

مستقیم و شگرفی دارد.

بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌ها و فضای مجازی برای فراهم آوردن امکان زیارت از راه دور و دسترسی علاقه‌مندان به برنامه‌های جاری حرم مطهر در چارچوب سیاست‌های رسانه‌ای آستان قدس رضوی. (اصل ۹، بند ۵) امروزه رسانه‌ها و فضای مجازی فرصتی منحصر به فرد برای زائرانی که قادر به حضور فیزیکی در حرم مطهر نیستند، فراهم آورده است تا از طریق پلتفرم‌های برخط، به صورت مجازی در مراسم‌ها و برنامه‌های معنوی حرم شرکت کنند.

واحد افکارسنجی مرکز ارتباطات و رسانه آستان قدس رضوی، با انجام پژوهش‌های مخاطب‌شناسی و تحقیقات نظرسنجی، ذائقه‌شناسی و رضایت‌سنجی برنامه‌هایی می‌تواند خوارک فکری سیاست‌های ذیل را برای مدیریت عالی حرم مطهر رضوی فراهم آورد:

- ۱-۹ جهت‌گیری و انسجام خدمات و پیام‌های اصیل فرهنگی متناسب با نیازها و ویژگی‌های مخاطبان؛
- ۲-۹ ارزیابی مستمر اثر بخشی برنامه‌ها و فعالیت‌ها و اتخاذ اقدامات اصلاحی از جمله: جایگزینی برنامه‌های کم‌اثر با برنامه‌های جدید و غلبه کیفیت بر کمیت برنامه‌ها؛
- ۳-۱۰ متناسب‌سازی برنامه‌ها با نیازهای اقشار مختلف فکری و گروه‌های متنوع زائران از حیث سن، جنسیت، زبان، قومیت و ملیت و...

رسانه‌ها و ابزارهای نوین این امکان را برای زائران فراهم آورده‌اند که مشکلات، پیشنهادها و شکایات خود را به راحتی به مسئولان آستان قدس رضوی منتقل کنند. سامانه ملی پاسخگویی آستان قدس رضوی (سامانه ۱۳۸) پل ارتباطی میان زائران و مسئولان آستان قدس رضوی است و فعالیتی است در راستای اصل «۱۱-۶ تسهیل ارتباط زائران با مسئولان در انتقال مشکلات، پیشنهادها، شکایات و تخطفات» سیاست‌های بخشی حرم مطهر رضوی.

رسانه‌های رضوی؛ صدای گفتمان فرهنگی و علمی در جهان اسلام

در سیاست‌های سازمان علمی و فرهنگی رد پای نقش رسانه به منظور گسترش جغرافیای تأثیرگذاری فرهنگی در ایران و جهان اسلام به راحتی قابل مشاهده است. به عنوان مثال در چارچوب اصل ۱۴، رسانه‌ها به عنوان ابزاری کلیدی برای تبیین و ترویج معارف و حیانی قرآن و سیره اهل بیت (علیهم‌السلام) به محوریت سیره امام رضا (علیه‌السلام) شناخته می‌شوند. بند ۱۴-۲ بر بهره‌گیری از رسانه‌ها و فضای مجازی برای گسترش جغرافیای اثرگذاری فرهنگی تأکید دارد.

۲-۱۴ بهره‌گیری از رسانه و فضای مجازی برای گسترش جغرافیای اثرگذاری فرهنگی در ایران و جهان اسلام در چارچوب سیاست‌های رسانه‌ای آستان قدس رضوی

هرگاه سخن از فناوری‌های نرم و هویت‌ساز به میان می‌آید نخستین موضوعی که به ذهن متبادر می‌شود نقش هویت‌ساز رسانه‌هاست. در راستای اصل ۱۷، سازمان علمی و فرهنگی موظف است تا با «بهره‌گیری از زیرساخت‌ها و ظرفیت‌های آستان قدس رضوی به منظور حمایت، هدایتگری، تسهیلگری و ارتقای مجموعه‌های دانش‌پایه در حوزه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز» فعالیت‌های علمی، آموزشی و پژوهشی خود را در حوزه‌های فرهنگی و دینی ارتقا بخشد. بسیاری از مجموعه‌های فعال در حوزه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز احتمالاً در حوزه رسانه فعالیت خواهند داشت.

سیاست «۱۸-۲ توانمندسازی و انسجام بخشی کنشگران مؤثر مردمی و هویت بخشی به آنان در تبلیغ

و ترویج معارف قرآن و اهل بیت (علیهم‌السلام) در کشورهای اسلامی در چارچوب مأموریت‌های آستان قدس رضوی» در حوزه رسانه بر شناسایی «انسان-رسانه»‌ها و میزان تأثیرگذاریشان بر جامعه هدف تأکید دارد. امری که می‌تواند به گسترش دامنه تأثیر آستان قدس رضوی در فضای مجازی خارج از مرزهای جغرافیایی ایران منجر شود. این انسان-رسانه‌ها (کنشگران مردمی)، با هویت بخشی و پشتیبانی رسانه‌ای، نقش مهمی در گسترش پیام‌های رضوی و افزایش تأثیرگذاری آستان قدس در فضای فرهنگی بین‌المللی ایفا می‌کنند.

رسانه در مسیر خدمت

آستان قدس رضوی با هدف ارتقای کیفیت خدمات اجتماعی و افزایش مشارکت‌های مردمی، از رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی برای جلب اعتماد عمومی و اطلاع‌رسانی بهره‌برداری می‌کند. این رویکرد نه تنها باعث افزایش آگاهی جامعه هدف نسبت به خدمات ارائه شده و دستاوردهای اجتماعی می‌شود، بلکه با ایجاد بستری برای اطلاع‌رسانی مؤثر و جامع، به ظرفیت‌سازی اجتماعی کمک کرده و زمینه را برای مشارکت فعال‌تر و گسترده‌تر جامعه در ارائه خدمات اجتماعی فراهم می‌آورد.

لذا سیاست «۲۲-۳ ظرفیت‌سازی اجتماعی، از طریق افزایش آگاهی جامعه هدف از مسائل، خدمات و دستاوردها، در چارچوب سیاست‌های رسانه‌ای آستان قدس رضوی» بدین موضوع اشاره دارد.

رسانه؛ بازتاب افق‌های نو در فرهنگ و وقف و نذر

استفاده از رسانه‌ها و فناوری‌های نوین برای توسعه موقوفات، ارتقای شفافیت و جلب اعتماد عمومی در زمینه فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی می‌تواند به ساده‌سازی فرایندهای نذر و وقف کمک کرده موجب افزایش مشارکت مردمی و گسترش فرهنگ وقف در جامعه شود. علاوه بر این با تغییر فناوری الگوها و زمینه‌های جدیدی برای وقف و نذر پدید می‌آید. در اصل «۲۷-۶ تسهیل فرایندها و ترویج فرهنگ وقف و نذر جمعی و مشارکتی، با استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌های گروهی و فناوری‌های نوین و معرفی الگوهای جدید وقف در مسائل مستحدثه و آینده‌نگر» به این موضوع از منظر نقش رسانه توجه شده است.

یکی از موضوعات مهم مرتبط با بنیاد بهره‌وری موقوفات، جلب اعتماد عمومی است. در این راستا نقش رسانه‌ها به عنوان ابزارهای اطلاع‌رسانی دقیق و به موقع درباره فعالیت‌ها غیرقابل انکار می‌باشد. لذا بخش مربوط به اطلاع‌رسانی در اصل «۲۹-۱ جلب اعتماد عمومی و اصلاح تصویرسازی از طریق نظام‌مند کردن عملکرد سازمان، تضمین سلامت فعالیت‌ها با شفافیت مالی و سیاست‌های قاطع پیشگیری از فساد و پولشویی، اطلاع‌رسانی و گزارشگری دقیق، مناسب و به موقع از فعالیت‌ها و بهره‌برداری از فرصت تبلیغات تجاری شرکت‌ها» را می‌توان امری رسانه‌ای تفسیر کرد.

اصل «۳۱-۲ بهره‌گیری از ظرفیت‌های نهادهای فرهنگی، اجتماعی، علمی، پژوهشی، فناوری و رسانه‌ای آستان قدس رضوی در اجرا و توسعه فعالیت‌های درآمدزا» به اهمیت استفاده از رسانه‌ها و فناوری‌های نوین در بهبود نظام مدیریت و افزایش بهره‌وری اقتصادی اشاره دارد. رسانه‌ها می‌توانند با پوشش وسیع تر فعالیت‌های اقتصادی و فرهنگی بنیاد، به ایجاد درآمد‌های پایدار و توسعه فعالیت‌های اقتصادی کمک کنند. همچنین از طریق رسانه‌های نوین، ارتباطات مؤثرتر و گسترده‌تری با مخاطبان ایجاد شده و فرصت‌های جدید اقتصادی به وجود می‌آید.

