

دستور العمل جشنواره رسانه های اجتماعی

شکوفا - 1395

دکتر حمید ضیایی پرور

دبیر کمیته علمی و تخصصی جشنواره رسانه های اجتماعی شکوفا





معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران

دستور العمل جشنواره رسانه های اجتماعی شکوفا - ۱۳۹۵

دکتر حمید ضیایی پرور

دبیر کمیته علمی و تخصصی جشنواره رسانه های اجتماعی شکوفا

شهرداری تهران ، معاونت امور اجتماعی و فرهنگی

تهران : ۱۳۹۵

فهرست مطالب

۵.....	راهبرد جشنواره.....
۶.....	اهداف برگزاری جشنواره.....
۸.....	بخش های سه گانه جشنواره رسانه اجتماعی های اجتماعی.....
۹.....	۱- وبلاگ نویسی.....
۱۱.....	۲- شبکه های اجتماعی.....
۱۳.....	۳- رسانه های دیجیتال.....
۱۵.....	نحوه کار مناطق.....
۱۵.....	۱- تشکیل دبیرخانه اجرایی جشنواره رسانه اجتماعی های اجتماعی.....
۱۵.....	۲- تبلیغات محیطی و اطلاع رسانی.....
۱۶.....	۳- ثبت نام و جمع آوری آثار.....
۱۶.....	۴- برگزاری کارگاه منطقه ای.....
۱۶.....	۵- برگزاری جشن منطقه ای.....
۱۷.....	نحوه ثبت نام.....
۱۷.....	موضوعات جشنواره.....
۱۸.....	سطوح جشنواره.....
۱۹.....	فرایندهای جشنواره، داوری و گزینش آثار.....
۲۱.....	انتخاب داوران.....
۲۱.....	شاخص های داوری.....
۲۳.....	همایش های سراسری شهر تهران.....
۲۳.....	مجموع رویدادها.....
۲۳.....	جدول برنامه های زمانی جشنواره رسانه اجتماعی های اجتماعی شکوفا ۱۳۹۵.....

مقدمه

جشنواره شکوفا در پنجمین سال خود شاهد تغییر و تحولاتی در جهت بالندگی و شکوفایی بوده است. تعداد جشنواره های تخصصی شکوفا کاهش یافته و موضوعات جدیدی به جشنواره اضافه شده است. یکی از شاخه های تخصصی جشنواره شکوفا، بخش وبلاگ نویسی بود که در دوره اول و دوم تحت همین عنوان برگزار شد و در دوره سوم به پیشنهاد دبیر علمی جشنواره، بخش شبکه های اجتماعی نیز به آن اضافه شد. بدین ترتیب دوره سوم تحت عنوان جشنواره وبلاگ و شبکه های اجتماعی برگزار شد. در دوره چهارم بخش رسانه های دیجیتال که قبلا به عنوان شاخه مستقلی برگزار می شد در جشنواره وبلاگ و شبکه های اجتماعی ادغام شد و برای اجتناب از طولانی شدن نام جشنواره، هر سه بخش وبلاگ نویسی، شبکه های اجتماعی و رسانه های دیجیتال تحت عنوان «وبلاگ و رسانه اجتماعی» برگزار شد. در سال جاری این جشنواره با نام جشنواره رسانه های اجتماعی برگزار می شود

آنچه پیش رو دارید دستور العمل نهایی تدوین شده است.

راهبرد جشنواره

راهبرد اصلی جشنواره رسانه های اجتماعی عبارت است از:

ارتقا و بهبود **سبک زندگی** در میان خانواده ها اصلی ترین راهبرد این جشنواره است. برای اجرای عملی این راهبرد بر ارتقا فرهنگ رسانه ای و مشارکت عمومی در تولید محتوای فارسی آنلاین، با تمرکز بر آموزش های مرتبط با شهروند الکترونیک و استفاده از فرصتها و کاهش آسیب ها و تهدید های فضای مجازی برای خانواده ها در جهت تحقق اهداف کلان ۱۸ گانه شهرداری تهران، تاکید می شود.

اهداف برگزاری جشنواره

جشنواره رسانه های اجتماعی در چارچوب جشنواره شهروند کارآمد و فناوری اطلاعات (شکوفا) با جلب مشارکت سایر سازمان ها و ارگان های فرهنگی مرتبط در تهران برگزار می شود و بر این اساس مهمترین اهداف آن عبارتند از:

۱. تقویت فضای وب فارسی با تولید محتوای سالم و مفید.
۲. تقویت جایگاه پیشتاز وبلاگ نویسی ایرانیان در جهان.
۳. ایجاد فرصت برای آموزش کاربری وب در میان ایرانیان.
۴. ایجاد فرصت برای تبادل افکار و اندیشه ها.
۵. ایجاد فرصت برای گفتگو میان شهروندان.
۶. ایجاد فرصت برای افزایش مهارتهای شهروند الکترونیک.
۷. هدایت و تشویق جریان سالم و پر نشاط وبلاگ نویسی

۸. کمک به مدیران و برنامه ریزان کشور از جمله مدیریت شهری برای برنامه ریزی بهتر و دقیق تر در جهت رفع مشکلات شهروندان.
۹. کمک به سالم سازی فضای وبلاگ نویسی در ایران.
۱۰. تبدیل فضاهای تهدیدکننده عرصه رسانه های اجتماعی و رسانه های دیجیتالی به فضاهای فرصت .
۱۱. ارتقای سطح دانش فنی وبلاگ نویسی و رسانه نگاری دیجیتال در کشور .
۱۲. جریان سازی و جهت دهی به تولید محتوا در فضای مجازی.
۱۳. مدیریت هوشمندانه افکار عمومی در شهر.
۱۴. جلوگیری از بروز بحران های اجتماعی و سیاسی و امنیتی از طریق تشویق شهروندان به شفاف سازی دیدگاه های خود.
۱۵. زمینه سازی برای تربیت شهروندان الکترونیک آینده.
۱۶. ایجاد فضایی برای تمرین و ارتقای دانش و مهارت رایانه ای و اینترنتی.
۱۷. تقویت کارکردهای اطلاع رسانی ، تعاملی ، سرگرمی ، نشاط و شبکه سازی این فناوری وب دویی در محیط شهری .
۱۸. شناسایی استعدادهای برتر در حوزه های مختلف به منظور استفاده در بخش های مربوطه در مدیریت شهری.
۱۹. کمک به تحقق اهداف کلان ۱۸ گانه شهرداری در عرصه مدیریت شهری.
۲۰. کاهش تهدیدات فضای شبکه های اجتماعی مجازی و ارتقا سواد رسانه ای شهروندان در مقابله با جنگ نرم دشمنان.

۲۱. اهتمام جهت ترویج و تبدیل مطالبات مقام معظم رهبری به جریانات علمی در موضوعاتی همچون انس با قرآن کریم، حیا عفاف حجاب، هیئت های مذهبی، اقتدار علمی، اقتدار اقتصادی .

۲۲. ارتقاء بصیرت و سطح زندگی علمی و اقتصادی مردم از طریق برگزاری سمینارهای آموزشی.

۲۳. آموزش و آگاه سازی آحاد مردم با مقولات تهدیدات نرم در حوزه های عرفان های انحرافی، خانواده، ماهواره، اینترنت .

۲۴. آموزش و آگاه سازی آحاد مردم پیرامون آسیب های اجتماعی از قبیل بدحجابی، خودکشی، سرقت، دختران فراری، جرایم اینترنتی، اعتیاد، تکدی گری .

۲۵. آموزش و آگاه سازی مردم پیرامون سبک زندگی ایرانی - اسلامی در موضوعات سلامت، پول، روابط زناشویی، خانواده .

بخش های سه گانه جشنواره رسانه های اجتماعی

جشنواره رسانه های اجتماعی از سه بخش اصلی ۱- وبلاگ نویسی ۲- رسانه های اجتماعی و ۳- رسانه های دیجیتال تشکیل شده است. در ادامه به معرفی هر یک از این سه بخش خواهیم پرداخت.

۱- وبلاگ نویسی

ایران یکی از کشورهای پیشگام در وبلاگ نویسی است. وبلاگ یک صفحه اینترنتی رایگان و شخصی است که به سرعت در زیر مجموعه یک سرویس دهنده وبلاگ ایجاد می شود و وبلاگ نویس قادر است افکار و دیدگاه های خود را در آن منتشر کرده و در معرض دید مخاطبان قرار دهد.

اکنون ایرانی ها در جایگاه دهم وبلاگستان جهان ایستاده اند. البته زمانی نه چندان دور یعنی در فاصله سال های ۸۳ و ۸۴ ایرانی ها رتبه چهارم را داشتند. با این حال وبلاگ نویسی تنها مزیت نسبی کاربران اینترنت در ایران است یعنی بالاترین جایگاهی که ایران در فضای سایبر به دست آورده در همین زمینه وبلاگ نویسی است. هر کاربر اینترنت در ایران یا وبلاگ نویس است یا وبلاگ خوان. بیش از ۸ میلیون وبلاگ فارسی در سامانه های وبلاگ نویسی داخلی و خارجی ثبت شده است. در بدینانه ترین برآوردها گفته می شود ۱۰ درصد آنها فعال به شمار می روند یعنی ۸۰۰ هزار وبلاگ نویس فعال که روزانه یک پست در وبلاگهای خود منتشر می کنند. فضای وب فارسی نیز در اشغال وبلاگهای فارسی است. موتورهای جستجوی اینترنتی برای هر جستجوی کلمات فارسی ، بیش از ۷۰ درصد یافته های خود را از میان محتوای وبلاگهای فارسی به او ارایه می دهند.

وبلاگ نویسی فارسی می تواند فرصت باشد. فرصتی برای آموزش کاربری وب در میان ایرانیان ، فرصتی برای تبادل افکار و اندیشه ها ، فرصتی برای گفتگو میان شهروندان و بالاخره فرصتی برای افزایش مهارت های شهروند الکترونیک. شناخت وبلاگ های فارسی می تواند به شناخت افکار عمومی کمک کند و این مساله می تواند به مدیران و برنامه ریزان کشور از جمله مدیریت شهری برای برنامه ریزی بهتر و دقیق تر در جهت رفع مشکلات شهروندان یاری رساند.

برگزاری جشنواره ها و مسابقات وبلاگ نویسی در میان شهروندان نیز می تواند به سالم سازی فضای وبلاگ نویسی در ایران کمک کرده و فضاهای تهدید کننده این عرصه را به فضاهای فرصت تبدیل کند. با هدایت و تشویق جریان سالم و پر نشاط وبلاگ نویسی می توان از مشکلات و نگرانی ها و دغدغه های موجود در باره این فضا کاست. علاوه بر آن برگزاری جشنواره های وبلاگ نویسی در میان شهروندان می تواند به ارتقای سطح دانش فنی وبلاگ نویسی در کشور و جریان سازی و جهت دهی به تولید محتوا در وبلاگستان فارسی منجر شود. برگزاری جشنواره وبلاگ نویسی در تهران بخشی از مدیریت هوشمندانه افکار عمومی در این شهر به شمار می رود. تشویق وبلاگ نویسی شهروندان یعنی تشویق افکار عمومی به بازتاباندن دیدگاه های خود در فضایی مکتوب به شیواترین شکل. این یعنی دیدگاه های شهروندان پیش از آنکه در لایه های پنهان اجتماعی فشرده و متراکم شود و تبعات آن در قالب بحران های اجتماعی و سیاسی و امنیتی گریبان مدیران را بگیرد ، توسط خودشان به به

مسالمت آمیز ترین شکل ممکن منتشر شود و بر این اساس وضعیت عملکردها سنجیده ، اصلاح و تدبیر شود. جشنواره وبلاگ نویسی شهروندان ، زمینه سازی برای تربیت شهروندان الکترونیک آینده است . جوانی که وبلاگ می نویسد و مهارتهای پیشرفته وبلاگ نویسی در زمینه گرافیک ، محتوا و تکنولوژی را کسب می کند شهروندی است که در تعامل با سامانه های الکترونیک کشور و شهرداری مهارتهای پیشرفته کسب کرده است. در واقع وبلاگ نویسی محلی برای تمرین و ارتقای دانش و مهارت رایانه ای و اینترنتی است. ضمن اینکه از کارکردهای اطلاع رسانی ، تعاملی ، سرگرمی ، نشاط و شبکه سازی این فناوری وب دویی نباید غافل شد.

۲- شبکه های اجتماعی

به طور کلی شبکه های اجتماعی محصول فناوری وب ۲ هستند، وب ۲ به نوعی از وب گفته می شود که از نظر ماهیت متکی بر تعامل با مخاطب بوده و در بسیاری از موارد محتوای آن نیز توسط مخاطب و کاربران تولید می شود. شبکه های اجتماعی از سالها پیش وجود داشته باشند، گروه های دوستان، مدرسه، انجمن های صنفی و سندیکاها و حتی ساختار هیات های مذهبی در ایران نوعی از شبکه اجتماعی به شمار می روند اما در سال های اخیر وقتی صحبت از شبکه های اجتماعی مجازی می شود منظور نوعی از شبکه های اجتماعی است که بر بستر فضای مجازی و اینترنت بنا شده است و دامنه فعالیت آنها اغلب در همین محیط قرار دارد.

فناوری های شبکه های اجتماعی مجازی نیز یکی دو تا نیستند از فناوری های به اشتراک گذاری فایل ها مانند یوتیوب و فلیکر تا فناوری بلاگ نویسی و میکرو بلاگ نویسی مانند توئیتر و فناوری های شبکه سازی میان دوستان مانند گوگل پلاس و فیس بوک همه و همه شبکه اجتماعی مجازی به شمار می روند، حتی ویکی ها که دانشنامه های آنلاین نوشته شده توسط کاربران هستند جزو شبکه های اجتماعی به شمار می روند.

کارکرد اصلی شبکه های اجتماعی متصل کردن آدم ها به یکدیگر است. این شبکه ها خود محتوایی تولید نمی کنند و آنچه در این شبکه ها جریان دارد داده ها و اطلاعات و محتواهایی است که توسط کاربران تولید و منتشر شده است به همین دلیل برخی ها در ایران نام این شبکه ها را سایتهای کاربر محور گذاشته اند. انسان ها اساسا نیاز به ارتباط با یکدیگر دارند. در فرآیند ارتباط است که سایر فعالیتها معنا پیدا می کند. علاوه بر آن انسان موجودی اجتماعی است و با حضور در اجتماع اقناع و ارضا می شود. دنیای سایر نوع جدیدی از شبکه های اجتماعی را به وجود آورده که شبکه های اجتماعی مجازی نام دارد. شبکه های اجتماعی واقعی در درون شبکه های اجتماعی مجازی بازسازی و بازپروری شده اند. کلیه صفحات و کانال های موجود در شبکه های اجتماعی که طبق ضوابط و مقررات کشور فعالیت می کنند و در دسترس هستند، امکان حضور در این جشنواره را دارند.

۳- رسانه های دیجیتال

رسانه های دیجیتال در مقابل رسانه های چاپی مطرح می شود و به شکلی از رسانه ها اطلاق می شود که دارای فرمت صفر و یک بوده و قابلیت انتشار بر روی ابزارهای ذخیره سازی دیجیتالی مانند لوح فشرده، فلش دیسک و یا انتشار بر بستر اینترنت و تلفن همراه داشته و محتوای مورد نظر در قالب دیجیتالی به مخاطب یا مشتری ارائه می شود.

به طور کلی رسانه ها از نظر آکادمیک به ۴ دسته تقسیم می شوند:

۱- رسانه های مکتوب printed Media

۲- رسانه های الکترونیک: رادیو و تلویزیون یا نسخه PDF روزنامه روی وب

۳- رسانه های دیجیتال: نسخه صفر و یک رسانه الکترونیک HTML و تکست

۴- رسانه سایر: نسخه مستقل و داینامیک و تعاملی

اکنون این سوال به وجود می آید که رسانه های دیجیتال شامل چه نوع فرمت و تکنولوژی می هستند، فرمت های رسانه های دیجیتال عبارتند از:

۱- تکست (متن ثابت، متن های قابل انتقال، لینک)

۲- عکس (عکس های مستقل و منفرد، مجموعه ای از عکس های اسلاید شده، گالری)

۳- گرافیک (ثابت و فیکس شده ، قابل انتقال متحرک ، لینک)

۴- صوت (زنده ، یک صوت تکرار شونده ، صوت های غیر تکرار شونده،
پادکست)

۵- تصویر (تصاویر ویدئویی ، فیلم، ویدیوکست)

بر این مبنا در بخش رسانه های دیجیتال جشنواره رسانه های اجتماعی ، فرمتهای
متعددی شامل موارد زیر مشارکت داده می شوند :

تصویر متحرک: شامل فیلم کوتاه، مستند، کلیپ، انیمیشن.

گرافیک : شامل تصویر سازی (کاریکاتور، اینفوگراف)، عکس تک فریم،
گزارش تصویری.

صدا: شامل پادکست، موسیقی بی کلام، رادیو اینترنتی، موسیقی با کلام، کتاب
گویا.

نرم افزار : شامل کاربردی، چند رسانه ای، آموزشی

وب سایت: شامل انواع وب سایت های نسل اول وب و نسل دوم وب.

کتاب و نشریات الکترونیکی: شامل کتاب، خبرنامه ، بولتن و نشریات
الکترونیکی.

نحوه کار مناطق

معاونت‌های امور اجتماعی و فرهنگی مناطق ۲۲ گانه شهرداری تهران متولی و مسوول برگزاری جشنواره هستند. فعالیتها و کارهایی که باید معاونت‌های مناطق انجام دهند بدین ترتیب است:

۱- تشکیل دبیرخانه اجرایی جشنواره رسانه های اجتماعی

این دبیرخانه متشکل از معاون امور اجتماعی و فرهنگی منطقه، دبیر اجرایی جشنواره، نماینده منطقه در جشنواره و اعضای دبیرخانه خواهند بود. فعالیت‌های این دبیرخانه شامل ثبت نام از علاقمندان، جمع آوری آثار، ارایه به کمیته علمی جشنواره، برگزاری جشن منطقه ای، تقدیر از برگزیدگان منطقه، برگزاری کارگاه آموزشی منطقه ای و تبلیغات و اطلاع رسانی جشنواره می باشد. کلیه هزینه های مرتبط با این جشنواره در هر منطقه بر عهده معاونت امور اجتماعی و فرهنگی همان منطقه خواهد بود این هزینه ها شامل هزینه های پرسنلی، تبلیغاتی، حق الزحمه مجریان، جوایز برگزیدگان و اقلام اطلاع رسانی و تبلیغاتی خواهد بود. حق الزحمه کمیته علمی جشنواره رسانه های اجتماعی بر عهده معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران می باشد.

۲- تبلیغات محیطی و اطلاع رسانی

تبلیغات در محیط های فرهنگی شامل سراهای محلات، بیلборدهای در اختیار شهرداری، نشریات مرتبط، وب سایت و ساب پرتال منطقه ای، سامانه پیامکی

منطقه و سایر شیوه های متداول اطلاع رسانی می باشد و مناطق می توانند از تمام ظرفیتهای موجود خود در امر تبلیغات و اطلاع رسانی استفاده کنند.

۳- ثبت نام و جمع آوری آثار

ثبت نام از داوطلبان به صورت متمرکز از طریق وب سایت www.mytehran.ir انجام می شود. مناطق می توانند لینک ثبت نام را در ساب پرتال های خود قرار دهند. همچنین امکان ثبت نام از طریق سامانه پیامکی معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران فراهم است.

۴- برگزاری کارگاه منطقه ای

هر یک از مناطق می توانند نسبت به برگزاری کارگاه آموزش منطقه ای با موضوعات مرتبط با جشنواره اقدام کنند. در این کارگاه ها، شهروندان با کاربردها، ظرفیت ها و تهدیدات محیط فضای مجازی به ویژه وبلاگها و رسانه های اجتماعی آشنا خواهند شد. کتابهای تکنیک های وبلاگ نویسی و فرصتها و تهدیدات شبکه های اجتماعی تالیف دکتر حمید ضیایی پرور به عنوان رفرنس این کارگاه ها معرفی می شود.

۵- برگزاری جشن منطقه ای

هر منطقه تا پایان بهمن ماه سال ۹۵ باید نسبت به برگزاری جشن منطقه ای خود و اعلام برگزیدگان جشنواره رسانه های اجتماعی در منطقه مذکور اقدام کند. حایزین رتبه در هر منطقه از طریق کمیته علمی جشنواره و به صورت رسمی

توسط دبیرخانه جشنواره رسانه های اجتماعی مستقر در منطقه ۶ شهرداری تهران معرفی خواهد شد.

نحوه ثبت نام

شهروندانی که مایل به شرکت در جشنواره رسانه های اجتماعی باشند می توانند از طریق ثبت نام در پرتال مای تهران www.mytehran.ir در این جشنواره مشارکت داشته باشند. محدودیتی در زمینه ثبت نام در جشنواره رسانه های اجتماعی وجود نداشته و همه رده های سنی ، جنسیتی و تحصیلی به صرف داشتن یک وبلاگ با هر زمینه و موضوعی می توانند در جشنواره رسانه های اجتماعی مشارکت داشته باشند.

موضوعات جشنواره

جشنواره رسانه های اجتماعی در دوره چهارم خود این موضوعات را در سه شاخه اصلی وبلاگ نویسی، رسانه های اجتماعی و رسانه های دیجیتال در نظر گرفته است:

۱- سبک زندگی

۲- محیط زیست شهری

۳- تفکیک پسماند

۴- مذهبی و دینی

۵- سفر، گردشگری و تفریحات

همچنین به مناسبت‌های خاص مانند ماه محرم؛ ایام اربعین، دهه مبارکه فجر و رویدادهای مشابه کمپین های اجتماعی متناسب در فضای مجازی صورت خواهد گرفت و جوایز ویژه ای در جشنواره نهایی به برگزیدگان اختصاص خواهد یافت. در هر یک از این ۶ شاخه تخصصی، آثار ارسالی مورد ارزیابی هیات داوران قرار می گیرد و در نهایت در سطوح مختلف حایزین رتبه های برتر توسط کمیته علمی اعلام می شود.

سطوح جشنواره

جشنواره رسانه های اجتماعی در ۲ سطح و در ۲ مرحله در تهران برگزار می شود:

- ۱- جشنواره رسانه های اجتماعی محلات: بعد از ثبت نام اولیه و پایان مهلت مقرر، وبلاگهای برتر در سطح مناطق ۲۲ گانه تهران توسط هیات داوران تعیین شده و جشنواره اول در سطح مناطق برگزار می شود. در این سطح هر منطقه حداکثر ۱۰ برگزیده خواهد داشت
- ۲- جشنواره رسانه های اجتماعی تهران: سطح بعدی جشنواره راهیابی به مرحله پایانی جشنواره است که در فاصله زمانی تعیین شده وبلاگهای

برگزیده مناطق یعنی ۲۲۰ برگزیده با اصلاح و ارتقای وضعیت خود ، به رقابت برای رسیدن به دور نهایی می پردازند. در نهایت از بین آثار راه یافته به این مرحله ، ۱۰ اثر در زمینه های مختلف به عنوان آثار برگزیده شهر تهران انتخاب می شوند. از این ۱۰ اثر ، نمایندگانی در مراسم نهایی جشنواره شکوفا حضور پیدا کرده و به نمایندگی از سایر برگزیدگان جشنواره رسانه های اجتماعی شهر تهران جوایز خود را دریافت کردند.

فرایندهای جشنواره، داوری و گزینش آثار

تاریخ برگزاری ۲ سطح جشنواره به شرح جدول زیر است:

تاریخ برگزاری	محل برگزاری	تعداد آثار برگزیده	سطح جشنواره	
اواسط مرداد ماه	هر منطقه	۲۲۰ اثر(هر منطقه ۱۰ اثر)	جشنواره رسانه های اجتماعی مناطق تهران	۱
اواسط آبان ماه	سالن همایش های کتابخانه ملی ایران	۱۰ اثر (در کل شهر تهران)	جشنواره رسانه های اجتماعی شهر تهران	۲

آثار ثبت شده در سامانه جشنواره توسط دبیر کمیته علمی بررسی اولیه شده و بعد از تایید اولیه فرم های ثبت نام ، برای اعضای هیات داوران ارجاع می شوند. طی زمان بندی مشخص بر اساس فرم و جداول تعبیه شده در سامانه ، داوران به صورت آنلاین نسبت به رای دهی به آثار شرکت کننده اقدام می شود.

دبیر کمیته علمی در هر مرحله از فرآیند داوری بر روند آن نظارت داشته و مسئول حسن انجام امور و فرآیند مذکور بود . هر اثر حداقل توسط ۳ تن از داوران مورد ارزیابی و داوری قرار می گیرد. به طور کلی شاخص های داوری آثار شامل سه دسته شاخص کلان گرافیکی ، محتوایی و تکنولوژیکی است که در هر شاخص چندین زیر شاخص دیگر وجود داشت. سقف امتیاز قابل شده برای هر اثر در مجموع ۳۰ امتیاز است که به طور مساوی در ۳ شاخص گرافیکی، محتوایی و تکنولوژیکی بر اساس وزن دهی کارشناسی تقسیم شده است.

نتایج هر سطح از جشنواره توسط دبیر کمیته علمی به دبیر کمیته اجرایی جشنواره اعلام شده و برنامه ریزی به منظور اجرای جشنواره توسط کمیته اجرایی انجام شد. جشنواره نهایی در اواسط بهمن با همکاری کمیته علمی و کمیته اجرایی برگزار خواهد شدو در آن از برگزیدگان نهایی جشنواره به صورت رسمی تقدیر خواهد شد. کیفیت و کمیت جوایز نهایی با همکاری دو کمیته و با مشورت

دبیرخانه جشنواره شکوفا تعیین و اعلام خواهد شد. بیانیه هیات داوران در مراسم مذکور قرائت خواهد شد.

انتخاب داوران

هیات داوران جشنواره متشکل از ۳۱ تن از اعضای هیات علمی دانشگاه ها ، وبلاگ نویسان قدیمی و حرفه ای ، متخصصان فناوری اطلاعات و ژورنالیستهای سایبری بودند.

شاخص های داوری

شاخص های اصلی ارزیابی آثار به سه دسته شاخص کلان گرافیکی ، محتوایی و تکنولوژیکی تقسیم بندی می شود که زیر شاخص های آن به شرح جدول زیر می باشد:

شاخص های گرافیکی (۱۰ امتیاز)			
ملاحظات	امتیاز	امتیاز شاخص	
		۲	۱ اثر اولیه بر مخاطب
		۲	۲ خلاقیت و نوآوری در طراحی
		۲	۳ سادگی و زیبایی
		۲	۴ کاربرپسندی و قابلیت ناوبری
		۲	۵ استفاده از نمادهای ایرانی و اسلامی
شاخص های محتوایی (۱۰ امتیاز)			

ملاحظات	امتیاز	امتیاز شاخص		
		۲	به روز رسانی اطلاعات و محتوا	۱
		۲	قدمت محتوا	۲
		۲	خلاقیت در تولید و انتشار محتوا	۳
		۲	تعامل با مخاطب در تولید و انتشار محتوا	۴
		۲	تخصصی بودن محتوا و رعایت قواعد نگارش زبان فارسی	۵
شاخص های تکنولوژیکی (۱۰ امتیاز)				
ملاحظات	امتیاز	امتیاز شاخص		
		۲	استفاده از امکانات و ابزارهای دیجیتال مانند شمارنده ، تقویم ، جستجو ، پادکست ، آر اس اس ، پرچم و موارد مشابه	۱
		۲	استفاده از خبرنامه الکترونیک برای ارسال محتوا به مخاطب	۲
		۲	استفاده از ابزارهای نظر سنجی و ارتباط با مخاطب	۳
		۲	استفاده از ابزارهای چند رسانه ای (عکس ، فیلم ، موزیک و صدا)	۴
		۲	استفاده از ابزارهای پیوند ساز(پیوند درون متنی و برون متنی)	۵

مجموع رویدادها

در مجموع ۴۸ رویداد شامل ۲۲ جشن منطقه ای ۲۲ کارگاه منطقه ای ، یک جشن سراسری و یک همایش سراسری در قالب این جشنواره برگزار خواهد شد.

جدول برنامه های زمانی جشنواره رسانه های اجتماعی شکوفا ۱۳۹۵

مکان برگزاری	تاریخ	تعداد	رخداد	
مناطق ۲۲ گانه	از ابتدای خرداد تا اوایل آذر ماه	۲۲	کارگاه های مناطق	۱
مناطق ۲۲ گانه	اوایل آذر ماه	۲۲	جشن منطقه ای مناطق	۲
منطقه ۶ تهران	اواسط آذر ماه	۱	همایش سراسری فرصتها و تهدید های رسانه های اجتماعی در ایران	۳
	اواسط دی ماه	۱	جشن نهایی سراسری تهران	۴
۴۶ مورد			جمع کل رخدادها	