



# اوقاف

ویژه فرهنگ و معارف رضوی

| سال دوم | ویژه نامه ۵۳۵ |

## راز نام گذاری کتاب «الفوائد الرضویه»

درباره خدمات

و توانایی های ویژه علمی

شیخ عباس قمی



۴

مدیرعامل به نشر خبر داد

## درخشش «من و آقای همسایه» در دوسالانه «شیرازه»

۴

جهان‌شهر

## ترجمه قرآن به زبان ولزی



**رواق |** از آغاز گسترش اسلام در جهان، نیاز مبرم به ترجمه و تفسیر قرآن برای تبلیغ اسلام و پیروی از آن احساس می‌شد. در میان اصحاب پیامبر(ص) افراد غیرعرب مثل «سلمان فارسی، صهیب رومی و بلال حبشی»، یهودیان و مسیحیان تازه مسلمان مسلط به زبان‌های عربی و غیرعربی بودند که گاهی پاره‌ای از مفاهیم قرآن را برای همزبانان خود ترجمه و تفسیر می‌کردند. با این حساب اگرچه ترجمه کتاب آسمانی مخالفان و موافقان زیادی داشت اما می‌توان گفت تاریخ ترجمه آن به صدر اسلام برمی‌گردد. ترجمه سوره مریم برای نجاشی، پادشاه حبشه و ترجمه نامه‌های پیامبر(ص) که مشتمل بر آیات قرآنی بوده برای سایر اقوام و ملل مؤید این مطلب است. حالا «شیستان» خبر داده یک دختر مسلمان با هدف گسترش آموزه‌های اسلامی تلاش دارد برای نخستین بار قرآن کریم و احادیث نبوی را به زبان ولزی ترجمه کند. «لورا جونز» دختر مسلمان از ولز گفته است: تلاش می‌کنم آموزه‌های دین اسلام را به زبان ولزی که در کنار زبان انگلیسی در انگلستان به عنوان زبان رسمی به شمار می‌آید، ترجمه کنم. وی اضافه کرده: این مسئله بسیار مهم است، زیرا بسیاری از مسلمانان و حتی غیرمسلمانان که به این زبان صحبت می‌کنند، تمایل دارند بیشتر از دین اسلام بدانند. متون قرآنی مانند احادیث پیامبر اکرم(ص) و قرآن کریم اگرچه به چندین زبان بین‌المللی ترجمه شده است، اما ترجمه کاملی از قرآن کریم به زبان ولزی وجود ندارد. جونز این را هم گفته است که بر اساس مطالعاتش، زمان آن فرارسیده است که ترجمه متون اسلامی بیشتر شود. لورا جونز به عنوان مبلغ مسلمان آموزش دیده و تجربه‌های مسلمانان را بررسی کرده است. او مدرک فوق‌لیسانس خود را از دانشگاه کاردیف گرفته و درباره نقش و تأثیر اسلام بر بریتانیای معاصر درس خوانده است. اودر حال حاضر در مقطع دکترا در همان دانشگاه تحصیل می‌کند و تجربه‌های مردم در ماه مبارک رمضان را مورد بررسی قرار می‌دهد. جونز این را هم گفته است که بر اساس مطالعاتش تاریخ مسلمانان در ولز به قرن هشتم میلادی برمی‌گردد یعنی زمانی که روابط اجتماعی و سیاسی میان مسلمانان و اروپاییان وجود داشته و وجود سکه طلایی اسلامی دوره پادشاهی اوفای این مسئله را تأیید می‌کند.

در گفت‌وگو با مدیرعامل مؤسسه آفرینش‌های هنری آستان قدس رضوی مطرح شد

# «مهر»؛ گامی بلند در تولید محصولات هنری رضوی

فقط در دو ماهه اخیر تولید شده است.

■ **مؤسسه آفرینش‌های هنری آستان قدس رضوی در این حوزه چقدر به مسئولیت‌های اجتماعی خود و اشتغال‌زایی در جامعه عمل کرده است؟**

بی‌تردید طراحی، تولید و عرضه محصولات هنری رضوی، نقش اثرگذاری در حوزه اشتغال‌زایی نیز دارد، چنان‌که در حال حاضر این فعالیت‌ها به طور مستقیم و غیرمستقیم زمینه اشتغال حدود هزار نفر در کشور را فراهم کرده است. در این بین، این مؤسسه نگاه خاصی به مسئولیت اجتماعی خود داشته به طوری که نزدیک به ۳۰ زن سرپرست خانوار یا دختر بدسرپرست در دو کارگاه تولید تسبیح این مؤسسه مشغول به کار هستند. همچنین این مؤسسه در سال جاری همکاری خود را با «بنیاد تعاون زندانیان» آغاز کرد. بدین ترتیب جمعی از زندانیان نیز به جمع

قدس رضوی و نیاز زائران و مجاوران بارگاه ملکوتی حضرت رضا(ع) با محوریت هویت رضوی از جمله هنر و معماری حرم مطهر طراحی شده و می‌شود. در این میان، نگاه ویژه‌ای نیز به نیازهای دیده‌نشده زائران شده است. به طور نمونه، وقتی سخن از آثار هنری به عنوان سوغات فرهنگی زائر به میان می‌آید، به طور معمول کارهای حجمی و تابلو به ذهنمان آمده که هیچ ارتباط مستقیمی با سبک زندگی روزانه مردم ندارد. در حالی که اگر مردم در وسایلی که روزانه با آن‌ها سر و کار دارند، رنگ و بوی حرم مطهر رضوی را ببینند خاطرات خوبی که از تشرّف به مشهد مقدس داشتند، در ذهنشان تداعی می‌شود. به طور مثال، اگر گل متبرک حضرت رضا(ع) در فلز کوچکی قرار می‌گیرد و به صورت یک گردنبند مورد استفاده زائر قرار گیرد، به او حس خوبی منتقل می‌شود؛ چراکه این یادگاری همیشه او را به یاد حرم مطهر و زیارتش



**آستان‌نیوز |** هنرمندان ایرانی به ویژه فعالان حوزه صنایع دستی همواره با ذوق و سلیقه و دستان معجزه‌گرشان، آثاری تولید می‌کنند که بخشی از هویت و فرهنگ این آب و خاک را به نمایش می‌گذارد. زمانی که این آثار هنری با نگره‌های دینی و معارف رضوی پیوند می‌خورد زمینه جریان یافتن امر زیارت در زندگی روزمره افراد را فراهم می‌آورد. مؤسسه آفرینش‌های هنری آستان قدس رضوی که بیش از دو دهه سابقه فعالیت در حوزه تولید سوغات زائر دارد، از اواخر سال ۱۳۹۹، مسیر فعالیت‌های خود در زمینه تولید محصولات هنری رضوی را با رویکردی جدید و جدیت بیشتری ادامه داد و در نهایت با تدوین استانداردهایی در فرایند تولید، موفق به تعریف نمانام «مهر» شد. در این مجال با امیرمهدی حکیمی، مدیرعامل مؤسسه آفرینش‌های هنری آستان قدس رضوی گفت‌وگو کرده‌ایم تا با فعالیت‌های این مؤسسه در حوزه این محصولات هنری بیشتر آشنا شویم.

■ **محصولات هنری رضوی که با نمانام «مهر» عرضه می‌شوند، شامل چه محصولاتی هستند؟**

در یک سال و نیم اخیر، نزدیک به ۵۰۰ نوع محصول هنری رضوی جدید با برند مهر توسط این مؤسسه طراحی شده که بخشی از آن‌ها به مرحله تجاری‌سازی و عرضه به بازار رسیده است. این محصولات در حال حاضر در حوزه‌های «تابلو»، «متبرک»، «دکوراتیو»، «زیورآلات»، «حجمی» و «زینتی» دسته‌بندی می‌شود. جالب است بدانید فعالیت اقتصادی مؤسسه در برخی از دسته‌ها همچون تولید زیورآلات برای نخستین بار انجام شده است. همچنین به همت این مؤسسه تولید مجموعه‌ای گسترده از تندیس‌های «سلام» در دست اقدام است که تاکنون نخستین محصول آن با عنوان «پیرغلام» عرضه شده است.



■ **طراحی این محصولات چگونه انجام می‌شود؟** بخشی از طراحی محصولات هنر رضوی توسط هنرمندان شاغل در مؤسسه آفرینش‌های هنری آستان قدس رضوی انجام می‌شود و برخی دیگر نیز در قالب برون‌سپاری توسط هنرمندان فعال در خارج از بدنه مؤسسه طراحی می‌شود. معیارها و شاخصه‌های بازار این طرح‌های هنری نیز در چارچوب شیونامه تعریف شده برند مهر و البته به همراه گفت‌وگو بین کارشناسان مؤسسه و هنرمندان تعریف می‌شود. به عبارتی مؤسسه ضمن معرفی محصولات هنری موجود و نیازهای بازار به هنرمندان، از آنان می‌خواهد طرح و ایده‌های خلاقانه و جدیدشان را در راستای برطرف کردن کمبودهای موجود ارائه دهند. این ایده‌ها در جلسات کارشناسی مؤسسه بررسی، اصلاح و تقویت شده و در نهایت به مرحله تولید می‌رسد.

■ **فکر می‌کنید مهم‌ترین شاخصه محصولات مهر چیست؟** این محصولات با توجه به فضای فرهنگی آستان



می‌اندازد. بنابراین ما در طراحی این محصولات هم به این نیازهای دیده‌نشده و هم نقش آن‌ها در امتداد مسیر زیارت توجه کردیم. در واقع ما امر زیارت را تنها به معنای حضور فیزیکی زائر در حرم مطهر رضوی نمی‌بینیم و بخشی از رسالت این مؤسسه در حوزه اقتصاد هنر نیز با محوریت امتداد مسیر زیارت دنبال می‌شود. یعنی همه اقدام‌های مؤسسه رویکردی معنایی دارد.

■ **این مؤسسه توسعه محصولات هنر رضوی را چگونه دنبال می‌کند؟**

توسعه محصول یکی از راهبردهای اصلی حوزه بازرگانی این مؤسسه مبتنی بر اقتصاد هنر است که در دو حوزه «توسعه ارتباط با هنرمندان» و «توسعه طراحی محصولات جدید» به صورت همزمان دنبال می‌شود. در این راستا در حدود دو سال اخیر، شبکه ارتباطی مؤسسه آفرینش‌های هنری آستان قدس رضوی با هنرمندان بسیار گسترش یافته و مؤسسه علاوه بر هنرمندان مشهودی با هنرمندانی از گوشه و کنار کشور همچون اصفهان، یزد، شیراز و شمال نیز در ارتباط است. حتی هنرمندان برخی از استان‌های کشور مثل کرمان به تازگی به این شبکه پیوستند. در مجموع در حال حاضر با حدود ۲۰۰ تولیدکننده در ارتباط هستیم. همچنین در این مسیر همواره در تلاش هستیم تا تولیدات خلاقانه و متنوع هنرمندان تجاری‌سازی شود و به مرحله فروش و عرضه به مشتریان برسد چنان که بیش از ۴۰ محصول جدید

تولیدکنندگان تسبیح این مؤسسه پیوستند و برای خانواده‌های خود کسب درآمد می‌کنند.

■ **عرضه و فروش این محصولات از چه مسیرهایی در حال انجام است؟**

در حال حاضر زائران و مجاوران می‌توانند محصولات هنری مؤسسه آفرینش‌های هنری آستان قدس رضوی را از سه فروشگاه آن در مشهد واقع در خیابان کوهسنگی ۱۷، باب‌الجواد(ع) حرم مطهر رضوی و همچنین هتل قصر الضیافه در جوار صحن امام حسن مجتبی(ع) حرم مطهر تهیه کنند. البته درصدد افتتاح فروشگاه دیگری در مشهد مقدس نیز هستیم. در این بین، توسعه حوزه بازاریابی دیجیتال مؤسسه و افزایش ارتباط و تماس با مشتریان مورد توجه قرار گرفته است که این امر شامل فعالیت در شبکه‌های اجتماعی تا طراحی و راه‌اندازی وب‌سایت فروش اینترنتی محصولات هنر رضوی می‌شود و به زودی از این وب‌سایت فروش رونمایی خواهد شد. ظرفیت خوبی در بازار برای عرضه این محصولات وجود دارد بنابراین افزایش تنوع و تولید محصولات همچنان دنبال خواهد شد. همچنین به طور جدی پیگیر ورود به عرضه این محصولات در فضاهای جدید همچون حوزه بین‌الملل هستیم.

از طرف دیگر در تلاش هستیم تا شرایطی را فراهم کنیم که محصولات بیش از پیش در دسترس مشتریان قرار گیرد و تهیه آن‌ها برای عموم تسهیل شود.

نیمکت زندگی

## خشم و هیاهو



**رقیه توسلی |** عمریست طرفدار حرف حسابم، مثل همین نقل قول معروفی که خیلی شنیده‌اید: «در زندگی گاهی آدم باید کمی کر باشد. در خانه، محیط کار، خیابان، هر جا. اگر بیان دلسردکننده یا نامهربان شنیدید بهتر است فراموشش کنید. عصبانیت و خشم چیزی بر توان انسان نمی‌افزاید».

روز درهم برهمی است. نصف همکاران مرخصی‌اند، باقی هم که حاضرند، افتاده‌اند به جان هم و اختلاف نظر سبب شده همدیگر را برنجانند. چنانچه اگر کسی الساعه از در بیاید داخل، فکر می‌کند آمده میدان جنگ!

همکاری که از همه باسابقه‌تر است دیگر نمی‌شنید پشت میزش و می‌ایستد به دفاع کردن از مواضعش و دو نفر هم نیم‌خیزند برای جوابیه. ناگفته پیداست سیاست و اقتصاد محور ماجراست و پنج خانم مترجم با هوار دارند حرف دلشان را پرتاب می‌کنند سمت هم. یکی از موبایل تازه‌ای که با وام ۲۰درصد خریده می‌گوید، یکی از کسادی مغازه پسرش، همکاری هم برعکس آن‌ها حرف پدرش را پیش می‌کشد که چند وقتییست متوجه شده‌اند نیمی از حقوقش را به خیریه نگهداری کودکان اختصاص داده.

نگاهشان می‌کنم. ردی از ختم غائله توی صورتشان نیست. نیم ساعت از تیشه آّه دادنشان گذشته اما به گلابیاتورهای تازه نفسی می‌مانند که می‌خواهند باز ببرند وسط گود. می‌خودم می‌گویم؛ چرا کمی کر نیستید؟... کر مصلحتی... کاش وا بدهید... کاش صلوات بفرستید... کاش خانم مدیر بود... حداقل خانم کاشانی آبدارخانه زودتر بیاید منع و دلالتان کند... کاش مراجعه‌کننده‌ای سر برسد... که متأسفانه چشمم روز بد را می‌بیند و نمی‌شود آنچه می‌خواهم... می‌بینم چطور گپ وگفتشان گزنده‌تر می‌شود و می‌رسد به بی‌احترامی‌های بی‌سابقه. به جملات زشت‌تر، مرافعه، توهین، قهر. می‌بینم همکاری‌ها چطور با حال خراب از دفتر می‌زند بیرون. آن قدر مشوش که چتر و گوشی‌اش جا می‌ماند. می‌بینم آن‌ها هم که مانده‌اند اوضاع بهتری ندارند و تکتکشان انگار از دل آتش پریده‌اند بیرون؛ ملتهم، گیج، سوخته.

شبیه متفاوتی است و چیزی را که می‌بینم هضم نمی‌کنم. فقط چهار نفر نشست‌ایم پشت سیستم و مابقی میزها خالی‌اند. باورم نمی‌شود تخریب خشم این قدر وحشتناک باشد. انگار زلزله آمده. انگار تا امروز زور اقتصاد و اخلاق را خیلی دست‌کم گرفتیم. انگار باید تا از این دیرتر نشده همدیگر را هوشیار کنیم.

**پی‌نوشت**

امام صادق(ع): اَلْغَضَبُ مِفْتَاحُ كُلِّ شَرٍّ

خشم کلید همه بدی‌هاست.