

فرهنگ
شهر ۳۷

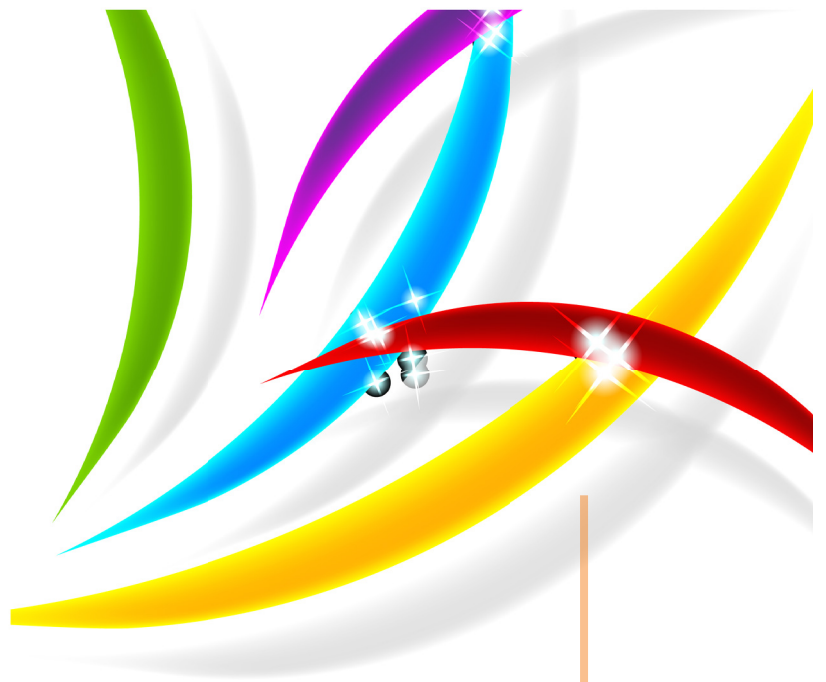
سفر تابستانی چوهران

هر روز تابستان چوهران

تیر و مرداد ۱۳۹۹



معاونت امور اجتماعی و فرهنگی



شناسنامه

عنوان: مدرسه تابستانی

شورای سیاستگذاری: محمد رضا جوادى یگانه - مجتبی دانشور

ولی پوری - حاجی زاده - مناف یحیی پور - حسین نوروزی

زیر نظر: سهیل سلیمیان - متین رمضان خواه

تهیه و تدوین: ناعمه علی نژاد

با تشکر صمیمانه از: منصوره کارگران - زهره سلیمان نژاد - مصطفی تقوی

مرتضی پسرکلو - فرزانه حسن پور - امیر یحیایی - تینا ابوالقاسمی

امور اجرایی: شهرزاد نخعی

طراح و صفحه آرا: مرضیه رحیمی

ویراستاری: زهره سلیمان نژاد

تاریخ تهیه: بهار ۱۴۰۰

به سفارش: معاونت طراحی آموزشی - اداره کل آموزش های شهروندی

زمان انتشار: بهار ۱۴۰۰



مدرسه‌ای که تابستان ندارد

محمدرضا جوادی یگانه

هرچند که در طول سده‌ها تاریخ اندیشه، کودک و کودکی نادیده گرفته و حتی در عمل به حاشیه رانده شده بود، اما به لطف معدودی از اهالی اندیشه، کودکان به عنوان سرمایه‌ها و پایه‌های آینده، بازتعریف شده و به بطن نظریه‌پردازی اندیشه بازگشتند. در ایران نیز با اندک فاصله‌ای از جهان، توجه به کودکان به مرور وارد جریان فکر و اندیشه شد، و هرچند محدود اما تلاش‌هایی برای برنامه‌ریزی برای ایشان صورت گرفت؛ تا جایی که امروز جامعه‌شناسی کودک و کودکی یکی از سرفصل‌های مورد بحث اهل نظر و اندیشه است. کودکان به عنوان بخشی از ساختار اجتماع، در ساخت و شکل‌دهی به کودکی و جامعه کنش فعال دارند. آموزش، یکی از روندهایی است که این گروه از کنش‌گران جامعه را رشد داده و توان‌شان را توسعه می‌دهد. از همین‌روست که آموزش و تربیت، یکی از حقوق پایه‌ای کودکان عنوان و بر آن تاکید می‌شود. آموزش نیز در دو سطح رسمی و غیررسمی تقسیم شده است. مسالهی آموزش در ایران، هرچند که همواره در شکل‌ها و سطوح مختلف برقرار بوده، اما در قرن گذشته همگام با جهان، شکلی اصولی‌تر به خود گرفته است. مدرسه‌ی تابستانی تهران به عنوان پروژه‌ای که هرچند با نام پایتخت آغاز شد، اما به دلیل ماهیت آنلاین بودنش توانست به سرعت تمام کودکان و نوجوانان ایرانی را در هرکجای کشور و حتی جهان مخاطب خود سازد. پروژه‌ای که در نگاهی کلان، ادامه‌ی حرکتی است که از صدسال گذشته در مسیر آموزش و تربیت آغاز شده. هرچند که شرایط کرونایی، در شکل و فرم اجرای آموزش‌ها در پروژه‌ی مدرسه‌ی تابستانی تهران لاجرم تغییراتی ایجاد کرد، اما این رویداد نیز ادامه‌ی منطقی تلاش صدساله‌ی آموزش و تربیت مدرن در ایران است، و هدف والای تربیت و اثرگذاری بر نسل بعدی کشور را مدنظر دارد.

سرگرمی، هدفی صوری و در باطن این تلاش، آخرین هدف مد نظر برنامه‌ریزان و مجریان مدرسه‌ی تابستانی بود. اهداف مهم این طرح، مهارت‌آموزی، آماده‌سازی نسل نوجوان و کودک برای ورود به دنیای آینده و پذیرش مسوولیت، کسب تجربه‌های متنوع برای فائق آمدن بر نیازها، و در یک کلام توجه به آموزش و تربیت رایگان به عنوان اساس حقوق کودکان و نوجوانان بوده است. طرح دوره و عناوین دروس این رویداد، همگی بر پایه‌ی نیازسنجی‌های علمی این گروه سنی از سوی کارشناسان داخل شهرداری و افرادی با تخصص‌های مرتبط از بیرون از مجموعه شکل گرفت. در ادامه، مسیرانتخاب متخصصان نیز در همین روند، از میان بهترین‌های هر موضوع جلو رفت. استقبال از این طرح و عناوین به حدی بود که نه تنها از لحاظ آمار بازدید، که در رابطه‌ای دوسویه با ارسال آثار از سوی مخاطبان، برگزارکنندگان و اساتید را شگفت‌زده کرد. این حد از اثرگذاری ما بر آن داشته تا با نگاهی تحلیلی به دور اول، دوره‌های آتی این طرح را به لحاظ کمی و کیفی آماده و اجرا کنیم. مدرسه‌ی تابستانی تهران به عنوان الگویی از آموزش هنر و فرهنگ از راه دور، در دسترس علاقه‌مندان و دست‌اندرکاران امر آموزش و تربیت کودکان و نوجوانان است تا با تلاش ایشان، هرچه تکمیل‌تر و موثرتر در سطوح مختلف اجرا شود. یکی از خانواده‌های مخاطب این طرح، مثالی می‌زد که شاید بازگوکردنش خالی از لطف نباشد؛ ایشان می‌گفت همان‌طور که در قدیم کودکان از پدر یا مادر، کارهای فنی مثل تعمیرات، ساخت کاردستی و حجم‌های تزینی، باغچه‌کاری و خطاطی و ... را می‌آموختند، امسال ویدئوهایی مانند مدرسه‌ی تابستانی تهران بخشی از این وظیفه را بردوش گرفته‌اند، با این تفاوت که پدران و مادران نیز پنهانی به تماشای آن نشسته و نکات تازه‌ای را رایگان فرا گرفتند. امید داریم که نسل بعدی، با آموختن نکات ابتدایی از هنر، امور فنی، انواع فعالیت‌های فرهنگی و برخی صنایع، بتوانند با انتخابی متنوع‌تر، در اعتلای جامعه‌شان کنش‌گران موثر و فعال‌تری باشند. مدرسه‌ی تابستانی تهران، مدرسه‌ای است که هرگز تعطیل نمی‌شود، چراکه دانش‌آموزانش به اجبار سر کلاس‌های آن حاضر نیستند؛ این مدرسه، تابستان و تعطیلی ندارد.

The background of the page is white, decorated with several large, irregular splashes of teal and light blue watercolor paint. These splashes are concentrated on the left side and bottom of the page, creating a textured, artistic effect. The central text is positioned in the white space between these painted areas.

فهرست مطالب

۹ اهداف و سياستها

فصل اول	•
مقدمه	۱۰
شهروند و شهروندی	۱۲
اهداف کلی برنامه مدرسه تابستانی	۲۳

۲۵ بررسی کارگاه‌ها

فصل دوم	•
کارگاه‌ها	۲۶
زنگ‌های شهروندی	۳۷
زنگ‌های موفقیت	۳۹

۴۳ شیوه اجرایی و توزیع محتوا

فصل سوم	•
شکل اجرایی کارگاه‌ها و دوره‌ها	۴۴
بسترهای پخش و آمار بازدیدها	۴۶
بررسی رسانه‌ای	۴۹
اینستاگرام	۵۱
توییتر	۵۴
تلگرام	۶۵
سایت	۷۲
آپارات	۷۸

۸۷ گفتگو با عوامل اجرایی و صاحب نظران

فصل چهارم	•
مصاحبه با مجتبی دانشور	۸۸
گفتگو با شهرداران مدرسه	۹۷
نظرات صاحب نظران	۱۰۰
مدرسهٔ تابستانی برای ناشنویان	۱۰۹
مسابقهٔ مدرسهٔ تابستانی تهران	۱۱۱

۱۱۵ شبکه‌های توزیع و بازخورد مخاطبین

فصل پنجم	•
----------	---

۱۳۳ نتیجه‌گیری



فصل اول

اهداف و سیاست‌ها



مقدمه

بحران بیماری کرونا و شرایط زیستی جدیدی که در پی داشته، جامعه‌ی ایران را با چالش‌های بسیاری مواجه ساخته است.



در این بین تغییرات و تحولاتی که متوجه رفتارهای روزمره افراد، سبک زندگی، میزان برخورداری از رفاه و امکانات شهری، تعاملات اجتماعی و فردی، آموزش و روند یادگیری، اقتصاد و نحوه کسب درآمد و موارد دیگر شده است، تغییرات چشم‌گیری است که نیازمند رویکرد مدیریتی جدید و متناسب با محدودیت‌ها است. اگرچه تا به الآن تلاش شده تا حداکثر سیاستگذاری‌ها در حوزه شهری، با رویکرد متناسب اتخاذ شود اما نمی‌توان آسیب‌های شرایط جدید بحران را نادیده گرفت. لذا شهرداری تهران به عنوان یک نهاد متولی، این نوع رویکرد را در حیطه مسئولیت‌های خود تعریف کرده و سعی در اقداماتی داشته که بتواند تا حدودی از شدت اثرات مخرب بحران بکاهد. مدرسه تابستانی پیرامون دغدغه‌ی مهمی با عنوان اوقات فراغت کودکان و نوجوانان شکل گرفته است. در حوزه سیاستگذاری‌های فرهنگی و اجتماعی به نوجوانان به عنوان یک گروه شهروندی خاص جهت آموزش شهروندی دیده می‌شود. اداره کل آموزش‌های شهروندی در سال جدید با توجه به فراگیری بحران کرونا قصد داشت تا مجموعه‌ای از خدمات را برای حوزه کودک و نوجوان فراهم کند و از آنجایی که یکی از



رسالت‌های آموزش شهروندی حوزه‌ی کودک و نوجوان است، برنامه‌های جدی‌تری برای این قشر در نظر گرفته شود. در این راستا گام‌های بسیار مهمی را هم جهت دستیابی به اهداف خود برداشت، از جمله درگیر کردن اپلیکیشن‌هایی که کتاب صوتی برای نوجوانان تولید می‌کنند، طراحی، تولید و فراهم کردن امکان دسترسی به بازی‌ها در فضای مجازی، تولید مجموعه‌ای از محصولات برای خانواده‌ها مثل ویدیوهای آموزشی و دوره‌های روانشناختی و... برای آنکه خانواده‌ها را درگیر کند و به آنان آموزش دهد که چه رفتارهایی داشته باشند و چه برخوردی را در قبال فرزند نوجوان خود درپیش بگیرند.

در ادامه‌ی این فرآیند اداره کل آموزش‌های شهروندی دو رسالت اصلی دارد:

یکی حوزه **"شهر دوستدار کودک"** و دیگری **"برنامه ریزی و سیاستگذاری برای ایام اوقات فراغت"** است که عموماً در فصل تابستان انجام می‌گیرد.



با توجه و متناسب با این دو حوزه‌ی عملکردی امسال برنامه مدرسه تابستانی را ترتیب داده است که سیاستگذاری اوقات فراغت شهروندان کودک و نوجوان را در قالب کارگاه‌های آموزش مهارت در فضای مجازی به تولید می‌رساند. در کنار این دو مسئله، رسالتی در راستای ایفای نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیز برای خود تعریف کرده که با تولید مدرسه تابستانی به بحث عدالت آموزشی پرداخت. در این راستا برای اینکه بتوان آموزش باکیفیت برای نوجوانان تولید کرد، پروژه‌ی مدرسه تابستانی کلید خورده است.



شهروند و شهروندی

که در ارتباط با این عضویت، حقوق و وظایفی را هم

داراست. مجموعه‌ی شهروندی که مجموعه

در حال گسترشی هم محسوب می‌شود،

ابعاد متفاوتی دارد. به عنوان مثال

شهروند مدنی که با حمایت قانونی

همراه است، شهروند سیاسی که با حق

دسترسی به نهاد های سیاسی و اجتماعی

همراه است و یا شهروند رفاهی که که

حق برخورداری از رفاه اولیه را داراست و در

کنار حقوق، نقش های مهم دیگری را نیز بر

عهده دارد. اما آنچه که اهمیت بسیاری دارد وجود

احساس تعلق و عضویت در جامعه برای مشارکت جدی در

حوزه های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی انجام وظایف شهروندی

و ایفای نقش شهروندی است. شهروندان باید بتوانند در تصمیم‌گیری‌ها، سیاستگذاری‌ها و مدیریت امور

تأثیر مستقیم داشته باشند. تا به واسطه احساس تعلق و عضویت در یک امر جمعی، نقش شهروندی

خود را در ابعاد گوناگون ایفا کنند. توجه داشته باشید که آگاهی از حقوق و نقش شهروندی به تنهایی

و بدون آموزش اتفاق نمی‌افتد. بلکه شهروند خوب یک فرایند پرورشی بلندمدت است که سنین

کودکی و نوجوانی بیشترین سهم تربیتی را در آن دارد.

در جامعه‌ی ما کم و بیش تا کنون نقش شهروندی توسط نهادهای مختلفی به اشکال مختلف

آموزش داده می‌شد که یکی از این نهادهای متولی، شهرداری تهران به ویژه معاونت امور اجتماعی

و فرهنگی آن است. شهرداری تهران با استفاده از منابع انسانی و ظرفیت‌های فرهنگی و اجتماعی

خود هر ساله برنامه‌های مهمی را جهت آموزش شهروندی و تقویت مشارکت شهروندان در مدیریت





شهری نیز عهده دار بوده است که یکی از جامعه‌ی مخاطبان اصلی آنان کودکان و نوجوان بوده‌اند. اما در سال جدید روند رو به رشد ویروس کرونا در کشور و بحران بیماری، شرایط اجتماعی و فرهنگی جدیدی را پدید آورده و ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی جدیدی را بر جامعه حاکم ساخته است. با وجود اقدامات موثر پزشکی و رعایت موارد ایمنی از طرف مسئولین و مردم، نگرانی‌هایی ایجاد شد و منجر به تداوم یافتن دستورالعمل‌های بهداشتی برای صاحبان کسب و کارهای مختلف و محدودیت حضور مردم در فضاهای اجتماعی شده است.

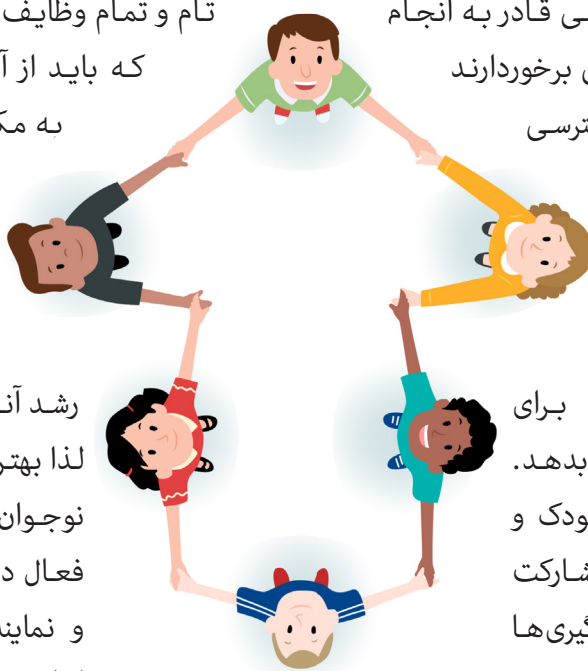
ادامه یافتن شرایط بحرانی در کشور و همزمانی آن با آغاز فصل تابستان، تعطیلی مدارس و همچنین دانش‌آموزان در کل کشور، موجب شده است تا توجه به اوقات فراغت کودکان و نوجوانان، در شرایطی که امکانات حضور اجتماعی این قشر از جامعه، مانند سال‌های پیش، مهیا نیست، بیش از پیش مورد توجه قرار بگیرد.



گروه شهروندی کودک و نوجوان

گروهی از شهروندان شهر تهران هستند که خدمت‌رسانی به آنان، نیازمند توجهات ویژه و تمرکز بر مسائل و نیازهای سنی ایشان و همچنین اقتضائات سبک زندگی‌شان است. استفاده از ظرفیت‌هایی همچون تاثیر گروه هم‌سالان بر آنان، الگوسازی و نزدیک شدن به علایق این نسل، از راه‌های مهم تاثیرگذاری بر این رده‌ی سنی خواهد بود. نوجوانان که به دنبال بر ساخت یک شخصیت جامعه‌پسند هستند بیش از دیگر اقشار جامعه به دنبال پیروی از یک الگوی فراگیرند.

کودکان و نوجوانان، به عنوان شهروندان آینده از حقوقی نیز برخوردارند و باید بیش از دیگر گروه‌های شهروندی مورد توجه قرار بگیرند چرا که نوجوانان در عین اینکه به دلیل عدم رشد کامل جنسی، جسمی و ذهنی قادر به انجام در عین حال از حقوقی برخوردارند شوند، مانند حق دسترسی تعامل با همسالان سیاستگذاری‌های این گروه سنی ظرفیت‌های در حال رفتارهای سازنده‌ای برای و هنجارها ترتیب اثر بدهد. سیاستگذاری حوزه کودک و دخیل باشند و مشارکت نوجوانان در تصمیم‌گیری‌ها سال‌های اخیر به بخش اجتماعی تبدیل شده است. تفکر اشتباهی وجود دارد که معتقد است نوجوانان در مقایسه با جوانان کمتر در درس‌ساز هستند و چون بیشتر می‌توان آنان را تحت کنترل داشت. بنابراین در اولویت برنامه‌ریزی نیستند از این جهت بیشتر از دیگر گروه‌های شهروندی حق و حقوقشان ضایع می‌شود.





اما سوالی که مطرح می‌شود این است که چه گروهی مسئولیت آموزش به کودکان و نوجوانان را بر عهده دارد؟



نوجوانی سن مناسبی

برای انتقال بسیاری از آموزه‌های اساسی زندگی است.

مدارس و خانواده‌ها به عنوان دو بستر اصلی آموزشی هستند که آموزش شهروندی باید با استفاده از ظرفیت آنها اتفاق بیفتد. رویکرد نوین و نگرش کلان به سیاستگذاری‌های فرهنگی و اجتماعی در امر شهروندی پدیده‌ی شهروندسازی فعال را رقم می‌زند. بدین ترتیب که گروه شهروندی کودک و نوجوان به عنوان یکی از مهم‌ترین گروه‌های شهروندی در یک فرایند آموزشی و مهارت‌آموزی، آگاهی و مطالبه‌گری را می‌آموزند و برای ایفای نقش شهروندی در آینده پرورش می‌یابند. آنچه که برنامه‌ی مدرسه تابستانی در خلال اقدامات خود به آن برخورد کرد آن بود که نظام سامان‌یافته‌ای از خواسته‌ها و نیازهای نوجوانان، نوع علاقه و سلیقه‌های فرهنگی و اجتماعی آنان وجود ندارد و هیچگونه نظرسنجی در تصمیم‌گیری‌های این حوزه اتفاق نیفتاده است. لذا وقتی به روزرسانی در این موارد نباشد. برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی بسط پیدا نمی‌کند و تا زمانی که مدیران و تصمیم‌گیران از این مهم غافل شوند تامین حقوق کودکان و نوجوانان امکان پذیر نیست و تولید محتوا برای این رده سنی جذابیت لازم را ندارد. چرا که احقاق حقوق شهروندی نوجوانان بدون مشارکت فعال بزرگسالان امکان پذیر نیست. این مشارکت فعال می‌تواند در راستای تلاش برای افزایش مشارکت نوجوانان در عرصه‌های عمومی، تلاش برای تغییر دید عمومی نسبت به کودکان در مقام افراد کم مسئولیت و کم حقوق، تلاش برای ترغیب نظام آموزشی به ترویج حقوق کودکان و دسترسی به نظام آموزشی توسط خانواده‌ها باشد. البته ناگفته نماند که حقوق بر اساس توانایی‌ها تعریف می‌شود. در جوانی کفهی مسئولیت‌ها بسیار سنگین‌تر از حقوق است لذا مانعی ندارد که مسئولیت‌های شهروندی برای این قشر بیشتر تعریف شود.



رسانه‌ها نقش بسیاری در رسیدگی به حقوق و وظایف کودکان و نوجوانان دارد و بخش مهمی از آموزش مهارت‌های شهروندی امروزه از طریق رسانه‌ها صورت می‌گیرد.



برساخت مفاهیمی مانند:

فرهنگ

ضد فرهنگ

خرده فرهنگ

نیز تا حد زیادی پرداخته‌ی رسانه‌ها خواهد بود.

چرا که رسانه در تعیین علاقه و سلیقه‌ی نوجوانان مثل انتخاب اتومبیل، سلیقه موسیقی، مد، اهمیت دادن به روابط و میزان تاثیرپذیری از گروه‌های دوستی و... نقش بسیار تعیین کننده‌ای دارد. اگرچه نگاه مطلق و شاخص اصلی قرار دادن خرده فرهنگ‌ها نگاه دردساز و بیهوده‌ای خواهد بود که در تضاد با فرهنگ غالب و بالطبع وظایف و مسئولیت‌های شهروندی خواهد بود و معیار جامع و کاملی برای سیاستگذاری‌های فرهنگی و اجتماعی نخواهد بود اما دلیل حساسیت بر این موارد به نوعی ناشی از ترس از جوانان و تغییراتی که از زیست آنان ناشی می‌شود، است. در اینجا ارتباط بین گروه‌های شهروندی اهمیت بسیاری پیدا می‌کند. به عنوان مثال ارتباط بین گروه شهروندی نوجوانان و سالمندان نیز در این راستا اهمیت بسیاری پیدا می‌کند. چراکه تقویت همبستگی میان نسلی و ایجاد فرهنگ تجدید و احیای نسلی از جمله رویکردهای مهم در تعیین سیاستگذاری‌های فرهنگی و اجتماعی می‌باشد و موجب می‌شود که با پیوند نوجوانان با گروه‌های دیگر شهروندی، تصویری شفاف‌تر و نزدیک به واقعیت از خواسته‌های نوجوانان ایجاد شود و درک متقابل صورت بگیرد.



علايق نوجوانان بسيار متفاوت با گروه‌هاي ديگر شهروندی است و اين مورد بايد بدون نگرانی در جامعه بازنمایی شود.

و آگاهی از موضوعات مدنی و شهروندی به کودک و نوجوان مشارکت در فعالیت فرهنگی باید در شکل‌دهی به جامعه هماهنگ بسازند. اما آنچه که

مشارکت در فرآیند تصمیم‌گیری اجتماعی روز، دو محور اصلی آموزش خواهد بود. این مشارکت می‌تواند نهادهای مختلف باشد. نوجوانان سهمیم باشند تا بتوانند خود را با آنها

اهمیت دارد این است که فعالیت‌های مشارکتی نوجوانان باید با مسائل و نیازهای واقعی آنان مرتبط باشد. بسیار مهم است که به نوجوانان به عنوان منبع سرمایه انسانی نگریست نه به عنوان مسئله ای که باید مرتفع شود. پس مشارکت‌شان باید ارزشمند و به چشم یک فرصت تلقی گردد و حامل ارزش‌هایی باشد که تعهد مدنی و اجتماعی آنان را تقویت کند. نحوه‌ی مشارکت و بستر مشارکتی آنان باید با توجه به نظام ارزشی آنان و متقابلاً ارزش‌های رسمی جامعه، تعهدات، زبان، مهارت‌ها، فرهنگ و منابع مالی انتخاب شود. این رویکرد وقتی در حوزه‌های مختلف شهروندی رسوخ می‌کند در واقع می‌پذیرد که دیدگاه‌های متنوع به عنوان یک اصل مورد پذیرش قرار می‌گیرد. چراکه شهروندی در تجربیات مختلف در درون خانواده، مدرسه و از همه مهم‌تر در طول گذران اوقات فراغت با دوستان و گروه مخاطبان دیگر شکل می‌گیرد پس ضروری است که به ارزش‌هایی که به تقویت تعهد اجتماعی و مدنی منجر می‌شود بیشتر توجه شود. همچنین تاثیر انگیزش شغلی در فراگیری رفتارهای شهروندی نیز بسیار تاثیرگذار است و این سن که سن انتخاب مسیر آینده خواهد بود این حساسیت و تاثیرگذاری بسیار بیشتر مورد توجه خواهد بود. اما چرا آموزش شهروندی در این سن از اهمیت دوجندانی برخوردار است؟ در بسیاری از کشورهای دنیا از کودکان و نوجوانان به عنوان جامعه هدف برای تحقق شهروندسازی فعال استفاده می‌کنند. چرا که به درستی دریافته‌اند که آموزش شهروندی در سنین پایین‌تر در کاهش آسیب‌های اجتماعی، تخفیف وقوع جرم و جنایت و... تاثیر بسیاری دارد. همچنین کلیدواژه‌ی شاخص حوزه شهروندی تحقق مردم سالاری در حوزه عمومی جامعه مدنی است که این نوع مشارکت فعالانه و زیست مشارکتی باید از سنین پایین تمرین و تجربه گردد.



آموزش شهروندی

فرهنگ هم نشانگر شکل و ماهیت حرکت جامعه است هم بیانگر ارزش و اقتدار یک جامعه به همین خاطر آموزش فرهنگی و اجتماعی عرصه پیچیده با ابعاد گسترده‌ای است که باید به دقت در آن گام برداشت. رویکرد آموزش شهروندی در این حوزه عموماً به دو رویکرد کلی تقسیم می‌پذیرد. رویکرد محافظه کارانه که حفظ و مراقبت از وضعیت موجود فرهنگی و اجتماعی است و رویکرد پیشرفت‌گرا که به نوعی توانمند کردن افراد را برای تغییرات تعالی بخش و توسعه محور کشور مدنظر دارد. آموزش شهروندی در عین اینکه باید ساختار موجود اجتماعی را بپذیرد و در جهت حفظ ارزش‌ها و هنجارهای جامعه تلاش کند. باید گروه‌های شهروندی را به دانش و نگرش و توانمندی‌هایی مجهز کند که قادر باشند نابرابری‌های جامعه را به چالش بکشند و فعالیت داوطلبانه در حوزه عمومی را بالا ببرند.



نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در ساخت هویت شهروندی نیز در چنین شرایطی بسیار پررنگ است چرا که نوجوانان کاربر بطور میانگین بین یک تا شش ساعت در روز از اینترنت استفاده می‌کنند و بیشترین تأثیرپذیری را از شبکه‌های اجتماعی خواهند داشت. چالش مهمی که در مواجهه با شبکه‌های اجتماعی با آن روبه روایم آن است که نقش شبکه‌های اجتماعی در آموزش شهروندی در یک بعد، نقش یک سویه و تابعی از نهادهای سیاستگذار است که عموماً فرهنگ چیره را تزریق می‌کند و در بعد دیگر تابعی از دنیای رقابتی خرده فرهنگ‌هاست که هیچ گونه قرابتی با ارزش‌های نهادهای سیاستگذار ندارد و در این بین کاربران شبکه‌های اجتماعی کنشگرانی هستند که هدفمندانه مطالب و اطلاعات اجتماعی و فرهنگی شبکه‌ها را گزینش می‌کنند و جذابیت دنیای اطلاعات و شبکه‌های مجازی بازار رقابتی‌ای را در عرضه محتوا ایجاد کرده که تولیدات ارزش‌های نهادهای سیاستگذار چندان شانس رقابت و پیروزی ندارند.

بدین منظور، طرح مدرسه‌ی تابستانی تهران، توسط اداره کل آموزش‌های شهروندی ذیل معاونت فرهنگی و اجتماعی شهرداری تهران در بستری مجازی و برای استفاده کودکان و نوجوانان شهر تهران از محتوایی آموزشی، جذاب و کاربردی برای این گروه سنی و با همکاری خانه سینما طراحی و اجرا شده است.



عدالت آموزشی

از لحاظ تاریخی، تحقق عدالت و زیستن در در یک جامعه عادلانه، همواره یکی از آرمانهای بزرگ آدمی بوده است. از گذشته تا کنون، فهم ماهیت عدالت و چگونگی تحقق آن از مسائلی بوده است که در ذهن اندیشمندان، مصلحان اجتماعی، انقلابیون، فیلسوفان و از همه مهم‌تر در اندیشه امامان شیعی به خصوص در بنیان‌های فکری امام علی (علیه‌السلام) بسیار جلوه داشت و به این امر پرداخته شده است. اگرچه عدالت یکی از مناقشه‌برانگیزترین موضوعات اخلاقی، کلامی و حتی دینی بود اما پرداخت به این مسئله همواره در هر سطحی و با هر رویکردی با مبارزه علیه انواع نابرابری‌ها همراه بوده است. نهاد رسمی آموزش و پرورش در راه تامین عدالت به عنوان یک نهاد تاثیرگذار نقش مهمی را ایفا می‌کند. در دو سده اخیر بحث عدالت آموزشی همواره به عنوان یکی از محورهای برنامه‌ریزی دقیق توسط دولت‌ها مورد توجه قرار گرفت. از نیمه‌ی قرن بیستم تا کنون در جوامع غربی بحث درباره شرایط امکان یا امتناع تحقق عدالت آموزشی، موضوعی مناقشه برانگیز بوده است. این در حالی است که در کشور ما بحث عدالت آموزشی چندان که باید، از سوی نهادهای متولی امر، مورد توجه قرار نگرفته است. بخشی از این کم‌توجهی‌ها، به ساختارهای فرهنگی و اجتماعی جوامع در حال توسعه برمی‌گردد. با اینکه یکی از علت‌های وقوع انقلاب اسلامی، تحقق آرمان عدالت و مبارزه با نابرابری‌های اجتماعی و سیاسی بوده است اما پس از انقلاب، آنچنان که شایسته و بایسته بود، بدان توجه نشد. اهمیت آموزش و ضرورت ایجاد عدالت آموزشی آنجایی پررنگ به نظر می‌رسد که هم‌زمان با شکل‌گیری شخصیت اجتماعی کودکان و نوجوانان، محیط آموزشی بیشترین نقش را در فرآیند تاثیرپذیری افراد خواهد داشت. لذا ارائه مباحث باید به گونه‌ای باشد که درعین جذابیت و گیرایی بتواند هدف آموزشی درست را نیز به مقصد برساند و البته فراگیری و گستردگی حداکثری را نیز به ارمغان بیاورد و افراد بیشتری را تحت پوشش قرار دهد و امکان دسترسی و برخورداری از آن نیز محدود نباشد.





در نظام جمهوری اسلامی، همه کوشش‌ها حول محور تامین و بسط عدالت گرد آمده است و به همین دلیل تامین عدالت تنها منحصر به آموزش و پرورش نشد بلکه یکی از اصلی‌ترین اهداف نهادهای اجتماعی و اقتصادی است. در این بین شهرداری

تهران به عنوان یکی از اصلی‌ترین و مهم‌ترین نهادهای متولی که از یک سو فراهم‌کننده خدمات و امکانات رفاهی، آموزش شهروندی، توسعه شهری و توجه به ابعاد دیگر مدیریت شهری است و از طرفی با گروه‌های مختلف شهروندی سروکار دارد همواره توجه داشته تا برنامه‌ریزی‌ها و سیاستگذاری حوزه شهری و شهروندی، با رویکرد عدالت خواهانه و عدالت‌گرایانه انجام بگیرد.

دور از واقعیت نیست اگر بگوییم دلیل اصلی بی توجهی به تحقق عدالت آموزشی، تجمع ثروت در دست عده‌ای نیست بلکه نظام کم‌رونق شایسته سالاری و عدم توسعه‌ی متوازن و دور بودن از استانداردهای آموزشی است.

بنابراین مدرسه تابستانی یک پلتفرم آموزشی با جامعه‌ی مخاطب کودک و نوجوان است که یکی از اهداف اصلی آن بسط عدالت آموزشی به طبقات متفاوت اجتماعی و خانواده‌های اقشار گوناگون خواهد بود.



مجموعه اهدافی که برنامه مدرسه تابستانی در راستای تحقق عدالت آموزشی دنبال می‌کند را بطور خلاصه می‌توان اینگونه نام برد:

۱. افزایش مشارکت و اثربخشی همگانی به ویژه خانواده و تعالی نظام تعلیم و تربیت رسمی و تامین همه جانبه عدالت آموزشی و تربیتی
۲. برنامه ریزی و تمهید مقدماتی برای پوشش کامل دوره های آموزش عمومی
۳. توانمندسازی نوجوانان براساس نیازهای آنان و با تاکید بر ایجاد فرصت های آموزشی متنوع و باکیفیت
۴. تدوین و تولید برنامه ای مناسب جهت توانمندسازی و مهارت آموزی کودک و نوجوان
۵. اختصاص بخش قابل توجهی از برنامه های کودک و نوجوان در ایام تعطیلات و اوقات فراغت به معرفی حرفه ها، هنرها، جغرافیا، آیین و رسوم و رعایت استانداردهای ارتقای کیفیت هویت ایرانی و اسلامی





مسئولیت‌پذیری اجتماعی



در بسیاری از کشورهای دنیا الگوهای جدید مدیریتی در سطح کلان منجر شد تا انتظارات جدیدی از میزان اثرگذاری و مشارکت شهروندان در امور مدیریتی، وقوع تصمیمات و انجام سیاستگذاری‌ها در تحولات اجتماعی شکل بگیرد. مشارکت در امر اجتماعی موجب می‌شود تا حس شهروندی توسعه پیدا کند و هویت اقشار مختلف جامعه بازسازی شود. همچنین منجر به تقویت و ترمیم اعتماد اجتماعی بین جامعه و دولت خواهد شد.

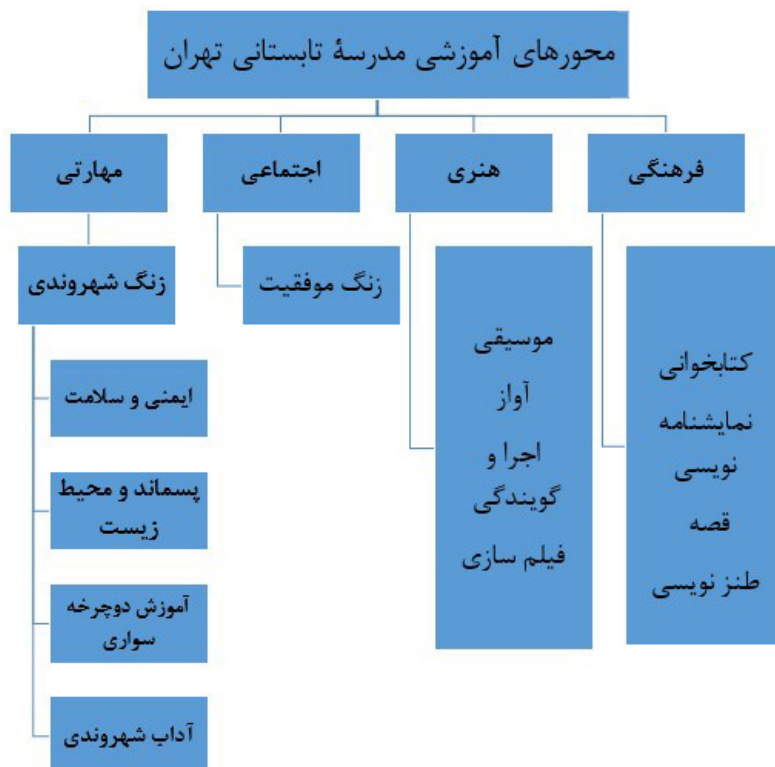
یکی از ابعاد مشارکت اجتماعی به طور مستقیم به ترمیم رفتار و تقویت مشارکت شهروندان در مدیریت و سیاستگذاری‌های فرهنگی و اجتماعی می‌پردازد. احساس مسئولیت، همبستگی و تقویت ارزشهای مشترک، کارآمدی و امنیت اجتماعی مواردی از مشارکت اجتماعی هستند که نهادهای متولی امر در ترویج و تقویت آن نقش مهمی دارا هستند. مسئولیت اجتماعی نهادهای سیاستگذار در قبال جامعه هدف خود، از مهم‌ترین ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی به حساب می‌آید. اداره کل آموزش‌های شهروندی در راستای ایفای نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود، در کنار توجه به مهارت‌های شهروندی به ابعاد دیگر زیست شهروندی کودک و نوجوان نیز توجه کرده است که آموزش مهارت‌ها جهت توسعه فردی و ایجاد بستری برای خودسازی فردی از مهمترین آنهاست. برای تحقق و فراگیری حداکثری این هدف نیز تلاش کرده تا تمامی ظرفیت‌های اجرایی موجود را به کار بندد.



اهداف کلی برنامه مدرسه تابستانی

۱. ارائه آموزش‌های کاربردی در زمینه‌ی موضوعات فرهنگی، هنری و اجتماعی به کودکان و نوجوانان
۲. ارائه محتوای مناسب آموزشی برای پرکردن اوقات فراغت دانش‌آموزان به منظور کاهش تردد در مکان‌های عمومی و با استفاده از فضای مجازی
۳. آشنا کردن کودکان و نوجوانان با مفاهیم شهروندی
۴. افزایش مهارت‌های اجتماعی کودکان و نوجوانان از طریق آموزش‌های غیرمستقیم شهروندی
۵. افزایش راندمان بهره‌وری از ایده‌های خلاقانه در حوزه‌های کودک و نوجوان
۶. سنجش میزان جلب مشارکت نوجوانان، کیفیت و سبک ارائه آموزش
۷. قابلیت تداوم پایداری و مدل سازی سیاستگذاری‌های فرهنگی و اجتماعی و مهارت شهروندی در حوزه کودک و نوجوان.
۸. سنجش کیفی طبقات اجتماعی کاربران نوجوان و دسترسی آنان به برنامه‌ها و تدوین شیوه‌ای

که بتوان در مرحله
بعد آموزش‌ها با
هدف در دسترس
قرار گرفتن طبقه
اجتماعی گسترده
تری از نوجوانان و
خانواده‌ها





فصل دوم

بررسی کارگاه‌ها



کارگاه‌ها

کارگاه نمایش و بازیگری

نمایش و بازیگری، از رشته‌های مورد توجه اقشار مختلف، به‌ویژه کودکان و نوجوانان است و احتمالاً بسیاری از ایشان دوست دارند در این هنر فعالیت کنند، اما نمی‌دانند از کجا باید شروع کنند. کارگاه نمایش و بازیگری مدرسهٔ تابستانه تهران شامل پنج جلسه است که در آن‌ها دانش‌آموزان با کلیات هنر بازیگری و نمایش آشنا می‌شوند.



مدرسان

۱. مهتاب نصیرپور:

- مهتاب نصیرپور بازیگر، نمایشنامه‌نویس و یکی از کارگردانان تئاتر و تلویزیون است که سابقه طولانی در این عرصه دارد و موفق به دریافت جایزه بهترین بازیگر نقش مکمل شده است.

۲. محمد رحمانیان:

- از بزرگترین کارگردانان تئاتر و مدرس تئاتر ایرانی است که بیش از سی سال در این عرصه فعالیت درخشانی دارد.



درس‌های کارگاه نمایش و بازیگری:

- درس اول: آشنایی با هنر نمایش
- درس دوم: بازیگر کیست و اهمیت استفاده از ابزار صورت و بدن
- درس سوم: ارتباط سازنده و کار گروهی در بازیگری
- درس چهارم: نمایشنامه
- درس پنجم: نمایشنامه خوانی و خواندن نمایشنامه



کارگاه گویندگی و اجرا

با وجود علاقه بسیار به شغل گویندگی یا اجرا در رادیو و تلویزیون، منابع آموزشی کمی در خصوص این هنر و به‌ویژه برای کودکان و نوجوانان وجود دارد. در کارگاه گویندگی و اجرا در مدرسه تابستانی تهران، اصول اولیه مجری‌گری و گویندگی در رادیو و تلویزیون بیان شده و تکنیک‌هایی برای پرورش مهارت‌های مربوط به آن آموزش داده می‌شود.



مدرس

منصور ضابطیان:

روزنامه نگار، کارگردان، مجری رادیو و تلویزیون، پادکست ساز، نویسنده و تهیه کننده است که یکی از معروفترین اثرش رادیو هفت است که با استقبال خوبی مواجه شد.

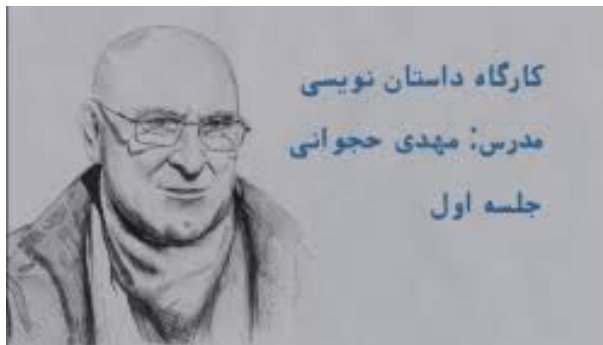
درس‌های کارگاه گویندگی و اجرا:

- درس اول: آشنایی با گویندگی و اجرا
- درس دوم: ویژگی‌ها و تفاوت‌های گوینده و مجری
- درس سوم: مهم‌ترین ویژگی یک مجری خوب؟
- درس چهارم: تمرین‌هایی برای افزایش مهارت
- درس پنجم (آخر): جمع‌بندی و تمرین‌های بیشتر



کارگاه نویسندگی

داستان‌نویسی یکی از مهم‌ترین هنرها و از کاربردی‌ترین مهارت‌ها برای کودکان و نوجوانان محسوب شده و مورد علاقه بسیاری از ایشان است. نوشتن داستان، فارغ از توانایی در شناخت عناصر داستان، به استعداد و نگاه متفاوتی به جهان پیرامون نیاز دارد. در کارگاه نویسندگی دانش‌آموزان در دوره‌ای پنج جلسه‌ای، با هنر داستان‌نویسی آشنا می‌شوند.



مدرس

مهدی حجوئی:

پژوهشگر و نویسنده معاصر ایرانی است که بیشتر شهرتش در کتاب‌هایی است که برای کودک و نوجوانان نوشته و فعالیت‌های بسیاری در زمینه نقد ادبیات کودک و نوجوان انجام داده است. وی بنیانگذار انجمن نویسندگان کودک و نوجوان و فصلنامه پژوهشنامه ادبیات کودک و نوجوان است.

درس‌های کارگاه نویسندگی:

- درس اول: آشنایی با داستان‌نویسی
- درس دوم: آشنایی با ساختار داستان
- درس سوم: مراحل شکل‌گیری داستان
- درس چهارم: طرح و کشمکش در داستان
- درس پنجم: پرداخت نهایی داستان



کارگاه سینما و فیلم‌سازی آسان

با رشد تکنولوژی و همه‌گیری رسانه‌های آنلاین و امکان پخش فیلم، سینما به عرصه‌ای محبوب و شناخته شده برای عموم افراد بدل شده است. در کارگاه سینما و فیلم‌سازی آسان، مدرسان اصول پایه‌ای و ضروری فیلم‌سازی را تدریس می‌کنند و روش‌های فیلم‌برداری با گوشی تلفن همراه را آموزش می‌دهند.



مدرسان

مازیار میری:

کارگردان، تدوین‌گر و مجری طرح ایرانی است. وی نامزد دریافت جایزه گوی بلورین جشنواره فیلم کارلووی واری بوده است و از مهم‌ترین آثارش می‌توان به حوض نقاشی اشاره کرد که با استقبال مخاطبان مواجه شد.

افشین هاشمی:

کارگردان، فیلمنامه‌نویس بایزگر سینما و تئاتر، تلویزیون و نوازنده ایرانی است.

درس‌های کارگاه سینما و فیلم‌سازی آسان:

آشنایی با هنر سینما

درس اول:

بررسی امکانات مناسب برای ساخت فیلم

درس دوم:

وضوح تصویر و میزانشن

درس سوم:

صداگذاری و تدوین

درس چهارم:

راهنمای تماشای فیلم

درس پنجم:



کارگاه طنزنویسی

طنز از حوزه‌های فرهنگی جذاب برای تمامی اقشار جامعه است که عصارهٔ خصلت‌های اجتماعی و فرهنگی مردم را منعکس می‌کند. این حوزه از بخش‌های بسیار جذاب برای نوجوانان محسوب می‌شود. در کارگاه طنز نوجوانان با کلیات هنر طنز و تکنیک‌هایی برای به کار بردن آن در کلام و نوشتار و ارتقای مهارت‌های مربوط به آن آشنا می‌شوند.



مدرسان

ناصر فیض:

شاعر طنزپرداز ایرانی و دارای نشان درجه یک هنری است که اثر وی نامزد جایزه کتاب فصل در جشنواره بین‌المللی شعر فجر شده است.

فرهاد حسن زاده:

نویسنده، روزنامه‌نگار و طنزپرداز و از افراد موثر در تولید محتوای حوزه کودک و نوجوان در کانون پرورش فکری بوده است. وی تاکنون بیش از ۸۵ اثر در حوزه‌های ادبی برای کودک و نوجوان تولید کرده است. همچنین وی عضو هیئت موسس انجمن نویسندگان کودک و نوجوان بوده است.

درس‌های کارگاه طنز

- زنگ اول: اصول پایه‌ای طنز
- درس اول: اصول پایه‌ای طنز
- درس دوم: شخصیت پردازی در طنز
- درس سوم: تکنیک‌های طنزنویسی
- درس چهارم: طنز در شعر و ادبیات فارسی
- درس پنجم: سرودن شعر طنز



کارگاه انیمیشن و استاپ‌موشن

رشد ابزارهای تکنولوژیک در عصر جدید، به طرز قابل توجهی افزایش یافته است. این ابزارها در موارد بسیاری به کمک فیلم‌سازان و فعالان عرصه‌های رسانه آمده و منجر به تولید و خلق محصولاتی خلاقانه و کارا شده است. در کارگاه انیمیشن و استاپ‌موشن، مدرسان از کلیات انیمیشن با نوجوانان صحبت می‌کنند و روش‌های ساخت یک انیمیشن به شیوه استاپ‌موشن را به صورت ساده و کاربردی آموزش می‌دهند.



مدرسان

بهرام عظیمی:

کارگردان انیمیشن، فیلمنامه نویس و طراح کاراکتر و کاریکاتوریست است. از جمله آثار معروف وی انیمیشن‌های تبلیغاتی راهنمایی و رانندگی، انیمیشن سه بعدی بابا برقی و... است.

احمدزاده مهدی خرمیان

درس‌های کارگاه انیمیشن و استاپ‌موشن

مقدمات فعالیت در حوزه انیمیشن

درس اول:

پیش‌نیازهای انیماتور شدن

درس دوم:

نکات نهایی برای ساخت انیمیشن

درس سوم:

آشنایی با استاپ‌موشن

درس چهارم:



کارگاه تجربه کتابخوانی

کتاب‌ها به عنوان مهم‌ترین دستاورد فرهنگ یک ملت و عصاره فرهنگ مکتوب، بخش مهمی از علایق فرهنگی کودکان و نوجوانان را تشکیل می‌دهند و کتابخوانی می‌تواند به رشد و پرورش تمامی جنبه‌های شخصیتی و اجتماعی ایشان یاری رساند. در کارگاه کتابخوانی، کودکان و نوجوانان با روش‌هایی برای کتابخوانی موثرتر آشنا می‌شوند.



مدرسان

سروش صحت:

بازیگر و کارگردان مطرح ایرانی است که در سال ۹۸ برنده سیمرغ بهترین کارگردانی برای فیلم جهان با من برقص شده است.

شرمینه نادری:

نویسنده و ادیب و پژوهشگر معاصر

درس‌های کارگاه کتابخوانی

درس اول: چرا باید کتاب بخوانیم؟

درس دوم: چرا کتاب نمی‌خوانیم؟

درس سوم: چه کتاب‌هایی بخوانیم؟

درس چهارم: اهمیت خاطره‌نویسی

درس پنجم: لذت کتابخوانی



کلاس قصه‌های قرآنی

آموزش مفاهیم قرآنی به کودکان و نوجوانان از آموزش‌های ضروری در حوزه مفاهیم دینی است، چنانچه این آموزش‌ها با روش‌های جدید و نیازهای کودکان و نوجوانان همراه شوند، اثرگذاری بیشتری خواهند داشت. در این دوره پنج جلسه‌ای، پنج قصه که بازتاب‌دهنده آموزه‌های قرآن کریم است، برای مخاطبان روایت می‌شود و آنها با برخی از مفاهیم مطرح شده در کتاب خدا آشنا می‌شوند.



مدرس

حسن حبیبی:

مدیرعامل موسسه قرآنی احسن الحدیث تهران و پژوهشگر قرآن و حدیث

مطالب کلاس قصه‌های قرآنی

- | | |
|---|------------|
| ارابه و بابابزرگ | درس اول: |
| پادشاه و بنا | درس دوم: |
| پسر بچه و عینک | درس سوم: |
| حل مشکلات با قرآن | درس چهارم: |
| حضرت ابراهیم <small>علیه السلام</small> و نمرود | درس پنجم: |



کارگاه سواد رسانه‌ای

استفاده از فضای مجازی و در دسترس بودن رسانه‌ها، آشنایی با انواع رسانه و افزایش سواد رسانه‌ای را برای کودکان و نوجوانان ناگزیر کرده است. در کارگاه سواد رسانه‌ای، کودکان و نوجوانان با تکنیک‌های بکار رفته در رسانه‌ها و پیام‌های تصویری آشنا می‌شوند و در می‌یابند چگونه تصاویر را معنی کرده و مفاهیم آشکار و پنهان آن را مشخص سازند.



مدرس

بشیر حسینی:

مدیر گروه علوم نوین رسانه دانشکده ارتباطات دانشگاه صدا و سیما، رئیس شورای سیاستگذاری المپیاد بین المللی سواد رسانه‌ای، مشاور دانشگاهی و استعداد یابی و جوان برگزیده کشور سال ۱۳۸۵

مطالب کارگاه سواد رسانه‌ای

درس اول: آشنایی با درک مفاهیم پیام‌ها

درس دوم: مثال‌هایی برای درک بهتر پیام

درس سوم: تحلیل یک فیلم کوتاه

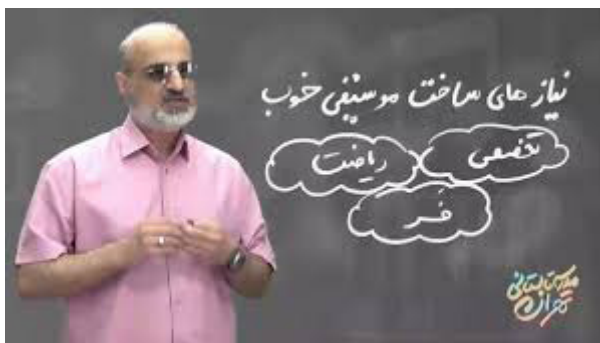
درس چهارم: کشف پیام‌های پنهان

درس پنجم: تکنیک‌های اقناع در رسانه‌ها



کارگاه آهنگسازی و خوانندگی

موسیقی یکی از رشته‌های هنری و از مهم‌ترین آن‌ها است که طرفداران بسیاری در میان کودکان و نوجوانان دارد. با توجه به اهمیت سن فراگیری موسیقی و تاثیر فراوانی که آموزش موسیقی بر سنین پایین و در کودکی بر جای می‌گذارد، بسیاری از والدین تلاش می‌کنند تا کودکان را با مفاهیم اولیه موسیقی آشنا کنند. در این دوره، به اصول اولیه آهنگسازی پرداخته می‌شود، همچنین یکی از خوانندگان مطرح، درباره اصول اولیه خوانندگی با مخاطبان صحبت می‌کند.



مدرس

محمد اصفهانی

خواننده سرشناس کشور

کلاس‌های کارگاه آهنگسازی و خوانندگی

درس اول: آشنایی با اصول اولیه آهنگسازی

درس دوم: انتخاب ساز مناسب

درس سوم: چگونه از موسیقی لذت ببریم؟

درس چهارم: مقدمات موسیقی و آواز

درس پنجم: آموزش آواز و صدا سازی



زنگ‌های شهروندی

زنگ‌های شهروندی عنوان ویدیوهایی در مدرسهٔ تابستانی تهران است که در آن‌ها آموزش‌هایی از سوی الگوهای نقشی معتبر، همچون فعالان مدنی و فرهنگی، با محوریت مفاهیم شهروندی برای کودکان و نوجوانان در روزهای پنج‌شنبهٔ هر پنج هفته، ارائه می‌شود و تلاش می‌شود تا نوجوانان مهارت‌های اجتماعی لازم برای یک مسئولیت‌پذیری و مشارکت شهروندی را کسب کنند.

زنگ شهروندی با رضا کیانیان بازیگر مطرح کشور، آیه حمداوی درمورد مدیریت پسماند و محیط‌زیست و با مرجان مشکل گشا در مورد آموزش سلامت و ایمنی و باقر داوودپور با آموزش دوچرخه سواری در طی چهار هفته همراه بوده است.

الف) آموزش دوچرخه‌سواری در شهر / مدرس: باقر داوودپور

استفادهٔ کمتر از وسایل نقلیهٔ عمومی و جایگزین کردن وسایل حمل و نقل عمومی و همچنین استفاده از دوچرخه، فعالیت‌هایی است که دارای اثرات محیط زیستی نیکویی برای شهر و شهروندان است.

ب) آموزش زندگی با پسماند کمتر / مدرس: آیه حمداوی

مسئلهٔ پسماند در تهران، مسئله‌ای مهم و دارای ابعاد گوناگون اجتماعی و فرهنگی و محیط زیستی است که پرداختن به آن و ارتقای مهارت‌های شهروندان برای تولید پسماند کمتر، در دستور کار بسیاری از سازمان‌های مربوط قرار گرفته است. مدرس دورهٔ زندگی با پسماند کمتر، فعال محیط زیست است و تلاش می‌کند تا راه‌های کاهش پسماند و زباله را آموزش دهد. او خودش تلاش دارد تا میزان پسماند روزانه‌اش را به صفر برساند و هیچ زباله‌ای تولید نکند.



ج) زنگ ایمنی /مدرس: مرجان مسُکَل‌گُسا

آتش‌نشانی از مشاغل سخت و دارای خطرات فراوانی است. در زمان حریق، آتش‌نشانان با فداکاری‌های زیادی که انجام می‌دهند، به سلامت شهروندان و حفظ جان ایشان یاری می‌رسانند. در این دوره یک داوطلب آتش‌نشانی، از تجربیات خود در زمینه افزایش ایمنی در منازل برای جلوگیری از آتش‌سوزی می‌گوید.

د) زنگ شهروندی با رضا کیانیان

رضا کیانیان از بازیگران با سابقه سینما، تئاتر و تلویزیون است و تاکنون سه مرتبه برندهٔ سیمرغ بلورین برای فیلم‌های کفشهایم کو؟، خانه‌ای روی آب و آژانس شیشه‌ای شده است. او همچنین دارای سابقهٔ نویسندگی و فعالیت‌های اجتماعی خیرخواهانه بسیاری نیز هست و در این ویدیو از مهارت‌های شهروندی می‌گوید.





زنگ‌های موفقیت

هر هفته در مدرسهٔ تابستانی روزهای پنجشنبه زنگ موفقیت، در قالب تولید و انتشار ویدیو کلیپی برگزار می‌شود. در این زنگ افراد موفق در حوزه‌هایی که موفقیت بدست آورده اند، تجربه‌های خود را با کودکان و نوجوانان در میان می‌گذارند و می‌گویند در مسیر موفق شدن با چه مشکلاتی روبرو بوده‌اند و با چه شیوه‌هایی از پس آنها برآمده‌اند.

الف) زنگ موفقیت با حبیب احمدزاده

حبیب احمدزاده رمان‌نویس، مستندساز، فیلمنامه‌نویس، کارگردان و محقق حوزهٔ دفاع مقدس است. او که به علت شروع جنگ تحمیلی درس را رها کرده بود، در سال ۷۷ وارد دانشگاه شد و در رشته فیلمنامه نویسی مشغول تحصیل شد. احمدزاده فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد ادبیات نمایشی از دانشگاه هنر تهران است. فیلمنامهٔ «اتوبوس شب» و رمان «شطرنج با ماشین قیامت» از موفق‌ترین آثار اوست.

ب) زنگ موفقیت با فرزانه فصیحی

فرزانه فصیحی رکورددار دوی سرعت و عضو تیم ملی دو و میدانی زنان ایران است. او در سال ۲۰۱۶ مدال نقرهٔ بخش تیمی رشتهٔ دوی ۴ در ۴۰۰ مترامدادی در هفتمین دورهٔ مسابقات قهرمانی دو و میدانی داخل سالن آسیا و در سال ۲۰۱۸ مدال برنز رشتهٔ دو ۶۰ متر هفتمین دورهٔ مسابقات قهرمانی دو و میدانی داخل سالن آسیا را به دست آورد. فصیحی رکورددار دو ۶۰ متر زنان ایران است و در این ویدیو از تلاش‌ها و چالش‌هایش برای موفق شدن می‌گوید.

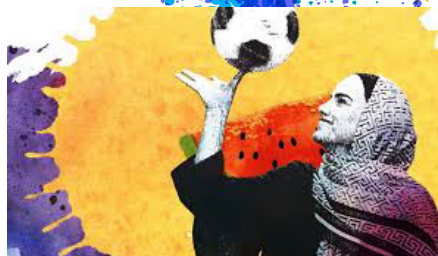


ج) زنگ موفقیت با علیرضا یارقلی

دکتر علیرضا یارقلی فارغ التحصیل دکترای پزشکی و تخصصی طب سنتی و مدرس دانشگاه شریف و تهیه کننده برنامه‌های حوزه سلامت است. او از سال ۱۳۷۸ به عنوان مشاور در نگارش و تهیه برنامه‌های اجتماعی، علمی و سلامت وارد صدا و سیما شد و از سال ۱۳۸۳ در سمینارهای مختلف به عنوان سخنران شروع به فعالیت کرد. او از سال ۱۳۸۶ پزشک معتمد و مشاور شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی است و سالها به عنوان مجری و کارشناس در شبکه‌های مختلف رادیو و تلویزیون حضور دارد.

د) زنگ موفقیت با فرشته کریمی

فرشته کریمی سال‌هاست عضو تیم ملی فوتسال زنان ایران است و تا به حال دو بار قهرمانی در آسیا را کسب کرده و در هر دو دوره به عنوان ارزشمندترین بازیکن تورنمنت انتخاب شده و سه دوره نیز در جام جهانی فوتسال شرکت کرده است. خانم کریمی در این ویدیو از مشکلاتی که بر سر راه قهرمان بودنش تجربه کرده، می‌گوید.







فصل سوم

شیوه اجرایی و توزیع محتوا



سُکُل اجرایی کارگاه‌ها و دوره‌ها

کارگاه‌های مدرسه‌ی تابستانی تهران، در قالب ویدیوکلپ‌هایی تولید و منتشر شدند. که در مجموع حدود ۶۰ جلسه ویدیوی آموزشی را شامل می‌شود و هر هفته ۱۲ ویدیو بارگذاری می‌شود. هر کارگاه شامل ۵ جلسه‌ی جداگانه بوده که به طور میانگین زمان هر جلسه، ۱۵ الی ۲۰ دقیقه است. همچنین در هر هفته دو کارگاه، در زمان‌های صبح و عصر منتشر شد. روزهای پنج‌شنبه، به زنگ‌های موفقیت و زنگ‌های شهروندی اختصاص پیدا کرد و ویدیوکلپ‌هایی با عنوان این دو زنگ، منتشر شد. مجموع این کلیپ‌ها حدود ۴۸ ساعت از وقت فراغت نوجوانان را در بر گرفت که این نشان می‌دهد که هدف از ارائه برنامه تابستان، صرف پر کردن اوقات نوجوانان نبوده بلکه انتقال مفاهیم درست، آموزش استاندارد و شناخت و همراهی دقیق با سلیقه و علاقه‌ی نوجوانان بوده است که مدرسه تابستانی سعی در رسیدن به آن دارد.

هفته	کارگاه	زنگ شهروندی	زنگ موفقیت
اول: ۹۹/۴/۷	گویندگی و اجرا نمایش و بازیگری تئاتر	آموزش دوچرخه سواری / باقر داوودپور	فرشته کریمی / بازیکن تیم ملی فوتسال
دوم: ۹۹/۴/۱۴	داستان نویسی سینما و فیلم سازی	آموزش زندگی با پسماند کمتر / آیه حمداوی	حبیب احمدزاده / نویسنده دفاع مقدس
سوم: ۹۹/۴/۲۱	طنزنویسی انیمیشن و استاپ موشن	آموزش ایمنی و سلامت / مرجان مشکل گشا	فرزانه فصیحی / قهرمان دومیدانی
چهارم: ۹۹/۴/۲۸	تجربه کتابخوانی قصه های قرائی	زنگ شهروندی با رضا کیانیان	علی یارقلی / پزشک و پژوهشگر موفق
پنجم: ۹۹/۵/۴	سواد رسانه‌ای آهنگ سازی و خوانندگی		



پرداخت فنی کار

برای استفاده‌ی بهتر از ظرفیت تصویری و انتقال کاربردی‌تر مفاهیم، از تکنیک **کوروماکی** استفاده شده است، در این تکنیک بسیاری از مفاهیم، همزمان با توضیحات مدرس، در زمینه‌ی تصویر مشاهده می‌شود و مخاطبان می‌توانند از طریق دیدن آن‌ها، به صورت عمیق‌تر با مفاهیم آموزش داده شده، ارتباط برقرار کنند. همچنین نحوه ارتباط مدرس با مخاطب جدای از توانایی مدرس در ارتباط گیری به نحوه‌ی تدوین ویدیو کلیپ‌ها نیز بستگی دارد که تکنیک کوروماکی برای این کار بسیار مناسب است. چرا که کودک و نوجوان زبان خاص خود را دارد و ارتباط گیری جذاب با وی به صرف سواد و توانایی مدرس کافی نیست. بلکه حساسیت‌های خود را می‌طلبد که هرکسی از عهده آن برنمی‌آید و با اضافه کردن جذابیت‌های بصری، انتقال هم‌زمان مفاهیم مدرس با استفاده از تکنیک‌های کوروماکی برای هرچه بیشتر همراه کردن مخاطب تلاش کرده‌ایم.





بسترهای پخش و آمار بازدیدها

اولین بستر پخش که مدرسهٔ تابستانی در آن معرفی شد، وب سایت مدرسهٔ تابستانی به آدرس nojavanestan.ir بود. در این وب سایت علاوه بر امکان تماشای تمامی ویدیوها، امکان ارسال فایل تکالیف هر کارگاه نیز وجود دارد و مخاطبان می‌توانند در قالب یک نمودار پیشرفت، وضعیت هر کارگاه و میزان درس‌ها و جلساتی که از هر یک تماشا کرده‌اند را مشاهده کنند. اما به دلیل آنکه سایت مدرسه تابستانی جزو اولین بسترهای خروجی کار بود، تا زمانی که با محتوای مناسب پر نشود و مخاطب با آن آشنایی کامل پیدا نکند قابلیت این را ندارد که به منبع اصلی بازدید تبدیل شود. تا به اینجای کار حدود ۶۳ هزار کاربر وارد سایت شدند که ۲۴ هزار کاربر بیشتر از دو بار از سایت بازدید داشتند. این نشان از پایداری مخاطب دارد چراکه استمرار و دوام پیگیری نوجوانان نشان از استقبال و موفقیت در جذب آنهاست.





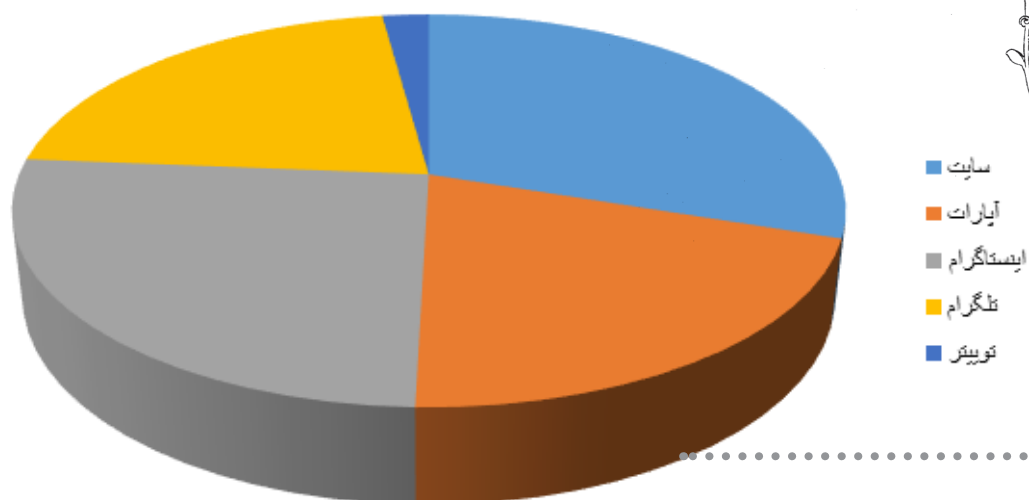
محتوای مدرسه تابستانی علاوه بر وبسایت، در شبکه‌های اجتماعی هم قابل دستیابی است. از جمله شبکه‌های اجتماعی که مدرسه تابستانی در آن‌ها دارای صفحه یا اکانت رسمی است عبارتند از: اینستاگرام برنامه مدرسه تابستانی با آدرس: [tabestani99](#) و با ۱۸k عضو، تلگرام با آدرس: [t.me/tabestani99](#) و با ۳۹۲۲ عضو، توئیتر با آدرس: [twitter/tabestani99](#) و با ۶۲۴ عضو، آپارات با آدرس فارسی (مدرسه تابستانی و آموزش شهروندی) و شبکه اجتماعی دانش‌آموزان (شاد) که باید میزان بازتابش از طرف مسئول شبکه اطلاع داده شود. در شبکه‌های اجتماعی، متناسب با ظرفیت‌های این شبکه‌ها و مخاطبان هر یک، اخبار مدرسه تابستانی، اطلاعات کلاس‌ها و مدرسان و همچنین نحوه ارتباط با مدرسه تابستانی اطلاع‌رسانی می‌شود. بیشترین استقبال و همراهی با برنامه مدرسه تابستانی به ترتیب از طریق سایت مدرسه تابستانی، اینستاگرام و بعد تلگرام و در درجه بعد آپارات و توئیتر بوده است. قابل توجه است که به جز شبکه اجتماعی دانش‌آموزان (شاد) باقی صفحات اجتماعی مخاطب آزاد و غیر مشخصی دارند که میزان جامعه مخاطب نوجوان در آن بطور دقیق مشخص نیست بنابراین آمار دقیقی که بتواند میزان همراهی نوجوانان را مشخص کند همچنان وجود ندارد. همچنین به طور کلی ۶۳۰۰۰ نفر از دوره‌های این مدرسه در وبسایت آن بازدید کرده‌اند. از صفحه آپارات مدرسه تابستانی، ۳۰۷۰۰۰ نفر بازدید داشته‌اند و همچنین از حساب اینستاگرام این طرح، ۱۲۶۵۰۰۰ بازدید صورت گرفته است که این جدای از مخاطبان همراه، میزان فراگیری و گستردگی مخاطب را نشان می‌دهد.





عضو	لینک	بستر پخش
۱۸k	tabestani۹۹	اینستاگرام
۱,۲k / ۲۰k	tabestani۹۹	آپارات
۳۲k	www.nojavnestan.ir	سایت
۳۹۲۲	t.me /Tabestani۹۹	تلگرام
۶۲۴	Tweeter /tabestani۹۹	توییتر

بررسی وضعیت بازدید از مدرسه تابستانی در شبکه‌های مجازی





بررسی رسانه‌ای

بررسی رسانه‌ای / داده کاوی زنگ شهروندی در اینستاگرام

هفته	زنگ شهروندی	بازدید اینستاگرام
اول	آموزش دوچرخه سواری در شهر/ باقر داوودپور	4469views
دوم	آموزش زندگی با پسماند کمتر/ آیه حمداوی	12161views
سوم	آموزش ایمنی و سلامت / مرجان مشکل گشا	3319views
چهارم	زنگ شهروندی با رضا کیانیان	2126views

بازدید زنگ شهروندی در اینستاگرام

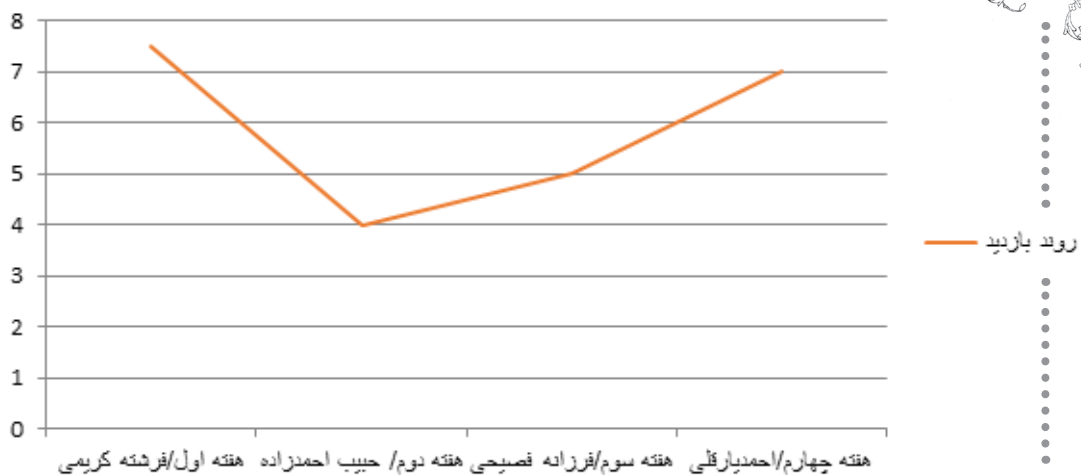




بررسی رسانه ای / داده کاوی زنگ موفقیت در اینستاگرام

هفته	زنگ موفقیت	بازدید اینستاگرام
اول	فرشته کریمی / بازیکن تیم ملی فوتسال	7610views
دوم	حبیب احمدزاده / نویسنده دفاع مقدس	3196views
سوم	فرزانه فصیحی / قهرمان دومیدانی	3673views
چهارم	علی یارقلی / پزشک و پژوهشگر موفق	7388views

روند بازدید زنگ موفقیت در اینستاگرام



اینستاگرام





بازدید کارگاه‌ها در اینستاگرام

کارگاه	مدرس	موضوع	بازدید
کارگاه نمایش	مهتاب نصیرپور	اصول اولیه هنر نمایش و بازیگری	11124views
کارگاه گویندگی	منصور ضابطیان	اصول اولیه و پیش نیازها	7916views
کارگاه نمایش	مهتاب نصیرپور	مقدمات بازیگری اهمیت بدن و بیان	15043views
کارگاه گویندگی و اجرا	منصور ضابطیان	ویژگی های گوینده و مجری	30929views
کارگاه بازیگری	مهتاب نصیرپور	آموزش بازیگری	11683views
کارگاه نمایشنامه نویسی	محمد رحمانیان	ادامه کارگاه نمایش	5001views
کارگاه گویندگی و اجرا	منصور ضابطیان	تمرین و تکنیک	3055views
کارگاه نمایشنامه نویسی	محمد رحمانیان	اتمام کارگروه	2821views
کارگاه گویندگی و اجرا	منصور ضابطیان	اتمام جلسه / نکات تکمیلی	3282views
کارگاه سینما	مازیار میری	اصول اولیه فیلمسازی	3843views
کارگاه داستان نویسی	مهدی حجوانی	اصول و موارد پایه داستان نویسی	5933views
کارگاه سینما	مازیار میری	اطلاعات لازم درمورد کارگردانی	2836views
کارگاه داستان نویسی	مهدی حجوانی	الزامات نویسنده شدن و توانایی نوشتن داستان	3428views
کارگاه سینما	مازیار میری	شیوه درست برنامه ریزی برای فیلمبرداری و شکل فیلمنامه	2944views
کارگاه سینما	مازیار میری	تدوین و صداگذاری به شکل آسان	4395views
کارگاه داستان نویسی	مهدی حجوانی	نکاتی برای نوشتن داستان خوب	4097views
کارگاه داستان نویسی	مهدی حجوانی	اتمام کار/ پرداخت نهایی داستان	3354view
کارگاه طنزنویسی	فرهاد حسن زاده	اصول پایه ای برای طنز	4168views
کارگاه انیمیشن	بهرام عظیمی	شرح تجربه در این حوزه	5569views
کارگاه طنزنویسی	فرهاد حسن زاده	شخصیت پردازی و اهمیت آن	2567views
کارگاه سینما	افشین هاشمی	تماشای چند فیلم مهم	5594views
کارگاه انیمیشن	بهرام عظیمی	چند نکته برای ورود به عرصه	3324vies



2285views	ریشه های طنز در زبان فارسی	ناصر فیض	کارگاه طنزنویسی
3368views	آموزش تکنیک استاپ موشن	مهدی خرمیان	کارگاه انیمیشن
5269views	اهمیت مطالعه غیر درسی	سروش صحت	کارگاه کتابخوانی
2557views	رابطه میان فرزندان و والدین و بزرگان فامیل	حسن حبیبی	داستان های قرآنی
3459views	چرا کتاب نمی خوانیم؟	سروش صحت	کارگاه کتابخوانی
2155views	پادشاه و بنا	حسن حبیبی	داستان های قرآنی
4364views	اهمیت کتاب خوب / چه بخوانیم	شرمین نادری	کارگاه کتابخوانی
2815views	نکات تکمیلی برای نوشتن متون طنز و شعر	ناصر فیض	کارگاه طنزنویسی
2981views	ابزارهای مورد نیاز و شیوه تولید انیمیشن با تکنیک استاپ موشن	مهدی خرمیان	کارگاه انیمیشن
1718views	پسر بچه و عینک قدیمی	حسن حبیبی	داستان های قرآنی
2356views	اهمیت نوشتن خاطرات و تجربیات شخصی	شرمین نادری	کارگاه کتابخوانی
1618views	کتاب خدا کدام مشکلات ما را حل می کند	حسن حبیبی	داستان های قرآنی
2932views	لذت مطالعه و انتخاب کتاب مناسب	مجتبی جباری	کارگاه کتابخوانی
1918views	ماجرای ابراهیم و نمرود	حسن حبیبی	داستان های قرآنی
5899views	مفاهیم رسانه / متن / زیرمتن / فرامتن	بشیر حسینی	کارگاه سواد رسانه
2649views	اصول اولیه آهنگ سازی	ستار اورکی	کارگاه آهنگ سازی
3588views	آموزش مفاهیم رسانه با مثال	بشیر حسینی	کارگاه سواد رسانه
1913views	انتخاب ساز مناسب	ستار اورکی	کارگاه آهنگ سازی
3137views	تحلیل فیلم کوتاه	بشیر حسینی	کارگاه سواد رسانه
1992views	لذت بردن از موسیقی	ستار اورکی	کارگاه آهنگ سازی
22545views	کشف پیامهای پنهان رسانه	بشیر حسینی	کارگاه سواد رسانه
2731views	اهمیت موسیقی و ویژگی موسیقی های خوب	محمد اصفهانی	کارگاه موسیقی
3067views	تکنیک های اقناعی رسانه ای	بشیر حسینی	کارگاه سواد رسانه
2177views	هنر آواز ایرانی	محمد اصفهانی	کارگاه موسیقی
2866views	لذت فیلم دیدن و کشف سینما	افشین هاشمی	کارگاه سینما





بررسی توییتر مدرسه تابستانی

کم اقبال‌ترین شبکه‌ی مجازی اجتماعی توییتر بوده است که تعداد کل توییت‌ها ۱۵۹ عدد است. توییت‌هایی که بیشتر دیده شدند عبارتند از:





توضیحات اولیه در چند توییت ابتدایی

«دوره‌های مدرسه تابستانی حداکثر پنج جلسه حدوداً بیست دقیقه‌ای است. هدف از این دوره‌ها آشنایی مخاطب کودک و نوجوان با اصول اولیه رشته‌های هنری است. اینکه پس از تماشای این دوره‌ها بتواند با علائق خود بیشتر آشنا شود و چشم اندازی هرچند حداقلی از مسائل و فرصت‌های پیش رو داشته باشند.

در این دوره‌ها قرار است ویدیوهای آموزشی شامل تئاتر، انیمیشن، گویندگی و اجرا، طنز، موسیقی، داستان نویسی، قرآن و فیلمسازی در اختیار مخاطبان قرار بگیرد و در مجموع حدود ۶۰ جلسه ویدیوی آموزشی در نظر گرفته شده است. که هر هفته ۱۲ ویدیو منتشر خواهد شد. مدرسه تابستانی از شنبه هفته آینده (هفتم تیرماه) آغاز می‌شود و به مدت پنج هفته ادامه خواهد داشت. پرکردن اوقات فراغت نوجوانان تمام ایران که به تلفن‌های همراه هوشمند و اینترنت دسترسی دارند با این آموزش‌ها از اهداف اصلی طرح مدرسه تابستانی است»



تعداد ۱۰۶ لایک و ۳۶ ریتوییت

در تاریخ ۲۲ ژوئن برای ویدیو کلیپ تبلیغ مدرسه تابستانی است.

تعداد ۱۶۳ لایک و ۳۹ ریتوییت

از تویییت مجتبی دانشور در مورد هدف مدرسه تابستانی انجام شد.

تعداد ۲۸۲ لایک و ۱۱۳ ریتوییت

برای تویییتی با تاریخ ۱۹ جولای با محتوای " چرا عده ای کتاب نمیخوانند؟"

تعداد ۲۲۰ لایک و ۲۹ ریتوییت

برای تویییتی که در تاریخ ۲۹ جولای با " خاطره محمد اصفهانی از استاد شجریان"

بیشترین ریتوییت توییتر مدرسه تابستانی از تویییت مدیرکل آموزش‌های شهروندی انجام شده است.

پایگاه خبری اسباب بازی‌ها در توییتر در تاریخ ۲۲ ژوئن

آغاز به کار مدرسه تابستانی را با تویییتی منتشر کرد. Toysnewsir

پایگاه خبری کودک شهر در تاریخ ۲۲ ژوئن

آغاز به کار مدرسه تابستانی را با تویییتی منتشر کرد: Koudakshahr

پایگاه خبری-تحلیلی شهر/shahr.ir در تاریخ ۵ ژوئن در مصاحبه‌ای با مازیار میری

از اهمیت مدرسه تابستانی و نحوه برگزاری کارگاه فیلم سازی گزارش ارائه داده است.

همچنین این خبرگزاری در مصاحبه با علیرضا کمره‌ای، معاون آموزش متوسطه وزارت آموزش و پرورش گفت که برگزاری رایگان طرح مدرسه تابستانی تهران، حاکی از توجه ویژه شهرداری تهران به توزیع عادلانه و کمک به دانش‌آموزان مناطق محروم است.



← **توییت مدیرکل امور شهروندی:**

«از سختی‌های پروژه مدرسه تابستانی، تولید محتوا مناسب و جذاب برای رده سنی نوجوانان است. دوران نوجوانی از آن جهت خاص است که در گذار از مرحله کودکی به بزرگسالی است و درحالی که هیچکدام از آنها نیست و همین حساسیت کار برای آنها را دوچندان می‌کند. تجربه هم نشان داده تولید محتوای مناسب نوجوانان در مقایسه با کودکان و بزرگسالان در کشور ما چندان جدی گرفته نشده است و در شرایطی که ظهور شبکه‌های اجتماعی، نوجوانان را در معرض انواع محتوای نامناسب قرار داده است مدرسه تابستانی می‌خواهد گامی کوچک در این حوزه بردارد.»

← **امیرناظمی در توییتی به تبلیغ مدرسه تابستانی پرداخت:**

«با اتمام سال تحصیلی مجازی، حالا نوبت اوقات فراغت مجازی است. فرصتی برای یادگیری، بازیگری تئاتر، انیمیشن، گویندگی و اجرا و.. ویدیوهای آموزشی، مهارتی در مدرسه تابستانی با بهترین مربی‌ها»

← **بهراد رضازاده در توییتی به تبلیغ مدرسه تابستانی پرداخت:**

«من سال ۹۴ با منصور ضابطیان یک دوره برنامه سازی گذراندم و آغاز رفاقتم با او از آن موقع شروع شد. که وقتی تحت آموزش از طرفش قرار می‌گیری تازه با دنیای جدیدی در آموزش مواجه می‌شوی اگر علاقه دارید این فرصت را از دست ندهید.»

← **مجتبی بیات در توییتی به ترویج مدرسه تابستانی پرداخت:**

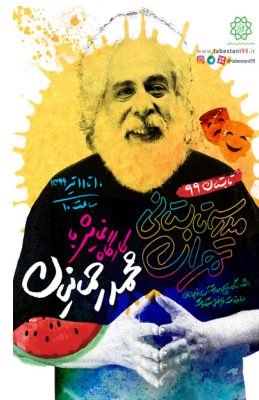
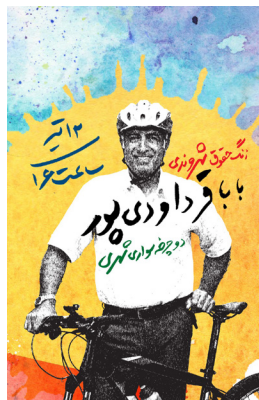
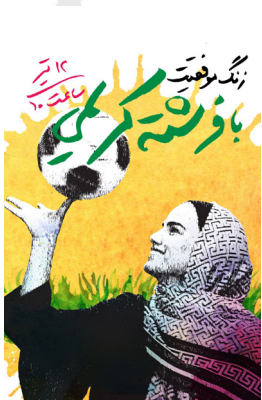
«کرونا به بازیگران عرصه سیاستگذاری فرهنگی یادآور شد که خیلی چیزها می‌تواند برای همه باشد از جمله هنر و حق یادگیری آن. حالا مدرسه تابستانی تهران شروع شده است.»



جدول بازدیدها در توییت مدرسه تابستانی

هفته اول

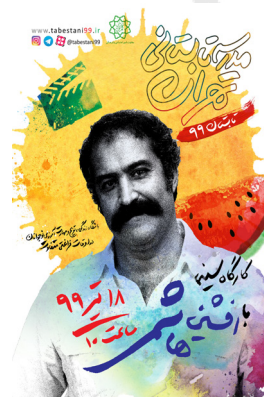
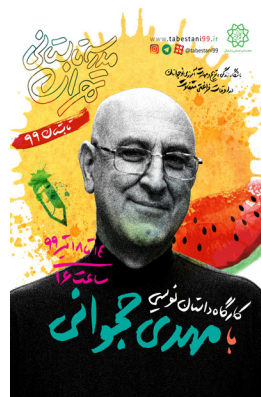
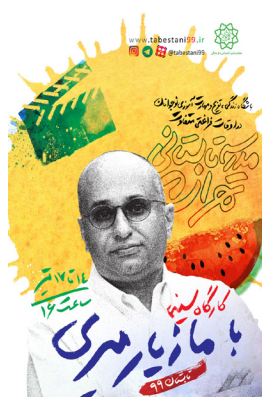
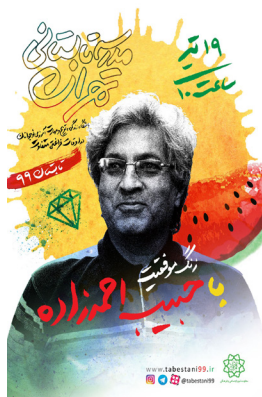
توییت مدرسه تابستانی	لایک	رتیویت	VIEWS
جلسه اول کارگاه تئاتر	۳۶	۱۲	1K
جلسه اول کارگاه اجرا	۳۵	۷	2.6K
جلسه دوم کارگاه اجرا	۵۶	۱۷	1.1K
جلسه سوم کارگاه اجرا	۴۵	۱۰	1.5K
جلسه چهارم کارگاه اجرا	۱۰	۰	1.1K
جلسه پنجم کارگاه اجرا	۱۲	۰	1.7K
زنگ شهروندی / دوچرخه سواری	۲۰	۴	600
زنگ موفقیت / فرشته کریمی	۵۷	۱۲	1.7K





هفته دوم

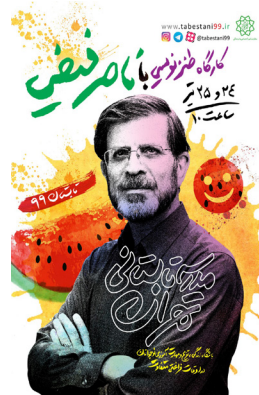
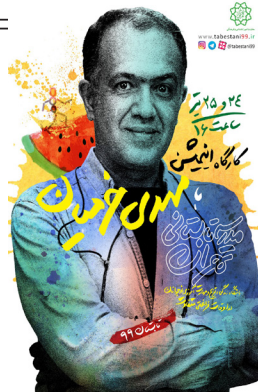
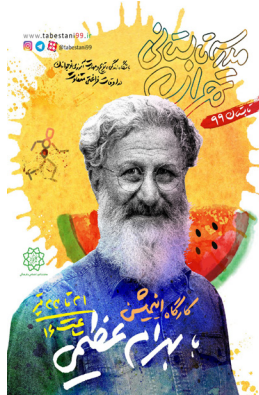
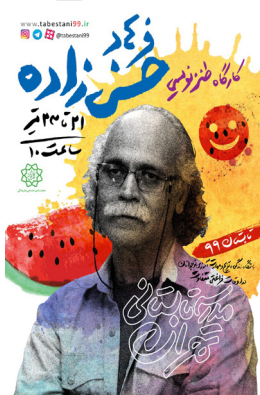
VIEWES	رتیویت	لایک	توییت مدرسه تابستانی
839	۵	۲۱	جلسه اول کارگاه سینما
421	۹	۲۵	کارگاه داستان نویسی
928	۱	۲۴	جلسه دوم کارگاه سینما / فیلمسازی آسان
928	۳	۲۳	جلسه دوم کارگاه داستان نویسی
193	۱	۲۰	جلسه سوم کارگاه سینما / آموزش مفاهیم اولیه کارگردانی
1K	۶	۴۲	جلسه سوم کارگاه داستان نویسی
1.7K	۳	۳۴	جلسه چهارم کارگاه سینما
	۰	۱۰	جلسه پنجم کارگاه سینما
154	۲	۱۵	جلسه چهارم داستان نویسی
757	۲	۱۶	زنگ موفقیت / احمد حبیب زاده
572	۶	۳۱	زنگ شهروندی / آیه حمداوی





هفته سوم

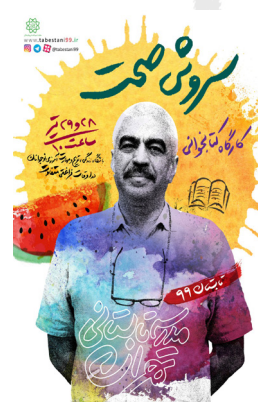
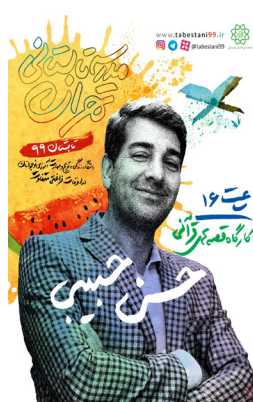
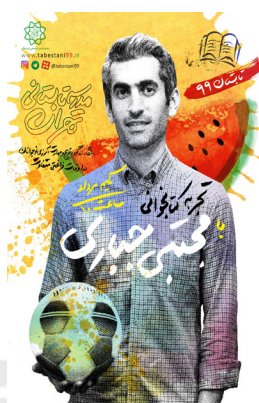
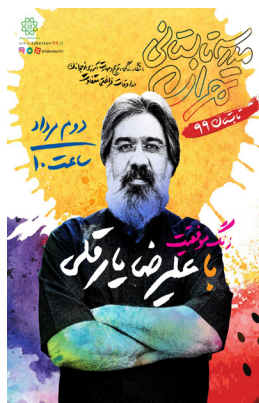
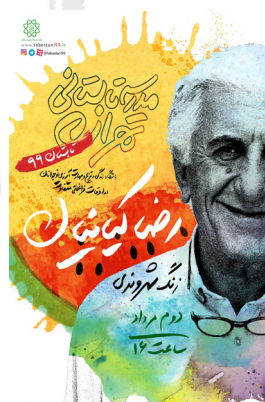
توییت مدرسه تابستانی	لایک	رتوییت	VIEWS
جلسه اول کارگاه طنزنویسی	۴۲	۵	1K
جلسه اول کارگاه انیمیشن	۲۶	۳	1.3K
جلسه دوم کارگاه طنزنویسی	۷	۱	115
توصیه بهرام عظیمی به والدین	۶۲	۵	1.4K
جلسه آخر کارگاه طنزنویسی	۱۳	۲	127
زنگ موفقیت / فرزانه فصیحی	۲۳	۵	815





هفته چهارم

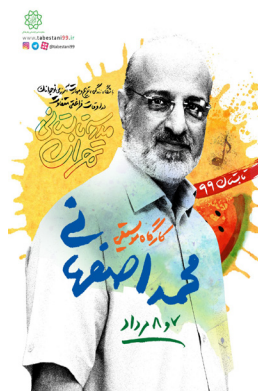
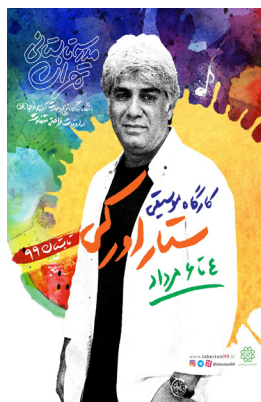
توییت مدرسه تابستانی	لایک	رتیویت	VIEWS
کارگاه کتابخوانی / چرا باید کتاب بخوانیم	۹۸	۱۱	1.6
قصه های قرآنی	۳	۰	114
جلسه دوم کارگاه کتابخوانی	۲۸۲	۱۱۳	50.7
قصه پادشاه و بنا	۵	۰	167
جلسه سوم کارگاه کتابخوانی / پیشنهاد کتاب	۷۲	۷	K1.5
جلسه چهارم کارگاه کتابخوانی / اهمیت خاطره و روزمره نویسی	۱۱۴	۱۷	K3.9
جلسه آخر کارگاه کتابخوانی / مجتبی جباری	۲۰	۳	903
زنگ شهروندی / رضا کیانیان	۳۴	۲	1.1
زنگ موفقیت / علیرضا یارقلی	۱۳	۱	203

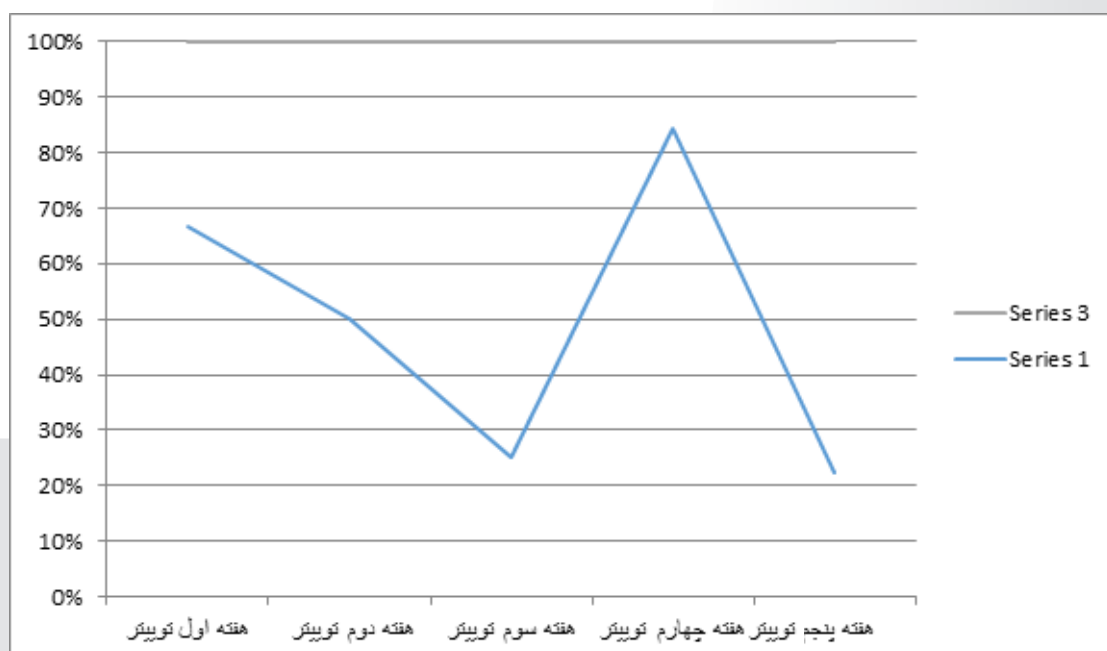




هفته پنجم

توییت مدرسه تابستانی	لایک	رتیویت	VIEWS
کارگاه سواد رسانه	۳	۰	۶۶
کارگاه موسیقی / ستار اورکی	۴	۰	۵۷
جلسه سوم کارگاه سواد رسانه	۲	۰	۵۰
جلسه دوم کارگاه موسیقی	۲۷	۱	۷۰۳
تجربه داوری بشیر حسینی در عصر جدید	۱۹	۲	۱K
خاطره محمد اصفهانی از استاد محمدرضا شجریان	۲۲۱	۲۹	۳,۳K
جلسه آخر کارگاه موسیقی	۱۵	۲	۱۵۰









بررسی تلگرام مدرسه تابستانی:

بیشترین بازدید از مدرسه تابستانی در تلگرام در تاریخ ۲۲ ژوئن با یک میلیون و دویست هزار بازدید بوده است. باقی پست‌های تلگرام میانگین بین ۴ تا ۱۱ هزار بازدید داشته است.

هفته اول

۱. اولین جلسه از کارگاه نمایش مدرسه تابستانی ۹,۹K بازدید داشت.
۲. اولین جلسه از کارگاه گویندگی و اجرا مدرسه تابستانی ۱۱,۳K بازدید داشت.
۳. دومین جلسه کارگاه نمایش ۷,۸K بازدید
۴. بخش آخر کارگاه بازیگری/جلسه سوم نمایش ۶,۶K بازدید
۵. جلسه سوم کارگاه گویندگی و اجرا ۶,۳K بازدید
۶. جلسه چهارم کارگاه نمایش/نمایشنامه نویسی ۶,۷K بازدید
۷. جلسه چهارم کارگاه گویندگی و اجرا ۵,۵K بازدید
۸. جلسه آخر کارگاه نمایش ۶,۲K بازدید
۹. جلسه آخر کارگاه گویندگی و اجرا ۶K بازدید
۱۰. زنگ موفقیت با فرشته کریمی ۶,۷K بازدید
۱۱. رنگ شهروندی با آموزش دوچرخه سواری علیرضا یارقلی در شهر ۶,۱K



هفته دوم

۱. جلسه اول کارگاه سینما با مازیار میری ۶,۴K
۲. جلسه اول داستان نویسی با مهدی حجوانی ۶,۶K
۳. جلسه دوم کارگاه سینما ۵,۸K بازدید
۴. جلسه دوم کارگاه داستان نویسی ۵,۶K
۵. جلسه سوم کارگاه سینما ۵,۷K
۶. جلسه چهارم کارگاه سینما ۵,۲K
۷. جلسه چهارم کارگاه داستان نویسی ۴,۸K
۸. کارگاه سینما جلسه آخر کارگاه سینما ۵,۵K
۹. جلسه آخراز کارگاه داستان نویسی با مهدی حجوانی ۵,۶K
۱۰. زنگ موفقیت با حبیب رضازاده ۵,۹K
۱۱. زنگ شهروندی با آیه حمداوی ۶,۸K



هفته سوم

۱. جلسه اول کارگاه طنزنویسی با فرهاد حسن زاده ۸,۱K
۲. جلسه دوم کارگاه طنزنویسی با فرهاد حسن زاده ۵K
۳. جلسه اول کارگاه انیمیشن با بهرام عظیمی ۵,۹K
۴. جلسه دوم کارگاه انیمیشن ۵,۱K
۵. جلسه سوم کارگاه طنزنویسی ۵,۱K
۶. جلسه سوم کارگاه انیمیشن ۵K
۷. جلسه چهارم کارگاه طنزنویسی / جلسه اول با ناصر فیض ۴,۶K
۸. جلسه چهارم کارگاه انیمیشن با مهدی خرمیان ۴,۹K
۹. جلسه آخر کارگاه طنزنویسی با ناصر فیض ۴,۱K
۱۰. جلسه آخر کارگاه انیمیشن ۴,۳K
۱۱. زنگ موفقیت با فرزانه فصیحی ۳,۹K
۱۲. زنگ شهروندی با مرجان مشکل گشا ۴,۴K



هفته چهارم

۱. جلسه اول کارگاه کتابخوانی با فروش صحت ۷,۵K
۲. قصه های قرآنی با حسن حبیبی / قسمت اول ۴,۹K
۳. جلسه دوم کتابخوانی با فروش صحت ۵,۸K
۴. قصه های قرآنی با حسن حبیبی / قسمت دوم ۳,۹K
۵. جلسه سوم کارگاه کتابخوانی با شرمین نادری ۴K
۶. قصه های قرآنی با حسن حبیبی / قسمت سوم ۳,۱K
۷. جلسه چهارم کتابخوانی با شرمین نادری ۳,۶K
۸. قصه های قرآنی با حسن حبیبی / قسمت چهارم ۳,۳K
۹. جلسه آخر کتاب و کتابخوانی / مجتباری جباری ۳K
۱۰. قصه های قرآنی با حسن حبیبی / قسمت آخر ۳,۱K
۱۱. زنگ موفقیت با علیرضا یارقلی ۴,۱K
۱۲. زنگ شهروندی با رضا کیانیان ۴,۲K

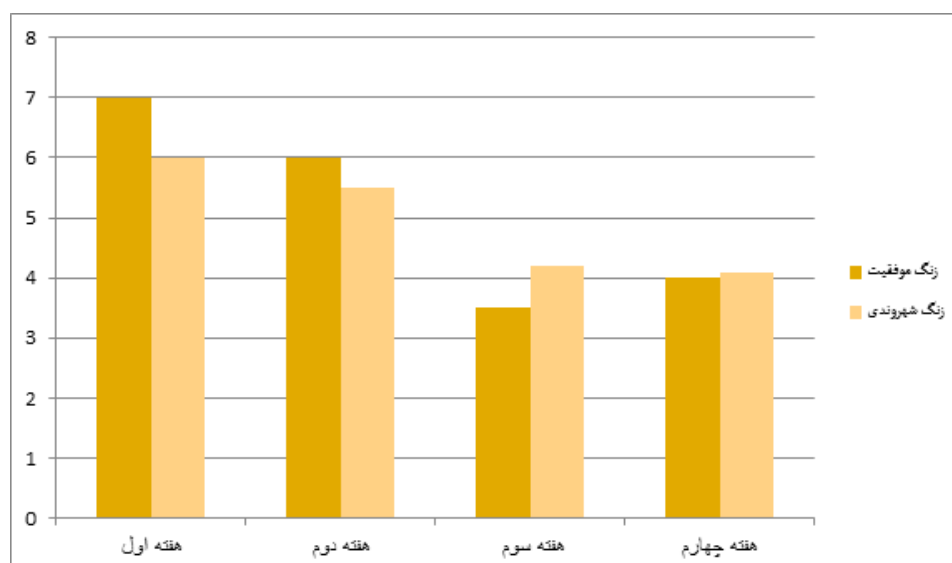
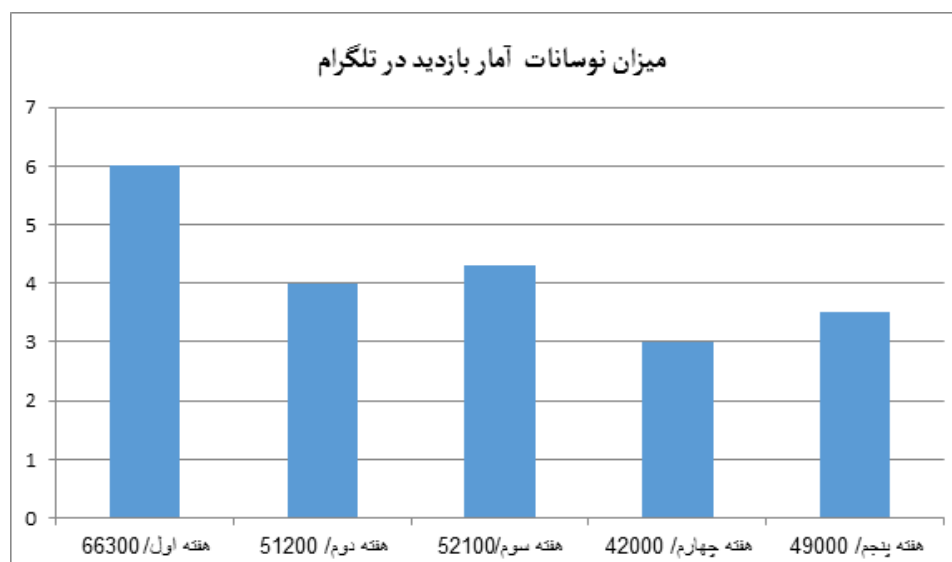


هفته پنجم

۱. جلسه اول کارگاه آهنگسازی با ستار اورکی ۶,۴K
۲. جلسه اول کارگاه سواد رسانه ای با بشیر حسینی ۵K
۳. جلسه دوم کارگاه سواد رسانه با بشیر حسینی ۳,۶K
۴. جلسه دوم کارگاه آهنگ سازی با ستار اورکی ۴,۵K
۵. جلسه سوم کارگاه سواد رسانه ای با بشیر حسینی ۳,۴K
۶. جلسه سوم کارگاه آهنگ سازی با ستار اورکی ۴,۳K
۷. جلسه چهارم کارگاه سواد رسانه ای با بشیر حسینی ۴,۲K
۸. جلسه چهارم کارگاه آهنگ سازی با محمد اصفهانی ۳,۸K
۹. جلسه آخر کارگاه سواد رسانه ای ۴,۷K
۱۰. جلسه آخر کارگاه آهنگ سازی ۴,۵K



در آخرین جلسه از فاز اول مدرسه تابستانی افشین هاشمی از لذت فیلم دیدن و کشف سینما می‌گوید. ۴,۶K



طبق نمودارها استقبال در هفته های ابتدایی بالا بوده و بعد از هفته اول مخاطب گذرا ریزش پیدا کرده و مخاطب پایدار و مستمر باقی مانده است. همچنین طبق آمار و ارقام مخاطبین شبکه های اجتماعی اینستاگرام و تلگرام نسبت به مخاطبین توییتر، پایدارتر بودند.

سایه

nojavanestan.ir / nojavanestan





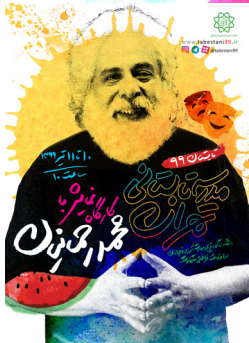
فهرست قالب تولید محتوای برنامه های مدرسه تابستانی در سایت

nojavanestan.ir / nojavanestan

هفته اول



۱. گارگاه گویندگی و اجرا منصور ضابطیان



۲. نمایش و بازیگری تتار مهتاب نصیرپور محمد رحمانیان



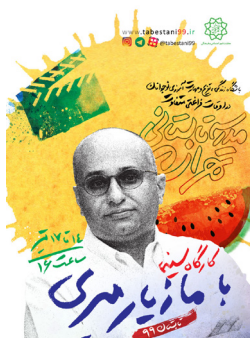
۳. زنگ شهروندی (آموزش دوچرخه سواری)



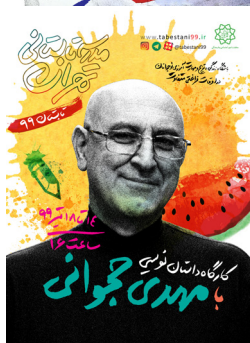
۴. زنگ موفقیت (فرشته کریمی بازیکن تیم ملی فوتسال)



هفته دوم



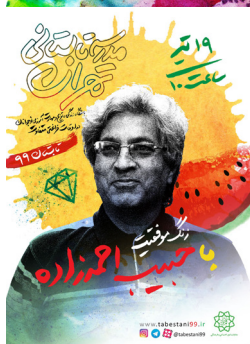
۱. کارگاه سینما و فیلم سازی مازیار میری



۲. کارگاه داستان نویسی مهدی حجوانی



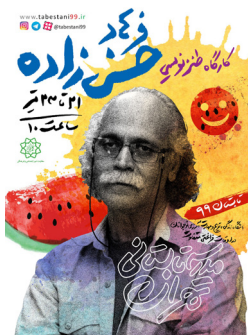
۳. زنگ شهروندی (آموزش زندگی با پسماند کمتر) آیه حمداوی



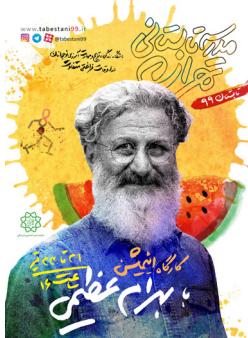
۴. زنگ موفقیت (حبیب احمدزاده نویسنده دفاع مقدس)



هفته سوم



۱. کارگاه طنز نویسی | فرهاد حسن زاده



۲. کارگاه انیمیشن و استاپ موشن | بهرام عظیمی



۳. زنگ شهروندی (آموزش ایمنی و سلامت) مرجان مشکل گشا

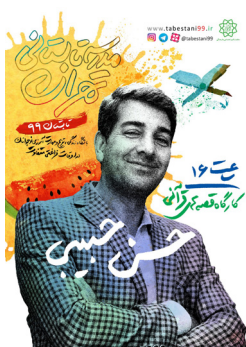


۴. زنگ موفقیت (فرزانه فصیحی قهرمان دومیدانی)

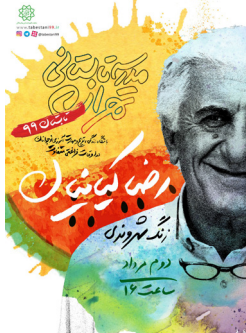


هفته چهارم

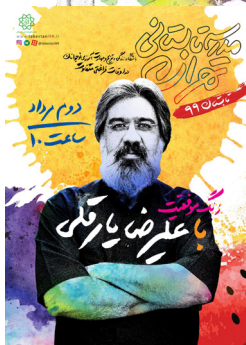
۱. کارگاه تجربه کتابخوانی | سروش صحت | شرمین نادری | مجتبی جباری



۲. کارگاه قصه‌های قرآنی | حسن حبیبی



۳. زنگ شهروندی با رضا کیانیان



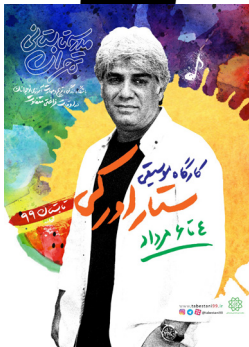
۴. زنگ موفقیت با (علیرضا یارقلی پزشک و پژوهشگر)



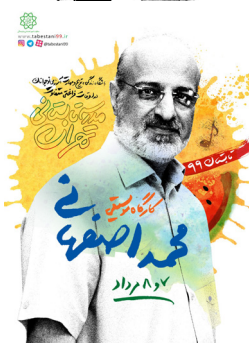
هفته پنجم



۱. کارگاه سواد رسانه ای بشیر حسینی



۲. کارگاه آهنگ سازی و خوانندگی ستار اورکی و



محمد اصفهانی



آپارے



بررسی بازدید مخاطبان و بارگذاری ویدیو کلیپ‌ها در آپارات:

- ← میانگین ۶۷۸۰۰ بازدید در آپارات بوده است
- ← که از این میزان ۱۰٫۷ هزار کاربر دنبال کننده‌ی صفحه‌ی آموزش شهروندی
- ← و ۱٫۲ هزار دنبال کننده‌ی صفحه‌ی مدرسه تابستانی تهران (۹۹ tabestani) در آپارات بودند.

به طور میانگین بازدید عمومی از صفحه مدرسه تابستانی بیشتر بود.





کارگاه‌گویندگی و اجرا

مدرس: منصور ضابطیان

۱۵ دقیقه با ۱۰۱۷۸۷ بازدید

جلسه اول:

۱۵ دقیقه با ۸۲۴۸ بازدید

جلسه دوم:

۱۸ دقیقه با ۵۹۱ بازدید

جلسه سوم:

۱۱ دقیقه با ۴۲۷ بازدید

جلسه چهارم:

کارگاه آموزش بازیگری

مدرس: مهتاب نصیرپور

۸ دقیقه با ۲۱۵۴۷ بازدید

جلسه اول:

۱۱ دقیقه با ۲۴۴۱ بازدید

جلسه دوم:

۹ دقیقه با ۶۱۹۰ بازدید

جلسه سوم:

۹ دقیقه با ۹۲۷۵ بازدید

جلسه چهارم:



کارگاه قصه‌های قرائی

مدرس: حسن حبیبی

جلسه اول: ۱۱:۵۳ دقیقه با بازدید

جلسه دوم: ۱۱:۵۷ دقیقه با بازدید

جلسه سوم: ۱۱:۲۱ دقیقه با بازدید

جلسه چهارم: ۱۶:۰۲ دقیقه با بازدید

جلسه پنجم: ۱۵:۱۲ دقیقه با بازدید

کارگاه سواد رسانه ای

مدرس: بشیر حسینی

جلسه اول: ۱۷:۳۳ دقیقه با بازدید

جلسه دوم: ۱۲:۵۶ دقیقه با بازدید

جلسه سوم: ۱۸:۲۶ دقیقه با بازدید

جلسه چهارم: ۱۴:۲۸ دقیقه با بازدید

جلسه پنجم: تحلیل فیلم: ۱۵ دقیقه با ۱۲ هزار بازدید



کارگاه نمایشنامه‌نویسی

مدرس: محمدعلی رحمانیان

۱۵ دقیقه با بازدید

جلسه اول:

۱۲ دقیقه با بازدید

جلسه دوم:

کارگاه فیلم‌سازی آسان

مدرس: مازیار میری

۱۲ دقیقه با بازدید

جلسه اول:

۱۳ دقیقه با بازدید

جلسه دوم:

۱۵ دقیقه با بازدید

جلسه سوم:

۱۲:۵۰ دقیقه با بازدید

جلسه چهارم:

کارگاه طنزنویسی

مدرس: ناصر فیض

۱۳:۴۸ دقیقه با بازدید

جلسه اول:

۱۵ دقیقه با بازدید

جلسه دوم:



کارگاه آهنگسازی

با ستار اورکی

۱۰ دقیقه با ۸۲ بازدید

جلسه اول:

۱۲ دقیقه با ۸۳ بازدید

جلسه دوم:

۱۳ دقیقه با ۹۰ بازدید

جلسه سوم:

کتابخوانی ۱

با سروش صحت

۱۲:۳۸ دقیقه با ۳۰۲ بازدید

جلسه اول:

کتابخوانی ۲

با مجتبی جباری

۱۴:۳۳ دقیقه با ۲۰۰۲ بازدید

جلسه دوم:

کتابخوانی ۳

با شرمین نادری:

۱۲:۲۶ دقیقه با ۱۱۵ بازدید

جلسه سوم:

۱۱:۵۳ دقیقه با ۹۹ بازدید

جلسه چهارم:



کارگاه موسیقی

با محمد اصفهانی

۱۹:۰۲ دقیقه با ۱۵۰۰ بازدید

جلسه اول:

۲۰ دقیقه با ۲۴۰۰۰ بازدید

جلسه دوم:

زنگ موفقیت ۱

با پزشک یارقلی:

۱۵ دقیقه با ۱۰۷ بازدید

زنگ موفقیت ۲

با فرشته کریمی

۱۷ دقیقه با ۷۳۷۹ بازدید

زنگ موفقیت ۳

با حبیب احمدزاده:

۱۴ دقیقه با ۱۶۱ بازدید



زنگ شهروندی ۱

بارضا کیانیان:

۸۵۰۰ بازدید

زنگ شهروندی ۲

با آیه حمداوی:

۷۹۰۰ بازدید

تحلیل بازدید کاربران آپارات:

کارگاه گویندگی و اجرا، بازیگری و موسیقی با بیشترین استقبال مخاطبان مواجه شد

و کارگاه قصه های قرآنی با کمترین استقبال همراه شد.

این استقبال بطور میانگین در همه شبکه های مجازی با نسبت یکسانی همراه بوده است.





فصل چهارم

گفتگو با عوامل اجرایی و صاحب نظران



مصاحبه با مجتبی دانشور

مدیرکل آموزش‌های شهروندی شهرداری تهران

۱. مقدمه‌ای در باب لزوم ضرورت انجام پروژه مدرسه تابستانی بفرمایید؟

بحران بیماری کرونا و تحولات شرایط زیستی ناشی از آن سبک جدید از زندگی اجتماعی را در پی داشته است. در این بین گروه‌های مختلفی از شهروندان با محدودیت‌هایی مواجه شدند که زندگی روزمره‌ی آنان را تحت شعاع قرار داده است. یکی از آن تغییرات، بحث اوقات فراغت کودکان و نوجوانان است. دانش‌آموزان سال‌های گذشته بعد از تعطیلی مدارس فرصتی داشتند تا براساس علاقه خود و امکانات موجود در محل زندگی‌شان اوقات فراغت خود را با کلاس‌ها و برنامه‌های مختلفی بپرکنند. اما از زمانی که بیماری کرونا فراگیر شد و محدودیت‌های جدیدی را با خود به همراه آورد نوجوانان به اجبار بیشتر وقت خود را در خانه سپری می‌کنند و با توجه به شرایط جدید وابستگی آنان به فضای مجازی نیز بیشتر شده است. امروزه موبایل جزو جدانشدنی و لاینفک زندگی افراد شد و به راحتی نه می‌توان آن را حذف کرد و نه کنترل و نظارت دقیقی بر استفاده از آن داشت. بگذارید اینگونه بگویم که دورانی بود که پدر و مادرها به دنبال این بودند که موبایل‌ها را از دست فرزندانشان بگیرند و به عبارتی آن‌ها را در همه ابعاد کنترل کنند. اما امروزه شرایط به کلی متفاوت است و باید رویکرد دیگری جهت حل مسئله داشت. ما در معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران هرساله در تابستان برنامه‌های مختلفی برای پر کردن اوقات فراغت افراد داشتیم. یکی از این سیاستگذاری‌ها، برنامه‌های سرای محله بوده است که در ۳۵۲ سرای محله‌ی شهر، توسط شهرداری تهران برنامه‌های مختلفی انجام می‌شد. یا همچنین مجموعه کارگاه‌هایی نیز در یک سری برنامه‌ها در قالبی غیر از سامانه شاد و نشاط و... که در واقع در اعیاد و مناسبت‌های تابستان در پارک‌ها رویدادهایی را برگزار می‌کردند و سعی داشتند اوقات فراغت دانش‌آموزان را خوشایند کنند.



۲. دلیل آنکه گروه شهروندی کودک و نوجوان را برای این کار برگزیدید چه بوده است؟

ما در اداره‌ی کل آموزش امور شهروندی در تمامی سیاستگذاری‌های فرهنگی و اجتماعی در پلتفرم‌های مختلف سعی کردیم دو کلیدواژه اصلی برای فعالیت‌ها در نظر بگیریم و تابستان امسال بیش از گذشته بر آن تاکید داریم:

* یکی فرهنگ سازی و آموزش

* و دیگری کودک و نوجوان به عنوان مخاطب اصلی و تاثیر گذار



کودکان و نوجوانان هم در کلیدی و مهم هستند و دبیرخانه کودک و شهروندی کل آموزش‌های شهروندی

به این دلیل که حوزه‌ی آموزش مخاطبان هم به لحاظ اینکه ما هستیم و هرساله اداره

هم متناسب با شرایط در این برنامه شرکت می‌کرد. بدین گونه که برای پرکردن اوقات فراغت شهروندان برنامه‌هایی برگزار می‌شد که بخش کودک و نوجوان به این اداره واگذار می‌شد.

امسال متوجه شدیم که برگزاری رویدادها به این شکل ممکن نخواهد بود و از آنجاییکه وضعیت بحران کرونا بسیاری از شرایط را تغییر داده است، باید رویکرد جدیدی در سیاستگذاری‌های فرهنگی و اجتماعی اتخاذ کرد. یکی از آن شرایط نحوه‌ی گذران اوقات فراغت است. سالها قبل مدارس تعطیل می‌شد و بچه‌ها فرصت داشتند تا براساس علاقه‌ی خودشان در محیط زندگی اوقات فراغت خودشان را پر کنند. اما امسال شرایط به گونه‌ای دیگر است. و باید تدبیر دیگری اندیشید. از آنجایی که بنده سال‌ها در کانون پرورش فکری کودک و نوجوان کار کردم و سابقه فعالیت و کار با این قشر را دارم، همیشه یک تجربه‌ای در رابطه با نوجوانان بر روی نگرشم تاثیر بسیاری داشت، اینکه یکبار در زندگی، فردی یک چیزی و یک پیامی را از زبان فردی می‌شنود و در او تاثیر می‌گذارد و به همین سادگی مسیر زندگی‌اش را تغییر می‌دهد. گاهی اوقات ما یک جایی یک انسانی را دیدیم که باعث شد مسیر زندگی و کارمان عوض شود. توجه به این نکته در رویکرد و نگرش‌های مدیریت فرهنگی و اجتماعی بسیار مهم است و تاثیرگذاری سیاستگذاری‌ها را دوجندان می‌کند.



مسئله مهم دیگر آن است که همیشه یک گروه سنی در این فرایند تولید محتوای فرهنگی واجتماعی مغفول می‌مانند. چرا که تولید محتوا برای کودکان و نوجوانان بسیار سخت است. شما حتی اگر به کتاب‌های رده سنی کودک و نوجوان هم نگاه کنید شاید بیشترین رده‌ی چاپ کتاب‌ها را برای رده سنی الف و ب و ج داریم و هرچقدر به سمت جلو می‌رویم وضعیت بدتر می‌شود. حتی در بازی‌ها و گیم‌ها هم که ملاحظه کنید متوجه می‌شوید شرایط تقریباً مشابهی وجود دارد. حتی اگر به برنامه‌های تلویزیونی دقت کنید خواهید فهمید که تا چه اندازه برنامه‌های مخصوص کودک و نوجوان کم تولید می‌شود. این قشر هم معمولاً آسیب پذیرترند و هم تولید محتوا برای همچنین مخاطبی سخت‌تر است. لذا ما با گروهی از دوستان و همکاران که مد نظر داشتیم پس از بحث و بررسی پیرامون این مسئله به این نتیجه رسیده ایم که برنامه‌ای را تولید کنیم که این گروه سنی را درگیر کند و به عنوان خروجی به چند دستور رسیدیم:

ابتدا اینکه مهارت‌هایی را که نوجوانان دوست دارند و دغدغه آنهاست را بیاییم و در آن حوزه‌ها تولید محتوا کنیم. بازیگری، گویندگی، اجرا، فیلم و ساخت انیمیشن، داستان نویسی طنز و... دغدغه‌هایی بود که من به کمک دوستانم در کانون پرورش فکری به آنها دست یافتیم. درواقع کلیدواژه‌هایی را دیدیم که نوجوانان بیشتر به سمت آن مسائل گرایش دارند. ناگفته نماند کارگاه‌های کانون پرورش فکری از مسائلی شروع می‌شد که اساس آموزش تصویری پیشرفته و کامل‌تری دارند که ما در اینجا امکاناتش را نداشتیم. در نهایت از بین مسائلی که عنوان شده بود ده کارگاه را انتخاب کردیم که دغدغه نوجوانان است. به عنوان مثال با توجه به افزایش استفاده از فضای مجازی بچه‌ها به بازیگری اجرا و این تیپ از مسائل گرایش زیادی داشتند.

نکته دوم این بود که مفاهیم چگونه باید به نوجوانان انتقال پیدا کند. در واقع در فضای مونولوگ و یکطرفه چگونه مفاهیمی را ارائه دهیم که جذاب باشد. برای اینکار تصمیم گرفتیم به سراغ کسانی برویم که شناخته شده باشند، در عین حال صاحب نظر باشند و جذبه‌ی کافی برای مخاطب ما داشته باشند و البته بسیار مهم بود که به لحاظ مفهومی نیز تامین کننده باشند. بنابراین با احتساب این شاخص‌ها لیستی از آدم‌هایی که بدرد حوزه کاری ما می‌خورند، تهیه کردیم از جمله بازیگری، گویندگی و اجرای انیمیشن فیلم، شعر، طنز و... کم کم این حلقه تشکیل شد و ما به سراغ افرادی رفتیم که هم تمایل به همکاری داشتند و هم توانایی آنکه بتوانند در فضای تصویری با مخاطبان کودک و نوجوان هم‌گرایي داشته باشند. در نهایت ما به سناریویی رسیدیم که در آن ده کارگاه ده الی بیست دقیقه‌ای در حیطه‌های مختلف تدارک دیده شد و در شبکه‌های مجازی بارگذاری شد. هدف ما در ایجاد چنین فضایی این نبود که بگوییم قرار است به واسطه این آموزش‌ها در انتها یک فیلم ساز برجسته داشته باشیم بلکه فقط مقصد آن بود که نوجوانان با اصول اولیه آن مهارت‌ها آشنا شوند.



۳. آیا هدف شما الگوسازی در نوجوانان و ارائه یک الگوی تاثیرگذار بر روی نوجوانان بوده است؟

من بیننده‌ی یک مستندی بودم با عنوان «تهران-نیویورک» که در مورد تاریخچه کانون پرورش فکری است. خانم معتمدآریا، اکبر عبدی، حمید جلی و... در آن صحبت می‌کردند و همه‌ی آنها یک نکته‌ی مشترکی را بازگو می‌کنند، همه‌ی آنها می‌گویند ما یک فیلمی دیدیم. و یا یک اتفاقی افتاده و یا یک فردی در مسیر زندگی‌مان قرار گرفته که ما را در این مسیر از زندگی وارد کرده است. من این مسئله را به عنوان یک رویکرد آموزشی برای نوجوانان در نظر گرفتم و سعی داشتم آن را در سیاستگذاری و تولید محتوا برای آموزش نوجوانان در نظر بگیرم.



در این راستا دو کارگاه هم با عنوان زنگ تفریح در نظر گرفتیم که در دو بخش زنگ شهروندی و زنگ موفقیت افراد موفق و شاخص به دلایل موفقیت خودشان و ارائه الگوی موفقیت پرداختند.

۴. شما چشم انداز مدرسه تابستانی را در چه مسیری تعریف می‌کنید؟

اصلی‌ترین دلیل اینکه ما مدرسه تابستانی را به عنوان یک پلتفرم جدی تر گرفتیم، این بود که در دوران کرونا تغییر نگرش و رفتار نسبت به نوع آموزش و سیاستهای خود داشتیم و به این نتیجه رسیدیم که نمی‌توانیم مثل قبل آموزش بدهیم و باید رویکرد نوینی داشت. از این رو در بحثی که با مدیرکل آموزش و پرورش داشتیم، صحبت این بود که در خوشبینانه‌ترین حالت ما در سال آینده سه روز در هفته فقط کلاس درس حضوری داشته باشیم. و در این سه روز صرفاً به آموزش علمی می‌پردازیم و فرصت فعالیت‌های فرهنگی وجود ندارد. این در حالی است که مدارس یکی از پایگاه‌های اصلی ما در حوزه‌ی آموزش شهروندی بود و به واسطه این مدارس برخی کارها را انجام می‌دادیم. اکنون که این امکانات از ما سلب شده است باید مدرسه تابستانی را به سمتی ببریم که از مدرسه تابستانی با رویکرد آموزش و تفریح آن را به مدرسه‌ی مهارت‌افزایی تبدیل کنیم و آموزش شهروندی را صرفاً نه به معنای نقش شهروندان در تفکیک زباله و... در نظر بگیریم، بلکه مجموعه‌ای از مهارت‌ها و دانشی می‌دانیم که در مجموع موجب می‌شود فرد بهتر و درست‌تر زندگی کند.



مهارت‌های زندگی شهروندی، شامل آگاهی از حقوق و تکالیف شهروندی است و ... ما سعی می‌کنیم در یک فضای کم به بهترین محورهای آموزشی و مهارتی پردازیم و به واسطه آموزش این مهارت‌ها به نوجوانان یاد بدهیم که از وقتشان بهینه استفاده کنند، شهروندی باشند که سواد مالی داشته باشند، به همسایه خود احترام بگذارند، به محیط زیست حساس باشد و ...

۵. از نگاه شما اهمیت فضای مجازی در چیست و چطور می‌توانید خود را با آن تطبیق دهید؟

بگذارید اهمیت فضای مجازی را اینگونه برای شما شرح دهم:

عموماً سیاستگذاری‌های عملیاتی در حوزه اجتماعی شهرداری، و نت محور بوده است. به این شکل که یک جمعیتی را جمع کردند و در تعامل با دیگر گروه‌ها به عملکرد فرهنگی و اجتماعی پرداختند. اکنون در یک دوره‌ی گذار هستیم. و این فرصتی است که بتوانیم تنوع عملکرد و مدیریت سیاستگذاری‌های فرهنگی و اجتماعی را داشته باشیم. شاید ما هم در این حوزه به تکرار و خلاقیتی رسیده بودیم و شرایط حاصل از بحران کرونا این فرصت به ما داد که روش‌های جدید بیافرینیم. اما باید اعتراف کنم تاسفانه ما در کشور در حوزه فضای مجازی بخصوص در حوزه‌ی ودک و نوجوان، علاوه بر عدم تولید محتوای مناسب با مشکلات و ضعف‌های جدی در زیرساخت‌های فنی مواجهیم.



نکته‌ی دیگر آن است که اگر از خود سوال کنیم چرا محتواهای غیراستاندارد آنقدر دیده می‌شود؟ باید بگوییم چون محتوای استاندارد ما آنقدر کم است که باید با ذره‌بین به دنبال آن بگردیم. اگر ما محتوای مناسبی تولید کنیم و آن را رواج بدهیم، اتفاق بهتری را رقم می‌زنیم. اما نکته‌ای که وجود دارد آن است که تولید محتوا در فضای مجازی بسیار بسیار سخت است. به عنوان مثال شما در نظر بگیرید، در یک کلاسی ۳۰ دانش آموز در یک تایم و فضای مشخص، مجبورند که به یک محتوای خاص از یک شخص خاص گوش کنند. حالا اینکه چند درصدشان گوش می‌کنند به کنار، ولی در هر صورت شما یک محتوایی را در فضای کلاس رها می‌کنید و به امید این هستید که این محتوا در یک نقطه‌ی مشخصی به مخاطب برسد. اکنون ما داریم برای ارائه مطلب و جذب مخاطب چه کار می‌کنیم؟ یا



چه کاری می‌توانیم انجام دهیم؟ یک بحث کار این است که ما یک پلتفرمی در مورد «شهرداران مدرسه» داشتیم. این یک بحث قضیه است که با استفاده از ظرفیت ارتباطی آنان به آموزش می‌پردازیم و اکنون نیز می‌توان به عنوان یک ظرفیت از آنان استفاده کرد و یک بحث دیگر پلتفرم‌های دانش آموزی است که آن را استفاده می‌کنیم مثل سامانه شاد، که در سال جاری خیلی خروجی آن چنانی نداشت اما در تلاشیم تا زیرساخت‌های بهترین‌ها را فراهم شود. از آن طرف هم شناسایی مدارس غیرانتفاعی و کانون‌های خصوصی دانش آموزی را شروع کردیم. حتی چند تن از این شرکت‌های فناوری ارتباطات را هم شناسایی کردیم تا ببینیم این شرکت‌ها چه نرم‌افزارهایی به مدارس غیرانتفاعی می‌فروشند که بتوانیم آنجا هم حضور داشته باشیم. امسال هزینه‌ها را به این سمت بردیم و رواست اگر بگوییم ما هم در این شرایط وظیفه خود را انجام داده‌ایم. خیلی به دنبال روش‌های جدید نیستیم و جامعه مخاطب خود را ذخیره می‌کنیم و به سمت این نوع تظاهر می‌بریم. در واقع هدف این بود که فضایی فراهم کنیم که در این شرایط خروجی خوبی داشته باشد.

۶. با توجه به رصد رسانه‌ای بر کدام شاخص‌های انتخاب افراد و برنامه‌ها باید بیشتر تاکید کرد؟

در سامانه‌ی شاد کلونی از بچه‌ها داریم که از دوستان خواستیم، آمار دقیقی از بازدیدها و مخاطبان به ما ارائه بدهند. میزان کمی این مخاطبان و بازدیدها بسیار مهم است چرا که سامانه‌ی شاد جامعه‌ی مخاطب دقیقی نسبت به سایر شبکه‌های اجتماعی دارد. شبکه‌های اجتماعی دیگر مثل اینستاگرام، آپارات و سایت، مخاطب تایید شده‌ای ندارند فلذا مخاطب آزاد است و هر کسی را می‌تواند دنبال کند،

در گام بعدی اینکه چه معیار و شاخصی بیشتر از شاخص‌های دیگر موجب استقبال مخاطب از یک کارگاه شد و یا برعکس، نیز مسئله مهمی است که باید بدان پرداخت. اما اگر کلی بخواهیم بنگریم، آنچه که در ارتباط با شهردار مدرسه‌ها در جریان سنجش و ارزیابی کار متوجه شده‌ایم، دریافتیم که وجه شهرت بیشتر از محتوا مد نظر سلیقه‌ی نوجوانان بوده است و تاثیر بیشتری روی آنها داشته. به عنوان مثال کارگاه‌های رضا کیانی در مورد زیست شهروندی، اگرچه از جهت فرمت کار، با ایده‌آل ما فاصله داشت اما استقبال بسیار خوبی از آن شد. بنابراین می‌توان نتیجه نسبی گرفت که از نظر شهرت و معروفیت نوجوانان تاثیرپذیری بیشتری دارند.



بعد دیگر کاربردی بودن آموزش است، کارگاه‌هایی بودند که نوجوانان بیشتر با آن درگیر شدند و به همین دلیل بیشتر از آن استقبال کردند. مثل آموزش فیلم‌سازی و ویدیو. توجه داشته باشید که برای ما به عنوان شهرداری تهران، هدف واقعی به سرمنزل مقصود رسیدن نیست. اما طبیعتاً باید هدف مشارکت بیشتر شهروندان را در نظر گرفت. از این رو ما با آموزش و پرورش صحبت‌هایی داشتیم و دغدغه مشارکت و تعامل دو طرفه ما با مخاطب را مطرح کردیم که در نهایت به فرایندی منجر شد بدین شکل که نوجوانانی که در این دوره کار عملی فرستادند و در کارگاه‌ها مشارکت عملی داشتند. در گام‌های بعدی بیشتر از آنان استفاده شود و چون ساز و کار و ظرفیت‌هایی که آموزش و پرورش دارد مثل سازمان دانش‌آموزی و... را ما نداریم، این بخش از مأموریت به آنان و نهادهای دیگر محول می‌شود. از طرفی هم خیلی از این نوجوانان و مخاطبان برای شهر تهران نیستند. سی و شش هزار کاربر به سایت ما مراجعه کردند که عمده‌ی مخاطبین، آپارات و اینستاگرام هستند. صفحه‌ی اینستاگرام که ۲۰ هزار فالور دارد است و در مجموع بازدید‌ها هم در اینستاگرام و هم در آپارات، حدود ۶۰۰ هزار بار بوده است و آنجا جایی است که ما موفق شدیم به لحاظ گروه سنی، مکان جغرافیایی، مدارس منطقه و... افراد را رصد کنیم.

نکته حائز اهمیت آن است که ۶۴ درصد مخاطبین ما ساکن خارج از تهران هستند، در نتیجه ما نمی‌توانیم همه‌ی دانش‌آموزان و نوجوانان را پوشش دهیم. در این بخش با آموزش و پرورش صحبت شد که بتوانیم برای بخش‌های بیرون از تهران هم اقداماتی صورت بگیرد. شهرداری شهرهای دیگر نیز، کار را از ما گرفتند اما در نظر داریم برای اینکار، به یک الگوی واحد و مشخص برسیم که بتوانیم آن را در اختیار شهرداری‌های سایر مناطق کشور و نهاد آموزش و پرورش قرار دهیم. فعلاً مدرسه‌ی تابستانی را در همین شرایط و محتوا جلو ببریم و در گام بعدی برای فصل جدید در تلاش هستیم که به برنامه حقوق و تکالیف شهروندی پردازیم.

و از آنجاییکه هم که مدارس به صورت نسبی باز می‌شوند و با جمعیت نسبی دانش‌آموزان مواجه هستیم بهتر می‌توانیم در فضای مجازی همکاری بگیریم، تبلیغ کنیم و به رصد محتوا و الگوی مشخص پردازیم. در واقع فعلاً در حال برندینگ سازی هستیم.



۷. نقش الگوسازی در انتخاب و تصمیمات نوجوانان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

باید بدانیم که نوجوانان امروز با نوجوانان چند سال گذشته بسیار متفاوت هستند. سن بین سیزده تا شانزده سال، سن دغدغه‌ی آینده و همزادپنداری با الگوهای معروف است. نوجوانانی که تلاش می‌کنند شبیه بازیگر معروفی شوند یا شبیه دکتر مورد علاقه‌ی خود شوند و...

این در سن نوجوانی بسیار شایع است چون نوجوانان زیر ساخت آینده تحصیلی خود را می‌خواهند با انتخاب رشته بسازند و الگوها در آنجا برایشان بسیار تاثیرگذار است. امروزه نوجوانان هرچه که بخواهند با یک کلیک ساده می‌توانند بدست بیاورند. بنابراین امروز دیگر فرصت آن نیست که الگوهای خاص به بچه‌ها معرفی کنیم بلکه باید شاخص به آنها معرفی کنیم. باید ذهن نوجوان را آماده کرد که بفهمد و تشخیص بدهد که موفقیت یعنی چه؟ پیشرفت یعنی چه؟ مصداق‌هایش کجاست؟ امروزه نمی‌توان به کودک و نوجوان دستور داد و برایشان تکلیف کرد که چه چیزی ببینند یا نبینند؟ امروزه با یک جستجوی ساده و یا چند کلیک راحتی می‌توانند به آنچه که بخواهند دست پیدا کنند. به نوعی آنها هستند که در یک بازار رقابتی تصمیم می‌گیرند و انتخاب می‌کنند. در چنین شرایطی باید به آنها راه تصمیم‌گیری و نحوه انتخاب درست را یاد داد. ما سعی کردیم نوع کار خود را به این سمت و سو ببریم و با توجه به استقبال مخاطب. گمان می‌کنم تا حدی موفق بوده ایم. در مجموع، استقبال و بازدید از کل کار یک میلیون و سیصد بازدید بوده است. سایت مدرسه تابستانی به دلیل اینکه پلتفرم از قبل آماده ای نبود تبلیغ زیادی روی آن نداشتیم چرا که در نظر داشتیم اول محتوا پر شود بعد سایت تبلیغ بشود. بطور میانگین هر کاربری که بازدید داشته دو الی سه بار وارد سایت شد این یعنی پایداری و استمرار و تناوب مخاطب و بازدید. جالب است که بیست و چهار هزار مخاطب بودند که بالای دو بار وارد سایت شدند این در واقع یکی از مقیاس‌های است که بدانیم بطور کلی چقدر استقبال شده است.

ما چیزی نزدیک به ۱۴ میلیون دانش آموز داریم و حدود ۴ میلیون هم جمعیت زیر ۷ سال که در مجموع ۱۸ میلیون جمعیت کودک و نوجوان داریم. آنچه که در این کار برای ما مهم است این است که به حدی این کار لایه لایه است که اگر همه مخاطبان ما حداکثر ۵۰ هزار نفر هم بوده باشند ما نمره قبولی می‌گیریم و این دستاورد بزرگی است چرا که شما برای یک گروه سنی محدود با یک علاقه و امکانات محدود، میزان دسترسی محدود و در یک جامعه شهری مشخص، محتوای تخصصی تولید می‌کنید. و در واقع یک جمعیت ۱۸ میلیونی را به یک رنج سنی ۵ ساله محدود می‌کنید.



بنابراین به همین خاطر است که می‌گوییم حتی اگر ۵۰ هزار بازدید داشته باشیم پیروز میدان بوده‌ایم و البته پیگیری و استمرار مخاطب نیز یکی از معیارهای موفقیت کار است ما با آموزش و پرورش نیز در حال تعامل هستیم تا نیازهای نوجوانان در حوزه‌های تحصیلی هم شناخته شود. البته من اعتقادی ندارم که شهرداری در همه حوزه‌ها باید ورود پیدا کند و در واقع به عنوان مسئولیت اجتماعی به این نوع آموزش‌ها و مهارت‌آموزی‌ها نگاه می‌کنیم و از ظرفیت نهادهای دیگر نیز استفاده می‌کنیم. من به دوستان آموزش و پرورش هم گفته‌ام که شاید در دوران جوانی ما انتخاب رشته‌ی تحصیلی و شغل افراد فقط ۲۰ درصد انتخاب فرد بوده است ۸۰ درصد آن از روی جبر محیطی بوده است مثل خیلی از افرادی که کاری که می‌کنند با رشته‌ای که تحصیل کرده‌اند همخوانی ندارد الان دیگر اینگونه نیست رنج سنی نوجوان امروزی شرایط متفاوتی دارد و وظیفه ما هدایت و شناسایی علاقه و استعداد و ظرفیت‌های آنان است که آموزش‌ها و فرصت‌سازی در مواجهه با مسائل مختلف و قدرت انتخاب برایشان فراهم شود. امروزه تنوع شغلی بسیار زیاد بوده و هدایت دانش‌آموزان به سوی انتخاب درست با معرفی مهارت‌ها انجام می‌پذیرد و ما باید در کنار آموزش و پرورش مسیر مهارت‌آموزی را مشخص کنیم. یکی از عوامل هدایت‌کننده، تولید محتوای مناسب است و برای هموار کردن این مسیر، همگرایی گسترده‌ای در حوزه فرهنگی و اجتماعی نیاز است. که این همگرایی بین بخش‌های گوناگون جامعه وجود ندارد. کودکان و نوجوانان امروز دچار تناقضات شدید هستند. بنابراین تعیین شاخص مناسب بسیار اهمیت پیدا می‌کند. بزرگترین خلاء مهارت‌آموزی در نوجوانان امروزی شاخصی است به نام تجربه زیسته. به عنوان مثال نسل ما یعنی نسل قدیم نسلی بود که تجربه زیسته داشت مثل کوچه مثل بازی‌های محلی که امروزه این بخش تربیتی وجود ندارد و البته شرایط فعلی جامعه که برخاسته از بحران فراگیری بیماری هم است این خلاء و انزوا را تشدید کرده است. در کلام آخر می‌توان گفت تأثیراتی که جنگ بر نسل ما باقی گذاشته است کرونا بر روی کودکان و نوجوانان این نسل بگذارد. تلاش می‌کنیم تا کودکان و نوجوانان ما با کمترین آسیب از این بحران عبور کنند.





گفتگو با شهرداران مدرسه

و ثبت روایت دانش آموزان

فرناز فرجی / شهردار مدرسه نور / منطقه ۱۵

همانطور که اساتید در زمان مدرسه به ما درس را آموزش می دادند، اکنون نیز به همان شکل است فقط نحوه ارتباطات متفاوت شده است و اساتید باید دنبال روش های مفهومی تر باشند. با توجه به علاقه و مهارت هایم علاقه بسیاری به کارگاه موسیقی استاد ستار اورکی و کارگاه سواد رسانه ای بشیر حسینی داشتم. بسیار خوشحالم که می توانم روز به روز اطلاعاتم را در زمینه دنیای موسیقی افزایش بدهم و صحبت های اساتید برایم بسیار مفید واقع شده. کلاس های آقای حسینی هم به دلیل اهمیت رسانه و نحوه بیان و اصطلاحاتی که به کار می برند بسیار مفید و حائز اهمیت بوده است.

مجید احسانی / شهردار مدرسه ی شهید عباس راسخ / منطقه ۷

نکات اهمیت این مدرسه تابستانی این بود که بتوانیم راحت و با کمترین هزینه اوقات فراغتمان را بپرکنیم. به نظرم استاد بهرام عظیمی بسیار خوب تدریس کردند. پیشنهادم برای ادامه کار این است که موضوعات و رشته های بیشتری را در مدرسه تابستانی دخیل کنید چرا که این روزها بسیار نیازمان می شود.



پانیز احمدی / شهردار مدرسه فردوس / منطقه ۱۲

از بین کارگاه‌های مدرسه تابستانی بیش‌تر از همه کارگاه سواد رسانه‌ای را پسندیدم. تایم خسته کننده نبود و لحن دلخواه نوجوانان بود. به نظرم مناسب‌ترین فرد جهت تدریس این مسئله بودند و سواد رسانه‌ای نیز یکی از مهم‌ترین نیازهای روز است. امیدوارم با موضوعات و جلسات بیش‌تری در خدمت سید بشیر حسینی باشیم.

فاطمه شجاع حسینی / شهردار مدرسه شهید اعتمادفر / منطقه ۱۱

طرح مدرسه تابستانی بسیار عالی بود. از شرکت در دوره‌ها چیزهای بسیاری یاد گرفتم. به نظرم بهترین دوره قصه‌های قرآنی با تدریس استاد حسن حبیبی بود که بسیار شیرین و جذاب بود. پیشنهاد من اجرای نمایش همراه با ارائه قصه‌ها است که داستان و مفاهیم کاملاً اثرگذار شوند.

متین باقری / شهردار مدرسه شهریاری منطقه ۱۹

شرکت در کارگاه کتابخوانی استاد سروش صحت بسیار عالی بود. علاقه بسیاری به کتابخوانی پیدا کردم و از افراد بسیاری مشورت گرفتم. پیشنهاد می‌کنم که کتابخوانی آنلاین را هم برایش سیستمی در نظر بگیرید. و فضایی فراهم شود که این کتاب‌ها بطور آنلاین در اختیار نوجوانان قرار بگیرد.

فاطمه ابراهیمی / شهردار مدرسه سمیه / منطقه ۲

این دوره از اساتید بسیار خوبی استفاده شد. و موضوعات بسیار جالبی مورد توجه قرار گرفت. من فکر می‌کنم از کارگاه موسیقی و سواد رسانه‌ای بسیار استفاده کردیم. بهترین اساتید هم به نظرم استاد اورکی و استاد کیانیان بودند که پیشنهاد می‌کنم دوره‌های بعد هم از آنان استفاد کنیم.

محمدحسین مالکی / شهردار مدرسه آزادی ملت / منطقه ۱۲

در رابطه با کلاس آقای رضا کیانیان بسیار لذت بردیم و اگر بتوانید کلاس‌های ساخت ربات و گرافیک هم برگزار کنید عالیه. کلاس‌های قرآنی هم بسیار عالی بود.



فاطمه کریمی / شهردار مدرسه شهید حاتمی / منطقه ۱۲

از آنجایی که به داستان نویسی و طنز علاقه دارم کارگاه های اساتید جوانی، حسن زاده و ناصر فصیح و... را دنبال کردم و خیلی تشکر می کنم از شما که به فکر دانش آموزان هستید. با دیدن این ویدیوها مسائل بسیاری را یاد گرفتیم.

زینب محمدی / شهردار مدرسه شهید باهنر / منطقه ۹

من در طرح مدرسه تابستانی شرکت کردم و از همه بیشتر از کارگاه سواد رسانه ای استاد بشیر حسینی استفاده کردم اما متأسفانه بسیار کوتاه و مختصر بود و ای کاش ادامه پیدا کند.

مبینا موسوی راد / شهردار مدرسه راد / منطقه ۲

شیوه مناسب تدریس، تسلط بر موضوع و انتخاب موضوعات خوب و اساتید باسواد نقطه قوت کار بود. مخصوصاً زنگ موفقیت از بهترین کارگاه ها بود.



نظرات صاحب نظران

دربارهٔ مدرسهٔ تابستانی تهران

علی رضانی

مدیرکل فرهنگی، هنری، اردوها و فضاهای پرورشی وزارت آموزش و پرورش:

اوقات فراغت، بیش از ۸۵ درصد از زمان دانش آموزان را در ایام تعطیلی مدارس تشکیل می‌دهد و برای وزارت آموزش و پرورش بسیار مهم است که بتواند برای این بازه زمانی برنامه‌های آموزشی و تفریحی مفید، جذاب و متناسب با علایق نوجوانان پیش‌بینی کند. شهرداری تهران به عنوان الگویی برای تمام شهرهای کشور با طرح مدرسه تابستانی تهران به این موضوع ورود کرده است. ارزیابی‌های ما نشان می‌دهد که کیفیت دوره‌های آموزشی ارائه شده در این طرح بالا است و دانش آموزان، خانواده‌ها و همکاران فرهنگی نیز استقبال خوبی از مدرسه تابستانی داشته‌اند. طبق راینی‌های صورت گرفته با شهرداری تهران، قرار است تا با تشکیل یک کارگروه، محتوای آموزشی مدرسه تابستانی تهران براساس نوع نیاز دانش آموزان در شبکه شاد توزیع شود و ۱۰ میلیون دانش آموز به طور مستقیم مخاطب آن باشند.

حجت نظری

عضو شورای شهر تهران:

نباید صرفاً محتواهای آموزشی و سرگرمی را در سایتی خاص قرار دهیم، باید با راینی شرایطی فراهم شود تا این ویدیوها در بسیاری از بسترهای پخش فیلم نظیر وی‌او‌دی‌ها هم امکان پخش داشته باشد. فراموش نکنیم که در این اقدام هدف شهرداری سوددهی یا درآمدزایی نیست، بلکه ارائه خدمات به مردم است و باید از این خدمات به بهترین شکل ممکن استفاده کنیم.



کریم آسایش

فعال حوزه شهری:

فعالیت‌های فرهنگی، آموزشی و فراغتی جز وظایف ثانویه شهرداری محسوب می‌شود، البته شهرداری باید به این مهم توجه داشته باشد که این وظایف با فعالیت شهرها و آموزش شهروندی پیوند داشته باشد، چرا که متولی آموزش شهروندی شهرداری بوده، اما حوزه‌های عمومی فرهنگی و آموزشی متولیان دیگری هم دارد. با توجه به شیوع کرونا که فاصله‌گذاری فیزیکی هم لازم است و با توجه به این که بسیاری از شهرها دسترسی به امکانات آموزشی و فرهنگی ندارند، در نتیجه کلاس‌های آنلاین رایگان می‌تواند به محرومیت‌زدایی کمک بسیاری بکند.

امین الله قرایی مقدم

جامعه‌شناس:

امسال شهرداری تهران به این موضوع ورود کرده و این اتفاق، یک حرکت درست محتوایی برای جذب خانواده‌هاست که شاید باید زودتر از اینها انجام می‌شد. ارائه محتوای آموزشی در قالب فرهنگ و هنر یک حرکت الگویی است و باید گفت با وجود همه دیرکدها، هنوز هم برای جذب مخاطبان در سنین نوجوانی دیر نیست و می‌توان با استفاده از محتوای به روز و متفاوت، نوجوانان را جذب کرد تا علاوه بر آگاهی‌رسانی، به نشاط آنان کمک شود، همانطور که در دنیا برنامه‌های جذابی برای جلب مشارکت اجتماعی کودکان و نوجوانان اجرا می‌شود.

اسماعیل بحری زاده

قائم مقام وزیر آموزش و پرورش در سازمان دانش‌آموزی:

با توجه به شیوع ویروس کرونا در کشور و تهران و محدودیت‌های مربوط به منابع مالی، بخش‌ها و ارگان‌های مختلف باید سطح هم‌افزایی و همکاری خود در حوزه غنی‌سازی اوقات فراغت دانش‌آموزان را ارتقا دهند. در همین زمینه، شهرداری تهران بسیاری از موضوعات آموزشی همچون گویندگی، نویسندگی، فیلم‌سازی و... را که برای نوجوانان از جذابیت بالایی برخوردار است در قالب دوره‌های آموزشی به شکل



مجازی و البته رایگان در اختیار عموم قرار داده است. براساس گزارش‌های موجود، اغلب مخاطبان مدرسه تابستانی تهران به ویژه دانش‌آموزان از کیفیت دوره‌های آموزشی و موضوعاتی که در آن‌ها مطرح شده است، رضایت دارند. شهرداری تهران در طرح خود بدون در نظر گرفتن هرگونه تمایز اقتصادی تلاش کرد تا محتواهای آموزشی را به صورت رایگان در اختیار عموم قرار دهد؛ این نوع تفکر بسیار ارزشمند است. یکی از ماموریت‌های نظام تعلیم و تربیت در جمهوری اسلامی ایران، بسط عدالت اجتماعی، آموزشی و تربیتی است و اقدام شهرداری تهران برای برپایی مدرسه تابستانی گام برداشتن در همین مسیر است.

عبدالرضا فولادوند

مدیر کل آموزش و پرورش شهر تهران:

در شرایطی که به دلیل شیوع ویروس کرونا امکان حضور نوجوانان در مراکز فرهنگی، مدارس و پایگاه‌های تابستانی وجود ندارد، اجرای طرحی مانند مدرسه تابستانی تهران جایگزین بسیار خوبی برای پربار کردن اوقات فراغت نوجوانان است.

شهربانو امانی

عضو شورای شهر تهران:

معاونت اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران با اجرای طرح «مدرسه تابستانی» درصدد است تا با توجه به شیوع ویروس کرونا، برای نسل نوجوان و جوان که بسیار پرانرژی است و نمی‌تواند در محیط بسته بماند، محتوا تولید کند و به دانش‌آموزان آموزش دهد.

ناهید خداکرمی

رئیس کمیته سلامت شورای اسلامی شهر تهران:

در حال حاضر به دلیل شیوع ویروس کرونا و در عین حال تعطیلات طولانی مدت تابستانی، دانش‌آموزان باید امکانات و ابزاری برای گذران اوقات فراغت داشته باشند. شهرداری به حوزه چگونه



گذراندن اوقات فراغت و مهارت‌آموزی توجه داشته و بسته‌های آموزشی را هم در این رابطه آماده کرده که البته این شروع کار است. اگر بخواهیم آینده خوبی را برای شهر رقم بزنیم، این کودکان هستند که می‌توانند با مهارت‌آموزی تضمین کنند که آینده بهتری برای شهر در حوزه‌های محیط‌زیست، کاهش خشونت به ویژه خشونت‌های خیابانی و مهارت‌آموزی وجود داشته باشد. در پارک‌ها امکان یادگیری برای کودکان ایجاد شود و تهیه بازی‌هایی که بتوانند بین ذهن، فکر، چشم و دست مهارت ایجاد کنند، پیش‌بینی شود.

مصطفی اقلیما

جامعه‌شناس:

ما به بچه‌ها چیزهایی را می‌آموزیم و آنان را به چیزهایی معتقد می‌کنیم که جامعه و خانواده برایشان ارزش چندانی قائل نیستند، معمولاً خانواده‌ها برخورد خوبی با علاقه‌فرندانیشان به نقاشی یا سینما ندارند. چنین فضایی نوجوان را سرخورده می‌کند. باید برای آینده برنامه‌ریزی داشته باشیم تا فرد آسیب نبیند. بچه‌ها نیاز دارند تا از سوی خانواده خود حمایت شوند. هنر، روحیه انسانی و احساسی آنان را تقویت کرده و آنان نگاه لطیف‌تری به جهان خواهند داشت. به همین دلیل چنین برنامه‌ای می‌تواند بسیار عالی باشد اما در عین حال باید برای آینده این بچه‌ها نیز فکری شود. محیطی که هنر و آموزش در آن جریان داشته باشد، پرخاشگری را کاهش می‌دهد، اما آیا خانواده آمادگی لازم را دارد که پذیرد فرزندش کار هنری می‌کند؟ معمولاً این‌طور نیست و برخوردهای خوبی از سوی خانواده اتفاق نمی‌افتد. ما با چنین فرهنگی زندگی می‌کنیم که مشکلات خاص خود را دارد. باید از خانواده‌ها کمک بگیریم و به این ترتیب بازخورد مدرسه تابستانی بهتر خواهد بود.

وحید سألچی

معاون فرهنگی دانشگاه علامه طباطبائی:

آموزش‌های مجازی جای همه چیز را نمی‌تواند بگیرد، اما پتانسیل‌هایی خیلی بیشتر از آنچه که ما از آن استفاده کرده‌ایم، دارد، یک مزیت آن است که با وجود دوری مکانی، می‌توان هر جای کره خاکی به این برنامه‌ها دسترسی داشته باشیم.



احسان رضایی

خبرنگار و نویسنده:

از این برنامه (مدرسه تابستانی) خیلی لذت بردم و آموزش‌هایش را تماشا می‌کنم. توصیه می‌کنم بچه‌ها هم استفاده کنند خلاقانه و با حضور مدرسان خوب است و همینطور برای مخاطبان رایگان اجرا شده است. کاش در فضاهای دیگری مثل شبکه‌های نهال و آموزش هم به اجرا دربیاید.

مهدی حجوانی

مدرس کارگاه داستان‌نویسی:

برنامه‌های آموزش آنلاین باید به صورت جدی در دستور کار قرار گیرد. چرا که در همین مدرسه تابستانی برای اولین بار کودکان و نوجوانان مناطق دور افتاده که استعدادها و آنها هیچ از ساکنان شهرهای بزرگ کم ندارد، توانستند از این آموزش‌ها بهره‌مند شوند که پیشتر امکان آن وجود نداشت.

ناصر آویزه

بازیگر و کارگردان تئاتر:

فکر می‌کنم تاثیری که کلاس حضوری می‌تواند داشته باشد، کلاس مجازی ندارد چون ارتباط بین همسالان اتفاق نمی‌افتد. بچه‌ها در یک فعالیت گروهی و اجتماعی نکات زیادی را یاد می‌گیرند که در بخش مجازی چندان وجود ندارد. اما ناگزیریم از این فضا استفاده کنیم.

فرهاد حسن‌زاده

طنزنویس:

با این دوره‌ها فاصله‌ها برداشته شده و کودکان و نوجوانان در شهرها و روستاهای کوچک که بیش از سایرین نیاز به چنین آموزش‌هایی دارند حالا می‌توانند از محتوای مدرسه تابستانی استفاده کنند. این دوره‌ها شاید کمک کند بذرازشمندی در نهاد آنها کاشته شود. چه خوب است از هنرهای دیگر که



آموزش آنها محدود است نیز استفاده شود و اینکه حاضران در این دوره‌ها باید تکالیف را به وبسایت مدرسه تابستانی ارسال کنند هم امتیاز دیگری است که باعث می‌شود ارتباط دو سویه شکل بگیرد.

منصور ضابطیان

مدرس کارگاه گویندگی و اجرا:

این دوره‌ها می‌تواند راهی پیش پای نوجوانان بگذارد تا علاقه خود را بشناسند و محک بزنند یا استعداد خود را کشف کنند. در واقع نباید توقع داشت مخاطب با دیدن پنج ویدیوی آموزشی در مدرسه تابستانی گوینده، بازیگر یا قصه‌نویس شود و هدف مدرسه تابستانی هم این نبوده است.

سه پرسش اصلی که در مدرسه تابستانی مطرح شده است عبارتند از:

۱. از لحاظ روانی تاثیر کرونا بر دوری بچه‌ها از جمع دوستانه تا چه حدی جدی است؟
۲. وضعیت و برنامه‌های رسمی برای گذراندن اوقات فراغت در ایام کرونا را چگونه ارزیابی می‌کنید؟
۳. در کنار رایگان بودن مدرسه تابستانی چه اقدام دیگری کمک می‌کند که بچه‌های بیشتری بتوانند دنبال کننده‌ی این محتوای آموزشی‌های فرهنگی و هنری باشند.

زهره کشوری، روزنامه نگار در پاسخ به این سوالات می‌گوید:

« بار روانی این دوران تنها دور بودن از همکلاسی‌ها نیست. مدام درخانه بودن و احتمالاً سروکله زدن والدین با دانش آموزان هم تاثیر خود را خواهد گذاشت. شاید باید در کلاس‌های آنلاین مدارس به بازی جمعی همکلاسی‌ها هم فکر کرد. به‌ویژه در دوره ابتدایی و راهنمایی به والدین شاغل و زمانی که می‌توانند برای این کلاس‌ها درسی آنلاین بگذارند. والدین دانش‌آموزان هم با کرونا تجربه متفاوتی داشته‌اند ساعت‌های شخصی‌شان را از دست داده‌اند و وظایف مدرسه هم به آنها محول شده است. آیا والدین می‌خواهند این تابستان را مانند یک دانش‌آموز استراحت کنند یا در کلاس‌های فوق نظارت بر آموزش‌هایشان شرکت کنند؟ فکر می‌کنم حجم کلاس و تاثیرگذاری آنها به این جواب بی‌ربط نباشد.



نوید برهان زهی به سوالات مدرسه تابستانی:

« کرونا از لحاظ روانی بسیار تاثیرگذار است. نوجوانانی که تا پیش ازین حدود ۸ الی ۹ ساعت ماه را در مدرسه کنار هم سپری می‌کردند حالا حدود چهار ماه است که در خانه ماندند و طبعاً این اتفاق تاثیر بدی از لحاظ روانی بر آنها خواهد گذاشت. من چون در سیستان و بلوچستان ساکن هستم می‌دانم در بسیاری از روستاها به شبکه های صدا و سیما هم دسترسی ندارند. الآن هم آموزش از طریق فضای مجازی تبلیغ می‌شود درحالیکه مردم بسیاری از روستاها اصلاً دسترسی به نت یا حتی گوشی ندارند و نمی‌توانند از برنامه های آموزشی بهره‌مند شوند. به نظر می‌رسد مهمترین اقدام، فراهم کردن بستر مناسب برای دسترسی بچه ها به این برنامه ها در مناطق محروم همچون سیستان و بلوچستان باشد.

سعید ارکان زاده یزدی، روزنامه نگار و مدیر مسئول مجله بازخورد در پاسخ به این سوالات می‌گوید:

«اگر برای مقابله با کرونا قرنطینه برگزار شود، ارتباط انسانی بچه‌ها باهم قطع می‌شود. این مسئله بسیار جدی است که خیلی از مردم آن را جدی نمی‌گیرند. در ایام پیش از کرونا نیز برنامه رسمی چندانی برای اوقات فراغت دانشجویان وجود نداشته است. اکنون این خلا بیشتر احساس می‌شود. مردم خودشان با پول خودشان باید این اوقات را درست کنند. نمی‌دانم چقدر بچه‌ها ازین محتواها استفاده می‌کنند و چه قشری می‌توانند به آن دسترسی داشته باشند و چقدر اوقات فراغتشان را پر می‌کنند. اما مهم است که غیر از رایگان بودن، جذاب و کاربردی بودن هم برایشان اولویت باشد.»

جلال سمیعی، مشاور محتوا و ارتباطات در پاسخ به این سوالات می‌گوید:

«تردیدی نیست که معنای اجتماع برای آدم‌ها در دوران قرنطینه عوض می‌شود، برای بچه‌ها این باز تعریف ناگهانی اما تمدیدشدنی، به معنای سختی‌ها و فرصت‌های متفاوتی با بزرگترهاست، بچه‌ها توان ارتباط متفاوتی با کانال‌های در دسترسشان دارند. ازین روست که برنامه ریزی خاصی هم جز جمع کردن کلاس‌های درسی به هر شکل انجام نشد، درباره کلاس‌های غیردرسی هم سکوت می‌کنم. فکر می‌کنم اهداف مدرسه تابستانی باید رساندن بچه‌ها به تجربه و مهارت‌هایی باشد که در کتاب‌های درسی‌شان پیدا نمی‌کنند. چیزهایی مثل سواد بصری، سواد رسانه‌ای، تجربه‌های مالی و بانکداری و مفاهیم جدید اکوسیستم‌های نوآوری و انتخاب درست ورود به مرحله انتخاب مسیر کاری.»



نیما شفیع زاده، بلاگر و متخصص شبکه های اجتماعی در پاسخ به این سوالات می گوید:

« قطعاً متخصصان این حوزه می توانند یا انجام پژوهش، میزان تاثیر کرونا بر بچه ها بخاطر دور شدنشان از جمع های دوستانه را از قبل هیچ نوع آمادگی برای اوقات فراغت در ایام کرونا نداشته اند. طبیعی است که برنامه خاصی برای گذراندن اوقات فراغت در ایام کرونا نداشته باشیم. در ایران تا همین امروز هم نسبت به سایر کشورهای دنیا برنامه خاصی برای گذراندن اوقات فراغت در دوران کرونا در نظر گرفته نشده است. البته توقعی هم نمی شود داشت، وقتی نحوه اطلاع رسانی ورود کرونا به آن شکل بود انتظار می رود که برای گذراندن اوقات فراغت در کرونا هم برنامه ای نداشته باشیم. دیگر وضعیت اقتصادی و سیاسی و... کشور که روی پویایی و تاب آوری جامعه در برابر کرونا نیز تاثیر مهمی دارد...»

در کنار رایگان بودن مدرسه تابستانی چه اقدامی کمک می کند که بچه های بیشتری بتوانند محتوای آموزشی را دنبال کنند؟ در این شرایط اقتصادی کشور، قطعاً رایگان بودن مدرسه تابستانی حایز اهمیت است. اما به تنهایی نمی تواند ترغیب کننده باشد. چرا که دسترسی به این محتوای آموزشی نیازمند زیرساخت هایی همچون اینترنت و تلفن همراه و... است. ارگانها و افرادی که پتانسیل و توانایی فراهم کردن این زیرساخت ها را دارند می توانند در راستای مسئولیت اجتماعی این کار را انجام بدهند. قطعاً تعداد زیادی از کسانی که از این زیرساخت فراهم شده استفاده کنند، بعد از گذر از دوران کرونا فراموش نمی کنند که در دوران سخت قرنطینه و شیوع کرونا چه کسب و کارهایی هوایشان را داشتند.»

مهیار زاهد، روزنامه نگار و تولیدکننده محتوا در پاسخ به پرسش های مدرسه تابستانی اینگونه پاسخ می دهد که:

روابط اجتماعی برای نوجوانان بسیار مهم است. زمان بچگی ما بخش زیادی از مهارت های لازم در جامعه را در همان بزی و رفاقت ها و دوستی های درون کوچه و خیابان کسب کردیم. برنامه های رسمی معمولاً اشکالی دارند که یک جور حس مصنوعی بودن است. مهم است که آن گرما و حس مهربانی و صمیمیت واقعی با بچه ها در برنامه های مخصوص نوجوانان دیده شود. متأسفانه صداوسیما که در این زمینه توفیق خاصی نداشته است مثل همیشه بنابراین اطلاع رسانی به خانواده ها طبیعتاً اول از همه هم در شبکه های اجتماعی اهمیت پیدا می کند. به عبارتی مدرسه تابستانی برای نوجوانان اطلاع رسانی و آگاهی رسانی برای والدین و بزرگترها را برعهده دارد.»



امیر سیدین، روزنامه نگار و فعال رسانه‌ای در این مورد می‌گوید:

« با اینکه بخشی از فاصله بچه‌ها از جمع دوستانه را بازی‌های آنلاین و شبکه مجازی پر می‌کند، همین موضوع نگرانی از کانالیزه شدن ارتباط تنها به فضای مجازی را هم در پی دارد. کرونا نوعی از زندگی را تحمیل کرده که والدین هم تجربه‌ای از آن ندارند و در مدیریتش خلأ دارند. مدرسه تابستانی و هر نمونه مشابهی برای جذب نوجوانان باید ابتدا برای غلبه بر هیولایی به نام بازی‌های کامپیوتری و فضای مجازی برنامه داشته باشد. شما باید به نوجوانان بیاورانید چیزی که برایش فراهم می‌کنید از چیزی که خودش سراغ دارد و در دسترسش هست جذاب تر است. اگر این اعتماد را ایجاد کنید در گام‌های بعدی هم موفق خواهید بود در غیر این صورت از ابتدا قافیه را باختید.»

الهام فخاری، عضو شورای اسلامی شهر تهران در پاسخ به این سه پرسش اینگونه اظهار می‌دارد که:

« یکی از نقاط قوت مدرسه تابستانی تهران این است که هنرمندانی که می‌توانند ارتباط خوبی از طریق رسانه با دانش‌آموزان برقرار کنند با این طرح همکاری دارند. همه این انتخابها هوشمندانه بوده و جلسات کارشناسی پشتوانه آنهاست. در این شرایط طرح مدرسه تابستانی با سرفصل‌های جذاب به میان آنها آمد و به واقع تهدید را به فرصت تبدیل کرد. یکی دیگر از مزیت‌های این طرح آن است که با توجه به فشار اقتصاد که بر روی خانواده‌ها وجود دارد طرح به صورت رایگان برای دانش‌آموزان ارائه می‌شود و هر دانش‌آموز فارسی‌زبانی در سراسر دنیا که علاقمند است به کار می‌تواند از آن استفاده کند.»



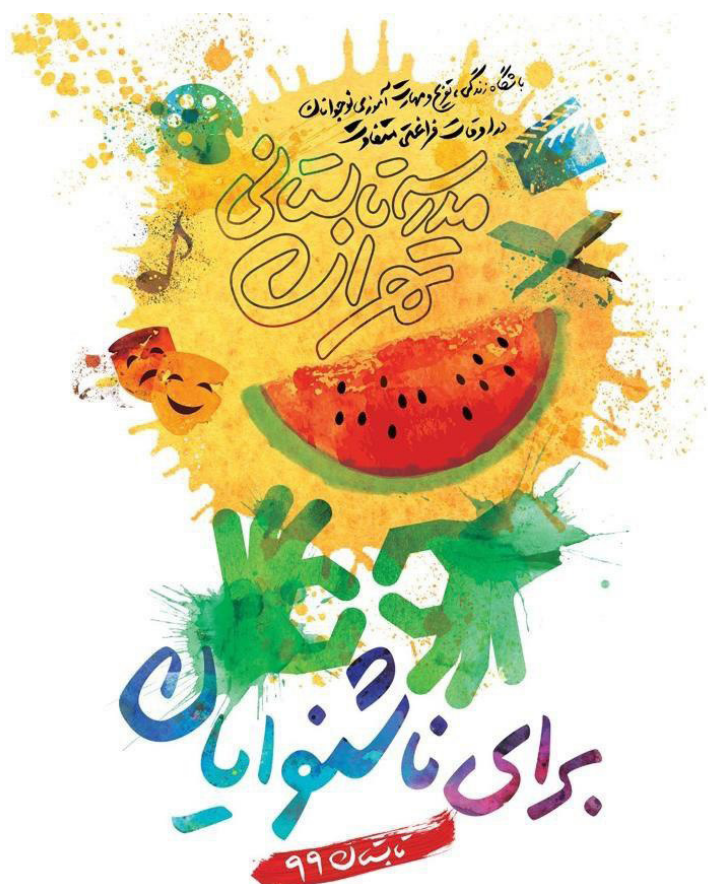
مدرسه تابستانی برای ناشنوایان

ناشنوایان در کنار گروه های شهروندی دیگر همچون زنان، کودکان، سالمندان، معلولین و... جز گروه های خاص شهروندی محسوب می شوند که کمتر مورد توجه قرار می گیرند و امکانات رفاهی شهری برای آنان چه در سطوح مهندسی و زیرساخت های شهری و چه در سطح سیاستگذاری های فرهنگی و اجتماعی مورد کم توجهی مسئولین واقع شده است. اما این مسئله به همین جا ختم نمی شود بلکه ناشنوایان بخشی از کودکان و نوجوانان با نیازهای ویژه هم هستند که به دلیل پیچیده بودن شرایط تولید محتوا برای ایشان، عمدتاً در کمپین های آموزشی و تولید محتوا مورد غفلت قرار می گیرند. برای رفع نیازهای این گروه، بخشی از محتواهای مدرسه تابستانی، شامل کلاس ها و دوره هایی که با مهارت های ایشان سازگاری دارد، با مشورت اساتید و صاحب نظران این حوزه، به زبان اشاره تبدیل شده و همراه با این زبان، منتشر شده است. با ورود به سایت مدرسه تابستانی تهران، با علامت مخصوص ناشنوایان مواجه می شویم که ورود به صفحه ویژه ناشنوایان را راهنمایی می کند. تمامی دوره ها تا به اینجای کار به زبان اشاره تبدیل شده و در اختیار ناشنوایان قرار گرفته است. این رویکرد به برنامه مدرسه تابستانی که نگاه نوینی به آموزش نیز محسوب می شود گامی ست در راستای تقویت عدالت آموزشی برای برخورداری اقشاری که از این حقوق محروم ماندند. در این راستا دوره های آموزشی فرهنگی و هنری مدرسه تابستانی که به صورت آنلاین و رایگان در اختیار مخاطبان قرار می گیرد با افزوده شدن زبان اشاره و زیرنویس، از این پس برای ناشنوایان نیز قابل استفاده است. پس از استقبال مخاطبان از دوره های مدرسه تابستانی به منظور استفاده ناشنوایان این دوره ها، پس از افزوده شدن زبان اشاره و زیرنویس هم اکنون دو دوره داستان نویسی و فیلم سازی آسان در وبسایت مدرسه تابستانی به نشانی www.nojavanestan.ir در دسترس قرار گرفته است.

به زودی دوره های دیگری که قابل استفاده برای ناشنوایان باشد نیز پس از فیلمبرداری بخش های مربوط به زبان اشاره و تدوین مجدد در وبسایت مدرسه تابستانی بارگذاری خواهد شد. به گفته مجتبی دانشور، مدیرکل آموزش های شهروندی شهرداری تهران به زودی نسخه های صوتی تمام دوره ها برای استفاده نابینایان نیز منتشر خواهد شد. دوره های آموزشی هنری «مدرسه ی تابستانی تهران» به زودی همراه با زبان اشاره نیز منتشر می شود.



مجتبی دانشور، مدیرکل آموزش‌های شهروندی معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران در مصاحبه با خبرگزاری‌های مختلف در آغازین روز انتشار ویدیوهای کلاس‌های آموزش هنر ویژه نوجوانان، که به صورت رایگان و سراسری ارائه می‌شود، از ضبط با ترجمه زبان اشاره برای برخی از این دوره‌ها که مناسب شرایط نوجوانان و دیگر افراد ناشنوا و کم‌شنوا است خبر داد. او با تأکید بر این نکته که تأمین محتوا برای اوقات فراغت، خصوصاً در ایام شیوع کرونا، باید تمام نوجوانان را دربرگیرد، گفت: تاکنون اغلب امکانات و دوره‌های فرهنگی و هنری مجازی و حضوری، صرفاً با نظر به نیازهای بخشی از جامعه تدارک دیده شده و متأسفانه افراد با نیازهای ویژه از این حقوق محروم مانده‌اند. وی



گفت: مدرسه‌ی تابستانی تهران شامل دوره‌های آموزش هنر برای نوجوانان است، و بدون نیاز به ثبت نام یا پرداخت هزینه، سعی کرده‌ایم که برای تمامی کسانی که صرفاً به اینترنت دسترسی دارند (در هرکجای ایران و جهان که هستند) مفید باشد. با همین رویکرد، تعدادی از کلاس‌های این مدرسه مانند نویسندگی، طنز، انیمیشن، فیلم‌سازی با موبایل و مهارت‌های شهروندی با زبان اشاره در حال ضبط است که به زودی و به ترتیب در سایت و شبکه‌های اجتماعی این مدرسه منتشر خواهد شد. دانشور با اشاره به همکاری متخصصانی از

میان ناشنوایان و کم‌شنوایان در ترجمه‌ی این کلاس‌ها به زبان اشاره، تأکید کرد: انتخاب عناوین و نیز شکل ارائه‌ی این بخش از مدرسه‌ی تابستانی تهران نیز با همفکری کارشناسان این حوزه صورت گرفته است.



مسابقه مدرسه تابستانی تهران

در مدرسه تابستانی تهران، برای تمامی کارگاه‌هایی که نیاز به فرستادن تکالیف از سوی کودکان و نوجوانان دارند، امکان ارسال فایل در سایت مدرسه تابستانی تهران گذاشته شده است. کودکان و نوجوانانی که در این سایت ثبت نام می‌کنند با داشتن نام کاربری و رمز عبور، می‌توانند تکالیف هر کارگاه را جداگانه ارسال کنند. با توجه به این امکان، مسابقه‌ای در مدرسه تابستانی طراحی شده است تا از میان تمامی فایل‌های ارسالی مخاطبان در رشته‌های مختلف، به بهترین آن‌ها، جوایزی تعلق گیرد. اکنون تقدیر از هنرجویان برتر مدرسه تابستانی در دست اقدام است که بنا به اطلاعیه عمومی مدرسه تابستانی تهران به تکالیف ارسال شده از سوی مخاطبان خود در هر دوره سه میلیون تومان جایزه می‌دهد.

با پایان یافتن اولین ماه از مدرسه تابستانی تهران، دوره‌های آموزشی که در آنها تکالیف درسی پیش‌بینی شده از جمله بازیگری تئاتر، گویندگی و اجرا، داستان‌نویسی، فیلم‌سازی آسان، طنزنویسی و انیمیشن شامل این جوایز می‌شوند و مخاطبان نوجوان و شرکت‌کنندگان در این دوره‌های مجازی آموزش‌های هنری و فرهنگی تا اول شهریور فرصت داشتند که آثار تمرینی و مشق‌هایی را که از سوی اساتید دوره به عنوان تمرین به هنرجوها پیشنهاد شده، برای بررسی و داوری به سایت www.nojavanestan.ir ارسال کنند. پس از بررسی آثار رسیده توسط مربیان دوره‌ها، سه نفر برتر هر دوره انتخاب و به هر کدام یک میلیون تومان جایزه نقدی اهدا می‌شود.



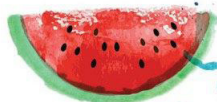
فاخوان
ارسال آغا و مری می

سیرت بستی
تجاری



مجواری:

آثار رسیده در هر دوره (هر کلاس آموزشی) جداگانه
بررسی شده و در پایان، در هر دوره آموزشی، به
۳ اثر برتر آن دوره جایزه‌ای به ارزش
یک میلیون تومان (برای هر اثر) تعلق می‌گیرد.



معاونت امور اجتماعی و فرهنگی

www.tabestani99.ir



@tabestani99



فصل پنجم

شبکه‌های توزیع و بازخورد مخاطبین

مقدمه

این گزارش به درخواست معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران در خصوص رفتار رسانه‌ای و بازخورد مخاطبان در فضای مجازی در حاشیه کمپین مدرسه تابستانی در بازه زمانی ۱۵ خردادماه ۱۳۹۹ تا ۳۱ شهریور ۱۳۹۹ تهیه شده است.



مدرسه تابستانی:

با توجه به شیوع ویروس کرونا و توصیه به رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی در ماه‌های گذشته بسیاری از نوجوانان در کنار دیگر اعضای خانواده مجبور به خانه‌مانی شده‌اند. این موضوع در کنار آغاز فصل تابستان و نیاز این رده سنی به آموزش‌های فرهنگی و هنری باعث شکل گرفتن ایده آموزش‌های آنلاین رایگان فرهنگی و هنری برای نوجوانان شده است.

این آموزش‌ها شامل بازیگری تئاتر، انیمیشن، گویندگی و اجرا، موسیقی، طنز، داستان‌نویسی، قرآن و فیلمسازی می‌باشد که در ساختار ویدیوهای کوتاه از طریق پلتفرم‌های فضای مجازی در اختیار مخاطبین قرار می‌گیرد.



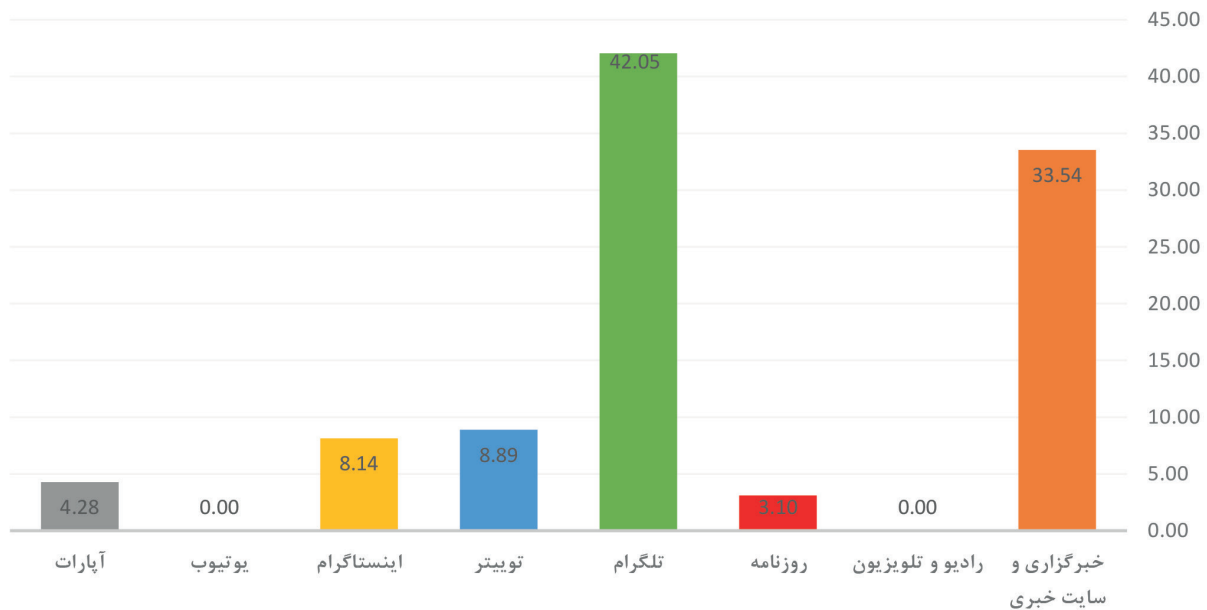
جدول سهم رسانه‌ها از انتشار محتوای مدرسه تابستانی

منبع	تعداد مطلب	لایک	بازنشر	بازدید	کامنت	Impression	Engagement	+	-
خبرگزاری و سایت خبری	۷۱۳	-	-	-	-	-	-	-	-
رادیو و تلویزیون	۰	-	-	-	-	-	-	۰	۰
روزنامه	۶۶	-	-	-	-	-	-	۰	۰
تلگرام	۸۹۴	۰	۰	۶۳,۷۵۴,۲۰۰	۰	۱۲۲,۴۴۴,۴۲۷	۱,۹۰۲	٪۹۰	٪۳
توییتر	۱۸۹	۱,۶۴۱	۰	۰	۰	۷۶,۱۹۰	۱,۹۱۸	٪۷۲	٪۱۹
اینستاگرام	۱۷۳	۱۵,۹۱۱	۰	۳۹,۷۲۲	۳۱۲	۵۳۲,۶۵۲	۱۶,۰۷۹	٪۸۱	٪۹
یوتیوب	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	٪	٪
آپارات	۹۱	۰	۰	۳۱,۳۰۵	۰	۳۱,۳۰۵	۰	٪۰	٪۰
جمع	۲,۱۲۶	۱۷,۵۵۲	۰	۶۳,۸۲۵,۲۲۷	۳۱۲	۱۲۳,۰۸۴,۵۷۴	۱۹,۸۹۹	٪۸۵	٪۶

- با توجه به مانیتورینگ نتایج بدست آمده تعداد ۷۱۳ محتوا درخصوص مدرسه تابستانی در سایت‌های خبری شناسایی شده است.
 - با توجه به اینکه ماهیت و سیاست طرح ریزی شده ی مدرسه تابستانی برای انتشار در فضای مجازی بوده است سهم رادیو و تلویزیون در انتشار محتوای مرتبط صفر بوده است.
 - تعداد ۶۶ مطلب درخصوص مدرسه تابستانی در روزنامه‌های رسمی، دولتی و ... درج گردیده است. که عمدتاً شامل اطلاع‌رسانی اولیه و تحلیل‌های اجرایی از سمت مجری طرح بوده است.
 - با توجه به این‌که مدرسه تابستانی ماهیت مجازی داشته به همین علت بیشترین محتوای منتشرشده درخصوص این موضوع در رسانه‌های مجازی و شبکه های اجتماعی که در حال حاضر یکی از قدرتمندترین و محبوب ترین رسانه ها انتقال داده اطلاعات می‌باشد نمود داشته است
 - در تلگرام ۸۹۴ مطلب درج شده که بیشتر از ۶۳ میلیون بار مخاطبین از آن بازدید داشته‌اند.
 - با توجه به نتایج بدست آمده ۹۳ درصد دیدگاه مخاطبین به مدرسه تابستانی مثبت و تنها ۷ درصد آن دیدگاه منفی بوده
 - نکته قابل توجه سهم مناسب نشر مطالب در توییتر (۱۸۹ مطلب) و اینستاگرام (۱۷۳ مطلب) می‌باشد که توانسته مخاطبان و کاربران مشکل
- پسند این شبکه‌های اجتماعی را تا سطح قابل قبولی بخود معطوف نماید.
- با توجه به محدودیت های سایت فیس‌بوک و همچنین سایت یوتیوب هیچ مطلبی در این پلتفرم‌ها انتشار پیدا نکرده و بازخوری در خصوص مدرسه تابستانی وجود ندارد با توجه به ماهیت این قبیل فعالیت‌ها می‌توان برای حضور در این فضاها نیز برنامه‌ریزی نمود.
 - نکته قابل توجه دیگر میزان بازدید از محتوای مدرسه تابستانی در فضای مجازی است که بیش از ۶۳ میلیون بار بازدید این مطالب صورت گرفته است. همچنین میزان واکنش به محتوای مدرسه تابستانی در فضای مجازی بیش از ۱۲۳ میلیون بار گزارش شده است که با توجه به ماهیت و مخاطب این فعالیت قابل قبول و مناسب ارزیابی می‌گردد.
 - همچنین مجری توانسته است بخوبی از پتانسیل پلتفرم آپارات در انتشار مطالب خود استفاده نماید و این موضوع توانسته در توسعه گستره انتشار مطالب در فضای مجازی کمک نماید.
 - میزان بازخورد مثبت کاربران کمپین مدرسه تابستانی در فضای مجازی (تلگرام - توییتر- اینستاگرام) بسیار مناسب بوده و می‌توان نتیجه گرفت که این کمپین یک برنامه اجرایی آموزشی موفق در اذهان کاربران بوده است.



نمودار پراکنش انتشار محتوا در رسانه‌ها



در این نمودار پراکنش انتشار محتوا در رسانه‌های کلاسیک و مجازی برای کمپین مدرسه تابستانی نمایش داده شده است.

هرچند که این کمپین چه به لحاظ نوع محتوا و چه به لحاظ نحوه انتشار يك کمپین موفق تلقی می‌گردد ولی سرمایه‌گذاری بیشتر بر روی:

← توئیتر به عنوان يك رسانه جریان‌ساز در راستای انتشار بازخوردهای کوتاه مخاطبین و ارائه نتایج و سیاست‌گذاری‌ها از سوی مجری مورد توجه قرار گیرد.



← اینستاگرام به عنوان يك رسانه پرستیژ ساز در راستای توسعه ماهیت آموزشی این کمپین می‌تواند به انتشار بیشتر مطالب و همچنین دریافت بازخورد مثبت بیشتر کمک نماید.



نمودار پراکنش انتشار اخبار و محتوای کمپین تابستانی به همراه بازخوردهای مخاطبین

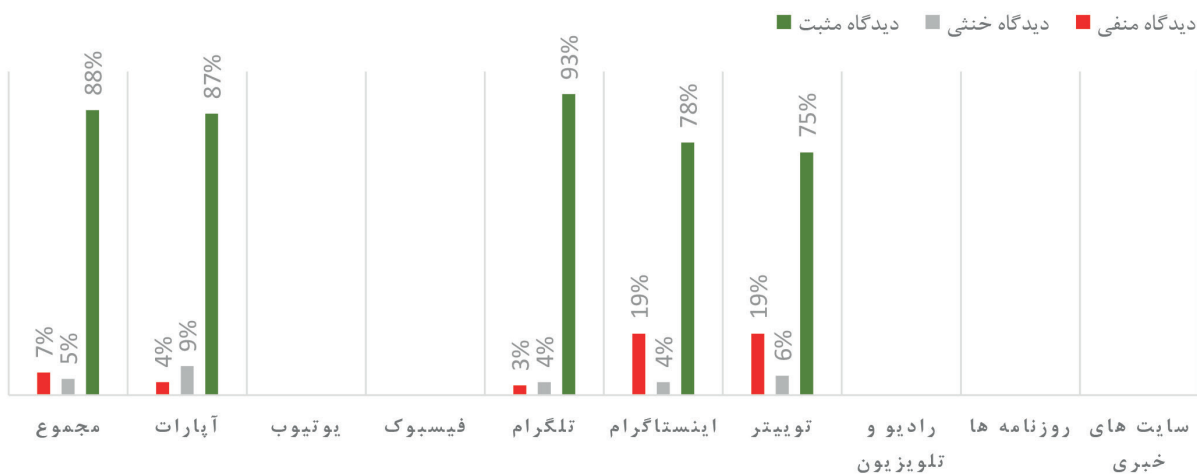


3

۴



نمودار بازخورد مخاطب



در این نمودار ترکیب بازخورد مخاطب به کمپین مدرسه تابستانی به تفکیک رسانه ها نمایش داده می شود.

۱ با توجه به نتایج نمایش داده شده و همان طور که قبلاً اشاره شد این کمپین به لحاظ بازخورد مخاطب يك کمپین کاملاً موفق تلقی می شود.

۲ نکته قابل توجه میزان بازخورد مثبت در توییتر است که با توجه به ماهیت کاربران این شبکه اجتماعی و نوع نگاه موشکافانه این قشر به فعالیت های این چنینی می توان این مقدار رضایت از این کمپین را در توییتر يك رکورد در دامنه توییتر فارسی به حساب آورد.

۳ همچنین میزان رضایت در اینستاگرام بیانگر انتخاب مناسب مجری در موضوعات و همچنین مدرسين و نحوه ارائه مطالب بوده است.

۴ بیشترین نارضایتی از محتوا و فرایند کمپین مدرسه تابستانی در توییتر و اینستاگرام گزارش شده است.



مهم‌ترین کلمات کلیدی در مطالب مرتبط با مدرسه تابستانی

دانش آموزان، آموزش و پرورش، آموزش‌های تلویزیونی، آموزش‌ها تکرار، tabestani99، تهران 4، کارگاه موسیقی، نوجوانان سلب، دوره انیمیشن، آموزش‌های شهروندی محمد اصفهانی، ساعت ۱۶، دانش‌آموزان می‌توانند جلالی فراهانی، جذب مخاطب، تجربه تدریس، مهارت آموزی، منصور ضابطیان، معاونت علمی، فضای مجازی، سوابق تحصیلی ثبت‌نام دانش‌آموزان، www نشانی، بیماری کرونا، دانش‌آموزان مبتلا، آموزش‌های مجازی، به صورت آنلاین، عدالت آموزشی، شهروندی شهرداری، مهارت‌های زندگی، فناوری‌های نوین، مشاوره وزارت، معاون فرهنگی، اینترنت شاد، مهتاب نصیرپور، مدیرکل دفتر، محیط زیست، تولید محتوا، شهرداری تهران، اوقات فراغت، داستان نویسی، ابتدای تیر، حقوق شهروندی، اهالی فرهنگ، کارگاه داستان نویسی، تهران ۴، هدایت تحصیلی، باقرزاده، وزارت آموزش و پرورش، در فاز ۱، اختیار مخاطبان، باغ کتاب، مدرسه تلویزیونی، شنبه هفته، مهارت‌های شهروندی، تجربه کتابخوانی، ابتدای وزیر، متوسطة □، تریبیت بدنی، ریاضی فیزیک، سازمان صدا، سروش صحت، ظرفیت خالی، مربیان پیش‌دبستانی پایه‌های تحصیلی، فضاها پرورشی، اقتصاد دیجیتال، برنامه‌های متنوعی، دانش‌آموزان توام، شبکه شاد، شهر تهران، فصول بهار، جهاد دانشگاهی، بصورت مجازی، بوستان قائم، بیماری زمینه‌ای، تجربه‌ای یگانه، تعامل سازنده، تن آسفالت، جذب آموزگار

مدرسه تابستانی

۶	۵	۴	۳	۲	۱
بازخورد مثبت در توئیتر و اینستاگرام مهم‌ترین عامل در تشکیل کلمات کلیدی مثبت در این کمپین بوده است.	رضایت مخاطب در کلمات کلیدی منتشر شده کاملاً مشهود است.	عدم وجود مفاهیم و کلید واژه‌های منفی و حاشیه‌ای بیانگر موفقیت مجری در نحوه انتخاب مطالب و انتشار آن برای مخاطب هدف است.	مفاهیم مجتمع شده در کنار مدرسه تابستانی کاملاً مثبت و مرتبط با محتوای منتشر شده در این کمپین است.	گستره کلمات کلیدی کاملاً منطبق بر محتوا و نحوه انتشار مطالب است.	کلمات کلیدی و مفاهیم منتشر شده در حاشیه کمپین مدرسه تابستانی بار دیگر موفقیت این کمپین را در نگاه مخاطب هدف نمایش می‌دهد.



← ارزیابی ابر هشتگ‌ها نشان می‌دهد که محتوا و ماهیت مطالب رضایت مخاطب عام و مخاطب خاص را در بر داشته است.



← هرچند که ارگان‌هایی مانند آموزش و پرورش و همچنین جمعیت هلال احمر و... کمپین‌های مشابهی در بازه زمانی تابستان ۹۹ با نام مدرسه تابستانی داشته‌اند ولی ابر هشتگ‌ها تعلق این کمپین به شهرداری تهران را از نظر مخاطبین شبکه‌های اجتماعی کاملاً نمایان و مشهود می‌کند.



← هشتگ و کلید واژه مدرسه تابستانی تهران به عنوان یک کلید واژه معتبر در بین مخاطبین فضای مجازی ثبت و شناخته شده است.





آمار تحلیلی از پست‌های منتشر شده در تلگرام



کاربران اینفلوئنسر

۱۶۵

پست ترند

۲۶۰

← تلگرام به عنوان پرمخاطب‌ترین شبکه اجتماعی در گستره جغرافیای ایران توانسته با ۲۶۰ پست ترند شده و مشارکت ۱۶۵ اکانت اینفلوئنسر نقش بسیار عمده‌ای را در توسعه انتشار مطالب این کمپین داشته باشد.



آمار تحلیلی از وضعیت توییت‌رکنندگان

مشارکت
زنان

۲۸٪

مشارکت
مردان

۷۱٪

کاربران اینفلوئنسر

۸

پست ترند

۰

← توییت‌ر در این کمپین نقش قابل قبولی در ایجاد بازخورد مثبت و همچنین ایجاد پست‌های ترند توانسته ایجاد کند.
 ← توجه ۸ اکانت اینفلوئنسر توییت‌ری به این کمپین از نکات قابل توجه این کمپین است.
 ← سرمایه‌گذاری بیشتر بر توییت‌ر و استفاده از کاربران اینفلوئنسر در این شبکه اجتماعی می‌تواند به توسعه بازخوردها و پست‌های ترند کمک کند.
 ← هرچند که منشاء پست‌های ترند شده در کل فضای مجازی از سرچشمه توییت‌ر است ولی سهم کم پست‌های ترند شده در توییت‌ر مشهود می‌باشد.
 ← مشارکت زنان در فضای توییت‌ر در خصوص کمپین مدرسه تابستانی مناسب و در سطح نرم نمی‌باشد.





اینستاگرام یک رسانه مجازی پرستیژساز است



- ← توجه فقط ۱ اکانت اینفلوئنسر به این کمپین از نکات منفی این فرآیند است.
- ← سرمایه‌گذاری بیشتر بر اینستاگرام و استفاده از کاربران اینفلوئنسر در این شبکه اجتماعی می‌تواند به اعتبار و توسعه انتشار مطالب کمپین کمک کند.
- ← با توجه به اقبال این کمپین در بین مخاطبین انتظار می‌رفت پست‌های ترند شده در فضای اینستاگرام بیشتر باشند. ولی به دلیل عدم استمرار در انتشار محتوا به وسیله کاربران اینفلوئنسر پست ترند شده در فضای اینستاگرام رشد نداشته است.
- ← مشارکت زنان در فضای اینستاگرام در خصوص کمپین مدرسه تابستانی مناسب و در سطح نرم است.





پرتوجه‌ترین خبرگزاری‌ها و سایت‌های خبری به مدرسه تابستان

تعداد مطالب	عنوان منبع	مجموع بازدید	حجم خبری	ضریب نفوذ
۱	سایت تحلیلی خبری شهر 	۳۳,۴۶۶	۴.۹۳%	۱۰
۲	بازار آریا 	۶۲,۳۶۳	۳.۶۲%	۴
۳	بانو نیوز 	۷۲,۰۰۰	۳.۲۹%	۱
۴	ایسنا 	۷۲۲۲	۲.۹۶%	۱۰
۵	پیام سپاهان 	۸۲,۸۸۸	۲.۹۶%	۷
۶	آموزش و پرورش 	۱۷,۱۱۱	۲.۹۶%	۱
۷	خبرگزاری فارس 	۲۲,۲۵۰	۲.۶۳%	۱۰
۸	خبرگزاری مهر 	۳۶,۲۵۰	۲.۶۳%	۱۰
۹	ایلنا 	۲۹,۰۰۰	۲.۶۳%	۱۰
۱۰	راه نو 	۸۲,۷۵۰	۲.۶۳%	۶



منبع	تعداد مطالب	حجم خبری	ضریب نفوذ
۱ روزنامه همشهری 	۱۲	۴۲.۸۶%	۱۰
۲ روزنامه عصر رسانه 	۳	۱۰.۷۱%	۸
۳ روزنامه جام جم 	۲	۷.۱۴%	۸
۴ روزنامه ایران سپید 	۲	۷.۱۴%	۳
۵ روزنامه دنیای اقتصاد 	۱	۳.۵۷%	۱۰
۶ روزنامه روزان 	۱	۳.۵۷%	۵
۷ روزنامه افکار 	۱	۳.۵۷%	۶
۸ روزنامه امتیاز 	۱	۳.۵۷%	۸
۹ روزنامه فرهیختگان 	۱	۳.۵۷%	۱۰
۱۰ روزنامه سایه 	۱	۳.۵۷%	۷



پرتوجه‌ترین کانال‌های تلگرامی به مدرسه تابستانی



نام کاربری	نام کامل	دنبال کننده	تعداد مطالب	بازدید ناخالص
۱  janetehran	جانِ تهران	۳۳۱۳	۳۴	۱۳۳۵
۲  Shahragency	پایگاه خبری-تحلیلی شهر	۱۵,۱۶۵	۲۳	۵۹۳,۴۵۹
۳  tehranbehesht	تهران بهشت	۳۹۲	۱۷	۲۱۸
۴  Myasrkhabar	عصر خبر- asrkhabar.com	۲۱۴۲	۱۳	۶۳۲,۴۶۸
۵  MyAsriran	عصر ایران	۱۱۹,۱۵۵	۱۲	۶۳۳,۵۱۴
۶  tehranhomehnews	خبرهای تهران و حومه	۹۹۳	۹	۳۴۲
۷  samarehonline	کانال خبری ثمره آنلاین	۸۳۰	۹	۹۰۰
۸  nooreelmschool	خاطرات نورعلم	۵۲۴	۸	۷۰۳
۹  MoavenateejtemaeiM16	اخبار معاونت اجتماعی منطقه ۱۶	۲۳۶	۸	۵۰۲
۱۰  akhbar17	اخبار هفدهم	۲۶۲۷	۷	۹۹



نام کاربری	نام کامل	دنبال کننده	تعداد مطالب	بازدید ناخالص
۱  tabestani99	مدرسه تابستانی	۶۲۷	۵۱	۲۷,۸۰۰
۲  Moj_Daneshvar	مجتبی دانشور	۵۷۵	۹	۱۲,۸۳۰
۳  shahragency	پایگاه خبری-تحلیلی شهر	۱۳۵۲	۷	۹۳۰
۴  Bahamestan	باهمستان	۱۴۷۷	۶	۳۰۵۰
۵  meshkatasadi	meshkatasadi	۵۸۷	۶	۱۹۷۰
۶  BasiraMaysam	Maysam Badsirat	۲۲۸	۶	۱۳۸۰
۷  tousheh	امید توشه	۴۱,۵۶۴	۴	۴۴۰۰
۸  MatinRamezankh	Matin Ramezankh	۸۱۳	۴	۵۰۰
۹  javadimr	M. R. Javadi Yeganeh	۴۴۴۳	۳	۶۰۸۰
۱۰  mathismylife12	Hamed	۴۷۳	۳	۰
۱۱  hejvani	Mehdi Hejvani	۳۷	۳	۲۰۰
۱۲  Way2Pay_network	راه پرداخت	۱۷۷۶	۲	۰
۱۳  _HomoNarrans_	انسان ریجکت شونده	۱۱۶۳	۲	۰
۱۴  plnts_	mr saxobeat or the amazing	۲۳۳	۲	۰
۱۵  KFarsian	Kasra Farsian	۱۸۵	۲	۰
۱۶  Hossein40127550	Hossein Kazemi	۸	۲	۰
۱۷  KarimkhanF	Fateme Karimkhan	۳۵۱۱	۱	۰
۱۸  ir_times	ایران تایمز	۱۱۷۰	۱	۰
۱۹  mahyar_zahed	مهیارزاهد	۳۷۰۱	۱	۱۹۰
۲۰  sherminnaderi	Shermin Naderi	۶۶۸۹	۱	۲۰۸۰



پرتوجه‌ترین اکانت‌های اینستاگرام مدرسه تابستانی

نام کاربری	نام کامل	دنبال کننده	تعداد مطالب	بازدید ناخالص	
 ۱	saptenam	saptenam	۲۴۲	۱۲	۶۶۴۰
 ۲	shahragency.ir	پایگاه خبری-تحلیلی شهر	۲۱,۴۷۲	۸	۶۵۱۲
 ۳	tabestani99	مدرسه تابستانی	۱۷,۲۵۲	۶	۸۲,۶۹۸
 ۴	janetehran	جان تهران	۴۶۸	۵	۳۶
 ۵	amoozeshshahrivandi.mantaghe3	undefined	۱۳۷۴	۵	۴۶۵
 ۶	shahrivandi.tehran	آداب شهروندی	۱۳,۳۱۹	۴	۱۹۷۲
 ۷	chekhov_ir	صفحه ی رسمی دکتر آنتوان چخوف	۳۱۳۸	۳	۴۱۹۱
 ۸	rcs_education	آموزش همگانی جمعیت هلال احمر	۱۲,۶۲۹	۳	۱۹,۰۸۲





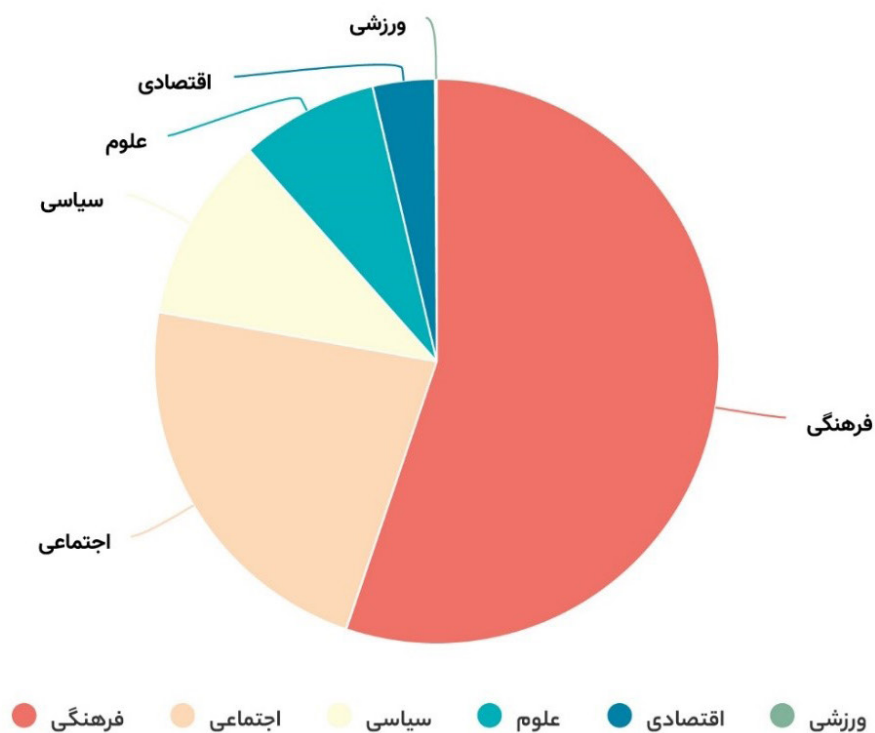
ردیف	استان	بازدید	جمعیت	شاخص بازدید
۱	تهران	۴۷,۱۰۰,۰۰۰	۱۳,۸۰۷,۰۰۰	۳,۴۱۱
۲	آذربایجان شرقی	۱,۷۵۴,۰۰۰	۴,۰۱۸,۰۰۰	۰,۴۳۷
۳	مازندران	۹۵۷,۰۰۰	۳,۳۶۵,۰۰۰	۰,۲۸۴
۴	خراسان جنوبی	۲۶۲,۰۰۰	۸۰۹,۰۰۰	۰,۳۲۴
۵	گیلان	۱,۹۵۶,۰۰۰	۲,۵۶۲,۰۰۰	۰,۷۶۳
۶	اصفهان	۴,۵۰۰,۰۰۰	۵,۲۹۲,۰۰۰	۰,۸۵۰
۷	شیراز	۲,۲۰۰,۰۰۰	۵,۰۰۶,۰۰۰	۰,۴۳۹
۸	خوزستان	۱۰۸,۰۰۰	۴,۸۸۵,۰۰۰	۰,۰۲۲
۹	اراک	۵۴۰,۰۰۰	۱,۴۶۷,۰۰۰	۰,۳۶۸
۱۰	قم	۱۰۲,۰۰۰	۱,۳۷۳,۰۰۰	۰,۰۷۴
۱۱	سیستان و بلوچستان	۹,۰۰۰	۲,۹۷۸,۰۰۰	۰,۰۰۳
۱۲	یزد	۱۰۲,۰۰۰	۱,۲۱۳,۰۰۰	۰,۰۸۴
	مجموع	۵۹,۵۹۰,۰۰۰	۴۶,۷۷۵,۰۰۰	۱,۲۷۴



جدول آمار پرتوجه‌ترین مناطق جغرافیایی به مدرسه تابستانی

- ۱ در این جدول بازدید محتوای کمپین تابستانی به تفکیک منطقه جغرافیایی نمایش داده شده است.
- ۲ بر اساس ستون شاخص بازدید هر میزان که این عدد به یک نزدیک‌تر باشد سهم بهتری از بازدید را در آن منطقه جغرافیایی شاهد بوده‌ایم.
- ۳ تهران با شاخص بیش از ۳ بازدید به ازای هر نفر بیشترین سهم را در بازدید محتوای مدرسه تابستانی به نسبت جمعیت داشته است.
- ۴ اصفهان، گیلان، شیراز و آذربایجان شرقی در رتبه‌های بعدی بازدید به نسبت جمعیت قرار دارند.





سهم مشارکت

عنوان

۱	فرهنگی	۶۷۹	۵۵%
۲	اجتماعی	۲۷۸	۲۳%
۳	سیاسی	۱۳۱	۱۱%
۴	علوم	۹۷	۸%
۵	اقتصادی	۴۴	۴%
۷	ورزشی	۱	۰%

نتیجه گیری

گزاره	نتیجه
علاقه و میزان استقبال نوجوانان از حوزه های مختلف	بازیگری و گویندگی و اجرا بیشترین استقبال را از جانب مخاطبان داشت. و حوزه های دینی با بحران اقبال مواجه بود لذا در نظر میروود تا به ساخت و پرداخت هیئت دینی نوجوانان بیشتر توجه شود. و از طرفی شهرت و میل به دیده شدن در این سن بسیار مشهود است که نتیجه آن در استقبال از رسانه، گویندگی و اجرا و... دیده می شود. مسئله بعدی که در زنگ موفقیت مشهود بود، الگوپذیری نوجوانان از هم سالان خود بسیار بیشتر از بزرگترهاست لذا فردی موفق که هم سن خودشان است با جذابیت بیشتری روبه رو می شود.
رده سنی مخاطبان	به دلیل عام بودن کاربران شبکه ها، میزان مشخصی از سن و سال مخاطبان در دسترس نیست. اما بر اساس نظراتی که در شبکه های اجتماعی برجای گذاشتند تاحدودی می توان تشخیص داد که عمده کاربران از جوانان و نوجوانان هستند. در اپلیکیشن شاد که مخاطبان از قبل مشخص اند نیز می توان نتیجه دقیق تری داشت و ارزیابی بهتری کرد.
شبکه های مجازی مختلف و نوع مخاطبانش	عام بودن مخاطبان به ترتیب در اینستاگرام و تلگرام بیشتر است در درجه بعد آپارات و سایت که باید بر اساس نیاز و علاقه و داوطلبانه مدرسه تابستانی را دنبال می کند. در توییتر از آنجایی که مخاطب پایدار کمتر مورد توجه است و بازدیدها سوژه محور است لذا استقبال مخاطبان با نوسانات بسیاری همراه است. در آپارات و سایت پایداری مخاطب بیش از شبکه های دیگر است و در اینستاگرام و تلگرام هفته اول با استقبال شدید مواجه شد و از هفته های بعد به یک پایداری نسبی رسید. در هفته سوم افول در تقریباً تمامی برنامه های شبکه ها نمود داشت و در هفته چهارم تا حدی رشد پیدا کرد.



محمد عابدی

آیه
محمد آدی

دینکاری

باورآودی

مهدی
جوانی

افشین
هاشمی

سفر
ضابطیان

فدیه
حسنی زاده

مادر
مری

سید
فریدون

احمدزاده
حسب

نام
فنی

بزرگ
عظمی



سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

www.tabestani99.ir



@tabestani99



با سپاس از توجه شما

روند رو به رشد ویروس کرونا در کشور، با وجود اقدامات موثر پزشکی و رعایت موارد ایمنی از طرف مسئولین و مردم، نگرانی‌هایی ایجاد کرده و منجر به تداوم یافتن دستورالعمل‌های بهداشتی برای صاحبان کسب و کارهای مختلف و حضور مردم در فضاهای اجتماعی شده است.

ادامه یافتن شرایط بحرانی در کشور و همزمانی آن با آغاز فصل تابستان، تعطیلی مدارس و همچنین دانش‌آموزان در کل کشور، توجه به اوقات فراغت کودکان و نوجوانان را در شرایطی که امکانات حضور اجتماعی این قشر از جامعه مانند سال‌های پیش مهیا نیست، بیش از پیش مورد توجه قرار داده است.

کودکان و نوجوانان گروهی از شهروندان شهر تهران هستند که خدمت‌رسانی به آنان، نیازمند توجهات ویژه و تمرکز بر مسائل و نیازهای سنی ایشان و همچنین اقتضائات سبک زندگی‌شان است.

بدین منظور، طرح مدرسه تابستانی تهران در بستری مجازی و برای استفاده کودکان و نوجوانان شهر تهران از محتواهایی آموزشی، جذاب و کاربردی برای این گروه سنی طراحی و اجرا شده است.



معاونت امور اجتماعی و فرهنگی