

آیین‌نامه برگزاری بیستمین «جشنواره کتاب و رسانه»

ماده ۱. مقدمه

شمارگان کتاب و زمان اختصاص یافته برای کتابخوانی، از جمله شاخص‌های توسعه انسانی، فرهنگی و اجتماعی هر جامعه محسوب می‌شوند. بدیهی است در این میان، رسانه‌ها با ایفای نقش‌های آموزشی، سرگرم‌کنندگی، اطلاع‌رسانی، تحلیلی و تبیینی خود در حوزه‌های مربوط به «کتاب و نشر» می‌توانند گامی مؤثر در مسیر ارتقای کمی و کیفی این شاخص‌ها بردارند. به بیان دیگر، انتظار می‌رود رسانه‌ها با انتشار حرفه‌ای و جذاب آثار مرتبط با کتاب و نشر، از یک سو سبب جلب علاقه و توجه بیشتر مخاطبان خود به مطالعه شده و از سوی دیگر با فراهم آوردن بستری برای طرح نقاط قوت و ضعف صنعت نشر کشور، زمینه‌ساز رونق این صنعت فرهنگی گردند.

جشنواره کتاب و رسانه نوزده دوره است که با مأموریت توجه بیشتر به کارکردهای رسانه در حوزه کتاب و نشر برگزار می‌شود. این جشنواره با بهره‌گیری از دانش و تجربه فعالان خبره دو حوزه رسانه و کتاب، تلاش دارد ظرفیت‌های رسانه‌ای در زمینه کتاب را شناسایی و فعال نماید. امسال بیستمین دوره جشنواره پس از یک سال وقفه به دلیل همه‌گیری ویروس کرونا، برگزار می‌شود. اگرچه عدم برگزاری جشنواره در سال گذشته حتماً اثرات نامطلوبی برجای گذاشته است اما این تعویق زمانی، فرصتی مناسب برای بازنگری و تحول ابعاد مختلف جشنواره بود. تحولی که شرایط نوین سپهر رسانه‌ای کشور و ورود به عصر رسانه‌های نوین آن را الزامی می‌نمود. بر این اساس جشنواره دوره بیستم، با رویکردی جدید و ساختاری متحول برگزار خواهد شد.

ماده ۲. رویکردها

با تصویب شورای سیاستگذاری جشنواره کتاب و رسانه، این رویداد مهم فرهنگی کشور از این پس با تحولی جدی در رویکردهای خود سعی دارد به ایفای نقشی پررنگ‌تر و جدی‌تر از گذشته در استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌ای در زمینه کتاب و نشر بپردازد و از این مسیر، برای تبدیل کردن کتاب به مهم‌ترین شاخصه اقتصاد فرهنگی کشور و ارزشمندترین کالای فرهنگی خانواده‌های ایرانی تلاش نماید. این تحول، حول چهار رویکرد شکل خواهد گرفت.

رویکرد اول: نگاه آینده‌نگر

پیش از این نگاه جشنواره به تولیدات رسانه‌ای نگاهی پسینی به محتواهای رسانه‌ای تولیدی هر سال بوده است. اما با توجه به ظرفیت بالقوه تولید محتوا در زیست بوم رسانه‌ای کشور و همین‌طور ایده‌های خلاقانه خانواده نشر و کتاب، می‌توان از این گنجینه برای دریافت ایده‌های برتر تولیدات رسانه‌ای استفاده کرد. در این راستا بخش جدیدی با نام «رویداد ایده‌پردازی تولید محتوای رسانه‌ای» به جشنواره افزوده شده است. این رویداد با نگاهی آینده‌نگر، زمینه‌های بالقوه تولید محتوای رسانه‌ای در این حوزه را کشف و شناسایی خواهد کرد.

رویکرد دوم: مردم‌محوری

با توجه به رسالت ترویجی این جشنواره، ملاک سنجش میزان موفقیت و تأثیرگذاری تولیدات رسانه‌ای، ارتباط مستقیمی با ایجاد گرایش و میل به کتابخوانی از جانب مردم دارد. ملاکی که تاکنون توجه کمتری به آن شده و شاخص‌های داورى اغلب بر اساس مؤلفه‌های حرفه‌ای تولید محتوای رسانه‌ای بوده است. در دوره بیستم جشنواره، در دو بعد به افزایش نقش مردم و حرکت به سوی مردم‌محور شدن جشنواره توجه شده است؛ اول، لحاظ کردن شاخص‌های اثرگذاری ترویجی محتواهای تولیدشده رسانه‌ای و دوم تمهید امکان



تازه‌ای به ساختار داوری جشنواره برای ثبت آراء مردمی درباره تولیدات رسانه‌ای جهت بررسی میزان توفیق آثار مورد بررسی از طریق رجوع به نظرات مردمی.

رویکرد سوم: تعامل دوسویه

در دوره‌های پیشین جریان حرکت از سمت رسانه به سوی کتاب بوده است. در واقع جشنواره متمرکز بر بررسی و داوری اقدامات و فعالیت‌های رسانه‌ها برای ترویج کتاب و کتابخوانی و توسعه نشر بوده و این وظیفه را حرکتی یک سویه در نظر می‌گرفت که در آن صنعت نشر باید منفعلانه منتظر اقدامی از سوی رسانه‌ها می‌بود. این در حالی است که تغییرات سپهر رسانه‌ای کشور سبب شده است که ذی‌نفعان صنعت نشر امکان استفاده فعالانه از رسانه‌ها با کارکردی ترویجی را به خوبی پیدا کرده‌اند و دیگر ناشران و سایر بازیگران کلیدی این صنعت، حضوری منفعلانه در این تعامل دوطرفه رسانه‌ها و کتاب ندارند. بر این اساس در این دوره از جشنواره یک جایزه ویژه برای ناشری که توانسته باشد به خوبی از ظرفیت‌های رسانه‌ای استفاده کند در نظر گرفته شده و همچنین در کنار برگزاری جشنواره، مجموعه کارگاه‌های آموزشی برای ناشران و سایر بازیگران این صنعت برگزار خواهد شد تا در زمینه چگونگی استفاده بهینه از ظرفیت‌های رسانه‌ها توانمند شوند.

رویکرد چهارم: توجه به ظرفیت گونه‌های نوین رسانه‌ای

روندی که در توسعه رسانه‌های نوین در کشور ما و جهان آغاز شده است، در فاصله دو ساله عدم برگزاری جشنواره کتاب و رسانه و در دوران تحولات بنیادی ناشی از همه‌گیری کرونا در سبک مصرف رسانه‌ای کاربران، سرعت فزاینده‌ای یافت؛ تا جایی که مصرف گونه‌های نوین رسانه‌ای بر بسترهای اجتماعی سهم مهمی در سبک مصرف رسانه‌ای مردم پیدا کرده است. از رسانه‌های اجتماعی گرفته تا پادکست‌ها، از بازی‌های رایانه‌ای تا ویدیوبلاگ‌ها و... از این رو جشنواره دوره بیستم به صورت ویژه، ظرفیت‌های خلق شده توسط گونه‌های نوین رسانه‌ای را مورد توجه قرار خواهد داد و در بخش‌های مختلف جشنواره، نگاهش را به این عرصه‌های



جدید معطوف خواهد کرد. علاوه بر افزوده شدن محورهایی برای ارسال آثار منتشر شده در این گونه‌های نوین، جایزه ویژه‌ای نیز برای اقدامات نوآورانه‌ای که به فعال شدن این ظرفیت‌ها منجر شده باشد، در نظر گرفته شده است.

ماده ۳. اهداف

- افزایش توجه به کارکردهای رسانه در حوزه نشر و ترویج کتاب‌خوانی
- شناسایی، معرفی و تقویت حضور و فعالیت خبرنگاران، روزنامه‌نگاران، عکاسان و برنامه‌سازان حوزه کتاب
- افزایش سطح و کیفیت تولید آثار مرتبط با حوزه کتاب در رسانه‌های کشور
- تقویت فرهنگ عمومی و فرهنگ مکتوب جامعه از طریق افزایش سطح فرهنگ مطالعه در کشور
- پرورش، یاری‌رسانی و تقویت متخصصان حوزه کتاب در رسانه‌ها
- ریل‌گذاری برای تولیدات خلاقانه از طریق شناسایی، معرفی و حمایت از ایده‌های برتر تولید محتوای رسانه‌ای
- هدف‌گذاری برای حرکت به سمت تولید آثار فاخر و تأثیرگذار رسانه‌ای و ترویجی با موضوع کتاب
- توجه به نقش مردم به عنوان بزرگ‌ترین گروه مخاطب صنعت نشر
- ایجاد و تقویت نگاه سیاست‌گذارانه جشنواره در فضای رسانه‌ای کشور
- تقویت ارتباط حلقه‌های صنعت نشر و رسانه

ماده ۴. ارکان جشنواره

ریاست جشنواره: خانه کتاب و ادبیات ایران مسئول برگزاری جشنواره کتاب و رسانه بوده و ریاست هر دوره از آن برعهده مدیرعامل این مؤسسه است.



شورای سیاستگذاری: متشکل از افراد صاحب نظر و متخصص در دو عرصه کتاب و رسانه است که در هر دوره توسط ریاست جشنواره انتخاب شده و مسئولیت تعیین سیاست‌های کلی و جهت‌گیری‌های اصلی جشنواره را بر عهده دارد.

دبیر جشنواره: دبیر هر دوره از جشنواره با انتخاب و حکم رئیس جشنواره (مدیرعامل خانه کتاب و ادبیات ایران) از میان افراد متخصص و با تجربه عرصه رسانه و کتاب، معرفی خواهد شد.

هیئت داوران: در هر دوره از جشنواره از افراد متخصص و با تجربه عملی برای داوری آثار و ایده‌های دریافتی در محورهای مختلف استفاده خواهد شد. اعضای هیئت داوران توسط دبیر علمی جشنواره انتخاب می‌شوند.

دبیرخانه جشنواره: دبیرخانه اجرایی جشنواره در مؤسسه خانه کتاب و ادبیات ایران مستقر بوده و از ارکان جشنواره است و روابط عمومی مؤسسه مسئولیت دبیرخانه را بر عهده دارد.

ماده ۵. ساختار جشنواره

بخش مسابقه آژان: مهم‌ترین بخش جشنواره، بخش مسابقه انتخاب بهترین تولیدات رسانه‌ای در حوزه کتاب و نشر است که در هر دوره برگزار می‌شود. در این بخش، آثار رسانه‌ای تولید و منتشر شده فعالان رسانه‌ای مورد ارزیابی قرار گرفته و در هر محور، به انتخاب هیئت داوران، برترین‌ها برگزیده خواهند شد. علاوه بر جوایز اصلی اهدایی در حوزه‌های سه‌گانه مطابق ماده ۷، چهار جایزه ویژه نیز در این جشنواره اهدا خواهد شد:

- **جایزه ویژه «ناشر فعال در استفاده از رسانه‌ها»:** از دوره بیستم جشنواره، علاوه بر اهدای جوایز به اهالی رسانه و فعالان تولید محتوای رسانه‌ای، جایزه ویژه‌ای نیز به فعال‌ترین ناشری که توانسته باشد استفاده مطلوبی از ظرفیت‌های رسانه‌ای نماید، اهدا خواهد شد.



- **جایزه ویژه «شخصیت فعال رسانه‌ای کتاب»:** با توجه به نقش «انسان رسانه‌ها» و ظرفیت‌های کنشگری افراد اثرگذار رسانه‌ای و رهبران افکار در عرصه کتاب و نشر، جایزه ویژه‌ای توسط هیئت داوران برای تقدیر از شخصیت برتر و تأثیرگذار در این حوزه اهدا خواهد شد.
- **جایزه ویژه «انتخاب مردمی»:** این جایزه با هدف نزدیک کردن سلايق تولیدکنندگان به علايق مصرف‌کنندگان محتوا اهدا خواهد شد. در هر دوره، ذيل يکي از محورهای جشنواره، تعدادی از محتواهای دریافتی در معرض ارزیابی و انتخاب عموم مردم قرار داده خواهد شد تا از میان آنها یک محتوا انتخاب شده و مورد تقدیر قرار گیرد.
- **جایزه ویژه «رسانه حامی کتاب»:** اگرچه جشنواره کتاب و رسانه با هدف تقدیر از افراد رسانه‌ای حقیقی فعال در عرصه کتاب و نشر اجرا می‌شود، اما برای تقدیر از رسانه‌هایی که بسترسازی مناسبی برای تولید و انتشار محتواها در این زمینه کرده‌اند نیز بنا بر تشخیص هیئت داوران، جایزه ویژه‌ای به رسانه‌ای که بیشترین حمایت را از کتاب داشته است، اعطا خواهد شد.

بخش ایده‌پردازی تولید محتوا: با توجه به تغییر رویکردهای جشنواره، از دوره بیستم، بخش جدیدی تحت عنوان «بخش ایده‌پردازی تولید محتوای رسانه‌ای» با هدف استفاده از ظرفیت بالقوه مخاطبین، علاقه‌مندان به تولید محتوا، ذی‌نفعان صنعت نشر و تجمیع ایده‌های خلاقانه خلق محتوا با موضوع کتاب و نشر، به جشنواره اضافه شده است. در این بخش ایده‌های تولید محتوای علاقه‌مندان در موضوعی خاص دریافت شده و پس از پرورش در رویداد ایده‌پردازی، از تولید ایده‌های با ظرفیت و دارای پتانسیل حمایت خواهد شد.



ماده ۶. روند اجرای بخش مسابقه آثار

گام‌های اجرای بخش مسابقه آثار به شرح زیر است:

۱. اعلام فراخوان از طریق سایت جشنواره به آدرس resane.ketab.ir و رسانه‌ها به مدت یک هفته برای پذیرش آثار تولید شده‌ای که انتشار آن‌ها در بازه اعلامی جشنواره باشد.
۲. دریافت اطلاعات آثار از طریق سامانه فعال در سایت جشنواره مطابق فرم‌های تعیین شده و دریافت یک نسخه از اثر ارسالی به همراه مستندات انتشار آن.
۳. بررسی اولیه اطلاعات و مستندات ارسالی در دبیرخانه جشنواره با هدف صحت‌سنجی انتشار محتوا و رفع نقص آثار ناقص.
۴. تعیین داوران مربوطه توسط دبیر علمی جشنواره و ارجاع آثار برای داوری دو داور مرتبط از طریق سامانه جشنواره.
۵. داوری اثر بر اساس شاخص‌های اعلامی.
۶. تشکیل جلسه هیئت داوران و جمع‌بندی نهایی آثار و انتخاب اثر برگزیده و یا اثر شایسته تقدیر در هر محور و واجدین شرایط دریافت جایزه ویژه «ناشر فعال در استفاده از رسانه‌ها».
۷. انتخاب آثار واجد شرایط شرکت در بخش جایزه ویژه «انتخاب مردمی» و اعلام آن از طریق سایت جشنواره به منظور اعلام رأی عموم مردم و نهایتاً جمع‌بندی آرای مردمی و انتخاب اثر برگزیده.
۸. پیشنهاد کاندیداهای جایزه ویژه «شخصیت فعال رسانه‌ای کتاب» و «رسانه حامی کتاب» به پیشنهاد دبیر و تصویب در شورای سیاستگذاری جشنواره.
۹. برگزاری اختتامیه و اعلام نهایی برگزیده‌ها و تقدیر از ایشان.



ماده ۷. حوزه ها و محورهای بخش مسابقه

محورهای جشنواره کتاب و رسانه، مبتنی بر محل انتشار محتواهای رسانه‌ای در سه حوزه دسته‌بندی می‌شود:

حوزه اول: مطبوعات و خبرگزاری‌ها (شامل روزنامه‌ها، نشریات، خبرگزاری‌ها و سایت‌های خبری)

این حوزه شامل کلیه محتواهای متنی/ عکسی و گرافیکی/ صوتی و تصویری خواهد بود که در روزنامه‌ها، نشریات، خبرگزاری‌ها و سایت‌های خبری منتشر شده باشند. صاحبان آثار می‌توانند در این حوزه، در ۱۰ محور به رقابت با یکدیگر بپردازند:

| ردیف | محورها | گونه‌های محتوایی |
|------|--|------------------|
| ۱ | تیتراژ | متنی |
| ۲ | خبر | |
| ۳ | گزارش خبری | |
| ۴ | گفتگو | |
| ۵ | یادداشت | |
| ۶ | مقاله و نقد تخصصی | |
| ۷ | کاریکاتور | عکسی و گرافیکی |
| ۸ | گرافیک (اینفوگراف، پوستر، طرح گرافیکی و ...) | |
| ۹ | عکس (تک عکس، گزارش تصویری و ...) | |
| ۱۰ | محصولات چندرسانه‌ای مطبوعاتی و خبرگزاری‌ها | صوتی و تصویری |



حوزه دوم: پخش رادیویی و تلویزیونی (شامل شبکه‌های استانی، ملی و بین‌المللی صداوسیما، سرویس‌های ویدیو درخواستی (VOD)، شبکه‌های رادیو و تلویزیونی اینترنتی)

این حوزه شامل کلیه محتواهای صوتی و تصویری خواهد بود که در شبکه‌های استانی، ملی و بین‌المللی صداوسیما، سرویس‌های ویدیو درخواست (VOD)، شبکه‌های رادیو و تلویزیونی اینترنتی پخش شده باشند. صاحبان آثار می‌توانند در این حوزه، در ۷ محور به رقابت با یکدیگر بپردازند:

| ردیف | محورها | گونه‌های محتوایی |
|------|--------------------------------------|------------------|
| ۱ | گزارش خبری | صوتی و تصویری |
| ۲ | برنامه ترکیبی | |
| ۳ | مستند | |
| ۴ | گفتگو و میزگرد | |
| ۵ | داستانی و نمایشی | |
| ۶ | پویانمایی و عروسکی | |
| ۷ | مواد تبلیغی (تیزر، وله، نماهنگ و...) | |



حوزه سوم: رسانه‌های اجتماعی (شامل شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های کاربرمحور، پادکست‌ها، ویکی‌ها و بلاگ‌ها)

در این حوزه، محتواهای تولید و به اشتراک گذاشته شده بر بستر رسانه‌های اجتماعی شامل شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های کاربرمحور، پادکست‌ها و بلاگ‌ها به رقابت با یکدیگر می‌پردازند. با توجه به همگرایی قالب‌های محتوایی در بستر رسانه‌های نوین، محورهای برگزاری رقابت در این حوزه، مبتنی بر سه گونه محتوا (متن / عکس و گرافیک / چندرسانه‌ای) دسته‌بندی شده است.

| ردیف | محورها |
|------|--|
| ۱ | متن بر بستر رسانه‌های اجتماعی (توییت، وبلاگ، یادداشت و...) |
| ۲ | عکس و گرافیک بر بستر رسانه‌های اجتماعی (تک عکس، گزارش تصویری، اینفوگراف، پوستر، طرح گرافیکی، عکس نوشت و...) |
| ۳ | چندرسانه‌ای بر بستر رسانه‌های اجتماعی (پادکست، گفتگو و میزگرد زنده، ولاگری، پویانمایی، موشن گرافی و...) |

ماده ۸. الزامات آثار ارسالی در بخش مسابقه

۱. ارسال آثار تنها می‌تواند توسط اشخاص حقیقی انجام شده و ارسال اثر از سوی اشخاص حقوقی پذیرفته نمی‌شود.

۲. ملاک نام پدیدآور اثر، نام درج شده در رسانه یا گواهی مدیر رسانه خواهد بود.



۳. در صورتی که اثر ارسالی محصول تولیدی گروه و یا مجموعه‌ای باشد، ارسال‌کننده باید مستندات مبتنی بر نمایندگی گروه و یا مجموعه تولیدی را ارائه دهد.
۴. آثار شرکت‌کننده در جشنواره باید محصول خلاقیت ذهن، هنر و قلم نویسنده یا نتیجه تحقیق و ابتکار او باشند.
۵. آثاری که از ترجمه متون و گزارش‌های غیر بهره گرفته‌اند، در صورتی مجوز شرکت در جشنواره را خواهند داشت که کمتر از ۴۰ درصد متن را بخش ترجمه تشکیل دهد.
۶. تعداد آثار قابل پذیرش از هر فرد حداکثر ۷ مورد خواهد بود و آثار ارسالی بیش از این تعداد وارد فرایند داوری نخواهند شد.
۷. پذیرش آثار تنها از اهالی رسانه نخواهد بود و با توجه به اهدای دو جایزه «ناشر فعال در استفاده از رسانه‌ها» و «شخصیت فعال رسانه‌ای کتاب»، ناشرین و هر فعال رسانه‌ای که محتوایی در این حوزه تولید کرده باشد نیز می‌تواند آثار رسانه‌ای خود را ارسال کند.
۸. مبنای تاریخ انتشار اثر، تاریخ درج شده در زمان انتشار اثر و یا گواهی تاریخ پخش مدیر رسانه و یا زمان ثبت‌شده در کارافزار مورد نظر برای رسانه‌های اجتماعی خواهد بود. در صورت لزوم دبیرخانه می‌تواند مستندات تکمیلی در این زمینه را از صاحب اثر درخواست کند.
۹. مطبوعات و نشریات و خبرگزاری‌ها و سایت‌های خبری محل انتشار محتوا باید دارای مجوز معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باشند.
۱۰. پخش رادیویی و تلویزیونی آثار باید از شبکه‌های سازمان صداوسیما و یا رسانه‌های صوتی و تصویری مورد تأیید سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر (ساترا) انجام شده باشد.



ماده ۹. داوری آثار بخش مسابقه

۱. اعضای هیئت داوران بخش مسابقه آثار از میان استادان، صاحب نظران، پیشکسوتان و افراد با سابقه و فعال در حوزه رسانه و کتاب و برگزیدگان دوره‌های قبلی جشنواره خواهند بود که توسط دبیر علمی جشنواره انتخاب می‌شوند.
۲. کلیه مراحل داوری آثار به صورت الکترونیکی، از طریق سامانه جشنواره انجام می‌شود.
۳. هر اثر حداقل باید توسط دو داور مورد ارزیابی قرار گیرد و در صورت نیاز با تشخیص دبیر علمی، ارسال به داور سوم نیز امکان پذیر است.
۴. امتیاز هر اثر از طریق محاسبه میانگین نمره ارزیابی دو داور معین می‌شود.
۵. تقسیم کار و جمع آراء داوران و اعلام نتایج داوری برعهده دبیر جشنواره خواهد بود.
۶. معیارهای داوری آثار شامل موارد زیر است که بر اساس نظر دبیر علمی در هر محور مشخص خواهد شد:

- ارتباط موضوعی
- رعایت اصول حرفه‌ای
- کیفیت و روان بودن نثر
- فارسی نویسی و رعایت اصول دستور زبان فارسی
- تازگی، جذابیت و دربرگیری موضوع
- جامعیت و شفافیت متن
- تحقیق و تسلط بر موضوع
- خلاقیت و نوآوری
- اثرگذاری بر مخاطب
- استفاده از زبان ساده و فراگیر
- کیفیت هنری و زیبایی شناسی
- در نظر گرفتن گستره و تنوع طیف مخاطب



تبصره ۱. در پایان داوری از بین واجدان بالاترین امتیاز نسبی در هر رشته، علاوه بر اثر برگزیده، حداکثر تا ۳ اثر به عنوان آثار تقدیری معرفی می‌شوند.

تبصره ۲. انتخاب مشترك چند اثر به عنوان اثر برگزیده یا شایسته تقدیر، با تشخیص هیئت داوران و دبیر جشنواره بلامانع است.

تبصره ۳. با توجه به اثرگذاری بالای رسانه‌های محلی و ضرورت حمایت از فعالیت‌های این رسانه‌ها، در هر یک از سه حوزه مسابقه، یک جایزه به فعالان رسانه‌های استانی و محلی اختصاص خواهد یافت.

ماده ۱۰. روند اجرای بخش ایده‌پردازی تولید محتوا

گام‌های اجرای بخش ایده‌پردازی تولید محتوا به شرح زیر است:

۱. تعیین موضوع ویژه بخش ایده‌پردازی تولید محتوا در شورای سیاستگذاری.
۲. اعلام فراخوان دریافت ایده‌ها از طریق سایت جشنواره به آدرس resane.ketab.ir و رسانه‌ها به مدت یک هفته.
۳. دریافت ایده‌ها از طریق سامانه فعال در سایت جشنواره مطابق فرم‌های تعیین شده.
۴. بررسی اولیه اطلاعات ایده در دبیرخانه جشنواره با هدف بررسی میزان انطباق با موضوع ویژه این بخش.
۵. تشکیل کارگروه اختصاصی داوری بخش ایده‌پردازی تولید محتوا توسط دبیر جشنواره از بین اعضای هیئت داوران و راهبران (منتورهای) این بخش.
۶. طرح ایده‌ها در کارگروه داوری و انتخاب ایده‌های با ظرفیت پرداخت و توسعه بیشتر به صورت جماعی و یا از طریق رأی‌گیری.



۷. دعوت از صاحبان ایده‌های برتر برای حضور در رویداد یک روزه پرورش و راهبری ایده‌ها با حضور صاحبان ایده‌های منتخب و با برنامه‌هایی چون تشکیل کلاس‌های پرورش ایده، ارائه مؤثر و...
۸. پرورش و توسعه ایده‌ها به کمک راهبران (منتورهای) محتوایی و فرمی و ورود اطلاعات ایده‌های پرورش‌یافته در فرم «بوم ایده‌پردازی».
۹. ارائه ایده‌های پرورش‌یافته در مراسم روز مجاب‌سازی (پیچینگ) در حضور کارگروه داوری و انتخاب بخش ایده‌پردازی.
۱۰. اعلام نهایی ایده‌های برگزیده در مراسم اختتامیه جشنواره و اعلام حمایت از تولید محتوا توسط ایشان.
۱۱. پیگیری تولید ایده و حمایت از ایده‌پردازان منتخب در دبیرخانه دائمی جشنواره کتاب و رسانه.

تبصره ۴: هر شخص می‌تواند حداکثر ۳ ایده تولید محتوا در قالب‌های مختلف ارسال نماید و ایده‌های ارسالی بیش از این تعداد وارد فرایند داوری نخواهند شد.

تبصره ۵: با توجه به هدف این بخش که شناسایی و حمایت از افراد مستعد و علاقه‌مند به تولید محتوای رسانه‌ای در عرصه کتاب و نشر است، لذا پذیرش ایده از هر فردی امکان‌پذیر بوده و لزومی به داشتن فعالیت حرفه‌ای در عرصه رسانه نیست.

ماده ۱۱. داوری ایده‌های بخش ایده‌پردازی

۱. کارگروه اختصاصی داوری بخش ایده‌پردازی تولید محتوا توسط دبیر جشنواره از بین اعضای هیئت داوران و راهبران (منتورهای) این بخش انجام خواهد شد.
۲. داوری ایده‌های دریافتی که از پالایش مرحله اول دبیرخانه گذشته‌اند، به صورت جمعی در کارگروه داوری به صورت اجماعی و یا از طریق رأی‌گیری انجام خواهد شد.



۳. معیارهای داوری ایده‌ها شامل موارد زیر است که بر اساس نظر دبیر علمی در هر محور مشخص خواهد شد:

- ارتباط موضوعی
- خلاقیت و نوآوری
- ایده‌های با ظرفیت پرداخت و توسعه بیشتر
- کارایی و اثرگذاری
- در نظر گرفتن گستره و تنوع طیف مخاطب
- قابلیت اجرایی
- تناسب هزینه و فایده
- توانایی استمرار و تکرارپذیری
- در دسترس بودن منابع تولید
- تمایز و منحصر به فرد بودن
- تناسب با فرهنگ ایرانی
- تناسب با شرایط بازار موجود کتاب
- زودبازده بودن
- ظرفیت‌سازی در بازار نشر



ماده ۱۲. جوایز

۱. به برگزیدگان هر رشته، تندیس جشنواره، لوح تقدیر به امضای رئیس و دبیر جشنواره، به انضمام جایزه نقدی اهدا می‌شود. همچنین به هر یک از شایستگان تقدیر، لوح تقدیر و جایزه نقدی اهدا خواهد شد.
۲. برای بخش رویداد ایده‌پردازی، علاوه بر جایزه نقدی و لوح تقدیر به پیشنهاد دبیر جشنواره و تأیید رئیس جشنواره، جوایز حمایتی از قبیل به‌کارگیری افراد غیرخبرنگار به عنوان خبرنگار افتخاری و یا حمایت‌های تولید آثار نیز در نظر گرفته خواهد شد. تعیین نحوه و مبلغ حمایت از ایده‌های منتخب بر اساس بودجه جشنواره توسط شورای سیاستگذاری و تأیید توسط ریاست جشنواره صورت خواهد گرفت.
۳. با توجه به اضافه شدن بخش ویژه مردمی یک جایزه نیز به عنوان جایزه ویژه مردمی در بخش تولید تیزرها خواهد شد.
۴. میزان جایزه نقدی در هر دوره، به پیشنهاد دبیر و بر اساس بودجه جشنواره توسط شورای سیاستگذاری و تأیید توسط ریاست جشنواره انجام خواهد شد.
۵. در صورتی که پدیدآورندگان آثار برگزیده یا شایسته تقدیر در هر بخش بیش از یک نفر باشند، متناسب با سهم هر فرد، جوایز بین افراد تقسیم می‌شود. مرجع تشخیص تقسیم جوایز، داوران هر حوزه خواهند بود.
۶. اصلاح یا تغییر مواد این آیین‌نامه منوط به پیشنهاد دبیر جشنواره و تصویب مدیرعامل خانه کتاب و ادبیات ایران است.

ماده ۱۳. اعتبارات

۱. هزینه‌های لازم برای برگزاری جشنواره کتاب و رسانه، در بودجه سالانه مؤسسه خانه کتاب و ادبیات ایران پیش‌بینی می‌شود.



ماده ۱۴. زمان بندی جشنواره

جشنواره کتاب و رسانه به صورت سالانه و در پاییز هر سال برگزار می شود. در هر دوره، بازه زمانی پذیرش آثار از اول مهرماه سال گذشته تا ۳۱ شهریورماه سال جاری خواهد بود.

تبصره ۶. استثنائاً در دوره بیستم به دلیل تعویق یک ساله برگزاری جشنواره، آثار منتشر شده در بازه زمانی ۱۳۹۹/۰۷/۰۱ تا ۱۴۰۱/۰۶/۳۱ پذیرفته می شوند.

