

نهضت ارتقای سواد رسانهای و زیست مجازی

(تجربه‌نگاری اقدامات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
در حوزه سواد رسانهای)







_____ نهضت ارتقای سواد رسانه ای و زیست مجازی . _____

(تجربه نگاری اقدامات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه سواد رسانه ای)



فهرست

مقدمه	۸
ضرورت اتخاذ خط مشی موثر و آینده نگر در ارتقای سواد رسانه‌ای و زیست مجازی	۹
تدوین بسته عملیاتی توسعه سواد رسانه‌ای و توان انتخاب‌گری مردم در فضای مجازی	۱۳
اقدامات عملیاتی اجرا شده و در حال اجرا	۱۴
۱- طراحی، تولید، استقرار و بهره‌برداری از سامانه مشاوره سواد رسانه‌ای و زیست مجازی (سامانه زینو)	۱۴
۲- حمایت از تولید و انتشار ۳۰۰ محصول چندرسانه‌ای برای آموزش سواد رسانه‌ای	۱۶
۳- تنظیم و اجرای مقررات جهت ایجاد بخش سواد رسانه‌ای و ویدئوهای مدنظر در تمام پلتفرم‌های اصلی	۱۹
۴- حمایت از تولید و پخش برنامه‌های تلویزیونی	۲۳
۴/۱) تولید برنامه «تارگرد»؛ ۲۰ برنامه ۳۰ دقیقه‌ای	۲۳
۴/۲) سریال «چای نت» با طعم سواد رسانه‌ای	۲۳
۴/۳) برنامه «بین خطوط» با موضوع سواد رسانه‌ای	۲۵
۵- غنابخشی به ادبیات سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی از طریق برگزاری همایش‌های سواد رسانه‌ای	۲۶
۶- شبکه‌سازی و توانمندسازی فعالان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کشور	۲۶



شناسنامه اثر



عنوان		نهضت ارتقای سواد رسانه ای و زیست مجازی گزارش تجربه نگاری اقدامات حوزه سواد رسانه ای در دولت دوازدهم
تدوین	محمدصادق افراسیابی / سید تقی کمالی	
انتشار	تیرماه ۱۴۰۰	
محتوای این مجموعه با بهره گیری از اسناد، مدارک و گزارش های موجود و گفتگو با عزیزانی که مسئولیت پیگیری و اجرای این پروژه ها را بر عهده داشتند تدوین شده است. اسامی این بزرگواران به شرح زیر می باشد:		
عنوان پروژه	مسئول پیگیری	مسئول اجرا
سامانه مشاوره سواد رسانه ای و زیست مجازی (زی نو)	آقای حامد اسماعیلی و خانم ها آرزو حسینی اقبال و مریم جعفری	شرکت رسا سامانه افق
تولید و نشر ۳۰۰ محصول چندرسانه ای در حوزه سواد رسانه ای	خانم ها آرزو حسینی اقبال، طاهره سمیعی و آقای محمد عکاف	آقای مجید یوسف زاده، موسسات فرهنگی دیجیتال استانی، مراکز برتر تولید محتوا در استان ها و بسترهای نشر محتوا در فضای مجازی
طراحی و فعال سازی کنسرسیوم ملی تولید و نشر محتوا در فضای مجازی	آقای دکتر محمدصادق افراسیابی	
دستورالعمل الزامات ارتقای سواد فضای مجازی در سکو ها، پلتفرم ها و بسترهای عرضه و نشر	خانم آرزو حسینی اقبال	آقایان دکتر عبدالکریم خیامی، محمدصادق افراسیابی و آرش وکیلان
حمایت از تولید و پخش برنامه های تلویزیونی	آقای دکتر محمدصادق افراسیابی	آقایان امیرحسین طالبی کاشانی، آرش تیمورنژاد و امیر یوسفی
برگزاری همایش های سواد رسانه ای		مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و دانشگاه امام صادق (ع)
رویداد شبکه سازی و توانمندسازی فعالان سواد رسانه ای و اطلاعاتی کشور	خانم آرزو حسینی اقبال	اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان البرز با همکاری خانه مطبوعات استان البرز، خانم ها معصومه نصیری، عطیه کشتکاران، اکرم میرزایی و آقایان دکتر حمید ضیایی پرور و مجید شفیعی



نهضت ارتقای سواد رسانه ای و زیست مجازی
گزارش تجربه نگاری اقدامات حوزه سواد رسانه ای در دولت دوازدهم



مقدمه

با افزایش کاربردهای فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی در زندگی روزمره، شاهد آن هستیم که مردم ساعات بیشتری در فضای مجازی صرف می‌کنند. این امر تا آنجا پیش رفته است که برخی اندیشمندان از عبارت زیست بوم فضای مجازی برای توصیف زیست مردم در فضای مجازی استفاده میکنند. بخش مهمی از استفاده اشخاص از فضای مجازی مربوط به استفاده از محتواها، اخبار و اطلاعاتی است که هر روز در این فضا توسط تولید کنندگان محتوا منتشر میشود یا توسط گروه های مختلف مردمی به اشتراک گذاشته میشود. این امر یعنی انفجار اطلاعاتی و محتوایی در صورت فقدان سواد رسانه ای و اطلاعاتی، میتواند آثار زیان باری در جامعه داشته باشد. سواد رسانه ای مهارتهای استفاده از رسانه های جمعی و رسانه های نوین شامل تحقق رژیم مصرف، افزایش قدرت تفکر انتقادی در افراد، بالا بردن قدرت تجزیه و تحلیل محتوا، شناسایی تکنیک های اقناع، تشخیص سره از ناسره، افزایش سطح اخلاق کاربری کاربران فضای مجازی و در نهایت تبدیل کاربر به تولید کنندهی محتوای مفید و موثر است. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، عمومی سازی سواد رسانه ای و اطلاعاتی را یکی از برنامه های اصلی خود در دوره وزارت جناب آقای دکتر سید عباس صالحی تعریف کرده و اقداماتی در این حوزه داشته است که در این کتابچه تجربیات این وزارتخانه در حوزه افزایش سواد رسانه ای و اطلاعاتی مرور میشود. تولید و انتشار گسترده ی محتوای مورد استفاده عموم مردم در فضای مجازی، مقررات گذاری در حوزه الزام سامانه ها، سکوها و انواع رسانه های دیجیتال به داشتن پیوست سواد رسانه ای، حمایت از تولید سریال و برنامه های مخاطب پسند با موضوع سواد رسانه ای و همکاری با سایر نهادها و ارگان ها برای افزایش سواد رسانه ای عموم مردم بخشی از این اقدامات است که در ادامه به آن اشاره خواهد شد. ذکر این مطلب هم ضروری است که فعالیتهای و اقدامات در دوره‌های قبلی در مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال، سرمایه ارزشمندی برای طراحی و اجرای اقدامات این دوره است. در دوره های گذشته نیز به موضوع سواد رسانه ای و اطلاعاتی توجه شده بود و از زمان تاسیس مرکز تا کنون اقداماتی نظیر تولید محتوا و پخش از شبکه های سیما، برگزاری نخستین همایش ملی سواد رسانه ای و اطلاعاتی و ... انجام شده بود و تجربه دوره دولت دوازدهم در واقع منجر به غنابخشی، نهادینه سازی و جلب مشارکت ظرفیت بخش خصوصی و در نهایت فراگیرسازی و پایدارسازی فعالیتها و اقدامات موثر در حوزه سواد رسانه ای شده است.

ضرورت اتخاذ خط مشی موثر و آینده نگر در ارتقای سواد رسانه‌ای و زیست مجازی

با توجه به ضرورت غنابخشی به فعالیتهای حوزه سواد رسانه‌ای در کشور، لازم بود که تعریف عملیاتی و کارآمدی در این خصوص تعیین و مبنای عمل قرار گیرد. لذا مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی با اتکای به تجربه پیشین خود، نشست‌های گفت و گو محوری را طراحی و با همکاری پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، سه نشست گفت‌وگو به شیوه گروه کانونی با حضور اساتید، کارشناسان و فعالان سواد رسانه‌ای برگزار کرد، تا مفاهیم، مسائل و الزامات افزایش سواد رسانه‌ای و توان انتخاب‌گری مردم در فضای مجازی را بررسی نماید. بر اساس موارد مطرح‌شده در سه نشست گفت‌وگوی سواد رسانه‌ای و افزایش قدرت انتخاب‌گری مخاطب، افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی نیازمند ایجاد نهضت سواد رسانه‌ای با مشارکت همه دستگاه‌های فرهنگی، بخش خصوصی فعال در حوزه فرهنگ و آموزش و دانشگاه‌ها است.

هرچند سواد رسانه‌ای برای استفاده از تمام رسانه‌های جمعی و نوین ضرورت دارد اما با گسترش فضای مجازی و گرایش روزافزون مردم نسبت به استفاده از رسانه‌های مجازی، در حال حاضر یکی از دغدغه‌ها و مسائل اصلی سیاست‌گذاران فرهنگی شیوه ترویج فرهنگ استفاده صحیح از فضای مجازی در کشور است. در این میان برای اعمال حکمرانی در فضای مجازی چندین راه‌تاکنون پیشنهاد و اجرا شده است که در زیر به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

۱. **فیلتر و مسدودسازی رسانه‌های دارای محتوای مجرمانه:** در سال ۱۳۸۸ قانون جرائم رایانه‌ای به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید و کارگروهی برای تعیین مصادیق محتوای مجرمانه رایانه‌ای تشکیل شد که ریاست آن با دادستان کل کشور است.

۲. **نشان‌دار کردن محتوا در فضای مجازی:** وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بر اساس برخی مصوبات جلسات کمیسیون‌های فرعی شورای عالی فضای مجازی کشور در خصوص ایجاد فضای مجازی سالم، مفید و ایمن، نشانی به‌عنوان نشان شامد را ایجاد کرده است تا در فضای نامحدود مجازی، یک فضای محدود سالم، مفید و ایمن ایجاد کند که قابل اعتماد باشد.



۳. **افزایش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی:** سومین راهکاری که توسط برخی اندیشمندان دانشگاهی برای استفاده از فرصت‌های فضای مجازی و مصونیت از تهدیدهای این فضا پیشنهاد شد، افزایش سواد رسانه‌ای جامعه بود. اما مسئله‌ای که در این میان چالش اصلی محسوب می‌شود این است که متأسفانه محتوای مناسب، جذاب و درعین‌حال آموزنده که مخاطب را ترغیب به افزایش مهارت‌های سواد رسانه‌ای نماید و به‌صورت آشکار و پنهان سواد رسانه‌ای عموم مردم را افزایش دهد، تولید نشده است.

در نشست‌های برگزارشده با موضوع سواد رسانه‌ای و افزایش توان انتخاب‌گری مردم در فضای مجازی، الزامات و راهکارهای افزایش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی با محوریت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بررسی شد که نتایج آن در ادامه گزارش می‌شود:

تحلیل مضمون نشست‌های گفت‌وگو

مقوله	مسئله	الزامات حل مسئله
آموزش و پژوهش در حوزه سواد رسانه‌ای	ضعف در پژوهش و تولید دانش در حوزه سواد رسانه‌ای	- برون‌سپاری همایش سواد رسانه‌ای به دانشگاه‌ها - حمایت از پایان‌نامه‌ها و تحقیقات درسی مرتبط با سواد رسانه‌ای - تولید محتواهای علمی و آموزشی در حوزه سواد رسانه‌ای - ایجاد جشنواره‌ها و جایزه‌ها و تقدیر از پژوهش‌های برتر سواد رسانه‌ای
	ضعف در انتقال دانش به عموم مردم	- تلاش برای تبدیل سواد رسانه‌ای به یک شأن اجتماعی-فرهنگی مثل دارا بودن دانش زبان‌های خارجی - استفاده از ظرفیت‌های مرتبط با تبلیغات و اطلاع‌رسانی عمومی نظیر برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و تبلیغات محیطی - جلب همکاری بیشتر نهادهای ذی نقش همچون آموزش و پرورش، وزارت علوم، صداوسیما و شهرداری‌ها - استفاده از تجارب سایر کشورها و طراحی همکاری‌های بین‌المللی - استفاده از ظرفیت برنامه‌سازی و تولید برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی - ضرورت توجه به ظرفیت‌های موجود در حوزه هنر و رشته‌های مختلف هنر
	فقدان نیروی متخصص در حوزه آموزش سواد رسانه‌ای	- ایجاد مراکز آموزش سواد رسانه‌ای - بررسی صلاحیت مدرسان سواد رسانه‌ای، صدور مجوز تدریس و رتبه‌بندی مدرسان سواد رسانه‌ای - نظارت بر فعالیت‌های آموزشی و تولید علم در حوزه سواد رسانه‌ای



رویکرد مواجهه با موضوع سواد رسانه‌ای	فقدان طرح و نقشه اصلی برای افزایش سواد رسانه‌ای	- ضرورت تدوین سناریو و طرح اصلی برای برنامه‌ریزی در زمینه افزایش سواد رسانه‌ای مردم در فضای مجازی - تدوین نگاهت نهادی برای هر یک از دستگاه‌های عضو شورای فرهنگ عمومی برای تعیین وظایف و نقش‌های ایشان برای افزایش سواد رسانه‌ای در قالب ماده‌واحد
رویکرد سلبی نسبت به فضای مجازی در برخی از بخش‌های حاکمیت	رویکرد سلبی نسبت به فضای مجازی در برخی از بخش‌های حاکمیت	- ضرورت بازنگری و تعدیل سیاست‌های مربوط به فیلترینگ - گفتمان سازی در دستگاه‌های دولتی از طریق برگزاری نشست ویژه مدیران و کارشناسان
تولید و توزیع محتوا	ضعف در تولید محتوا در حوزه سواد رسانه‌ای	- استفاده از ظرفیت سازمان‌های مردم‌نهاد در ایده پردازی و اجرا - تولید محتوا بر اساس نیازهای اقشار مختلف جامعه - انجام پژوهش برای سنجش نیازهای اقشار مختلف در حوزه سواد رسانه‌ای
ضعف در انتقال و توزیع محتواهای تولیدشده	ضعف در انتقال و توزیع محتواهای تولیدشده	- استفاده از ظرفیت ائمه جماعات و خطبه‌های نماز جمعه - تولید کتاب‌های مصور و دفاتر مختلف در حوزه سواد رسانه‌ای ویژه نوجوانان و والدین - راه‌اندازی سپاه دانش در حوزه سواد رسانه‌ای و استفاده از ظرفیت دانش‌آموختگان و طرح‌های جایگزین خدمت سربازی - اختصاص بخشی در جشنواره فیلم فجر برای تقدیر از فیلم‌هایی که به‌صورت آشکار یا پنهان به مهارت‌های سواد رسانه‌ای توجه کردند - گنجاندن پیام‌های مرتبط در فیلم‌نامه‌ها با استفاده از ظرفیت صداوسیما
شبکه‌سازی	عدم توجه به موضوع همکاری، هم‌افزایی و مدیریت دانش فعالان سواد رسانه‌ای	- برگزاری نشست‌های هم‌افزایی ویژه فعالان سواد رسانه‌ای - ایجاد سامانه‌ای برای مدیریت دانش فعالان سواد رسانه‌ای
شبکه‌سازی عمومی برای آموزش سواد رسانه‌ای	شبکه‌سازی عمومی برای آموزش سواد رسانه‌ای	- شبکه‌سازی برای آموزش سواد رسانه‌ای از طریق طلاب - ایجاد بخشی در اپلیکیشن‌های دارای نشان شامد از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای آموزش سواد رسانه‌ای

تدوین بسته عملیاتی توسعه سواد رسانه‌ای و توان انتخاب‌گری مردم در فضای مجازی

آنچه در این بخش به‌عنوان خروجی نشست‌های گفت‌وگو در ذیل مسئله «ارتقای سواد رسانه‌ای و توان انتخاب‌گری مردم در فضای مجازی» ارائه شده است، یک بسته سیاستی- عملیاتی است که در سه محور «تولید محتوا»، «شبکه‌سازی و ترویج» و «تمهیدات قانونی - حقوقی»، مسائل اولویت‌دار شناسایی شده و اقدامات پیشنهادی همراه با تعیین مجری و زمان اجرا بیان شده است.

محور	مسئله	اقدام	زمان
تولید محتوای سواد رسانه‌ای	فقدان طرح و نقشه اصلی برای افزایش سواد رسانه‌ای	تدوین نقشه راه تحت عنوان طرح و سناریوی تولید محتوای سواد رسانه‌ای	۱۳۹۸
	متناسب نبودن تولیدات محتوایی با نیازهای مخاطبان	حمایت از تولید محتوای سواد رسانه‌ای با تمرکز بر مخاطبان خاص شامل: (الف) کارگزاران و مدیران حاکمیتی ب) اصحاب رسانه ج) معلمان و اساتید د) جوانان و دانشجویان ه) کودکان و نوجوانان ز) پدران و مادران	هر سال با هدف کمی مشخص
	ضعف تولیدات رسانه‌ای در شرایط خاص و بحرانی	تشکیل کمیته واکنش سریع برای توجه به موضوع سواد رسانه و تولید محتوا در موارد خاص نظیر سیل و سایر بحران‌های اجتماعی و چالش‌های فرهنگی و سیاسی	۱۳۹۸
شبکه‌سازی و ترویج سواد رسانه‌ای	شناخت ضعیف فعالان حوزه سواد رسانه از یکدیگر (ضعف شبکه‌سازی فعالان برای آموزش سواد رسانه‌ای)	برگزاری گردهمایی فعالان حوزه سواد رسانه‌ای با هدف شبکه‌سازی و مدیریت دانش آنان و ایجاد زمینه‌های هم‌افزایی و همکاری مشترک	۱۳۹۸
	ضعف دسترسی مردم به محتواهای آگاهی‌بخش و مهارتی در شناخت و تحلیل محتوای رسانه‌ها	ایجاد و اختصاص بخش سواد رسانه در شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های مجازی و اپلیکیشن‌های ارائه‌دهنده خدمات و محتوا (دارای نشان شامد از وزارت) به‌عنوان پیوست سواد رسانه‌ای	۱۳۹۸
تمهیدات قانونی - حقوقی سواد رسانه‌ای	فقدان ضوابط مشخص برای تعیین نقش پلتفرم‌ها و بسترهای تولید و نشر در فضای مجازی در حوزه سواد رسانه‌ای	تدوین دستورالعمل و پیگیری تصویب و ابلاغ برای نقش آفرینی پلتفرم‌ها و بسترهای تولید و نشر محتوا در فضای مجازی	۹۹-۱۳۹۸



اقدامات عملیاتی اجرا شده و در حال اجرا

۱- طراحی، تولید، استقرار و بهره‌برداری از سامانه مشاوره سواد رسانه‌ای و زیست مجازی (سامانه زی‌نو)

سامانه سواد رسانه ای و زیست مجازی، سامانه‌ای برای پاسخگویی و مشاوره در حوزه زیست فضای مجازی و آموزش سواد رسانه‌ای است که با مشارکت دستگاه‌ها و نهادهای ذیربط و نیز موسسات و فعالان بخش خصوصی سواد رسانه‌ای فعالیت خود را شروع کرده است. این سامانه با حمایت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی فعال شده است اما ارائه خدمات در آن بر عهده دستگاه‌های ذیربط و موسسات و فعالان بخش خصوصی است. نظام مفهومی این سامانه در ابعاد مختلف، به شرح جدول زیر است:

حوزه موضوعی	محورهای کارشناسی پاسخگویی و مشاوره	دستگاه تأمین کارشناس	بسترهای مشاوره و پاسخگویی و ملاحظات عملیاتی سازی			
			پرسش و پاسخ مکتوب	اتاق گفت‌وگوی آنلاین	پلتفرم اختصاصی	عرضه محتوای صوتی و تصویر
حریم شخصی و امنیت فردی و اجتماعی در فضای مجازی	- عضویت‌ها و دسترسی‌های سیستمی در فضای مجازی	- ناجا (پلیس فتا)	۱. فعال‌سازی سایت	۱. فعال‌سازی سرویس	۱. فعال- سازی	۱. شناسایی و گردآوری محتوای تولیدشده
	- محافظت از داده‌های شخصی	- اداره کل تبلیغات معاونت مطبوعاتی	۲. ثبت سؤال توسط کاربر	(باقابلیت ارجاع به کارشناس)	۲. هماهنگی و آموزش کاربری	۲. بارگذاری محتواها
	- امور حقوقی زیست مجازی	- معاونت مجازی دادستانی	۳. ارجاع سؤال به کارشناس	۲. تعیین کارشناس	پلتفرم به کارشناسان	۳. رایزنی با دستگاه‌های مسئول برای
	- تبلیغات		۴. پاسخگویی	توسط	۳. دریافت	

صیانت از کودک و نوجوان در فضای مجازی	- دسترسی به محتوای آموزشی مجازی برای کودک و نوجوان - دسترسی به محتوای فرهنگی و تربیتی مجازی برای کودک و نوجوان - بازی‌های رایانه‌ای	- آموزش و پرورش - کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان - بنیاد بازی‌های رایانه‌ای	کارشناس ۵. ارسال پیامک و لینک پاسخ به کاربر ۶. تهیه و نشر بسته اطلاع‌رسانی	مسئول ارجاع ۳. پاسخگویی کارشناس ۴. تهیه و نشر بسته اطلاع- رسانی	سؤال و ارائه پاسخ بر بستر پلتفرم ۴. تهیه و نشر بسته اطلاع‌رسانی	تولید و بارگذاری مستمر محتوای سواد رسانه‌ای ۴. تهیه و نشر بسته اطلاع- رسانی
امور مالی و بانکی در فضای مجازی	- رمزهای بانکی - رمز ارزها - خرید و فروش‌های اینترنتی	- بانک مرکزی و بانک‌های عامل				
مسائل شرعی و اخلاقی زیست مجازی	- ابعاد اخلاقی حضور در شبکه‌های اجتماعی - مسائل شرعی انتشار داده‌ها و تصاویر در فضای مجازی - مسائل شرعی روابط زن و مرد در فضای مجازی	- دفتر تبلیغات اسلامی - سازمان تبلیغات اسلامی				

خروجی عملیاتی این پروژه سامانه پاسخگویی (پلتفرم) دارای ویژگی‌های ذیل است.



- شبکه‌سازی فعالان و موسسات سواد رسانه‌ای کشور
- هماهنگ‌سازی ظرفیت‌های مشاوره‌ای و تولید و نشر محتوا در کشور
- ایجاد دسترسی به کارشناسان زبده برای ارائه مشاوره و پاسخگویی به سئوالات و شایعات در فضای مجازی
- در دسترس قرار دادن محتواهای متنی، صوتی و تصویری

هم اکنون این سامانه از طریق نشانی اینترنتی <http://zeenow.ir> در دسترس عموم مردم است.

به‌منظور مدیریت و راهبری اجرایی این سامانه، تقسیم‌بندی وظایف به شرح زیر است:

- **راهبری و نظارت:** کارگروه مشترک دستگاه‌های مشارکت‌کننده و نماینده مرکز ملی فضای مجازی، با دبیری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- **مسئول طراحی و حمایت از زیرساخت نرم‌افزاری و سخت‌افزاری سامانه:** مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- **مسئول تأمین محتوایی و کارشناسی:** دستگاه‌های ذی‌ربط و موسسات فعال در حوزه سواد رسانه‌ای از طریق درگاه اختصاصی که بر بستر سامانه ارائه خواهد شد.

۲- حمایت از تولید و انتشار ۳۰۰ محصول چندرسانه‌ای برای آموزش سواد رسانه‌ای

ضعف کمی و کیفی محتواهای ناظر به سواد رسانه‌ای از جمله مسائل جدی در این زمینه تشخیص داده شد. لذا ذیل برنامه تحول وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در فضای مجازی، اقدام عملیاتی حمایت از تولید ۳۰۰ محصول سواد رسانه‌ای در دستورکار قرار گرفت و بحمدالله به انجام رسید. هدف از حمایت تولید و انتشار ۳۰۰ محصول چندرسانه‌ای برای آموزش سواد رسانه‌ای در پلتفرم‌ها و شبکه‌های اجتماعی، ایجاد مجموعه‌ای از مهارت‌های قابل یادگیری است که در ارتقای توانایی دسترسی و تجزیه و تحلیل در حوزه درک محتوای رسانه‌ای به شهروندان کمک خواهد کرد.

خروجی نهایی این پروژه محتواهای صوتی و تصویری با نظام موضوعات جدول زیر است که تولید آن انجام شده و انتشار آن در حال انجام است. (تا زمان تدوین این گزارش بیش از ۴۰ اثر از این مجموعه با بیش از ۷ میلیون بار بازبینی در بسترها و شبکه‌های مختلف فضای مجازی منتشر شده است).

ابعاد	موضوعات	میزان تولید
خانواده	فرهنگ استفاده از شبکه‌های اجتماعی در محیط خانواده	۱۵
	آموزش استفاده صحیح از فضای مجازی به کودکان و نوجوانان	۱۵
	عوارض ناشی از نمایشی شدن زندگی روزمره	۱۰
	اخلاق ارتباطات خانوادگی و اجتماعی در فضای مجازی	۱۵
	آشنایی با رده‌بندی سنی مخاطبان و علائم و نشانه‌های آن	۱۰
مفاهیم سواد رسانه‌ای	نقش و جایگاه رسانه در تحولات نوین عصر حاضر	۱۵
	شناخت رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی	۱۵
	چیستی و مفهوم سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی	۲۰
	تفکر انتقادی در مصرف رسانه‌ای	۱۰
	فنون اقناع و تبلیغ	۱۰
	مدیریت مصرف رسانه‌ای	۱۵
حقوق و امنیت	ابعاد حقوقی زیست در فضای مجازی	۱۰
	ایمنی و امنیت در فضای مجازی (صیانت از حریم خصوصی، داده‌ها و حساب‌های بانکی، سایت‌های شخصی و...)	۲۰
سواد رسانه‌ای ویژه مدیران و گروه‌های مرجع	فرصت‌ها و چالش‌های تحولات فضای سایبری بر فرهنگ	۱۵
	ساختار مدیریت فضای سایبری	۱۰
	نقش تحولات سایبری بر مدیریت و سازمان	۱۰
	مناسبات دولت‌ها در تحولات فضای سایبری	۱۰
	تحولات آینده در فضای سایبری	۱۰



۱۰	حقوق، قوانین و مقررات رسانه‌ای در فضای سایبری	سواد رسانه‌ای ویژه اهالی رسانه
۱۰	تحولات فضای سایبری در حوزه رسانه	
۱۵	فرصت‌ها و چالش‌های رسانه در فضای سایبری	
۱۰	خود تنظیم‌گری رسانه در فضای مجازی	
۱۰	چگونگی تشخیص اخبار جعلی و شایعات در فضای مجازی	اخبار و شایعات
۵	دروغ‌های رسانه‌ای و روش‌های تشخیص آن‌ها	
۵	حقایق جایگزین یا شیوه‌های اعتبارسنجی اخبار و اطلاعات در فضای مجازی	
۵	تکنیک‌های تجزیه و تحلیل محتوا و اخبار	
۵	فوروارد کردن	

۳- تنظیم و اجرای مقررات جهت ایجاد بخش سواد رسانه‌ای و ویدئوهای مدنظر در تمام پلتفرم‌های اصلی

شرایط زندگی در دوران جدید باعث شده است اغلب مردم بسیاری از اوقات خود را در شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌ها بگذرانند بر این اساس ضرورت دارد که پلتفرم‌ها در خصوص ایجاد بخش سواد رسانه‌ای به‌عنوان یک مسئولیت اجتماعی متحد شوند. هدف از تدوین و اجرای مقررات جهت ایجاد بخش سواد رسانه‌ای و انتشار ویدئوهای مدنظر در تمامی پلتفرم‌های اصلی این است که فرد هوشمندانه قدرت تشخیص محتوای درست را خواهد داشت و مخاطب از حالت انفعالی و مصرف‌کننده صرف خارج می‌شود.

بر اساس درک این ضرورت و لزوم ارتقای محتوایی فرهنگ و هنر در فضای مجازی و ارتقای سواد رسانه‌ای در جامعه، اقدام «تدوین دستورالعمل ایجاد بخش سواد رسانه‌ای در پلتفرم‌ها و شبکه‌های اجتماعی عرضه و نشر در مرکز رسانه‌ها» در دستور کار مرکز قرار گرفت و این مرکز با همکاری معاونت امور فرهنگی و اجتماعی مرکز ملی فضای مجازی و نیز با جلب مشارکت صاحب‌نظران نسبت به تهیه سندی با عنوان «الزامات ارتقای سواد فضای مجازی در حوزه محتوا و خدمات فرهنگی فضای مجازی» اقدام نمود. اما از آنجا که رسمیت‌بخشی به این سند نیازمند طی مراحل بررسی و تصویب در مرکز ملی فضای مجازی بود، پیش‌نویس تهیه شده به آن مرکز ارسال گردید. سپس آن مرکز در دو نوبت موضوع را در کمیسیون عالی ارتقای محتوا مطرح و پس از طی مراحل کارشناسی تکمیلی، آن را رسماً به مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی ابلاغ کرد.

هم اکنون سند مذکور مطابق مفاد آن در حال اجراست و انشاءالله آثار و برکات آن در آینده روشن‌تر خواهد شد. در همین فاصله کوتاه، تعدادی از پلتفرم‌های مهم و اصلی نسبت به ایجاد بخش سواد رسانه اقدام نموده و فعالیتهای موثری را در این زمینه شروع کرده‌اند.

متن سند مورد اشاره به شرح زیر است:

«الزامات ارتقای سواد فضای مجازی در حوزه محتوا و خدمات فرهنگی فضای مجازی»

مقدمه:

نظر به اهمیت ارتقای آگاهی، دانش و مهارت کاربران برای استفاده بهینه از فضای مجازی و ضرورت افزایش محتوای مرتبط با فرهنگ‌سازی و سواد مجازی و به استناد ماده ۵ طرح کلان و معماری شبکه ملی اطلاعات مصوب جلسه



شماره ۶۶ مورخ ۹۹/۶/۲۵ شورای عالی فضای مجازی، در راستای تحقق الزامات بند ۲-۲-۳-۱۷ مصوبه مذکور و تصمیم جلسه ۱۱۰ مورخ ۹۹/۶/۲۳ کمیسیون عالی ارتقای تولید محتوای فضای مجازی، مسئولیت هماهنگی اقدامات موضوع بند یادشده در چارچوب زیر به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی) محول می‌شود.

ماده (۱) تعاریف:

- ۱-۱- رسانه‌های دیجیتال: رسانه مبتنی بر فناوری نوین اطلاعات و ارتباطات، شامل گونه‌های بسته نرم‌افزاری رسانه‌ای، حامل دیجیتال حاوی داده و رسانه برخط
- ۲-۱- سکوهاي محتوا و خدمات فرهنگي دیجیتال: کسب‌وکارهایی اعم از پیام‌رسان‌های اجتماعی و بسترهای تولید و نشر که با استفاده از زیرساخت فضای مجازی، در بازارهای دو یا چند سویه برای انجام تعاملات میان دو یا چند گروه متمایز اما مرتبط از کاربران، در جهت ایجاد ارزش برای حداقل یکی از گروه‌ها فعالیت نموده و محتوا و خدمات فرهنگی دیجیتال ارائه می‌کنند.^۱
- ۳-۱- کارافزارهای محتوا و خدمات فرهنگی دیجیتال: بسته نرم‌افزاری رسانه‌ای که برای دسترسی، نمایش، پخش، جستجو و یا بازی با محتوای دیجیتال موجود در آن بسته مورد استفاده قرار می‌گیرد، از قبیل بازی‌ها، سرگرمی‌ها چند رسانه‌ای‌های دیجیتال که بتوان آن را روی تلفن همراه، رایانه، رایانه شخصی، رایانه تخت یا هر وسیله‌ای که سیستم‌عامل داشته باشد نصب و محتوا یا خدمت فرهنگی دیجیتال را به‌واسطه آن دریافت یا اجرا کرد.
- ۴-۱- سواد فضای مجازی: دانش، آگاهی و مهارت زندگی فردی و اجتماعی در محیط‌های مجازی و توانایی بهره‌برداری از رسانه‌ها، سکوها و کارافزارهای محتوا و خدمات فرهنگی دیجیتال با رعایت اخلاق کاربری در چارچوب فرهنگ اسلامی - ایرانی توسط مخاطبان و کاربران

ماده (۲) اشخاص مشمول:

- ۱-۲- صاحبان رسانه‌های دیجیتال، اعم از رسانه‌های بر حامل و رسانه‌های برخط خبری، و رسانه‌های عرضه‌کننده محتوای فرهنگی و هنری در قالب‌های متنی، صوتی و تصویری
- ۲-۲- صاحبان سکوهاى محتوا و خدمات فرهنگی دیجیتال
- ۳-۲- صاحبان کارافزارهای محتوا و خدمات فرهنگی دیجیتال

ماده (۳) وظایف اشخاص مشمول:

- ۱-۳- آگاه‌سازی کاربران نسبت به حقوق، مسئولیت‌ها و پیامدهای استفاده از خدمات و محتوای فضای مجازی و جرائم مرتبط
- ۲-۳- اطلاع‌رسانی شیوه استفاده صحیح از خدمات و محتوای ارائه‌شده و رده‌بندی سنی آن‌ها
- ۳-۳- اطلاع‌رسانی به اولیا در خصوص نحوه نظارت بر کودکان و نوجوانان و مراقبت از ایشان در هنگام استفاده از خدمات و محتوای فضای مجازی؛
- ۴-۳- اطلاع‌رسانی و اخذ مجوز از کاربران در خصوص دسترسی‌های کارافزارها و سکوها به ابزارها، داده‌های شخصی و موقعیت مکانی آنان؛
- ۵-۳- تدوین و انتشار منشور اخلاق حرفه‌ای و ایجاد امکان ثبت و پیگیری شکایات و انتقادات کاربران؛
- ۶-۳- ارائه یک نسخه از محتوای تولیدی و منتشرشده به مرکز
- ۷-۳- رعایت مصوبات کارگروه

۱. بند ۱-۱- از سیاست‌ها و الزامات کلان حمایت از رقابت و مقابله با انحصار سکوهاى فضای مجازی مصوب کمیسیون عالی تنظیم مقررات



ماده ۴) اعضای کارگروه

- ۴-۱- رئیس مرکز
- ۴-۲- معاون ذی‌ربط مرکز (دبیر کارگروه)
- ۴-۳- نماینده مرکز ملی فضای مجازی
- ۴-۴- نماینده سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران
- ۴-۵- نماینده نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران
- ۴-۶- نماینده سازمان تبلیغات اسلامی
- ۴-۷- نماینده اشخاص مشمول موضوع ماده ۳ به پیشنهاد آن‌ها و تائید رئیس مرکز

ماده ۵) وظایف و اختیارات کارگروه:

- ۵-۱- شناسایی و معرفی فعالان برتر در ارتقای سواد فضای مجازی و اعطای نشان مسئولیت اجتماعی در گسترش سواد فضای مجازی؛
- ۵-۲- تدوین مقررات اجرایی اعطای تسهیلات و حمایت‌های مادی و معنوی برای تولید، انتشار محتوای سواد فضای مجازی و حمایت از توسعه کسب‌وکارهای برتر در ترویج سواد فضای مجازی به‌منظور هم‌افزایی و هماهنگی اقدامات دستگاه‌های عضو کارگروه
- ۵-۳- ایجاد سازوکار پایش و ارزیابی فصلی فعالیت اشخاص مشمول موضوع ماده ۳
- ۵-۴- پیگیری تحقق مصوبات کارگروه و ارائه گزارش عملکرد به مرکز ملی فضای مجازی در فواصل شش‌ماهه
- ۶) رعایت مصوبات کارگروه برای دستگاه‌های عضو کارگروه، در چارچوب مأموریت و اختیارات قانونی آن‌ها، الزامی است.

۴- حمایت از تولید و پخش برنامه‌های تلویزیونی

روشن است که نقش سازمان صدا و سیما و ظرفیت شبکه‌های تلویزیونی در بهبود و ارتقای سواد رسانه‌ای بسیار کلیدی است. از همین روی و علی‌رغم چالش‌های میان‌سازمانی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با اتکای به برخی زمینه‌های قانونی مانند ظرفیت «بندچ» برای استفاده از بستر رسانه ملی، تلاش کرده است این ظرفیت را به خدمت موضوع مهم سواد رسانه‌ای بیاورد. تولید سریال، گفت‌وگوهای کارشناسی، برنامه‌های ترکیبی و چندرسانه‌ای، روشی بود که مبتنی بر این بستر پیگیری شد که نتایج آن در ادامه و در چند اقدام گزارش می‌شود:

۴/۱) تولید برنامه «تارگرد»؛ ۲۰ برنامه ۳۰ دقیقه‌ای

«تارگرد» با همکاری مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی و شبکه دو سیما شامل آیت‌های متنوع و چند قسمتی در سال ۱۳۹۷ روی آنتن شبکه ۲ سیما رفت. هدف از راه‌اندازی این برنامه ارتقای سواد رسانه‌ای جامعه و ساماندهی آن و از سوی دیگر آموزش علاقه‌مندان و فعالان کسب و کارهای دیجیتال و فضای مجازی بود. برنامه تارگرد در گام نخست دربرگیرنده ۲۰ برنامه ۳۰ دقیقه‌ای با آیت‌های مختلف و متنوع از شبکه دو سیما پخش شد. این برنامه‌ها شامل آموزش‌های کوتاه حداکثر چهار دقیقه‌ای میان برنامه، آموزش‌های حین برنامه، دعوت از چهره‌ها، کارشناسان، متخصصان و فعالان حوزه فضای مجازی، توصیه‌ها و ارائه راهکارهای استفاده از رسانه‌های دیجیتال و ... بود. در این برنامه از فعالان موفق حوزه کسب و کارهای دیجیتال دعوت می‌شود تا از رمز و راز موفقیت و وضعیت فعلی خود برای مخاطبان و علاقه‌مندان فعالیت مشابه صحبت کنند و در ادامه نیز ضمن پاسخگویی به سؤالات مطرح شده، راهکارها و پیشنهادات لازم را به مخاطبان ارائه دهند. برنامه تارگرد به عنوان اولین محصول مشترک سازمان صدا و سیما و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای ارتقای سواد رسانه‌ای عموم مردم محسوب می‌شود.

۴/۲) سریال «چای نت» با طعم سواد رسانه‌ای

نخستین سریال این وزارتخانه با موضوع سواد رسانه‌ای و فضای مجازی به نام «چای نت» به سفارش مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی توسط معاونت فضای مجازی سازمان صدا و سیما تولید و از آنتن شبکه پنج سیما پخش شد.



عمده مباحث مطرح شده در مجموعه ۲۰ قسمتی چای نت با زبان طنز، مهارت‌های مورد نیاز مردم در فضای مجازی را آموزش می‌دهد. اتاق فکر برنامه ۲۰ موضوع مرتبط با سواد رسانه‌ای که مخاطب در زندگی روزمره خود با آنها مواجه است را شناسایی کرده و در اختیار گروه برنامه ساز قرار داد. مدیریت مصرف، رده بندی سنی، حفاظت از داده ها و اطلاعات شخصی، صیانت از کودکان و نوجوانان، شیوه های تشخیص اخبار و اطلاعات جعلی، آسیب های باز نشر مطالب ناامید کننده و شایعات و مهارت های تحلیل و تولید محتوا از جمله موضوعات بخش‌های مختلف این سریال بود.

مدت‌زمان هر قسمت از این سریال ۱۵ الی ۲۰ دقیقه بود. زمان کوتاه این سریال می‌تواند از نقاط قوت آن محسوب شود چراکه بسیاری از برنامه‌ها و زنجیره‌های تلویزیون قابلیت بازپخش در فضای مجازی را به دلیل طولانی بودن زمان ندارند اما سریال چای نت می‌تواند از طریق وی او دی ها مجدداً پخش شود و حتی می‌توان گزیده‌ای از بخش‌های این سریال را به‌صورت پنج دقیقه‌ای تدوین و از طریق صفحات اجتماعی باز نشر داد.

سریال چای نت به تهیه‌کنندگی امیرحسین طالبی کاشانی و طراحی و کارگردانی آرش تیمور نژاد با نگارش گروه نویسندگان تهیه می‌شود و غلامرضا نیک‌خواه، عباس محبوب، یوسف صیادی، فاطمه هاشمی، اشکان اشتیاق و بیتا خردمند بازیگران اصلی و ساعد هدایتی، سینا رازانی، سامان گلریز، نسیم باقریان، مرجان علیزاده نیا، یاسمن قلی زاده، مجید معافی و ژیار محمدزاده بازیگران میهمان را تشکیل می‌دهند.

۴/۳ برنامه «بین خطوط» با موضوع سواد رسانه‌ای

برنامه بین خطوط ۳۹ محور اصلی دارد که به بررسی و بحث در حوزه‌هایی همچون رسانه‌های دیجیتال، بازی‌های رایانه‌ای، سینما، تئاتر و... می‌پردازد با این هدف که مخاطب متوجه لایه‌های پنهان پیام شود و بداند که جانمایی پیام گاهی در پویانمایی گاهی در تبلیغات و سایر آثار هنری به‌گونه‌ای انجام می‌شود که مخاطب بدون آنکه متوجه شود تحت تأثیر پیام قرار گرفته و نگرش و رفتارش را بر اساس پیامی که دریافت کرده است، تغییر می‌دهد. رویکرد این برنامه سیاه نمایی یا رسانه هراسی نیست، بلکه رسانه شناسی است. برنامه بین خطوط یکی از برنامه‌های مصوب کارگروه برنامه سواد رسانه‌ای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. این مرکز سه اقدام مشترک با سازمان صداوسیما تعریف کرده است که این برنامه یکی از آن‌ها است و تولید ۳۵ تا ۵۰ روشن‌گرافی با موضوع سواد رسانه‌ای و تولید سریال تلویزیونی چای نت با موضوع سواد رسانه‌ای از دیگر اقدامات مشترک وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیما از محل بودجه و اعتبار بند چ ماده ۳۷ قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور است. تبلیغ و اطلاع‌رسانی مناسب، زمان پخش و کنداکتور مناسب و توجه به موضوعات بومی و مبتلابه عموم مردم و خانواده‌ها از جمله موضوعاتی هستند که در خصوص این برنامه مورد تأکید بوده است.

یکی از مهم‌ترین اقداماتی که در این برنامه بر آن تأکید شده این است که به مخاطب آموزش داده شود در جامعه شبکه‌ای، دیگر فردی وجود ندارد که دروازه‌بانی خبر و یا پیام را انجام دهد بلکه مخاطب خود می‌بایست دروازه‌بانی را انجام دهد. بنابراین باید به عنصر خود مراقبتی توجه شود. بین خطوط می‌کوشد پیام‌ها و مقاصد پیدا و پنهان نهفته در محتواهای رسانه‌ای را برای مخاطبان و کاربران آشکار کرده و نحوه مواجهه فعال و آگاهانه را به آنان بیاموزد. این برنامه به تهیه‌کنندگی امیر یوسفی در تابستان سال ۱۴۰۰ از شبکه دو سیما پخش خواهد شد.



۵- غنابخشی به ادبیات سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی از طریق برگزاری همایش‌های سواد رسانه‌ای

از جمله نیازهای جدی در حوزه سواد رسانه‌ای، نیاز به تولید و ارتقای ادبیات بومی در این عرصه است. این نیاز از مدت‌ها قبل در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشخیص داده شد. و بر همین اساس، تاکنون سه همایش به صورت دوسالانه، طراحی و اجرا شده است. همایش دوم و سوم در دوره دولت دوازدهم برگزار گردید.

دومین همایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی با موضوع خانواده، در سال ۱۳۹۷ برگزار شد. پنج هزار دقیقه برنامه تلویزیونی و هفت هزار دقیقه برنامه رادیویی ذیل محور سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ۱ با همکاری دبیرخانه همایش و شبکه‌های رادیویی تولید و پخش شدند.

سومین دوره این همایش، به دلیل مقارن شدن با شیوع بیماری کرونا، با تصمیم‌ها و اجرای سخت و خاص همراه بود. موضوع و شعار محوری سومین همایش سواد رسانه‌ای، «حکمرانی نوین و سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی» بود. اما نکته حائز اهمیت از حیث تجربه نگاری، این بود که برای اولین بار تصمیم گرفته شد که برگزاری همایش به یکی از مراکز علمی و پژوهشی واگذار شود. برای این منظور با مراکز علمی و دانشگاهی مکاتبه شد و طرح پیشنهادی دریافت گردید. در میان مجموعه‌های علمی، طرح دانشگاه امام صادق (ع) از یک سو و اعلام آمادگی این دانشگاه برای تامین بخشی از هزینه‌های همایش از سوی دیگر منجر به واگذاری همایش به دانشگاه امام صادق (ع) شد.

۶- شبکه‌سازی و توانمندسازی فعالان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کشور

علی‌رغم نوپا بودن مباحث سواد رسانه‌ای، بحمدالله ظرفیت خوبی در میان موسسات بخش خصوصی شکل گرفته است. اما با وجود این، ضعف تعامل و هم‌افزایی این ظرفیت‌ها جدی تشخیص داده شد. لذا با نگاهی به تجربه برگزاری گردهم‌آیی فعالان سواد رسانه‌ای در دوره قبل، دومین نشست هم‌اندیشی فعالان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کشور طراحی و پس از رایزنی‌های مقدماتی، برگزاری آن به اداره ک فرهنگ و ارشاد اسلامی استان البرز سپرده شد.

ویژگی‌های متمایز، دومین دوره‌می فعالان سواد رسانه‌ای عبارتند از :

- تأکید بر تجربه‌نگاری و به اشتراک‌گذاری ظرفیت فعالان سواد رسانه‌ای
- تأکید بر ایده‌پردازی آینده‌نگر برای توسعه فعالیت‌های سواد رسانه‌ای
- مقارن شدن با ایام کرونا و برگزاری دوره‌می مجازی
- همچنین در این نشست تعدادی از اعضای هیئت داور و استادان برجسته ارتباطات و رسانه کشور، حضرداشته و به ارزیابی و بحث و گفتگو درباره ارائه‌های انجام‌شده در دو حوزه تجربیات و ایده‌ها پرداختند.

پیشتر و در پی فراخوان منتشرشده از سوی دبیرخانه نشست، بیشتر از ۵۰ نفر از فعالان سواد رسانه‌ای برای ارائه در دو حوزه تجربه و ایده ثبت نام کرده بودند که پس از بارگذاری فایل‌های مربوط به ارائه، ۲۱ اثر برای ارائه در جمع فعالان سواد رسانه‌ای کشور شایسته شناخته شدند. فهرست تجربیات و ایده‌های ارائه‌شده به شرح زیر است:

- ۱- ارائه تجربه: نهضت سواد رسانه‌ای انقلاب اسلامی (نسرا)
- ۲- ارائه تجربه: مجازیست
- ۳- ارائه تجربه: سواد رسانه‌ای در گستره کتاب
- ۴- ارائه تجربه: واکنش سریع در حوزه تولید محتوا
- ۵- ارائه تجربه: چالش‌های تدریس سواد رسانه در حوزه بین‌الملل
- ۶- ارائه تجربه: چی‌خوبه؟ وب‌سایت مرجع تحلیلی تربیتی انیمیشن‌ها
- ۷- ارائه تجربه: راه‌اندازی استارت آپ کانگورو
- ۸- ارائه تجربه: تجربه‌ای نو در برنامه‌سازی رادیو
- ۹- ارائه تجربه: تجربه تولید اپلیکیشن سبزک و فیروز
- ۱۰- ارائه تجربه: کابینا (کانون بچه‌های نواندیش)
- ۱۱- ارائه تجربه: تولید برنامه تلویزیونی تارگرد



- ۱۲- ارائه تجربه : دستاوردهای موسسه فرهنگی خواجه‌نصیرالدین طوسی و راه‌اندازی اپلیکیشن کهکشان
 - ۱۳- ارائه تجربه : دستاوردهای مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی
 - ۱۴- ارائه تجربه : تجربه بیان دستاوردهای انجمن سواد رسانه‌ای
 - ۱۵- ارائه تجربه : تجربه بیان دستاوردهای انجمن سواد رسانه‌ای طلاب
 - ۱۶- ارائه ایده : ساخت انیمیشن‌های بومی برای کودکان
 - ۱۷- ارائه ایده: ایده فلسفه ورزشی با انیمیشن‌ها
 - ۱۸- ارائه ایده : ایده تأسیس کلینیک تخصصی ترک اعتیاد اینترنتی
 - ۱۹- ارائه ایده : ایده ارتقای نقش خانواده در مدیریت مصرف رسانه‌ای
 - ۲۰- ارائه ایده: ساخت "آگهی خدمات عمومی" تجربه‌ای نو در انتقال مفاهیم سواد رسانه‌ای
- بررسی آثار رسیده نشان می‌دهد که طی پنج سال اخیر دستاوردهای چشمگیری در حوزه سواد رسانه‌ای در کشور به‌دست‌آمده است که ازجمله می‌توان به این موارد اشاره کرد: تولید و انتشار ۱۳۰ جلد کتاب، تولید و پخش ۲۰۴ ساعت برنامه رادیویی و تلویزیونی، تربیت ۱۰۰۰ مربی سواد رسانه‌ای، شرکت ۲۵۰ هزار نفر از مردم در دوره‌های تخصصی آموزش سواد رسانه‌ای، راه‌اندازی چندین استارت آپ و اپلیکیشن و پایگاه خبری و تحلیلی تخصصی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی و فضای مجازی.



جمهوری اسلامی ایران

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی



مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی

www.saramad.ir
www.farhang.gov.ir