



ویژه فرهنگ و معارف رضوی

| سال دوم | ویژه نامه ۲۸۲ |

در گفت‌وگو با دبیر علمی جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) مطرح شد

جهاد تبیین با اتکا به فرهنگ رضوی



با حضور تولیت آستان قدس رضوی برگزار می‌شود

اختتامیه دومین جشنواره

رسانه‌ای بین‌المللی امام رضاعلیه‌السلام

سیدمحمد علی سیدحسینی عنوان کرد

ضرورت بهره‌گیری از رسانه‌های تعاملی برای توسعه فرهنگ رضوی

در گفت‌وگو با داوران جشنواره مطرح شد

توسعه فرهنگ رضوی

با پرورش استعدادها توسط رسانه

۴

گفت‌وگو

داور بخش عکس مطرح کرد

آثار هدفمند و رسانه‌ای



داور دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) گفت: استمرار هر جشنواره سبب قدرتمندتر شدن آن می‌شود و اگر این جشنواره استمرار داشته باشد و با تغییر مدیریت‌ها متوقف نشود، قطعاً سال به سال قدرتمندتر و کیفی‌تر خواهد شد.

فرامرز عامل بردبار مهم‌ترین ویژگی بخش عکس جشنواره امسال نسبت به سال گذشته را هدفمندتر و رسانه‌ای‌تر بودن عکس‌ها عنوان کرد و گفت: خوشبختانه امسال عکاسان توجه بیشتری به محور جشنواره و رسانه‌ای بودن عکس‌ها داشتند و آثار دریافتی قوی‌تر از سال گذشته بود.

بردبار در خصوص نقش عکس در توسعه فرهنگ رضوی نیز گفت: عکس امتحان خود را در زمینه قدرت نفوذ میان مردم پس داده و به عنوان یک رسانه قدرتمند جای خود را باز کرده است. رسانه عکس از دوران بسیار دور و همان زمان اختراع دوربین عکاسی تا به امروز، در زندگی مردم جایگاه داشته و به مرور زمان با پیشرفت فناوری عکاسی، جهانی‌تر هم شده است، در هر ثانیه میلیون‌ها عکس ثبت می‌شود و این عکس‌ها با انتشار گسترده در فضای مجازی جای خود را بین مخاطبان پیدا می‌کنند.

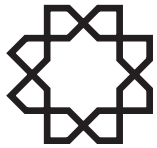
قطعاً روشن‌بینی و آینده‌نگری دبیران و سیاست‌گذاران جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) بوده است که با اشراف به تأثیرگذاری عکس در ترویج معارف رضوی، به این بخش در جشنواره بهای لازم را داده‌اند و بستری را فراهم کرده‌اند تا بهترین‌های این حوزه شناسایی و معرفی شوند و کیفیت آثار آن‌ها نیز ارتقا یابد.

داور جشنواره مطرح کرد

کمک به توسعه

صنعت «بازی» با

رویکرد فرهنگی



محسن هوشمند، دبیر

اجرای دومین جشنواره

رسانه‌ای بین‌المللی امام

رضا(ع) | چشم‌اندازی

که با توسل به عنایت امام

هشتم(ع) برای جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام

رضا(ع) ترسیم کرده‌ایم، آن قدر گسترده و رفیع

است که می‌دانیم از همین امروز و در پایان دومین

دوره، باید خودمان را برای گام‌هایی بلندتر و تلاشی

افزون‌تر در دوره‌های آینده آماده کنیم. هر چند برگزاری

جشنواره‌ای در شأن و منزلت نام امام مهربانی‌ها

اقدامی بس دشوار به نظر می‌آید، اما شکرگزار لطف

الهی و عنایت امام رئوف هستیم که توانستیم دو دوره

این جشنواره را در سطحی قابل قبول برگزار کنیم.

همراهی بی‌نظیر استادان برجسته عرصه ارتباطات و

رسانه در قامت هیئت علمی و همچنین ارتقای کمی و

کیفی شرکت‌کنندگان و آثار دریافتی، مصداق روشنی

برای ثمربخش بودن تلاش‌های خادمان رسانه‌ای

آستان مقدس رضوی بوده که در دو دوره جشنواره

به ثمر نشسته است؛ هر چند باور داریم همچنان

تا جایگاه واقعی برگزاری جشنواره‌ای متناسب با نام

و شأن امام رئوف فاصله‌ای بسیار داریم. جشنواره

رسانه‌ای امام رضا(ع) که به عنوان یک جریان رسانه‌ای

و نه یک رویداد موقت، در اوج بحران همه‌گیری

ویروس کرونا در کشور شکل گرفته بود، اهداف مهمی

را مد نظر قرار داد که از جمله آن‌ها می‌توان به ارتقای

کمی و کیفی تولیدات رسانه‌ای با مضامین رضوی،

شناسایی، شبکه‌سازی و تجلیل از فعالان رسانه‌ای

این عرصه و همچنین گسترش و نشر بیش از پیش

معارف وجودی عالم آل محمد(ع) اشاره کرد.

این جشنواره در سال اول و در شرایطی که بحران کرونا

نقش عرصه‌های ارتباطی و فضای مجازی را بیش

از پیش پررنگ کرده بود، با استقبال شایسته‌ای از

رسانه‌های صوتی و تصویری

۷۷۳

۸۵۰

عکس و گرافیک

گزارش خبری	۴۰
مستند	۲۹
پویانمایی و موشن گرافیک	۲۹
نماهنگ	۴۱
برنامه رادیویی و تلویزیونی	۳۲
عکس	۱۴۹
شبکه‌های اجتماعی	۳۴

رسانه‌های مجازی

۴۸۴

۵۹۳

آثار ارسالی در حوزه‌های مختلف

۳۷۶

۸۴

۲۴

۱۳۴

۱۱۵

۱۰۱

۱۲۲

۲۷۸

۲۰

۶۰

۲۰

پایان نامه‌ها و رساله‌های دانشجویی

۵۴

۸۴

۲۴

۱۳۴

۱۱۵

۱۰۱

۱۲۲

۲۷۸

۲۰

۶۰

۲۰

بین الملل

۳۷۳

۸۵۰

رسانه‌های صوتی و تصویری

گزارش خبری	۴۰
مستند	۲۹
پویانمایی و موشن گرافیک	۲۹
نماهنگ	۴۱
برنامه رادیویی و تلویزیونی	۳۲
عکس	۱۴۹
شبکه‌های اجتماعی	۳۴

۳۷۶

۸۴

۲۴

۱۳۴

۱۱۵

۱۰۱

۱۲۲

۲۷۸

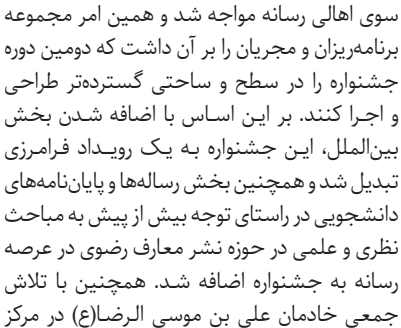
۲۰

۶۰

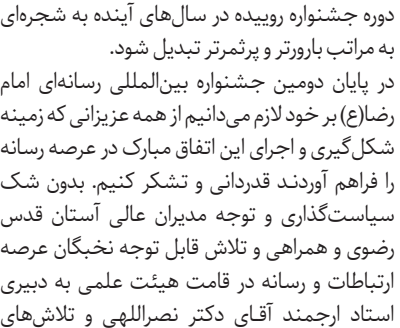
۲۰

چشم‌انداز جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع)

نهالی که بارور می‌شود



سوی اهالی رسانه مواجه شد و همین امر مجموعه برنامه‌ریزان و مجریان را بر آن داشت که دومین دوره جشنواره را در سطح و ساحتی گسترده‌تر طراحی و اجرا کنند. بر این اساس با اضافه شدن بخش بین‌الملل، این جشنواره به یک رویداد فرامرزی تبدیل شد و همچنین بخش رساله‌ها و پایان‌نامه‌های دانشجویی در راستای توجه بیش از پیش به مباحث نظری و علمی در حوزه نشر معارف رضوی در عرصه رسانه به جشنواره اضافه شد. همچنین با تلاش جمعی خادمان علی بن موسی الرضا(ع) در مرکز



شبانه‌روزی دبیرخانه جشنواره در بخش‌های مختلف مرکز ارتباطات و رسانه آستان قدس رضوی زمینه‌های مهمی بود که همراهی شایسته و بایسته هزار و یک نفر از اهالی محترم رسانه را به نتیجه رساند. در نهایت می‌دانیم که هر چه هست از عنایت ولی‌نعمتان حضرت ثامن‌الحجج(ع) نشأت گرفته و هر چه نیست ضعف و قصور ماست. بنابراین از همه فرهیختگان و اندیشمندان عرصه رسانه دعوت می‌کنیم با ارائه نظرات و پیشنهادهای خود ما را در بهبود بیشتر این جریان رسانه‌ای همراهی کنند.

گفت‌وگو

داور جشنواره مطرح کرد

امید به ایجاد دایره‌المعارف رضوی



داور دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) گفت: با توجه به روند رو به رشد جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) امیدوارم پس از برگزاری چند دوره این جشنواره در بخشی مانند رسانه‌های صوتی و تصویری، یک دایره‌المعارف از معارف رضوی ایجاد شود. «حسین کرمی» اظهار کرد: تنظیم منظومه‌ای از محورهای معارف رضوی در سطوح مختلف و اعلام این محورها به برنامه‌سازان و تولیدکنندگان محتوا می‌تواند تولید برنامه‌ها و آثار خاص در این حوزه را جهت‌دهی کند و به مرور مجموعه‌ای ارزشمند و غنی از این محتوا را در اختیار داشته باشیم.

داور بخش رسانه‌های صوتی و تصویری جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) ارزیابی خود را نسبت به آثار ارسالی در این بخش نیز ارائه کرد و گفت: در جشنواره سال گذشته، علاوه بر آثاری که به طور مشخص به معارف رضوی و فضائل اهل بیت(ع) می‌پرداخت، از صحن‌ها و موقعیت‌های مختلف حرم مطهر نیز برای تولید برنامه‌هایی که ارتباط مستقیم با امام رضا(ع) نداشت استفاده شده بود. در دوره دوم جشنواره، این استفاده متنوع‌تر و گسترده‌تر و ارتباط منطقی‌تری با موقعیت حرم مطهر پیدا کرده بود که یک رشد کیفی را نشان می‌دهد. علاوه بر این در آثار امسال، کلیپ‌های موسیقایی مؤثری نیز در بعضی از برنامه‌های ترکیبی تولید و استفاده شده بود. این گونه آثار موسیقایی با توجه به محتوای غنی آن‌ها، ارتباط معنوی بین امام و مأمور را تحکیم و تلطیف کرده و در جان و دل علاقه‌مندان به حضرت رضا(ع) نشاط و امید ایجاد می‌کند. داور جشنواره درباره نقش رسانه‌ها در ترویج فرهنگ رضوی نیز اظهار کرد: امروزه نقش رسانه‌ها در شکل دادن افکار عمومی و هدایت آن‌ها بی‌بدیل است و در این میان رسانه‌های تصویری از موقعیت متمایز و بی‌جایگزین برخوردارند. هم اکنون در شرایط زندگی انسان مدرن، چشم‌ها بیشتر و بیشتر از گوش‌ها درگیر پیام می‌شود بنابراین ضرورت سرمایه‌گذاری هدفمند و برنامه‌ریزی میان‌مدت و بلندمدت در این حوزه اجتناب‌ناپذیر است.

و سیره رضوی بسیار مؤثر باشد. وی با اشاره به اتفاق خوب بین‌المللی شدن این رویداد نیز گفت: امیدوارم با

بین‌المللی شدن این رویداد، آثار بیشتر رسانه‌ای برای تولید محتوای دینی هم اشاره کرد و گفت: اگر چه جایگاه معنوی امام رضا(ع) و حرم مطهر ایشان، به خودی خود یک رسانه است اما رسانه‌های متنوع و متعدد در قالب‌های مختلف نیز می‌تواند در بازنمایی فرهنگ

به توسعه صنعت بازی در کشور با رویکرد فرهنگی و ارزشی مد نظر کمک خواهد کرد.

شریفی همچنین به ظرفیت‌های رسانه‌ای برای تولید محتوای دینی هم اشاره کرد و گفت: اگر چه جایگاه معنوی امام رضا(ع) و حرم مطهر ایشان، به خودی خود یک رسانه است اما رسانه‌های متنوع و متعدد در قالب‌های مختلف نیز می‌تواند در بازنمایی فرهنگ

و هم در حوزه بازی بسیار قوی‌تر و قابل توجه بود.

شریفی ادامه داد: بیشتر آثار دریافتی در این دوره، محصول اولیه و قابل توسعه بودند و علاوه بر آن، طرح‌های ارسالی نیز بسیار قوی بود و نسبت به دوره اول رشد جدی داشت و نشان داد جای امیدواری وجود دارد که با این روند مطمئناً تلاش‌های این جشنواره برای ارتقای کمی و کیفی تولیدات این بخش،

داور دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) گفت: این جشنواره به توسعه صنعت بازی کشور با رویکرد فرهنگی و حفظ ارزش‌ها کمک می‌کند. فرزانه شریفی، داور بخش بازی و نرم‌افزار دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) افزود: آثار ارسال شده به دومین دوره جشنواره نسبت به سال گذشته که فقط طرح بازی‌ها ارسال شده بود، هم در حوزه اپلیکیشن

داوران

ضرورت بهره‌گیری از رسانه‌های تعاملی برای توسعه فرهنگ رضوی

داور دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) گفت: باید رسانه‌های تعاملی را در توسعه فرهنگ رضوی به خدمت گرفت.

سید محمد علی سیدحسینی، داور بخش بازی و نرم‌افزار دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) در گفت‌وگو با خبرنگار آستان‌نیز گفت: امروز، دنیا، دنیای رسانه‌هاست به‌خصوص رسانه‌هایی که بیشتر جنبه



تعاملی دارند و مخاطبان را به محتوای خودشان درگیر و فعال می‌کنند؛ از جمله این رسانه‌ها می‌توان به شبکه‌های اجتماعی یا بازی‌های رایانه‌ای اشاره کرد که تأثیرگذاری به مراتب قدرتمندتری نسبت به رسانه‌های قبلی که مخاطب در آن هیچ دخل و تصرفی نداشت، دارند و این تأثیرگذاری را می‌توان در توسعه فرهنگ رضوی به خدمت گرفت.

وی همچنین در خصوص آثار ارسال شده به این دوره از

آینده‌امیدوارکننده‌بخش رسانه‌ها و پایان‌نامه‌های دانشگاهی جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع)

داور جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) با تمجید از زیبایی کرون کیفیت آثار دریافتی بخش رسانه‌ها و پایان‌نامه‌های دانشجویی گفت: بابرنامه‌ریزی دقیق زیربشک در سال‌های

ناشتمین، وی افزود: پایان‌نامه‌های ارسانی مربوط به دوره‌های فوق لیسانس و دکتربودند که برخی از آن‌ها نظر کیفی خیلی خوب بود و اگر چه برخی هم نقص‌هایی داشت، اما در مجموع کیفیت آثار خوب و برخی نیز دارای سوزها و موضوعات بدیع و تازه بود.

جشنواره گفت: آثار ارسال شده عمدتاً در حوزه انتقال یک داده از کتاب ها و اسناد مرتبط با امام رضا(ع) بود که به صورت دیجیتالیزه درآمده بود. یکی دیگر از ویژگی‌های این دوره استفاده از فناوری‌های جدید مانند فناوری واقعیت افزوده بود.

معاون حمایت و توانمندسازی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در خصوص کیفیت آثار ارسالی نسبت به سال گذشته

کنیم جشنواره در این حوزه آینده‌بهتری را طی می‌کند چراکه آینده رسانه‌ها به سمت رسانه‌های جدیدو تعاملی می‌رود. سید حسینی در خصوص حمایت از آثار این جشنواره گفت: چه خوب است جوایز این جشنواره هم جنبه معنوی و هم جنبه مادی داشته باشند؛ می‌توان در آثار تولید شده به بحث تجاری سازی آن کمک کرد و اگر طرح خوبی ارائه می‌شود می‌توان جوایزی برای تولید آثار در نظر گرفت. بنیاد

بازی‌ها نیز می‌تواند در تجاری‌سازی و تبلیغات کمک کند؛ این سبب خواهد شد آثار برتر رشد خوبی داشته باشند. همچنین می‌شود جوایزی برای به‌روزرسانی و توسعه آثار جشنواره‌های قبل اختصاص داد و رقابتی بین آثار برتر دوره‌های قبل نیز ایجاد کرد.

به گزارش آستان‌نیز، جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) در دومین سال پیاپی با هدف رسانایی و



برسیم و بنابراین باید مواد اولیه خوب را به رسانه‌ها برسانیم. وی افزود: انجام کارهای پژوهشی توسط خود آستان قدس رضوی در حوزه‌های مختلف و محتوای رسانه‌ای مؤثر در ترویج فرهنگ رضوی، اقدامی مؤثر در این زمینه خواهد بود و می‌تواند دستاوردهای جشنواره را ارتقا دهد.

بابرنامه‌ریزی در این زمینه، بی تردید در سال‌های بعد با آثار متفاوتی روبه‌رو خواهیم شد. جسته‌در خصوص نقش رسانه در ترویج فرهنگ رضوی نیز گفت: جشنواره رسانه‌ای است که اگر برای آن، مواد اولیه خوب تأمین کنیم محصول خوبی تولید می‌کند، در حوزه فرهنگ و سیره رضوی نیز ما باید به محصول

این بخش تعریف کند، حتماً شاهد استقبال بیشتری خواهیم بود و بخش رسانه‌ها و پایان‌نامه‌ها در سال آینده رونق بیشتری خواهد داشت. وی در خصوص قوی پیش‌روی جشنواره نیز گفت: جشنواره شروع بسیار خوبی داشته و برای تداوم روند خوب نیاز باشد به حوزه‌های مختلف، نیاز به نوآوری‌هایی داریم که

در گفت‌وگو با دکتر نصراللهی، دبیر علمی جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) مطرح شد

جهاد تبیین با اتکا به فرهنگ رضوی



به اعتقاد من، خود آستان مقدس رضوی و این بارگاه نورانی، همانند کربلا، کعبه و مراسم اربعین، یک رسانه است مردمی، تعاملی، پاک و معنوی است و همه شخص‌های یک رسانه کلاسیک را دارد که این استفاده کرد.

تمدن به آن نیاز دارد، رعایت همین ویژگی‌های اخلاقی است و من معتقد رسته می‌تواند در تبیین آن بسیار مؤثر باشد. اینکه می‌گوییم توجه به سوز اختصاصی در بخش برگزاریها و موضوعات در یافت کردیم اما باید به صراحت بگوییم در بین این آثار، اثری که به واقع متفاوت و ویژه باشد، نگاه جدیدی به سوز داشته باشد و در شأن این جشنواره باشد دریافت نکردیم. این شخص‌ها نیاز بشر امروز است و اگر جشنواره‌ری

این شاخص تکیه داشته باشد و تبلیغ و همکاری کند، می‌توانیم منبع اولیه و سرچشمه این پیام‌های بسیار عالی برای مناسبتی یکی این حوزه‌است. یک موضوع دیگر اینکه آرایش رسانه‌ای تغییر پیدا کرده و رسانه‌های ضد دین زیاد شده‌اند و تانکتیک‌ها و راهبردشان هم طریقه‌ای شده است. ما برای تحقق این یک جنبه دینی داریم دیگر نمی‌توانیم واقع مردم جشنواره‌های مختلف جهان به یک بن‌بست روبه‌ای قبلی را داشته باشیم و باید تغییر رویه دهیم. عزیزان از جمله ابد، انصاف، مدارا، آزاداندیشی و اخلاق را هم داریم که باید بیشتر به آن توجه کنیم. اگر یک گروه و وطیفی آمندند و این سیره رضوی را همین‌جا درآیند و در شرف و روش‌های موفقی بودند می‌تواند یک سوره خوب برای تولید محتوا باشد.

مسئله دیگر اینکه ادبیات و زبان تولیدات رسانه‌ای ما در حوزه‌های دینی همچنان ضعیف و کلیشه‌ای، مطول و بعضاً خسته‌کننده است. در حالی که باید این بیان را متناسب با شرایط امروز، به‌روزرسانی کنیم. فقدان ارتباط یا ارتباط ناکافی بین بخش‌های تولیدکننده ادبیات دینی و رسانه هم یکی از ضعف‌ها در این سوزه است. طبیعتاً یکی از اصلی‌ترین تولیدکنندگان ادبیات دینی، حوزه‌های علمیه، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی و پژوهشی هستند که

ارتباط آن‌ها با رسانه بسیار کم است و اتفاقاً در این ارتباط دوم با علم به این اشکال آمدم و این اشکال ناگافی و ضعیف را تقویت کردیم تا مسیر این تعامل دوسویه وجود داشته باشد. استفاده ناکافی از ظرفیت‌های رسانه‌های جدید و بازی‌ها هم یکی دیگر از ضعف‌هاست. خوشبختانه برت تشخیص داند. این یک کار کاملاً مسئولانه و واقعاً در حوزه‌های رسانه مجازی همین تعداد اثر کافی است قطعاً این نرس نیست و باید آثار بیشتری تولید شود و کمک کنیم کیفیت این آثار هم ارتقا یابد و نظر من این یک نکته فوق‌العاده مهمی است.

فکر می‌کنید دلیل این ضعف در آثار این بخش چه بوده‌است؟ علت‌های بروز این ضعف کاملاً مشخص است. شاید یک علت همش این باشد که همکاران ما در

مطبوعات و خبرگزاری‌ها باید نوع رویکردشان را در حوزه تولید و تنظیم خبر در حوزه‌های دینی تغییر دهند و این عرصه را جدی‌تر بگیرند. متأسفانه هنوز برخی فعالان رسانه‌ای فکر می‌کنند تولید خبر در این حوزه یک کار ساده است که افراد مبتدی و تازه‌کار می‌توانند آن را انجام دهند، به همین دلیل از افراد حرفه‌ای و متخصص برای تولید محتوا در این بخش‌ها استفاده نمی‌کنند. در صورتی که به نظر من خبر اولین، مهم‌ترین و پیچیده‌ترین کار رسانه‌ای بوده و مبتنی بر عملیات پیچیده جنگ شناختی و روانی است. بنابراین نیاز به مهارت، تخصص، خلاقیت و تیزهوشی بیشتری دارد و چه بسا این در حوزه موضوعات دینی کار بسیار سخت‌تر از هم هست. من معتقد عمده اقدامات و فعالیت‌های رسانه‌ای در این حوزه، بر مبنای شهود و دقیق، درست، جامع و به موقع پایه‌گذاری می‌شود و اگر قرار است ما جهان تبیین مدنظر رهبر معظم انقلاب را در حوزه تخصصی رسانه‌ای خودمان محقق و قدرت یاردارانگی در مقابل دشمن‌های خارجی خود به دین را تقویت کنیم، باید دوری اصول و پایه این کار تخصصی افزایش داشته باشد.

اگر قرار باشد راهبرد جهاد تبیین محقق شود و مسلمانان و شیعیان بتوانند به اهداف همشان یعنی خروج از محاصره تبلیغاتی و ایجاد بازآرندگی و مقابله با شبهات و تبلیغات ضددین برسند، حتماً باید جهاد تبیین در حوزه دینی در اولویت قرار گیرد. البته به اعتقاد من در حوزه‌های سیاسی و اقتصادی هم جهاد تبیین خیلی درست و کامل اجرا نمی‌شود و این جزو اشکالات رسانه‌ای ماست، اما من فکر می‌کنم جهاد تبیین در حوزه‌های دین باید مقدم بر حوزه‌های اقتصادی و سیاسی باشد. بنابراین با توجه به اهمیت این موضوع، من از همکاران تا تجربه حرفه‌ای خودم در حوزه مطبوعات و خبرگزاری‌ها دعوت می‌کنم که در جشنواره سوم، خودشان دست به قلم بشوند، یادداشت‌ها و سرفاله بنویسند، خبر تنظیم کنند و با تمام قدرت در این عرصه حاضر شوند تا هم قدرت ما در جهاد تبیین تقویت شود و هم آثار ارسالی به جشنواره کیفیت و استاندارد لازم را داشته باشد.

چشم‌انداز آینده جشنواره از چطور می‌بینید و چه برنامه‌هایی برای تحقق آن دارید؟

آینچه تا کنون و با برگزاری دو دوره جشنواره حاصل شده، بسیار مهم و قابل توجه بوده‌است. تلاش برای دستنیابی به اهداف اختصاصی یا پرداخت اختصاصی با بسته‌بندی‌ها و رویکردی تازه خواهیم دید.

برگزیده بخش عکس دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع): هنر عکاسی ابزار وسیعی برای گسترش فرهنگ رضوی است



برگزیده دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) گفت: هنر عکاسی ابزار وسیعی برای گسترش فرهنگ رضوی است. جدید و کبلی، برگزیده بخش عکس دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) اظهار کرد: هر چقدر این جشنواره‌ها بیشتر شود باز هم جای کار وجود دارد چون به لحاظ کاربردی، هنر عکاسی ابزار وسیعی برای گسترش فرهنگ رضوی است. عکاس خبرگزاری فارس با بیان اینکه این جشنواره موجب اشتیاق عکاسان هنری و خبری به افزایش تولیدات رسانه‌ای در حوزه فرهنگ رضوی می‌شود، گفت: برگزیده بخش‌های این جشنواره موجب افتخار است اما من شی که در حرم عکاسی کردم همان شب به‌نظم جایز‌ام را از امام رضا(ع) گرفتم چون توانستم در حرم ایشان عکس بگیرم. وی گفت: عکس‌هایی که در شب بارانی قدر با موبایل ثبت شد و چون عکاس دیگری نبود، این عکس‌ها خیلی در فضای مجازی چرخید و نزدیک به ۵۰ هزار بازدید در اینستاگرام داشت؛ پس از آن در خبرگزاری فارس نیز منتشر شد و در نهایت با پیشنهاد دوستان در این جشنواره شرکت کردم.



برگزیده بخش گزارش خبری رادیویی و تلویزیونی دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع): فضایی است نه رقابتی

برگزیده دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) گفت: فضای جشنواره امام رضا(ع) نه تنها مهدی‌رهنما، برگزیده بخش گزارش خبری رادیویی و تلویزیونی جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) اظهار کرد: من در بخش رسانه‌های صوتی و تصویری و با محور زائر و زیارت در جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) شرکت کردم. در این حوزه همه همکاران رسانه‌ای‌ام برای معرفی سیره و فرهنگ رضوی تلاش می‌کنند تا به عنوان خادم‌الرضا(ع) بتوانند در بهترین شرایط ممکن با پرداختن به سوزهای جذاب، مروج سبک و شیوه زندگی اسلامی در جامعه باشند.

وی گفت: وقتی به شما اعلام می‌کنند برای دومین سال متوالی لطف و محبت امام مهربانی‌ها شامل حالت شده و برگزیده بهترین جشنواره ایرانی اسلامی و جهان اسلام شد‌ای، خوشحال و مسرور می‌شوی و برگزیده‌شدن در بین بهترین‌های رسانه، بهترین یاداش است که از امام رف‌توق(ع) دریافت می‌کنی؛ هر چند دوستان عزیز نیز در این حوزه زحمات زیادی کشیده‌اند.

تفاوت دوره دوم با اول

تفاوت‌های مهم دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) نسبت به دوره اول، علاوه بر اضافه‌شدن بخش «وژه «حاج قاسم سلیمانی» به عنوان الگوی خادم واقعی

امام رضا(ع) در نظر گرفتن دو بخش جدید «رسانه‌ها و پایان‌نامه‌های مرتبط با ترویج فرهنگ رضوی» بود که اقدام بدیع به‌شمار می‌رود. معتقدیم اینکه یک جشنواره بتواند در سال دوم برگزار، از دو بخش اصلی و مهم یعنی بخش «بین‌الملل» و «رسانه‌ها و پایان‌نامه‌ها» را اضافه کند، اتفاق بسیار مهمی است.



برگزیده دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) گفت: فضای جشنواره امام رضا(ع) نه تنها مهدی‌رهنما، برگزیده بخش گزارش خبری رادیویی و تلویزیونی جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) اظهار کرد: من در بخش رسانه‌های صوتی و تصویری و با محور زائر و زیارت در جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) شرکت کردم. در این حوزه همه همکاران رسانه‌ای‌ام برای معرفی سیره و فرهنگ رضوی تلاش می‌کنند تا به عنوان خادم‌الرضا(ع) بتوانند در بهترین شرایط ممکن با پرداختن به سوزهای جذاب، مروج سبک و شیوه زندگی اسلامی در جامعه باشند.

وی گفت: وقتی به شما اعلام می‌کنند برای دومین سال متوالی لطف و محبت امام مهربانی‌ها شامل حالت شده و برگزیده بهترین جشنواره ایرانی اسلامی و جهان اسلام شد‌ای، خوشحال و مسرور می‌شوی و برگزیده‌شدن در بین بهترین‌های رسانه، بهترین یاداش است که از امام رف‌توق(ع) دریافت می‌کنی؛ هر چند دوستان عزیز نیز در این حوزه زحمات زیادی کشیده‌اند.

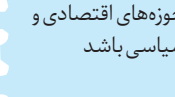
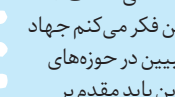
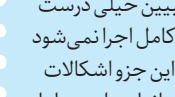
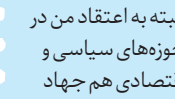
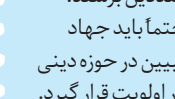
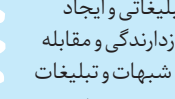
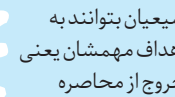
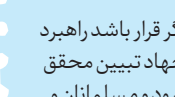
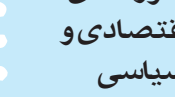
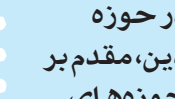
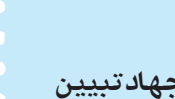
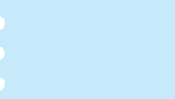


پیش از گفتار

(اموخن حدیث)

راستگویی را

بیازموزید.



اختتامیه دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا (ع)

مقدس برگزار شود.

به گزارش آستان‌نیوز، در اختتامیه این جشنواره که از ساعت۹صبح باحضور حجت‌الاسلام‌والمسلمین مروی؛ تولیت آستان قدس رضوی، حجت‌الاسلام‌والمسلمین سیدسعیدرضا عاملی؛ دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی



برگزیده

◀ **خلا جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) به شدت احساس می‌شد**
برگزیده دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) گفت: خلا وجود جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) سال‌ها

احساس می‌شد و این اتفاق بسیار خوبی است که آستان قدس رضوی به این موضوع ورود کرده و گامی ارزشمند در انعکاس آثار فاخر در حوزه فرهنگ رضوی برداشته است. بنیامین یوسف‌زاده، برگزیده بخش

سرمقاله و یادداشت دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) اظهار کرد: ما مشهدهای به نوعی خودمان را نمک پرورده امام رضا(ع) می‌دانیم و ایشان ولی‌نعمت ما هستند و هر چه برای ایشان

و جمع بسیاری از چهره‌های شاخص حوزه فرهنگ، هنر و رسانه در تالار قدس کتابخانه حرم مطهر رضوی برگزار می‌شود، برگزیدگان دومین دوره جشنواره معرفی و قدردانی خواهند شد. بر اساس اعلام دبیرخانه جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع)، دومین دوره این جشنواره با رشد

و آستان قدس رضوی و فرهنگ رضوی بنویسیم باز هم کم است؛ همچنین هر کاری در مشهد و یا حتی در ایران حول معنویت انجام دهیم در واقع حول محور فرهنگ رضوی است.



زیبایی‌های کلام ما را بشناسند قطعاً پیروی می‌کنند و محب ما می‌شوند، محتوای ما نیز قطعاً در ترویج فرهنگ رضوی مؤثر خواهد بود.

داور جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) در خصوص مهم‌ترین ویژگی آثار ارسال شده به این دوره گفت: مهم‌ترین ویژگی آثار ارسال شده را می‌توان در عشق به ولایت و امامت حضرت علی بن موسی الرضا(ع) خلاصه کرد و همه آثار تلاش داشتند این ارادت و عشق را در مطالب ارسالی اظهار کنند.

شجاعی درباره‌افق پیش‌روی این جشنواره نیز اظهار کرد: آینده این جشنواره بستگی به نوع عملکرد برگزارکنندگان دارد، یعنی اگر اطلاع‌رسانی‌ها به‌موقع و درست انجام شود و هدف، شناسایی استعداد‌های مختلف در زمینه ترویج فرهنگ امامت و ولایت باشد این جشنواره آینده مناسبی خواهد داشت بنابراین اطلاع‌رسانی درست، شناسایی استعدادها و آموزش مستمر افرادی که در زمینه‌های مختلف کار می‌کنند امری بسیار ضروری است. وی تأکید کرد: حتماً باید سطح همه آثار نیز ارتقا پیدا کند؛ چرا که بر اساس بررسی، فقط تعداد معدودی از آثار ارسالی به این دوره ویژگی‌های لازم یک مطلب رسانه‌ای را داشتند و این نشان می‌دهد افرادی که اثر ارسال می‌کنند حتماً باید آموزش ببینند و استعدادیابی شوند. شجاعی ادامه داد: نکته مهم دیگر اینکه، دایره آثار را باید گسترش بدهیم و از نقاط مختلف برای نوشتن دعوت کنیم و مطلع باشند برای چه و برای کجای می‌نویسند و به‌نظم از این طریق هم از نظر کمی و هم کیفی آثار بیشتر و بهتری در اختیار جشنواره قرار خواهد گرفت.

رسانه‌ها را بشناسیم و به درستی از آن‌ها استفاده کنیم، همچنین لازم است حضور در رسانه و بهره‌گیری از آن همگام با تحولات فناوری و رسانه‌ای باشد.

■ باید فرهنگ رضوی را بیش از پیش به مردم بشناسانیم

داور جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) گفت: یکی از کارکردهای رسانه تبلیغ است اما در بحث فرهنگ رضوی ما نیازی به تبلیغ نداریم بلکه نیاز به اقناع و پرورش استعدادها داریم و اگر رسانه‌ها درست عمل کنند در ترویج فرهنگ رضوی نقش مؤثری خواهند داشت.

کوروش شجاعی افزود: باید حقیقت و واقعیت ولایت، امامت و فرهنگ رضوی را بیش از پیش به مردم بشناسانیم و این نیازمند ترویج معارف است و قدر مسلم ترویج معارف از طریق رسانه امکان‌پذیر است و این موضوع می‌تواند یک وظیفه اصلی برای همه رسانه‌ها باشد.

اما نکته‌ای که باید خیلی مورد توجه باشد و در اندیشکده‌ها مورد بررسی قرار بگیرد، این است که اقناع و باورپذیر کردن مطالب، امری واجب در همه عرصه‌ها به خصوص در عرصه فرهنگی و ترویج فرهنگ رضوی است. توجه داشته باشیم که تکرار زیاد یک مسئله حتماً دلیل بر ترویج نیست، بلکه گاهی زیاد مطرح کردن یک مسئله موجب لوث شدن می‌شود در حالی که اگر ما بهنگام، مطالب زیبا، پرمحتوا و البته نغز را در اختیار مخاطب بگذاریم، همان‌طور که خود حضرت علی بن موسی الرضا(ع) فرمودند، اگر مردم



رسانه‌های قدرتمند با نقش‌ها، وظایف و رسالت‌های مختلف به تأثیر بر افکار عمومی می‌پردازند و به فراخور می‌توانند به فرهنگ‌سازی، انسجام‌بخشی و ایجاد همبستگی، اقناع و ترغیب، اطلاع‌رسانی... اقدام کنند، نخستین مهم، باور به این اثرگذاری و قدرت رسانه‌هاست و نکته مهم بعدی نحوه بهره‌گیری از رسانه‌ها برای این اثرگذاری است. سلیمی درباره اثرگذاری رسانه در ترویج فرهنگ رضوی نیز اظهار کرد: با باری رسانه‌ها می‌توان به توسعه فرهنگ رضوی کمک کرد، به شرط آنکه قابلیت‌ها و ظرفیت‌های

برنامه‌ریزی کند. دکترای علوم ارتباطات و کارشناسی ارشد گرافیک و روزنامه‌نگاری گفت: به اعتقاد من در آینده‌ای نزدیک، شاید جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) مجبور شود بخشی را به تولید مجازی در بستر متاورس اختصاص دهد، کم‌اینکه اکنون برخی از آثار تولید و منتشر شده مربوط به فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی است.

■ **توسعه فرهنگ رضوی به مدد رسانه**
مؤلف و مدرس حوزه اینفوگرافیک و نیوزگرافیک در خصوص نقش رسانه‌ها در ترویج فرهنگ رضوی اظهار کرد:

عرصه رسانه اشاره و تصریح کرد: چندان دور نیست روزی برسد که لازم باشد در جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) به بررسی آثار و تولیدات رضوی با رنگ و بوی متاورس پرداخته شود؛ چرا که جهان فناوری به این سمت در حال حرکت است و ما نیز باید در این جشنواره برای این حوزه‌های جدید برنامه‌ریزی کنیم. داور بخش گرافیک و اینفوگرافیک جشنواره رسانه‌ای امام رضا (ع) افزود: راز موفقیت در عصر حاضر، هماهنگی با تحولات رسانه‌ای و تکنولوژیکی است و با توجه به اتفاق‌های جدید، لازم است آستان قدس رضوی در حوزه متاورس نیز

■ ضرورت برنامه‌ریزی در حوزه‌های جدید

سلیمی در ادامه گفت: آثار این دوره از خلاقیت و نوآوری در سوژه و اجرا برخوردار بودند و در این بین شاهد حضور افراد حرفه‌ای و صاحب‌نام در بین شرکت‌کنندگان بودیم که هر میزان این جلب و جذب مشارکت‌کنندگان افراد حرفه‌ای بیشتر شود، نشان از اعتبار بیشتر جشنواره است و از به رسمیت شناخته شدن آن از سوی جامعه‌ای تخصصی و حرفه‌ای حکایت دارد. وی به ضرورت نگاه بلندمدت به جشنواره و حرکت به موازات تحولات فناورانه در



عجبت
ملین نیشد
ضالتمو قد
اضل قسم
فلا یطلبها

در شگفتم از کسی که گمشده اش را می‌جوید، در حالی که «خود» را گم کرده و در پی یافتن آن نیست!



برش

تولید مجازی

راز موفقیت در عصر حاضر، هماهنگی با تحولات رسانه‌ای و تکنولوژیکی است و با توجه به اتفاق‌های جدید، لازم است آستان قدس رضوی در حوزه متاورس نیز برنامه‌ریزی کند. به اعتقاد من در آینده‌ای نزدیک، شاید جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) مجبور شود بخشی را به تولید مجازی در بستر متاورس اختصاص دهد، کم‌اینکه اکنون برخی از آثار تولید و منتشر شده مربوط به فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی است.

■ تولید محتوا برای جشنواره‌ای مزین به نام امام رضا(ع) افتخاری بزرگ است

برگزیده دومین جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) گفت: تولید محتوا برای جشنواره‌ای که نامش مزین به نام امام رضا(ع) است برای همه افتخاری بزرگ است. اکرم صاحب‌علم، برگزیده بخش گزارش خبری رادیویی و تلویزیونی دومین جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) گفت: بدون شک هر قدم و هر اثری که برای بیان کرامت‌ها و فضائل اهل بیت(ع) برداشته و نگاشته شود بدون تأیید و تصدیق آن‌ها به سرانجام نمی‌رسد؛ حال اگر این اثر برای امامی که مخزن خوبی‌ها و مهر‌بانی‌ها باشد قطعاً با نگاه ویژه‌تری امضا خواهد شد.

وی بیان کرد: قطعاً تولید محتوا برای جشنواره‌ای که نامش مزین به نام امام رضا(ع) است برای همه افتخاری بزرگ است؛ چرا که مهر حضرت بر دل و جان همگان مهر خورده و بند بند وجودمان با نام رضا سرشته شده است. صاحب علم افزود: برگزیده شدن در این جشنواره برای من سعادت و موفقیتی بزرگ بود که جز با نگاه پرمهر و محبت حضرت و قوت قلبی که حضرت در سختی‌ها عنایت می‌فرمودند ممکن نبود. برگزیده دومین جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) گفت: تمام داشته‌ها و دارایی‌هایمان از آن صاحب اصلی اثر است. تلاشم این است تا در گام‌های بعدی بتوانم به معرفی و شناساندن سیره اهل بیت(ع) بپردازم و این گونه ارادت خود را به آن‌ها ابراز دارم؛ «سر ارادت ما و آستان حضرت دوست/ که هر چه بر سر ما می‌رود ارادت اوست».

■ احساس می‌کنم جایزه جشنواره را از خود امام رضا(ع) گرفته‌ام

برگزیده دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) گفت: احساس می‌کنم جایزه جشنواره را از خود امام رضا(ع) گرفته‌ام. یوسف جلالی، برگزیده بخش گزارش خبری جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) در گفت‌وگو با خبرنگار آستان‌نیوز گفت: گزارش‌های زیادی از مشهد و امام رضا(ع) تولید کرده‌ام و هر بار که یک گزارش تهیه می‌کنم حس متفاوتی به‌من دست می‌دهد و فکر می‌کنم این جایزه را از خود امام رضا(ع) گرفته‌ام چون هشت سال است که سالی یک یا دو بار به حرم مشرف می‌شویم و گزارش تهیه می‌کنیم و هیچ انتظاری هم از امام رضا(ع) نداریم، همین که این توفیق نصیب ما شده که در حرم ایشان حضور داشته باشیم برای ما جایزه است و حال‌ا که این جایزه به‌صورت فیزیکی به‌من تعلق گرفته است، احساس می‌کنم از طرف خود امام رضا(ع) است و سپاسگزارم از برگزارکنندگان این جشنواره که این حس را به‌من دادند.

■ جشنواره زمینه‌چاپ مقالاتی از رساله‌ها و پایان‌نامه‌ها را فراهم‌کند

برگزیده دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) گفت: خوب است جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) بستر چاپ مقالاتی از رساله‌ها و پایان‌نامه‌های ارسالی را فراهم کند.

دکتر محمدرضا انواری، برگزیده بخش پایان‌نامه‌ها و رساله‌های دانشجویی دومین جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) گفت: برگزاری همایش‌ها و جشنواره‌های علمی به محققان و



پژوهشگران انگیزه مضاعف می‌دهد تا شروع به تحقیق و پژوهش کنند و البته موضوعاتی که به مباحث قرآنی و اهل‌بیت(ع) می‌پردازند، برکت خاصی دارند و این جشنواره در همین راستا سبب انگیزه می‌شود و اگر بستر چاپ مقالاتی از رساله‌ها و پایان‌نامه‌ها فراهم شود، بسیار خوب خواهد بود.

وی گفت: برگزیده شدن من در این جشنواره از لطف و عنایت امام رضا(ع) بوده است و من سعی کردم موضوعی انتخاب کنم که هم کاربردی و هم از مسائل روز کشور باشد و به‌نظر می‌رسد نتیجه کار مورد قبول واقع شده چون اثر ارسالی‌ام در جای دیگری هم حائز رتبه شده است.

■ بستری برای کشف استعدادها، حتی از نقاط دورافتاده

برگزیده دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) گفت: این جشنواره بستری برای بروز استعدادها حتی از نقاط دورافتاده کشور است. علی‌رضا قاسمی، برگزیده بخش شبکه‌های اجتماعی جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) از شهر خورموچ بوشهر گفت: این جشنواره برای بروز استعدادهایی که در شهرها و نقاط مختلف کشور است، بسیار اهمیت دارد و ممکن است استعداد فردی از دورترین نقطه کشور با یک استوری شناسایی شود. وی گفت: باور نمی‌کردم در این جشنواره برگزیده شده باشم و مجدداً از طریق دوستانم در مشهد پیگیری کردم و بسیار خوشحال شدم که موفق به کسب رتبه در این جشنواره شده‌ام. قاسمی در خصوص اثر ارسالی به این جشنواره گفت: فیلمی را در قالب درد دل یک آتش‌نشان با امام رضا(ع) تهیه کردم که به محض بازگاری، در صفحات مجازی بازتاب خوبی داشت.

■ شرکت در جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) قابل قیاس با هیچ جشنواره‌ای نیست

برگزیده دومین جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) گفت: شرکت در این جشنواره به دلیل انتساب به حضرت رضا(ع) حال آدم را خوب می‌کند و قابل قیاس با جشنواره‌های دیگر نیست. هاشم مسعودی، برگزیده بخش مستند دومین جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) گفت: در این جشنواره هم بحث فنی و داوری آثار توسط داوران خبره و هم ارتباط معنوی با بارگاه مقدس رضوی مطرح است اما در جشنواره‌های دیگر فقط بحث فنی و داوری آثار مطرح می‌شود.

مسعودی با اشاره به تأثیر برگزاری این جشنواره در کیفیت آثار تولیدی گفت: رقابت موجب می‌شود انسان‌ها تلاش کنند و آثار کیفی‌تری تولید نمایند که البته در این رقابت باید به ساخت اثر هم توجه شود.

■ فارغ از جشنواره ما همه خادم امام رضا(ع) هستیم

برگزیده جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) گفت: فارغ از جشنواره، ما همه خادم امام رضا(ع) هستیم. محمدرضا پیشگاهی، برگزیده بخش شبکه‌های اجتماعی دومین جشنواره رسانه‌ای امام رضا(ع) گفت: فارغ از جشنواره، ما همه خادم امام رضا(ع) هستیم و از آنجایی که خادمیار امام رضا(ع) نیز هستم دوست داشتم برای امام رضا(ع) کاری انجام بدهم و از آغاز کرونا که خیلی‌ها نمی‌توانستند به زیارت بروند تصمیم گرفتم یک صفحه امام رضایی



■ امیدوارم اثرم مورد پسند حضرت رضا(ع) واقع شده باشد

برگزیده جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) گفت: امیدوارم اثرم مورد پسند حضرت رضا(ع) واقع شده باشد. زینب ربانی‌خواه؛ برگزیده اصفهانی بخش گرافیک و اینفوگرافی دومین جشنواره رسانه‌ای بین‌المللی امام رضا(ع) اظهار کرد: موجب افتخار است که در جشنواره‌ای منتسب به امام رضا(ع) شرکت کرده و برگزیده شده‌ام؛ فارغ از این جشنواره، کار برای امام رضا(ع) افتخاری بود که نصیب من شد و الحمدلله کار مورد توجه مخاطبان و داوران قرار گرفته است و امیدوارم حضرت رضا(ع) نیز کار را پسندیده باشند و تأیید کنند.

وی گفت: فضای رقابتی ایجاد شده با محوریت امام رضا(ع) سبب کیفی‌تر شدن آثار خواهد شد؛ چرا که وقتی این آثار به صورت رقابتی کنار هم قرار داده می‌شوند، هنرمندان بیشتری اثر را می‌بینند. مخاطب آثار ما پیش از طرح‌ای عموم مردم هستند اما در جشنواره‌ها سطح کیفی کار توسط طراحان ارزیابی می‌شود و توقع می‌رود در سال‌های بعد آثار بهتری ارائه شود.