهنگی و تربیت نیروی انسانی کارآمد بخش فرهنگی.

اهداف کلان (برگرفته از نقشه مهندسی فرهنگی کشور)

قرآن

۱. تبیین و ترویج فرهنگ قرآن کریم و تلاش همه‌جانبه برای تحقق مرجعیت گفتمان قرآنی در امت اسلامی؛

عترت

۲. ارتقاء سطح دانش عموم مردم نسبت به تاریخ و سیره پیامبر و ائمه معصومین علیهم‌السلام

۳. نهادینه کردن سیره اهل‌بیت (علیهم‌السلام) در کلیه شئون اجتماعی، خانوادگی و فردی؛

نماز

۴. تبیین و نهادینه‌سازی «نماز به نماز» در همه ابعاد و مراحل زندگی و تأمین شرایط و الزامات اقامه نماز؛

امربه‌معروف و نهی از منکر

۵. ایجاد انگیزه، توانمندی و زمینه تحقق امربه‌معروف و نهی از منکر؛

وحدت

۶. مقابله مؤثر با اسلام‌ستیزی، شیعه‌ستیزی و ایران‌هراسی؛

۷. نهادینه‌سازی همگرایی و وحدت امت اسلامی برای تحقق تمدن نوین اسلامی؛

شعائر و آیین‌ها

۸. تبیین آداب، لطایف و اسرار احکام الهی و اجتناب از بسنده کردن به‌ظاهر مناسک.

۹. تبیین عقلانی و آموزش شعائر و آیین‌های اسلامی ایرانی با تأکید بر فلسفه وجودی آن‌ها و غنابخشی فکری و محتوایی مجالس و مراسم

سوگواری عاشورا و شعائر حسینی متناسب با روح حماسی عاشورا

۱۰. احیاء، بازتولید و ارتقاء کارکردهای شعائر، نمادها و آیین‌های اسلامی، ایرانی و انقلابی و زمینه‌سازی برای ظهور و بروز آن‌ها در کلیه شئون زندگی

فردی، خانوادگی، نهادی و اجتماعی

۱۱. صیانت از روش‌های اصیل و سنتی عزاداری و بررسی راهکارهای تقویت و توسعه آن متناسب با روح حماسی عاشورا و ذوق، سلیقه و گرایش‌های

نسل امروز.

۱۲. مقابله فرهنگی با آیین‌ها و نمادهای واپس‌گرایانه، خرافی، انحرافی و بیگانه و پیرایش آیین‌های ملی در چارچوب آموزه‌های اسلامی

ستایشگران

۱۳. بازآفرینی نظام فکری، ساختارهای رسمی و غیررسمی و میراث فرهنگی ستایشگری اهل‌بیت علیهم‌السلام

۱۴. توانمندسازی، پشتیبانی و تغذیه فکری هیئت‌های مذهبی، مبلغان و سخنرانان مذهبی، مداحان، مدیحه‌سرایان و نهادهای متصدی امر عزاداری در

برگزاری عزاداری‌ها، اعیاد و مناسبت‌های مذهبی،

۱۵. توانمندسازی رسانه‌های ستایشگران اهل‌بیت علیه‌السلام

۱۶. گسترش و حمایت از هیئت و مجالس دینی در سازمان‌ها، مراکز آموزشی، منازل و سایر محیط‌های اجتماعی با محوریت مساجد و هدایت و

نظارت روحانیت و استفاده از ظرفیت آن‌ها در امور اجتماعی

۱۷. تثبیت و ارتقاء جایگاه معنوی و معرفتی و تأثیرگذار حوزه و علمای دینی در راهبری فرهنگ ستایشگری

راهنمای ملی

بنیان‌های نظری

- تقویت بنیان‌های نظری ادبیات دینی، آیین‌های شیعه، رسانه دینی، ستایشگری اهل بیت علیهم السلام، تشکل‌های دینی
- مفهوم‌پردازی، گفتمان‌سازی، تدوین روش‌های پژوهش، آموزش و نقد در تاریخ، فرهنگ، هنر ستایشگری اهل بیت علیهم السلام
- تعریف دقیق جایگاه ستایشگری اهل بیت علیهم السلام در سازمان نظری تبلیغ دین
- تفقه در مسائل مبتلابه ستایشگری اهل بیت علیهم السلام

مردم

- طراحی، تدوین و اجرای برنامه‌های ملی ترویج نمادها و الگوهای رفتاری شادی و شادابی اسلامی و بازمهندسی مناسبت‌های سرور
- حمایت از ارتقای کیفیت و افزایش خدمات در عرصه‌های پنج‌گانه (تبلیغی دینی، رسانه‌ای، محیط مجازی، علمی آموزشی، فرهنگی هنری) با موضوع ستایشگری اهل بیت علیهم السلام با تأکید بر عموم جامعه
- برنامه‌ریزی برای ایجاد بازار و برند محصولات فرهنگی با موضوع عترت
- افزایش سهم کالاها و محصولات فرهنگی مذهبی در سبد مصرفی خانوار

آیین‌ها

- اهتمام به تقویت نقش محوری مساجد در آیین‌ها و نقش راهبری حوزه و دانشمندان حوزوی در فرهنگ ستایشگری
- اهتمام به توسعه اندیشه‌ها و نظرات امام راحل، مقام معظم رهبری و متفکران بزرگ از جمله استاد شهید مرتضی مطهری درباره ستایشگری اهل بیت علیهم السلام و آیین‌های سوگ و سرور
- بهره‌گیری از فرصت‌های معنوی و تربیتی مناسبت‌های ویژه همچون عاشورا، لیالی قدر، اعتکاف، عرفه، عید غدیر، نیمه شعبان و سایر مناسبت‌ها و جشن‌های ولادت ائمه اطهار و بزرگان دینی (علیهم السلام)

فعالان فرهنگی و تشکل‌ها

- حمایت از تأسیس، گسترش، توانمندسازی و متناسب‌سازی دستگاه‌ها، نهادها، رسانه‌ها و شبکه‌های فرهنگی اجتماعی (دولتی، عمومی و مردمی) با موضوع ستایشگری و ارتقاء سطح مشارکت آن‌ها در تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری و اجرا
- تقویت ارتباط بین پژوهشگران، وعاء، شاعران و مداحان اهل بیت علیهم السلام
- هماهنگی و هم‌افزایی در «مدیریت فرهنگی» در میان دستگاه‌ها، ترجمان‌ها و مؤسسات مختلف و بسیج امکانات، تلاش‌ها و برنامه‌های فرهنگی
- برنامه‌ریزی برای هماهنگی و هم‌افزایی بخش‌های مردمی، اجرایی، اطلاعاتی و قضایی در مقابله با تخلفات، منکرات در موضوعات مرتبط با فرهنگ ستایشگری
- معرفی و تکریم برترین‌های فرهنگ ستایشگری
- آموزش، تربیت و افزایش کمی و کیفی مستمر منابع انسانی مستعد و متعهد متناسب با نیازهای رسانه‌ای، تبلیغی و ارتباطی انقلاب اسلامی در حوزه ملی و فراملی و به‌کارگیری آن‌ها برای تقویت جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی

دیدبانی

- رصد، مستندسازی، روند پژوهی و آینده‌پژوهی نظام‌مند رویدادها، رسانه‌ها و آیین‌های فرهنگ ستایشگری
- پایش و تحلیل پیوسته جامعه ستایشگری اهل بیت علیهم السلام به‌ویژه در ایام مناسبتی و ارائه تحلیل‌های راهبردی و عملیاتی
- شناسایی جریان‌های فرهنگی، تحلیل گفتمان، شناخت و تعریف عناصر گفتمانی
- تجزیه و تحلیل اسناد بالادستی نظام، قوانین و مقررات موجود
- شناسایی و تحلیل عملکرد شخصیت‌های حقیقی و حقوقی فعال، سرمایه اجتماعی و شبکه ارتباطی آن‌ها و شکل ایفای نقش در عرصه ستایشگری
- مخاطب‌پژوهی و سنجش میزان اثرگذاری فعالیت‌های فرهنگی



بخش سوم

پیشنهاد برای اقدامات ملی

- تأسیس اندیشکده راهبردی ستایشگری اهل بیت علیهم السلام
- تدوین «سند ملی و فرا بخشی در حوزه عترت و ستایشگری اهل بیت علیهم السلام» بر اساس رهنمودهای امام و مقام معظم رهبری، اسناد بالادستی نظام و قرار دادن آن به عنوان «مبنای مشترک در سیاست گذاری فرهنگی» و پیگیری تصویب این سند از شورای عالی انقلاب فرهنگی
- شناسایی و تشکیل بانک اطلاعات پژوهشگران، نویسندگان، هنرمندان، ذاکران، شاعران، پیرغلامان، تشکل های ستایشگران اهل بیت علیهم السلام و تشکیل شناسنامه اطلاعاتی از آن ها (آقایان و بانوان)
- تأسیس قرارگاه رسانه ای ملی با موضوع ستایشگری اهل بیت علیهم السلام به منظور سیاست گذاری، برنامه ریزی و هماهنگی و هدایت و نظارت بر فعالیت های رسانه ای و ارتباطاتی کشور ذیل ستاد راهبری نقشه مهندسی فرهنگی
 - تهیه، طراحی و استقرار نظام جامع رسانه ای با موضوع ستایشگری اهل بیت علیهم السلام بر اساس نقشه مهندسی فرهنگی
 - فراهم آوردن زمینه فعالیت رسانه های مکتوب و الکترونیک اختصاصی و تخصصی، با گرایش های آموزشی، ترویجی و پژوهشی در موضوع ستایشگری اهل بیت علیهم السلام
- تأسیس شبکه تشکل های مرتبط با عرصه ستایشگری باهدف:
 - فراهم آوردن بستر تقسیم کار ملی بر اساس اسناد بالا دستی
 - ایجاد وحدت رویه و هماهنگی فرهنگی در میان دستگاه ها، ارگان ها و مؤسسات مختلف و بسیج امکانات، تلاش ها و برنامه های فرهنگی در جهت پاسخگویی به نیازهای عرصه ستایشگری
 - ارجاع همه امور مربوط به عرصه ستایشگری به این شبکه برای جلوگیری از موازی کاری
 - مشارکت این شبکه در تصمیم گیری ها و سیاست گذاری های مربوط به عرصه ستایشگری
- مآخذ شناسی و کتاب پژوهی و استقرار نظام ارزشیابی و طبقه بندی کتاب با موضوع ستایشگری اهل بیت علیهم السلام
- طراحی نظام ارزش گذاری و طبقه بندی محصولات علمی، پژوهشی، فرهنگی و رسانه ای
- تأسیس کتابخانه های تخصصی ستایشگری در همه استان ها و شهرستان ها با اختصاص بودجه و امکانات
- تدوین برنامه ملی آموزش ستایشگران، بر اساس «اسناد بالادستی نظام در حوزه آموزش»، «تجارب پیشکسوتان»، «نظر صاحب نظران» و «نظریه های علمی در حوزه برنامه ریزی آموزشی».
 - تدوین استانداردهای ملی «تولید متون و منابع»، «روش آموزش و سنجش»، «تربیت مربی» و «سازمان آموزشی»
 - طراحی نرخ دانش مطلوب عترتی جامعه
 - تأسیس رشته و مراکز آموزشی تخصصی ستایشگری
 - تولید و تدوین متون آموزشی در سطوح و رشته های مختلف
 - برنامه ریزی برای بسط این استانداردها و ساماندهی دوره های آموزشی متفرقه بر اساس آن ها
 - تلاش برای فراهم آوردن زمینه گذراندن حداقل ۹۰ ساعت آموزشی در سال توسط هر ستایشگر
 - طراحی و اجرای آزمون جامع و ملی ستایشگران اهل بیت علیهم السلام
- حمایت از برای برگزاری نشست های ادبیات دینی، به صورت مرتب و منظم در همه استان ها و شهرستان های کشور با اختصاص بودجه و امکانات
- پژوهش و نظریه پردازی در حوزه «شعر آیینی» و «شعر هیئت»، «روش و اخلاق نقد ادبی»
- تهیه برنامه های منظم و منسجم رسانه ای برای نقد و بررسی شعر و مداحی
- راه اندازی رسانه های تخصصی شعر آیینی
- نام گذاری یک روز به نام «روز ستایشگران و ذاکران اهل بیت علیهم السلام» و ثبت آن در تقویم رسمی کشور
- طراحی و اجرای جوایز ملی با موضوع ستایشگری اهل بیت علیهم السلام
- سرمایه گذاری فرهنگی و آموزشی روی نسل نوجوان و جوان باهدف انتقال نسلی تجارب و آموزه ها و همچنین تربیت نسل جدید ستایشگری بر اساس نیازها و شرایط روز

○ تشکیل هیئت اندیشه ورزی ملی باهدف:

- شناخت و بررسی چالش‌ها و مسائل کلان ستایشگری
- تدوین بسته‌های پرسشی موردنیاز برای طرح‌های کلان و خرد افکار سنجی
- تدوین بسته‌های پرسشی برای استفتا از مراجع و دانشمندان علوم دینی
- تدوین سرفصل‌ها، موضوعات و اولویت‌های پژوهشی
- سفارش (حمایت از) طرح‌های پژوهشی، پایان‌نامه‌ها و مطالعات میدانی بر اساس اولویت‌های پژوهشی
- تقویت بنیان‌های نظری: تعریف نظری ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام، زیرشاخه‌ها، جایگاه آن در منظومه تبلیغی شیعه، ارتباط نظری با نظام ولایی، فقه ستایشگری اهل بیت علیهم‌السلام و...
- تقویت گفتمان: قدرت انتقال معانی و معرفت، قدرت اقناع و هویت بخشی به همه فعالان در هر سطحی از دانش، روش‌شناسی (پژوهش، آموزش، تبلیغ و ترویج)، واژگان کلیدی، هنجارها و گروه‌های مرجع، روزآمدی و...



بخش چهارم

استناد موضوعات مطرح شده در شمس به سخنان

مقام معظم رهبری مَدَّ ظِلُّهُ الْعَالِي

رهنمودهای مقام معظم رهبری مَدَنِيَّةُ الْعَالِي

اهمیت فرهنگ

۱. فرهنگ هویت یک ملت است. ارزش‌های فرهنگی روح و معنای حقیقی یک ملت است. همه چیز مترتب بر فرهنگ است. فرهنگ حاشیه و ذیل اقتصاد نیست، حاشیه و ذیل سیاست نیست، اقتصاد و سیاست حاشیه و ذیل فرهنگ‌اند.
۲. فرهنگ، برنامه‌ریزی هم لازم دارد؛ نباید انتظار داشت که فرهنگ کشور - چه فرهنگ عمومی؛ چه فرهنگ نخبگانی، دانشگاه‌ها و غیره و غیره - به خودی خود خوب بشوند و پیش بروند؛
۳. ما مسئولیت شرعی داریم، مسئولیت قانونی داریم در قبال فرهنگ کشور و فرهنگ عمومی کشور.
۴. فرهنگ به مردم متکی است؛ این همه مجالس عزاداری، این همه مجالس سخنرانی، این همه انجمن‌های ادبی، این همه انجمن‌های علمی، این‌ها را اصلاً کی دولت‌ها می‌توانند به وجود بیاورند؟ کجا ممکن است؛ اما این موجب نمی‌شود که اگر شما یکجا دیدید که فرض بفرمایید یک حرکتی دارد در همین کارهای مردمی انجام می‌گیرد که دارای آسیب اجتماعی است، داخل نشوید و بگویید من دخالت نمی‌کنم؛ نه اینجا لازم است دخالت بشود، هدایت بشود، کار بشود. ۹۲/۹/۱۹

قرارگاه فرهنگی کشور

۵. اهمیت فرهنگ و اهتمام به فرهنگ یک مسئله است که مسئولیت آن هم در درجه‌ی اول با مسئولین کشور است و این شورا عالی‌ترین جا است.
۶. شورای عالی انقلاب فرهنگی قرارگاه مرکزی فرهنگی کشور است؛ اینجا فرماندهی مسائل عمده‌ی فرهنگی کشور و سیاست‌گذاری کشور را بر عهده دارد. ۹۲/۹/۱۹

برنامه‌ریزی

۷. چشم‌انداز، هدف‌ها و راهبردها را حداقل برای پنج سال تنظیم و تدوین کنید.
۸. یک نقشه‌ی مهندسی فرهنگی لازم است. ما وضع فرهنگی مطلوب کشور را تصویر کنیم و اجزاء متشکل آن را در مقابل خودمان ترسیم کنیم، بعد ببینیم کجاها اولویت دارد، کجاها احتیاج به مراقبت بیشتر دارد؛ به آنجاها می‌کنیم که در این مدت مغفول‌عنه باقی‌مانده، برسیم و مسئله را دنبال کنیم؛ یکجایی سرمایه‌گذاری بیشتری لازم دارد، به این‌ها توجه کنیم.
۹. اولاً باید یک نقشه‌ی راه وجود داشته باشد؛ یعنی هدف حرکت معلوم باشد، چشم‌انداز حرکت معلوم باشد، خط سیر این حرکت ترسیم شده باشد، بعد هم فهم دائمی و درست و رصد کردن دائم از این حرکت. ۹۱/۷/۱۹.
۱۰. بدانید چه کار می‌خواهیم بکنیم. نقشه‌ی جامع برای تحول، در دستمان باشد. بر اساس این نقشه‌ی جامع، اجزای گوناگون را، یکی زودتر، یکی دیرتر، به وجود می‌آوریم. شما در ذهنتان طرح یک ساختمان کامل جامع زیبای مستحکم را در یک زمین بزرگ و در جای مناسب می‌ریزید؛ میدانید چه کار می‌خواهید بکنید. حالا از یک گوشه‌ای شروع می‌کنید. گاهی یک جزئی از ساختمان را این طرف، گاهی یک جزء دیگر را آن طرف می‌سازید. آدمی که نگاه می‌کند، ممکن است نفهمد چه چیزی در خواهد آمد؛ اما شما که نقشه در ذهنتان هست، می‌دانید چه کار دارید می‌کنید. هر جزئی، تأمین‌کننده‌ی بخشی از آن نقشه‌ی جامع است. این وقتی است که نقشه‌ی جامع داشته باشید. اگر نقشه‌ی جامع وجود نداشت، اگر در این تحول، نگاه کلان وجود نداشته باشد، کارها ممکن است متناقض از آب دربیاید؛ تکراری باشد، زائد باشد، کمبودهای بزرگی به وجود بیاید. پس نگاه کلان و نقشه‌ی جامع، شرط اول است. ۹۰/۲/۱۴

اسناد بالادستی

۱۱. در زمینه‌های گوناگون، واقعاً سندهای مکتوب و مدون لازم است، که این‌ها سندهای بالادستی قوانین خواهند بود. ۹۰/۳/۲۳
۱۲. یک مسئله‌ی دیگر، مسئله‌ی رسیدن به چشم‌انداز است. این چشم‌انداز هدف‌گذاری شده است، یک سند بالادستی است؛ باید ما این را حتماً رعایت کنیم. ۹۲/۶/۶
۱۳. در مجموعه‌ی دستگاه‌ها رعایت قانون‌گرایی باید نهادینه بشود؛ و جزو رعایت قانون، رعایت اسناد بالادستی است که امروز خوشبختانه در کشور وجود دارد؛ مثل سیاست‌های کلی، سند چشم‌انداز، مصوبات شوراهای عالی از قبیل شورای عالی انقلاب فرهنگی؛ این‌ها بسیار مهم است باید معتبر شناخته و بر اساس آن‌ها عمل شود. ۹۲/۶/۶
۱۴. در همه‌ی برنامه‌ریزی‌ها، سند چشم‌انداز در نظر باشد و این را در همه‌ی سطوح ملاحظه کنند. ثبات در برنامه‌ریزی، شرط موفقیت است. اگر ثبات در برنامه‌ریزی و استمرار در جهت درست نباشد - که البته این حرکت در طول راه تصحیح هم خواهد شد، لکن جهت‌گیری یکی است و استمرار دارد - سازندگی و پیشرفت کشور به نتیجه نخواهد رسید. بیست سال را در نظر بگیرید. هر سال ما یک برنامه داریم - برنامه‌ی یک‌ساله که با بودجه به مجلس داده می‌شود - که اگر بنا باشد جهت‌گیری منظم نباشد، امکان دارد تناقض در این برنامه‌ها، اصلاً کارهایی را هم که انجام می‌گیرد، خنثی کند. ما برنامه‌های پنج‌ساله درست کرده‌ایم - در همه‌ی دنیا معمول است - اما اگر برنامه‌ی پنج‌ساله‌ی امروز در جهت مقابل برنامه‌ی پنج‌ساله‌ی دیروز یا در جهت مقابل برنامه‌ی پنج‌ساله‌ی فردا باشد، این کارها همدیگر را از بین خواهد برد و اصلاح هرگز صورت نخواهد گرفت؛ چون فعالیت‌ها همدیگر را خنثی می‌کنند و نتیجه، ضایع شدن سرمایه‌های ملی است. ما برای اینکه این اتفاق نیفتد، برنامه‌ی بلندمدت کلی عام را به‌عنوان سند چشم‌انداز تهیه کردیم. این، برنامه‌ی کلی بیست‌ساله است. برنامه‌ها زیر این سقف باید شکل بگیرند؛ برنامه‌های پنج‌ساله در این جهت باید حرکت کنند. هر دولتی سرکار می‌آید، این جهت را حفظ کند؛ آن‌وقت برنامه‌ها می‌شوند مکمل هم. البته دولت‌ها همه یک‌جور نیستند؛ بعضی‌ها کند کار می‌کنند، بعضی‌ها تند کار می‌کنند، بعضی‌ها همه‌ی نیرویشان را به صحنه می‌آورند، بعضی‌ها آن‌جور نیستند، بعضی ممکن است اشتباهات بکنند، بعضی نکنند؛ این‌ها همه‌اش قابل اصلاح است؛ ولی جهت‌گیری باید یکی باشد. بنابراین در همه‌ی برنامه‌ریزی‌ها این را هم ملاحظه کنید. ۸۶/۴/۹

گفتمان سازی

۱۵. گفتمان یک جامعه مثل هواست، همه تنفسش می‌کنند؛ چه بدانند، چه ندانند؛ چه بخواهند، چه نخواهند. باید این گفتمان سازی انجام بگیرد؛ که البته نقش رسانه‌ها و بالخصوص نقش روحانیون و نقش بزرگان و اساتید دانشگاهی حتماً نقش بارز و مهمی است. ۹۰/۱۰/۱۴
۱۶. تبلیغ باید جریان ساز باشد، تبلیغ باید گفتمان ساز باشد، تبلیغ باید فضا ایجاد کند؛ گفتمان ایجاد کند. گفتمان یعنی یک مفهوم و یک معرفت همه‌گیر بشود در برهه‌ای از زمان در یک جامعه. آن‌وقت، این می‌شود گفتمان جامعه. این، باکارهای جدا جدای برنامه‌ریزی نشده، حاصل نخواهد شد؛ این کار احتیاج دارد به برنامه‌ریزی و کارِ فعال و مثل دمیدن پیوسته‌ی در وسیله‌ی فشاری است که می‌تواند آب یا مایه‌ی حیات یا هوا را به نقاط مختلفی که موردنظر است، برساند. باید دائم با این دم دمید تا این اشتعال همیشه باقی بماند. این کار هیچ نباید متوقف بشود و به برنامه‌ریزی احتیاج دارد.
۱۷. این گفتمان سازی برای چیست؟ برای این است که اندیشه‌ی دینی، معرفت دینی در مخاطبان، در مردم، رشد پیدا کند. اندیشه‌ی دینی که رشد پیدا کرد، وقتی همراه با احساس مسئولیت باشد و تعهد باشد، عمل به وجود می‌آورد و همان چیزی می‌شود که پیغمبران دنبال آن بودند. فرهنگ صحیح، معرفت صحیح، در مواردی بیدارباش، در مواردی هشدار؛ این‌ها کارکردهای تبلیغ است؛ آثار و نتایجی است که بر تبلیغ مترتب می‌شود.

۱۸. یک نمونه، همین تبلیغات ماه محرم است که به مناسبت عزاداری محرم انجام می‌گیرد. این، بهترین فرصت برای تبلیغ کردن است. از این فرصت باید استفاده کرد برای همان مطلبی که عرض شد؛ شاخص ایجاد بشود؛ مایز، شاخص سازی، معالم‌الطریق. اگر چنانچه سر دو راهی تابلویی نباشد که نشان بدهد راه فلان جا از کجاست، طرف راست است یا طرف چپ است، این سیر کننده و رونده، به خطا خواهد افتاد. اگر چندراهی باشد، گمراه خواهد شد. شاخص باید معین کرد، انگشت اشاره را بایستی واضح مقابل چشم همه قرار داد تا بتوانند گمراه نشوند. در دنیایی که اساس کار دشمنان حقیقت بر فتنه سازی است، اساس کار طرفداران حقیقت بایست بر این باشد که بصیرت راه، راه نمائی راه، هرچه می‌توانند، برجسته‌تر کنند و این شاخص‌ها راه، این مایزها راه، این معالم‌الطریق را بیشتر، واضح‌تر، روشن‌تر در مقابل چشم مردم قرار بدهند، که مردم بفهمند، تشخیص بدهند و گمراه نشوند. ۸۸/۹/۲۲

۱۹. همین نوآوری‌های علمی بسیار، بخشی از انگیزه و توان خودش را از این شعار گرفته: «تصمیم‌سازی کنید»، «گفتمان سازی کنید». این، مجری و مسئولین اجرائی را می‌کشانند دنبال این تصمیم و تصمیم‌گیری خواهند کرد و عمل خواهد شد. ۸۷/۲/۱۴

۲۰. شما این را بدانید که بنده به‌صرف این که بگویم نهضت نرم‌افزاری راه بیفتد، اکتفا نکرده‌ام. یک نهضت - نهضت به معنای جنبش و حرکت و حضور مبارزه گر - که با گفتن و دستور و فرمان راه نمی‌افتد، بلکه باید زمینه‌هایش فراهم شود. من می‌گویم این نهضت نرم‌افزاری راه افتاده است؛ چراکه امروز خود آن تبدیل به گفتمان و فکر رایج شده است. ۸۲/۱۱/۲۱

نخبگان و گفتمان سازی

۲۱. یک فرهنگ و یک گفتمان، اول در میان نخبگان و به‌تبع آن در سطح عموم جامعه به وجود بیاید. همین حرف‌هایی که شما امشب بیان کردید، وقتی در سطح جامعه منتشر شود، ذهن نخبگان و سپس ذهن عموم مردم را به یک سمت اساسی سوق خواهد داد. ۸۹/۹/۱۰

۲۲. ایجاد یک فکر، یک گفتمان، یک جریان فکری در جامعه، به دست خواص جوامع است؛ به دست اندیشمندان جامعه است؛ آن‌ها هستند که می‌توانند فکر ملت‌ها را به یک سمتی هدایت کنند که مایه‌ی نجات ملت‌ها شود؛ همچنان که خدای نخواست می‌توانند به سمتی ببرند که مایه‌ی بدبختی و اسارت و تیره‌روزی ملت‌ها شود... ۹۱/۹/۲۱

۲۳. لازمه‌ی تحقق الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت و رسوخ آن در میان نخبگان، گفتمان سازی آن در جامعه است. باید از طریق گفتمان سازی و بهره‌گیری از دیدگاه‌های نخبگان و صاحب‌نظران و با صبر و حوصله، الگویی فاخر، مستحکم و ارزشمند تدوین شود. ۹۱/۱۲/۱۴

۲۴. فکر شما و کاری که کردید و راه نویی که پیدا کردید، پیشنهادی که به نظرتان رسیده، تأثیرگذاری‌اش فقط این نیست که این فوراً به دستگاه اجرائی منتقل بشود و فوراً یک ترجمه‌ی عملیاتی بشود و اجرائی و عملیاتی شود؛ نه این تنها تأثیر نیست. یکی از مهم‌ترین تأثیرات همین فکر کردن‌ها این است که شما فضا سازی می‌کنید، گفتمان سازی می‌کنید. در نتیجه، در یک فضای معتقد به یک مبنای فکری یا عملی، رئیس‌جمهور هم همان جور فکر می‌کند، وزیر هم همان جور فکر می‌کند، مدیرکل هم همان جور فکر می‌کند، کارکنان هم همه همان جور فکر می‌کنند؛ این خوب است؛ و شما این کار را انجام می‌دهید. فکر کنید، بگوئید، بنویسید، در مجامع خودتان منعکس کنید؛ آن کرسی‌های آزاداندیشی را که من صدار - باکم و زیادش - تأکید کردم، راه بیندازید و این‌ها راهی آنجا بگوئید؛ این می‌شود یک فضا. وقتی یک فضای گفتمانی به وجود آمد، همه در آن فضا فکر می‌کنند، همه در آن فضا جهت‌گیری پیدا می‌کنند، همه در آن فضا کار می‌کنند؛ این همان چیزی است که شما می‌خواهید. بنابراین بایستی کار کرد؛ و کار کنید، فکر کنید؛ حتماً تأثیر دارد. ۹۰/۷/۱۳

دیدبانی فرهنگی

۲۵. ما یک نظام رصد لازم داریم. باید دائماً رصد کنیم ببینیم خروجی تلاش‌هایی که انجام می‌گیرد، چقدر است؛ چقدر متناسب است این خروجی با سرمایه‌گذاری‌ای که شده. این جور نباشد که ما سرمایه‌گذاری را بکنیم، بعد خروجی نباشد. اگر خروجی کم بود یا متناسب نبود، کاشف از این است که در روش‌ها اشکال وجود دارد، روش‌ها غلط است. بنابراین، این کار رصد دائمی لازم دارد. ۸۹/۷/۱۴

مخاطب پژوهی

۲۶. شما باید بدانید که مخاطب شما کیست و طرف سخن و پیام شما چه کسی است. تشخیص و بازشناسی سریع مخاطب یک اصل مهم در کار تبلیغ است. ۷۶/۳/۲۶

۲۷. ما این را همیشه سفارش می‌کنیم به مبلغین، که نیازسنجی کنید و بر طبق نیاز مخاطب و استفهام مخاطب، حرف بزنید؛ اما این کار یک فرد نیست. افراد ممکن است در این شناخت و ارزیابی هم بعضاً اشتباه بکنند. این، کار یک جمع متمرکز و یک برنامه‌ریزی است، که ان‌شاءالله باید انجام بگیرد. ۸۸/۹/۲۲

تعریف و تدقیق واژگان

۲۸. یکی از چیزهایی که در هر حرکت عمومی و در هر نهضت لازم است، این است که بر اساس تفکرات و مبانی پایه‌ای این نهضت و این جریان، هم بایستی «واژه‌سازی» بشود، هم بایستی «نهادسازی» بشود. ۹۰/۷/۲۲

پیوست فرهنگی

۲۹. مسائل اقتصادی و مسائل گوناگون مهم پیوست فرهنگی داشته باشد. معنای آن همین است؛ معنای آن این است که یک حرکت اساسی که در زمینه‌ی اقتصاد، در زمینه‌ی سیاست، در زمینه‌ی سازندگی، در زمینه‌ی فناوری، تولید، پیشرفت علم می‌خواهیم انجام بدهیم، ملتفت لوازم فرهنگی آن باشیم. گاهی اوقات انسان در یک کاری وارد می‌شود، یک کار اقتصادی انجام می‌دهد، [اما] لوازم آن و تبعات فرهنگی آن را توجه ندارد. بله کار کار بزرگی است؛ کار اقتصادی بزرگی است، منتها بر آن مترتب می‌شود لوازمی و تبعاتی که برای کشور ضرر دارد؛ فرهنگ این‌جوری است. باید در همه‌ی مسائل آن نکته‌ی فرهنگی را در نظر داشت و نگذاریم که این از یاد برود. ۹۲/۹/۱۹

۳۰. برخی اوقات ممکن است، تصمیم‌گیری‌ها و مصوبات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و حتی علمی، تبعات منفی فرهنگی در جامعه به وجود آورد که دلیل آن نبود پیوست فرهنگی است. ۹۲/۹/۱۹

منابع انسانی

۳۱. به‌طور جدی به تربیت نیروی انسانی کارآمد و کافی بپردازید. ۸۳/۹/۱۱

۳۲. هیچ کشوری بدون برخورداری از نیروی انسانی کارآمد عالم، عاقل و متعهد قادر نیست به پیشرفت نائل شود.

۳۳. در نگرش به عرصه فرهنگی کشور، ما باید به تربیت نیروی انسانی توجه کنیم. برای یک کشور، نیروی انسانی همه‌چیز است. ما اگر نیروی انسانی نداشته باشیم، هیچ چیز نداریم. (۶۸/۹/۲۱)

۳۴. انسان مسلمان فقط آن نیست که احکام اسلامی را بلد است؛ انسان مسلمان ابعادی دارد؛ بینش او، روشن‌بینی او، نیروی باطنی او، نیروی روحی او، نیروی جسمی او، معلومات وسیع او، احساس برتری او در میدان‌های زندگی، همه این‌ها عناصر دخیل در ساخت انسان مسلمان‌اند. (۷۰/۱۱/۷)

۳۵. همه ما توجه داریم که یک انسان اسلامی، فقط آن انسانی هم نیست که اعتقاد اسلامی داشته باشد و عمل اسلامی بکند، بلکه اخلاق اسلامی هم آن رکن اساسی است؛ والا اگر انسانی را دارای عقاید محکم فرض کنیم لیکن حسود، بخیل، جبان، بدخواه و بی‌اراده باشد این انسان انسان مسلمان نیست. (۷۰/۱۰/۲۵)

گروه علمی

۳۶. یک جمع مشورتی برای راهبردهای کلان داشته باشید. افراد هوشمندی بنشینند و قوی کارکنند. ۸۳/۹/۱۱
۳۷. هر آنچه که یک جمع متعهد صاحب اندیشه و هنر را دورهم جمع کند و بتواند مثل نخ تسبیح اینها را مجتمع نماید یکی از بزرگ‌ترین رحمت‌ها و نعمت‌های الهی است. ۸۱/۱۱/۸
۳۸. چنین کار بزرگ و گسترده‌ای، پشتوانه نظری فکری بسیار محکمی لازم دارد. اگر این پشتوانه فکری را نباشد، ممکن است در وسط راه و در درون تشکیلاتتان دچار انحراف شوید. دچار رکود و ارتجاع بشوید. این خطرها در کمین شماست. یک کار به شدت قوی و عمیق نظری و نرم‌افزاری حتماً احتیاج دارید. من وزن این کار عمیق و وسیعی را که شما شروع کردید، خیلی وزن سنگینی می‌بینم که به نظر من می‌رسد این پشتوانه فکری و فرهنگی بایستی خیلی مورد اطمینان باشد و اگر این پشتوانه نباشد، دچار سطحی‌نگری و انحراف می‌شوید. نه اینکه خود شما منحرف بشوید، تشکیلاتتان آفت انحراف و سطحی‌نگری پیدا خواهد کرد، آفت تکرار پیدا خواهد کرد، احیاناً آفت تحجرهای خطرناک پیدا خواهد کرد. این هم یک نکته‌ای است که باید به آن توجه بکنید. یک نکته دیگری که وجود دارد، بحث اولویت‌هاست.

مدیریت رسانه

۳۹. امروز دنیا، دنیای رسانه‌ها و تبلیغ و تبیین است. ۸۰/۱۱/۱۱
۴۰. اگر خرج کنید و مخاطب نداشته باشید فایده‌ای ندارد. ۶۹/۵/۷
۴۱. آرایش رسانه‌ای کارآمد در عرصه استانی ملی و بین‌المللی داشته باشید. آرایش رسانه‌ای باید به‌گونه‌ای باشد که بتوانیم همه کشور را در همه ابعاد ببوشانیم. قدرت انعطاف برای انطباق با شرایط گوناگون و پیش‌بینی‌نشده را داشته باشد. توانایی سرعت و چالاکی داشته باشد و بتواند موضع خودش را اتخاذ کند و کارساز باشد. اگر این چیزها تحقق پیدا کند خواهد توانست هدایت و مدیریت افکار عمومی را از لحاظ فرهنگ و اخلاق و رفتار در دست داشته باشد. ۸۳/۹/۱۱
۴۲. برای مطبوعات سه وظیفه عمده قائم: نقد و نظارت، اطلاع‌رسانی شفاف، طرح و تبادل آرا و افکار. ۷۹/۱۲/۹
۴۳. مطبوعاتی‌ها باید کار را از حالت تفنن خارج کنند. کار جدی و اساسی است. ۷۹/۱۲/۹
۴۴. کار اطلاع‌رسانی کار ظریفی است. اطلاع‌رسانی یک کار هنرمندانه است. این‌طور نیست که یک نفر مقابل دوربین بنشیند و خطاب به مردم سخن گوید و مردم هم قبول کنند و باور کنند. ۸۶/۴/۹

مداحی و شعر مذهبی

۴۵. ضرورت تاسیس تشکیلاتی برای منصب مداحی

تعیین حدود و ثغور مداحی: البته باید بتدریج طوری بشود که این سمت مداحی - که واقعاً یک منصب است - حدود و ثغوری هم پیدا کند. ۱۳۶۸/ ۱۰/ ۲۸

مداحی اهل بیت، خیلی بالاست. هم مقام بالا و هم تأثیر زیادی در جامعه و ذهن مردم دارد. باید بدانید که چه کسی مداح است، مقدمات کار مداحی او چیست، چه قدر شعر می‌داند، چه قدر حفظ است و چه قدر می‌تواند بخواند؟ این خصوصیات را باید مرکزی عهده‌دار شود. حالا نمی‌دانم این مراکز مرسوم باید این کار را بکنند یا خود شما به کیفیتی فکرش را می‌کنید. این چیزی است که دنیا و نیازهای جامعه‌ی امروز، غیر از آن را بر نمی‌تابد و قبول نمی‌کند. باید این طور باشد. ۱۳۶۸/ ۱۰/ ۲۸

۴۶. اهمیت شناخت جایگاه ذاکران و مداحان

۴۷. ضرورت انجام کارهای پژوهشی در این حوزه

۴۸. ضرورت گفتمان سازی

۴۹. سازماندهی و تعیین حدود و ثغور شعرو مداحی

- ایجاد مرکزی برای شناخت، ارزیابی و ارتقاء سطح معلومات مداحان
- سازماندهی و قاعده‌مندی در نهاد منبر
- تعیین ضوابط و شرایط صلاحیت ذاکران
- ضرورت برنامه‌ریزی و آموزش
- نقد و بررسی اشعار آیینی و سختگیری نسبت به آن
- ضرورت فعال شدن محافل ادبی
- عمق بخشی به اشعار، زمینه‌ساز اوج مجدد شعر فارسی
- آسیب‌شناسی و شناخت نیازهای جامعه به‌ویژه نسل جوان

۵۰. توجه ذاکران به

- تصفیه‌ی درونی و تزکیه / معرفت افزایی
- استفاده از عناصر سه‌گانه‌ی تبلیغ در مجالس: منطق، احساس، حماسه
- جایگاه رفیع شعر در مداحی
- توجه به روضه‌خوانی صحیح و معقول
- پیراستن اشعار و ادکار از تمجیدهای بی معنا
- پرهیز از بیان مطالب ناصحیح
- پرهیز از وهن مذهب
- روضه‌خوانی بجا و تفکیک مراسم سوگ و سور
- استفاده از لحن و موسیقی مناسب
- بارور کردن جلسات مداحی
- اثبات حقانیت اهل بیت علیهم‌السلام در اشعار
- ارتقای سطح معرفتی مخاطبان با ارائه‌ی شعر قوی /

- آنچه باید خوانده شود: شعر آگاهی‌بخش، درس‌آموز و روزآمد / شعر معرفت‌آموز / شعر سازنده، جهت‌بخش، هدایتگر و متناسب با مقام اهل بیت علیهم‌السلام / شعر حکمت‌آمیز / شعر اخلاقی / شعر فارسی قوی / شعر خوش‌مضمون و قانع‌کننده / شعر خوب و هنری / جای خالی اشعار حماسی و انقلابی در شعر آیینی / یافتن مضامین تازه و روزآمد / انتخاب اشعار قابل فهم همگان
- آنچه نباید خوانده شود / دوری گزیدن از اشعار کم محتوا / عدم بهره‌گیری از تعابیر سبک و نامناسب / دوری گزیدن از همزبانی با مخالفان انقلاب
- چگونگی ارتباط با مستمعان
- تأکید بر توجه به اخلاق در جامعه
- هدایت و جهت دادن به عواطف و پیوند مردم با اهل بیت علیهم‌السلام
- بهره‌گیری از احادیث در بیان معارف، فضائل و مناقب اهل بیت علیهم‌السلام
- معرفی اهل بیت علیهم‌السلام به عنوان الگوی برتر
- بصیرت‌بخشی و پاسخ‌گویی به نیازهای سیاسی و اجتماعی جامعه