



برنامه «به وقت حرم» و پوشش زنده مراسم حرم در تلویزیون اینترنتی

در کنار تولیدات فضای مجازی، ویژه برنامه تلویزیون اینترنتی آستان قدس رضوی با عنوان «به وقت حرم» برای ایام شهادت امام رضا علیه السلام طراحی و پخش شد. این برنامه با هدف روایت مدیریت حضور گسترده زائران و تبیین فرهنگ میزبانی، تلاش کرد از روایت‌های کلیشه‌ای فاصله بگیرد و پشت صحنه مدیریت حرم و تجربه زائران را به تصویر بکشد. پنج قسمت این مجموعه با موضوعاتی همچون آماده‌سازی حرم برای میزبانی، روایت مسیر زائران پیاده و مواکب، مراسم شاخص، حضور اقوام و هیئت‌ها در حرم و حال و هوای شب شهادت و لحظات وداع تولید و پخش شد. در دهه پایانی صفر، برنامه‌های رسمی حرم مطهر رضوی نیز به صورت زنده در تلویزیون اینترنتی آستان قدس رضوی و بسترهای مجازی پشتیبان پخش زنده پوشش داده شد. در میان برنامه‌های ارائه شده، «به وقت حرم» در پنج قسمت، «حسینیة کودک» در شش قسمت، «حسینیة حرم» در هفت قسمت، مراسم صحن غدیر در چهار قسمت و برنامه‌های رواق امام خمینی (ره) در ۱۱ قسمت پخش شدند. براساس آمار بازدید نهایی درج شده در گزارش، «به وقت حرم» ۷۹ هزار، «حسینیة کودک» ۴۸ هزار، «حسینیة حرم» ۳۰ هزار و ۵۰۰، مراسم صحن غدیر ۱۳ هزار و ۸۰۰ و برنامه رواق امام خمینی (ره) ۲۱۸ هزار و ۴۰۰ بازدید در سایت داشته‌اند. در مجموع، عملیات رسانه‌ای فضای مجازی آستان قدس رضوی در دهه پایانی صفر، تلاش کرد روایت این ایام را از قالب اطلاع‌رسانی صرف فراتر برد و با ترکیب تصویر، روایت، مستند، گرافیک، محتوای معرفی و پخش زنده، تصویری چندوجهی از میزبانی حرم مطهر، حضور زائران و حال و هوای معنوی این ایام ارائه کند.

تولید صدها محتوای متنوع

در این بازه، تولیدات فضای مجازی در قالب‌های مختلفی از جمله آثار مبتنی بر هوش مصنوعی، نماهنگ و ویدئو کلیپ، ریلز و ویدئوهای کوتاه، موشن گرافیک، پوستر و عکس نوشت دنبال شد. هشت عنوان تولید هوش مصنوعی، ۱۵ عنوان ویدئو کلیپ و نماهنگ، ۲۰ عنوان ریلز، ویدئوی کوتاه و ویدئو استوری، هفت عنوان موشن گرافیک و ویدئو موشن و ۱۵۰ عنوان تولید گرافیکی در این ایام تولید شد. این تولیدات با محوریت دو رویکرد اصلی، یعنی روایت معارف و مسیر اهل بیت علیهم السلام و معرفی خدمات و پوشش رسانه‌ای برنامه‌های حرم مطهر رضوی، در بسته‌های محتوایی و بسترهای رسانه‌ای آستان قدس رضوی منتشر شد.

از «کلام نور» تا «سلام از خراسان» و «آستان دوست»

یکی از بخش‌های این عملیات رسانه‌ای، تولید مجموعه «کلام نور» در قالب کینتیک تایپوگرافی بود که با سه اثر تاریخی درباره امام حسن مجتبی علیه السلام، پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و امام رضا علیه السلام، عملکرد دایمیه علیه السلام را در بستر زمان روایت و به مسائل امروز پیوند می‌داد. همچنین دو نماهنگ اختصاصی «سلام از خراسان» با صدای حاج باسم کربلایی و «آستان دوست» با صدای محمد جعفر نژاد تولید و در بسترهای رسانه‌ای منتشر شد. در کنار آن، شش نماهنگ از اجراهای مباحثان و ذاکران اهل بیت علیهم السلام در برنامه‌های حرم مطهر نیز با هدف باز تولید محتوای مراسم برای رسانه‌های نوین تولید شد. بخش دیگری از تولیدات به معرفی خدمات اختصاص داشت؛ از جمله استندآپ پرزنتیشن خدمات آستان قدس رضوی و اینفو موشن معرفی مواکب که اطلاعاتی درباره خدمات، محل استقرار و موقعیت مواکب پیرامون حرم مطهر را به شکلی سریع و کاربردی در اختیار زائران قرار می‌داد.

روایت حرم و زائر در قالب‌های کوتاه

در بخش آثار تصویری، تولیداتی همچون «قصه سیاه پوش شدن حرم»، «حسینیة حرم» و «ثابت قدم» با استفاده از قالب‌های بی‌رول و هایپر لپس، گوشه‌هایی از فضای حرم و گستره خدمت‌رسانی آستان قدس رضوی را روایت کردند. «حسینیة حرم» نیز حرم مطهر را به عنوان «حسینیة‌ای به وسعت ایران» به تصویر کشید و حضور عزاداران از نقاط مختلف کشور را به نمایش گذاشت. همچنین مجموعه‌ای از پست‌های اسلایدی با موضوعات تاریخی و معرفی از سیره اهل بیت علیهم السلام تولید شد و در بخش اطلاع‌رسانی نیز موضوعاتی همچون مکان‌ها، مواکب و خدمات آستان قدس رضوی با محور «میزبانی از زائران» از مسیر تاحرم مورد توجه قرار گرفت.

۵ هزار محتوای منتشر شده و ۱۰۶ میلیون بازدید

تولید مستندهای کوتاه امام رضایی، بخش دیگری از این عملیات رسانه‌ای بود؛ مجموعه‌ای که به جای روایت صرف رویدادها، سراغ سوژه‌های انسانی مرتبط با حضور زائران در دهه پایانی صفر رفت. «ثابت قدم» داستان ۳۰ سال تلاش مدیر کاروان زائران پیاده حضرت رقیه علیها السلام از شهرستان سرخس، «حاجت روا» روایت مسئول کاروان پیاده شهرستان جوین، «خدمت در دارالکرامه به سبک دانشجویی» درباره خدمت یک دانشجوی مشهدی به زائران و «موکب شهدای میناب» درباره خدمت‌رسانی به یاد دانش‌آموزان شهید دبستان شجره طیبه از جمله این آثار بودند. در حوزه تولیدات نوآورانه نیز مجموعه هشت قسمتی «مدینه تامل» با روایتی کودکانه از سفر تاریخی امام رضا علیه السلام از مدینه تامل و برای رسانه ویژه کودکان حرم مطهر، «آهونما»، تولید و منتشر شد. گستره انتشار این تولیدات نیز قابل توجه بود. بر اساس گزارش، در ۱۹ بستر اصلی فضای مجازی آستان قدس رضوی، مجموعاً پنج هزار و ۵۸۰ محتوای رسانه‌ای منتشر شد که در مجموع نزدیک به ۱۰۶ میلیون بازدید را به خود اختصاص داد.