

به نام خدا



معاونت امور اجتماعی فرهنگی



کانون

رسانه‌های دیجیتال



دکتر محمود بابائی

دبیر کانون رسانه‌های دیجیتال

پاییز ۱۳۹۱

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

فهرست مطالب

برنامه کانون رسانه‌های دیجیتال	۴
۱. مقدمه	۴
۲. هدف‌ها	۵
۳. رسانه‌های دیجیتال	۶
۴. محدوده	۷
۵. سازمان	۱۲
۶. وظایف	۱۲
۷. فرایند داوری و گزینش آثار	۱۵
۸. زمان‌بندی	۱۶
۹. حقوق مالکیت معنوی و کپی‌رایت	۱۶
۱۰. داوری	۱۶
راهنمای برنامه کانون رسانه‌های دیجیتال	۲۹
بخش نخست	۲۹
کلیات	۲۹
بخش دوم	۳۳

۳۳	محورها و ویژگی های آثار.....
۴۲	بخش سوم.....
۴۴	اطلاعات تماس.....
۴۶	گزارش آماری آثار دریافتی از محلات شهر تهران.....
۵۸	اسامی برندگان نهایی جشنواره شکوفا: کانون رسانه های دیجیتال.....
۶۲	تجارب و پیشنهادها.....
۶۴	پیوست ها.....
۶۵	اساسنامه کانون رسانه های دیجیتال.....
۷۰	نقشه راه.....
۷۵	فرم ها.....
۷۹	دستورالعمل طراحی فرم نرم افزاری ثبت اطلاعات آثار دریافتی.....
۸۹	مصاحبه دبیر علمی کانون رسانه های دیجیتال با روزنامه همشهری.....

برنامه کانون رسانه‌های دیجیتال

۱. مقدمه

قانون برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران «توسعه تولیدات و فعالیت‌های رسانه‌ای، فرهنگی، و هنری دیجیتال و نرم‌افزارهای چندرسانه‌ای و نیز حضور فعال و تأثیرگذار در فضای مجازی» را به عنوان یک راهبرد بیان می‌کند (بند «ج» ماده ۳) و از «پشتیبانی و کمک به مقابله با جنگ نرم در حوزه‌های مختلف با اولویت حضور فزاینده در فضای مجازی و رایانه‌ای (سایبری) با رویکرد بومی» سخن به میان می‌آورد (بند «ه» ماده ۱۹۵). کامیابی در چنین راهبردهایی با همت و پشتیبانی همه نهادها در این زمینه پیوندی ژرف دارد. بایسته است که نگاه راهبردی به رسانه‌های دیجیتال و تولید محتوا، هم‌تراز با نگاه راهبردی به تولید مواد غذایی باشد. چرا که هرگونه گسست در تولیدات رسانه‌ای، بدون درنگ با جایگزین‌های غیربومی پر می‌شود و پیامدهایی ناگواری را به ویژه در زمینه‌های فرهنگی پدید می‌آورد.

جشنواره رسانه‌های دیجیتال که از سوی معاونت امور اجتماعی فرهنگی شهرداری تهران برگزار می‌شود، تلاشی برای پدیدآوری یک حرکت همگانی و مردمی برای مشارکت در تولید رسانه‌های دیجیتال و محتواسازی با رویکردی مسئولانه است. این حرکت می‌تواند دفاعی غیرعامل با مشارکت همگان و برخاسته از دل جامعه باشد و توان نهفته جامعه را فعالیت‌های رسانه دیجیتال نمایان سازد و با یک برنامه آگاهانه به پیشبرد آن کمک کند و آن را در خدمت منافع ملی کشور قرار دهد.

برنامه برگزاری جشنواره رسانه‌های دیجیتال در چند بخش، همراه با تبیین علمی رسانه‌های

دیجیتال، به چگونگی اجرای این جشنواره می‌پردازد. در این برنامه، هدف‌های برگزاری جشنواره، محدوده آن، سازمان برگزاری، وظایف افراد و واحدهای درگیر، فرایند برگزاری، و چگونگی داوری بیان می‌شود.

۲. هدف‌ها

۱-۲. هدف‌های کلان

- ◇ بسترسازی برای تولید و توسعه محتوای هم‌خوان با فرهنگ ایرانی - اسلامی؛
- ◇ حمایت از تولید محتوای دیجیتال برای پاسخ‌گویی به نیازهای جامعه؛
- ◇ بسترسازی برای دستیابی به هدف‌های برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران؛
- ◇ فراهم‌آوری زمینه مشارکت شهروندان در دفاع غیرعامل؛
- ◇ گسترش استفاده از رسانه‌های دیجیتال.

۲-۲. هدف‌های ویژه

- ◇ ترغیب تولید محتوای بومی با مشارکت شهروندان در سطح محله‌های شهر تهران؛
- ◇ برآورد ظرفیت موجود برای تولید محتوا برای رسانه‌های دیجیتال در سطح شهر تهران؛
- ◇ فراهم‌آوری فضای رقابت میان شهروندان تهرانی در تولید محتوای دیجیتال؛
- ◇ هم‌افزایی میان پدیدآوران محتوا در حوزه رسانه‌های دیجیتال؛
- ◇ شناسایی و تشویق استعدادهاى برجسته در حوزه رسانه‌های دیجیتال در محله‌های شهر تهران؛
- ◇ تشویق شهروندان تهرانی به استفاده از رسانه‌های دیجیتال در زندگی شهری؛
- ◇ اشاعه کاربرد رسانه‌های دیجیتال در بهبود زندگی شهری؛
- ◇ پیشبرد استفاده از رسانه‌های دیجیتال در فعالیت‌های شهروندان.

۳. رسانه‌های دیجیتال

۳-۱. تعریف رسانه‌های دیجیتال

هر گونه تولید و جابه‌جایی پیام یا محتوا از راه پردازشگرهای دیجیتالی - رایانه‌ای را می‌توان در محدوده رسانه‌های دیجیتال دانست. پردازش در این سیستم‌ها با کمک ارقام صفر و یک انجام می‌شود. داده‌های ورودی به این سیستم‌ها به پالس‌های الکترونیکی ترجمه و با همان دقتی که ارسال می‌گردند، بدون افت کیفیت از سوی مخاطب دریافت می‌شوند. ولی در مفهوم ویژه‌ای که رسانه‌های دیجیتال دارند، «دیجیتالی بودن» پس از «رسانه بودن» قرار می‌گیرد، تا توان انتقال پیام یا محتوا را به مخاطب(ان) در سطحی گسترده نشان دهد. از سوی دیگر «دیجیتالی بودن»، این دسته از رسانه‌ها را در برابر رسانه‌های آنالوگ قرار می‌دهد. پیدایش رسانه‌های دیجیتال، دگرگونی چشم‌گیری در انتقال پیام، دسترسی مخاطبان، کیفیت پیام، و سرعت و حجم انتقال محتوا پدید آورد. چنین ویژگی‌هایی را باید در کیفیت‌های دگرگون فناورانه رسانه‌های آنالوگ و دیجیتال جست‌وجو کرد.

۳-۲. گونه‌شناسی رسانه‌های دیجیتال

رسانه‌های دیجیتال، دارای ماهیتی یکسان ولی گونه‌های متفاوتی هستند. این گونه‌ها را می‌توان

چنین دسته‌بندی کرد:

- ◇ نرم افزارهای رایانه‌ای تولید و انتشار محتوا به شکل بین فردی و جمعی؛
- ◇ بازی‌های رایانه‌ای (بازی‌های آفلاین / بازی‌های آنلاین / بازی‌های شبکه‌ای)؛
- ◇ اینترنت به عنوان رسانه نوین و سرویس‌هایی که از راه شبکه «وب» و در بستر «اینترنت» در اختیار کاربران قرار دارند؛ مانند سایت‌های اینترنتی و امکانات رسانه‌های اجتماعی (وبلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی، «چت»، گروه‌های مباحثه، «ویکی»ها، گروه‌های خبری،

سیستم‌های پیام فوری، و لیست‌های پستی)؛

- ◇ هنرهای دیجیتال شامل استفاده از ظرفیت‌های فناوری نوین برای پدیدآوری آثار سینمایی
- ◇ دیجیتال، گرافیک و پویانمایی رایانه‌ای، جلوه‌های ویژه، و آثار موسیقایی؛
- ◇ کتاب‌ها، مجلات، روزنامه‌ها و کاتالوگ‌ها/ بروشورهای دیجیتالی؛
- ◇ رادیو و تلویزیون دیجیتالی (درون خطی یا ماهواره‌ای).

۳-۳. ویژگی‌های رسانه‌های دیجیتال

- ◇ سرعت، کیفیت، و دامنه انتشار بسیار گسترده‌تر از رسانه‌های آنالوگ؛
- ◇ آسان و کاربرپسند بودن انتشار محتوا از راه رسانه‌های دیجیتال؛
- ◇ گستردگی گونه‌های رسانه‌های دیجیتال و فرصت‌های بیشتر انتخاب برای مخاطبان؛
- ◇ توان ذخیره، نگهداری، و جابه‌جایی حجم گسترده‌ای از محتوا با قالب‌های گوناگون در فضای فیزیکی بسیار اندک؛
- ◇ تعاملی بودن ارتباط دو یا چندجانبه با مخاطبان؛
- ◇ گیرایی بی‌مانند بر پایه ویژگی زیبایی‌شناسانه و تعاملی آن‌ها؛
- ◇ درنوردیدن انحصار تبادل اطلاعات و توان مشارکت همگانی در تولید و نشر محتوا؛
- ◇ کم‌هزینه بودن استفاده از رسانه‌های دیجیتال برای انتقال پیام/ محتوا و چالش با سلطه رسانه‌ای متکی به سرمایه انبوه؛
- ◇ توان ارائه رسانه ویژه برای هر دسته از مخاطبان.

۴. محدوده

۴-۱. محور آثار

جشنواره رسانه‌های دیجیتال محورهای زیر را در بر می‌گیرد:

- ◇ برنامه نویسی نرم افزار
- ◇ یادگست؛
- ◇ آلبوم‌های تصویری؛
- ◇ ویدیو و پویانمایی (انیمیشن)؛
- ◇ آثار / کلیپ‌های صوتی و کتاب گویا؛
- ◇ کتاب و نشریه؛
- ◇ چندرسانه‌ای؛
- ◇ سایت اینترنتی؛
- ◇ طراحی و تجسمی سازی داده‌ها
- ◇ پژوهش در زمینه رسانه‌های دیجیتال

۴-۲. ویژگی‌های عمومی آثار

هر پدیدآور یا گروهی از پدیدآوران می‌تواند حداکثر دو اثر را برای شرکت در هر یک از محورهای یاد شده در بند ۴-۱ به جشنواره ارائه کنند. آثاری برای داوری در جشنواره رسانه‌های دیجیتال پذیرفته می‌شوند که دارای ویژگی‌های عمومی زیر باشند:

- ◇ اصیل (اورجینال) باشند؛
- ◇ از معیارهای فرهنگی ایرانی - اسلامی و چارچوب‌های قانونی را در محتوای اثر پیروی کرده باشند؛
- ◇ پدیدآور(ان) آن، اظهارنامه نوشتاری مبنی بر مالکیت اثر را همراه با آن ارائه و همه مسئولیت‌های حقوقی آن را بپذیرند؛
- ◇ پدیدآوران آن، توافق‌نامه حقوق مالکیت فکری و کپی‌رایت را با شهرداری امضا کنند؛
- ◇ به موقع ارائه شوند؛
- ◇ با ضوابط جشنواره در قالب‌بندی و تولید بسته (پکیج) و ارسال آن هم‌خوان باشند؛

- ◇ در دو نسخه جداگانه، یکی با نام و مشخصات پدیدآور(ان) و دیگری بدون نام و مشخصات پدیدآور(ان) ارائه شوند؛
- ◇ به جز سایت‌های اینترنتی (که نشانی آن‌ها همراه مشخصات کامل ارسال می‌گردد)، آثار دیگر محورها، روی DVD ارائه شوند؛
- ◇ در آن‌ها رمزنگاری یا سطح دسترسی تعریف نشده باشد؛
- ◇ دارای عنوان «خاص» باشند (مانند آلبوم تصویری تهران قدیم؛ تهران در ده سال گذشته؛ محیط سبزم آرزوست؛ نرم‌افزار کتاب الکترونیکی؛ و...)
- ◇ پیش از این در هیچ جشنواره یا مسابقه داخلی یا خارجی ارائه یا منتشر نشده باشند؛
- ◇ دارای دسته‌بندی و نام‌گذاری منطقی برای فایل‌ها روی لوح فشرده باشند که به دسترسی به محتوای آن‌ها کمک کند.

۳-۴. ویژگی‌های اختصاصی آثار

از نظر دامنه موضوعی آثار، محدودیتی وجود ندارد در عین حال، به جز حوزه برنامه نویسی نرم‌افزار، اگر در سایر آثار به مسایل شهر تهران (خدمات، مشکلات، تاریخ، جغرافیا، فرهنگ، اقتصاد، جوانان، سالمندان، محیط زیست، معماری، تفریحات، رفتارهای اجتماعی، سبک‌های زندگی، آثار تاریخی، شخصیت‌های برجسته، و...) پرداخته شود، یک امتیاز محسوب خواهد شد. در هر یک از محورهای یاد شده در بند ۴-۲، آثاری برای داوری در جشنواره رسانه‌های دیجیتال پذیرفته می‌شوند که دارای ویژگی‌های اختصاصی زیر باشند:

◆ نرم‌افزار

- ◇ آثار نرم‌افزاری باید دارای کارکردهای زیر باشند:

- ارتباطی (ایجاد امکان ارتباط بین فردی یا جمعی)، راهنما (مانند راهنماهای: سازمان‌ها دولتی / شهری، دسترسی به منابع اطلاعاتی، تولید و عرضه کالا و خدمات، گردشگری،

دسترسی به امکانات عمومی و مانند آن‌ها- استفاده از API در برنامه نویسی بلامانع است)؛

- تولید یا جابه‌جایی محتوا: تولید و ارسال و دریافت محتوای متنی، تصویر، صوتی و ویدیویی؛

- مبدل قالب‌های محتوا: تبدیل کننده قالب‌های متن به متن، تصویر به تصویر، صوت به صوت، ویدیو به ویدیو، با قالب نوین (مانند Text to HTML, PDF to DOC, Tiff to JPG, AVI to Mpeg, Wav to MP3)

- ویرایشگرهای متنی: دارای امکان ویرایش، افزودن و کاستن، قطعه‌بندی، و اتصال (پیوستن) قالب‌های تصویری (گرافیکی)، صوتی و ویدیویی؛
- تولید چندرسانه‌ای: دارای امکان درج یا انتقال، و تلفیق متن، تصویر، گرافیک، صدا و ویدیو و تهیه خروجی نهایی واحد.

◇ اطلاعات زبان(های) برنامه نویسی و کدهای منبع را به همراه داشته باشد؛

◇ فایل‌های اجرایی روی سیستم عامل ویندوز (نسخه‌های XP ، Vista یا Seven) قابل اجرا باشد؛

◇ مشخصات کامل نرم‌افزارها و نسخهٔ مورد استفاده برای تولید اثر گفته شود؛

◇ اگر لازم است، «پکیج» نصب نرم‌افزار، تولید و ارائه شود.

◆ کتاب و نشریه‌های الکترونیکی

◇ دارای یکی از قالب‌های HTML، Flash، epub، chm، یا PDF باشند.

◆ پویانما (انیمیشن)

◇ دارای یکی از قالب‌های swf، flv، mpeg، یا gif باشند.

◆ کتاب گویا، پادکست، و سایر آثار صوتی

◇ دارای یکی از قالب‌های wav، wma، mp3، یا mid باشند.

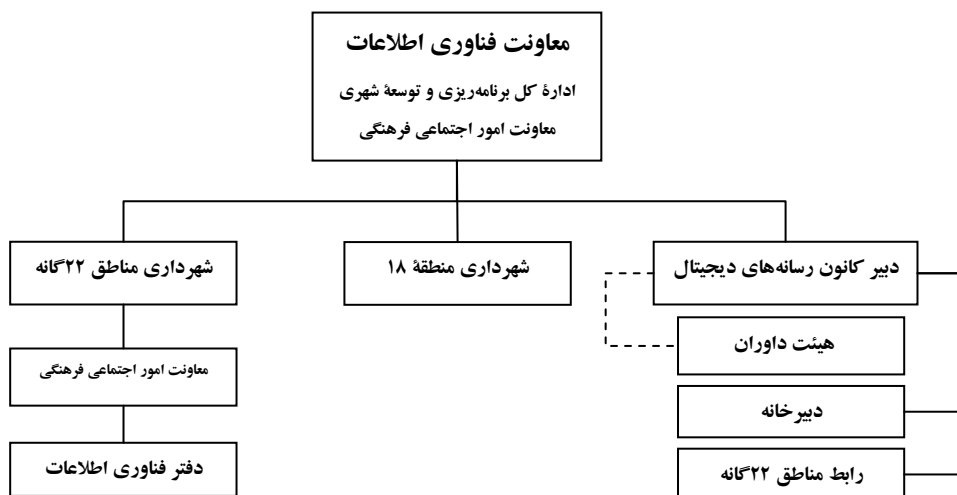
- ◆ **ویدیو**
 - ◇ دارای یکی از قالب‌های mpeg، avi، vob، mkv یا mov باشند.
- ◆ **آلبوم تصویری**
 - ◇ دارای یکی از قالب‌های jpg یا tiff باشند؛
 - ◇ بدون قاب (پاسپار تو) باشند.
- ◆ **سایت اینترنتی**
 - ◇ از نرم‌افزارهای سیستم مدیریت محتوا (CMS) و پوسته‌های تجاری استفاده نشده باشد.
 - ◇ استفاده از نرم‌افزارهای سیستم مدیریت محتوا با کد منبع آزاد (Open source) آزاد است.
 - ◇ هر گونه استفاده (حتی اندک) از آثار دیگران، همراه با رعایت امانت و ذکر منبع باشد.
- ◆ **طراحی و تجسمی‌سازی داده‌ها**
 - ◇ طراحی اینفوگرافیک (infographic Design)، تجسمی‌سازی داده‌ها (Data Visualization) و تفکر تصویری (Visual thinking)
- ◆ **پژوهش در رسانه‌های دیجیتال**
 - ◇ پژوهش در حوزه رسانه‌های دیجیتال باید از ویژگی‌های زیر برخوردار باشد:
 - ◇ تألیفی و برآمده از کار پژوهشی اصیل (اورجینال) باشد؛
 - ◇ از منابع علمی جدید بهره‌برداری نموده و دارای استنادهای معتبر باشد؛
 - ◇ از نظر نگارش، استاندارد تدوین گزارش علمی در آن رعایت شده باشد؛
 - ◇ پیش از این در قالب مقاله، کتاب، گزارش، مقاله سمینار و سایر شیوه‌ها (چاپی و الکترونیکی) در داخل یا خارج از کشور منتشر نشده باشد؛
 - ◇ حقوق مادی و معنوی گزارش پژوهش متعلق به پدیدآور(ان) باشد و شخصیت‌های حقوقی (سازمان‌ها، دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها و...) هیچ گونه مالکیتی بر آن نداشته باشند؛
 - ◇ مقاله در قالب متنی MS Word و در یک فایل ارائه شود.

در کلیه موارد، استفاده از محتوای آثار دیگران برای تولید اثر باید کلیه حقوق پدیدآورندگان محتوا رعایت شود. مسئولیت حقوقی استفاده از آثار دیگران برای تولید محتوای دیجیتال، به عهده پدیدآورنده است. پیشنهاد می شود مجوزهای لازم از دارنده امتیاز محتوا اخذ گردد.

۴-۴. ویژگی های شرکت کنندگان

- ◇ شرکت کنندگان در جشنواره باید ساکن یکی از مناطق ۲۲گانه شهرداری تهران باشند.
- ◇ برای شرکت در جشنواره، هیچ گونه محدودیتی از نظر سن، شغل، تحصیلات، و مانند آن ها و هم چنین تعداد پدیدآوران برای هر اثر نیست.

۵. سازمان



۶. وظایف

۱-۶. معاونت فناوری اطلاعات

- ◇ ابلاغ دستور همکاری مناطق ۲۲گانه شهرداری تهران با مجری جشنواره؛
- ◇ تأمین امکان ثبت نام شرکت کنندگان در جشنواره به صورت برخط.

۶-۲. دبیر کانون رسانه‌های دیجیتال

- ◇ تدوین و ارائه برنامه اجرایی جشنواره رسانه‌های دیجیتال؛
- ◇ طراحی و تدوین محدوده و معیارهای ارزیابی آثار ابلاغ به هیئت داوران؛
- ◇ تشکیل دبیرخانه جشنواره در منطقه ۱۸ شهرداری تهران که کارشناس فنی پشتیبانی سایت، ناظر علمی بررسی آثار رسیده، و رابط اطلاع‌رسانی و امور عمومی را در بر خواهد داشت؛
- ◇ تشکیل و تعیین اعضای دبیرخانه کانون رسانه‌های دیجیتال با حمایت و پشتیبانی شهرداری منطقه ۱۸؛
- ◇ گزینش و معرفی رابطان مناطق ۲۲ گانه شهرداری برای هماهنگی و تسریع انتقال آثار شرکت کنندگان به دبیرخانه کانون؛
- ◇ نظارت بر امور رابطین و فعالیت‌های دبیرخانه با هماهنگی مدیران شهرداری منطقه ۱۸ و معاونت فناوری اطلاعات اداره کل برنامه ریزی و توسعه شهری شهرداری تهران؛
- ◇ گزینش و معرفی داوران علمی برای کمیته‌های تخصصی پنج‌گانه؛
- ◇ نظارت بر داوری؛
- ◇ طراحی نرم‌افزار پایگاه اطلاعات رسانه‌های دیجیتال برای ثبت اطلاعات آثار دریافتی شرکت کنندگان از مناطق ۲۲ گانه شهرداری؛
- ◇ ارائه آموزش‌های لازم به مناطق و شرکت کنندگان برای برگزاری بهینه جشنواره؛
- ◇ برگزاری جلسات توجیهی، آموزشی، و اطلاع‌رسانی به شکل متمرکز، با هماهنگی شهرداری منطقه ۱۸؛
- ◇ دریافت آثار شرکت کنندگان از دفاتر فناوری اطلاعات شهرداری مناطق ۲۲ گانه؛
- ◇ ثبت و ضبط آثار دریافتی؛
- ◇ برنامه‌ریزی داوری و نظارت بر انجام آن بر پایه آداب داوری؛

- ◇ اعلام نتایج داوری به شرکت کنندگان؛
- ◇ اطلاع‌رسانی در زمینه آثار دریافتی و فعالیت‌های در حال اجرا در سایت کانون؛
- ◇ ارائه آثار پذیرفته نشده به شهرداری منطقه ۱۸؛
- ◇ معرفی آثار برگزیده داوران و ارسال فایل‌ها و اطلاعات مربوطه به معاونت فناوری
- اطلاعات اداره کل برنامه ریزی و توسعه شهری شهرداری تهران؛
- ◇ ارائه گزارش فعالیت‌ها به اداره کل برنامه‌ریزی و توسعه شهری شهرداری تهران؛
- ◇ ارتباط پیوسته با معاونت اجتماعی شهرداری تهران برای ایجاد هماهنگی و هدایت فعالیت‌ها؛
- ◇ ارائه پیشنهاد برای برگزاری جشنواره‌های بعدی به اداره کل برنامه‌ریزی و توسعه شهری شهرداری تهران.

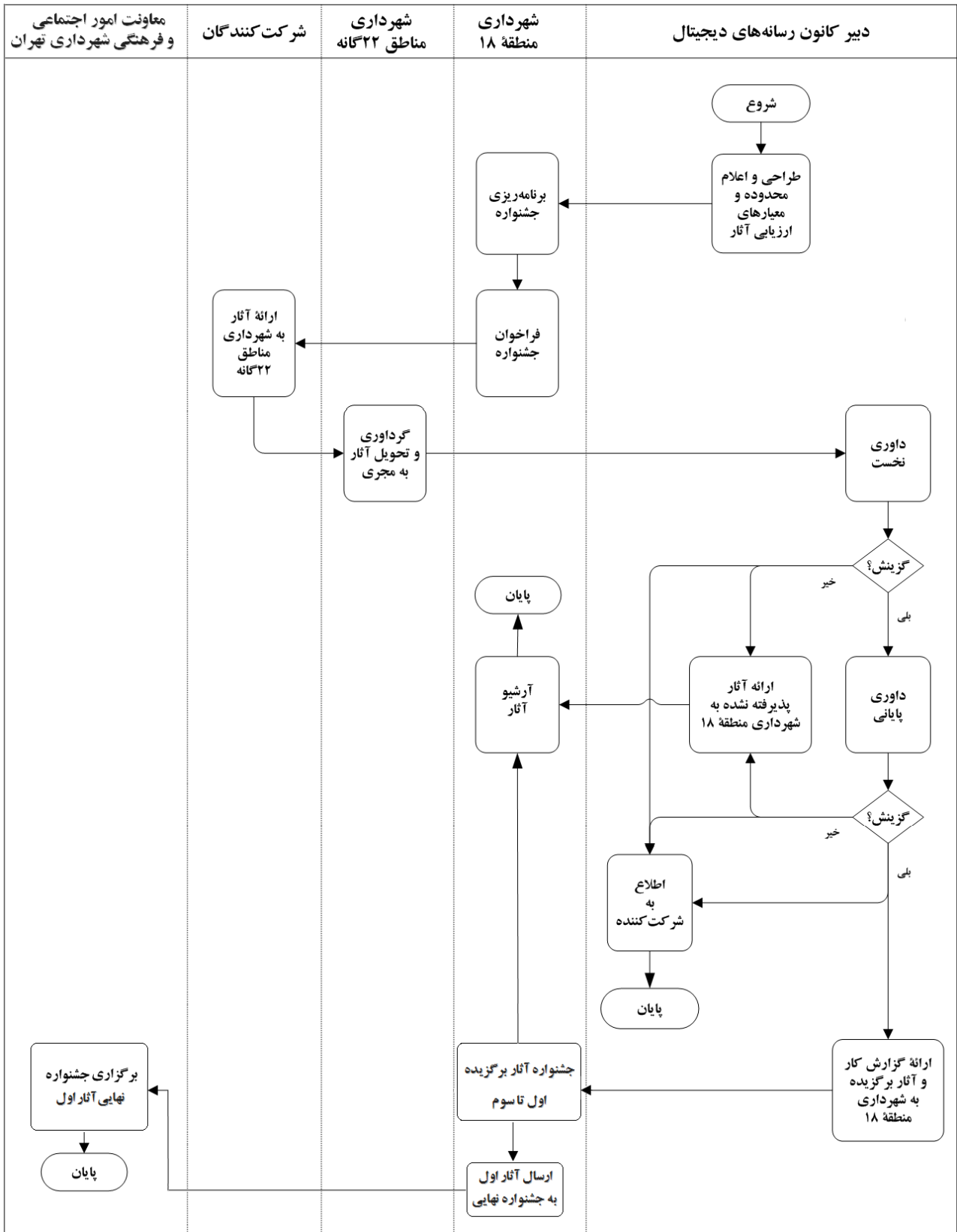
۳-۶. شهرداری منطقه ۱۸ تهران

- ◇ ارائه خدمات پشتیبانی به مجری جشنواره شامل دفتر کار برای دو نفر، وسایل و تجهیزات اداری برای دو نفر، دو دستگاه کامپیوتر، یک دستگاه پرینتر لیزری، ابزار ذخیره داده‌ها به میزان ... گیگابایت، ویدئو پروژکتور و پرده نمایش، دسترسی به اینترنت پرسرعت، ...
- ◇ برنامه‌ریزی زمانی جشنواره
- ◇ تعیین و تأمین جوایز آثار برتر
- ◇ فراخوان جشنواره
- ◇ تبلیغات در محیط فیزیکی و مجازی برای جشنواره

۴-۶. دفتر فناوری اطلاعات شهرداری مناطق ۲۲ گانه

- ◇ دریافت آثار از شرکت کنندگان در جشنواره
- ◇ تحویل آثار دریافتی از شرکت کنندگان به مجری جشنواره

۷. فرایند داوری و گزینش آثار



۸. زمان بندی

مراحل		زمان (ماه)			
		۱	۲	۳	۴
۱	برنامه ریزی	◀			
۲	فراخوان		◀	◀	
۳	گردآوری آثار		◀	◀	
۴	داوری نخست		◀	◀	
۵	داوری پایانی	◀			
۶	اعلام نتایج	◀			

۹. حقوق مالکیت معنوی و کپی رایت

حقوق معنوی آثار برگزیده متعلق به پدیدآور(ان) است. ولی پدید آور(ان) آثار برگزیده حق استفاده از آثار خود را به شهرداری واگذار می نمایند. بهینه سازی، تغییر، و استفاده تجاری از آثار برگزیده تنها با توافق پدیدآور(ان) شدنی خواهد بود، مگر آنکه پدیدآور(ان) همه حقوق مادی خود را به شهرداری تهران واگذار نمایند.

۱۰. داوری

داوری آثار دریافت شده از سوی هیئت داوران و در دو گام انجام می شود. در گام نخست، آثار دریافت شده از نظر هم خوانی با ویژگی های عمومی و اختصاصی، ارزیابی و آثاری که دارای هم خوانی با این ویژگی ها باشند، به گام دوم داوری وارد می شوند. در این گام، هر یک از آثار بر پایه معیارهای از پیش تعیین شده، از سوی دست کم سه داور ارزیابی می شوند. پنج درصد از آثاری که بیشترین میانگین امتیازها را در هر محور داشته باشند، در کمیته تخصصی آن محور مطرح و با اکثریت آرای اعضای کمیته به عنوان آثار برگزیده جشنواره معرفی می شوند.

۱۰-۱. کمیته‌های تخصصی

- ◇ کمیته تخصصی نرم‌افزار؛
- ◇ کمیته تخصصی پادکست و آثار صوتی؛
- ◇ کمیته تخصصی آلبوم‌های تصویری و آثار ویدیو؛
- ◇ کمیته تخصصی کتاب و نشریات الکترونیکی؛
- ◇ کمیته تخصصی طراحی سایت‌های اینترنتی و چندرسانه‌ای.
- ◇ کمیته تخصصی پژوهش در زمینه رسانه‌های دیجیتال.

۱۰-۲. آداب داوری

- ◇ معرفی همگانی هیئت داوران؛
- ◇ گزینش آثار بر پایه فرایند و معیارهای شفاف؛
- ◇ داوری بی‌طرفانه؛
- ◇ پرهیز از داوری درباره آثاری که امکان تعارض منافع برای آن‌ها باشد؛
- ◇ اختصاص زمان کافی به بررسی آثار؛
- ◇ حفاظت از حقوق مادی و معنوی پدیدآوران آثار؛
- ◇ حفاظت از حریم خصوصی پدیدآوران آثار؛
- ◇ انتشار گزارش فرایند داوری آثار.

۱۰-۳. شاخص ها و فرم ها داوری

• سیاهه واری داوری نخست آثار

هر اثر باید پیرامون یکی از محورهای زیر باشد:		
چند رسانه‌ای	تولید یا جابه‌جایی محتوا، مبدل قالب‌های محتوا، تولید	آثار / کلیپ‌های صوتی و کتاب گویا
پادکست		کتاب و نشریه
آلبوم‌های تصویری		چند رسانه‌ای
ویدیو و پویانمایی (انیمیشن)		سایت اینترنتی
ویژگی‌های عمومی. اثر باید دارای همه ویژگی‌های زیر باشد:		
	اصیل (اورجینال) است	
	از معیارهای فرهنگی ایرانی - اسلامی و چارچوب‌های قانونی در محتوای اثر پیروی کرده است	
	پدیدآور(ان) اظهارنامه‌نوشتری مبنی بر مالکیت اثر را همراه با آن ارائه و همه مسئولیت‌های حقوقی آن را پذیرفته است	
	پدیدآور(ان) آن، توافق‌نامه حقوق مالکیت فکری و کپی‌رایت را با شهرداری امضا کرده است	
	به موقع ارائه شده است	
	با ضوابط جشنواره در قالب‌بندی و تولید بسته (پکیج) و ارسال آن هم‌خوان است	
	در دو نسخه جداگانه، یکی با نام و مشخصات پدیدآور(ان) و دیگری بدون نام و مشخصات پدیدآور(ان) ارائه شده است	
	به جز سایت‌های اینترنتی، آثار دیگر محورها روی DVD ارائه شده است	
	در آن‌ها رمزنگاری یا سطح دسترسی تعریف نشده است	
	دارای عنوان «خاص» است	
	پیش از این در هیچ جشنواره یا مسابقه داخلی یا خارجی ارائه یا منتشر نشده است	
	دارای دسته‌بندی و نام‌گذاری منطقی برای فایل‌ها روی لوح فشرده است	
ویژگی‌های اختصاصی. اثر، بسته به محوری که در آن است، باید دارای همه ویژگی‌های زیر باشد:		
نرم افزار	اطلاعات زبان(های) برنامه نویسی و کدهای منبع را به همراه دارد	
	فایل‌های اجرایی روی سیستم عامل ویندوز (نسخه‌های XP, Vista یا Seven) قابل اجرا است	
	مشخصات کامل نرم‌افزارها و نسخه مورد استفاده برای تولید اثر گفته شده است	
	اگر لازم است، «پکیج» نصب نرم‌افزار، تولید و ارائه شده است	
کتاب و نشریه الکترونیکی	دارای یکی از قالب‌های HTML5, FlashT, epub, chm, یا PDF است	
پویانما (انیمیشن)	دارای یکی از قالب‌های ampeg, flv, swf یا gif است	

	کتاب گویا، آثار صوتی، و پادکست	دارای یکی از قالب‌های wav، wma، mp3 یا mid است
	ویدیو	دارای یکی از قالب‌های avi، ampeg، vob، mkv یا mov است
	تصویر	دارای یکی از قالب‌های jpg یا tiff است
		بدون قاب (پاسپار تور) است
	سایت اینترنتی	از نرم‌افزارهای سیستم مدیریت محتوا (CMS) و پوسته‌های تجاری استفاده نشده است
		هر گونه استفاده از آثار دیگران، همراه با رعایت امانت و ذکر منبع است
	شرکت کننده (گان) در جشنواره ساکن یکی از مناطق ۲۲ گانه شهرداری تهران است	
	اثر برای داوری پایانی پذیرفته می‌شود <input type="checkbox"/> نمی‌شود <input type="checkbox"/>	
نام و نام خانوادگی داور:	تاریخ:	امضا:

۱۰-۴. شاخص‌ها و فرم‌های داوری پایانی

♦ نرم‌افزارهای ارتباط، راهنما، تولید یا جابه‌جایی محتوا، مبدل قالب‌های محتوا، تولید چند رسانه‌ای

بخش	شاخص	معیار
بسته نرم‌افزار	نام و نشان‌واره نرم‌افزار	زیبایی و تناسب نام با محتوا؛ نام ابداعی؛ گویایی عنوان؛ رعایت فرهنگ ایرانی - اسلامی؛ نشان‌واره (لوگو) زیبا و معنادار
	قالب نرم‌افزار و طرح روی قاب و حامل نرم‌افزار	استحکام قاب؛ سهولت استفاده از قاب؛ زیبایی؛ ابداعی بودن؛ تناسب رنگ و طرح با محتوا
ارزشیابی محتوایی رابط کاربری	سهولت در به کارگیری	قابلیت درک؛ ارائه دیداری اطلاعات؛ راحتی استفاده از نرم‌افزار بدون مراجعه مکرر به راهنما؛ اندک بودن تعداد کلیک‌های مورد نیاز
	ارزشیابی محتوایی صفحه رابط کاربری	چینش صفحه؛ تناسب و هماهنگی؛ طراحی گویا؛ کیفیت محتوا؛ وحدت کلی قالب صفحه رابط کاربری
	ارزشیابی محتوایی راهنمای نرم‌افزار	داشتن معرفی نرم‌افزار؛ قابلیت‌های راهنمای نرم‌افزار؛ محتوای راهنما؛ داشتن نقشه نرم‌افزار (درخت اثر)؛ شناسنامه تولید نرم‌افزار؛ درج ابر داده‌های محتوایی
	تنوع شکلی رابط کاربری	تغییر ظاهر رابط کاربری؛ تنوع محتوای پس زمینه؛ چند زبانه بودن رابط کاربری؛ تغییر و تعدد فونت (رسم الخط)

<p>تناسب کارکردهای نرم‌افزار با نوع موضوع و مخاطب؛ تناسب کارکردهای نرم‌افزار با هدف گذاری نرم‌افزار؛ تناسب محتوا با کارکرد مورد نظر؛ دارا بودن حداقل قابلیت‌ها و محتوای مورد نیاز کارکردها</p>	<p>تناسب کارکردها</p>	<p>تناسب و جامعیت کارکردها</p>
<p>استفاده حداکثری از کارکردهای قابل استفاده؛ تنوع منطقی کارکردها</p>	<p>جامعیت و تنوع کارکردها</p>	
<p>استفاده خلاقانه و هوشمندانه از کارکردها</p>	<p>استفاده از کارکردهای روزآمد</p>	
<p>هدفمند بودن نرم‌افزار؛ تعیین مخاطب؛ حداکثر گستره مخاطب؛ سطح دانش مخاطبان</p>	<p>هدفمندی و تعیین مخاطب</p>	
<p>دسته‌بندی مناسب موضوعات؛ به روز بودن محتوا؛ تناسب حجم محتوا؛ تولید محتوا؛ اولویت‌بندی محتوا</p>	<p>ساختار محتوای چند رسانه‌ای</p>	<p>گستره محتوا</p>
<p>جامعیت محتوا؛ استفاده حداکثری از قالب‌های دیجیتال؛ تنوع فرم‌های محتوای متنی؛ تنوع فرم‌های محتوای صوتی و تصویری؛ تنوع فرم‌های سایر محتواها؛ چندزبانه بودن محتوا</p>	<p>جامعیت و تنوع محتوا</p>	
<p>همگون بودن محتوا؛ توازن و تعادل محتوا؛ تطبیق و یکپارچگی محتوا</p>	<p>همگونی و توازن محتوا</p>	
<p>کیفیت محتوایی صوتی و تصویری؛ شیوایی بیان؛ تناسب و هماهنگی با نوع، موضوع و مخاطب نرم‌افزار</p>	<p>کیفیت و تناسب محتوای صوتی و تصویری</p>	
<p>جذابیت، آموزنده بودن، شیوایی و روان بودن متن، استفاده مناسب از سبک نوشتاری؛ تناسب و هماهنگی با نوع، موضوع و مخاطب نرم‌افزار</p>	<p>کیفیت و تناسب محتوای متنی</p>	<p>کیفیت پیام و محتوا</p>
<p>یک‌نواختی و همگونی محتوا؛ تناسب و ارتباط کلیت محتوا با همدیگر</p>	<p>تناسب و هماهنگی کلی محتواها</p>	
<p>ابداع، خلاقیت، و نوآوری از لحاظ محتوایی در رابط کاربری، کارکردها، و محتوا</p>	<p>ابداع و نوآوری</p>	<p>ارزش‌گذاری ویژه کلی</p>
<p>جذابیت ارائه مطالب، عنوان‌بندی مناسب، ایجاد تعلیق و هدایت،</p>	<p>ایجاد انگیزه برای ادامه کاربرد</p>	

توانایی پاسخ‌گویی به نیاز و گرایش کاربر	
استفاده از المان‌های بومی و مذهبی در رابط کاربری؛ ایجاد فضای اسلامی - ایرانی جذاب با توجه به عوامل هنری، محتوایی، و ساختاری	ایجاد کننده فضای ایرانی - اسلامی
کاربردی کردن موضوع نرم‌افزار، ایجاد سؤال	ایجاد انگیزه برای کنجکاوی و تحقیق
بهره‌گیری از پژوهش در تولید اثر و محتوا؛ تاکید بر نیاز مخاطبان هدف (بر اساس سن، جنس، و گرایش‌ها)	پژوهش و پاسخ به نیاز مخاطب

◆ آثار/ کلیپ‌های صوتی و کتاب گویا

- ◇ فناوری/ رابط کاربر (بدون اشکال ناشی از پهنای باند؛ بدون نیاز به اتصال پیوسته به اینترنت در تمام مدت استفاده)
- ◇ کیفیت صدا
- ◇ عنوان مناسب
- ◇ حجم فایل
- ◇ قالب فایل
- ◇ کیفیت گفتار
- ◇ موضوع/محتوا

◆ یادگست

- ◇ فناوری/ رابط کاربر (بدون اشکال ناشی از پهنای باند؛ بدون نیاز به اتصال پیوسته به اینترنت در تمام مدت استفاده)
- ◇ کیفیت صدا
- ◇ عنوان مناسب
- ◇ حجم فایل
- ◇ قالب فایل
- ◇ کیفیت گفتار
- ◇ موضوع/محتوا

◆ کتاب و نشریه‌های الکترونیکی

- ◇ قابلیت جابه‌جایی (بدون نیاز به سخت‌افزار خاص؛ متن قابل خواندن در دستگاه‌های دیگر؛ تنوع در راه‌های دسترسی: به صورت پیوسته، بارگذاری روی کامپیوتر، دستگاه‌های خواننده اختصاصی)
- ◇ فناوری / رابط کاربر [بدون اشکال ناشی از پهنای باند؛ بدون نیاز به اتصال پیوسته به اینترنت در تمام مدت استفاده؛ مستندسازی کامل و کمک‌کننده (گزینه کمک در تمامی موارد استفاده، راهنمای آموزشی برای استفاده)]
- ◇ محتوا (در بر دارنده تمامی نمودارها، شکل‌ها، و عکس‌ها به صورت رنگی؛ در صورت امکان، نمایش صفحه‌ها با شماره‌گذاری اصلی)
- ◇ ابزار جهت‌یابی (وجود پیوند میان فهرست مطالب و نمایه با متن؛ امکان جلو و عقب بردن صفحه‌ها؛ امکان پرش به صفحه‌های دلخواه؛ امکان مرور (متن، فهرست مطالب، و نمایه)
- ◇ گزینه‌های تحویل (بارگذاری؛ پست الکترونیکی)
- ◇ عملکردهای استفاده [چاپ (گزینه‌های متنوع چاپ: یک صفحه، چند صفحه، امکان تعیین محدوده‌ای از صفحه‌ها برای چاپ، امکان چاپ با کیفیت بالا)؛ روبرداری در «کلیپ‌بورد»]
- ◇ ابزارها و خدمات [امکان جست‌وجوی پیشرفته (کوتاه‌سازی، «بولی»، بر اساس فیلد، هم‌جواری)؛ نمایش نتایج جست‌وجو (برجسته‌سازی واژه‌های یافت شده در متن)؛ امکان نشان‌گذاری؛ امکان برجسته‌سازی متن؛ ابزارهای یادداشت‌گذاری (نوشتن نظر، برجسب زدن)؛ امکان «زوم» کردن و افزایش اندازه قلم؛ فرهنگ و اصطلاح‌نامه متعامل؛ تولید استنادات و کتاب‌نامه به شکل برگزیده کاربر؛ قابلیت نشان‌گذاری در یک کتاب به نحوی که کاربر در دسترسی‌های بعدی به آن، به طور مستقیم به صفحه‌ای برود که در آخرین بار بوده است؛ پیوند به اطلاعات مرتبط (زندگینامه پدیدآورنده، بررسی‌های کتاب، نمایه‌های استنادی، آثار دیگر پدیدآورنده، اصل منابعی که به آن‌ها استناد شده است)]

◆ آلبوم‌های تصویری

- ◇ فناوری / رابط کاربر (بدون اشکال ناشی از پهنای باند؛ بدون نیاز به اتصال پیوسته به اینترنت در تمام مدت استفاده)
- ◇ ارتباط تصاویر با یکدیگر و کیفیت تدوین

- ◇ موضوع
- ◇ کیفیت (وضوح) تصاویر
- ◇ قابلیت‌های نمایش
- ◇ کیفیت پکیج
- ◇ شناسنامه‌دار بودن تصاویر
- ◇ جلوه‌های ویژه نمایشی
- ◇ جلوه‌های صوتی (موسیقی/گفتار)

◆ چندرسانه‌ای

- ◇ فناوری/رابط کاربر (بدون اشکال ناشی از پهنای باند؛ بدون نیاز به اتصال پیوسته به اینترنت در تمام مدت استفاده)

◇ کیفیت محتوا: متن، تصویر، صدا، و ویدیو

◇ کیفیت تلفیق قالب‌های رسانه‌ای

◇ موضوع

◇ قابلیت‌های نمایش

◇ کیفیت پکیج

◇ شناسنامه‌دار بودن تصاویر

◇ جلوه‌های ویژه نمایشی

◇ قالب فایلی و حجم

◇ ابزار دسترسی و راهبری

◆ ویدیو و پویانمایی (انیمیشن)

- ◇ فناوری/رابط کاربر (بدون اشکال ناشی از پهنای باند؛ بدون نیاز به اتصال پیوسته به اینترنت در تمام مدت استفاده)

◇ فیلم‌نامه (تم و ایده؛ داستان؛ شخصیت‌پردازی)

◇ تصویر و صدا (ترکیب‌بندی تصویر؛ کیفیت تصاویر؛ نورپردازی؛ صدا)

◇ کارگردانی و بازیگری (انتخاب فیلم‌نامه و پرداخت؛ دکوپاژ؛ انتخاب بازیگران و پرداخت

بازی‌ها؛ بازی بازیگران)

- ◇ تدوین (تداوم؛ ریتم؛ رعایت اصول تدوین؛ موسیقی)
- ◇ نکات برجسته (پرداخت محتوا؛ انتقال پیام؛ خلاقیت ویژه)
- ◇ فرم داوری فیلم و پویانما

نوع فیلم	۱- داستانی	۲- مستند	۳- مستند داستانی	۴- انیمیشن	۵- سایر موارد

الف) فیلم نامه	حداکثر امتیاز	امتیاز کسب شده
۱- تم و ایده	۷	
۲- داستان	۸	
۳- شخصیت پردازی	۵	
ب) تصویر و صدا		
۱- ترکیب بندی تصویر	۵	
۲- کیفیت تصاویر	۵	
۳- نور پردازی	۳	
۴- صدا	۷	
۵- تناسب قالب فیلم	۵	
ج) تدوین		
۱- تداوم	۲	
۲- ریتم (تمپو)	۳	
۳- رعایت اصل تدوین	۳	
۴- موسیقی	۲	
د) نکات برجسته		
۱- پرداخت محتوا	۵	
۲- انتقال پیام	۷	
۳- تناسب نرم افزار تدوین و تولید نهایی	۳	
۳- خلاقیت ویژه	۵	

تاریخ و امضای داور

نام و نام خانوادگی داور:

- ◆ سایت اینترنتی
- ◇ طراحی (استفاده پذیری؛ دسترس پذیری؛ آسانی استفاده)
- ◇ راهبری (عمق صفحه‌ها؛ تعداد کلیک برای رسیدن به آخرین صفحه‌ها)

- ◇ کیفیت و خوانایی محتوا
- ◇ عنوان گیرا
- ◇ «یو آر ال» مناسب
- ◇ طراحی گرافیک
- ◇ تصویرهای مرتبط
- ◇ چگونگی ارائه محتوا
- ◇ استناد به منبع اصلی در صورت اقتباس مطالب
- ◇ ارتباط با پایگاه‌ها و مراکز معتبر در حوزه مورد بررسی و معرفی به کاربران
- ◇ پاسخ‌گویی و پویایی در تماس و راهنمایی مخاطبان

امتیاز	شاخص‌ها	آیتم‌ها
	رنگ بندی قالب	قالب / پوسته سایت
	استفاده از قالب اختصاصی	
	گرافیک پوسته	
	جذابیت بصری (تناسب ترکیب رنگ، گرافیک و ساختار صفحه)	
	نوع و ویژگی‌های ابزار طراحی / برنامه‌نویسی	
	سرعت بارگذاری سایت با توجه به متوسط پهنای باند در دسترس کاربران عام	
	معرفی پدیدآوران، نویسنده (گان)، و مدیران سایت	تعامل سایت
	لینک دادن به دیگر سایت‌ها	
	لینک در دیگر سایت‌ها	
	امکان درج دیدگاه کاربران	
	امکان برقراری ارتباط با نویسنده (ایمیل/کامنت گذاری)	
	نوار راهبری سایت و رفت و برگشت (مرور) صفحه‌ها با استفاده از لینک‌های درج شده در سایت	
	استفاده از شیوه‌های نوین اطلاع‌رسانی و تعامل (فید و آراس اس)	موضوع بندی
	نظم و ساختار موضوعی سایت	

	برچسب‌دهی مناسب	
	گویایی و شفافیت عنوان‌بندی مطالب	
	عنوان اصلی و توضیح‌های سایت	
	نوآوری و ابتکار در انتخاب موضوعات	
	استفاده از گرافیک و تصاویر تولیدی مرتبط	تنوع قالب‌های محتوایی
	استفاده از پادکست	
	تلفیق مناسب قالب‌های محتوایی (متن، تصویر، صدا و فیلم)	
	استفاده از فیلم	
	روان‌نویسی و رعایت آیین نگارش	نگارش و محتوا
	پاراگراف بندی و کیفیت قطعه‌بندی محتوا	
	نوع بیان (عامیانه/رسمی)	
	قلم (تناسب نوع و اندازه)	

♦ پژوهش در حوزه رسانه‌های دیجیتال

- ◇ اصالت (اورجینال)؛
- ◇ تعداد استنادها به منابع معتبر؛
- ◇ شیوه نگارش و تدوین؛
- ◇ نتیجه‌گیری و خروجی پژوهش؛
- ◇ اهمیت موضوع
- ◇ تناسب روش‌شناسی
- ◇ تازگی اثر
- ◇ جنبه آموزشی اثر

۱۰-۵. زمان‌بندی

- پذیرش آثار از تاریخ ۲۵ آبان ماه ۱۳۹۱ آغاز و در تاریخ ۲۴ دی ماه ۱۳۹۱ خاتمه می‌یابد
- نتیجه نهایی اولیه داوری تا ۲۸ دی ماه ۱۳۹۱ اعلام می‌گردد

- نتیجه نهایی داوری تا ۶ بهمن ماه ۱۳۹۱ اعلام می گردد

۱۰-۶. انتخاب آثار برگزیده

در بخش های نه گانه اعلام شده پس از داوری اولیه آثار دریافتی توسط سه داور دارای تخصص موضوعی مرتبط، از هر منطقه ۳ اثر (مجموعاً ۲۷ اثر و از کل مناطق ۵۹۴ اثر) انتخاب و در داوری نهایی از هر بخش ۳ اثر (مجموعاً ۲۷ اثر) به عنوان آثار برتر با تعیین رتبه های اول تا سوم به دبیرخانه جشنواره شکوفا معرفی خواهد شد.

۱۰-۷. اعضای هیئت داوران

ش.	نام و نام خانوادگی	حوزه تخصصی
۱	دکتر مهدی علی پور حافظی	کتابخانه های دیجیتال
۲	دکتر مریم نظری	سواد اطلاعاتی
۳	مهندس امیر پارسی اصفهانی	مهندسی نرم افزار
۴	دکتر نادر نقشینه	سیستم های دیجیتال
۵	مهندس انسیه ملکی	سیستم های صوتی دیجیتال
۶	سپیده فهیمی فر	کتاب الکترونیکی
۷	دکتر گلناز وکیلی	سیستم های کامپیوتری و شبکه
۸	دکتر سیروس علیدوستی	طراحی سیستم / استانداردهای طراحی سایت
۹	دکتر حبیب معظمی گودرزی	ارتباطات
۱۰	مهندس محمد ربیعی	مهندسی کامپیوتر
۱۱	دکتر سیروس علیدوستی	طراحی سیستم
۱۲	مهندس محسن صالحی	مهندسی نرم افزار
۱۳	مهندس پرویز نیک آذر	مهندسی نرم افزار
۱۴	مهندس محسن صالحی	نرم افزار

راهنمای

برنامهٔ قانون

رسانه‌های دیجیتال

راهنمای برنامه کانون رسانه‌های دیجیتال

بخش نخست

کلیات

۱. مقدمه

جشنواره شکوفا در بخش رسانه‌های دیجیتال، که از سوی معاونت امور اجتماعی فرهنگی شهرداری تهران برگزار می‌شود، تلاشی برای پدیدآوری یک حرکت همگانی و مردمی برای مشارکت در تولید رسانه‌های دیجیتال و محتواسازی با رویکردی مسئولانه است. این حرکت می‌تواند دفاعی غیرعامل با مشارکت همگان و برخاسته از بطن جامعه باشد و توان نهفته جامعه را فعالیت‌های رسانه دیجیتال نمایان ساخته و با یک برنامه آگاهانه به پیشبرد آن کمک کند و آن را در خدمت منافع ملی کشور قرار دهد.

برنامه برگزاری جشنواره رسانه‌های دیجیتال در چند بخش، همراه با تبیین علمی رسانه‌های دیجیتال، به چگونگی اجرای این جشنواره می‌پردازد. در این برنامه، هدف‌های برگزاری جشنواره، محدوده آن، سازمان برگزاری، وظایف افراد و واحدهای درگیر، فرایند برگزاری، و چگونگی داوری بیان می‌شود.

۲. هدف‌ها

۱-۲. هدف‌های کلان

- ◇ بسترسازی برای تولید و توسعه محتوای هم‌خوان با فرهنگ ایرانی - اسلامی؛
- ◇ حمایت از تولید محتوای دیجیتال برای پاسخ‌گویی به نیازهای جامعه؛
- ◇ بسترسازی برای دستیابی به هدف‌های برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران؛
- ◇ فراهم‌آوری زمینه مشارکت شهروندان در دفاع غیرعامل؛
- ◇ گسترش استفاده از رسانه‌های دیجیتال.

۲-۲. هدف‌های ویژه

- ◇ ترغیب تولید محتوای بومی با مشارکت شهروندان در سطح محله‌های شهر تهران؛
- ◇ برآورد ظرفیت موجود برای تولید محتوا برای رسانه‌های دیجیتال در سطح شهر تهران؛
- ◇ فراهم‌آوری فضای رقابت میان شهروندان تهرانی در تولید محتوای دیجیتال؛
- ◇ هم‌افزایی میان پدیدآوران محتوا در حوزه رسانه‌های دیجیتال؛
- ◇ شناسایی و تشویق استعدادهای برجسته در حوزه رسانه‌های دیجیتال در محله‌های شهر تهران؛
- ◇ تشویق شهروندان تهرانی به استفاده از رسانه‌های دیجیتال در زندگی شهری؛
- ◇ اشاعه کاربرد رسانه‌های دیجیتال در بهبود زندگی شهری؛
- ◇ پیشبرد استفاده از رسانه‌های دیجیتال در فعالیت‌های شهروندان.

۳. رسانه‌های دیجیتال

۳-۱. تعریف رسانه‌های دیجیتال

هر گونه تولید و جابه‌جایی پیام یا محتوا از راه پردازشگرهای دیجیتالی - رایانه‌ای را می‌توان در محدوده رسانه‌های دیجیتال دانست. پردازش در این سیستم‌ها با کمک ارقام صفر و یک انجام می‌شود. داده‌های ورودی به این سیستم‌ها به پالس‌های الکترونیکی ترجمه و با همان دقتی که ارسال می‌گردند، بدون افت کیفیت از سوی مخاطب دریافت می‌شوند. ولی در مفهوم ویژه‌ای که رسانه‌های دیجیتال دارند، «دیجیتالی بودن» پس از «رسانه بودن» قرار می‌گیرد، تا توان انتقال پیام یا محتوا را به مخاطب(ان) در سطحی گسترده نشان دهد. از سوی دیگر «دیجیتالی بودن»، این دسته از رسانه‌ها را در برابر رسانه‌های آنالوگ قرار می‌دهد. پیدایش رسانه‌های دیجیتال، دگرگونی چشم‌گیری در انتقال پیام، دسترسی مخاطبان، کیفیت پیام، و سرعت و حجم انتقال محتوا پدید آورد. چنین ویژگی‌هایی را باید در کیفیت‌های دگرگون فناورانه رسانه‌های آنالوگ دیجیتال جست‌وجو کرد.

۳-۲. گونه‌شناسی رسانه‌های دیجیتال

رسانه‌های دیجیتال، دارای ماهیتی یکسان ولی گونه‌های متفاوتی هستند. این گونه‌ها را می‌توان

چنین دسته‌بندی کرد:

- ◇ نرم افزارهای رایانه‌ای تولید و انتشار محتوا به شکل بین فردی و جمعی؛
- ◇ بازی‌های رایانه‌ای (بازی‌های آفلاین / بازی‌های آنلاین / بازی‌های شبکه‌ای)؛
- ◇ اینترنت به عنوان رسانه نوین و سرویس‌هایی که از راه شبکه «وب» و در بستر «اینترنت» در اختیار کاربران قرار دارند؛ مانند سایت‌های اینترنتی و امکانات رسانه‌های اجتماعی (وبلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی، «چت»، گروه‌های مباحثه، «ویکی»ها، گروه‌های خبری، سیستم‌های پیام فوری، و لیست‌های پستی)؛

- ◇ هنرهای دیجیتال شامل استفاده از ظرفیت‌های فناوری نوین برای پدیدآوری آثار سینمایی دیجیتال، گرافیک و پویانمایی رایانه‌ای، جلوه‌های ویژه، و آثار موسیقایی؛
- ◇ کتاب‌ها، مجلات، روزنامه‌ها و کاتالوگ‌ها/ بروشورهای دیجیتالی؛
- ◇ رادیو و تلویزیون دیجیتال (درون خطی یا ماهواره‌ای).

۳-۳. ویژگی‌های رسانه‌های دیجیتال

- ◇ سرعت، کیفیت، و دامنه انتشار بسیار گسترده‌تر از رسانه‌های آنالوگ؛
- ◇ آسان و کاربرپسند بودن انتشار محتوا از راه رسانه‌های دیجیتال؛
- ◇ گستردگی گونه‌های رسانه‌های دیجیتال و فرصت‌های بیشتر انتخاب برای مخاطبان؛
- ◇ توان ذخیره، نگهداری، و جابه‌جایی حجم گسترده‌ای از محتوا با قالب‌های گوناگون در فضای فیزیکی بسیار اندک؛
- ◇ تعاملی بودن ارتباط دو یا چندجانبه با مخاطبان؛
- ◇ گیرایی بی‌مانند بر پایه ویژگی زیبایی‌شناسانه و تعاملی آن‌ها؛
- ◇ درنوردیدن انحصار تبادل اطلاعات و توان مشارکت همگانی در تولید و نشر محتوا؛
- ◇ کم‌هزینه بودن استفاده از رسانه‌های دیجیتال برای انتقال پیام/ محتوا و چالش با سلطه رسانه‌ای متکی به سرمایه انبوه؛
- ◇ توان ارائه رسانه ویژه برای هر دسته از مخاطبان.

بخش دوم

محورها و ویژگی‌های آثار

۱. محدوده فعالیت و ویژگی‌های آثار

۱-۱. محور آثار

جشنواره رسانه‌های دیجیتال محورهای زیر را در بر می‌گیرد:

- ◇ برنامه نویسی نرم‌افزار
 - ◇ یادکست؛
 - ◇ آلبوم‌های تصویری و طراحی و تجسمی سازی داده‌ها
 - ◇ ویدیو و پویانمایی (انیمیشن)؛
 - ◇ آثار / کلیپ‌های صوتی و کتاب گویا؛
 - ◇ کتاب و نشریه؛
 - ◇ چندرسانه‌ای؛
 - ◇ سایت اینترنتی؛
 - ◇ پژوهش در زمینه رسانه‌های دیجیتال
- درباره هر کدام از این محورها در ادامه توضیح بیشتری خواهیم داد

۲-۱. ویژگی‌های عمومی آثار

هر پدیدآور یا گروهی از پدیدآوران می‌تواند حداکثر دو اثر را برای شرکت در هر یک از محورهای یاد شده در بند ۴-۱ به جشنواره ارائه کنند. آثاری برای داوری در جشنواره رسانه‌های دیجیتال پذیرفته می‌شوند که دارای ویژگی‌های عمومی زیر باشند:

- ◇ اصیل (اورجینال) باشند؛
- ◇ از معیارهای فرهنگی ایرانی - اسلامی و چارچوب‌های قانونی را در محتوای اثر پیروی کرده باشند؛
- ◇ پدیدآور(ان) آن، اظهارنامه نوشتاری مبنی بر مالکیت اثر را همراه با آن ارائه و همه مسئولیت‌های حقوقی آن را بپذیرند؛
- ◇ پدیدآوران آن، توافق‌نامه حقوق مالکیت فکری و کپی‌رایت را با شهرداری امضا کنند؛
- ◇ به موقع ارائه شوند؛
- ◇ با ضوابط جشنواره در قالب‌بندی و تولید بسته (پکیج) و ارسال آن هم‌خوان باشند؛
- ◇ در دو نسخه جداگانه، یکی با نام و مشخصات پدیدآور(ان) و دیگری بدون نام و مشخصات پدیدآور(ان) ارائه شوند؛
- ◇ به جز سایت‌های اینترنتی (که نشانی آن‌ها همراه مشخصات کامل ارسال می‌گردد)، آثار دیگر محورها، روی DVD ارائه شوند؛
- ◇ در آن‌ها رمزنگاری یا سطح دسترسی تعریف نشده باشد؛
- ◇ دارای عنوان «خاص» باشند (مانند آلبوم تصویری تهران قدیم؛ تهران در ده سال گذشته؛ محیط سبزم آرزوست؛ نرم‌افزار کتاب الکترونیکی؛ و...)
- ◇ پیش از این در هیچ جشنواره یا مسابقه داخلی یا خارجی ارائه یا منتشر نشده باشند؛
- ◇ دارای دسته‌بندی و نام‌گذاری منطقی برای فایل‌ها روی لوح فشرده باشند که به دسترسی به محتوای آن‌ها کمک کند.

۳-۱. ویژگی‌های اختصاصی آثار

از نظر دامنه موضوعی آثار، محدودیتی وجود ندارد در عین حال، به جز حوزه برنامه نویسی نرم‌افزار، اگر در سایر آثار به مسایل شهر تهران (خدمات، مشکلات، تاریخ، جغرافیا، فرهنگ، اقتصاد، جوانان، سالمندان، محیط زیست، معماری، تفریحات، رفتارهای اجتماعی، سبک‌های زندگی، آثار تاریخی، شخصیت‌های برجسته، و...) پرداخته شود، یک امتیاز محسوب خواهد شد. در هر یک از محورهای یاد شده در بند ۴-۲، آثاری برای داوری در جشنواره رسانه‌های دیجیتال پذیرفته می‌شوند که دارای ویژگی‌های اختصاصی زیر باشند:

نرم‌افزار



◇ آثار نرم‌افزاری باید دارای کارکردها و ویژگی‌های زیر باشند:

- ارتباطی (ایجاد امکان ارتباط بین فردی یا جمعی)، راهنما (مانند راهنماهای سازمان‌ها دولتی / شهری، دسترسی به منابع اطلاعاتی، تولید و عرضه کالا و خدمات، گردشگری، دسترسی به امکانات عمومی و مانند آن‌ها- استفاده از API در برنامه نویسی بلا مانع است)؛
- تولید یا جابه‌جایی محتوا: تولید و ارسال و دریافت محتوای متنی، تصویر، صوتی و ویدیویی؛
- مبدل قالب‌های محتوا: تبدیل کننده قالب‌های متن به متن، تصویر به تصویر، صوت به صوت، ویدیو به ویدیو، با قالب نوین (مانند Text to HTML, PDF to DOC, Tiff to JPG, AVI to Mpeg, Wav to MP3)
- ویرایشگرهای متنی: دارای امکان ویرایش، افزودن و کاستن، قطعه‌بندی، و اتصال (پیوستن) قالب‌های تصویری (گرافیکی)، صوتی و ویدیویی؛

- تولید چندرسانه‌ای: دارای امکان درج یا انتقال، و تلفیق متن، تصویر، گرافیک، صدا و ویدیو و تهیه خروجی نهایی واحد.

- ◇ اطلاعات زبان(های) برنامه نویسی و کدهای منبع را به همراه داشته باشد؛
- ◇ فایل‌های اجرایی روی سیستم عامل ویندوز (نسخه‌های XP ، Vista یا Seven) قابل اجرا باشد؛
- ◇ مشخصات کامل نرم‌افزارها و نسخهٔ مورد استفاده برای تولید اثر گفته شود؛
- ◇ اگر لازم است، «پکیج» نصب نرم‌افزار، تولید و ارائه شود.

کتاب و نشریه‌های الکترونیکی



کتاب و نشریه الکترونیکی، منبع الکترونیکی قابل مطالعه ای خواه متنی / تصویری با مزایایی فراتر از کتاب چاپی است، که بر روی صفحات نمایشگر الکترونیکی نظیر رایانه شخصی، ای‌بوک ریدرها و نظایر آن، به صورت آنلاین یا آفلاین ارائه می‌گردد.

- ◇ دارای یکی از قالب‌های HTML، Flash، epub، chm، یا PDF باشند.
- ◇ کتاب‌های الکترونیکی نباید صرفاً از طریق اسکن متن کتاب‌ها تولید شده باشد مگر اینکه امکانات جنبی (نمایه، فهرست، تصویر صدا، یادداشت، پیوند، ارجاعات متقابل) بدان افزوده شده باشد.
- ◇ نشریه‌های الکترونیکی، از نظر تدوین مقاله‌ها و صفحه‌آرایی، باید بتوان در تعریف کلی آن را نشریه نامید.
- ◇ در کتاب‌ها و نشریه‌های الکترونیکی می‌توان از تصویر و صدا و فیلم استفاده کرد. داشتن فهرست لینک‌دار، نشان‌گذاری (Bookmark) متن، لینک‌های درونی و بیرونی، فراداده (Metadata)، یک مزیت نشریه‌ها و کتاب‌های الکترونیکی هستند. امکانات موجود در نرم‌افزارهایی مانند ادوبی حرفه‌ای (Adobe Professional) چنین امکانی را دارند.

- ◇ در صورت استفاده از فلش برای تولید کتاب الکترونیکی فایل تنظیم‌های نمایش به درستی و در وضوح‌های (رزولوشن) گوناگون آزمایش شود.
- ◇ یک نشریه الکترونیکی می‌تواند شامل یک چندرسانه‌ای کامل باشد. مقالاتی به شکل متن، متن گویا(همان متن توسط گوینده خوانده شود و با لینک فایل صوتی مناسب در دسترس قرار گیرد) فیلم مرتبط با موضوع در مجله درج و قابل نمایش باشد و تصاویر در درون متن یا با لینک‌های مناسب در قسمت آلبوم عکس نشریه درج شود. چنین مجموعه‌ای بسیار جذاب و کاربرپسند خواهد بود.
- ◇ با جستجوی واژه‌هایی مانند "e-journal filetype:swf" یا "e-book filetype:swf" در اینترنت مثلاً می‌توانید به الگوهایی از فایل‌های کتاب و نشریه الکترونیکی که با فلش تهیه شده‌اند دسترسی پیدا کنید.
- ◇ در تولید کتاب و نشریه الکترونیکی می‌توانید از الگوهای موجود در اینترنت با قالب‌های گوناگون الهام بگیرید.

پویانما (انیمیشن)



- ◇ دارای یکی از قالب‌های swf، flv، mpeg، یا gif باشند.
- برنامه‌های نرم‌افزاری بسیاری در رابطه با انیمیشن، برای کامپیوتر خانگی در دسترس است. نرم‌افزارهای موجود دارای امکانات و محیط کاربرپسندی هستند که با اندکی تأمل می‌توان انیمیشن را به شکل ابتدایی آغاز نموده و با دنبال کردن دوره‌های فشرده ساده (tutorials) انیمیشن کامپیوتری را آموخت.
- درباره انیمیشن کامپیوتری می‌توانید اطلاعات اولیه را در ویکی‌پدیای فارسی <http://fa.wikipedia.org> جستجوی عبارت «پویانمایی رایانه‌ای» بیابید:

[http://fa.wikipedia.org/wiki/پویانمایی رایانه‌ای](http://fa.wikipedia.org/wiki/پویانمایی_رایانه‌ای)

نرم افزارهای:

Autodesk 3DS Max
DP Animation Maker
Cinema 4D
Toon Boom
After Effects Cs4
Lightwave 3D
Animation Master
Morpheus Photo Animation Suite
Anime Studio Pro

برای ساخت انیمیشن می توانند مورد استفاده قرار گیرند.

محدودیت زمانی خاصی برای طول زمان (مدت) انیمیشن منظور نشده است، اما به طور طبیعی، آثاری که با توجه به سناریوی طراحی شده، طولانی تر و از نظر گرافیکی قدرتمندتر باشد، از امتیاز بالاتری برخوردار می شوند.

کتاب گويا، پادکست، و ساير آثار صوتی



به طور کلی آثار صوتی در به عنوان محتوا در رسانه دیجیتال از دو نظر شکلی و محتوایی مورد توجه هستند. مقصود از ویژگی شکلی، آیتم هایی مانند: قالب فایلی ارائه محتوا، کیفیت صدا، ترکیب صدا، جلوه های صوتی، درج فراداده (درج اطلاعات مربوط به اثر)، بخش بندی، مدت (زمان)، کیفیت گفتار هستند. از نظر محتوایی، اصیل بودن محتوا (تألیفی بودن) موضوع و نوع پیام، نوآوری و تازگی، اثرگذاری، توجه به مخاطب هدف دارای اهمیت است. این آثار باید:

◇ در یکی از قالب های wav، wma، mp3، یا mid تولید شده باشند.

ویدیو



تولید آثار ویدیویی دیجیتال، از نظر دامنه موضوعی محدودیتی ندارند. ضمن این که

موضوع‌های مربوط به زندگی شهری، روابط انسانی، مستندهای راهنما، و آموزشی دارای امتیاز ویژه هستند. اصالت اثر و تولید آن توسط پدیدآور، یک معیار اساسی است. استفاده از آثار ویدیویی دیگران مجاز نیست، مگر در مواردی که ضمن رعایت حقوق مادی و معنوی آثار دیگران، قصد مقایسه و بیان سیر تحول یک سوژه وجود داشته باشد. توصیه می‌شود به جای تهیه ویدیوی آنالوگ و سپس تبدیل آن، برای حفظ کیفیت اثر، در تصویربرداری از دوربین‌های دیجیتال استفاده شود.

◇ دارای یکی از قالب‌های mpeg، avi، vob، mkv، یا mov باشند.

آلبوم‌های تصویری و طراحی و تجسمی‌سازی داده‌ها(اینفوگرافیک)



◇ عکس‌ها دارای یکی از قالب‌های jpg یا tiff باشند؛

◇ قالب نهایی آلبوم باید به شکل اسلاید با یکی از قالب‌های mpeg، avi باشد.

◇ بدون قاب (پاسپار تو) باشند.

عکس‌های مورد استفاده در آلبوم‌های تصویری الزاماً باید توسط پدیدآور تولید شده باشد، مگر در مواردی که قصد تطبیق (مقایسه) در میان باشد. در عین حال، در این مورد نیز رعایت حقوق نشر به عهده پدیدآور(ان) است.

برای تهیه آلبوم‌های تصویری نرم‌افزارهای فراوانی وجود دارد که در آن‌ها می‌توان از جلوه‌های ویژه و امکانات صوتی و متنی در آلبوم تصویری استفاده کرد.

کیفیت تصاویر، جلوه‌های ویژه تصویری و صوتی در ارزیابی مورد توجه قرار خواهد گرفت.

◇ اینفوگرافیک (infographic) یا گرافیک‌های اطلاع‌رسان / داده‌های نمایشی، ابزاری

کارآمد برای نمایش تصویری داده‌ها است. اینفوگرافیک درک سریع و آسان داده‌ها را میسر می‌کند و ما را از توضیح طولانی و احتمالاً غیرقابل درک برای عموم بی‌نیاز

می‌سازد. حجم زیادی از داده‌ها را می‌توان به شکل تصویری به مخاطب منتقل کرد. از نظر محتوا، در اینفوگرافیک ویژگی‌هایی چون موضوع، عنوان، منابع، قسمت‌بندی و محدوده و دامنه اطلاعات مورد توجه قرار می‌گیرند و از نظر طراحی، ویژگی‌هایی چون رنگ‌بندی، فونت، نوع نمودار، راهنمای اطلاعات و اجزای ارتباط دهنده اهمیت دارند. اطلاعات بیشتر را در این پیوندها بیابید:

<http://infographics.ir/samples>

<http://infographic.ir/infographic/intro>

<http://onlinetutors.persianblog.ir/post/72>

این سایت خارجی هم یک نمونه کامل درباره اینفوگرافیک است:

<http://visual.ly>

سایت اینترنتی



طراحی سایت، جدا از مقوله «وبلاگ» است. سایت دارای دامنه (domain) یا نشانی اینترنتی منحصر به فرد است. از این رو، باید توجه داشت که آثاری در این بخش مورد پذیرش قرار می‌گیرند که مستقل از سرویس‌دهنده‌های وبلاگ‌نویسی و سیستم‌های مدیریت محتوای تجاری باشند.

- ◇ از نرم‌افزارهای سیستم مدیریت محتوا (CMS) و پوسته‌های تجاری استفاده نشده باشد.
- ◇ استفاده از نرم‌افزارهای سیستم مدیریت محتوا با کد منبع آزاد (Open source) آزاد است.
- ◇ از نظر محتوا هر گونه استفاده (حتی اندک) از آثار دیگران، همراه با رعایت امانت و ذکر منبع باشد.

پژوهش در حوزه رسانه‌های دیجیتال



پژوهش در حوزه رسانه‌های دیجیتال باید از ویژگی‌های زیر برخوردار باشد:

- ◇ تألیفی و برآمده از کار پژوهشی اصیل (اورجینال) باشد؛
- ◇ از منابع علمی جدید بهره‌برداری نموده و دارای استنادهای معتبر باشد؛

- ◇ از نظر نگارش، استاندارد تدوین گزارش علمی در آن رعایت شده باشد؛
 - ◇ پیش از این در قالب مقاله، کتاب، گزارش، مقاله سمینار و سایر شیوه‌ها (چاپی و الکترونیکی) در داخل یا خارج از کشور منتشر نشده باشد؛
 - ◇ حقوق مادی و معنوی گزارش پژوهش متعلق به پدیدآور(ان) باشد و شخصیت‌های حقوقی (سازمان‌ها، دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها و...) هیچ گونه مالکیتی بر آن نداشته باشند؛
 - ◇ مقاله در قالب متنی MS Word و در یک فایل ارائه شود.
- در کلیه موارد، استفاده از محتوای آثار دیگران برای تولید اثر باید کلیه حقوق پدیدآورندگان محتوا رعایت شود. مسئولیت حقوقی استفاده از آثار دیگران برای تولید محتوای دیجیتال، به عهده پدیدآورنده است. پیشنهاد می‌شود مجوزهای لازم از دارنده امتیاز محتوا اخذ گردد.

بخش سوم

مشارکت و داوری

۱. ویژگی‌های شرکت کنندگان

- ◇ شرکت کنندگان در جشنواره باید ساکن یکی از مناطق ۲۲ گانه شهرداری تهران باشند.
- ◇ برای شرکت در جشنواره، هیچ‌گونه محدودیتی از نظر سن، شغل، تحصیلات، و مانند آن‌ها و هم‌چنین تعداد پدیدآوران برای هر اثر نیست.

۲. حقوق مالکیت معنوی (کپی‌رایت)

حقوق معنوی آثار برگزیده متعلق به پدیدآور(ان) است. ولی پدید آور(ان) آثار برگزیده حق استفاده از آثار خود را به شهرداری واگذار می‌نمایند. بهینه‌سازی، تغییر، و استفاده تجاری از آثار برگزیده تنها با توافق پدیدآور(ان) شدنی خواهد بود، مگر آنکه پدیدآور(ان) همه حقوق مادی خود را به شهرداری تهران واگذار نمایند.

۳. داوری

داوری آثار دریافت شده از سوی هیئت داوران و در دو گام انجام می‌شود. در گام نخست، آثار دریافت شده از نظر هم‌خوانی با ویژگی‌های عمومی و اختصاصی، ارزیابی و آثاری که دارای هم‌خوانی با این ویژگی‌ها باشند، به گام دوم داوری وارد می‌شوند. در این گام، هر یک از آثار بر پایه معیارهای از پیش تعیین شده، از سوی دست‌کم سه داور ارزیابی می‌شوند. پنج درصد از آثاری که

بیشترین میانگین امتیازها را در هر محور داشته باشند، در کمیته تخصصی آن محور مطرح و با اکثریت آرای اعضای کمیته به عنوان آثار برگزیده جشنواره معرفی می شوند.

۳-۱. کمیته‌های تخصصی

- ◇ کمیته تخصصی نرم افزار؛
- ◇ کمیته تخصصی پادکست و آثار صوتی؛
- ◇ کمیته تخصصی آلبوم‌های تصویری و آثار ویدیو؛
- ◇ کمیته تخصصی کتاب و نشریات الکترونیکی؛
- ◇ کمیته تخصصی طراحی سایت‌های اینترنتی و چندرسانه‌ای؛
- ◇ کمیته تخصصی پژوهش در زمینه رسانه‌های دیجیتال.

۳-۲. زمان بندی

- پذیرش آثار از تاریخ ۲۵ آبان ماه ۱۳۹۱ آغاز و در تاریخ ۲۴ دی ماه ۱۳۹۱ خاتمه می یابد
- نتیجه نهایی اولیه داوری تا ۲۸ دی ماه ۱۳۹۱ اعلام می گردد
- نتیجه نهایی داوری تا ۶ بهمن ماه ۱۳۹۱ اعلام می گردد

۳-۳. انتخاب آثار برگزیده

در بخش‌های نه گانه اعلام شده پس از داوری اولیه آثار دریافتی توسط سه داور دارای تخصص موضوعی مرتبط، از هر منطقه ۳ اثر (مجموعاً ۲۷ اثر و از کل مناطق ۵۹۴ اثر) انتخاب و در داوری نهایی از هر بخش ۳ اثر (مجموعاً ۲۷ اثر) به عنوان آثار برتر به دبیرخانه جشنواره شکوفا معرفی و ارسال خواهد شد.

از نفرات نخست، در مرحله نهایی جشنواره، به شکل ویژه تقدیر خواهد شد.

اطلاعات تماس

جشنواره شکوفا

نشانی سایت جشنواره شکوفا: رسانه‌های دیجیتال:

<http://digitalmedia.mytehran.ir>

- معاونت امور اجتماعی و فرهنگی: جناب آقای مهندس برومند نامداری
- دبیرخانه کانون رسانه‌های دیجیتال: منطقه ۱۸ شهرداری تهران
- مدیر اجرایی دبیرخانه کانون رسانه‌های دیجیتال: جناب آقای امین الشریعه
- رابط اجرایی دبیر کانون رسانه‌های دیجیتال: جناب آقای پرویز شهریاری
- نشانی: شهرک ولیعصر - خیابان سپیده جنوبی - ساختمان شماره ۴ شهرداری منطقه ۱۸ (خانه جوان)
- مرکز تلفن: ۶۶۲۹۷۵۲۱

تماس با دبیر کانون

دکتر محمود بابائی

تلفن: ۰۹۳۹۱۰۵۵۶۸۶

پست الکترونیکی: mahmoud.babaie@gmail.com

نشانی سایت: <http://www.babaie.ir>

گزارش آماری

آثار دریافتی از محلات شهر تهران

گزارش آماری آثار دریافتی از محلات شهر تهران

پیش درآمد

به اقتضای محدوده زمانی فراخوان تا گردآوری آثار شهروندان در حوزه رسانه‌های دیجیتال، و نیز سازوکارهای فنی فراهم شده برای ثبت نام و ارسال آثار شهروندان، این گزارش آماری، دارای ملاحظات مهمی است که به چند مورد از آن‌ها اشاره می‌شود:

۱- فراخوان جشنواره شکوفا، برخلاف آنچه که تصور می‌شود، موج تبلیغاتی مقطعی برای جلب مشارکت شهروندان در حوزه فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات نیست، بلکه آغاز حرکتی مستمر، پویا، و متکی به توانمندی‌های محلات شهر تهران است. از این رو، با توجه به برنامه‌ریزی انجام شده، با استقرار کانون رسانه‌های دیجیتال در سطح محلات، در آینده باید شاهد به ثمر نشستن تلاش‌های کنونی باشیم.

۲- کمیت آثار دریافت شده در طی فراخوان اولیه جشنواره شکوفا، با توجه به محدودیت‌های زمان، فراهم شدن سازوکارهای فنی و لزوم آمادگی‌ها و هماهنگی‌های لازم با مناطق شهرداری و به ویژه مدیران فناوری محلات، به هیچ عنوان، ملاک ارزیابی این حرکت نیست. کانون‌های رسانه دیجیتال، به عنوان مولود پایدار نخستین گام جشنواره شکوفا، در این گام‌های نخست، بیش از کمیت آثار دریافتی حائز اهمیت است. نهالی است که در صورت مراقبت، ثمرات آن در سطحی گسترده نمایان خواهد شد.

۳- ثبت نام نزدیک به ۸۰ هزار نفر در کانون رسانه‌های دیجیتال و آمادگی مشارکت در این جنبش ملی در توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و تولید محتوا، حاکی از توانمندی موجود و رغبت شهروندان در این زمینه است.

۴- رسانه‌های دیجیتال، مفهومی ساده و برای همگان کاملاً شفاف نیست. از یک سو، راهنمای تهیه شده برای تولید آثار دیرنگام در دسترس شهروندان قرار گرفت و از سوی دیگر، پاره‌های از

ناهماهنگی‌ها در زمینه حضور جدی رابطین مناطق در جلسات توجیهی و آموزشی، انتقال شفاف معیارها، چارچوب‌های فعالیت و شرایط تولید اثر را کم اثر ساخت.

۵- تلاش‌های بی‌وقفه و ارزشمندی برای موفقیت کامل این حرکت، در گام نخست آن، صورت پذیرفت. در عین حال، زمان‌بر بودن طراحی و در دسترس قرار گرفتن فرم‌های الکترونیکی ثبت‌نام و نیز دوگانه شدن آن، عملی نشدن برخی ایده‌ها در ایجاد کانال‌های ارتباطی مؤثر با شهروندان، موجب شد برخی انتظارات برآورد نشود.

۶- همکاری مناطق ۲۲ گانه شهرداری در حوزه رسانه‌های دیجیتال یکسان نبود. طیفی از همکاری بسیار مؤثر و صمیمانه، تا بی‌توجهی کامل. در اینجا اما نمی‌توان از اهتمام معاون محترم اجتماعی و فرهنگی منطقه ۱۸ شهرداری و همکاران گرانقدرشان سخن به میان نیآورد که به رغم مشغله فراوان و متنوع، بیش از حد توان خود همکاری نمودند. بالاترین آمار دریافت اثر نیز از همین منطقه بود که حاکی از فعال بودن محلات در زمینه است.

۷- مناطق ۱۱، ۱۲، ۱۶، ۲۰، ۲۱ و ۲۲ هیچ اثری را برای بخش رسانه‌های دیجیتال جشنواره شکوفا ارسال ننمودند و آخرین پیگیری‌ها با رابطین این مناطق بی‌نتیجه ماند.

چکیده

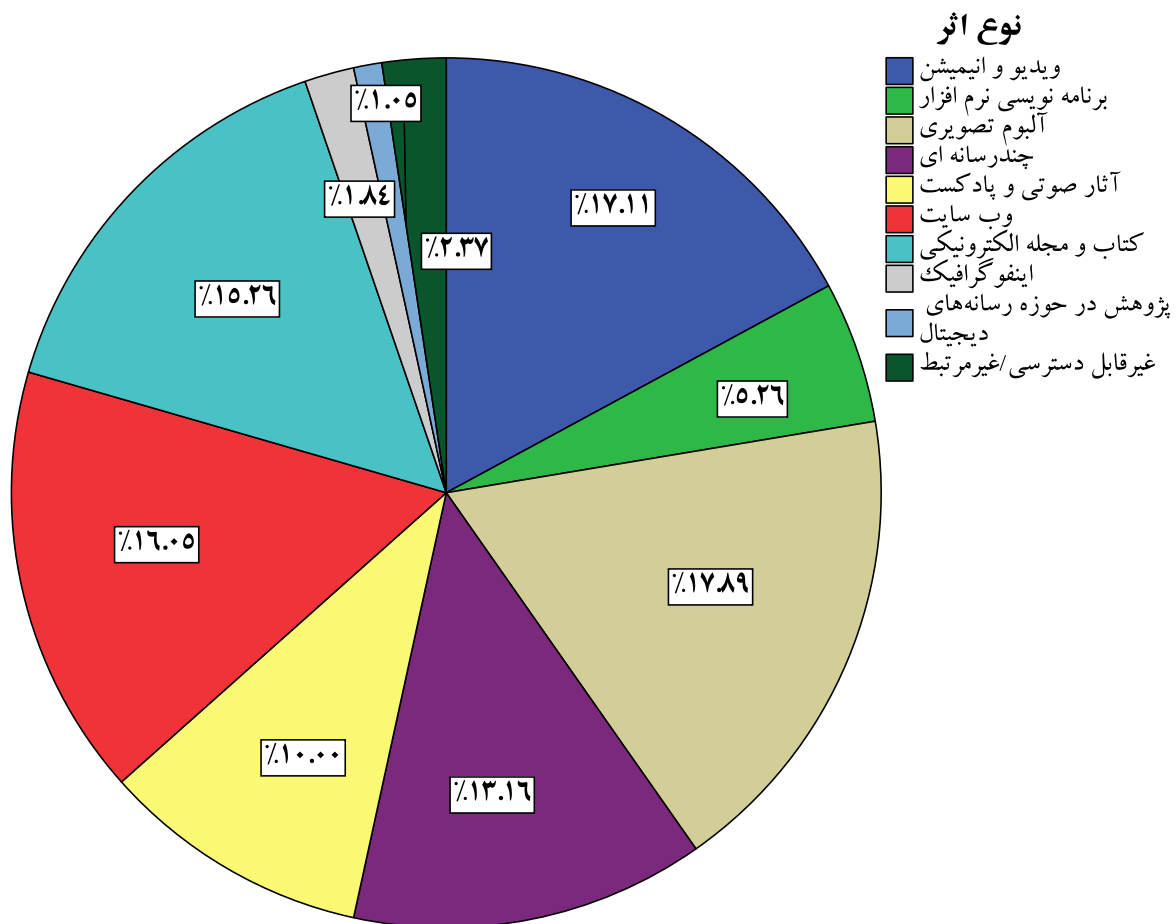
از مجموع آثاری که از محله‌های شهر تهران برای کانون رسانه‌های دیجیتال ارسال شد، در پالایش نخست، بر پایه معیارها و دیدگاه‌های کارشناسی، آثاری که حائز شرایط اعلام شده نبودند از چرخه مسابقه حذف شدند. در مرحله دوم، از بین آثار باقیمانده، داوران ۳۸۰ اثر را واجد شرایط ورود به بخش «ارزیابی نهایی» دانستند و در پایان بر پایه ضوابط اعلام شده، ۲۷ اثر برتر را از ۹ بخش مسابقه انتخاب، و اسامی برگزیدگان اول تا سوم را به دبیر علمی کانون اعلام نمودند. در اقدام نهایی، دبیر علمی کانون، اسامی و فایل‌های آثار برگزیده به شهرداری منطقه ۱۸ ارسال نمود. لازم به یادآوری است که به لحاظ محدودیت زمانی برای بررسی و داوری، و نیز ضرورت اعلام اسامی در موعد مقرر، پرونده دریافت آثار شهروندان در ۲۵ دی ماه ۱۳۹۱ بسته شد. برآوردهای کارشناسی نشان از آن دارد که گسترش اقدامات اطلاع‌رسانی و تمدید یکماهه برای دریافت آثار، می‌توانست تعداد آثار دریافتی را تا ۵۵ هزار اثر افزایش دهد.

آلبوم‌های تصویری با ۱۷/۹ درصد، ویدیو و پویانما با ۱۷/۱ درصد، وبسایت‌ها با ۱۶/۱ درصد، و کتاب و مجله الکترونیکی ۱۵/۳ درصد بیشترین سهم مشارکت را به خود اختصاص دادند. کمترین گونه رسانه‌ای دریافت شده مربوط به «پژوهش در حوزه رسانه‌های دیجیتال» (۱/۱ درصد) بود. محلات شهرداری منطقه ۱۸ با ۲۳/۷ درصد بیشترین آثار ارسالی را داشت و پس از آن محلات منطقه ۱ شهرداری با ۱۹/۷ درصد در رتبه بعدی قرار گرفته است. کمترین میزان آثار دریافتی مربوط به محلات منطقه ۷ است. از نظر شیوه ارائه آثار ارسالی و نظم و بسته بندی و برجسب زنی آثار، مناطق ۱۸ و ۱ بهترین کیفیت را به نمایش گذاردند.

• آمار کلی

جدول ۱. توزیع فراوانی نوع آثار

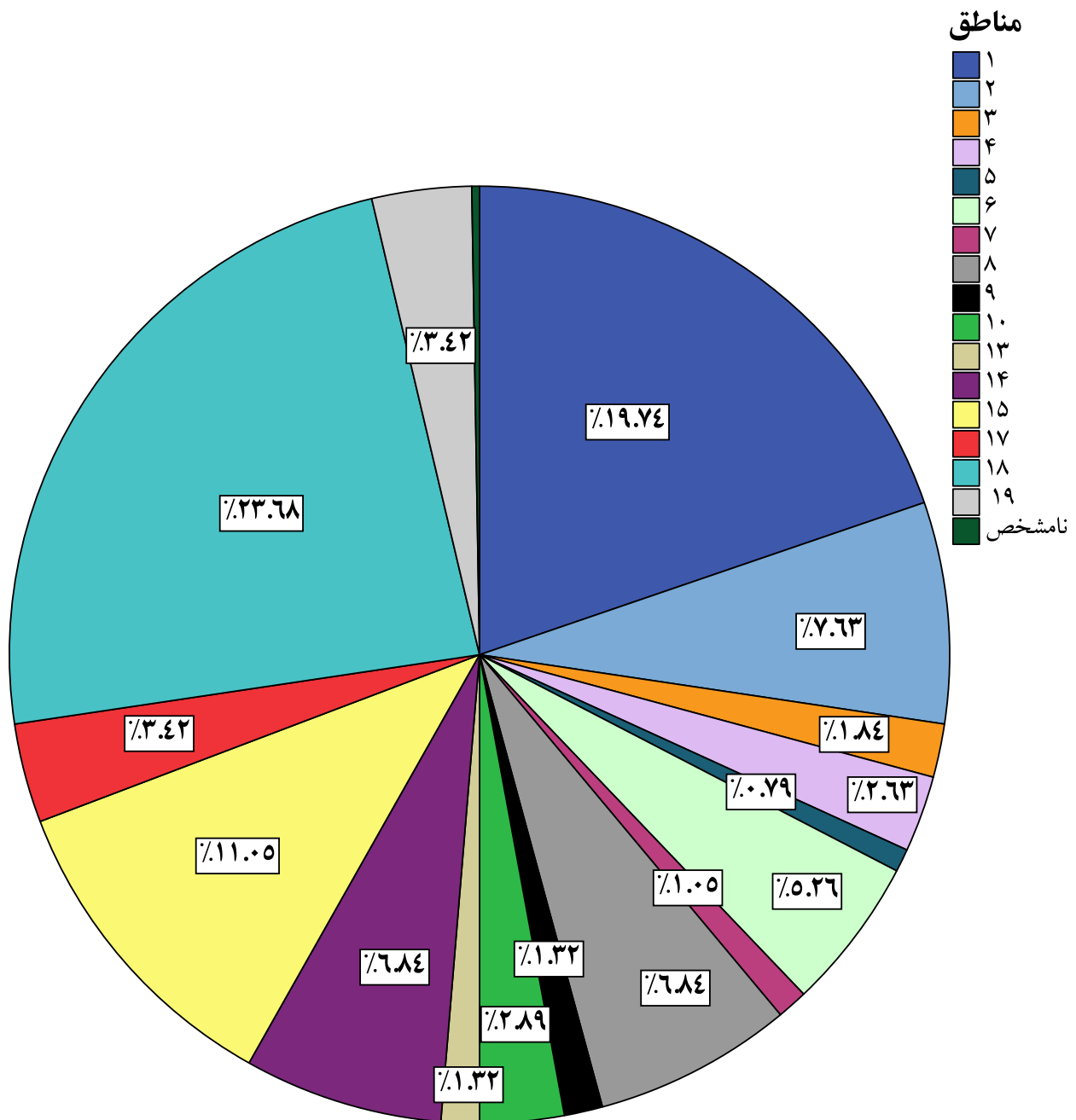
درصد	نوع اثر
۱۷.۱	ویدیو و انیمیشن
۵.۳	برنامه نویسی نرم افزار
۱۷.۹	آلبوم تصویری
۱۳.۲	چند رسانه‌ای
۱۰	آثار صوتی و پادکست
۱۶.۱	وب سایت
۱۵.۳	کتاب و مجله الکترونیکی
۱.۸	اینفوگرافیک
۱.۱	پژوهش در حوزه رسانه‌های دیجیتال
۲.۴	غیر قابل دسترسی / غیر مرتبط
۱۰۰.۰	جمع کل



نمودار ۱. توزیع درصدی «نوع آثار»

جدول ۲. توزیع آثار دریافتی از مناطق شهرداری تهران

مناطق	درصد
منطقه ۱	۱۹.۷
منطقه ۲	۷.۶
منطقه ۳	۱.۸
منطقه ۴	۲.۶
منطقه ۵	۸
منطقه ۶	۵.۳
منطقه ۷	۱.۱
منطقه ۸	۶.۸
منطقه ۹	۱.۳
منطقه ۱۰	۲.۹
منطقه ۱۳	۱.۳
منطقه ۱۴	۶.۸
منطقه ۱۵	۱۱.۱
منطقه ۱۷	۳.۴
منطقه ۱۸	۲۳.۷
منطقه ۱۹	۳.۴
نامشخص	۰.۳
جمع کل	۱۰۰.۰



نمودار ۲. توزیع درصدی آثار دریافتی از مناطق شهرداری تهران

جدول ۳. توزیع آثار دریافتی به تفکیک محلات

درصد	محله
۸	آلستوم
۱.۳	اتابک
۱.۳	ازگل
۸	اقدسیه
۰.۵	امانیه
۲.۱	ایوانک
۰.۳	باغ فردوس
۰.۳	بهداشت
۲.۶	تجریش
۸	تولیدارو
۰.۳	چوبتراش
۲.۶	حسینی فردوس
۰.۳	خانی آباد نو جنوبی
۰.۵	خاورشهر
۰.۳	خلیج فارس
۸	خلیج فارس جنوبی
۸	خلیج فارس شمالی
۰.۳	دارآباد
۰.۳	داوودیه
۱.۶	دریند
۲.۱	دریا
۴.۵	دزاشیب
۱.۶	دولاب
۰.۳	زاهد گیلانی
۱.۳	سرای جلیلی
۸	سرای محله تاکسیرانی
۱.۸	سرای محله قیام

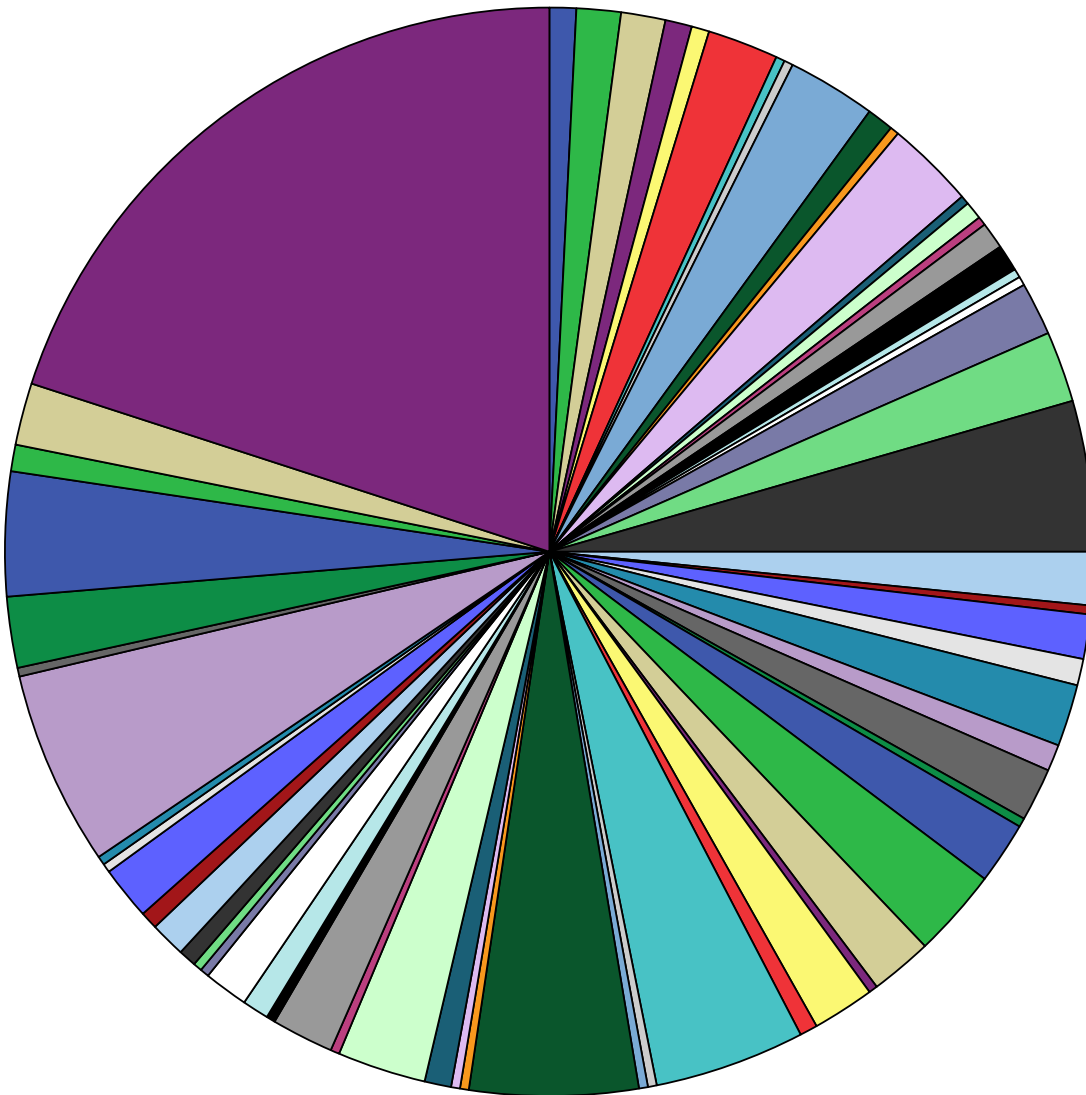
۸	سرخه حصار
۱.۶	شادآباد
.۳	شریعتی جنوبی
۱.۸	شریعتی شمالی
۲.۶	شهرک امام خمینی
۱.۸	شهرک دانشگاه
.۳	شهرک سها
۱.۸	شهرک نفت
.۵	شوش
۴.۵	صاحب الزمان
.۳	صادقیه
.۳	طرشت
۵.۰	فدک
.۳	قبا
.۳	قیامدشت
۸	کیانشهر جنوبی
۲.۶	کیانشهر شمالی
.۳	گلها - اقدسیه
۱.۸	محلاتی
.۳	محلہ مقدم
۸	محمودیه
۱.۳	مخابرات
.۳	مدیریت
.۳	مشیریه
.۵	مظاہری
۱.۱	مینایی
.۵	نعمت آباد
۱.۶	نیاوران
.۳	هاشم آباد

۳	همایون شهر
۵۸	هنرستان مریم
۳	والفجر
۲.۱	ولیعصر
۳.۷	ولیعصر جنوبی
۸	ونک
۱.۸	یافت آباد
۲۰.۰	محلہ نامشخص (منطقه مشخص) ^۱
۱۰۰.۰	جمع کل

^۱ پس از داوری آثار، مسئولان فناوری مناطق با پیگیری توانستند محلات شرکت کنندگان را شناسایی نمایند که در گزارش آثار برتر منعکس شده است.

محلّه

- الستوم
- اتایک
- ازگل
- اقدسیه
- امانیه
- ابواتک
- باغ فردوس
- بهداشت
- تجربش
- تولیدارو
- چوبتراش
- حسینی فردوس
- خانی آباد نو جنوبی
- خاورشهر
- خلیج فارس
- خلیج فارس جنوبی
- خلیج فارس شمالی
- دارآباد
- داوودیه
- دریند
- درویا
- دزاشیب
- دولاب
- زاهد گیلانی
- سرای جلیلی
- سرای محله تاکسیرانی
- سرای محله قیام
- سرخه حصار
- شادآباد
- شریعتی جنوبی
- شریعتی شمالی
- شهرک امام خمینی
- شهرک دانشگاه
- شهرک سها
- شهرک نفت
- شوش
- صاحب الزمان
- صادقیه
- طروشت
- قدک
- قیا
- قیامدشت
- کیانشهر جنوبی
- کیانشهر شمالی
- کلها - اقدسیه
- محلاتی
- محله مقدم
- محمودیه
- مختارات
- مدیریت
- مسیریه
- مظاهری
- مینیایی
- نعمت آباد
- نیاوران
- هاشم آباد
- هما یونشهر
- هنرستان مریم
- والفجر
- ولیعصر
- ولیعصر جنوبی
- وتک
- یافت آباد
- نامشخص



نمودار ۳. توزیع آثار به تفکیک محلات

اسامی برندگان نهایی جشنواره شکوفا
کانون رسانه‌های دیجیتال

اسامی برندگان نهایی جشنواره شکوفا: کانون رسانه‌های دیجیتال

نتایج داوری آثار دریافتی کانون رسانه‌های دیجیتال که با توجه به گونه و سطح آثار بین داوران توزیع و مورد ارزشیابی قرار گرفت، به شرح زیر است. ذکر این نکته ضروری است که چنان که در مقدمه گزارش آماری کانون رسانه‌های دیجیتال اشاره شد، با توجه به محدودیت زمانی پدیدآوران آثار، در داوری تلاش شده است ارزشیابی نسبی (مقایسه سطح آثار با یکدیگر) انجام شده و در این گام نخست از مطلق‌گرایی اجتناب گردد. ظهور توانمندی فنی و حرفه‌ای نهفته در محلات شهر تهران نیازمند فرصت و شرایط مساعدتری است که با استقرار کانون رسانه‌های دیجیتال در محلات شهر تهران به وقوع خواهد پیوست.

قطعا مدیران ارجمند معاونت اجتماعی و فرهنگی منطقه ۱۸ از تجارب ارزشمندی در زمینه اعطای جوایز و برگزاری جشنواره بهره‌مند هستند با این حال، یادآوری سه نکته ضروری است:

۱- به پدیدآورنده اثر، مسئولیت‌های حقوقی «اصیل بودن» و «انتشار نیافته بودن اثر» یادآوری گردد؛

۲- حضور «شخص برنده» و همراه داشتن کارت ملی برای دریافت جوایز الزامی اعلام گردد؛

۳- فایل‌های اصلی آثار برگزیده داوران، در تاریخ ۷ بهمن ۱۳۹۱، بر روی لوح فشرده به معاونت اجتماعی و فرهنگی منطقه ۱۸ ارسال شد.

• آلبوم تصویری

۱. پریسا میرزایی - منطقه ۱۷: محله یافت آباد.

۲. محسن نجفی - منطقه ۱۸: محله ولیعصر جنوبی.

۳. محمد جولان - منطقه ۱۵: محله کیانشهر جنوبی.

• برنامه نویسی

۱. علی عیوضی - ۱۸: محله تولیدارو.
۲. علیرضا کاظم زاده - منطقه ۱: محله محمودیه.
۳. صادق معراجی - منطقه ۱۸: صاحب الزمان.

• آثار صوتی: کتاب گویا و پادکست

۱. صلاح‌الدین احمد لواسانی - منطقه ۱۴: سرای محله قیام.
۲. مریم بابایی - منطقه ۱۸: محله ولیعصر جنوبی.
۳. پریسا منیری فر - منطقه ۱: محله ازگل.

• چندرسانه‌ای

۱. مسعود احمدنژاد - منطقه ۱۸: خلیج فارس شمالی.
۲. بیتا جلیلی - منطقه ۱۸: هنرستان مریم.
۳. زهرا چراغی - منطقه ۱۸: هنرستان مریم.

• وب سایت

۱. فاطمه معتبرزاده - منطقه ۱: محله نیاوران.
۲. امیر شعبانی و هادی صیرفی نادر - منطقه ۱: محله تجریش.
۳. روح‌الله عسگری - منطقه ۱۸: محله ولیعصر جنوبی.

• کتاب و مجله الکترونیکی

۱. نیما مجدآرا - منطقه ۱: محله شهرک نفت.
۲. فاطمه زند - منطقه ۱: محله شهرک دانشگاه.
۳. مریم موسوی محسن آباد - منطقه ۱: محله ازگل.

• اینفوگرافیک

۱. ریحانه میرزایی - منطقه ۶.

۲. مهدی فیضی - منطقه ۱: محله ازگل.

۳. ریحانه سادات کاشانی - منطقه ۸: محله فدک.

• فیلم و انیمیشن

۱. ریحانه میرزایی (انیمیشن) - منطقه ۶.

۲. نرگس علی بخشی - منطقه ۱: محله نیاوران.

۳. مهناز نوروزی و افسون صادقی - منطقه ۲: محله چوبتراش.

• پژوهش

۱. سید حمید حسین زاده - منطقه ۱۰.

۲. امیر شفیعی - منطقه ۱۳: محله سرخه حصار.

۳. موسی مفاخری - منطقه ۴.

تجارب و پیشنهادها

تجارب و پیشنهادها

جدا از اینکه انجام کارهای جدید برای نخستین بار حاوی نکاتی است که ممکن است در جریان عمل خود را نشان دهد، اما این تلاش می‌توانست با بهره‌گیری از تجارب گذشته با کاستی‌های کمتری همراه باشد. اما برجستگی‌ها و نقاط مثبت این طرح، با توجه به زمان‌بندی بسیار فشرده و همزمانی آن با جشنواره‌های دیگری که از سوی معاونت اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران اجرا می‌شد، در حد و اندازه‌ای بود که کاستی‌ها و ناهماهنگی‌ها را در سایه خود قرار می‌داد:

- اهتمام شهرداری تهران به همگانی‌سازی توانایی‌های فناوری اطلاعاتی در سطح تمامی شهروندان برای اولین بار در کشور؛

- درگیری موثر سطوح مدیریتی معاونت فرهنگی اجتماعی شهرداری تهران در برگزاری جشنواره؛

- حسن اخلاق و برخورد شایسته همکاران منطقه ۱۸ به عنوان منطقه مجری رسانه‌های دیجیتال و بسیاری از مناطق دیگر شهرداری با دبیر علمی کانون و نماینده ایشان؛

- شکل‌گیری تجربه‌ای جدید در ساماندهی کانون رسانه‌های دیجیتال و جشنواره‌های مرتبط با آن در آینده؛

- و برگزاری آبرومندانه مراسم اختتامیه مناطق و نهایی، از موارد قابل اشاره هستند.

پیشنهاد

- بر پایه اساس‌نامه، برنامه و نقشه راه ترسیم شده، واگذاری امور اجرایی کانون رسانه‌های دیجیتال به محلات، در دستور کار قرار دارد. اجرایی شدن این مهم، پیش از آن که زمان برای

جشنواره دوم سپری شود، اولویت نخست حوزه ستادی معاونت اجتماعی و فرهنگی شهرداری باشد؛

- تنها راه ارتباطی مجریان جشنواره شکوفا با مخاطبان، سایت اینترنتی در دسترس است. دبیران علمی کانون‌های جشنواره شکوفا، در مدت زمان فعالیت خود به ایده‌ها و طرح‌هایی دست یافته‌اند که توجه با این دستاوردها و جمع‌بندی و عملیاتی کردن آن‌ها، می‌تواند این کانال ارتباطی را کارآمدتر و پویاتر سازد؛

- با واگذاری فعالیت‌های پیوندیافته با جشنواره شکوفا به کانون‌های محلات شهر تهران، ضرورت تهیه طرحی جامع برای پیاده‌سازی و عملیاتی کردن پروژه‌های نقشه راه ضروری به نظر می‌رسد؛

- جشنواره شکوفا گام بلندی بود برای دستیابی به اهدافی که در سندهای فرا دستی تأکید اساسی بر روی آن‌ها شده است؛ این مهم با ایجاد پیوند بین فعالیت‌های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات با دانشگاه، نشان از پشتوانه علمی و مستحکم این حرکت دارد. ارتباط گسترده‌تر؛

- یک‌دست سازی و ایجاد یکپارچگی در اساس‌نامه‌های ارائه شده برای کانون‌های شکوفا؛

- برگزاری فشرده نشست‌های علمی برای بازنگری در برنامه‌ها و جمع‌بندی تجربه‌های دبیران علمی کانون‌ها، با حضور مجریان و معاونین اجتماعی و فرهنگی مناطق؛

- تهیه و تنظیم گاه‌شمار جشنواره شکوفا با استفاده از مجموع اطلاعات حوزه ستادی، مناطق، و دبیران علمی کانون‌ها.

در پایان بار دیگر تأکید می‌شود که به باور دبیر علمی کانون رسانه‌های دیجیتال، جشنواره شکوفا، ایده‌ای بکر و بسیار کارآمد برای تولید محتوای دیجیتال، توسعه فناوری، جلب مشارکت مردمی، برداشتن گامی در مسیر تحقق شهر الکترونیک، و ایجاد فضای رقابت سالم و سازنده در شهر تهران است؛ به هیچ قیمتی (نه تغییر مدیریت‌ها و نه جابجایی دبیران علمی کانون‌ها) نباید این حرکت به رکود یا توقف مبتلا شود.

پیوست‌ها

پیوست ۱

اساسنامه کانون رسانه‌های دیجیتال

ماده ۱. مقدمه

مدیریت محله‌های تهران، با توجه به اهمیت و نقش روزافزون علوم و فناوری اطلاعات در کشور و جهان و برای:

- بسترسازی برای دست یابی به هدف‌های برنامه پنج ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران؛
 - بسترسازی برای تولید و توسعه محتوای هم‌خوان با فرهنگ ایرانی - اسلامی؛
 - حمایت از تولید محتوای دیجیتال برای پاسخ‌گویی به نیازهای جامعه؛
 - فراهم‌آوری زمینه مشارکت شهروندان در دفاع غیرعامل؛
- کانون رسانه‌های دیجیتال را (که از این پس کانون نامیده می‌شود) به عنوان یکی از کانون‌های زیر مجموعه خانه فناوری اطلاعات بر پایه این اساس‌نامه تأسیس می‌کند.

ماده ۲. مأموریت

مأموریت بنیادین «کانون»، تلاش برای پدیدآوری یک حرکت همگانی و مردمی برای مشارکت در تولید رسانه‌های دیجیتال و محتواسازی با رویکردی مسئولانه است که با رویکرد دفاعی غیرعامل با مشارکت همگان و برخاسته از بطن جامعه انجام می‌شود و توان نهفته جامعه را در فعالیتهای رسانه دیجیتال نمایان می‌سازد و با برنامه‌ای آگاهانه به پیشبرد آن کمک می‌کند و آن را در خدمت منافع ملی کشور قرار می‌دهد. این مأموریت بدین صورت انجام می‌شود:

- گسترش استفاده از رسانه‌های دیجیتال؛
- ترغیب تولید محتوای بومی با مشارکت شهروندان در سطح محله‌های شهر تهران؛
- برآورد ظرفیت موجود برای تولید محتوا برای رسانه‌های دیجیتال در سطح شهر تهران؛
- فراهم‌آوری فضای رقابت میان شهروندان تهرانی در تولید محتوای دیجیتال؛
- هم‌افزایی میان پدیدآوران محتوا در حوزه رسانه‌های دیجیتال؛
- شناسایی و تشویق استعدادهای برجسته در حوزه رسانه‌های دیجیتال در محله‌های شهر تهران؛

- تشویق شهروندان تهرانی به استفاده از رسانه‌های دیجیتال در زندگی شهری؛
- اشاعه کاربرد رسانه‌های دیجیتال در بهبود زندگی شهری؛
- پیشبرد استفاده از رسانه‌های دیجیتال در فعالیت‌های شهروندان؛
- برگزاری جشنواره رسانه‌های دیجیتال.

ماده ۳. محدوده

فعالیت کانون در حوزه‌های زیر متمرکز می‌شود:

- برنامه نویسی نرم افزار؛
- پادکست؛
- آلبوم‌های تصویری و طراحی و تجسمی سازی داده‌ها (اینفوگرافیک)؛
- ویدیو و پویانمایی (انیمیشن)؛
- آثار / کلیپ‌های صوتی و کتاب گويا؛
- کتاب و نشریه؛
- چندرسانه‌ای؛
- سایت اینترنتی؛
- پژوهش در زمینه رسانه‌های دیجیتال.

ماده ۴. ارکان

- ۴-۱. مدیر محله؛
- ۴-۲. مدیر خانه فناوری اطلاعات؛
- ۴-۳. دبیر کانون.

ماده ۵. مدیریت محله

مدیر محله مسئولیت گزینش مدیر خانه فناوری اطلاعات و نظارت بر کار خانه فناوری اطلاعات را در چارچوب این اساس‌نامه و اسناد مرتبط بر عهده دارد.

ماده ۶. مدیر خانه فناوری اطلاعات

مدیر خانه فناوری اطلاعات از سوی مدیر محله و از میان نخبگان محلی برگزیده می‌شود. مدیر

خانه فناوری اطلاعات و وظایف زیر را در برابر کانون بر عهده دارد:

۱-۶. اجرای دستورالعمل‌ها و برنامه‌های ابلاغی از سوی سازمان‌های مرتبط با هماهنگی مدیریت محله؛

۲-۶. نظارت بر محتوای کلاس‌های آموزشی کانون؛

۳-۶. برنامه‌ریزی و نظارت بر تشکیل و عضوگیری و سازمان‌دهی اعضای کانون؛

۴-۶. نظارت بر اجرای فعالیت کانون؛

۵-۶. آرشیو و انعکاس منظم گزارش کارهای کانون به مراجع بالاتر؛

۶-۶. همکاری و هماهنگی با مدیریت محله و سایر خانه‌ها برای تحقق اهداف کانون؛

۷-۶. همکاری با مدیر فناوری اطلاعات منطقه، معاونت فناوری اطلاعات امور اجتماعی و فرهنگی، و

سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران برای تحقق اهداف کانون؛

۸-۶. برقراری ارتباط با افراد، سازمان‌ها، و تشکل‌های مردم نهاد در حدود اختیارات برای تحقق اهداف کانون.

ماده ۷. دبیر کانون

دبیر کانون از سوی مدیر خانه فناوری اطلاعات برگزیده می‌شود. دبیر کانون مسئولیت توسعه

مشارکت‌ها و خدمات شهروندی را در بستر رسانه دیجیتال با انجام وظایف زیر بر عهده دارد

۱-۷. تدوین و ارائه برنامه اجرایی همایش‌ها و جشنواره‌های رسانه‌های دیجیتال؛

۲-۷. طراحی و تدوین محدوده و معیارهای ارزیابی آثار ابلاغ به هیئت داوران؛

۳-۷. تشکیل دبیرخانه جشنواره در منطقه ۱۸ شهرداری تهران که کارشناس فنی پشتیبانی سایت، ناظر

علمی بررسی آثار رسیده، و رابط اطلاع‌رسانی و امور عمومی را در بر خواهد داشت؛

۴-۷. تشکیل و تعیین اعضای دبیرخانه کانون رسانه‌های دیجیتال با حمایت و پشتیبانی شهرداری منطقه

۱۸؛

۵-۷. گزینش و معرفی رابطان مناطق ۲۲ گانه شهرداری برای هماهنگی و تسریع انتقال آثار

شرکت کنندگان به دبیرخانه کانون؛

۶-۷. نظارت بر امور رابطین و فعالیت‌های دبیرخانه با هماهنگی مدیران شهرداری منطقه ۱۸ و معاونت

فناوری اطلاعات اداره کل برنامه ریزی و توسعه شهری شهرداری تهران؛

۷-۷. گزینش و معرفی داوران علمی برای کمیته‌های تخصصی پنج گانه؛

۷-۸. نظارت بر داوری؛

۷-۹. طراحی نرم‌افزار پایگاه اطلاعات رسانه‌های دیجیتال برای ثبت اطلاعات آثار دریافتی

شرکت کنندگان از مناطق ۲۲ گانه شهرداری؛

۷-۱۰. ارائه آموزش‌های لازم به مناطق و شرکت کنندگان برای برگزاری بهینه جشنواره؛

۷-۱۱. برگزاری جلسات توجیهی، آموزشی، و اطلاع‌رسانی به شکل متمرکز، با هماهنگی شهرداری

منطقه ۱۸؛

۷-۱۲. دریافت آثار شرکت کنندگان از دفاتر فناوری اطلاعات شهرداری مناطق ۲۲ گانه؛

۷-۱۳. ثبت و ضبط آثار دریافتی؛

۷-۱۴. برنامه‌ریزی داوری و نظارت بر انجام آن بر پایه آداب داوری؛

۷-۱۵. اعلام نتایج داوری به شرکت کنندگان؛

۷-۱۶. اطلاع‌رسانی در زمینه آثار دریافتی و فعالیت‌های در حال اجرا در سایت کانون رسانه‌های

دیجیتال؛

۷-۱۷. ارائه آثار پذیرفته نشده به شهرداری منطقه ۱۸؛

۷-۱۸. معرفی آثار برگزیده داوران و ارسال فایل‌ها و اطلاعات مربوطه به معاونت فناوری اطلاعات

اداره کل برنامه ریزی و توسعه شهری شهرداری تهران؛

۷-۱۹. ارائه گزارش جامع فعالیت‌ها به مدیری خانه فناوری اطلاعات؛

۷-۲۰. ارتباط پیوسته با مدیر خانه فناوری اطلاعات و دبیران کانون‌های دیگر برای ایجاد هماهنگی و

هدایت فعالیت‌ها؛

۷-۲۱. ارائه پیشنهاد برای برگزاری همایش و جشنواره در زمینه رسانه‌های دیجیتال.

ماده ۸. ستاد اجرایی کانون

ستاد اجرایی کانون به شکل زیر تشکیل می‌شود:

۸-۱. رئیس ستاد اجرایی: شهردار منطقه ۱۸؛

۸-۲. نایب رئیس ستاد اجرایی: معاون اجتماعی و فرهنگی منطقه ۱۸؛

۸-۳. دبیر ستاد اجرایی: معاون برنامه‌ریزی و توسعه شهری منطقه ۱۸؛

۸-۴. مسئول دبیرخانه: مدیر برنامه‌ریزی و توسعه شهری منطقه ۱۸؛

۸-۵. مسئول فنی: رئیس اداره فناوری اطلاعات منطقه ۱۸.

ماده ۹. محل فعالیت

محل فعالیت کانون در سرای محله‌هاست.

ماده ۱۰. تفسیر و تغییر اساس نامه

۱۴-۱. تفسیر مفاد این اساس نامه در اختیار است.

۱۴-۲. هرگونه تغییر در این اساس نامه به پیشنهاد ...، موافقت ...، و تصویب ... امکان‌پذیر است.

ماده ۱۱. دربارهٔ اساس نامه

این اساس نامه در ۱۱ ماده، در تاریخ / / به تصویب رسید و از تاریخ تصویب،

اجرای آن لازم است.

پیوست ۲

نقشه راه

نقشه راه، یعنی مراحل، چگونگی و راه‌های رسیدن به هدف با در نظر گرفتن چهارچوب‌های کلان، امکانات، بازیگران، نقش‌ها و وظایف، برنامه، و شرایط بیرونی و درونی. در تدوین نقشه راه کانون فعالیت رسانه‌های دیجیتال، از اسناد بالادستی دو سطح ملی، برنامه پنجم توسعه، سند چشم‌انداز بیست ساله جمهوری اسلامی ایران، و نیز سند راهبردی توسعه فناوری اطلاعات جمهوری اسلامی ایران، و سطح سازمانی برنامه پنج ساله شهرداری تهران ۱۳۸۸-۱۳۹۲، و نیز اساس‌نامه کانون رسانه‌های دیجیتال به عنوان مرجع تعیین راهبردها مورد توجه قرار گرفته است.

در بند «ج» ماده ۳ برنامه پنجم توسعه موضوع «توسعه تولیدات و فعالیت‌های رسانه‌ای، فرهنگی، و هنری دیجیتال و نرم‌افزارهای چندرسانه‌ای و نیز حضور فعال و تأثیرگذار در فضای مجازی» را به عنوان یک راهبرد بیان می‌کند. در سند چشم‌انداز بیست ساله جمهوری اسلامی ایران، در فرازهایی، «معیارهای فناوری، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، و اقتصادی» برای حرکت به سوی جامعه اطلاعاتی مورد توجه قرار گرفته و بهره‌مندی از «فناوری‌های تولید، ذخیره‌سازی، پردازش و تبادل اطلاعات»، راهکار تحقق اهداف ترسیم شده دانسته شده است.

بر پایه محتوای سند راهبردی توسعه فناوری اطلاعات کشور، بند «الف - ۵ - راهبردها و راهکارها» در بخش راهکارها به «توسعه و تقویت مراکز تولید محتوای فرهنگی الکترونیکی مطابق با آداب و رسوم مناطق مختلف کشور»، «فراهم کردن فرصت‌های برابر، عادلانه و امن فناوری اطلاعات برای همه»، «افزایش آگاهی عمومی و سواد دیجیتالی جامعه/ تحول جامعه با افزایش آگاهی عمومی و سواد دیجیتالی»، و «افزایش دانش و مهارت همه شهروندان جهت بهره‌مندی از مزایای فناوری اطلاعات در زندگی». همچنین، در این سند که در سال ۱۳۸۷ به تصویب هیئت وزیران رسیده، اهمیت مشارکت شهروندان در توسعه فناوری و تولید محتوای دیجیتالی بارها مورد تأکید قرار گرفته

است.

بر پایه برنامه پنج‌ساله شهرداری تهران (۱۳۸۸-۱۳۹۲)، در بخش طرح‌های موضوعی شهر تهران، روی موضوع‌های «ساماندهی و ایجاد پردیس‌های دانشگاهی، پارک‌های فناوری، فضاها، بناها و مراکز آموزش عالی و مؤسسات پژوهشی-تحقیقاتی»، «ساماندهی کانون‌ها و محورهای کار و فعالیت» و «ساماندهی توسعه خدمات فناوری اطلاعات برای تسهیل خدمات رسانی به شهروندان و استقرار سیستم یکپارچه شهرسازی» تأکید شده و در راهبردهای توسعه شهر تهران «ارتقاء نقش و جایگاه شهر تهران در سطوح فراملی، ملی و منطقه‌ای» مورد توجه قرار گرفته است که یکی از شاخص‌های تحقق این راهبرد، توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی و تحقق شهر الکترونیکی است. لازمه آن، جلب مشارکت شهروندان است. در بخش چشم‌انداز شهر تهران این برنامه «تهران؛ شهری دانش پایه، هوشمند و جهان» دانسته شده و در بخش دوم برنامه، یعنی «برنامه راهبردی و الزامات حوزه ستادی شهرداری» در فصل چهاردهم به «توسعه فناوری و تحقق شهر مجازی» اشاره شده است. فراهم‌سازی سازوکارهای مورد نیاز برای تحقق آن چه در اسناد فرا دستی بدان اشاره شده است، بر عهده وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها و نهادهای متعددی است. اما، در حوزه سازمانی، پشتوانه نقشه راه ترسیم شده، سند فرا دستی «برنامه پنج‌ساله شهرداری تهران» است و مأموریت‌ها و محدوده فعالیت مورد اشاره در «اساس نامه کانون رسانه‌های دیجیتال» است.

نقشه راه کانون رسانه‌های دیجیتال همچنین شش هدف اصلی را برای خود برگزیده است:

- ترغیب تولید محتوای بومی با مشارکت شهروندان در سطح محله‌های شهر تهران؛
- فراهم‌آوری فضای رقابت میان شهروندان تهرانی در توسعه فناوری و تولید محتوای دیجیتال؛
- هم‌افزایی میان پدیدآوران محتوا در حوزه رسانه‌های دیجیتال؛
- شناسایی و تشویق استعدادهای برجسته در حوزه رسانه‌های دیجیتال در محله‌های شهر تهران؛
- ترغیب شهروندان تهرانی به استفاده از رسانه‌های دیجیتال در بهبود زندگی شهری؛

□ رونق بخشیدن به کسب و کارهای کوچک در تهران، با استفاده از رسانه‌های دیجیتال.

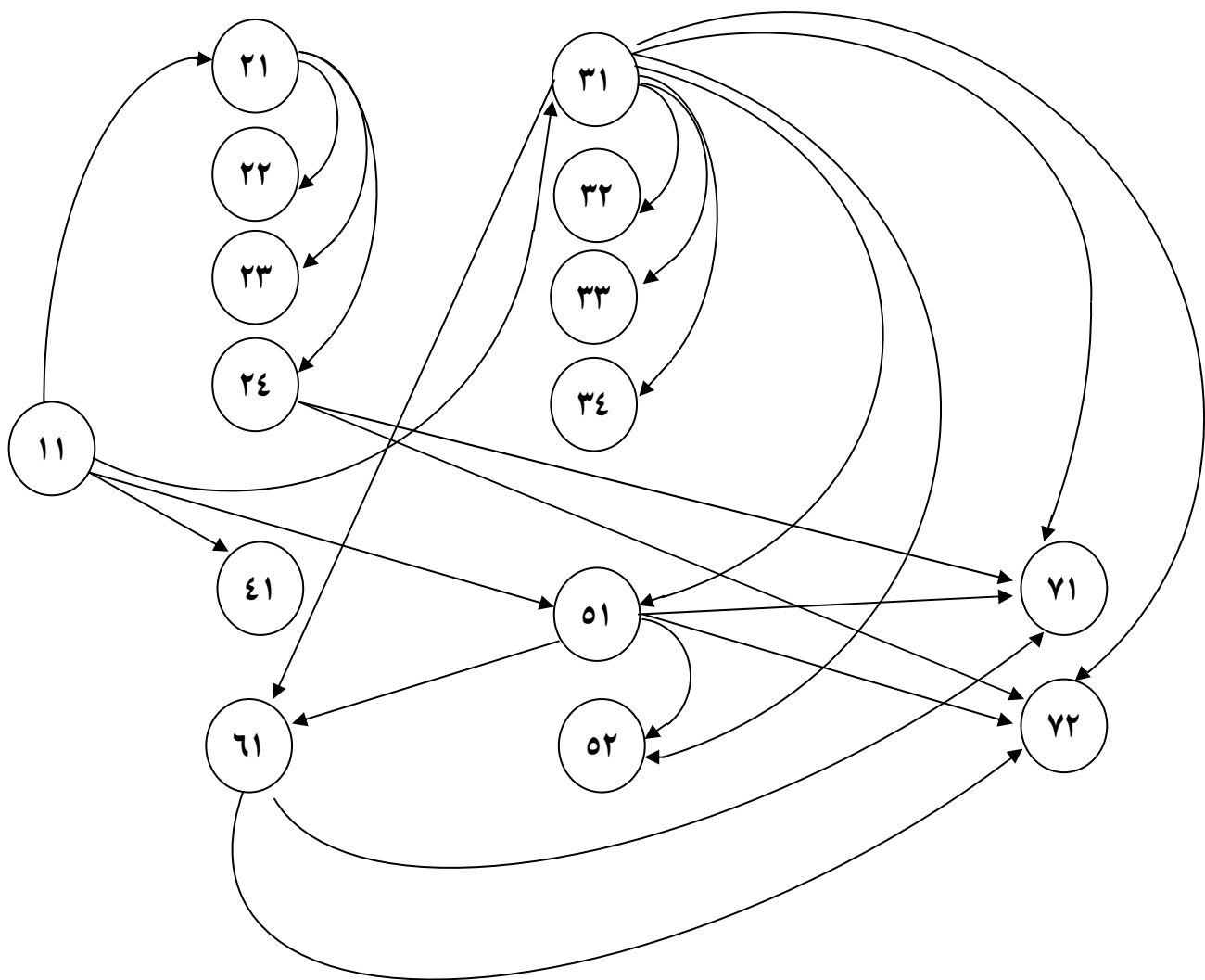
بر این پایه، نقشه راه فعالیت‌های کانون رسانه‌های، به مفهوم مراحل، چگونگی و راه‌های رسیدن به هدف‌های مورد اشاره ترسیم می‌گردد.

نقشه راه را می‌توان بر اساس لایه‌های زمانی و مراحل انجام فعالیت تدوین و ترسیم نمود. از آنجا که لایه زمانی در نقشه راه مورد نظر ما، وابسته به تحقق شرایط، و تصمیم‌های مدیریتی شهرداری تهران است، در ترسیم نقشه راه، لایه مراحل فعالیت و شبکه پروژه‌های پیوندیافته آن را مورد اشاره قرار داده و محدوده هر پروژه، مراحل انجام و امکانات مورد نیاز تعیین خواهد شد.

عنوان پروژه‌ها

پروژه/پروژه‌های پیش‌نیاز	عنوان پروژه	شماره پروژه	محدوده پروژه
-	هدف‌گذاری در راستا و چهارچوب اساسنامه مصوب کانون‌های رسانه دیجیتال	۱۱	۱. راهبردی
۱۱	طراحی ساختار سازمانی و سیستم مدیریت کانون‌ها	۲۱	۲. سازمان و اداره
۲۱	طراحی نظام ارتباطی بین کانون‌ها	۲۲	
۲۱	تهیه برنامه استقرار کانون‌ها	۲۳	
۲۱	تهیه/تدوین و تصویب مقررات و آیین‌نامه‌های داخلی	۲۴	
۱۱	تدوین برنامه کلان جشنواره کانون	۳۱	۳. برگزاری جشنواره
۳۱	تدوین آیین‌نامه مشارکت شهروندان و پذیرش آثار	۳۲	
۳۱	تدوین آیین‌نامه برگزاری جشنواره سالانه	۳۳	
۳۱	طراحی نظام اطلاع‌رسانی و آیین‌نامه تبلیغاتی جشنواره	۳۴	
۱۱	امکان‌سنجی استقرار کانون‌ها در ۳۷۴ محله شهر تهران	۴۱	۴. امکان‌سنجی
۳۱-۱۱	طراحی برنامه آموزشی مستمر حضوری و غیر حضوری	۵۱	۵. آموزش
۵۱	تدوین آیین‌نامه آموزشی مدیران و نمایندگان کانون‌ها	۵۲	

۵۱-۳۱	طراحی سیستم گزارش دهی زمان بندی شده از فعالیت ها و فرایندهای در پیوند با آنها	۶۱	۶. گزارش دهی
۵۲-۵۱-۳۱-۲۴	تدوین سیستم نظارت بر کیفیت اجرای فعالیت ها با توجه به نقش های تعریف شده	۷۱	۷. نظارت و پشتیبانی
۵۲-۵۱-۳۱-۲۴	طراحی سیستم پشتیبانی علمی و اجرایی از فعالیت ها و سیستم های مستقر	۷۲	



شبکه پروژهها

به لحاظ لزوم یکپارچگی و انسجام برنامه ایجاد و استقرار کانون‌های رسانه‌های دیجیتال، تدوین و تصویب مقررات و آیین‌نامه‌های اداره کانون‌های رسانه دیجیتال در محدوده اختیارات حوزه ستادی معاونت اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران است. با استقرار کانون‌ها، اختیارات اجرایی و عملیاتی اداره و نظارت بر فعالیت کانون به مناطق و محلات شهرداری محول می‌شود.

بدون تردید، پروژه‌های تعیین شده، پس از قطعیت مفاد اساس‌نامه و تثبیت برنامه کلان شکوفا، قابلیت توسعه دارد و هر کدام از پروژه‌های مورد اشاره با توجه به نقش‌ها، امکانات، فوریت/اولویت، حیطة اختیارات، و سطوح مسئولیت باید با جزئیات کامل تشریح گردد.

پیوست ۳

فرم‌ها

به نام خدا



معاونت امور اجتماعی فرهنگی



کانون رسانه‌های دیجیتال

فرم ۱. توافقتنامه ارائه اثر به جشنواره شکوفه

اینجانب با کد ملی اثری با عنوان

به کانون رسانه دیجیتال جشنواره شکوفه ارائه نموده و ضمن تأیید اصالت آن موارد زیر را گواهی می‌نمایم:

۱- این اثر در هیچ جشنواره، مسابقه، نمایشگاه داخلی و خارجی ارائه نشده است؛

۲- این اثر به هیچ شکلی انتشار/ توزیع عمومی نشده است؛

۳- آن بخش از مطالب، قطعه‌ها، مازول‌ها، تصاویر، ویدیوها، و داده‌های خام استفاده شده در اثر، که مالکیت مادی و معنوی آن متعلق به اشخاص حقیقی و حقوقی است، بی‌نیاز از اخذ مجوز بوده یا با توافق و اخذ مجوز لازم از صاحب اثر نقل شده است و مسئولیت آن را می‌پذیرم؛

۴- در استفاده از منابع دیگر، آداب امانت‌داری رعایت شده و نام و مشخصات منابع استنادی ذکر شده است؛

۵- شهرداری تهران می‌تواند این اثر را در آرشیو جشنواره نگهداری و در موارد لازم به عنوان ارائه گزارش کار از آن استفاده کند. انتشار/ توزیع عمومی و بهره‌برداری تجاری از آن منوط به توافق با اینجانب است؛

۶- در صورتی که اثر ارائه شده اینجانب به عنوان برگزیده شناخته شود، انتشار عمومی آن را توسط

شهرداری تهران، بدون توافق مجدد با اینجانب، با ذکر هویت پدیدآور(ان) اثر بلامانع می‌دانم؛
۷- (در مواردی که یک اثر، حاصل کار گروهی باشد) اینجانب به عنوان نماینده تام‌الاختیار گروه
پدیدآور، ضمن تأیید و گواهی بندهای ۱ تا ۶ این توافق‌نامه، نتیجه داوری تخصصی درباره اثر ارائه
شده را می‌پذیرم.

تاریخ

نام و نام خانوادگی

امضا

به نام خدا



معاونت امور اجتماعی فرهنگی



کانون رسانه‌های دیجیتال

فرم ۲. رسید دریافت اثر برای شرکت در جشنواره شکوفه

بدین وسیله دریافت عدد دی.وی.دی./سی.دی. با عنوان:

متعلق با آقای/خانم: داوطلب شرکت در جشنواره شکوفه- کانون رسانه

دیجیتال، بخش..... در تاریخ

توسط اینجانب

..... گواهی می‌شود.

اطلاعات مربوط به این اثر در سایت «رسانه‌های دیجیتال» ثبت شده است

کد رهگیری اثر:

تاریخ

نام و نام خانوادگی دریافت کننده

امضا

به نام خدا



معاونت امور اجتماعی فرهنگی



کانون رسانه‌های دیجیتال

فرم ۳. رسید تحویل آثار شرکت کنندگان در جشنواره شکوفا (دو نسخه)

بدین وسیله دریافت عدد دی.وی.دی./سی.دی. با کدهای رهگیری:

از رابط منطقه شهرداری تهران خانم/ آقای در تاریخ

توسط اینجانب گواهی می‌شود.

تحویل دهنده، ثبت شناسنامه آثار را در سایت «رسانه‌های دیجیتال» تأیید می‌نماید

مورخ

دارای معرفی‌نامه شماره

نام و نام خانوادگی دریافت کننده

امضا

تاریخ دریافت

پیوست ۴

دستورالعمل طراحی فرم نرم‌افزاری ثبت اطلاعات آثار دریافتی

فیلدهای هر رکورد:

- ۱- نام
- ۲- نام خانوادگی
- ۳- کد ملی
- ۴- تحصیلات (انتخاب از لیست: دیپلم- کاردانی- کارشناسی- کارشناسی ارشد- دکتری- دانشجوی کاردانی- دانشجوی کارشناسی- دانشجوی کارشناسی ارشد- دانشجوی دکتری)
- ۵- نشانی محل سکونت
- ۶- منطقه شهرداری (انتخاب از لیست)
- ۷- نام محله (انتخاب از لیست)
- ۸- شمار تلفن همراه
- ۹- شماره تلفن ثابت
- ۱۰- پست الکترونیکی
- ۱۱- نوع اثر ارسالی؛ انتخاب از لیست:
 - برنامه‌نویسی نرم‌افزار
 - کتاب و نشریه الکترونیکی
 - پویانما (انیمیشن)
 - کتاب گویا، آثار صوتی، و پادکست
 - ویدیو

- آلبوم تصویری
- وب سایت
- اینفوگرافیک
- پژوهش در رسانه‌های دیجیتال

با انتخاب هر آیت‌م، متناسب با آن، فیلم‌های زیر نمایش داده شود (با انتخاب یک آیت‌م برای

تکمیل، سایر آیت‌م‌ها و فیلم‌های مربوط به آن‌ها، پنهان/غیرفعال شود):

• برنامه‌نویسی نرم افزار

- عنوان برنامه
- نوع عملکرد برنامه (انتقال، ارتباط، تبدیل، محتواساز و...)
- زبان برنامه نویسی
- نرم‌افزارهای مورد استفاده برای تولید برنامه
- شرایط اجرای برنامه
- شرح کارکرد برنامه
- راهنمای برنامه و توضیحات برنامه‌نویس
- سطح مهارت رایانه‌ای مورد نیاز برای استفاده (انتخاب از لیست: عمومی- متوسط- پیشرفته)
- نام همکاران (در صورتی که اثر تولید شده نتیجه کار تیمی باشد) (فیلد اختیاری)
- سایر توضیحات ضروری (فیلد اختیاری)
- تاریخ تولید (سال / ماه) (انتخاب از لیست: ۱۳۹۰-۱۳۹۱: اسامی ماه‌های سال)

• کتاب و نشریه الکترونیکی

- عنوان اثر

- نوع اثر (انتخاب از لیست: کتاب الکترونیکی - نشریه /مجله الکترونیکی)
- نرم افزار(های) مورد استفاده برای تولید اثر
- موضوع اثر (انتخاب از لیست: محیط زیست - تاریخی - جغرافیایی - فرهنگی - خانواده - زندگی شهری - سرگرمی - کسب و کار - آموزش - سایر: ذکر نماید -
- اگر «سایر» انتخاب شد، یک فیلد توضیح نمایش داده شود)
- شرایط نمایش /استفاده (آیا نمایش محتوا، مشروط به نصب نرم افزار یا تنظیمات خاصی در سیستم کاربر است؟)
- قالب (فرمت) اثر (انتخاب از لیست: HTML -Flash -epub -chm. -PDF -سایر: ذکر نماید - اگر «سایر» انتخاب شد، یک فیلد توضیح نمایش داده شود)
- منبع /منابع نقل محتوای اثر
- سطح مهارت رایانه ای مورد نیاز برای استفاده (انتخاب از لیست: عمومی - متوسط - پیشرفته)
- نام همکاران(در صورتی که اثر تولید شده نتیجه کار تیمی باشد) (فیلد اختیاری)
- سایر توضیحات ضروری (فیلد اختیاری)
- تاریخ تولید(سال /ماه) (انتخاب از لیست: ۱۳۹۰-۱۳۹۱: اسامی ماه های سال)

• پویانما (انیمیشن)

- عنوان اثر
- نرم افزار(های) مورد استفاده برای تولید اثر
- موضوع اثر (انتخاب از لیست: محیط زیست - تاریخی - جغرافیایی - فرهنگی - خانواده - زندگی شهری - سرگرمی - کسب و کار - آموزش - سایر: ذکر نماید -
- اگر «سایر» انتخاب شد، یک فیلد توضیح نمایش داده شود)

- شرایط نمایش/استفاده (آیا نمایش محتوا، مشروط به نصب نرم‌افزار یا تنظیمات خاصی در سیستم کاربر است؟)
- قالب (فرمت) اثر (انتخاب از لیست: *gif -mpeg -flv -swf* - سایر: ذکر نمایید- اگر «سایر» انتخاب شد، یک فیلد توضیح نمایش داده شود)
- زمان (دقیقه/ثانیه)
- منبع/منابع (احتمالی) الهام اثر (فیلد اختیاری)
- نام همکاران(در صورتی که اثر تولید شده نتیجه کار تیمی باشد) (فیلد اختیاری)
- سایر توضیحات ضروری (فیلد اختیاری)
- تاریخ تولید(سال /ماه) (انتخاب از لیست: ۱۳۹۰-۱۳۹۱: اسامی ماه‌های سال)

• کتاب گویا، پادکست، و سایر آثار صوتی،

- عنوان اثر
- نوع اثر (انتخاب از لیست: کتاب گویا- پادکست- سایر آثار صوتی)
- نرم‌افزار(های) مورد استفاده برای تولید اثر
- موضوع اثر (انتخاب از لیست: محیط زیست- تاریخی- جغرافیایی- فرهنگی- خانواده- زندگی شهری- سرگرمی- کسب و کار- آموزش- سایر: ذکر نمایید- اگر «سایر» انتخاب شد، یک فیلد توضیح نمایش داده شود)
- شرایط پخش/استفاده (آیا پخش محتوا، مشروط به نصب نرم‌افزار یا تنظیمات خاصی در سیستم کاربر است؟)
- قالب (فرمت) اثر (انتخاب از لیست: *wav -wma -mp3* یا *mid* - سایر: ذکر نمایید- اگر «سایر» انتخاب شد، یک فیلد توضیح نمایش داده شود)
- زمان (دقیقه/ثانیه)

- منبع/منابع (احتمالی) استفاده شده برای تولید محتوای اثر (فیلد اختیاری)
- نام همکاران(در صورتی که اثر تولید شده نتیجه کار تیمی باشد) (فیلد اختیاری)
- سایر توضیحات ضروری (فیلد اختیاری)
- تاریخ تولید(سال /ماه) (انتخاب از لیست: ۱۳۹۰-۱۳۹۱: اسامی ماه‌های سال)

• ویدیو

- عنوان اثر
- نرم‌افزار(های) مورد استفاده برای تدوین اثر
- کیفیت تصویر(رزولوشن)
- موضوع اثر (انتخاب از لیست: محیط زیست- تاریخی- جغرافیایی- فرهنگی- خانواده- زندگی شهری- سرگرمی- کسب و کار- آموزش- سایر: ذکر نمایید- اگر «سایر» انتخاب شد، یک فیلد توضیح نمایش داده شود)
- شرایط نمایش/استفاده (آیا نمایش محتوا، مشروط به نصب نرم‌افزار یا تنظیمات خاصی در سیستم کاربر است؟)
- قالب (فرمت) اثر (انتخاب از لیست: mov- mkv- vob- avi- mpeg، سایر: ذکر نمایید- اگر «سایر» انتخاب شد، یک فیلد توضیح نمایش داده شود)
- زمان (دقیقه/ثانیه)
- محل (شهر، محله و...) تولید اثر
- منبع/منابع (احتمالی) استفاده شده برای تولید محتوای اثر (فیلد اختیاری)
- نام همکاران(در صورتی که اثر تولید شده نتیجه کار تیمی باشد) (فیلد اختیاری)
- سایر توضیحات ضروری (فیلد اختیاری)
- تاریخ تولید نهایی(سال /ماه) (انتخاب از لیست: ۱۳۹۰-۱۳۹۱: اسامی ماه‌های سال)

• آلبوم تصویری

- عنوان آلبوم تصویری
- نرم افزار (های) مورد استفاده برای تدوین اثر
- موضوع اثر (انتخاب از لیست: محیط زیست- تاریخی- جغرافیایی- فرهنگی- خانواده- زندگی شهری- سرگرمی- کسب و کار- آموزش- سایر: ذکر نمایید- اگر «سایر» انتخاب شد، یک فیلد توضیح نمایش داده شود)
- شرایط نمایش/استفاده (آیا نمایش محتوا، مشروط به نصب نرم افزار یا تنظیمات خاصی در سیستم کاربر است؟)
- قالب (فرمت) تصاویر (انتخاب از لیست: *tiff - jpg* - سایر: ذکر نمایید- اگر «سایر» انتخاب شد، یک فیلد توضیح نمایش داده شود)
- وضوح تصاویر (dpi)
- تعداد تصاویر
- پکیج آلبوم (انتخاب از لیست: تصاویر اولیه، اسلاید، بسته نرم افزاری ویژه)
- منبع/منابع (احتمالی) مورد استفاده در اثر (فیلد اختیاری)
- نام همکاران (در صورتی که اثر تولید شده نتیجه کار تیمی باشد) (فیلد اختیاری)
- سایر توضیحات ضروری (فیلد اختیاری)
- تاریخ تولید (سال /ماه) (انتخاب از لیست: ۱۳۹۰-۱۳۹۱: اسامی ماه‌های سال)

• وب سایت

- عنوان سایت
- زبان برنامه نویسی (اختیاری)

- نرم افزارهای مورد استفاده برای طراحی سایت
- نشانی سایت
- زمینه موضوعی (انتخاب از لیست: محیط زیست- تاریخی- جغرافیایی- فرهنگی- خانواده- زندگی شهری- سرگرمی- کسب و کار- آموزش- سایر: ذکر نمایید- اگر «سایر» انتخاب شد، یک فیلد توضیح نمایش داده شود)
- شرایط نمایش/استفاده (آیا نمایش محتوا، مشروط به نصب نرم افزار یا تنظیمات خاصی در سیستم کاربر است؟)
- نام همکاران(در صورتی که اثر تولید شده نتیجه کار تیمی باشد) (فیلد اختیاری)
- سایر توضیحات ضروری (فیلد اختیاری)
- تاریخ تولید(سال /ماه) (انتخاب از لیست: ۱۳۹۰-۱۳۹۱: اسامی ماه های سال)

• اینفوگرافیک

- عنوان اثر
- نرم افزار(های) مورد استفاده برای تولید اینفوگرافیک
- موضوع اثر (انتخاب از لیست: محیط زیست- تاریخی- جغرافیایی- فرهنگی- خانواده- زندگی شهری- سرگرمی- کسب و کار- آموزش- سایر: ذکر نمایید- اگر «سایر» انتخاب شد، یک فیلد توضیح نمایش داده شود)
- شرایط نمایش/استفاده (آیا نمایش محتوا، مشروط به نصب نرم افزار یا تنظیمات خاصی در سیستم کاربر است؟)
- قالب (فرمت) تصویر/تصاویر (انتخاب از لیست: *tiff-jpg* - سایر: ذکر نمایید- اگر «سایر» انتخاب شد، یک فیلد توضیح نمایش داده شود)
- وضوح تصویر / تصاویر (dpi)

- تعداد تصاویر
- پکیج آلبوم (انتخاب از لیست: تصاویر اولیه، اسلاید، بسته نرم‌افزاری ویژه)
- منبع/منابع داده‌های مورد استفاده برای طراحی اثر
- نام همکاران(در صورتی که اثر تولید شده نتیجه کار تیمی باشد) (فیلد اختیاری)
- سایر توضیحات ضروری (فیلد اختیاری)
- تاریخ تولید(سال /ماه) (انتخاب از لیست: ۱۳۹۰-۱۳۹۱: اسامی ماه‌های سال)

• پژوهش در رسانه‌های دیجیتال

- عنوان پژوهش
- نوع پژوهش (انتخاب از لیست: پیمایش- پژوهش کتابخانه‌ای- گزارش ویژه - سایر: ذکر نمایید- اگر «سایر» انتخاب شد، یک فیلد توضیح نمایش داده شود)
- نام همکاران(در صورتی که اثر تولید شده نتیجه کار تیمی باشد) (فیلد اختیاری)
- سایر توضیحات ضروری (فیلد اختیاری)
- تاریخ تولید(سال /ماه) (انتخاب از لیست: ۱۳۹۰-۱۳۹۱: اسامی ماه‌های سال)

پس از تکمیل اطلاعات، فرم زیر در اختیار ارائه دهنده اثر قرار می‌گیرد تا محتوای آن را بپذیرد و
 وبا کلید روی گزینه «کلیه موارد فوق را تأیید و گواهی می‌نمایم» آنرا ارسال نماید

به نام خدا



کانون رسانه‌های دیجیتال

فرم ۱. توافقنامه ارائه اثر به جشنواره شکوفا

اینجانب (به شکل خود کار از فرم فراخوان می‌شود) با کد ملی (به شکل خود کار از فرم فراخوان می‌شود) اثری با عنوان (به شکل خود کار از فرم فراخوان می‌شود) به کانون رسانه دیجیتال جشنواره شکوفا ارائه نموده و ضمن تأیید اصالت آن موارد زیر را گواهی می‌نمایم:

- ۱- این اثر در هیچ جشنواره، مسابقه، نمایشگاه داخلی و خارجی ارائه نشده است؛
- ۲- این اثر به هیچ شکلی انتشار/ توزیع عمومی نشده و متعلق به اشخاص حقوقی (شرکت‌ها، موسسه‌ها و سازمان‌ها) نیست.
- ۳- آن بخش از مطالب، قطعه‌ها، مازول‌ها، تصاویر، ویدیوها، و داده‌های خام استفاده شده در اثر، که مالکیت مادی و معنوی آن متعلق به اشخاص حقیقی و حقوقی است، بی‌نیاز از اخذ مجوز بوده یا با توافق و اخذ مجوز لازم از صاحب اثر نقل شده است و مسئولیت آن را می‌پذیرم؛
- ۴- در استفاده از منابع دیگر، آداب امانت‌داری رعایت و نام و مشخصات منابع استنادی ذکر شده است؛
- ۵- شهرداری تهران می‌تواند این اثر را در آرشیو جشنواره نگهداری و در موارد لازم به عنوان ارائه گزارش کار از آن استفاده کند. انتشار/توزیع عمومی و بهره‌برداری تجاری از آن منوط به توافق با اینجانب است؛
- ۶- در صورتی که اثر ارائه شده اینجانب به عنوان برگزیده شناخته شود، انتشار عمومی آن را توسط شهرداری تهران، بدون توافق مجدد با اینجانب، با ذکر هویت پدیدآور(ان) اثر بلامانع می‌دانم؛
- ۷- (در مواردی که یک اثر، حاصل کار گروهی باشد) اینجانب به عنوان نماینده تام‌الاختیار گروه پدیدآور، ضمن تأیید و گواهی بندهای ۱ تا ۶ این توافق‌نامه، نتیجه داوری تخصصی درباره اثر ارائه

شده را می‌پذیرم.

تاریخ:

انصراف

«کلیه موارد فوق را تأیید و گواهی می‌نمایم»

در پایان با توجه به منطقه انتخاب شده در فرم، نشانی پستی دقیق محل مراجعه برای
کاربر نمایش داده شود تا طی مدت ۴۸ ساعت اثر خود را به شکل حضوری تحویل و رسید
دریافت نماید.

پایان

مسئول تولید محتوا کیست؟

«شکوفه» نام جشنواره‌ای است که توسط شهرداری تهران در حال برگزاری است. شکوفه در واقع مخفف سر واژه‌های «شهروند کارآمد و فناوری اطلاعات» است. این جشنواره با هدف ارتقای مهارت‌ها و دانش شهروندان تهرانی در حوزه فناوری اطلاعات به منظور استفاده و بهره‌برداری از خدمات شهر الکترونیک کلید خورده است. یکی از بخش‌های این جشنواره رسانه‌های دیجیتال است. با دکتر محمود بابایی، استادیار پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران و دبیر جشنواره رسانه‌های دیجیتال شکوفه به گفت‌وگو نشستیم.

• به نظر شما دلیل رشد رسانه‌های دیجیتال در سال‌های اخیر چیست؟

رسانه‌های دیجیتال به عنوان مولود فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی با توجه به ویژگی‌هایی چون سازوکارهای تولید و انتقال پیام - محتوا، قالب، دامنه نفوذ، بی‌زمانی و بی‌مکانی، مشارکت‌پذیری و قابلیت تعاملی بودن، سازوکارهای انتقال پیام، سرعت دسترسی‌پذیری و ابعاد تأثیر، به سهولت از رسانه‌های سنتی قابل تمایز هستند. در رسانه‌های دیجیتال، از فناوری رایانه‌ای برای انتشار، انتقال و ارائه پیام - محتوا استفاده می‌شود. ابررسانه اینترنت، بستر بسیار مناسبی برای رشد رسانه‌های دیجیتال است. گونه‌های مختلف وب‌سایت‌ها و وبلاگ‌ها، زمینه‌های رشد و تکامل فناوری‌های مرتبط با رسانه‌های دیجیتال و انتشار گسترده محتوای دیجیتال را فراهم ساخته‌اند. افزون بر این، قلمروی رسانه‌های دیجیتال تنها محدود به اینترنت نیست بلکه در محیط آفلاین نیز گونه‌های متعدد این رسانه، برای اهداف آموزشی، سرگرمی و اطلاع‌رسانی به شکل گسترده، در قالب فیزیکی انواع لوح فشرده و ابزار ذخیره اطلاعات مورد توجه و استفاده قرار گرفته است. البته تداوم رشد و تکامل فناوری و محتوا در هر دو فضا، به موازات یکدیگر هستند و نمی‌توان آن‌ها را جدا از هم دانست. بر پایه نیاز، امکان تبدیل قالب‌های محتوای رسانه‌ای دیجیتال و استفاده از ابزارهای نرم‌افزاری و سخت‌افزاری وجود دارد؛ مانند تبدیل صوت به متن و بالعکس، به همین دلیل ادعای اینکه در رسانه‌های دیجیتال، الگوهای ارتباط و انتقال پیام، متفاوت از الگوهای رسانه‌های سنتی است، به واقعیت نزدیک است. باید انتظار داشت که این تغییر الگوی ارتباط، رفتار ارتباطی کاربران رسانه‌های دیجیتال را نیز تحت تأثیر قرار دهد.

- **کارکردهای چنین رسانه‌هایی که در حال تغییر دادن الگوی ارتباطی آدم‌هاست، چیست؟**

رسانه‌های دیجیتال دو کارکرد مهم مشارکت‌پذیری و شخصی‌سازی دارند. مشارکت‌پذیری به معنای فراهم شدن امکان شرکت کاربران در فرایندهای توسعه فناوری رسانه‌ای و نیز تولید محتوای مرتبط با آن است. در رسانه‌های دیجیتال، هر کاربر می‌تواند در نقش یک مشارکت‌کننده فعال باشد. به طور مثال هر فرد از طریق یک وبلاگ یا سایت، اقدام به انتشار محتوای تولید شده متنی، صوتی و ویدئویی خود می‌کند و با نوآوری‌های خود به تکامل فناوری رسانه‌ای کمک می‌کند. وجه بارز این مشارکت، ایجاد امکان تعامل در فضای رسانه و «اجتماعی شدن» آن است. در کارکرد دوم یا قابلیت شخصی‌سازی رسانه‌های دیجیتال، هر کاربر می‌تواند رسانه خاص خود را داشته باشد؛ محتوای مورد نظر خود را با قالب‌های گوناگون دیجیتال تولید و منتشر کند و یا با استفاده از رسانه‌های موجود، محیط و محتوای آن‌را برای کاربردهای مورد نظر خود شخصی‌سازی کند.

- **دلیل فراگیر شدنشان در چه چیزی است؟**

نکته کلیدی در بهره‌برداری و موفقیت استفاده از فناوری‌های نوین به مفهوم عام آن و رسانه‌های دیجیتال، به مفهوم خاص، «پذیرش» آن توسط مردم و گروه‌های مرجع جامعه است. خوشبختانه رویکرد گروه‌های مرجع، فرهیختگان و عامه مردم به این پدیده نوین فناوری، هوشمندانه و مثبت بوده است، به همین دلیل با توجه به زیرساخت‌های فراهم‌شده در طول سال‌های طولانی، از دیدگاه فرهنگی نیز با کمترین موانع در توسعه و بهره‌برداری از رسانه‌های دیجیتال روبه‌رو هستیم. فرهیختگان، مراجع تقلید، استادان دانشگاه‌ها، دانشجویان و مراکز و نهادهای علمی و فرهنگی کشور، به شکل‌های گوناگون از این نوع رسانه بهره می‌برند.

- **چالش‌های توسعه این رسانه‌ها چیست؟**

شاید در این فرصت کوتاه اشاره به وجود یک مشکل اساسی در این زمینه کافی باشد و آن کمبود محتوا و رکود در تولید محتوا برای رسانه‌های دیجیتال است. کوتاهی در تولید محتوا به دلیل فعال نبودن کاربران است و آن نیز تابع متغیرهای گوناگونی از جمله شرایط سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است. حرکت‌های گاه‌وبیگاه نهادها و سازمان‌ها در زمینه تولید محتوا، نمی‌تواند سستی کنونی را در تولید محتوا جبران کند و اساساً این شیوه عمل فاقد راهبرد مشخص است.

- **چه کسی مسئول تولید محتواست؟**

قانون برنامه پنج ساله پنجم توسعه، در بند «ج»، ماده سه «توسعه تولیدات و فعالیتهای رسانه‌ای، فرهنگی و هنری دیجیتال و نرم‌افزارهای چندرسانه‌ای و نیز حضور فعال و تأثیرگذار در فضای مجازی» را به عنوان یک راهبرد بیان می‌کند و از «پشتیبانی و کمک به مقابله با جنگ نرم در حوزه‌های مختلف با اولویت حضور فزاینده در فضای مجازی و رایانه‌ای (سایبری) با رویکرد بومی» در بند «ه» ماده ۱۹۵ سخن به میان می‌آورد. موفقیت در چنین راهبردهایی با همت و پشتیبانی همه نهادها در این زمینه امکان‌پذیر است، به همین دلیل بهتر است که نگاه راهبردی به رسانه‌های دیجیتال و تولید محتوا، هم‌تراز با نگاه راهبردی به تولید مواد غذایی باشد، چرا که هرگونه گسست در تولیدات رسانه‌ای با جایگزین‌های غیربومی پر می‌شود و پیامدهایی ناگواری را به ویژه در زمینه‌های فرهنگی پدید می‌آورد. علاوه بر این دبیرخانه شورای عالی اطلاع‌رسانی، در نیمه اول سال ۸۵ طرح «تولید و ساماندهی محتوای الکترونیکی ایران» موسوم به «تسما» را تصویب کرد که براساس آن، نقشه‌راه در زمینه تولید و ساماندهی محتوا و مسئولیت نهادهای اجرایی ترسیم شد.

در نگارش جدید طرح «تسما»، حوزه‌هایی زیر پوشش تولید محتوای الکترونیک با تمرکز بر فرهنگ اسلامی و ایرانی قرار گرفت. در این طرح نهادهای مسئول حوزه تولید محتوای الکترونیک نام برده شدند که از جمله آن‌ها به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، سازمان تبلیغات اسلامی، وزارت آموزش و پرورش، صدا و سیما، حوزه علمیه و نهادهای آموزشی و پژوهشی وابسته به آن‌ها، کتابخانه ملی و نهاد نمایندگی رهبری در دانشگاه‌ها اشاره شده است.

- **این موارد که اشاره کردید، همه نهادهای دولتی بودند، نقش بخش خصوصی در تولید محتوا و گسترش رسانه‌های دیجیتال چیست؟**

در عین حال که باید بر مسئولیت نهادها و سازمان‌های دولتی تأکید کرد، نباید از پتانسیل ملی برای تولید محتوا غافل بود. تولید محتوای مستمر، پشتوانه ملی می‌طلبد و این پشتوانه لزوماً باید به پیکره جامعه متکی باشد. فرهیختگان و اندیشمندان، همه نیروی موجود برای این اقدام ملی نیستند بلکه مرتبط ساختن همه توانایی‌های موجود در بطن جامعه به این اقدام، استمرار و ثمربخش بودن آن را تضمین می‌کند. پیامد اتکای صرف به تولید محتوا توسط سازمان‌ها و نهادهای دولتی، نه تنها فاقد نگاه راهبردی به مقوله تولید محتوای دیجیتال است بلکه امکانات فضای سایبر برای رونق دادن به کسب و کارهای کوچک و کارآفرینی را نادیده می‌گیرد. البته اشاره به این نکات نباید موجب غفلت از مقوله توسعه فناوری رسانه‌های دیجیتال شود چرا که محتوا در بستر فناوری‌های نرم‌افزاری و با تکیه بر زیرساخت‌های سخت‌افزاری جریان یافته و به مخاطب منتقل شود.

- **جشنواره شکوفا که شما دبیری بخش رسانه‌های دیجیتال را بر عهده دارید، با چه هدفی راه‌اندازی شده است؟**

برنامه‌ریزی شهرداری تهران برای برگزاری جشنواره شکوفا (شهروند کارآمد و فناوری اطلاعات)، در بخش رسانه‌های دیجیتال، اگر چه در نگاه اول، حرکتی متکی به امکانات یک سازمان خاص به نظر می‌رسد اما با نگاهی به سیاست‌گذاری‌ها و برنامه آن که در چارچوب «کانون رسانه‌های دیجیتال» شکل گرفته است می‌توان متوجه شد که رویکردی متکی بر پیکره جامعه شهری تهران- و نه قشر و گروه مشخص- دارد.

این جشنواره با هدف ایجاد پشتوانه ملی برای فعالیتهای مؤثر در فضای سایبر پایه‌ریزی شده است؛ تلاشی که برای پدیدآوری یک حرکت همگانی و مردمی برای مشارکت در تولید محتوا، توسعه فناوری رسانه‌های دیجیتال و بهره‌برداری از توان نهفته جامعه در حوزه فناوری اطلاعات است. نقطه قوت این حرکت، استمرار فعالیت و نیز نهادینه شدن «کانون رسانه‌های دیجیتال» در سطح محلات تهران است. معنای این حرکت، می‌تواند بسترسازی برای مشارکت عمومی در توسعه فناوری، تولید محتوا و بهره‌برداری از رسانه‌های دیجیتال باشد. اگر چه نقطه عزیمت کانون رسانه‌های دیجیتال، حضور در جشنواره شکوفاست اما این کانون برای پشتیبانی از حرکت مردمی در زمینه استفاده از این نوع رسانه، ماندگار خواهد بود. شاید اشاره‌ای کوتاه به برنامه این کانون، بتواند چشم‌انداز روشن‌تری را فرا روی شهروندان قرار دهد. هدف‌های کلان برنامه کانون رسانه‌ای دیجیتال شامل بسترسازی برای تولید و توسعه محتوای همخوان با فرهنگ ایرانی- اسلامی، حمایت از تولید محتوای دیجیتال برای پاسخگویی به نیازهای جامعه، بسترسازی برای دستیابی به هدف‌های برنامه پنج ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران، فراهم‌آوری زمینه مشارکت شهروندان در دفاع غیرعامل و گسترش استفاده از رسانه‌های دیجیتال است. البته این جشنواره هدف‌های ویژه‌ای چون ترغیب تولید محتوای بومی با مشارکت شهروندان در سطح محله‌های شهر تهران، برآورد ظرفیت موجود برای تولید محتوا برای رسانه‌های دیجیتال در سطح شهر تهران، فراهم‌آوری فضای رقابت میان شهروندان تهرانی در تولید محتوای دیجیتال، هم‌افزایی میان پدیدآوران محتوا در حوزه رسانه‌های دیجیتال، شناسایی و تشویق استعدادهای برجسته در حوزه رسانه‌های دیجیتال در محله‌های شهر تهران، تشویق شهروندان تهرانی به استفاده از رسانه‌های دیجیتال در زندگی شهری، اشاعه کاربرد رسانه‌های دیجیتال در بهبود زندگی شهری و پیشبرد استفاده از رسانه‌های دیجیتال در فعالیتهای شهروندان نیز دارد.

• چه نوع رسانه‌های دیجیتالی در جشنواره شرکت کرده‌اند؟

رسانه‌های دیجیتال از نظر گونه‌شناسی، شامل گونه‌های متنی، تصویری، صوتی و ویدئویی هستند. با توجه به معیارهای علمی و گونه‌های رسانه‌های دیجیتال اشاره‌شده، محورهای برنامه‌نویسی نرم‌افزار، پادکست، «آلبوم‌های تصویری» و طراحی و تجسمی‌سازی داده‌ها (اینفوگرافیک)، ویدئو و پویانمایی (انیمیشن)، آثار/ کلیپ‌های صوتی و کتاب گویا، کتاب و نشریه، چندرسانه‌ای، سایت اینترنتی و پژوهش در زمینه رسانه‌های دیجیتال برای تولید اثر توسط کاربران اعلام شده است. شاید اشاره به این نکته مناسب باشد که در فراخوان کنونی برگزاری مسابقات کانون رسانه‌های دیجیتال، به لحاظ موضوعی محدودیتی در نظر گرفته نشد اما به

جز حوزه «برنامه‌نویسی نرم‌افزار» و «پژوهش در زمینه رسانه‌های دیجیتال»، آثاری که به مسائل شهر تهران (خدمات، مشکلات، تاریخ، جغرافیا، فرهنگ، اقتصاد، جوانان، سالمندان، محیط زیست، معماری، تفریحات، رفتارهای اجتماعی، سبک‌های زندگی، آثار تاریخی، شخصیت‌های برجسته و...) پرداخته باشند از امتیاز ویژه برخوردار خواهند شد. سایت کانون رسانه‌های دیجیتال به نشانی <http://www.digitalmedia.mytehran.ir> اطلاعات تفصیلی برنامه این کانون را در دسترس شهروندان قرار می‌دهد.