



با همکاری مساجد منتخب تهران روزانه بین ۴۰۰ تا ۱۲۰۰ دانش آموز دختر و پسر در اردوهای طرح آرمان در سال ۱۴۰۲ شرکت کردند. این اردوها با هدف نشاط آفرینی میان نوجوانان و آشنایی آنان با ارزش‌های دینی و همچنین سبک زندگی اسلامی ایرانی برگزار شده است. به گفته مسئول اردوهای دانش آموزی طرح شهید آرمان در مجموع در این سال بیش از ۴۸ هزار دانش آموز شرکت در این اردوها را تجربه کردند. قرارگاه شهید آرمان برای ارتقاء سطح کیفی، این اردوها را با همکاری گروه‌های متخصص برگزار کرده است و برای اجرای آن از ظرفیت اردوگاه‌های شهید باهنر و شهید چمران استفاده شد.

**شرکت ۸۴ هزار دانش آموز در اردوهای آرمان**

معاون رسانه طرح شهید آرمان علی وردی معتقد است استفاده از ابزارهای فناوری محور نقطه قوت کار رسانه‌های این طرح است

## تربیت فعالان رسانه‌ای در مساجد آرمانی



### آرمانی شو از نگاه معلمان و مربیان

#### ● معصومه اکبری:

هدف ما جذب حداکثری نوجوانان از طریق اردوها به مساجد است. در مرحله بعد نیز قصد داریم که در مساجد به فرهنگسازی و تغییر سبک زندگی بچه‌ها به سبک زندگی ایرانی-اسلامی بپردازیم.

#### ● سمیه احمدی:

یکی از اثراتی که دوره آرمانی شو توانست روی بچه‌ها داشته باشد، ارتباط خوب مادر دختری و پدر پسر است. مادر تابستان امسال موفق شدیم بالغ بر ۱۰ کارگاه و ۴ اردوی مشترک که بچه‌ها به همراه پدر یا مادرانشان شرکت کرده بودند، برگزار کنیم. آرمانی شو، این بستر را فراهم کرد تا مانع از فاصله سنی والدین با فرزندانشان برای برقراری ارتباطی نزدیک و مؤثر شود.

#### ● محمود سازگار:

ما باید برای مساجد برنامه فرهنگی تربیتی داشته باشیم و به این شکل نوجوانان را به این فضاها جلب کنیم. این ضرورت دارد که بدانیم مساجد مادر ۵ سال آینده به چه سمتی خواهند رفت. همچنین باید از ظرفیت بچه‌ها برای هدفمند شدن خودشان استفاده کنیم.

#### ● رضا مومن زاده:

اینکه در کنار ورزش و تحصیل، بشود دانش آموزان را نسبت به یک رشته‌ای علاقه‌مند یا حتی دانش فنی آنها را در آن حوزه زیاد کنیم، می‌تواند در آینده این دانش آموزان بسیار تأثیرگذار باشد. خوشبختانه در جریان برگزاری جشنواره آرمانی شو، بسیاری از دانش آموزان در زمینه مورد علاقه‌شان فعالیت کردند و برخی از آنها در این حوزه‌ها تخصص به‌دست آوردند. در جلساتی که با دانش آموزان داشتیم بسیاری از آنها ابراز علاقه کردند که در آینده همین مسیر را انتخاب خواهند کرد و این از برکات برگزاری برنامه‌های هدفمندی مانند جشنواره آرمانی شو است.

#### ● احمد طاهریان:

در دوره آرمانی شو، من و سایر مربیان، سعی بر این داشتیم که کلیشه‌های تدریس را کنار بگذاریم. به همین دلیل در این دوره تعامل با دانش آموزان در فضای کلاس بیشتر شد. دانش آموزان در ابتدای ورود به کلاس‌ها و دوره‌های جدید تمایلی به شرکت در پرسش و پاسخ‌ها ندارند. لازم است که معلم زمینه ورود همه دانش آموزان را به این صحنه گفت و شنود دعوت کند و شرایط مشارکت در بحث برای آنها فراهم شود.

مخاطب دسترسی پیدا کنند. تولید محتوا نیازمند تیمی منسجم و توانمند است تا این گروه بتواند تولیدی را انجام دهد که مخاطب نیز آن را دنبال کند. زارعی می‌گوید با نگاه به چنین پیش‌نیازهایی تیم‌های رسانه‌های منسجمی در مساجد پایتخت تشکیل شده است: «با برنامه‌ریزی انجام شده تلاش شد تا در هر مسجد، یک گروه رسانه‌ای متشکل از خبرنگار، عکاس، فیلم‌بردار، تدوینگر و فعال مجازی تربیت و به کار گرفته شود». این مسول در ستاد طرح شهید آرمان از استقبال بالای جوانان و نوجوانان از شبکه اطلاع‌رسانی مساجد تهران خبر می‌دهد: «تاکنون بیش از ۷۰۰ نیروی رسانه‌ای در بخش‌های مختلف ستاد رسانه طرح شهید آرمان، آموزش‌های تولید محتوا دیده یا در حال آموزش هستند تا به توانمندی برای برطرف کردن نیازهای رسانه‌ای شبکه اطلاع‌رسانی مسجد برسند. انتظار داریم این تعداد در نیمه نخست سال ۱۴۰۴ به ۲۵۰۰ نفر افزایش یابد.»

#### ● اجرای عملیات رسانه‌ای در بخش‌های مختلف

نباید انتظار داشت اطلاع‌رسانی تنها در قالب‌های مرسوم رسانه‌ای به مردم شکل بگیرد بلکه باید با استفاده بهینه و مناسب از ابزارهای نوین در این عرصه به گونه‌ای عمل کرد که مخاطبان به شکل حداکثری در جریان رویدادها و موضوعاتی که در مسجد اجرا می‌شود قرار گیرند. زارعی، این موضوع را تأیید می‌کند و به بهره‌گیری از رویدادهایی اشاره می‌کند که برای نخستین بار عملیاتی شده است: «برگزاری جشنواره‌ها، پویش‌ها و خرده پویش‌های ملی مناسبی از جمله رویدادهایی است که در این زمینه از سوی معاونت رسانه ستاد آرمان برگزار شده است. برپایی رویداد بزرگ «بران به پیش» با جامعه مخاطب ۱۵ هزار دانش آموز را در این بخش می‌توان شاخص‌ترین اقدام انجام شده در طرح آرمان دانست. نمایشگاه «بران به پیش» با هدف روایت دستاوردهای انقلاب اسلامی ایران برای دانش آموزان در سه حوزه دفاعی نظامی، صنعتی و پزشکی اجرا شده است.»

هنگامی که صحبت از جوانان و نوجوانان و آموزش به این گروه سنی به میان می‌آید، ایجاد جذابیت‌های مختلف برای جلب، جذب و نگهداشتن این قشر در برنامه‌ها از اهمیت دوچندانی برخوردار می‌شود. یکی از روش‌های تحقق چنین هدفی استفاده از ابزارهای رسانه‌های و انتقال جذاب مفاهیم در قالب رسانه به مخاطبانی است که قرار است به آنان خدمت ارایه شود. از این رو، قرارگاه شهید آرمان علی وردی با تعریف کار و بژه‌هایی در حوزه رسانه و طراحی الگوهای جدید کوشیده در مدت فعالیت خود، در قالب فناوری‌های نوین از ظرفیت رسانه به شکل مطلوبی برای پیام‌رسانی به دانش آموزان، جوانان و گروه‌هایی که به شکل خاص برای آن‌ها برنامه دارد استفاده کند. به این بهانه با «علی زمان زارعی» مسئول معاونت رسانه طرح شهید آرمان علی وردی گفت و گو کرده ایم.

#### ● تولید ۱۷۰ اثر در ژانرهای مختلف رسانه‌ای

زارعی، ایجاد انگیزه میان فعالان حوزه مسجد برای تولید محصولات رسانه‌ای را در کنار افزایش امکان اطلاع‌رسانی به مخاطبان در محله و گروه‌های بومی ایجاد شده از ثمرات موثر تولید محولات رسانه‌ای در قالب قرارگاه شهید آرمان می‌داند و می‌افزاید: «تولید بیش از هزار و ۱۷۰ اثر رسانه‌ای در بخش «تیزر»، «نماهنگ»، «سرود»، «فیلم کوتاه» و دیگر قالب‌های رسانه‌ای منجر به شناسایی استعدادها و مغلول مانده در این بخش و بهره‌گیری از افراد برای استفاده از توانمندی‌های آنان در موضوعات و برنامه‌های مختلف شده است.» مسئول معاونت رسانه طرح شهید آرمان علی وردی، تولید رسانه‌های هدفمند و مبتنی بر استانداردها و چارچوب‌های حرفه‌ای را از مهمترین رویکردهای آموزشی - تربیتی این معاونت در تولید محتوا عنوان می‌کند: «با توجه به اینکه مسجد در رویکردهای مدیران شهری نقش مهمی را ایفا می‌کند، تقویت شبکه رسانه‌ای مسجد از اهمیت دوچندانی برخوردار شده است.»

#### ● تربیت ۷۰۰ فعال رسانه‌ای در مساجد پایتخت

برای ایجاد و تقویت شبکه رسانه‌ای، باید نیروهای رسانه‌ای برای تولید محتوا آموزش ببینند و بتوانند محتوای تولید شده خود را در سکوها‌های مختلف اطلاع‌رسانی منتشر و به

#### ● شکل‌گیری ۲۲ گروه رسانه‌ای در مساجد

یکی از اقداماتی که معاونت رسانه ستاد طرح شهید آرمان از بدو تاسیس خود آن را در راستای ترویج مبانی انقلاب اسلامی دنبال کرده است، شناسایی، آموزش، توانمندسازی و به کارگیری نیروهای جوان مسجدی در حوزه رسانه و فضای مجازی است. اقدامی که برای نخستین بار و با محوریت دانش آموزان و جوانان مسجدی از سوی مرکز فعالیت‌های دینی شهرداری تهران اجرا شد و با استقبال بالای مخاطبان همراه شد. «علی زمان زارعی» درباره این اقدام و دستاوردهای آن می‌گوید: «در گام نخست اجرای این طرح، ۲۲ گروه رسانه‌ای بر خاسته از مسجد شناسایی و توانمند شدند. با استفاده از ظرفیت این گروه‌ها، موفق شدیم پوشش فعالیت‌های مختلف ستاد آرمان در محله‌های تهران را به بهترین شکل ممکن انجام دهیم.»

او توضیح می‌دهد: «معمولاً در مساجد برنامه‌های متنوع و ارزشمند بسیاری برگزار می‌شود اما، ظرفیت محدود رسانه‌های گروهی و کم توجهی‌هایی که در فضای رسانه‌ای به این فعالیت‌ها می‌شد منجر به آن شده بود که اقدامات آنطور که باید رسانه‌ای و به اطلاع مردم نرسد. با توجه به این موضوع طرح فعال‌سازی گروه‌های رسانه‌ای در دل محله‌ها را اجرا کردیم و توانستیم محصولات رسانه‌ای خوبی برای تبیین اقدامات انجام شده در مساجد تولید کنیم.»

### شرکت ۳ هزار نوجوان در رویدادهای داننگ

«علی زمان زارعی»، مسئول معاونت رسانه طرح شهید آرمان علی وردی استفاده از هوش مصنوعی در رویدادهای رسانه‌ای را یکی از ضروریات جامعه امروز می‌داند و می‌گوید برای موفقیت در حوزه رسانه باید همسو و همگام با فناوری روز دنیا به پیش رفت: «رویداد فناورانه داننگ در حوزه هوش مصنوعی و تولیدات رسانه‌ای در مساجد و مدارس تهران برای نخستین بار در چنین سطحی در کشور برگزار شده است. در این رویداد بیش از ۳ هزار نوجوان با ارایه ابداعات و ابتکارات خود شرکت کرده‌اند. علاوه بر این، پویش‌های مختلفی نیز در مناسبت‌ها و ایام مختلف ملی و مذهبی برگزار شده است که از آن جمله می‌توان به پویش بزرگ امام‌زایان، پویش لشکر قدس، پویش مثل آرمان، مسابقه کتابخوانی آرمان عزیز و پویش دختران آرمانی اشاره کرد.»

