

پیشنهادی

برنامه کمیته فرهنگی، اجتماعی، رسانه‌ای ستاد برگزاری مسابقات جام جهانی فوتبال ۲۰۲۲ قطر

با فرا رسیدن زمان برگزاری مسابقات جام جهانی ۲۰۲۲ قطر به عنوان بزرگترین رویداد فرهنگی ورزشی جهان و صعود مقتدرانه تیم ملی فوتبال ایران به این بازی‌ها؛ شورای فرهنگ عمومی در جلسه ۷۶۲ مورخ ۱۴۰۰/۹/۲ موضوع را مورد بررسی قرار داد و مقرر نمود کارگروه ویژه و مشترک ابعاد فرهنگی اجتماعی رسانه‌ای جام جهانی فوتبال ۲۰۲۲ قطر با همکاری دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی در معاونت امور فرهنگی و توسعه ورزش همگانی وزارت ورزش و جوانان تشکیل شود. شورای فرهنگ عمومی با توجه به اهمیت ابعاد فرهنگی، اجتماعی رسانه‌ای برگزاری این مسابقات و حضور تیم ملی فوتبال ایران مقرر نمود به منظور بررسی، هدایت و هماهنگی و تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های فرهنگی دستگاه‌ها و سازمان‌های کشور مجموعه اقدامات ذیل انجام شود:

الف - ضرورت‌ها

۱. جایگاه ویژه جام جهانی فوتبال در افکار عمومی جهان به عنوان یکی از عمومی‌ترین و مورد توجه‌ترین رویدادهای جهان
۲. تاثیر انکار ناپذیر حوزه ورزش در سایر حوزه‌ها به ویژه حوزه‌های اقتصادی و فرهنگی
۳. حضور گسترده گردشگران از سراسر دنیا در کشور همسایه (قطر) (خصوصاً با توجه به احتمال افزایش شدید گردشگران در پی مهار نسبی کرونا که در دو سال اخیر باعث رکود نسبی گردشگری در دنیا گردیده است) و ضرورت بهره‌گیری از این موقعیت؛
۴. امکان و ظرفیت جذب گردشگران به کشور با توجه به همسایگی با کشور میزبان
۵. امکان و ظرفیت بوجود آمده در تقویت دیپلماسی عمومی
۶. ظرفیت و بستر مناسب برای ارائه تصویر واقعی از کشور به سایر ملل
۷. امکان انتفاع ملی از شرایط بوجود آمده در عرضه محصولات تجاری به سایر ملل

۸. ضرورت بهره‌گیری از فرصت جام جهانی برای ارائه تصویر واقعی از کشور و همچنین بازاریابی برای محصولات هنری و تجاری در کشور همسایه با توجه به قرابت‌های فرهنگی

ب- الزامات و اولویت‌ها

۱. تعیین چهارچوب‌ها و سیاست‌های کلان برای ایجاد انسجام در برنامه‌های حوزه‌های مختلف
۲. تصمیم‌گیری سریع برای جلوگیری از اتلاف وقت بیشتر (با توجه به زمان باقی مانده و زمانبر بودن تولید محصولات فرهنگی، هنری و رسانه‌ای)
۳. تقدم اجرای برنامه‌های رسانه‌ای و فرهنگی برای اصلاح و ارائه تصویر درست از کشور به مخاطب در جهت زمینه‌سازی برای دستیابی به اهداف اقتصادی، تجاری و سیاسی
۴. تدوین پیوست رسانه‌ای برای کلیه فعالیت‌ها
۵. جریان‌سازی رسانه‌ای در جهت خنثی‌سازی عملیات روانی رسانه‌ای معاندین در ایران هراسی
۶. تدوین برنامه زمانی مشخص با تقسیم وظایف در سریع‌ترین زمان ممکن
۷. صدور بیانیه‌ها و قطعنامه‌ها برای تبیین و ارتقای اشتراک موضع نظام فرهنگی کشور توسط شورای فرهنگ عمومی

ج- ملاحظات

تهدیدات

- ۱- پروتکل‌های تحمیلی فیفا بر مسابقات هیئت‌های اعزامی
- ۲- انرژی منفی ناشی از شکست کامل یا مقطعی تیم ورزشی
- ۳- مباحث ناسیونالیستی

فرصت‌ها

- ۱- رایزنی فرهنگی ایران در کشور قطر و تجربیات موثر در این زمینه
- ۲- انسجام و انگیزه مضاعف مسئولین و مقامات ارشد دستگاه‌های دولتی و حاکمیتی در این زمینه

د- سوابق مشابه در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

۱. فعالیت‌های دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور در مسابقات جام جهانی ۱۹۹۸ فرانسه به شرح ذیل:
 - تشکیل جلسات کارشناسی با حضور نمایندگان دستگاهها و سازمان‌های ذیربط برای بررسی ابعاد موضوع
 - طرح موضوع ابعاد فرهنگی - اجتماعی فوتبال در جلسات شورای فرهنگ عمومی
 - مصوبه ابعاد فرهنگی - اجتماعی برگزاری مسابقات جام جهانی فوتبال ۱۹۹۸ فرانسه (مصوب ۱۳۷۷/۲/۲۳)
 - بیانیه شورای فرهنگ عمومی کشور درباره حضور تیم ملی فوتبال ایران در جام جهانی ۱۹۹۸ فرانسه
 - تشکیل شورای بررسی ابعاد اجتماعی - فرهنگی مسابقات جام جهانی ۱۹۹۸ فرانسه در دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی با حضور معاونت مطبوعاتی و تبلیغاتی، وزارت اطلاعات، وزارت آموزش و پرورش، وزارت کشور، وزارت امور خارجه، سازمان صدا و سیما، سازمان تربیت بدنی، فدراسیون فوتبال، سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران، شورای عالی جوانان، نیروی انتظامی، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران، مرکز رسیدگی به امور مساجد، با اهداف و وظایف مشخص.
 - تشکیل ستاد برنامه‌ریزی فعالیت‌های خارج از کشور به ریاست سفیر جمهوری اسلامی ایران در فرانسه و با حضور سفیر ایران در سازمان یونسکو، رایزن فرهنگی در فرانسه، نماینده سازمان تربیت بدنی در فیفا، نماینده وزارت اطلاعات، نماینده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نمایندگی سازمان صدا و سیما در پاریس،
 - تشکیل کمیته‌های فرعی خبری - تبلیغی و امنیتی - اجتماعی
 - تشکیل ستاد اطلاع رسانی جام جهانی و شبکه‌های خبری جام جهانی
۲. ساماندهی امور فرهنگی هنری و تبلیغاتی المپیک ۲۰۲۰ توکیو (توسط موسسه کمک به توسعه فرهنگ و هنر و همکاری معاونت‌ها و سازمان‌ها و موسسات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی)
۳. اعزام تیم‌های رسانه‌ای به جام جهانی فوتبال در حداقل ۳ دوره (توسط معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع-رسانی)

جدول برنامه‌های قابل اجرا در قبل، حین و بعد از برگزاری جام جهانی فوتبال در کشور قطر

مسئول اجرا	اهداف/دستاوردها	برنامه‌ها			گروه هدف
		رسانه‌ای	برنامه‌های فرهنگی و هنری	فضاسازی بصری	
<p>۱- مناطق آزاد تجاری</p> <p>۲- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی</p> <p>۳- وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی</p> <p>۴- وزارت کشور</p> <p>۵- سازمان صدا و سیما</p> <p>۶- وزارت ورزش و جوانان</p> <p>۷- شهرداری</p> <p>۸- معاونت تربیت بدنی وزارت آموزش و پرورش</p>	<p>۱- افزایش شور و نشاط اجتماعی</p> <p>۲- زمینه‌سازی برای جذب گردشگر خارجی</p>	<p>۱- تبیین و تشریح اهداف کشور از مشارکت در جام جهانی فوتبال قطر</p> <p>۲- پوشش خبری رویداد ملی، منطقه‌ای استعدادیابی فوتبال در رده نوجوانان در جزیره کیش توسط شبکه ۳ و شبکه‌های بین‌المللی پرس تی وی، هیسپان تی وی و العالم، الجزیره، المنار، المسیره و شبکه‌های عراقی و...</p>	<p>۱- طراحی و اجرای ویژه برنامه‌های فرهنگی و هنری در داخل کشور در آستانه جام جهانی (به ویژه هرمزگان و کیش)</p> <p>۲- تولید سرودهای قهرمانی و ارکستر ایرانی</p> <p>۳- تولید و انتشار محتوا در فضای مجازی</p> <p>۴- تدارک مراسم بدرقه و استقبال در قالب پروتکل هدفمند</p> <p>۵- اکران بازی‌ها در سینماها و سایر محیط‌های عمومی</p> <p>۶- طراحی و رونمایی از تمبر یادبود</p> <p>۷- برگزاری رویداد ملی، منطقه-ای برای استعدادیابی فوتبال در رده نوجوانان در جزیره کیش</p> <p>۸- برپایی یک دوره فشرده بازاریابی بافت شهری در شهرهای استان‌های جنوبی کشور</p> <p>۹- تولید یک برنامه تلویزیونی انتقادی فاخر و علمی- تاریخی غیرایدئولوژیک درباره رابطه سیاست، اقتصاد و ورزش</p>	<p>فضاسازی بصری متناسب در سراسر کشور به ویژه مناطق همجوار با کشور میزبان</p>	<p>مخاطب داخل ایران</p>
<p>۱- وزارت امور خارجه</p> <p>۲- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی</p> <p>۳- وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی</p> <p>۴- سازمان صدا و سیما</p> <p>۵- وزارت صنعت، معدن و تجارت</p> <p>۶- وزارت امور اقتصادی و دارایی</p> <p>وزارت ورزش و جوانان</p>	<p>۱- ارائه تصویر واقعی از کشور</p> <p>۲- معرفی ظرفیت‌های فرهنگی و گردشگری</p> <p>۳- ترغیب گردشگران به مسافرت به ایران</p>	<p>۱- راه‌اندازی شبکه تلویزیون اینترنتی</p> <p>۲- تشکیل و فعال‌سازی جریان رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی ویژه جام جهانی از جوانان همراه و علاقه مند</p> <p>۳- انجام مصاحبه و گفتگو با چهره‌های شاخص و مطرح ورزشی به صورت هدفمند</p> <p>۴- تهیه و تولید موشن-گرافی در خصوص معرفی تیم و سایر اعضاء کادر فنی</p>	<p>۱- طراحی و اجرای ویژه برنامه‌های فرهنگی و هنری در منطقه آزاد کیش (برای مخاطب بین‌المللی)</p> <p>۲- ساخت فیلم‌های مستند</p> <p>۳- طراحی و تولید محصولات دیداری، شنیداری و چند رسانه‌ای</p> <p>۴- تدوین محصولات چند رسانه‌ای برای اکران در شبکه تلویزیونی</p> <p>۵- طراحی سوال و مسابقه-های فرهنگی و هنری</p> <p>۶- استفاده از ظرفیت‌های کشور میزبان برای معرفی</p>	<p>-زمینه‌سازی برای تبلیغات محیطی در سایر کشورها توسط شرکت‌های تولید کننده محصولات داخلی با مشارکت وزارت صنعت، مهند و تجارت و وزارت امور اقتصادی و دارایی</p>	<p>مخاطب بین-المللی</p>

			<p>فرهنگ ایرانی اسلامی</p> <p>۷- تدوین برنامه راهبردی جهت مواجهه با اپوزیسیون- های خارج از کشور و مسائل مرتبط با آن</p> <p>۸- تولید و ارائه کلیپ معرفی ایران بوم و مرز پرگهر جهت سایر کشورهای شرکت کننده در جام جهانی</p>		
<p>۱- وزارت امور خارجه</p> <p>۲- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی</p> <p>۳- وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری</p> <p>۴- سازمان صدا و سیما</p> <p>۵- وزارت صنعت، معدن و تجارت</p> <p>۶- وزارت امور اقتصادی و دارایی</p> <p>۷- وزارت ورزش و جوانان</p>	<p>۱- معرفی میراث تاریخی و فرهنگی کشور</p> <p>۲- معرفی جاذبه های گردشگری</p> <p>۳- معرفی ظرفیت های صنعتی و فناوری کشور</p> <p>۴- ترسیم چهره واقعی کشور نزد سایر ملل</p>	<p>۱- تشکیل و فعال سازی تیم رسانه ای</p> <p>۲- تشکیل پویشهای مردمی با استفاده از ایرانیان ساکن قطر</p>	<p>۱- برپائی هفته فرهنگی ایران در دوحه و هم چنین شب های فرهنگ ایران و رونمایی از آثار فرهنگی مرتبط (در طول برگزاری جام جهانی) با اجرای برنامه های مختلف از قبیل: اجرای کنسرت، اجرای تئاتر خیابانی، اکران فیلم های سینمایی</p> <p>۲- برگزاری نمایشگاه ایران زمین در حوزه های مختلف (نقاشی، صنایع دستی و...)</p> <p>۳- هماهنگی با مسئولان کشور قطر در تامین مایحتاج مصرفی مسابقات</p>	<p>ایرانیان ساکن قطر</p> <p>-فضاسازی بصری (محیطی و شهری) با مشارکت کشور میزبان</p>	
<p>۱- وزارت امور خارجه</p> <p>۲- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی</p> <p>۳- وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی</p> <p>۴- وزارت صنعت، معدن و تجارت</p> <p>۵- وزارت ورزش و جوانان</p>	<p>۱- استفاده از ظرفیتهای رسانه ای بازیکنان</p> <p>۲- بهره گیری از ظرفیت کاروان ورزشی اعزامی برای انتقال پیام</p> <p>۳- اقناع و همراه سازی سلبریتی ها از طریق بازیکنان ورزشی</p>	<p>- بهره گیری از ظرفیت صفحات شخصی بازیکنان فوتبال در سطح داخلی و بین المللی</p>	<p>۱- تولید محتوای خاص برای انتشار در صفحات مجازی بازیکنان تیم فوتبال با هماهنگی آنها در ایام برگزاری جام جهانی</p> <p>۲- تدارک اردوی آموزشی فرهنگی برای عوامل، بازیکنان و افراد اعزامی</p> <p>۳- تهیه برنامه مدون جهت اقدامات حمایتی انگیزشی از تیم</p> <p>۴- اهداء اقلام تبلیغاتی و هدایا فرهنگی به بازیکنان، اعضا کادر، لیدرها و سرمشوق های همراهی کننده تیم</p> <p>۵- تهیه پروتکل رفتاری</p>	<p>۱- طراحی و تولید لباس کاروان ورزشی کشور</p> <p>۲- طراحی هویت بصری تیم اعزامی (لباس، آرم و...)</p> <p>۳- طراحی هویت بصری کمپین تبلیغاتی هواداران</p>	<p>کاروان ایران (تیم فوتبال، همراهان و هواداران)</p>

			بازیکنان و کادر تیم بعد از ازی(برد و باخت) ۶- برنامه ریزی برای حضور فرهنگی فعال گروه‌های همراستا با سیاست‌های کشور		
	۱- ایجاد چالش و سوال در ذهن چهره‌های ورزشی جهانی ۲- ترغیب به مسافرت به ایران ۳- ترغیب به مطالعه در خصوص واقعیت ایران	۱- انجام مصاحبه و گفتگوهای رسانه‌ای هدفمند با چهره‌های ورزشی سایر کشورها	۱- تولید محصولات چاپی (معرفی کشور) برای اهدا به تیم‌های ورزشی سایر کشورها ۲- خوش آمد گویی به زبان فارسی در محیط‌های عمومی ۳- معرفی و برندسازی اقلام فرهنگی هویتی ایرانی	۱- طراحی و تولید هدایای تبلیغاتی برای اهدا به تیم‌های ورزشی و گردشگران خارجی حاضر در این رقابت‌ها ۲- بافت و رونمایی فرش ویژه جام جهانی فوتبال برای اهدا به فیفا	تیم‌های ورزشی سایر کشورها

ه) ساختار

۱- به منظور بررسی، هدایت و هماهنگی و تدوین سیاست‌ها و اجرای برنامه‌های فرهنگی دستگاه‌ها و سازمان‌های کشور، شورایی متشکل از نمایندگان تام‌الاختیار دستگاه‌ها و سازمان‌ها به شرح ذیل تشکیل گردد:

- ۱- وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان رئیس کارگروه
- ۲- معاون امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی به عنوان دبیر کارگروه
- ۳- نماینده وزارت امور خارجه (یکی از معاونین)
- ۴- نماینده وزارت ورزش و جوانان (یکی از معاونین)
- ۵- رئیس سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
- ۶- وزارت اطلاعات (یکی از معاونین)
- ۷- دبیر شورای عالی مناطق آزاد کشور
- ۸- دبیر شورای فرهنگ عمومی کشور
- ۹- سازمان صدا و سیما (یکی از معاونین)
- ۱۰- نماینده وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی (یکی از معاونین)

۱۱- نماینده سازمان تبلیغات اسلامی (یکی از معاونین)

۱۲- نماینده سازمان بسیج مستضعفین

۱۳- نماینده مرکز ملی فضای مجازی

۱۴- مدیرعامل بنیاد سعدی

۱۵- مدیرعامل بنیاد رودکی

۱۶- مدیرعامل موسسه کمک به توسعه فرهنگ و هنر

۱۷- شهردار تهران

۱۸- فدراسیون فوتبال کشور

۱۹- معاونت تربیت بدنی وزارت آموزش و پرورش

۲- تشکیل و فعال سازی کمیته‌های تخصصی به شرح ذیل:

الف- کمیته تولید محتوا؛ با مسئولیت یکی از دستگاه‌های؛ سازمان صدا و سیما، شورای عالی فضای مجازی، معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی با هدف تهیه و تولید محتوا در حوزه‌های مختلف

ب- کمیته رسانه و تبلیغات؛ با مسئولیت معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی با هدف سیاستگذاری رسانه‌ای، مدیریت فضای رسانه‌ای و فضا سازی بصری و اجرای امور تبلیغاتی

ج- کمیته ارتباطات و امور بین‌الملل؛ با مسئولیت سازمان فرهنگ و ارتباطات با هدف ایجاد تعامل و بسترسازی اجرای برنامه‌ها با همکاری و مشارکت ایرانیان خارج از کشور (ساکن قطر)

د- کمیته هنری؛ با مسئولیت معاون امور هنری / بنیاد رودکی؛ برای اجرای برنامه‌های هنری و برگزاری نمایشگاه‌های هنری در قطر

ه- کمیته مناطق؛ با مسئولیت دبیر شورای عالی مناطق آزاد با هدف اجرای برنامه‌های فرهنگی و هنری در داخل کشور به ویژه مناطق آزاد جنوب کشور

و- کمیته فنی و اجرایی؛ با مسئولیت مؤسسه کمک به توسعه فرهنگ و هنر برای اجرای متمرکز طرح‌ها و برنامه‌ها