



گزارش فعالیت های مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال برای

راهبری عملیاتی تولید و نشر محتوای مقابله با کرونا

دوره اسفند ۱۳۹۸ و فروردین ۱۳۹۹

فهرست

چکیده مدیریتی	۲
مقدمه	۵
۱. تشکیل مخزن محتوای مقابله با کرونا	۶
۱-۱. معرفی مخزن	۶
۱-۲. مهم‌ترین تیمهای تولید و نشر حاضر در مخزن محتوا	۷
۱-۲-۱. تیم‌های تولید	۷
۱-۲-۲. تیم‌های نشر	۷
۱-۳. فعالیتهای مراکز فرهنگی دیجیتال استانی	۸
۲. تولید محتوا با موضوع سواد رسانه‌ای و کرونا	۹
۳. رصد محتوا	۱۰
۳-۱. اعضای تیم رصد	۱۰
۳-۲. بسترهای تحت رصد	۱۰
۳-۳. فراوانی محتواهای رصد شده	۱۰
۴. گزارش آماری محتواهای بارگذاری شده در مخزن	۱۱
۵. گزارش انتشار	۱۱
۵-۱. مسیرهای انتشار در سطح ملی	۱۱
۵-۲. آمار بازدید محتواهای بازنشری از طریق مخزن	۱۲
۶. آماده سازی پیامک‌های سواد رسانه‌ای	۱۶
۷. پویش «زندگی از نو»	۱۶
(۷,۱) ضرورت و شیوه اجرای پویش	۱۶
(۷,۲) گزارش آماری	۱۷
(۷,۳) گزارش تفصیلی و تشریحی	۱۸

چکیده مدیریتی

گزارش حاضر، با هدف معرفی مجموعه فعالیت‌های مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای راهبری عملیاتی تولید و نشر محتوا در فضای مجازی در ایام شیوع کرونا، تهیه و ارائه می‌شود.

الف) تنوع فعالیتی برای راهبری تولید و نشر محتوا



شبکه سازی فعالان تولید و نشر: ایجاد شبکه هم افزایی میان تولید کنندگان و انتشار دهندگان محتوا تحت عنوان «مخزن محتوای مقابله با کرونا»



رصد محتوا: رصد محتوای تولید شده در کشور با موضوع کرونا در بسترهای مختلف مانند سایتها، اینستاگرام، توئیتر و ...



تولید محتوا: تولید محتوای سریالی با موضوع سواد رسانه، هماهنگی با مجتمع های فرهنگی دیجیتال استان ها و تولیدکنندگان برتر برای تولید محتوا بر اساس سیاست های ستاد ملی مقابله با کرونا



نشر محتوا: هماهنگی و رایزنی برای انتشار محتوای برگزیده مخزن محتوا، تولیدات دبیرخانه کمیته اطلاع رسانی ستاد ملی، و تولیدات اعضای مخزن در بسترهای انتشار داخلی و خارجی وب فارسی



پویش: راه اندازی پویش #زندگی_از_نو» با موضوع به اشتراک گذاری آثار مرتبط با سبک زندگی کرونایی توسط مردم

ب) اهم گزاره‌های آماری

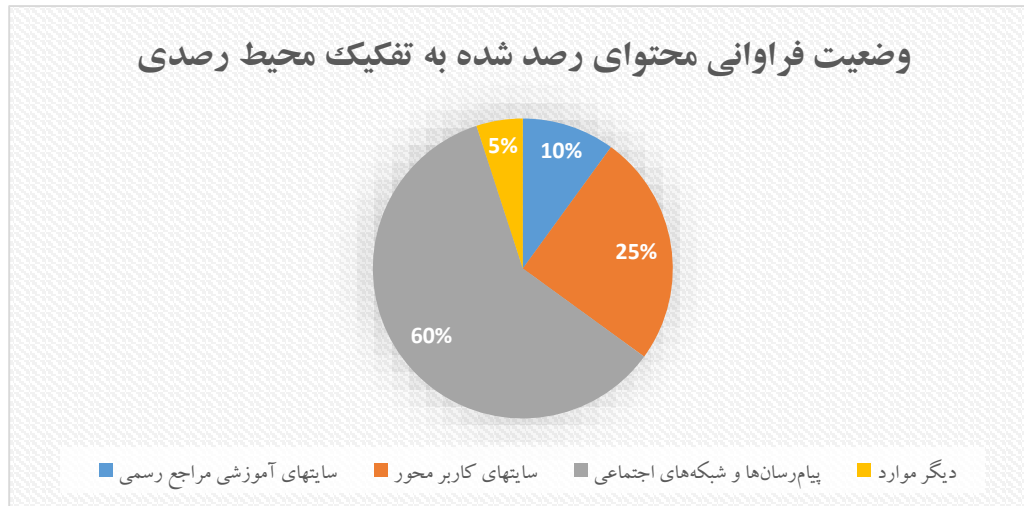
در ادامه، اهم آمارهای فعالیتی در هر یک از محورهای فوق مرور می‌شود:

ب/۱) توصیف آماری مخزن تولید محتوای مقابله با کرونا

موضوع	وضعیت
تاریخ فعالسازی	۱۳ اسفندماه ۱۳۹۸
تعداد اعضا (تا تاریخ تهیه گزارش)	۱۸۰ عضو (تولید کنندگان محتوا، ناشران و نمایندگان موسسات و مراکز فعال در فضای مجازی)
متوسط تعداد محتوای تولیدی و بازنشری بارگذاری شده	۹۱ محتوا در روز
محیط فعالیت	پیام رسان واتساپ

ب/۲) رصد محتوا

- کل محتوای رصد شده توسط تیم رصد مرکز: ۱۶,۸۵۲



ب/۳) فراوانی محتواهای تولیدی و بازنشری بارگذاری شده در مخزن (تا تاریخ ۲۰ فروردین)

تولیدات روابط عمومی وزارت‌خانه: ۵۸	تولیدات مجتمع‌های استانی: ۲۷۹	محتواهای تولید شده توسط اعضا: ۱۸۱
محتواهای بازنشری اعضا: ۱۷۰۰	محتواهای بازنشری تیم رصد مرکز: ۳۳۷۹	تولیدات مرکز رسانه‌های دیجیتال: ۴۵
محتواهای منتشر شده در مخزن: ۵۶۴۲	مجموع محتواهای بازنشری: ۵۰۷۹	مجموع محتواهای تولیدی: ۵۶۳

ب/۴) وضعیت انتشار و بازدید محتواهای بارگذاری شده در مخزن محتوا^۱

وضعیت بازدید	مسیرهای انتشار در سطح ملی
<ul style="list-style-type: none"> • بسترهای نشر ملی: ۱۹.۸۳۹.۶۰۲ • بسترهای نشر استانی: ۷.۶۱۴.۵۴۴ • جمع باز دیده‌ها: ۲۷.۴۵۴.۱۴۶ 	<ul style="list-style-type: none"> • شبکه های اجتماعی با مشارکت پلتفرمهای آخرین خبر، خبر فوری، روبیکا و بنگاه تبلیغاتی و اطلاع رسانی فست کلیک • بسترهای نشر محتواهای ویدئویی شامل آپارات و نماشا • سایت ویژه anticorona.farhang.gov.ir • بسترهای نشر استانی با مشارکت مجتمع های فرهنگی دیجیتال استانی

ب/۵) وضعیت اجرای پویش «زندگی از نو» (تولید و نشر محتوای مردمی)

موضوع	وضعیت
تاریخ اجرا	از ۲۹ اسفند تا ۲۱ فروردین
حامی مالی	صندوق اعتباری هنر
رسانه های همکار	رسانه های مشارکت کننده: آخرین خبر، آپارات، خبر فوری و روبیکا حامی رسانه‌ای پویش: رادیو گفت‌وگو، شبکه سلامت سیما
تعداد آثار دریافتی از مردم	۷۷۴۳ اثر
تعداد برگزیدگان (تا زمان تدوین گزارش)	۷۴ اثر
جوایز	روزانه ۵ جایزه یک میلیون تومانی

^۱ آمار انتشار تنها مربوط به بازانتشار محتوای مخزن محتوا در تلگرام، اینستاگرام، آپارات و نماشا است و آمار مربوط به بازدید محتواهای مخزن در واتس‌آپ، چارخونه و سایر بسترهای نشر محاسبه نشده است.

مقدمه

شیوع ویروس کرونا در اواخر بهمن ماه سال جاری در ایران و سایر کشورهای جهان را شاید بتوان به عنوان یکی از مهمترین ابتلائات جهانی در قرون گذشته ذکر کرد. در این میان پزشکان و پرستاران، خط مقدم جبهه خدمات‌رسانی به بیماران بوده و در عین حال نقش رسانه‌های جمعی و نوین برای آگاهی‌بخشی عمومی، اطلاع‌رسانی صحیح و سریع به مردم، آموزش، فرهنگ‌سازی و ارتقای سواد سلامت جامعه، نقشی محوری است. با توجه به اقبال و استقبال عموم مردم از محتواهای چند رسانه‌ای در فضای مجازی و تغییر ذائقه جامعه از گرایش به اخبار و گزارش‌های متنی به سوی محتواهای صوتی و تصویری، مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال به عنوان پیشران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در فضای مجازی، از روزهای آغازین شیوع کرونا در کشور، بر آن شد نقشی هر چند اندک در این عرصه داشته باشد. بر همین اساس این مرکز چند برنامه‌ی اصلی را در دستور کار خود قرار داد:

۱. ایجاد شبکه‌ای برای هم‌افزایی میان تولیدکنندگان و انتشار دهندگان محتوا تحت عنوان «مخزن محتوای مقابله با کرونا»
 ۲. هماهنگی با مجتمع‌های فرهنگی دیجیتال استان‌ها برای تولید محتوا بر اساس سیاست‌های کمیته اطلاع‌رسانی ستاد ملی مبارزه با کرونا
 ۳. تولید محتوای سریالی با موضوع ضرورت بهره‌مندی از سواد رسانه برای مواجهه فعالانه با اخبار و اطلاعات مرتبط با کرونا
 ۴. رصد محتوای تولید شده در کشور با موضوع کرونا و انتشار منتخبی از محتواهای تولید شده در فضای مجازی در مخزن محتوای مقابله با کرونا
 ۵. انتشار روزانه ۵ محتوای برگزیده مخزن محتوا، تولیدات کمیته اطلاع‌رسانی ستاد ملی مبارزه با کرونا و تولیدات مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال در بسترهای انتشار داخلی و خارجی وب فارسی
 ۶. راه اندازی پویش «زندگی از نو» با موضوع به‌اشتراک‌گذاری آثار مرتبط با سبک زندگی کرونایی در خانه و هماهنگی با شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی برای معرفی پویش و پیوستن به آن
 ۷. رایزنی با پلتفرم‌های محتوا و خدمات فرهنگی (اعم از پلتفرم‌های کتاب دیجیتال، صوت و تصویر و آموزشی برای پیوستن به پویش ارائه تخفیفات عرضه خدمات به مردم در ایام در خانه مانی.
- برای اجرای برنامه‌های مذکور، یک اتاق عملیات با عضویت اشخاص زیر تشکیل شد:
- دکتر محمد رضا بهمنی: رئیس اتاق
حسین ابطحی: مسئول گروه تولید محتوا
دکتر مصطفی اشرف: کارشناس اتاق
دکتر محمد صادق افراسیابی: مسئول برنامه ریزی و نظارت

فرخنده امینیان: مسئول هماهنگی با مراکز فرهنگی دیجیتال استانی
سعید پورابوالقاسم: کارشناس اتاق
دکتر محمد رحمتی: مسئول تیم رصد
مجید شفیعی: مسئول اجرای پویش
دکتر حمید ضیایی پرور: مسئول تولیدات سواد رسانه ای و کرونا
احسان طاهری: کارشناس اتاق
امیرقاسم عمادی: مسئول هماهنگی و پیگیری
ابوالفضل قناعت پیشه: مسئول هماهنگی با پلتفرم‌ها
خانم کشتکاران: کارشناس اتاق
جواد موحد: کارشناس اتاق
دکتر مهدی مولایی: کارشناس اتاق
حسین نادرخانی: کارشناس اتاق
این گزارش، مروری اجمالی بر چگونگی و آثار و نتایج هر یک از برنامه‌های فوق، در دوره‌ی ۵۰ روزه‌ی اسفند ۹۸ تا ۲۰ فروردین ۹۹ خواهد داشت.

۱. تشکیل مخزن محتوای مقابله با کرونا

۱-۱. معرفی مخزن

گروه مخزن محتوای مقابله با کرونا از تاریخ ۱۳ اسفندماه ۱۳۹۸ در پیام‌رسان واتس‌آپ آغاز به کار نمود. هدف از ایجاد این گروه شبکه‌سازی و هم‌افزایی میان تولیدکنندگان و انتشاردهندگان محتوای مقابله با کرونا بود. این مخزن در حال حاضر ۱۸۶ عضو دارد که ترکیب اعضای آن به شرح زیر است:

۱. تولیدکنندگان محتوا در فضای مجازی
 ۲. انتشاردهندگان محتوا در بسترهای فضای مجازی
 ۳. سیاستگذاران فرهنگی و رسانه‌ای کشور
 ۴. مدیران فرهنگی و رسانه‌ای کشور
 ۵. نخبگان فرهنگی و رسانه‌ای کشور
- برنامه‌ فعالیت گروه «مخزن محتوای مقابله با کرونا» به شرح زیر اعلام و پیگیری شد :

برنام‌ری کرده «مخزن محتوای مقابله با کرونا»

صیما از بر فعالان تولید و نشر محتوا و فضای مجازی که در این روزهای حساس مقابله با کرونا، صادقانه و جهادی خدمت می‌کنند، پاسکواریم.

۱. دستورکار گروه، صرفاً به اشتراک‌گذاری محتوای تولید شده در موضوعات؛ (الف) آموزش پیوسته انگیزشی از کرونا، (ب) سواد رسانه‌ای و (ج) شبکه‌های زندگی گروه‌بندی می‌باشد.

۲. اعضای گروه، تولیدات اختصاصی خودشان را مستقیم بدون محدودیت در گروه بارگذاری می‌نمایند.

۳. برای ارسال محتوای باز نشری، کیفیت، نگارگری بودن و حرفه‌ای بودن مد نظر است و هر عضو می‌تواند حداکثر روزانه ۵ محتوای باز نشری را در گروه به اشتراک بگذارد.

۴. ارسال محتوای تولیدی و باز نشری در گروه، حتماً همراه یک توضیح شامل موضوع و مرجع تولید یا اشتراک است.

۵. اعتبار محتوایی که ایست آموزشی دارند، منوط به ارجاع متن آموزش به یکی از مراجع مورد تایید وزارت بهداشت و درمان است.

۶. اعتبار محتوایی که در آن به افراد توین یا تعریف شده یا اصول اخلاقی و ارزش‌های دینی رعایت نشده باشد مجاز نیست.

۷. تیم رصد محتوا و نیز تیم‌های تولیدی مرکز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز روزانه دو تا سه نوبت محتوای رصدی یا تولیدی را در گروه بارگذاری خواهند کرد که اعضای گروه در انتشار ویژه این محتواها اهتمام جدی‌تری دارند.

۱-۲. مهم‌ترین تیم‌های تولید و نشر حاضر در مخزن محتوا

مهم‌ترین و موثرترین تیم‌های تولید و نشر حاضر در مخزن محتوا به شرح زیر هستند:

۱-۲-۱. تیم‌های تولید

مدیران مجتمع‌های فرهنگی دیجیتال استان‌ها، موسسات فرهنگی دیجیتال تولیدکننده محتوا، موسسات و نهادهای فرهنگی و رسانه‌ای فعال در عرصه تولید محتوا، برخی دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌های فعال در عرصه تولید محتوای مرتبط با کرونا، مدیران برخی رسانه‌های فعال در حوزه تولید محتوای صوت و تصویر مرتبط با کرونا و ... مهم‌ترین تیم‌های تولید حاضر در مخزن محتوا هستند.

۱-۲-۲. تیم‌های نشر

مدیران اپلیکیشن‌های و رسانه‌های برخط پر مخاطب مهم‌ترین و موثرترین انتشار دهندگان محتوای مخزن محتوا هستند. علاوه بر این حضور برخی مدیران خبرگزاری‌ها، رسانه‌های نوین، شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی باعث شده است تا محتوای مخزن محتوا در رسانه‌های جمعی و نوین نیز مورد استفاده قرار گیرد. به عنوان نمونه تقریباً تمام شبکه‌های رادیویی از محتوای مخزن محتوا در رادیو نما استفاده کرده و شبکه تلویزیونی سلامت و VODهای دارای مجوز از سازمان صداوسیما نیز از این محتوا بهره گرفته‌اند. علاوه بر موارد مذکور آخرین خبر، خبر فوری، چارخونه، آپارات، تماشا، نماشا و صفحات پر مخاطب اینستاگرام و کانال‌های پر مخاطب تلگرام از جمله رسانه‌هایی هستند که به شکل مناسبی محتوای مخزن را نشر داده و در اختیار کاربران فضای مجازی قرار داده‌اند. هر چند انتشار محتوای مخزن در رسانه‌های آپارات و نماشا توسط کانال مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال

صورت پذیرفته، است اما مدیران این دو رسانه در داغ کردن محتوای کانال مرکز در صفحه اول رسانه‌های خود همکاری ویژه ای داشته‌اند.

۱-۳. فعالیتهای مراکز فرهنگی دیجیتال استانی

مجموعه‌های فرهنگی دیجیتال شبکه ملی فرهنگ در تولید و انتشار محتوای مرتبط با کرونا نقش و سهم جدی ایفا نموده‌اند.

در جدول زیر عملکرد مجتمع‌ها و مراکز فرهنگی دیجیتال شبکه ملی فرهنگ در تولید و انتشار محتوای مرتبط با کرونا قابل مشاهده است:

ردیف	نام استان	نام مرکز فرهنگی دیجیتال	مجموع تعداد تولیدات	مجموع تعداد محتواهای منتشر شده در بسترهای نشر	مجموع تعداد مشاهده محتواهای منتشر شده
۱	تهران	مجتمع نور	۷۵	۳۱۸۳	۶.۳۲۰.۵۵۴
۲	مرکزی	امام خمینی(ره)	۱	۳۰	۲۴.۰۰۰
۳	اصفهان	استاد فرشچیان	۳	۳	مشخص نیست
۴	هرمزگان	خلیج فارس	۵	۵	مشخص نیست
۵	مازندران	امام خمینی (ره)	۷	۵۰	۴۵.۰۰۰
۶	لرستان	فجر	۶	۳۵	۴۹۶.۳۵۲
۷	چهارمحال و بختیاری	رسانه یگانه مهر انقلاب	۷۵	۷۵	مشخص نیست
۸	گیلان	خاتم الانبیا	۱۸	۶۰	۳۲.۴۰۰
۹	فارس	فاقد مجتمع استانی	-	۱۴۴	۳۴.۶۹۰
۱۰	خراسان جنوبی	فاقد مجتمع استانی	-	۳۲۹	۷.۵۸۰
۱۱	سمنان	کومش	۳۸	۱۰۰	۱۶۰,۰۰۰
۱۲	آذربایجان شرقی	الف	-	۵	۱۷۵,۰۰۰
۱۳	ایلام	فاقد مجتمع استانی	-	۷۷	۲۲۴,۴۸۳
۱۴	سیستان و بلوچستان	نخل و آفتاب	-	۵	۴,۰۰۰
۱۵	کرمان	برهان	-	۱۳۵	۱۱,۰۶۵
۱۶	بوشهر	بیش گستر سیراف	-	۳	۲,۰۰۰
۱۷	جنوب کرمان	آرمین	-	۴۳	۸۵,۰۰۰
۱۸	کرمانشاه	گلاتکسان زاگراس	۱	۱	مشخص نیست

۷.۶۱۴.۵۴۴

مجموع بازدیدها

۲. تولید محتوا با موضوع سواد رسانه‌ای و کرونا

به منظور انتقال مفاهیم کلیدی مرتبط با اخبار و رویدادهای رسانه‌ای و مصرف بهینه محتوای رسانه‌ای توسط مردم و بالابردن سطح سواد و قدرت تجزیه و تحلیل مردم در حوزه رسانه‌ها، ۲۰ محور اساسی مرتبط با سواد رسانه‌ای طراحی شده و متناسب با هر محور، چندین استاد و متخصص ارتباطات و رسانه شناسایی شدند. در مجموع ۶۰ استاد و ۲۰ محور تعیین شده و طی نامه‌ای رسمی از استادان مذکور دعوت به عمل آمد تا با تهیه

ویدئوهای کوتاه از خود، پیام‌های مورد نظر را ضبط کنند. همچنین امکانات استودیوی مرکز در اختیار اساتیدی که تمایل به حضور در استودیو داشتند قرار داده شد. پس از ارسال ویدئو یا ضبط برنامه در استودیو، برنامه‌های مذکور تدوین شده و با هشتگ # تب_کرونا_لرزه_رسانه در صفحات اکثر شبکه‌های اجتماعی پرمخاطب منتشر شد. تا کنون ۲۰ نفر از اساتید در این خصوص با مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال همکاری کرده‌اند که ۱۵ ویدئو از اساتید مذکور در آپارات، نماشا، خبر فوری، آخرین خبر، چارخونه و کانال‌های پرمخاطب تلگرام و صفحات اینستاگرام منتشر شده است. ویدئوهای مذکور تا کنون بیشتر از ۳ میلیون بار دیده شده است. همچنین به موازات این فعالیت، فعالیت دیگری با همکاری دبیرخانه دائمی همایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی انجام شد. با ارسال گفت‌وگوهایی برای اعضای شورای علمی همایش از ایشان درخواست شد که در خصوص اخبار و اطلاعات مرتبط با کرونا از منظر سواد رسانه‌ای مباحث مد نظر خود را ارائه کنند که مباحث مطرح شده توسط اساتید مذکور در قالب گفت‌وگو در اختیار خبرگزاری‌های کشور قرار گرفت و خبرگزاری‌های ایرنا، حوزه، فارس، ایسنا، مهر، ایلنا، ایکن، آریا، موج، پانا، شفقنا و ... نسبت به انتشار مصاحبه‌های مذکور اقدام کردند. همزمان با انتشار این گفت‌وگوها، مهمترین پاراگراف گفت‌وگو در قالب عکس-خبر (فتونیوز) و برخی محتواها در قالب اینفوگرافی در کانال‌های پرمخاطب تلگرام و صفحات اینستاگرام منتشر شد که غنای محتوایی فتونیوزها و اینفوگرافی‌های مذکور باعث شد تا کانال اطلاع‌رسانی وزارت بهداشت نیز از اکثر فتونیوزها و اینفوگرافی‌های مذکور استفاده نماید.

۳. رصد محتوا

۳-۱. اعضای تیم رصد

آقایان دکتر رحمتی، دهقان، اسلامی پور، طاهری، ستوده

۳-۲. بسترهای تحت رصد

سایت‌های رسمی ارائه محتواهای آموزشی اعم از (سایت وزارت بهداشت و سایت‌های، دانشکده‌های علوم پزشکی و ...) در حوزه بیماری کرونا و سایت‌های کاربر محور (UGC) اعم از (آپارات، دیدستان، نماشا و...) - بسترهای مختلف پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی اعم از ایتا، سروش، توییتر، اینستاگرام، تلگرام و ...

۳-۳. فراوانی محتواهای رصد شده

ردیف	بستر	فراوانی
۱	سایت‌های آموزشی مراجع رسمی	۱۰٪
۲	سایت‌های کاربر محور اعم از (آپارات، دیدستان، نماشا و ...)	۲۵٪
۳	پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی	۶۰٪
جمع کل محتواهای رصد شده		۱۶۸۵۲

۴. گزارش آماری محتواهای بارگذاری شده در مخزن

(۱) محتواهای تولید شده توسط اعضای حاضر: ۱۸۱ محتوا

(۲) موثرترین تولیدات: جمعا ۱۵۰ محتوا

(۳) تولیدات استانی: ۲۷۹ محتوا

(۴) تولیدات روابط عمومی وزارتخانه: ۵۸ محتوا

(۵) تولیدات مرکز رسانه ها: ۴۵ محتوا

(۶) محتواهای بازنشری اعضا: ۱۷۰۰ محتوا

(۷) محتواهای بازنشری تیم رصد: ۳۳۷۹ محتوا

(۸) مجموع محتوای منتشر شده در مخزن محتوا: ۵۶۴۲ محتوا

۹) مجموع بازدیدهای محتواهای مربوط به مخزن: ۲۷,۴۵۴,۱۴۶ بازدید که گزارش انتشار محتواها به

شکل ملی در ادامه ارائه خواهد شد.

۵. گزارش انتشار

۵-۱. مسیرهای انتشار در سطح ملی

انتشار محتوای تولید شده نیز در مسیرهای زیر انجام در حال انجام است:

۱. شبکه های اجتماعی با مشارکت آخرین خبر، خبر فوری، روییکا و بنگاه تبلیغاتی و اطلاع رسانی
فست کلیک

۲. بسترهای نشر محتوای ویدئویی شامل آپارات و نماشا

۳. صفحه آنتی کرونا در سایت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به آدرس
www.anticorona.farhang.gov.ir

۴. بسترهای نشر استانی با مشارکت مجتمع های فرهنگی دیجیتال استانی

از ابتدای آغاز به کار مخزن محتوا تا تاریخ ۱۳۹۹/۰۱/۲۰ در مجموع ۲۷,۴۵۴,۱۴۶ بازدید از محتواهای

انتشار یافته در مخزن محتوا با موضوع پیشگیری از شیوع بیماری کرونا صورت پذیرفته است که سهم بازدید از

بسترهای نشر ملی ۱۹,۸۳۹,۶۰۲ بازدید و سهم بازدید از بسترهای نشر استانی ۷,۶۱۴,۵۴۴ بازدید است. البته

این میزان بازدید نیز در حال افزایش است.

۵-۲. آمار بازدید محتواهای بازنشری از طریق مخزن

جدول شماره ۱- مجموع بازدیدهای صورت گرفته از محتواهای تولید شده در روابط عمومی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

ردیف	عنوان محتواهای انتشار یافته	مجموع بازدیدها (نفر)	وضعیت	نوع رسانه
۱	سخنان وزیر محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی در خصوص کاهش سفرها	۵۷۱،۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۲	مراقب پیام های ویروسی باشیم	۱۵۰،۱۲۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۳	عبور از کرونا با همدلی و همراهی	۱۲۰،۸۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۴	دیدگاه پانته‌آ سیروس (بازیگر)	۵۷۳،۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۵	دیدگاه حبیب احمدزاد (نویسنده و مستندساز)	۲۵،۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۶	دیدگاه عبدالجبار کاکایی (شاعر)	۳۱۲،۲۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۷	دیدگاه رضا میرکریمی (کارگردان فیلم یه حبه قند)	۳۰۰،۸۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۸	موزیک ویدئوی هنرمندان بوشهری	۲۱۷،۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۹	ویدئوی دکتر هادی خانکی	۲۷۰،۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۰	دیدگاه عبدالله جوان	۲۲۸،۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۱	دیدگاه سید علی میرفتاح	۲۳۱،۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۲	گروه موسیقی اصفهانی	۲۷۶،۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۳	دعوت خواننده کرمانج	۲۵۲،۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۴	دیدگاه محمد جعفر یاحقی	۲۰،۱۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۵	دیدگاه دکتر منوچهر فراستخواه	۳۰۶،۹۲۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۶	دیدگاه مهرنوش هدایتی	۲۰،۱۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۷	دیدگاه علیرضا مولایی توانی	۲۰،۹۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۸	دیدگاه سید جواد میری	۲،۴۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۹	دیدگاه دکتر علی منتظری	۱،۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۲۱	دیدگاه رضا صادقی	۲۶۴،۳۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
	جمع	۴،۱۰۷،۸۳۰		

جدول شماره ۲- مجموع بازدیدهای صورت گرفته از محتواهای تولید شده در مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال

ردیف	عنوان محتواهای انتشار یافته	مجموع بازدیدها (نفر)	وضعیت	نوع رسانه
۱	کمک به کودکان با غلبه بر اضطراب	۱۳۵,۵۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۲	پیام نخست آیت الله جوادی آملی (بازتولیدی)	۱۴,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۳	پیام دوم آیت الله جوادی آملی (بازتولیدی)	۷,۴۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۴	ویدئوی خانم دکتر لیلا وصالی	۲۶۳,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۵	دیدگاه دکتر سمیرا اسماعیلی	۲۵۰,۱۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۶	دیدگاه دکتر فاطمه راکعی	۵۰۰,۳۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۷	دیدگاه دکتر مریم سلیمی	۱۸,۹۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۸	دیدگاه دکتر اعتماد سعید	۴,۵۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۹	دیدگاه دکتر سپنجی	۷,۶۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۰	دیدگاه دکتر ضیایی پرور	۲۴۲,۲۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۱	دیدگاه دکتر افراسیابی	۲,۱۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۲	دیدگاه دکتر میرقاسمی	۱,۷۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۳	دیدگاه سجاد کرمی نامیوندی	۲,۳۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۴	ضرورت تامل در خصوص اخبار کرونایی	۱۴,۹۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۵	خطر غرق شدن در انبوه اخبار کرونایی	۳,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۶	دیدگاه دکتر بختیاری	۳,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۷	قربانیان وحشت از نام کرونا	۳,۲۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۸	اخبار منفی کرونا را به حریم خانه راه ندهیم	۴,۲۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۹	اخبار جعلی کرونا، استرس‌زا هستند	۳,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۲۰	باورهای غلط و افکار منفی کرونایی خطرناک‌تر از ویروس کرونا هستند	۳,۱۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۲۱	توصیه‌های رسانه‌ای برای ایام خانه‌نشینی کرونایی	۵,۶۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۲۲	در زنجیره اخبار جعلی مشارکت نکنیم	۴,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
	جمع	۱,۴۹۳,۶۰۰		

جدول شماره ۳- مجموع بازدیدهای صورت گرفته از محتواهای گردآوری شده در مخزن محتوای مبارزه با کرونا

ردیف	عنوان محتواهای انتشار یافته	مجموع بازدیدها (نفر)	وضعیت	نوع رسانه
۱	آرامش را به یکدیگر هدیه دهیم	۴۲۰,۸۱۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۲	ما کرونا را شکست می دهیم	۱,۵۷۹	در حال اجرا	سایت ها
۳	توصیه های فاضل جمشیدی (خواننده)	۲۷,۴۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۴	دیدگاه حسام الدین سراج	۱۱,۵۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۵	دفترچه بازی در منزل	۲۲۷,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۶	سلبریتی ها هم کرونایی می شوند	۵۰۰,۱۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۷	اینفوگرافی احتمال ابتلا به کرونا	۷۵,۸۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۸	ویدیو کبریت (قطع زنجیره انتقال)	۴۴,۵۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۹	ویدیو سامانه تشخیص بیماری کرونا	۱۸۱,۵۲۴	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۰	پمپ بنزین کانون انتشار کرونا	۱۷۵,۴۳۳	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۱	نکاتی برای جلوگیری از انتشار ویروس در تاکسی	۲۳۰,۸۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۲	دفترچه بازی در منزل	۴۵۶,۵۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۳	آموزش ۳۰ بازی برای کودکان زیر شش سال	۲۴۹,۵۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۴	پیشنهادات رضا فیاضی	۱۶,۷۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۵	دیدگاه امیر مهدی ژوله	۱۵,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۶	توصیه های کرونایی هنرمندان	۱۱,۳۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۷	مشهد میزبان شما است اما امسال ...	۲۱۴,۲۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۸	آیا تب به تنهایی نشانه کرونا است؟	۲۴۳,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۱۹	اینفوگرافی سواد رسانه ای و کرونا	۹,۵۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۲۰	ضرورت تامل در خصوص اخبار کرونایی	۱۱,۳۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۲۱	بایدها و نبایدهای سوپرمارکت ها در روزهای کرونایی	۲۲۹,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۲۲	روزهای کرونایی و راهکارهای مدیریت استرس در خانواده	۲۱۹,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۲۳	غرق شدن در انبوه اخبار کرونا	۲,۹۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۲۴	از زندگی خود در قرنطینه خانگی ویدئو بفرستید و جایزه بگیرید	۲۲۸,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۲۵	پوستر هر روز ۵ جایزه بزرگ پویش «زندگی از نو»	۲۷۲,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۲۶	چگونه ذهنمان را از افکار ویروسی نجات دهیم، آمنه بختیاری	۳,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۲۷	چه اتفاقی می افتد که مردم میرن مسافرت اونم شمال	۲۶۰,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۲۸	چگونه شایعات کرونایی را از واقعیت تشخیص دهیم	۲۵۵,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۲۹	پوستر تولید ماسک برای افراد کم بضاعت	۲۵۴,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی
۳۰	پوستر تولید ماسک برای همه اهالی روستا	۲۸۵,۰۰۰	در حال اجرا	شبکه های اجتماعی

شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	۲۶۹,۰۰۰	سخنان وزیر فرهنگ و ارشاد، نگرانی را جدی تر بگیریم	۳۱
شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	۲۸۶,۰۰۰	دوبله یک کارتون با چاشنی قرنطینه	۳۲
شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	۳,۲۰۰	قربانیان وحشت از نام کرونا	۳۳
شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	۴,۷۰۰	توییت وزیر فرهنگ و ارشاد هنرمندان ایران در کنار مدافعان سلامت	۳۴
شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	۳۴۸,۲۰۰	پروژه مدرن برای کشتن ایرانیان از زبان کارشناس سابق بی سی	۳۵
شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	۱۰,۹۰۰	مرور حال و هوای نوروزی در کاخ گلستان	۳۶
شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	۲۶۴,۰۰۰	در این روزهای سخت حواسمان به بچه ها باشد، رضا صادقی	۳۷
شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	۱۱,۴۰۰	توصیه های کرونایی هنرمندان	۳۸
شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	۲۳۳,۱۰۰	کتابی برای سرگرمی کودکان در قرنطینه خانگی	۳۹
شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	۲۲۹,۴۰۰	بایدها و نبایدهای سوپر مارکتها در روزهای کرونایی	۴۰
شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	۲۱۹,۷۰۰	روزهای کرونایی و راهکارهای مدیریت استرس در خانواده	۴۱
شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	۲۶۰,۵۰۰	چه اتفاقی می افتد که مردم پامی شن میرن مسافرت؟	۴۲
شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	۲۵۵,۸۰۰	چگونه شایعات کرونایی را از واقعیتها تشخیص بدهیم؟	۴۳
شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	۲۴۵,۷۰۰	تولید ماسک برای اهدا به افراد کم برخوردار	۴۴
شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	۲۸۰,۵۰۰	تولید ماسک همه اهالی روستا توسط یک خانواده	۴۵
شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	۲۸۶,۶۰۰	دوبله خانگی یک کارتون با چاشنی قرنطینه	۴۶
شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	۲,۸۰۰	چند قرار نوروزی با خودمان	۴۷
شبکه های اجتماعی	در حال اجرا	بالغ بر ۱ میلیون بازدید	مابقی محتوای منتخب مخزن محتوا (۱۰۳ محتوا) در رسانه های چارخونه، آپارات، نماشا و سایت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به اشتراک گذاشته شده است	۴۸
		۹.۳۳۹.۱۴۶	جمع	

جدول شماره ۴- مجموع محتوای بارگذاری شده بر روی آپارات، نماشا و سامانه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

ردیف	نام بستر انتشار	تعداد محتوا بارگذاری شده	مجموع بازدیدها (نفر)	وضعیت
۱	آپارات	۱۹۶	۹۲.۲۴۳	در حال اجرا
۲	نماشا	۱۶۱	۲۶.۷۸۳	در حال اجرا
۳	چارخونه	۱۵۰	در حال اجرا
۳	سامانه وزارت فرهنگ (anticorona)	۱۱۲۳۲	در حال اجرا

توجه: این گزارش شامل موارد باز نشر محتواهای یاد شده نمی‌شود. و براساس برآوردهای انجام شده امکان افزایش باز دیده‌ها از ۵ تا ۲۰ درصد بیش از اعداد گزارش شده نیز وجود دارد.

در بخش انتشار محتواهای تولید شده در فضای مجازی بیش از ۵۰ رسانه مجازی مشارکتی فعال داشته‌اند که مهمترین و پر نفوذترین آن‌ها در ادامه آمده است.

جدول شماره ۵- پرنفوذترین رسانه‌های فعال در زمینه انتشار محتوا

نام رسانه	نوع انتشار
رسانه آخرین خبر	شبکه اجتماعی، سایت و اپلیکشن
رسانه خبر فوری	شبکه اجتماعی، سایت و اپلیکشن
رسانه روبیکا	شبکه اجتماعی، سایت و اپلیکشن
فست کلیک	شبکه اجتماعی، سایت
آپارات	بستر اشتراک ویدئو
نماشا	بستر اشتراک ویدئو
چارخونه	بستر اشتراک ویدئو

۶. آماده سازی پیام‌های سواد رسانه‌ای

با توجه به وسعت و دایره‌ی نفوذ و تاثیرگذاری پیامک در آگاه‌سازی عمومی، مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بر آن شد تا از ظرفیت ارسال پیامک انبوه به عموم مردم برای آموزش و آگاه‌سازی عمومی در خصوص مهارت‌های سواد رسانه‌ای برای نحوه‌ی مواجهه با اخبار و اطلاعات کرونا، استفاده نماید. بر همین اساس با مشورت اعضای کارگروه برنامه اقدام سواد رسانه‌ای این مرکز، ۲۸ پیام مرتبط با کرونا و سواد رسانه‌ای آماده شد و هماهنگی‌های لازم با اپراتورهای سه‌گانه به عمل آمد که علی‌رغم مساعدت ایرانسل و رایتل به دلیل عدم همکاری همراه اول برای اجرای این طرح، مرکز بر آن شد تا این طرح را بدون همکاری همراه اول اجرا نکند.

۷. پویش «زندگی از نو»

۷.۱) ضرورت و شیوه اجرای پویش

در روزهایی که ویروس کرونا همه را مشغول خود کرده است و تعطیلی مدارس، دانشگاه‌ها و تجمعات و حضور بیشتر در منزل، سبک جدیدی از زندگی را پیش روی ما قرار داده است، محتواها و اطلاعات نادرست یا ناراحت‌کننده در فضای مجازی، نگرانی و ناامیدی را در جامعه القا می‌نماید و آرامش، امنیت روانی و سلامت خانواده‌ها را تحت الشعاع قرار می‌دهد. برخی محتواها جو سهل‌اندیشی و سهل‌انگاری را دامن می‌زنند و برخی،

تجویزهایی غلط و غیر علمی ارائه می‌دهند. در چنین شرایطی ورود جدی عموم مردم به تولید محتوای مناسب و نشر آن در فضای مجازی بسیار راه‌گشاست. پویش تولید محتوای #زندگی_از_نو با هدف افزایش محتوای مقابله با کرونا در فضای مجازی با ویژگی‌های: ارتقا دهنده آگاهی‌ها در مورد پیشگیری، انگیزانندگی و امید بخشی، سرگرم‌کنندگی و نشاط آفرینی و ارتقادهنده مهربانی، همدلی و همبستگی ملی راه اندازی شده است و انتقال‌دهنده تجارب و پیشنهادات خلاقانه برای اتخاذ تدابیر پیشگیرانه، آموزش نحوه زندگی، بازی و سرگرمی‌های خانوادگی در ایام کرونایی، به‌ویژه در منزل است.

مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با حمایت صندوق اعتباری هنر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و با مشارکت ۴ رسانه آپارات، آخرین خبر، خبر فوری و روبیکا از ۲۹ اسفند پویش زندگی از نو را راه اندازی نمود. این پویش در فاز نخست تا ۱۵ فروردین به دریافت اثر پرداخت و روزانه آثار منتخب را شناسایی و معرفی نمود.

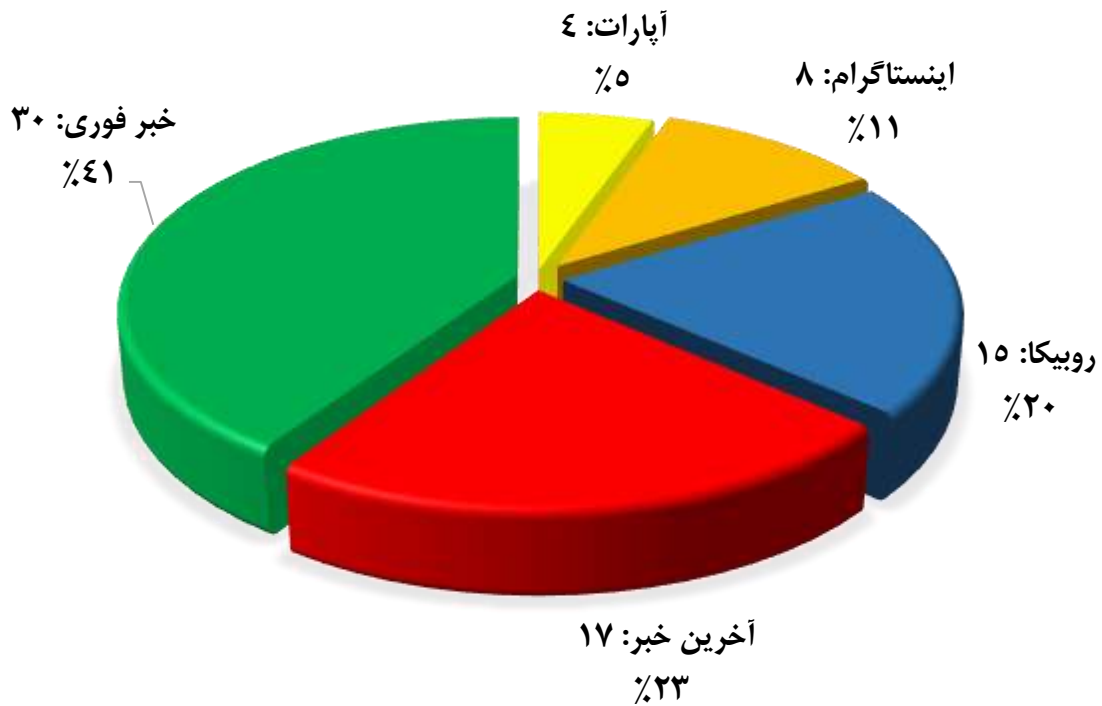
در فاز دوم با همکاری شبکه سلامت سیما، رادیو سلامت و رادیو گفت‌وگو، آثار دریافتی تا تاریخ ۲۱ فروردین ۱۳۹۹ مجدداً بازبینی خواهد شد و ۱۰ اثر منتخب معرفی و تقدیر می‌شوند.

تامین جوایز برگزیدگان و اهدای آن توسط صندوق اعتباری هنر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام شده و شبکه سلامت سیما و معاونت صدای سازمان صدا و سیما از ۸ فروردین ماه با محوریت رادیو گفت‌وگو و رادیو سلامت به عنوان حامیان رسانه‌ای پویش، نسبت به پخش تیزر تلویزیونی و تولید و پخش آنونس رادیویی و اطلاع‌رسانی پویش در شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی مختلف اقدام نموده‌اند.

۷،۲) گزارش آماری

توضیحات	فراوانی	شاخص گزارش
	۴,۷۸۰,۰۰۰	۱- تعداد دفعات بازدید تیزر و بنر پویش در بسترهای چهارگانه
	۷۷۴۳	۲- تعداد آثار ویدئویی و عکس ارسالی به پلتفرم‌های چهارگانه
	۲۱.۱۵۰	۳- تعداد کل متون، ویدئو و عکس ارسالی به پلت فرم‌های چهارگانه با هشتگ زندگی از نو
	۷۴	۴- تعداد برگزیدگان تا پایان ۱۵ فروردین
فرایند شناسایی برگزیدگان و احصاء مشخصات آنان زمانبر است	۳۲	۵- تعداد جوایز اهدا شده تا پایان ۱۵ فروردین
آخرین خبر، خبر فوری، آپارات، روبیکا، اینستاگرام، سایت پویش	۶	۶- تعداد بسترهای انتشار آثار منتخب

تعداد و نسبت برگزیدگان به تفکیک رسانه



۷,۳ گزارش تفصیلی و تشریحی

گستره و مخاطبان پوشش:

این پوشش به صورت ملی و با مشارکت عموم مردم انجام شد.

محورهای موضوعی:

- سبک زندگی کرونایی (اعم از پیشگیری و الگوهای رفتاری در شرایط کرونایی)
- بازی و سرگرمی در خانه

قالب های دریافتی آثار:

- ✓ فیلم (موشن گرافی، پویانمایی، فیلم کوتاه)
- ✓ عکس (عکس نوشته، عکس، اینفوگرافی)

روش های شرکت در پوشش:

- از طریق نشر محتوا در شبکه‌های اجتماعی و انتشار محتوا با هشتگ #زندگی_از_نو
- از طریق ارسال محتوا در رسانه‌های آخرین خبر، خبر فوری، روبیکا و آپارات
- از طریق تارنمای پویش به نشانی saramad.ir

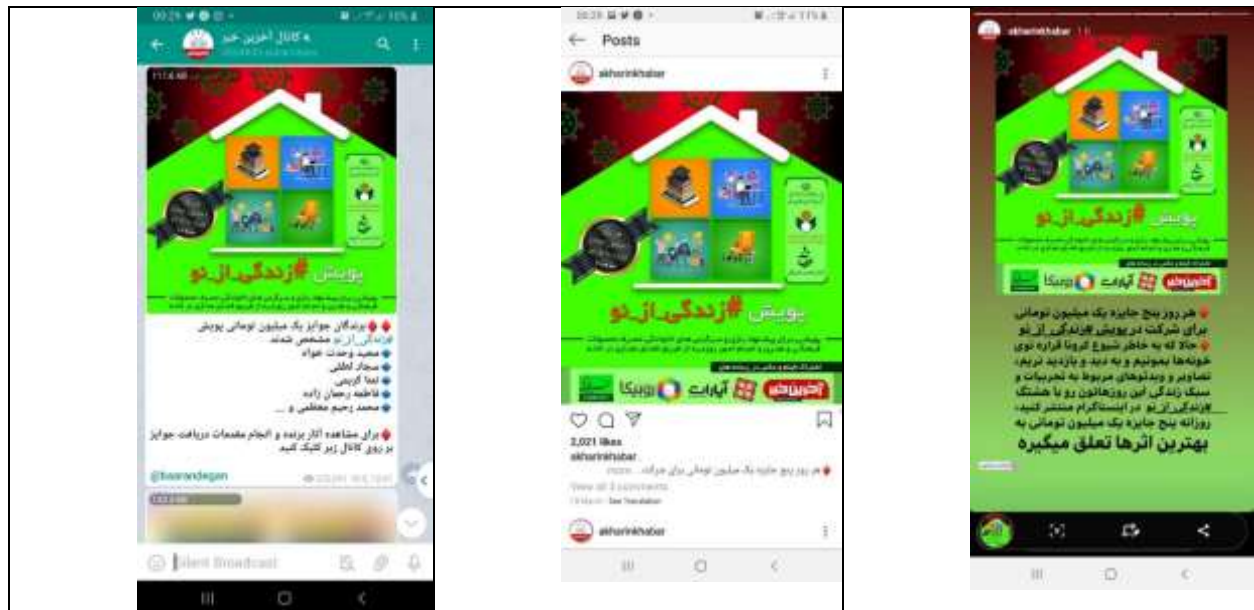
۷,۴ اقدامات رسانه‌های مشارکت‌کننده:

اقدامات آپارات

- دریافت اثر از طریق انتشار ویدئو در رسانه آپارات با تگ و هشتگ #زندگی_از_نو
- پروموت کردن هشتگ #زندگی_از_نو در آپارات
- داغ کردن و قراردادن محتوای برگزیده پویش در صفحه اصلی

اقدامات آخرین خبر

- ۶ مرتبه درج پوستر پویش در کانال‌ها و صفحات آخرین خبر و انتشار و اطلاع رسانی برخی از آثار با میانگین ۲۰۰ هزار بازدید
- پخش تیزر در کانال آخرین خبر
- دریافت آثار در بخش عکاسخونه اپ آخرین خبر و دریافت در کانال‌های آخرین خبر در پیام رسان‌ها با آیدی @ersalmardomibot



اقدامات خبر فوری

- درج ۹ مرتبه پوستر پوشش در کانال‌ها و صفحات خبر فوری با میانگین ۲۵۰ هزار بازدید
- پخش تیزر در کانال خبر فوری با ۲۵۰ هزار بازدید
- دریافت آثار در کانال‌های خبر فوری در پیام‌رسان‌ها با آیدی‌های @Ads_SRA, @Ertebat_ba_ma
- فراهم نمودن امکان دریافت آثار از طریق اپلیکیشن پارسا خبر



اقدامات روبیکا

- ایجاد کانال پوشش به نشانی https://rubika.ir/zendegi_azno با تعداد ۴۵۰۰ عضو
- ایجاد صفحه روبینوی پوشش
- تولید محتوا در راستای معرفی کمپین، ارسال محتوا در کانال و صفحه کمپین

انتشار ۹۰ پست از آثار برگزیده و نمونه در کانال پویش با بازدید متغیر ۲ تا ۱۱ هزار بار برای پست‌های ارسالی

- درج ۴ مرتبه پوستر پویش در کانال‌ها و صفحات پر بازدید با میانگین ۲۵۰ هزار بازدید

مرحله اول: ۴۰۰ هزار بازدید

مرحله دوم: ۱۴۰ هزار بازدید

مرحله سوم: ۱۵۰ هزار بازدید

مرحله چهارم: ۲۸۸ هزار بازدید



۷,۵ فرآیند داوری:

۱. دریافت روزانه آثار توسط هر رسانه مشارکت‌کننده
۲. انتخاب ۵ اثر از بین آثار دریافتی در روز قبل توسط هر رسانه
۳. بارگذاری ۵ اثر منتخب روز قبل در مخزن داوری
۴. انتخاب اصلی از بین آثار منتخب رسانه‌های مشارکت‌کننده در مخزن

ملاحظات و معیارهای داوری

۱. ارائه تجربیاتی که برای عموم قابل استفاده باشد

۲. مرتبط بودن با موضوعات پوشش که سبک زندگی کرونایی (اعم از پیشگیری و الگوهای رفتاری در شرایط کرونایی) و بازی و سرگرمی در خانه است
۳. استفاده از فاکتورهای طنز در تصویر
۴. بکر بودن و تصنعی نبودن محتوا
۵. دارا بودن عناصر زیباشناختی مانند فرم، صورت، حرکت، صدا، رنگ، علائم و نمادها، تزیین نور و ...
۶. ارزش قالب ارائه شده محتوا برای فضای مجازی به ترتیب اولویت: پویانمایی ۳ بعدی، پویانمایی ۲ بعدی، موشن گرافی، کلیپ، اینفوگرافی، ویدئوعکس، پوستر، عکس، عکس نوشته
۷. رعایت اصول نشر در فضای مجازی، حجم کم، کیفیت بالا و زمان زیر ۳ دقیقه
۸. مشارکتی بودن و ترویج کارهای گروهی در خانه
۹. رعایت شئون دینی و عرفی و توجه به شعائر انسانی و اسلامی
۱۰. خلاقانه بودن محتوا
۱۱. غیرتکراری بودن و منحصر بفرد بودن محتوا و قابل تعمیم و توصیه بودن برای همگان

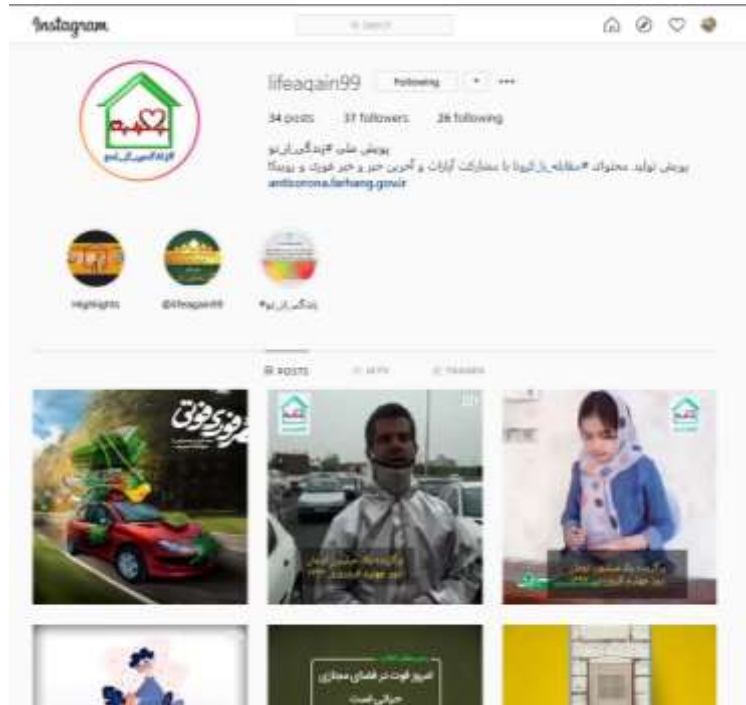
داوران پوشش:

۱. آقای مهندس محمد جواد شکوری مقدم مدیر و بنیان گذار آپارات و فیلمو
۲. دکتر مصطفی انتظاری هروی مدیر عامل خبر فوری
۳. آقای مهندس سلیمی سردبیر آخرین خبر
۴. خانم مهندس باقری معاون شرکت توسکا و نماینده روبیکا
۵. دکتر محمد صادق افراسیابی معاون مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال

۷,۶ نحوه انتشار محتواهای برگزیده:

برای انتشار محتواهای برگزیده علاوه بر ۴ رسانه مشارکت کننده از راههای زیر اقدام می شود:

- تارنمای رسمی پوشش به نشانی anticorona.farhang.gov.ir
- کانال اینستاگرام پوشش به نشانی @lifeagain99
- کانال مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال در آپارات
- کانال پوشش در روبیکا به نشانی https://rubika.ir/zendegi_azno



۷،۷) فهرست برگزیدگان پویش:

از ۲۹ اسفند ۱۳۹۸ تا ۱۵ فروردین ۱۳۹۹ مجموعاً ۷۴ اثر برگزیده به شرح زیر انتخاب شده اند.

تاریخ	عنوان	قالب	فرستنده	رسانه منتشر کننده
۲۹ اسفند	آواز در خانه	فیلم	آیدی رسانه	آخرین خبر
۲۹ اسفند	دعا در خانه	فیلم	مجید وحدت خواه	آخرین خبر
۲۹ اسفند	کنسول بازی	فیلم	سجاد لطفی خبیری	آخرین خبر
۱ فروردین	دکتر کوچولو	فیلم	تمنا کریمی	آخرین خبر
۱ فروردین	بازی توپ لیوان	فیلم	تیموری	آخرین خبر
۱ فروردین	ورزش باستانی در خانه	فیلم	سعید سلطانی	آخرین خبر
۲ فروردین	تولید ماسک رایگان	عکس	محمد رحیم معظمی	آخرین خبر
۲ فروردین	نقاشی روی سینی	عکس	تویی آرامشم عشقم	آخرین خبر
۲ فروردین	ورزش و سرگرمی در قرنطینه	فیلم	زکیه محمدزاده	خبر فوری
۳ فروردین	نان پزی در خانه	فیلم	لیلا دهقان حسامپور	خبر فوری
۳ فروردین	تئاتر عروسکی در خانه	فیلم	امین یعقوبی فر	خبر فوری
۳ فروردین	وزن کردن نوزاد	عکس	محمد عصائی بادی	خبر فوری
۳ فروردین	نان پزی در خانه	فیلم	فریده رحیمی	خبر فوری
۳ فروردین	دومینو در خانه	فیلم	مرجان محمدپور	خبر فوری
۴ فروردین	پیک نیک خانگی	فیلم	مرتضی یدالهی	خبر فوری
۴ فروردین	ساز در خانه	فیلم	تینا مهر آبادی	خبر فوری
۴ فروردین	تمرین در خانه	فیلم	حدیثه و فاطمه پویا منش	خبر فوری
۴ فروردین	آموزش دست شستن نی نی	فیلم	آیدی رسانه	آخرین خبر
۴ فروردین	هلال احمر	عکس	آیدی رسانه	آخرین خبر
۵ فروردین	برج تعادل	فیلم	بهرروز علیزاده	خبر فوری
۵ فروردین	دابسمش	فیلم	رقیه سلیمانی	خبر فوری
۵ فروردین	نون پزی نی نی	فیلم	محمد خسروی	خبر فوری
۵ فروردین	پینگ پنگ رو سرامیک	فیلم	حسن طاهری	خبر فوری
۵ فروردین	خانه در خانه	فیلم	قاسم منافی	آخرین خبر
۶ فروردین	کاردستی دست شستن	فیلم	سپیده صداقت خرزوقی	روبیکا
۶ فروردین	کاردستی قایق	فیلم	امیرحسین بنی شهر	روبیکا
۶ فروردین	خط مقدم	فیلم	آیدی رسانه	آپارات
۶ فروردین	آواز استاد وحید تاج	فیلم	ابوالفضل مهدی پور	آپارات

تاریخ	عنوان	قالب	فرستنده	رسانه منتشر کننده
۶ فروردین	بچه ها درخانه	فیلم	فاطمه آبابی	خبر فوری
۷ فروردین	فوتبال در خانه	فیلم	رضا شکوهی	خبر فوری
۷ فروردین	بازی بزرگترها	عکس	محمد مهدی اقابابایی	خبر فوری
۷ فروردین	آهنگ در خانه	فیلم	علی اکبر مسافری	خبر فوری
۷ فروردین	کارگاه تولید در خانه	فیلم	قهرمان حسنلو	خبر فوری
۷ فروردین	کاردستی با سی دی	عکس	سایتا امجدیان	آخرین خبر
۸ فروردین	کاردستی با سنگ	فیلم	مرتضی تیموری	روبیکا
۸ فروردین	تولید محصول سنتی	فیلم	یحیی جعفری	روبیکا
۸ فروردین	آموزش ظرف شستن دانشجو	فیلم	ویدا پارسا تبار	خبر فوری
۸ فروردین	شکست سرطان و کرونا	عکس	منیر سادات کاظمیان	خبر فوری
۸ فروردین	آموزش قرآن در خانه	فیلم	محمد قربانی	خبر فوری
۹ فروردین	شکست کرونا	عکس	مقتدا احمدی	آخرین خبر
۹ فروردین	آب پرتقال گیری	فیلم	آیدی رسانه	خبر فوری
۹ فروردین	درست کردن کتاب	فیلم	حسین جعفری	روبیکا
۹ فروردین	بازی حرکتی با بچه ها	فیلم	یاسر محمدی	روبیکا
۹ فروردین	ساخت ماشین کشی	فیلم	ابوالفضل جعفری	روبیکا
۱۰ فروردین	قالی بافی	عکس	عاطفه میرزایی	اینستاگرام
۱۰ فروردین	کتابخوان	عکس	معصومه اناری	اینستاگرام
۱۰ فروردین	گونی بافی در قرنطینه	فیلم	زهرا خندان فر	آپارات
۱۰ فروردین	سینی هدایت توپ	فیلم	معصومه میرزایی	اینستاگرام
۱۰ فروردین	لیوان و تیر کمان	فیلم	آیدی رسانه	آخرین خبر
۱۱ فروردین	رادیو زندگی از نو	عکس	نرگس پالیزدار	روبیکا
۱۱ فروردین	کاردستی موشن کتابخوانی	فیلم	فاطمه سلطان اسفندانی	اینستاگرام
۱۱ فروردین	خانه داری آقایان	فیلم	فریده آبائی	خبر فوری
۱۱ فروردین	عبور از موانع	فیلم	سجاد اسدزاده آغبلاغی	خبر فوری
۱۱ فروردین	تاب خونگی	فیلم	آرزو صوفی زاده	خبر فوری
۱۲ فروردین	مریض کرونایی	فیلم	آیدی رسانه	آخرین خبر
۱۲ فروردین	روپایی با دستمال	فیلم	حسین بهرامی	خبر فوری
۱۲ فروردین	بشین پاشو	فیلم	آیدی رسانه	خبر فوری
۱۲ فروردین	ژیمناستیک	فیلم	هلیا صفایی	روبیکا

تاریخ	عنوان	قالب	فرستنده	رسانه منتشر کننده
۱۲ فروردین	اریگامی	فیلم	سارا ناصری	روبیکا
۱۳ فروردین	توپ و دروازه	فیلم	حدیقه اسفندانی	اینستاگرام
۱۳ فروردین	پینگ پنگ	فیلم	آیدی رسانه	آخرین خبر
۱۳ فروردین	ساخت ماشین چوبی	فیلم	آیدی رسانه	خبر فوری
۱۳ فروردین	قرآن در سیزده بدر	فیلم	افسانه کرمی	روبیکا
۱۳ فروردین	ساخت گلدان	فیلم	سوسن شیروانی	روبیکا
۱۴ فروردین	تئاتر عروسکی	فیلم	آیدی رسانه	اینستاگرام
۱۴ فروردین	تاب بازی خانوادگی	فیلم	آیدی رسانه	اینستاگرام
۱۴ فروردین	بافندگی	فیلم	آیدی رسانه	آپارات
۱۴ فروردین	توصیه کودکانه	فیلم	آیدی رسانه	روبیکا
۱۴ فروردین	جای پا بازی	فیلم	آیدی رسانه	اینستاگرام
۱۵ فروردین	آموزش دادن قرآن به بچه ها	فیلم	آیدی رسانه	روبیکا
۱۵ فروردین	ورزش و بازی خلاقانه	فیلم	آیدی رسانه	خبر فوری
۱۵ فروردین	گیره بازی	فیلم	آیدی رسانه	آخرین خبر
۱۵ فروردین	تابلو با چوب و پارچه	فیلم	آیدی رسانه	روبیکا
۱۵ فروردین	کار دستی قاب گل	فیلم	آیدی رسانه	خبر فوری

۷،۸) نحوه اهدای جایزه به برگزیدگان:

از ۷۴ برگزیده تا کنون مشخصات ۵۸ برگزیده مشخص شده است که از این تعداد ۳۲ برگزیده مشخصات کامل خود شامل کد ملی و شبای حساب بانکی خود را برای دریافت جایزه ارسال نموده‌اند. یک میلیون تومان جایزه نقدی هدیه برگزیدگان است که به حساب معرفی شده توسط ایشان واریز می‌شود. در خصوص اشخاصی که از طریق نام کاربری مدیر رسانه‌ها آثار خود را ارسال کرده‌اند، پیگیری‌های لازم برای شناسایی آن‌ها در حال انجام است.