

بِسْمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

برسد به دست عزیزترین رفیقم
که حتی لحظه‌ای از یادش خالی نبودم



Z e n d e g i p l u s 1 . i r

شما به یک زندگی دعوت شده‌اید





شما برای زندگی دعوت شده‌اید
Zendegiplus.ir

طرح سراسری بهار معنویت | سال نخست
رجب، شعبان و رمضان 1443



طرح سراسری بهار معنویت
رجب، شعبان و رمضان 1443

ماه رجب، ماه شعبان و ماه رمضان **بهار معنویت** است. شما جوان‌ها از فرصت بهار معنویت استفاده کنید با یاد خدا، ذکر خدا، توجه به مضامین دعاها، تلاوت قرآن، نماز اول وقت، اخلاق نیک و پرهیز از گناه.

عزیز
رهبر معظم انقلاب
1395/2/1



مأثورات

به باور ما، در بین مناسک اسلامی آن چه **اولاً** بیش از همه امکان ایجاد تفاهم زیستی با عموم مردمان و جویندگان امری معنوی را دارد، **ثانیاً** کمتر مورد تحریف و انحراف قرار گرفته، **ثالثاً** دارای متون مأثور و رسمی فراگیر است و از سوی اهل بیت علیهم السلام نیز مورد تعلیم قرار گرفته، **رابعاً** امکان آزادی عمل به انسان‌ها در مورد آن داده شده، **خامساً** انسان‌ها می‌توانند در سطوح مختلف معنایی با آن ارتباط بگیرند، **سادساً** امکان کار تبلیغی در مورد آن در مقیاس‌های بسیار وسیع وجود دارد و **سابعاً** میتواند دست‌مایه بسیار خوبی برای محتوای رسانه‌ای و مجازی باشد و مهمتر از همه این که از حیث معنوی نیز در آیات قرآن باعث اعتنای خدا به بندگان و رشد آنان است، **نیایش** (راز و نیاز) است.

ظرفیتی که کمتر مورد توجه قرار گرفته و معارف موجود در آن مغفول مانده است و البته سیره ائمه هم نشان می‌دهد که در دوران ضعف معنویت، دعا میتواند یک رسانه مؤثر برای انتقال معارف دینی و گسترش معنا در جامعه انسانی باشد.



روایت ما

در اسلام زمان‌ها و مکان‌ها دارای ویژگی‌اند.

برخی زمان‌ها بستر نزول فیض خاص الهی‌اند هم‌چنان که برخی مکان‌ها هم‌چون مساجد نیز خانه‌های خدا دانسته می‌شوند. **سه ماه رجب، شعبان و رمضان** با هم یک دوره زمانی را تشکیل می‌دهند که در آن رحمت و فیض و لطف الهی سرازیر است و **دعا و متون دعایی** در این سه ماه از بسامد بالایی در رفتار و مناسک دینی برخوردارند که می‌تواند دستمایه بسیار خوبی برای یک خیزش معنوی در جامعه انسانی باشد. خالی‌شدن مناسک مذهبی از معنا بهانه‌ی خوبی برای ترکشان نیست ولی قطعاً بی‌معنایی رفتار مذهبی، آن را به کالبدی بی‌روح تبدیل می‌کند و نهایتاً نه برای خود لفظ و نه برای گوینده آن فضیلتی به شمار نمی‌آیند؛ پس مناسک معنا دارند ولی نوع دینداری امروز باعث شده که توجه به امر معنا به طور کلی و معانی مناسک به طور جزئی مورد غفلت واقع شود و **لازم است این توجه بازیابی و بازسازی شود تا مناسک یکپارچه به کمک یکپارچگی انسان آیند و او را رشد دهند.**



مجاها

در این طرح همه بخش‌های دفتر به عنوان یکی از متولیان اصلی حوزه تبلیغ دین و تنها نهاد پیگیری کننده تخصصی **مسئله محوری**، مسئله معنویت را به عنوان یک موضوع مهم در جامعه مورد توجه قرار داده و تجربه کامل و متراکمی را با خود دارند.

اقتضای نگاه جامع حاکم بر دفتر نیز هماهنگی و یکپارچگی کارهای بزرگ، از نظر محتوا و شکل است تا اجرای کارها به صورتی پیش رود که یک صدا از مجموعه عظیم **دفتر تبلیغات اسلامی** بیرون آید و توانمندی‌ها امکان هم‌افزایی پیدا کنند.

در طول این سال‌ها نیز تمام تجربه‌های موفق دفتر متعلق به پروژه‌هایی بوده که در آن توانمندی‌های مختلف درون سازمانی در کنار هم قرار گرفته‌اند و با هم پیش رفته‌اند و هر جا این هم‌افزایی کمتر بوده، میزان توفیق نیز در آن فعالیت به طور قابل رؤیتی کاهش یافته است.



هدف

" تلاش آگاهانه برای افزایش اثرگذاری پرستش و نیایش در زندگی انسان امروزی "

1. توجه دادن به این که زندگی آفرینی هر کسی در گرو تصویر خدا در ذهن او و در میزان هماهنگی رفتار عبادی و همه شئون زندگی او با خدا است.
2. توجه به باطن تاثیرگذار رفتارهای معنوی و ارتقای هوشیاری معنوی.
3. تلاش برای حضور مستمر مضامین نیایشی در ذهن افراد به منظور شکل گیری باوری عمیق.
4. تلاش در دوری ذهنیت افراد از توهم و باورهای ناصحیح به سوی تفکر و باورهای صحیح درباره دعا، اجابت، تقدیر و رضایتمندی.
5. توجه توأمان به دستاوردهای چهارگانه نیایش (شناخت و افزایش ایمان، تقرب به خداوند، ترویج اخلاق و برآورده شدن خواسته‌ها و نیازها).
6. ترویج اهمیت حضور و گفتگوی دو سویه و عاطفی و محبت‌آمیز با خدا.
7. حرکت در مسیر شبکه‌سازی، موج‌آفرینی و جریان‌سازی دینی در بستر هنر، رسانه و فضای مجازی.
8. ایجاد جریان یکپارچه فرهنگی تبلیغی در فصل رجب، شعبان و رمضان.

منی‌طب

شهروندان بهار معنوی تلاش‌گرانی هستند که از روزنه توجه و بیداری در ماه رجب آغاز کرده و از برکت ماه شعبان، اندیشه و باور عمیق به نور بی‌همتا یافته و در ماه رمضان، با شادکامی مهبیای مهر و محبت و مهمان سفره کریمانه نور یگانه‌ای شده‌اند که بهتر از هر کسی قلمرو خوشایندها، ناخوشایندها، بایدها و نبایدهای زندگی‌اش را می‌داند و در هر وقت و هر فرصت و گاه بی‌گاه، او را به شکر و صبر و رغبت به بایدها و دوری از نبایدها فرامی‌خواند. جامعه هدف طرح می‌تواند در یکی از پنج گروه زیر دسته‌بندی شود:

معناگریزی که توجه و بیداری معنوی ندارد | خدا باوران غیردیندار | خداپرستان متدین
به ادیان ابراهیمی | دیگر فرقه‌های اسلامی | مجموعه باورمندان به تشیع ناب علوی |



"بهار معنوی" هم درد انسان فارغ از ارزشهای معنوی و هم قدم انسان معنوی و هم سنگر معنوی خداجو و همراه معنوی مسلمان و هم نفس معنوی دوست‌دار اهل بیت (ع) است...

نوارهای ما

- اولین برنامه اقدام ناظر به ظرفیت معنوی و بهم پیوسته سه ماه مبارک رجب، شعبان و رمضان
- هم‌راستا بودن طرح با چند میز مسئله محوری و ایجاد فعالیت مبتنی بر تعامل و همگرایی بینامیزی
- ظرفیت طرح در اشاعه و گسترش به سایر ظرفیت‌های فکری و عملیاتی طرح به خصوص معاونت فرهنگی و تبلیغی و مرکز ملی پاسخگویی و ایجاد فعالیت بین مراکزی در دفتر
- پرچمداری یک نهاد حوزوی در مسئله ارتباط معنوی با خدا در مقابل جریان‌های غیرحوزوی و غیردینی فعال در این عرصه
- ارایه الگوی آموزشی-تبلیغی معرفت‌بخش با توجه به باطن‌تاثیرگذار دعاها
- توجه به تیپ‌های متفاوت جامعه هدف و یافتن زبان مفاهمه بر اساس نیازهای آنان
- تاکید بر شبکه‌سازی نهادی و موج‌آفرینی متکی بر ابزارهای تبلیغی سنتی و نوین، حقیقی و مجازی به صورت توأمان
- تجارب موفق معاونت مهر در مشارکت‌پذیری ملی، ایجاد موج‌آفرینی و بکارگیری فعالان و کنشگران حوزوی هنر، رسانه و فضای مجازی در سال‌های اخیر

سیاست‌های ما

- تمرکز بر نیایش به عنوان موضوع اصلی سال نخست
- پیام محوری و مفهوم‌سازی بر اساس نیاز و مصلحت جامعه هدف
- استفاده از ظرفیت طلاب و مبلغان
- هماهنگی بین معاونت‌ها و ظرفیت‌های دفتر تبلیغات اسلامی و سایر نهادهای ملی
- تجمیع تجارب موفق و توانمندی و تخصص‌های متنوع معاونت در یک ماموریت کلان به صورت یکپارچه و همگرا
- توجه به الزامات برندینگ طرح
- توجه همه جانبه به ظرفیت مسیر و مقصد بودن موضوع و پاسخگویی به شبهات
- اولویت استفاده از تولیدات بخش‌های مختلف دفتر در تولید پیام و مفهوم‌سازی



محورهای محبت‌تواری ما

+ انسان بیدار و یکپارچه

+ پناه‌دهنده با آغوش باز

+ دوست‌دار مهربان

+ حامی

+ توبه‌پذیر

+ راضی و راضی‌کننده

+ پاسخ‌دهنده

+ دعا به مثابه رسانه محتوایی

+ خدای منصف و عادل

+ نگران بنده

+ عزت‌بخش

+ همه چیز در دست اوست

+ عالم به احوال

+ قریب

بیداری و خیزش معنوی

عدم توقف در ظاهر

- برخیزیم و به دنبال بیداری مدام باشیم.
- با امید به سوی خدا بازخواهیم گشت
- عبادت‌هایمان چشم‌بسته نخواهد بود.
- آرزوهایمان را بازخوانی خواهیم کرد.
- به آن چه با خدا می‌گوییم دقت میکنیم.
- رویمان را به سمت خدا خواهیم چرخاند.
- کارهایمان را فقط خرج خدا خواهیم کرد
- حرکت را دوست خواهیم داشت.
- به مفهوم جدیدی از فرار و آن چه شایسته
- است از آن فرار کنیم دست خواهیم یافت.

شناخت و اندیشه معنوی

روشنی حقایق اعمال

- باورهایمان اصلاح خواهد شد.
- خدا برایمان امن خواهد شد.
- دچار خودفریبی و خودفراموشی نشویم.
- به یاد خدا خواهیم بود.
- خدا را بزرگ خواهیم داشت.
- قدردان خدا خواهیم بود.
- روشن بینی خواهیم داشت.
- به خود کنترلی دست خواهیم یافت.
- خدا و عالم هستی را دوست خواهیم داشت.
- ذهنی عمیق خواهیم یافت.
- از شک و تردید و ناآرامی فاصله میگیریم.
- انسانی چارچوب‌دار خواهیم شد.

فرح و شادی معنوی

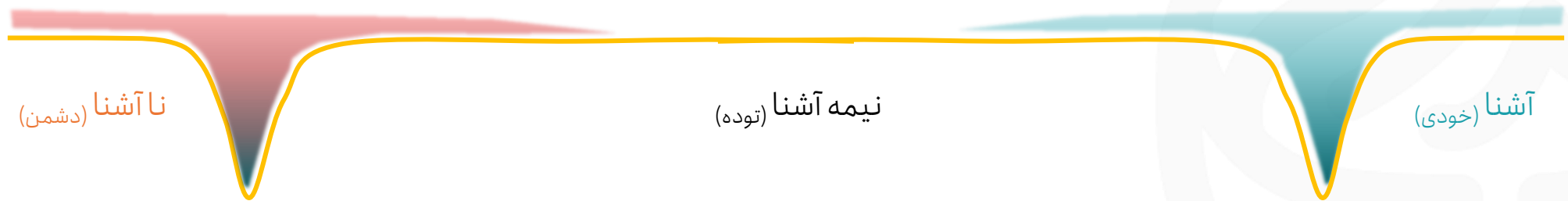
تاثیر معرفت در روح و روان ما

- از اضطراب فاصله می‌گیریم.
- پوچی و بی‌معنایی را کنار خواهیم گذاشت.
- شاد خواهیم زیست.
- به متدینی خوشایند تبدیل خواهیم شد
- به سوی خدا رغبت همراه با ملاحظه جایگاه
- خدایی او خواهیم داشت.
- مشتاق ملاقات خدا خواهیم شد.
- با باور به عظمت خدا به لطف و آغوش
- مهربان او امید خواهیم بست.
- خدا را خواهیم خواست.
- با هم مهربان خواهیم شد.
- احساس ضعف نخواهیم کرد.



وטיפه‌ها

موج سازی در ایجاد توجه حداکثری به حقیقت نیایش و ارتباط معنوی انسان با خداوند، منطبق بر الگوی دسترسی به لایه‌های گسترده تری از مخاطب از طریق لایه‌های آشنا و به اشباع رساندن توجه و ترغیب انگیزه‌ها جهت ایجاد فعالیت‌های همسو با طرح در لایه نخست است، با این فرضیه که لایه نخست، مجموعه دفتر تبلیغات اسلامی، مبلغین و متخصصین این عرصه خواهند بود که طی فراخوان‌ها و سفارشات عمومی و اختصاصی با حداکثر توان به کارگیری شده و در اثر اشباع این افراد و به اصطلاح با پر شدن دره آشنا (خودی) و فعال شدن عموم مخاطب اولیه (سفید)، موجی از این موضوع و دغدغه در میان مخاطب ثانویه (خاکستری) شکل خواهد گرفت.



موج‌سازی،

- تاکید بر برندینگ یکپارچه
- تولیدات الگویی
- مدیریت هوشمند پیام
- تاکید بر شبکه‌سازی نهادی
- توسعه شبکه‌کنشگران به صورت لایه به لایه

- داستان کوتاه و داستان صوتی
- اشعار مناجاتی و تولید سرود
- تولیدات گرافیکی و فضا سازی شهری
- فیلم کوتاه و موشن گرافی
- پست، استوری، آواتار و پک استیکرهای کاربردی
- مقالات و تولید محتوا مناسب با تقویم مناسبتی
- فراخوان‌های مشارکت تولیدگران و هنرمندان
- تعریف فعالیت‌های جمعی روزانه
- ایجاد مسابقات و پویش‌های توزیع و عرضه

پنجم

دبیر
اجرائی

ارتباطات
خبری

ایده و
پیام

شبکه
نهادی

برند
سازی

برنامه و
بودجه

مالی و
پشتیبانی

تولید و
عرضه

تولیدات مکتوب و ادبی
تولیدات چندرسانه‌ای
تولیدات گرافیک و تجسمی
تولیدات ویژه فضای مجازی

نهادهای حوزوی
نهادهای فرهنگی
نهادهای هنری و رسانه‌ای
نهادهای دولتی

ایده‌های شبکه نهادی

نهادهای تبلیغی

- کتاب پیام طرح به عنوان همراه مبلغات
- اپلیکشن تبلیغی بهار

صدا و سیما

- پخش محتوای رسانه ای موجود
- استفاده از شعار در ایام ماه مبارک به صورت کپشن و ..
- اختصاص یک برنامه افطار یا سحر مرتبط با طرح
- یک برنامه در هفته به سمت خدا
- استفاده از محتوا در برنامه رسانه
- جشن رمضان و بهار معنویت

وی او دی ها و رسانه‌های مجازی

- پکیج محتوایی بهار معنویت 10 پکیج

شهرداری‌ها و سکوه‌های تبلیغات شهری

- تابلو و بیلبورد شهری

بسیج و نهادهای مردمی

- معرفی صفحه
- استفاده از محصولات رسانه ای
- مسابقه کتابخوانی
- حمایت از هشتگ

ایده‌های شبکه نهادی

- گزارش رصدی توسط صداوسیما آماده شود. تیزر پویش توسط صداوسیما پخش شود.
- ارشاد مارا تن تولید محتوا ویژه مبلغان مدیریت کند و از مبلغان برتر که توسط دفتر تبلیغات و مرکز مدیریت معرفی میشوند، حمایت کند و جایزه بدهد.
- سراج کار حرفه ای تولید کند. هر کدام از دستگاه ها بگویند چند قطعه. فیلم یا موشن گرافیک و...
- تیمی در مرکز مدیریت حوزه جملات مرتبط با این موضوع را از بیانات روز یا گذشته امام، مراجع و... استخراج کند و تبدیل به عکس نوشته، استوری و پست کند.
- تقویم مناسبتی استخراج شود. هفته قبل ماه رمضان و هفته اول ماه رمضان روی اهمیت روزه و نیایش تاکید شود. هفته دوم روی نیایش و ... هفته سوم نیایش و شبهای قدر، هفته چهارم روی نیایش و روز قدس و بعد از آن روی عید فطر و نیایش عید.
- بخش دانش آموزی برای نیایش طراحی شود. مسابقه تلاوت دعا و حفظ دعا توسط آموزش و پرورش برگزار شود.

- یک مسابقه کتابخوانی ملی توسط معاونت فرهنگی ارشاد با موضوع دعا برگزار شود. تیزر از شبکه های پرمخاطب پخش شود. هر شب یک سوال طرح شود و ملت پاسخ بدهند و جواب پیامکی باشد. جایزه را چه کسی بدهد؟
- از ظرفیت دارالحدیث استفاده شود (ادعیه معتبر و)
- از ظرفیت موسیقی برای دعا استفاده شود با هدف قشر خاکستری (مانند کارهای سامی یوسف). چه کسی پول بدهد؟!
- بلحاظ محتوایی بر خوانش گروهی دعا یا خوانش خانوادگی دعا تاکید شود.
- یک پیشنهاد: احیاء سنت دعا خواندن قبل و بعد از غذا به صورت خانوادگی
- ترویج دعا خواندن در انیمیشن های کودکانه و مناسبت های اجتماعی با کمک کانون پرورش فکری یا ناشران کودک
- تامین هاست و پهنای باند بخصوص برای شبهای قدر توسط وزرات ارتباطات و اپراتورها

شما به یک زندگی دعوت شده‌اید

