



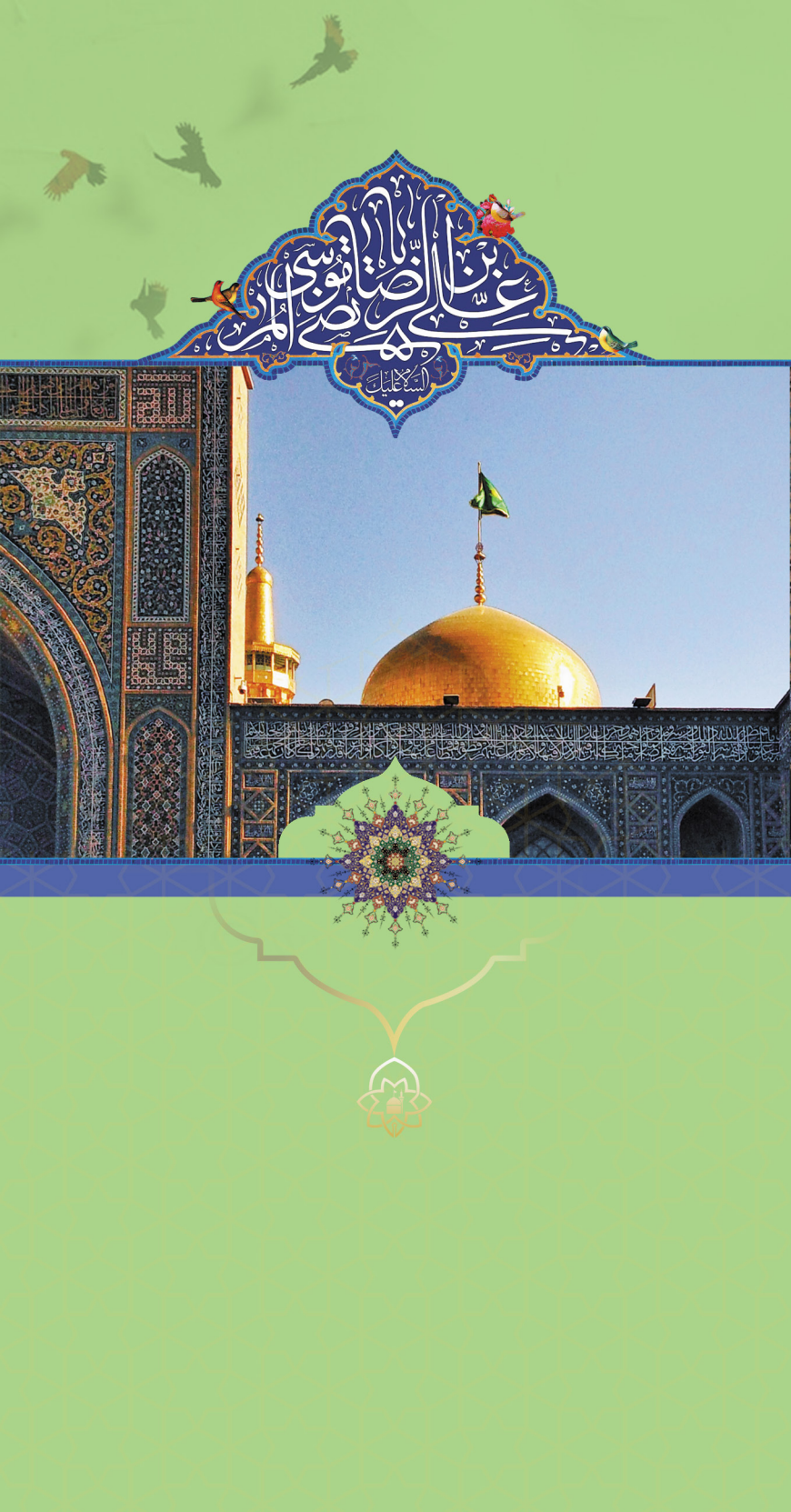
دبیرخانه شورای عالی حوزه علمیه خراسان

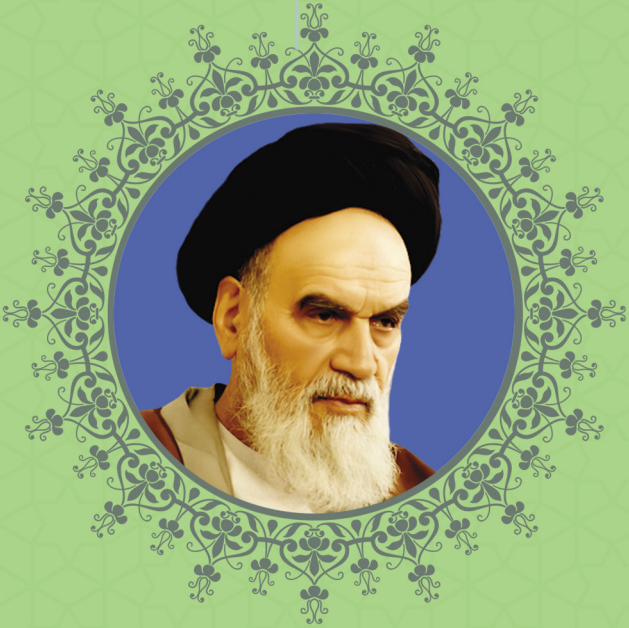
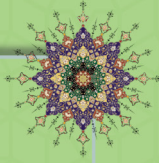
# آیین نامه تشکیل، مدیریت و حمایت از گروه های تبلیغی - جهادی حوزه علمیه خراسان

کمیسیون تخصصی آموزش شورای عالی حوزه علمیه خراسان









امام خمینی رحمت الله علیه:

تردیدی نیست که حوزه‌های علمیه و علمای متعهد  
در طول تاریخ اسلام و تشیع مهم‌ترین پایگاه محکم  
اسلام در برابر حملات و انحرافات و کجروی‌ها  
بوده‌اند.

منشور روحانیت



### مقام معظم رهبری مدظله العالی:

تبلیغی که ما دنبال آن هستیم، غیر از تبلیغ مصطلح در دنیاست، تبلیغ ما رساندن واقعیت و حقیقت به ذهن‌هاست و حقیقت چیزی شریف، عمیق و بسیار والاست.

۱۳۶۰/۱۲/۲۰



| مشخصات سند                                                                                                                                | تنظیم و ویرایش                                                                                                                                                                                                        | دریافت کنندگان سند                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱. تاریخ تنظیم و ویرایش:<br>۱۴۰۰<br>۲. تاریخ تصویب:<br>۱۴۰۰/۱۲/۱۰<br>۳. تاریخ ابلاغ:<br>۱۴۰۱/۰۱/۲۷<br>۴. شماره مصوبه و سند:<br>۳۹۴/۱۲۹۴۰۰ | ۱. تنظیم: معاونت تبلیغ<br>دبیرخانه شورای عالی<br>حوزه علمیه خراسان؛<br>۲. ویرایش اول: دفتر طرح<br>و برنامه شورای عالی حوزه<br>علمیه خراسان؛<br>۳. ویرایش دوم: کمیسیون<br>تخصصی تبلیغ شورای<br>عالی حوزه علمیه خراسان. | ۱. مدیر حوزه علمیه خراسان؛<br>۲. معاونت تبلیغ حوزه علمیه خراسان؛<br>۳. سایر معاونت‌ها و دفاتر حوزه علمیه خراسان؛<br>۴. مدیران استانی خراسان شمالی و جنوبی؛<br>۵. مدیران مدارس حوزه علمیه خراسان؛<br>۶. سازمان‌ها و مراکز تبلیغی سه استان خراسان؛<br>۷. دبیرخانه شورای عالی حوزه‌های علمیه (قم). |

#### تأیید کنندگان سند

این سند در صددو چهل و ششمین جلسه شورای عالی حوزه علمیه خراسان در تاریخ ۱۴۰۰/۱۲/۱۰ به تصویب رسید.

محمدباقر فرزانه  
دبیر شورای عالی حوزه علمیه خراسان

امضاء و تاریخ



# فهرست

پیشگفتار ..... ۷

مقدمه ..... ۹

ماده ۱: مفاهیم ..... ۱۱

ماده ۲: اهداف ..... ۱۲

ماده ۳: سیاست‌های اجرایی ..... ۱۳

ماده ۴: وظایف معاونت تبلیغ ..... ۱۴

ماده ۵: انواع گروه‌های تبلیغی-جادی ..... ۱۵

ماده ۶: مفاهیم ..... ۱۶

ماده ۷: شرایط تشکیل و دریافت مجوز گروه‌های تبلیغی-جهادی ..... ۱۶

ماده ۸: حمایت از گروه جهادی ..... ۱۷

ماده ۹: شاخصه‌های ارزیابی گروه جهادی-تبلیغی ..... ۱۸

# پیشگفتار



از بهترین تکنیک‌های مؤثر و کاربردی در مدیریت سازمان‌ها تدوین اسناد کلانی است که اهداف، چشم‌انداز، مأموریت و راهبردهای کلان سازمان را معین می‌کند. تدوین این‌گونه اسناد از یک‌سو باعث انسجام و تعهد مدیران و کارکنان می‌شود و از دیگر سو، مرز و سطح توقعات و مطالبات مخاطبان را از سازمان روشن‌تر می‌سازد. چنین اسنادی اگر با دقت و جامعیت تدوین شود به دلیل الزامی که برای همه بخش‌های سازمان ایجاد می‌کند، از یک‌طرف نوعی وحدت‌رویه و هم‌افزایی مطلوب را بر همه برنامه‌ها و فعالیت‌های سازمان حاکم می‌کند و از طرف دیگر، با ایجاد ثبات نسبی در هدف‌گذاری و تعیین مأموریت‌های مشخص، مانع تغییرات سیاستی و برنامه‌ای مضر و مخرب در جابه‌جایی مدیران و مسئولان سازمان می‌شود.





تدوین چنین اسنادی فرصت برنامه‌ریزی دقیق و متمرکز را برای مدیران فراهم می‌کند؛ کیفیت نظارت و ارزیابی عملکرد سازمان و مدیران را افزایش داده و درنهایت، اثربخشی و کارایی مجموعه را در تحقق اهداف تضمین می‌کند. در چنین فضایی ضعف‌ها، قوت‌ها و شایستگی‌های افراد سازمان به‌دور از دلبستگی‌های گروهی و حزبی داوری می‌شود و انگیزه برای کار و رقابت سالم برای همه بیشتر می‌شود.

ارتقای فرهنگ سازمانی و التزام و تعهد به اسناد کلان، مهم‌ترین الزامات کاربردی شدن چنین اسنادی در سازمان‌ها است که با آموزش‌ها و مشوق‌های مفید، مؤثر و هوشمندانه محقق خواهد شد.

شورای عالی، به‌عنوان بالاترین نهاد تصمیم‌گیری، مسئول تعیین اصول، سیاست‌ها و تدوین اسناد راهبردی در حوزه علمیه خراسان است.

سند پیش‌رو با عنوان «آیین‌نامه تشکیل، مدیریت و حمایت از گروه‌های تبلیغی-جهادی حوزه علمیه خراسان» یکی از آن اسناد می‌باشد که پس از طی فرایند بررسی کارشناسی در کارگروه‌ها و کمیسیون تخصصی تبلیغ به تصویب نهایی در شورای عالی حوزه علمیه خراسان رسیده است.

صفر علی فتح‌اللهی

مسئول دبیرخانه شورای عالی حوزه علمیه خراسان

## مقدمه



با توجه به تغییرات صورت پذیرفته در جوامع بشری و پدید آمدن شرایط جدید، لزوم بهره‌گیری حداکثری از ظرفیت‌های تبلیغی موجود، به‌خصوص ظرفیت‌های انسانی، ضرورت کارگروهی و هم‌افزایی حاصل از آن را روشن می‌نماید.

تشکیل گروه‌های تبلیغی در راستای تبلیغ معارف قرآن و حدیث و جریان سازی و گفتمان‌سازی تبلیغ دین<sup>۱</sup>، امری مهم و ضروری است. گروه‌های تبلیغی- جهادی یکی از مهم‌ترین بازوهای اجرایی

---

۱. جریان‌سازی تبلیغ دین از نگاه رهبری نیز مغفول نمانده است به گونه‌ای که در یکی از بیانات در دیدار با جمعی از طلاب و روحانیون فرمودند: 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 همه گیر بشود در برهه‌ای از زمان در یک جامعه. آنوقت، این می‌شود گفتمان جامعه. این، با کارهای جدا جدای برنامه‌ریزی نشده، حاصل نخواهد شد؛ این کار احتیاج دارد به برنامه‌ریزی و کار فعال و مثل دمیدن پیوسته‌ی در وسیله‌ی فشاری است که می‌تواند آب یا مایه‌ی حیات یا هوا را به نقاط مختلفی که مورد نظر 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. 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 بیدار باش، در مواردی هشداری؛ اینها کارکردهای تبلیغ است؛ آثار و نتایجی است که بر تبلیغ مترتب می‌شود. ۱۳۸۷/۹/۲۲





معاونت تبلیغ حوزه علمیه خراسان در راهبری تبلیغ دین هستند که ضمن تأمین بخشی از نیازهای انسانی مراکز و نهادهای تبلیغی می‌توانند حامی آن‌ها نسبت به مناطق مورد مغفول و رفع آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی مناطق تبلیغی باشند و تبلیغ دینی را از افتادن در پیچ و خم اداری و دیوان سالاری فرسایشی رهایی بخشند.

آیین‌نامه پیش‌رو در پاسخ به مصوبه شورای عالی حوزه علمیه خراسان<sup>۲</sup>، توسط معاونت تبلیغ حوزه علمیه خراسان تهیه و به کمیسیون تخصصی تبلیغ شورای عالی جهت بررسی ارایه شد. این آیین‌نامه طی چندین جلسه بررسی در کمیسیون تبلیغ، به شرح ذیل ارایه می‌گردد.

۲. مصوبه جلسه صد و شانزدهم شورای عالی حوزه علمیه خراسان در تاریخ ۱۳۹۹/۴/۴.

## ماده ۱. مفاهیم

**معاونت تبلیغ حوزه علمیه خراسان:** مجموعه‌ای که مسئولیت اجرایی مأموریت‌های تبلیغی حوزه علمیه خراسان و تعامل و ارتباط با سایر نهادهای تبلیغ دینی را عهده‌دار است و پیش‌نویس دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های تبلیغی را تهیه و به مراجع ذی‌صلاح پیشنهاد می‌دهد که در این آیین‌نامه به اختصار معاونت تبلیغ نامیده می‌شود.

**گروه تبلیغی-جهادی:** به جمعی از طلاب و مبلغان اطلاق می‌شود که تبلیغ دینی را به صورت گروهی و جمعی با رویکردی جهادی پیش می‌برند و شاخصه‌هایی از قبیل: روحیه فداکاری و ایثار، عدم چشم‌داشت مالی، انقلابی بودن، توجه به محرومیت فرهنگی محل تبلیغ و پوشش منطقه‌ای در تبلیغ دینی را دارا می‌باشند که در این آیین‌نامه به اختصار گروه تبلیغی نامیده می‌شود.



## ماده ۲. اهداف

اهداف تشکیل، مدیریت و حمایت از گروه‌های تبلیغی حوزه علمیه خراسان به شرح ذیل می‌باشد:

۱. ارتقاء کمی و کیفی فعالیت‌های تبلیغی به واسطه فعالیت گروهی؛

۲. تسهیل در مدیریت و راهبری فعالیت‌های تبلیغی؛

۳. ارتباطات تبلیغی مبلغان با جامعه به واسطه تنوع شخصیتی مبلغان؛

۴. ایجاد روحیه تعاون و همکاری در بین مبلغان و امکان هم‌افزایی و ایجاد بستر رشد و خلاقیت و استفاده از ایده‌های ناب و متنوع در فعالیت‌های گروهی؛

۵. بهره‌گیری بهینه از هم‌پوشانی دانش‌ها و مهارت‌های مبلغان؛

۶. تبلیغ گسترده و فراگیر و ایجاد گفتمان واحد و یکپارچه در مناطق آسیب‌پذیر و حساس فرهنگی؛

۷. جریان‌سازی و ایجاد فضای فرهنگی مبتنی بر گفتمان انقلاب اسلامی در منطقه.



### ماده ۳. سیاست‌های اجرایی

سیاست‌های اجرایی تشکیل، مدیریت و حمایت از گروه‌های تبلیغی حوزه علمیه خراسان به شرح ذیل می‌باشد:

۱. ترویج گفتمان تبلیغ گروهی با نگاهی جهادی در بین طلاب و مبلغان؛

۲. شناسایی ظرفیت انسانی مستعد و توانمند جهت ترغیب به تشکیل گروه تبلیغی؛

۳. هدایت، راهبری و ارزیابی گروه تبلیغی برای ایفای مطلوب نقش تبلیغی و جریان سازی تبلیغی به‌ویژه در میان گروه‌های تخصصی؛

۴. حمایت فرهنگی و رسانه‌ای از گروه تبلیغی در تجهیز و توانمندسازی آنان به ابزارها و قالب‌های تبلیغی تأثیرگذار و روزآمد؛

۵. ایجاد گرایش‌های تخصصی و آموزش‌های لازم به گروه تبلیغی به‌منظور تأمین نیازهای اقشار مختلف.



## ماده ۴. وظایف معاونت تبلیغ

وظایف معاونت تبلیغ نسبت به گروه‌های تبلیغی - جهادی به شرح ذیل می‌باشد:

۱. شناسایی و ساماندهی گروه تبلیغی؛
۲. برنامه‌ریزی، راهبری و هدایت گروه تبلیغی در چارچوب اهداف و وظایف مصوب؛
۳. صدور مجوز فعالیت گروه تبلیغی در دو سطح عمومی و تخصصی؛
۴. آموزش و توانمندسازی گروه تبلیغی نسبت به مهارت‌ها و شیوه‌های تبلیغی با هدف توانایی پاسخگویی آنان به نیازهای جامعه و موضوعات جدید بخصوص در عرصه‌های تبلیغ نوین (مکتوب، مجازی و رسانه‌ای)؛
۵. رایزنی با نهادهای فرهنگی و تبلیغی کشور به‌منظور معرفی و ایجاد زمینه همکاری؛
۶. ایجاد بستر ارتباط و تعامل بین گروه‌ها جهت انتقال تجارب تبلیغی؛
۷. نظارت و ارزیابی از گروه تبلیغی.



## ماده ۵. انواع گروه‌های تبلیغی - جهادی

### الف: گروه تبلیغی - جهادی عمومی

جمعی از طلاب و مبلغان که در فضای عمومی فرهنگی و تبلیغی به صورت گروهی به فعالیت تبلیغی مشغول هستند.

### ب: گروه تبلیغی - جهادی تخصصی

جمعی از طلاب و مبلغان که به صورت تخصصی باهدف جریان‌سازی فرهنگی و تبلیغی و در بازه‌های زمانی معین به انجام برنامه‌های فرهنگی و تبلیغی در مناطق و مراکز خاص و معین اقدام می‌نمایند. این گروه‌ها به سه دسته می‌باشند:

۱. گروه‌های تخصصی موضوع‌محور مانند گروه خانواده و سبک زندگی، گروه پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی، گروه مقابله با عرفان‌های نوظهور و غیره؛

۲. گروه‌های تخصصی مخاطب‌محور مانند گروه تبلیغی مخاطبان کودک و نونهال، نوجوان و جوان، اصناف و کسبه، بیماران و کادر پزشکی، زائران محیط‌های خاص مذهبی نظیر حرم مطهر رضوی و بقاع متبرکه، زندانیان و آسیب‌دیده‌های اجتماعی، مخاطبان محیط‌های نظامی و انتظامی و غیره؛

۳. گروه‌های تخصصی روش‌محور مانند گروه‌های رسانه‌ای فعال در شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های نوین و رسانه‌های مکتوب، گروه‌های تبلیغی چهره به چهره، گروه‌های تخصصی برگزارکننده اردو و غیره؛



## ماده ۶.

گروه تبلیغی با محوریت مدرسه شکل می‌گیرد و در دو سطح عمومی و تخصصی به فعالیت می‌پردازد.  
تبصره: در موارد خاص و با تأیید معاونت تبلیغ، گروه تبلیغی به صورت مستقل می‌تواند شکل بگیرد.

## ماده ۷. شرایط تشکیل و دریافت مجوز گروه تبلیغی جهادی

### الف: گروه تبلیغی - جهادی عمومی

۱. اتمام سطح یک برای مدیر گروه و متقاضی؛
۲. حداقل تعداد اعضای یک گروه تبلیغی باید پنج نفر و حداکثر آن باید پنجاه نفر باشد؛
- تبصره: گروه‌های تبلیغ جهادی ویژه می‌توانند حداکثر تا صد نفر عضو داشته باشند.
۳. ارایه درخواست تشکیل گروه به معاونت تبلیغ؛
۴. تعهد به اجرای دستورالعمل و آیین‌نامه‌های اعلامی از سوی معاونت تبلیغ.

### ب: گروه تبلیغی - جهادی تخصصی

۱. اتمام سطح دو برای مدیر گروه و متقاضی؛
۲. ارایه درخواست تشکیل گروه به معاونت تبلیغ؛
۳. حداقل اعضای گروه باید پنج نفر باشد؛
۴. داشتن سابقه تبلیغی قابل قبول در تبلیغ یا در گروه تبلیغی عمومی؛
۵. تعهد به اجرای دستورالعمل و آیین‌نامه‌های اعلامی از سوی معاونت تبلیغ.



## ماده ۸. حمایت از گروه جهادی

حمایت از گروه جهادی در دو قالب معنوی و مادی به شرح ذیل انجام می‌گیرد:

### الف: حمایت‌های معنوی

۱. اعطای مجوز فعالیت رسمی به گروه تبلیغی؛
۲. برگزاری سلسله نشست‌های انتقال تجارب تبلیغی توسط گروه تبلیغی و مبلغین برتر؛
۳. برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های تخصصی و مهارت‌افزایی (حضور و غیر حضوری) بر اساس شبکه مسائل منطقه یا محله فعالیت گروه تبلیغی؛
۴. ایجاد سابقه تبلیغی و حمایت از ایده‌ها و تقدیر از گروه‌های برتر؛
۵. آموزش و انتقال تکنیک‌ها و روش‌های نوین در عرصه تبلیغ دینی؛
۶. ایجاد ارتباط و هماهنگی و هم‌افزایی در جذب حمایت‌های سایر سازمان‌ها و نهادهای ذی‌ربط؛
۷. ایجاد بستر حمایت رسانه‌ای از فعالیت‌های گروه تبلیغی.

### ب: حمایت‌های مادی

حمایت‌های مادی بر اساس برنامه عملیاتی گروه تبلیغی و ارزیابی‌های صورت گرفته از آنها انجام می‌شود.



تبصره ۱. کم و کیف حمایت‌های مادی بر اساس دستورالعمل ابلاغی از سوی معاونت تبلیغ در ابتدای هر سال صورت می‌گیرد.

تبصره ۲. معاونت تبلیغ می‌تواند از گروه‌های تخصصی حمایت ویژه داشته باشد.

## ماده ۹. شاخصه‌های ارزیابی گروه تبلیغی-جهادی

ارزیابی فعالیت گروه تبلیغی با شاخص‌های ذیل انجام می‌گیرد:

۱. اثر بخشی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی گروه تبلیغی در جهت حل مسایل منطقه تبلیغی (مانند میزان اصلاح اختلافات و دعواهای محلی، اثرگذاری در حل مشکل طلاق، توسعه وقف، ایجاد هیئت‌های مذهبی، جذب طلاب به حوزه علمیه، رونق بخشی به مساجد، راهاندازی قرض الحسنه و ایجاد خانه عالم)؛
۲. انقلابی بودن، روحیه فداکاری، ایثار، عدم چشم‌داشت مالی، توجه به محرومیت فرهنگی محل تبلیغ؛
۳. انجام طرح‌ها، برنامه‌ها و ایده‌های تبلیغی جدید؛
۴. مشارکت در دوره‌های آموزشی مورد نیاز؛
۵. مقدار جذب حمایت‌های مالی و مردمی منطقه؛
۶. میزان تعامل مناسب با معاونت تبلیغ، مسئولین و ادارات مربوطه؛
۷. تعداد فعالیت‌های تبلیغی اعضای گروه؛



۸. تعداد جلسات و هماهنگی‌های سالانه اجرا شده  
درون گروهی؛

۹. چگونگی و میزان گزارش‌های ارائه شده از فعالیت‌های  
تبلیغی.

**تبصره:** شاخص‌های ارزیابی هر دو سال توسط معاونت  
تبلیغ تهیه و جهت بروزرسانی به تأیید کمیسیون  
تخصصی تبلیغ برسد.



این آیین نامه در ۹ ماده و ۵ تبصره در صد و چهل و ششمین جلسه شورای عالی حوزه علمیه خراسان در تاریخ ۱۴۰۰/۱۲/۱۰ به تصویب رسید. تفسیر و توضیح این آیین نامه بر عهده کمیسیون تخصصی تبلیغ شورای عالی می باشد و اصلاح یا ویرایش آن بعد از تصویب در کمیسیون تخصصی تبلیغ مورد تأیید است.





حرم مطهر، بلوار شهید شوشتری  
انتهای شهید شوشتری ۷  
ساختمان شورای عالی حوزه علمیه خراسان  
طبقه سوم، دبیرخانه شورای عالی  
تلفن: ۰۵۱-۳۲۰۰۸۴۹۷ دورنگار: ۰۵۱-۳۲۰۰۸۲۲۳  
www.shorakh.com کدپستی: ۹۱۵۴۶۵۶۳۸۶



دریافت نسخه الکترونیک

