جوایز پارسی
Persian Awards®



جوایز پارسی
چشم‌انداز و مأموریت
تاثیر جهانی

جوایز پارسی

کتاب جامع

Persian Awards®

Comprehensive Book

۲۰۲۶

Persian Awards: Vision, Mission & Global Impact

Publication Information and Credits

Persian Awards® Management and Executive Team:

Founder: Steve Moghadam

VP & Director of Business: Rose Sanei

Directors of Operations: Sara Parham, Afsaneh Mirshaki

Director of Content: Susan Jafarzadeh

Workflow Administrator: Arezoo Beigi

Art Department: Afsaneh Mirshaki, Mary Ghods, Sepideh Sahebdel

Project Hosts and Managers — Alphabetical Order (2020–2026):

Afrooz Nazary
Alex
Ali Golbaharan
Ali Pedram
Alireza Fadaei
Alireza Karimi
Anahita Alam
Arezoo Asadian Khorramabadi
Arezoo Jalalfard
Arezoo Maleki
Bahar Jabarian
Bahar Kazemi
Bahareh Yari
Davoud Mohammadi
Elham Hassankhani
Faezeh Nadimi
Mitra Kiaee
Mitra Nobakht Eivoli
Mitra Vaseghi
Mohammad Mehdi Sami
Mojdeh Naseri
Mojgan Rajabi
Mona Rajabi
Morvarid Golshanas Rad
Naghmeh Gharagozlou
Narjes Shirazi
Nasim Masoumi
Nastaran Dian
Neda Azizi
Neda Rahmati
Neda Zare
Niloufar Saleh Anaraki

Farhad Javidi
Faranak Aryaei
Ghazal Mahdavi Tabar
Gholamreza Amani
Hamed Soltani — Composer
Hamideh Khodaei
Houra Barhama
Kamran Entezari
Katayoun Hosseindoust
Ladan Kian
Maham Ara
Mahla Mortazavi
Mahnaz Dibaj
Mahsa Ahmari
Mahya Taklimi
Mahtab Masroor
Marjan Maravandi
Maryam Havand
Masoureh Bani Hashemi
Masi Alizadeh
Maya Montazeri
Mehrdad Hejir
Mehrnoosh Amerian
Meysam Pouyanfar
Nilufar Falah
Noushin Ghasemi
Parsa Amid
Parvaneh Kandekar
Parvin Pirouz
Peyman Saatchi
Reza Bahadori
Ronak Hakimzadeh
Roya Delkhosh
Roufia Jafarian
Saba Akbari
Sahar Ghiasi
Sam Moradi
Samaneh Hajjaran
Sara Rahmani
Shahreh Ahmadzadeh
Shahreh Khatouni
Shahla Rostami
Shima Taheri
Sonay Salah
Sousan Hariri
Tannaz Parsi
Toktam Akhteh
Zhinos Khodayari

Children's Hosts:

Heliya Sadeghi • Ashlyn Rose • Agrin Ahmadi • Kourosh Vali • Niousha Vali • Yalda Amini Zadeh • Mersana Barzegar

Public Relations: Atousa Bayan, Sara Bani

International Liaisons: Jennifer Berry, Jessica Bourne

Web Developers: Arnab Bose, Vidur Sen

Publisher Information

Project Publisher: Persian Awards®

Publisher: Silk Road Publishing

Publication Year: 2026

Website: www.Silkroadpublishing.com

ISBN — Electronic Book: 978-1-83442-059-2

ISBN — Print Book: 978-1-83442-058-5

Copyright

© 2026 Persian Awards®. All rights reserved.

All rights, including intellectual property rights, are reserved. No part of this publication may be reproduced, republished, distributed, or used in any form without prior written permission from the rights holder(s) and publisher, subject to applicable laws.

Some of the Friends and Companions of Persian Awards

Listed alphabetically by first name

Afshin Zakeri
Ali Asghar Rahimi
Ali Ezati
Alijan Alijanpour
Dr. Alireza Ghiamati
Azadeh Hojjat
Babak Germchi
Behzad Jamaati
Elham Kadkhodazadeh
Elham Valiollah
Eshrat Bani Hashemi
Esmaeil Fazeli
Faezeh Nadimi
Faramarz Tavakoli
Dr. Farhad Akhavein
Farhad Sabahi
Farzad Kadkhodaei
Fatemeh Davari
Fatemeh Mohammadi
Fatemeh Rezaei
Ferdows Mirshkar
Dr. Gholam Reza Zhian
Golbahar Hayati
Hadi Abri
Hadi Darban Hosseini
Haleh Taji
Hassan Bahrang
Hassan Gholipour
Keyvan Valiollah
Khojesteh Nategh
Kiamers Baghbani
Kian Ketabi
Mahtab Masroor
Manouchehr Lotfi
Mansour Khorrami
Mary Shah
Marzieh Fereshteh
Milad Feizi
Mohammad Jafari
Mohammad Rakaei
Mohammadreza Sabokroo
Mohsen Omidkhoda
Mohsen Rastegar Mofrad
Mojtaba Salehi
Morteza Ramezani
Mozhgan Moshtagh
Nader Sayar
Narin Tavakoli
Nazanin Rezaei
Nazanin Tadnejad
Nosh Azar Vafaei
Paiman Pairavi
Parham Pooladi
Parsa Khodaei
Reza Emadi
Reza Feizi
Dr. Reza Javaherdashti
Sadreddin Taheri
Saeed Bagheri
Sajjad Aghaei
Samaneh Ehsaninia
Shohreh Poudineh
Siavash Asadollahi
Dr. Siavash Shahrivar
Tahereh Eskandari
Tahmoures Yasemi
Tavoos Sohrabinejad
Vahid Alam
Vansha Roudbaraki
Yadollah Amini

فهرست مطالب

پیشگفتار ۱

فصل اول: هویت، مأموریت و نشان جوایز پارسی ۴

۱.۱ از جایزه تا بستری فرهنگی و حرفه‌ای ۴

۱.۲ معنای «پارسی» ۵

۱.۳ جامعه‌ای فراتر از مرزهای جغرافیایی ۶

۱.۴ مأموریت فرهنگی و اجتماعی ۷

۱.۵ دوری از جهت‌گیری سیاسی و مذهبی؛ تمرکز بر فعالیت ۸

۱.۶ نشان؛ نیلوفر طلایی دوازده‌گلبرگی ۱۰

۱.۷ ساختار کلی: جوایز اصلی و دسته‌بندی‌ها ۱۰

۱.۸ بستر مشترک، نه جایگزین نهادها ۱۱

۱.۹ مشارکت و سرمایهٔ انسانی ۱۲

۱.۱۰ هویت در چند لایه ۱۴

۱.۱۱ جایگاه فصل اول در کتاب ۱۵

فصل دوم: سیر شکل‌گیری و تکامل جوایز پارسی ۱۶

۲.۱ ریشه‌ها: از کار فرهنگی و تجاری تا ایدهٔ ارتباط فرامرزی (۱۹۹۰ تا ۲۰۰۰) ۱۶

۲.۲ دبی: پیوند تولید رسانه‌ای، نشر و رویداد (۲۰۰۰ تا ۲۰۰۵) ۱۸

۲.۳ کانادا: گسترش شبکه‌ها و تجربهٔ رویدادهای پیوسته ۲۰

۲.۴ «مرد و زن پارسی سال»: نخستین دوره‌های جایزه ۲۲

۲.۵ رادیو رؤیا: تجربهٔ رسانهٔ آنلاین و پوشش رویداد ۲۳

۲.۶ رویدادهای موضوع‌محور و جوایز منطقه‌ای ۲۴

۲.۷ سال‌های ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰: فشار همه‌گیری و بازاندیشی مسیر ۲۶

۲.۸ بستر دیجیتال: از پایگاه اطلاعاتی تا ساختاری گسترده‌تر ۲۷

۲.۹ گردآوری اطلاعات و تثبیت هویت مجموعه ۲۸

۲.۱۰ توسعهٔ مرحله‌ای و تغییر صورت‌بندی دسته‌ها ۲۹

۲.۱۱ جمع‌بندی: از تجربه‌های پراکنده تا چارچوبی چندحوزه‌ای ۳۰

فصل سوم: اکوسیستم و نقشهٔ پروژه‌های جوایز پارسی ۳۲

۳.۱ از فهرست پروژه‌ها تا شناخت یک اکوسیستم ۳۲

۳.۲ جوایز: هستهٔ شناسایی و معرفی ۳۳

۳.۳ پلتفرم آنلاین و دانشنامه: زیرساخت ارتباط و دسترسی ۳۴

۳.۴ عرضه و معرفی آثار: فروشگاه، بازار هنر، مجوز و رزرو ۳۵

۳.۵ پروژه‌ها و رویدادها؛ جشنوارهٔ بین‌المللی ایران ۳۷

۳.۶ برنامه‌سازی، تولید محتوا و مستندسازی فرهنگی ۳۸

۳.۷ اکوسیستم فیلم: شش جزء با کارکردهای جداگانه ۳۹

۳.۸ پروژه‌های اجتماعی: زنان، آموزش، سازمان‌های مردم‌نهاد و سالمندان ۳۹

۳.۹ نشر تخصصی و مرجع‌های حوزه‌ای ۴۱

۳.۱۰ پروژه: اتصال ایده، تیم و منابع ۴۲

۳.۱۱ همکاری فرامرزی، فعالیت محلی و منابع اجرا ۴۳

۳.۱۲ دانشگاه‌ها، انجمن‌های تخصصی و پیوند رویدادها با بازارها ۴۴

۳.۱۳ جمع‌بندی فصل ۴۶

فصل چهارم: جوایز، آکادمی و شیوهٔ داوری ۴۷

۴.۱ جایزه به‌مثابه فرایند شناسایی ۴۷

۴.۲ ساختار جوایز: جایزهٔ اصلی، دسته و طبقه‌بندی ۴۸

۴.۳ تنوع حوزه‌ها و تفاوت موضوع داوری ۵۱

۴.۴ نامزدی: مسیرها، شرایط و اطلاعات لازم ۵۲

۴.۵ آکادمی: مشارکت تخصصی در رأی‌گیری ۵۶

۴.۶ رأی عمومی، رأی تخصصی و امتیازدهی ۵۹

۴.۷ پایش رأی‌ها و بررسی موارد غیرعادی ۶۱

۴.۸ از نامزدهای اولیه تا فهرست نهایی؛ مرزبندی مسئولیت‌ها ۶۲

۴.۹ دوری از جهت‌گیری سیاسی و مذهبی در داوری ۶۳

۴.۱۰ جایزهٔ سینمایی و فستیوال فیلم ۶۴

۴.۱۱ نتیجهٔ جایزه، شکل قدردانی و آگاهی‌رسانی ۶۵

۴.۱۲ مدال جوایز پارسی ۶۶
۴.۱۳ مدال‌گیرندگان به تفکیک جایزه ۶۸
۴.۱۴ جمع‌بندی فصل ۷۴

فصل پنجم: جشنوارهٔ بین‌المللی ایران ۷۵
۵.۱ جایگاه جشنواره در طرح فرهنگی جوایز پارسی ۷۵
۵.۲ رویدادی غیررقابتی با مشارکت همگانی ۷۶
۵.۳ گسترهٔ فرهنگی: از زبان و گویش تا آیین‌های محلی ۷۷
۵.۴ مخاطب فرامرزی و حضور جوامع ایرانی ۷۸
۵.۵ بازهٔ نوروزی و معنای زمان‌بندی ۷۹
۵.۶ حضور حضوری و آنلاین؛ نمایشگاه مجازی هنر ۸۰
۵.۷ کسب‌وکارهای محلی، کوپن و تخفیف ۸۲
۵.۸ مشارکت رایگان و هزینهٔ برگزاری ۸۳
۵.۹ همکاری با برگزارکنندگان محلی و رسانه ۸۴
۵.۱۰ پیوند جشنواره با دانشنامه و مستندسازی فرهنگ ۸۶
۵.۱۱ نسبت جشنواره با جوایز پارسی و فستیوال فیلم ۸۷
۵.۱۲ نخستین دوره: فستیوال ۲۰۲۴ ۸۸
۵.۱۳ جمع‌بندی فصل ۹۰

فصل ششم: فستیوال فیلم و سینمای مستقل ۹۱
۶.۱ جایگاه سینما در اکوسیستم جوایز پارسی ۹۱
۶.۲ فستیوال فیلم و Featured Film: رقابت و نمایش ۹۲
۶.۳ Persian Film Network و Persian Film Database ۹۳
۶.۴ Persian Film Academy: دانش و رأی تخصصی ۹۵
۶.۵ مسیر پذیرش، بررسی آثار و کاتالوگ ۹۵
۶.۶ معیارهای ارزیابی، استقلال و تعارض منافع ۹۷
۶.۷ فیلم مستقل و فرصت دیده‌شدن ۹۸
۶.۸ گفت‌وگو، کارگاه و برنامه‌های آموزشی ۹۹
۶.۹ کنفرانس و بازار فیلم ۱۰۰

۶.۱۰ حق مؤلف، زیرنویس و ترجمه ۱۰۱
۶.۱۱ مستندسازی فرهنگ و پروفایل‌های حرفه‌ای ۱۰۲
۶.۱۲ برنامه‌ریزی اجرایی و گزارش دوره ۱۰۳
۶.۱۳ مدال‌گیرندگان فیلم؛ ۲۰۲۵ و ۲۰۲۶ ۱۰۴
۶.۱۴ جمع‌بندی فصل ۱۰۶

فصل هفتم: جایزهٔ چهره‌های تأثیرگذار و پروژه‌های اجتماعی ۱۰۷
۷.۱ از شناسایی فعالیت تا پشتیبانی اجتماعی ۱۰۷
۷.۲ جایزهٔ چهره‌های تأثیرگذار پارسی/فعالان اجتماعی ۱۰۸
۷.۳ فعالیت اجتماعی و دوری از جهت‌گیری سیاسی و مذهبی ۱۱۰
۷.۴ توانمندسازی زنان؛ از حمایت تا افزایش اختیار ۱۱۱
۷.۵ آموزش رایگان و گردش دانش ۱۱۲
۷.۶ سازمان‌های مردم‌نهاد و شبکهٔ همکاری ۱۱۳
۷.۷ سالمندان؛ نیازها، توانایی‌ها و رابطهٔ بین‌نسلی ۱۱۵
۷.۸ کودکان و نوجوانان؛ پیوند با فرهنگ و یادگیری ۱۱۶
۷.۹ برنامه‌های اجتماعی و چهره‌های ماندگار ۱۱۷
۷.۱۰ کار داوطلبانه، مشارکت محلی و پیوند فرامرزی ۱۱۸
۷.۱۱ اخلاق، کرامت و سنجش اثر اجتماعی ۱۲۰
۷.۱۲ پیوند جایزه و پروژه؛ مسیرهای توسعه ۱۲۱
۷.۱۳ جمع‌بندی فصل ۱۲۲

فصل هشتم: پلتفرم دیجیتال، رسانه، دانشنامه و نشر ۱۲۴
۸.۱ پلتفرم دیجیتال: نمای کلی و مسیرهای دسترسی ۱۲۴
۸.۲ پیوند میان اطلاعات و پایگاه داده ۱۲۵
۸.۳ پروفایل حرفه‌ای و Persian ID ۱۲۶
۸.۴ دانشنامه و پروژهٔ خاک ۱۲۸
۸.۵ صفحه‌های کسب‌وکار و دایرکتوری دیجیتال ۱۳۰
۸.۶ رسانهٔ آنلاین و آرشیو چندرسانه‌ای ۱۳۱
۸.۷ نشر، مجله‌ها و سالنامه‌های تخصصی ۱۳۲

۸.۸ دسترسی چندزبانه ۱۳۳
۸.۹ فروشگاه و معرفی محصولات ۱۳۴
۸.۱۰ بازار هنر، Licensing و معرفی آثار ۱۳۴
۸.۱۱ رزرو هنرمندان، خدمات سفارشی و حساب امن «اطمینان» ۱۳۷
۸.۱۲ بخش Project: تأمین مالی و تیم‌سازی ۱۳۸
۸.۱۳ آموزش آنلاین و صفحهٔ رویداد ۱۳۸
۸.۱۴ جمع‌بندی فصل ۱۴۰

فصل نهم: رویدادها، مشارکت و پایداری مالی ۱۴۱
۹.۱ رویدادها: قالب‌ها، اجرا و شبکه‌سازی ۱۴۱
۹.۲ نمای کلی مدل مالی و مشارکتی ۱۴۳
۹.۳ اسپانسرشیپ و سطوح حمایت ۱۴۳
۹.۴ تبلیغات و جایگاه‌های آگهی ۱۴۵
۹.۵ کمک‌های مالی و اهدایی ۱۴۵
۹.۶ فاند، گرنت و نهادهای پشتیبان ۱۴۶
۹.۷ منابع نقدی و غیرنقدی ۱۴۷
۹.۸ همکاری تجاری و مدل‌های معرفی مشتری ۱۴۸
۹.۹ زنجیرهٔ تولید و توزیع آثار فرهنگی ۱۵۰
۹.۱۰ مشارکت داوطلبانه و هماهنگی مرکزی و محلی ۱۵۱
۹.۱۱ استقلال مالی و دوری از جهت‌گیری سیاسی و مذهبی ۱۵۲
۹.۱۲ منابع برای پروژه، نه پروژه برای منابع ۱۵۲
۹.۱۳ اسپانسرشیپ پروژه‌های فرهنگی غیرتجاری ۱۵۴
۹.۱۴ جمع‌بندی فصل ۱۵۵

فصل دهم: حکمرانی، پاسخ‌گویی و چشم‌انداز آینده ۱۵۶
۱۰.۱ ساختار همکاری و ادارهٔ فعالیت‌ها ۱۵۶
۱۰.۲ کارگروه‌ها و هیأت مشاورین ۱۵۸
۱۰.۳ آکادمی: رأی‌دهی و فعالیت اعضا ۱۶۰
۱۰.۴ پروفایل، نشان عضویت و مشارکت اعضا ۱۶۱

۱۰.۵ پیشنهاد طرح‌ها و ارتباط کارگروه‌ها با پروژه‌ها ۱۶۲
۱۰.۶ آموزش و انتقال تجربه ۱۶۳
۱۰.۷ همکاری فرامرزی و شبکهٔ بین‌المللی ۱۶۴
۱۰.۸ ثبت، انتشار و دسترسی عمومی ۱۶۴
۱۰.۹ استقلال تصمیم‌گیری، سازمانی و رسانه‌ای ۱۶۵
۱۰.۱۰ سهم و دستاوردهای مشارکت ۱۶۶
۱۰.۱۱ چرخهٔ برنامه‌سازی و هماهنگی تیم‌ها در زمان اجرا ۱۶۶
۱۰.۱۲ چشم‌انداز و ساختار آینده ۱۶۷
۱۰.۱۳ ساختار باز؛ جهانی با ریشه‌های محلی ۱۶۸
۱۰.۱۴ از دغدغه تا مشارکت واقعی ۱۷۰
۱۰.۱۵ مشارکت اجتماعی؛ رابطه‌ای دوسویه ۱۷۲
۱۰.۱۶ اتصال به نهادهای بین‌المللی: از رویداد تا بازارسازی ۱۷۳
۱۰.۱۷ از جامعهٔ ایرانی به جامعهٔ میزبان؛ اعتماد و اشتراک ظرفیت‌ها ۱۷۵
۱۰.۱۸ مزایای عضویت در انجمن‌ها و کلوپ‌های تخصصی ۱۷۷

جمع‌بندی پایانی ۱۸۰

پیشگفتار

جوایز پارسی (Persian Awards®) پلتفرمی چندرسانه‌ای و فناوری‌محور است که برای شناسایی، حمایت، ارتباط‌دهی و تجلیل از فعالان جامعهٔ ایرانی در سراسر جهان شکل گرفته است. گسترهٔ فعالیت آن فرهنگ، هنر، دانش، فعالیت اجتماعی، کارآفرینی و دیگر زمینه‌های حرفه‌ای را دربرمی‌گیرد. نگاه فرامرزی مجموعه بر پیوند ایرانیان و فارسی‌زبانان در نقاط مختلف جهان استوار است.

در ساختار جوایز پارسی، جایزه در کنار پلتفرم دیجیتال، رسانه، رویداد، آموزش، نشر و پروژه‌های تخصصی قرار دارد. پلتفرم آنلاین برای ارتباط، معرفی و توانمندسازی طراحی شده است و ابزارهایی برای نامزدی، رأی‌گیری و داوری، پروفایل‌های شخصی و حرفه‌ای، و معرفی آثار و خدمات را در خود جای می‌دهد. Licensing، فروشگاه آنلاین، حساب امن اطمینان، بازار هنر، Booking، Project، خدمات سفارشی و Event از بخش‌های تعریف‌شدهٔ این ساختارند.

جوایز، فعالیت افراد و گروه‌ها را در حوزه‌های مختلف معرفی می‌کنند و فرایند نامزدی، رأی‌گیری عمومی و مشارکت تخصصی در آن‌ها نقش دارد. در کنار این ساختار، جشنوارهٔ بین‌المللی ایران رویدادی فرهنگی و غیررقابتی است که شرکت‌کنندگانش گواهی دریافت می‌کنند. فستیوال فیلم ساختاری جداگانه دارد: رقابت فیلم‌های کوتاه، مستند و انیمیشن را در کنار نمایش آثار Featured برگزار می‌کند و آکادمی فیلم، پایگاه و شبکهٔ سینمایی، کنفرانس تخصصی و بازار فیلم را نیز در بر می‌گیرد.

دانشنامه‌ها و پایگاه‌های تخصصی برای معرفی چهره‌ها، آثار، فرهنگ‌ها و رشته‌های گوناگون در نظر گرفته شده‌اند. پروژهٔ دانشنامهٔ «خاک» (یا «میهن»؛ در انگلیسی Homeland) به معرفی چندرسانه‌ای فرهنگ، زبان‌ها و گویش‌ها، ادبیات، هنر و سنت‌های مناطق ایران می‌پردازد. نشر کتاب و مجله‌های تخصصی، مستندسازی، برنامه‌های آموزشی و فعالیت‌های اجتماعی نیز بخش‌هایی از این گستره‌اند.

فعالیت‌های اجتماعی مجموعه شامل برنامه‌هایی برای توانمندسازی زنان، آموزش، کودکان و نوجوانان، سالمندان و ارتباط با سازمان‌های مردم‌نهاد است. بزرگداشت چهره‌های ماندگار نیز در کنار این برنامه‌ها قرار دارد. آکادمی، کارگروه‌ها، انجمن‌ها و کلوپ‌های تخصصی زمینه‌ای برای مشورت، تبادل تجربه، آموزش و همکاری میان متخصصان، هنرمندان و فعالان حوزه‌های مختلف فراهم می‌کنند.

مشارکت در جوایز پارسی شکل‌های گوناگونی دارد: از حضور در تیم‌های اجرایی و محلی تا ارائهٔ تخصص، همکاری داوطلبانه، پشتیبانی از پروژه‌ها و همراهی با رویدادها. مدل فعالیت مجموعه نیز اسپانسرشیپ، تبلیغات،

کمک‌های اهدایی، فاند و گرنت، همکاری‌های تجاری، تولید و نشر و خدمات آنلاین را دربرمی‌گیرد. این ساختار شبکه‌ای از افراد و فعالیت‌ها را در مقیاس‌های محلی و بین‌المللی به هم پیوند می‌دهد.

فصل اول: هویت، مأموریت و نشان جوایز پارسی

۱.۱ از جایزه تا بستری فرهنگی و حرفه‌ای

نام «جوایز پارسی» در نگاه نخست به معرفی و قدردانی از دستاوردها اشاره می‌کند؛ اما چارچوب فعالیت این مجموعه به جایزه و مراسم تقدیر محدود نیست. در کنار جوایز، رویداد، رسانه، آموزش، نشر، شبکه‌سازی و پروژه‌های فرهنگی و اجتماعی نیز در نقشهٔ کلی مجموعه جای دارند.

این دو وجه به هم پیوسته‌اند، اما یکی نیستند. جایزه راهی برای شناسایی و معرفی یک فعالیت مشخص است؛ پروژه یا برنامه می‌تواند مسیری گسترده‌تر برای ارتباط، تولید محتوا یا همکاری بگشاید. از این رو جوایز پارسی را می‌توان مجموعه‌ای دانست با هستهٔ تقدیر و معرفی، و چشم‌اندازی برای پیوند میان افراد، حرفه‌ها و موضوع‌های گوناگون.

این تعریف دامنهٔ مأموریت را روشن می‌کند و به این معنا نیست که همهٔ بخش‌ها هم‌زمان و با یک میزان آمادگی در حال اجرا هستند. نام یک پروژه یا خدمت در نقشهٔ کلی، به‌تنهایی وضعیت اجرایی آن را نشان نمی‌دهد. در سراسر این کتاب، هرجا از فعالیتی مشخص سخن گفته می‌شود، سه وضعیت از هم جدا می‌ماند: آنچه اجرا شده، آنچه در حال توسعه است و آنچه در حد برنامه یا چشم‌انداز مطرح شده است.

۱.۲ معنای «پارسی»

واژهٔ «پارسی» در نام مجموعه به پیوندهای فرهنگی و زبانی اشاره دارد که به مرز یک کشور یا شهر محدود نمی‌شوند. جامعهٔ مورد توجه جوایز پارسی شامل ایرانیان و فارسی‌زبانانی است که در نقاط مختلف جهان زندگی می‌کنند و در فرهنگ، هنر، دانش، فعالیت اجتماعی و حرفه‌های گوناگون مشارکت دارند.

«پارسی» در این برداشت آزمونی برای سنجش خلوص هویتی یا معیاری برای حذف دیگران نیست؛ دعوتی است به شناخت و ارتباط فرهنگی. افراد در کشورها و زمینه‌های متفاوتی رشد کرده‌اند و هرکدام به شکلی با زبان و فرهنگ ایرانی پیوند دارند. روایتی فراگیر می‌تواند این تفاوت‌ها را بازتاب دهد، بی‌آنکه همه را در قالبی یکسان جای دهد.

با این حال، گستردگی فرهنگی به‌تنهایی شرایط نامزدی در هر جایزه را تعیین نمی‌کند. معیار هر دسته جداگانه تعریف می‌شود و با موضوع همان جایزه سروکار دارد. جامعهٔ مخاطب مجموعه را نباید با شرایط نامزدی یک بخش خاص یکی گرفت.

نگرش جوایز پارسی فراگیر و فارغ از تبعیض است. مجموعه با بهره‌گیری از امکانات آنلاین، همهٔ ایرانیان و کسانی را که به‌نوعی ریشه‌های فرهنگی هزاران‌سالهٔ ایرانی دارند گرد هم می‌آورد تا در کنار هم رشد کنند و از انحصارطلبی و جدایی دور بمانند. این نگرش با دوری مجموعه از جهت‌گیری‌های سیاسی و مذهبی پیوند دارد: جوایز پارسی از حواشی سیاسی و مذهبی در پهنهٔ جغرافیای جهان دوری می‌کند تا بستری باشد برای هم‌گرایی و هم‌افزایی پتانسیل‌های جامعهٔ ایرانی در سراسر جهان.

۱.۳ جامعه‌ای فراتر از مرزهای جغرافیایی

جوایز پارسی جامعه‌ای را مخاطب قرار می‌دهد که اعضایش در کشورهای مختلف زندگی می‌کنند: ایرانیان داخل ایران، ایرانیان مهاجر، فارسی‌زبانان افغانستان و تاجیکستان و دیگر جوامعی که پیوندی زبانی یا تاریخی با فرهنگ ایران دارند.

این گستره به معنای تجربهٔ یکسان همهٔ این گروه‌ها نیست. محل زندگی، زبان روزمره، تجربهٔ مهاجرت و شرایط اجتماعی بر نوع رابطهٔ افراد با فرهنگ و هویت اثر می‌گذارد. بنابراین معرفی جامعهٔ مخاطب یکدست‌کردن آن نیست؛ هدف روشن‌کردن دامنهٔ پیوندی است که مجموعه می‌خواهد در چارچوب فرهنگی خود بازتاب دهد.

نگاه فرامرزی یعنی دستاورد را فقط از دریچهٔ یک شهر یا یک کشور نبینیم. فردی ممکن است در محیطی محلی فعالیت کند و هم‌زمان با شبکه‌ای گسترده‌تر در ارتباط باشد؛ نهادی در کشوری دیگر نیز ممکن است به

موضوع‌هایی بپردازد که با جامعهٔ ایرانی پیوند دارند. هر نمونه در زمینهٔ خاص خودش معرفی می‌شود، و اگر اطلاعاتی دربارهٔ محل، مخاطب یا گسترهٔ فعالیت در دست نباشد، کتاب آن را حدس نمی‌زند.

نگاه جهانی لزوماً به معنای اجرای همهٔ فعالیت‌ها در مقیاسی بزرگ یا هم‌زمان در چندین کشور نیست. فعالیتی می‌تواند در یک شهر یا میان گروهی مشخص شکل بگیرد، در حالی که چارچوب کلی مجموعه ارتباط آن را با جامعه‌ای گسترده‌تر در نظر دارد. از این رو دامنهٔ مأموریت و مقیاس اجرای هر فعالیت دو چیزند و باید جداگانه توصیف شوند. مجموعه می‌تواند جامعهٔ هدف خود را جهانی تعریف کند و هر برنامه را بر اساس محل، مخاطب و ظرفیت واقعی‌اش معرفی کند.

۱.۴ مأموریت فرهنگی و اجتماعی

مأموریت جوایز پارسی را می‌توان در سه کار خلاصه کرد: شناسایی، معرفی و قدردانی از دستاوردهای ایرانیان و فارسی‌زبانان در حوزه‌های گوناگون. فرهنگ، هنر، دانش، فعالیت اجتماعی و حرفه‌ای از زمینه‌هایی هستند که در این چارچوب قرار می‌گیرند. در کنار معرفی افراد و آثار، فراهم‌کردن فرصت برای آشنایی و همکاری نیز بخشی از نقشهٔ گستردهٔ فعالیت‌هاست.

این مأموریت فقط ناظر به چهره‌های شناخته‌شده نیست. در هر حوزه ممکن است افراد یا گروه‌هایی فعالیت کنند که در میان عموم کمتر شناخته شده‌اند، اما در رشته یا جامعهٔ خود نقشی برجسته دارند. توجه به این تنوع با هدف معرفی دستاوردها سازگار است، هرچند تشخیص و ارزیابی هر مورد بر پایهٔ اطلاعات همان دسته انجام می‌شود.

مأموریت فرهنگی و اجتماعی را نباید با ادعای حل مسئله یا ایجاد اثر گسترده یکی دانست. معرفی یک فرد یا فعالیت می‌تواند به دیده‌شدن آن کمک کند، اما اندازهٔ این اثر به شواهد جداگانه نیاز دارد. به همین ترتیب، برنامه‌ای که در نقشهٔ کلی مجموعه آمده است، تا زمانی که وضعیت اجرایش روشن نشده، دستاورد قطعی شمرده نمی‌شود.

هویت جوایز پارسی تنها از شمار و نام دسته‌ها ساخته نمی‌شود؛ به مأموریتی هم وابسته است که مجموعه برای خود تعریف می‌کند: معرفی دستاوردهای جامعهٔ ایرانی و فارسی‌زبان و ایجاد زمینه برای ارتباط میان افراد، حوزه‌ها و گروه‌های مختلف. جایزه بخشی از این چارچوب گسترده‌تر است، و همهٔ اجزای چارچوب را نمی‌توان به خودِ جایزه فروکاست.

۱.۵ دوری از جهت‌گیری سیاسی و مذهبی؛ تمرکز بر فعالیت

جوایز پارسی از جهت‌گیری‌های سیاسی و مذهبی دوری می‌کند. این مجموعه به هیچ حزب، گروه، جریان سیاسی یا نهاد مذهبی وابسته نیست و در انتخاب و معرفی افراد و نهادها، باورها و گرایش‌های آنان را معیار قرار نمی‌دهد. مبنای معرفی، فعالیت برجستهٔ هر فرد یا نهاد در حوزهٔ مشخص جایزه است، خواه ادبیات باشد، خواه فعالیت اجتماعی، حمایت از سالمندان و کودکان یا هر زمینهٔ دیگر.

این اصل به معنای کنار گذاشتن موضوع‌های سیاسی از فهرست جوایز نیست. در میان دسته‌ها، فعالیت مهاجران در سیاست کشور میزبان یک حوزهٔ مشخص است؛ برای نمونه در سال ۲۰۲۶ دسته‌ای برای «چهره‌های مهاجر فعال

در سیاست کشور میزبان» وجود داشته است. حضور چنین دسته‌ای نشانهٔ جانب‌داری سیاسی نیست؛ موضوع آن دسته، فعالیت فرد در همان حوزه است، نه گرایش یا وابستگی حزبی او.

تقدیر از یک فعالیت معین نیز به معنای تأیید همهٔ دیدگاه‌ها یا داوری کلی دربارهٔ فرد یا نهاد نیست. اگر کسی برای دستاوردی در ادبیات، آموزش یا فعالیت اجتماعی معرفی شود، معرفی بر همان دستاورد متمرکز می‌ماند و به عقاید سیاسی یا مذهبی او کاری ندارد. همین قاعده دربارهٔ سازمان‌ها و انجمن‌ها نیز صادق است: حضور یک نهاد در فهرست، گواه همهٔ فعالیت‌ها و نتایج آن نیست.

این اصل در همهٔ فصل‌های کتاب یکسان به کار می‌رود: نامزد یا دریافت‌کننده در چارچوب همان دسته معرفی می‌شود، و این معرفی نه تأیید همهٔ مواضع اوست و نه بیانیه‌ای سیاسی یا مذهبی از سوی جوایز پارسی.

این اصل دو لازمهٔ دیگر هم دارد. مجموعه نه فعالیت سیاسی دارد و نه فعالیت مذهبی، و برای پیشبرد برنامه‌های خود به این دو حوزه تکیه نمی‌کند. رویکرد آن بر لابی‌گری، تخریب یا نفی دیگران و تقسیم افراد و جریان‌ها به «خوب» و «بد» استوار نیست؛ تمرکز بر مشترکات است. فرهنگ، هنر، تاریخ، زبان، دانش، کارآفرینی و فعالیت اجتماعی حوزه‌هایی‌اند که می‌توانند ایرانیان و فارسی‌زبانان را، با هر پیشینه و در هر نقطهٔ جهان، به هم پیوند دهند؛ از این رو مجموعه به‌جای تقویت مرزبندی‌ها می‌کوشد بر همین نقاط مشترک تمرکز کند و زمینهٔ همکاری و هم‌افزایی را گسترش دهد.

۱.۶ نشان؛ نیلوفر طلایی دوازده‌گلبرگی

نشان جوایز پارسی به شکل نیلوفری طلایی با دوازده گلبرگ برجسته و متقارن طراحی شده است. گلبرگ‌ها پیرامون مرکزی کروی قرار دارند و نام لاتین *Persian Awards* و علامت ® در ترکیب نشان دیده می‌شوند.

دوازده گلبرگ با دوازده جایزهٔ اصلی جوایز پارسی پیوند دارند. این پیوند به چارچوب کلی مجموعه مربوط است و با دسته‌های هر سال یا طبقه‌بندی‌های درون یک جایزه تفاوت دارد. برای دیگر اجزای نشان، از جمله مرکز کروی، معنای نمادین جداگانه‌ای در این توصیف در نظر گرفته نشده است.

۱.۷ ساختار کلی: جوایز اصلی و دسته‌بندی‌ها

جوایز پارسی دو سطح اصلی دارد: دوازده جایزهٔ اصلی، و دسته‌بندی‌هایی که درون برخی از این جوایز تعریف می‌شود. دوازده جایزهٔ اصلی چارچوب کلی مجموعه را می‌سازند؛ دسته‌بندی‌ها نشان می‌دهند هر جایزه در هر دوره به چه حوزه‌هایی تقسیم شده است.

همهٔ جوایز دسته‌بندی ندارند، اما برخی دسته‌بندی‌های متعدد دارند. جایزهٔ «چهره‌های تأثیرگذار پارسی/فعالان اجتماعی» نمونهٔ روشن آن است: در سال ۲۰۲۵ برای ۲۴ طبقه‌بندی از این جایزه مدال اهدا شد. این ۲۴ طبقه‌بندی همگی در چارچوب همان یک جایزه قرار می‌گیرند و جایزهٔ مستقل به شمار نمی‌آیند.

از این رو باید میان دو عدد فرق گذاشت: «دوازده» شمار جوایز اصلی مجموعه است، و «۲۴» شمار طبقه‌بندی‌هایی است که در سال ۲۰۲۵ در جایزهٔ چهره‌های تأثیرگذار پارسی مدال گرفته‌اند. هیچ‌یک جایگزین دیگری نیست.

دسته‌های سالانه با رشد مجموعه و حوزه‌های مورد توجه هر دوره تغییر می‌کنند؛ ممکن است در سالی دسته‌ای اضافه، ادغام یا بازتعریف شود. به همین دلیل شمار دسته‌های یک سال را نمی‌توان جای شمار جوایز اصلی گذاشت، و تغییر تعداد دسته‌ها به‌تنهایی نشانهٔ گسترش یا کاهش فعالیت نیست.

دسته‌بندی نقشه‌ای است که حوزه‌های مورد توجه جوایز را نشان می‌دهد. هر دسته فقط نقطهٔ ورود است، نه شرح کامل فرد، اثر یا فعالیتی که در آن قرار می‌گیرد: وجود دسته‌ای برای فعالیت اجتماعی نشان می‌دهد این حوزه در ساختار جوایز جای دارد، اما دربارهٔ نوع فعالیت، دامنهٔ اثر یا مدت کار چیزی نمی‌گوید.

حضور یک حوزه در فهرست نیز به معنای یکسان‌بودن روش ارزیابی آن با حوزه‌های دیگر نیست؛ دستاورد در هنر، علم، فعالیت اجتماعی و ورزش ماهیت متفاوتی دارد و معیارها باید با هر حوزه سازگار باشند. شرح دقیق‌تر فرایند ارزیابی در فصل مربوط به جوایز و داوری می‌آید.

۱.۸ بستر مشترک، نه جایگزین نهادها

وقتی جامعهٔ مخاطب در کشورها و شهرهای گوناگون پراکنده است، فعالیت فرهنگی و حرفه‌ای هم در نقاط مختلف شکل می‌گیرد. رویداد یا برنامهٔ محلی برای همان جامعه اهمیت دارد، اما به‌تنهایی همهٔ پیوندهای لازم میان افراد و گروه‌ها را نمی‌سازد. ایدهٔ زیرساخت مشترک از همین نیاز برمی‌خیزد: فراهم‌کردن زمینه‌ای که در آن تجربه‌ها و ظرفیت‌های پراکنده دیده شوند و به هم برسند.

این بستر قرار نیست جای انجمن‌ها، تشکل‌های محلی، مراکز فرهنگی یا مجموعه‌های تخصصی را بگیرد. این نهادها با هویت و کار خود ادامه می‌دهند و در صورت وجود زمینهٔ مناسب با گروه‌های دیگر ارتباط می‌گیرند. «شبکه‌سازی» هم به معنای ادغام همهٔ نهادها در ساختاری واحد نیست؛ می‌تواند به شناساندن گروه‌ها به یکدیگر، انتقال تجربه یا فراهم‌کردن امکان همکاری اشاره کند. گروه‌های محلی با شرایط و ظرفیت‌های همان محل کار می‌کنند و در همان حال به شبکه‌ای وسیع‌تر متصل می‌شوند؛ فعالیت محلی و چارچوب فرامرزی مکمل یکدیگرند.

وجود چارچوب مشترک به آن معنا هم نیست که همهٔ فعالیت‌ها باید زیر یک نام یا با یک روش اجرا شوند. هنر، آموزش، پژوهش و کار اجتماعی هرکدام زمینهٔ حرفه‌ای و نیازهای خود را دارند. هویت کلی جوایز پارسی می‌تواند میزبان موضوع‌های گوناگون باشد، در حالی که هر حوزه با ویژگی‌های خودش شناخته و معرفی می‌شود.

این ایده بخشی از هویت مورد نظر مجموعه است و گزارشی از شبکه‌ای نیست که همهٔ حلقه‌هایش ساخته شده باشند. میان «هدف اتصال» و «وضعیت واقعی ارتباط» تفاوت هست: می‌توان گفت مجموعه به ساختن بستری مشترک برای ایرانیان و فارسی‌زبانان می‌اندیشد، اما گسترهٔ شبکه و میزان مشارکت در آن در گزارش هر برنامه مشخص می‌شود.

۱.۹ مشارکت و سرمایهٔ انسانی

ساختن یک بستر فرهنگی فقط با پول انجام نمی‌شود. زمان، دانش، تخصص، تجربه و شبکهٔ ارتباطی افراد نیز در شکل‌گیری و توسعهٔ فعالیت‌ها نقش دارند؛ بنابراین ظرفیت مجموعه را نمی‌توان فقط با پولی که هزینه شده

سنجید.

مشارکت نیز صورت‌های متفاوتی دارد. کسی زمان زیادی می‌گذارد و مسئولیتی مستمر می‌پذیرد؛ دیگری در مقطعی کوتاه یا با یک وظیفهٔ محدود کمک می‌کند؛ و شخصی دیگر تخصص، تجربه یا امکاناتی را در اختیار یک پروژه می‌گذارد. این نقش‌ها از نظر اندازه و شکل یکسان نیستند، اما هرکدام می‌توانند بخشی از یک مسیر مشترک باشند و نباید در گزارش‌ها به یک عنوان کلی فروکاسته شوند. اهمیت این تنوع در آن است که مشارکت را به الگویی واحد محدود نمی‌کند و جا را برای حضور افراد با توانایی‌ها و شرایط گوناگون باز می‌گذارد.

کار گروهی کنار هم قرارگرفتن نام‌ها نیست؛ زمانی معنا پیدا می‌کند که نقش‌ها به فعالیت یا مسئولیتی مشخص پیوند بخورند. در چارچوب جوایز پارسی این ایده با شبکه‌سازی، پروژه‌های مشترک و بهره‌گیری از توانایی‌های گوناگون جامعه همراه است. بااین‌حال، این جهت‌گیری در تعریف مأموریت، به‌خودی‌خود نتیجهٔ هر همکاری یا میزان اثرگذاری آن را ثابت نمی‌کند.

سرمایهٔ غیرنقدی را نیز نباید به رقم قطعی تبدیل کرد، مگر آنکه روش محاسبه و داده‌های پشتیبان روشن باشد. جزئیات مدل مالی، منابع نقدی و غیرنقدی و برآوردهای هزینه در فصل مالی و همراه با قیدهای لازم بررسی می‌شود. در فصل اول همین‌قدر کافی است: چارچوب معرفی‌شده مشارکت انسانی و تخصصی را در کنار منابع مالی می‌بیند، و ادامهٔ فعالیت فرهنگی به زیرساخت و همکاری وابسته است. وجود منابع یا شبکهٔ همکاران نیز تضمین نمی‌کند که هر برنامه اجرا شود یا نتیجه‌ای یکسان داشته باشد.

۱.۱۰ هویت در چند لایه

هویت جوایز پارسی را می‌توان در چهار لایه دید: نام و نشان؛ جامعه‌ای که مجموعه می‌خواهد با آن ارتباط بگیرد؛ مأموریتی که برای خود تعریف می‌کند؛ و شکل‌های فعالیتی که در مسیر اجرای این مأموریت مطرح شده‌اند. این لایه‌ها به هم پیوسته‌اند، اما هرکدام به پرسشی دیگر پاسخ می‌دهند.

نام، مخاطب و حوزهٔ فرهنگی را تداعی می‌کند؛ نشان، شناسهٔ بصری مجموعه است؛ جامعهٔ مخاطب گسترهٔ فرهنگی و زبانی را توضیح می‌دهد؛ مأموریت، جهت‌گیری کلی را روشن می‌کند؛ و فعالیت‌ها نشان می‌دهند این جهت‌گیری به چه شکل‌هایی دنبال می‌شود. اگر این لایه‌ها با هم خلط شوند، ممکن است عنوانی کلی جای گزارش اجرا بنشیند یا برنامه‌ای مشخص به‌اشتباه تمام هویت مجموعه شمرده شود.

هویت جوایز پارسی در این فصل بر این پایه‌ها تعریف شد: پیوند فرهنگی و زبانی نام «پارسی»؛ جامعهٔ گستردهٔ ایرانیان و فارسی‌زبانان در جهان؛ مأموریت معرفی و قدردانی از دستاوردها؛ دوری از جهت‌گیری‌های سیاسی و مذهبی؛ و نشانی که دوازده گلبرگش با دوازده جایزهٔ اصلی پیوند دارد. جوایز اصلی، دسته‌های سالانه و طبقه‌بندی‌های درون یک جایزه معنای متفاوت دارند، و مأموریت یا پروژه‌های برنامه‌ریزی‌شده را نیز بدون شواهد نمی‌توان جای فعالیت‌های انجام‌شده نشاند.

به همین دلیل، ادعاهای مربوط به هویت و مأموریت در این کتاب با زبانی روشن اما سنجیده بیان می‌شوند. مجموعه می‌تواند خود را فرامرزی، چندحوزه‌ای و متوجه پیوندهای فرهنگی و اجتماعی معرفی کند؛ اما هرجا سخن از میزان مشارکت، گسترهٔ دسترسی یا نتیجهٔ یک پروژه باشد، باید شواهد همان ادعا در دست باشد. وقتی از «جامعهٔ جهانی» سخن می‌گوییم، منظورمان تعداد

شرکت‌کنندگان بالفعل نیست؛ و وقتی از «زیرساخت مشترک» یا «شبکه» می‌گوییم، میان هدف ایجاد ارتباط و شبکه‌ای که فعالیتش مستند شده فرق می‌گذاریم.

۱.۱۱ جایگاه فصل اول در کتاب

جوایز پارسی در این کتاب به‌عنوان بستری فرهنگی و حرفه‌ای معرفی می‌شود که کارکرد تقدیر و معرفی را در کنار چشم‌اندازی گسترده‌تر برای ارتباط میان افراد و حوزه‌ها قرار می‌دهد. نام، نشان، جامعهٔ مخاطب، مأموریت و دامنهٔ فعالیت، از راه پیوند با یکدیگر هویت مجموعه را می‌سازند؛ هویتی که نه با صفت‌های تبلیغاتی، بلکه با توصیف دقیق همین اجزا شناخته می‌شود.

فصل اول چارچوبی برای خواندن فصل‌های بعد فراهم می‌کند و مفاهیم پایه و مرزهای اصلی را روشن می‌کند تا خواننده در ادامه میان مأموریت کلی، دسته‌های سالانه و وضعیت اجرایی برنامه‌ها تفاوت بگذارد. تاریخچه، ساختار جوایز، نامزدی و داوری، جشنواره‌ها، پروژه‌های اجتماعی، رسانه و نشر، منابع مالی و سازوکارهای پاسخ‌گویی هرکدام در فصل‌های بعد و بر پایهٔ اطلاعات همان حوزه بررسی می‌شوند، و هر ادعای اجرایی یا آماری نیز در فصل مربوط به خود می‌آید.

فصل دوم: سیر شکل‌گیری و تکامل جوایز پارسی

۲.۱ ریشه‌ها: از کار فرهنگی و تجاری تا ایدهٔ ارتباط فرامرزی (۱۹۹۰ تا ۲۰۰۰)

مسیر شکل‌گیری جوایز پارسی از زمان برگزاری نخستین دورهٔ جایزه آغاز نمی‌شود. بر پایهٔ روایت تاریخی مجموعه، این ایده از تجربه‌هایی برآمد که پیش‌تر در نشر، تبلیغات، رسانه، معرفی کسب‌وکارها و برگزاری نشست‌ها و رویدادها شکل گرفته بود. این تجربه‌ها از حدود سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۰ در ایران شکل گرفت و در دبی و سپس کانادا ادامه یافت و هرکدام بخشی از توانایی‌ها و تصور گسترده‌تری را فراهم کرد که بعدها در چارچوب جوایز پارسی به هم پیوست.

نخستین مرحله در ایران با کارهایی در حوزهٔ تبلیغات، نشر و ارتباط میان فعالان حرفه‌ای توصیف می‌شود: تولید محتوای تبلیغاتی و همکاری در برنامه‌های مرتبط با سینما در کنار انتشار کتاب و مجله. از فعالیت‌های مکتوب، مجله‌هایی با موضوع بازار و کسب‌وکار و یک هفته‌نامه نام برده شده است. در آن زمان دسترسی به شبکه‌های گستردهٔ دیجیتال و توزیع آنلاین هنوز مانند امروز فراگیر نبود؛ نشریه، نمایشگاه و نشست حضوری راه‌های اصلی رساندن اطلاعات و معرفی افراد و تولیدات بودند.

در همین دوره ایدهٔ نمایشگاه سیار کتاب مطرح شد: عرضهٔ کتاب‌های ناشران گوناگون در کنار هم، به‌جای عرضهٔ عنوان‌های اندک یک ناشر. این ایده به مسئله‌ای فراتر از فروش کتاب می‌پرداخت: چگونه می‌توان محصول فرهنگی را از محدودهٔ تولیدکننده‌اش بیرون آورد و به مخاطبان شهرها و مناطق دیگر رساند؟

در کنار نشر، فعالیت‌هایی برای معرفی کسب‌وکارها و تسهیل ارتباط میان آن‌ها دنبال شد. نشست‌ها و برنامه‌های شبکه‌سازی تجاری فرصت آشنایی، گفت‌وگو و همکاری میان صاحبان کسب‌وکار را فراهم می‌کردند و پرسشی بزرگ‌تر را پیش کشیدند: آیا می‌توان بستری ساخت که کسب‌وکارهای ایرانی را نه فقط به مخاطبان یک شهر یا کشور، بلکه به بازارهای گسترده‌تر معرفی کند؟

در پاسخ به این پرسش، طرحی با عنوان INTL TM (International Trade Market) مطرح شد، به‌معنای بازار تجارت بین‌المللی. هدف آن معرفی کسب‌وکارهای ایرانی، پیوند آن‌ها با مشتریان و تقویت امکان صادرات و همکاری بین‌المللی بود. اهمیت آن در تاریخچهٔ جوایز پارسی در نشان‌دادن چشم‌اندازی است که از همان زمان وجود داشت: پیوند معرفی فرهنگی با زیرساخت ارتباطی و اقتصادی.

مرحلهٔ ایران را می‌توان دورهٔ شکل‌گیری پرسش‌ها دانست: نشر و توزیع چگونه گسترش یابد؟ کسب‌وکارهای پراکنده چگونه یکدیگر را پیدا کنند؟ آثار و توانایی‌های ایرانیان چگونه به مخاطبان بیشتری برسد؟ رسانه چگونه فاصلهٔ تولیدکننده و بازار را کم کند؟ این پرسش‌ها در پروژه‌های بعدی نیز بازتاب دارند، اما راه‌حل‌های بعدی ادامهٔ بی‌وقفهٔ یک محصول واحد نبودند.

۲.۲ دبی: پیوند تولید رسانه‌ای، نشر و رویداد (۲۰۰۰ تا ۲۰۰۵)

مرحلهٔ دبی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۵ را دربر می‌گیرد. در این دوره، فعالیت‌های پیشین در تبلیغات و معرفی کسب‌وکار با تولید رسانه‌ای، پخش برنامه، نشر و برگزاری رویداد همراه شد. اهمیت تجربهٔ دبی در این است که کار دیگر به تولید محتوا یا نشست‌های کاری محدود نبود؛ ترکیب رسانه، چاپ، برنامهٔ تصویری، شبکه‌سازی و رویدادهای عمومی در دستور کار قرار گرفت.

در مواد تاریخی از تولید برنامه‌های تلویزیونی به زبان‌های فارسی، انگلیسی و عربی با نام *Dubai View* یاد شده است، و نیز از فعالیت‌های چاپی و گرافیکی و تولید رسانه. در این ترکیب چندرسانه‌ای هر موضوع از راه‌های گوناگون معرفی می‌شد: نشریه، برنامهٔ تصویری، گردهمایی یا رویداد عمومی. ارزش این مرحله در پیوند میان همین ابزارهاست.

در دبی مجله‌هایی و یک دایرکتوری کسب‌وکارهای ایرانی نیز منتشر شد. دایرکتوری اطلاعات کسب‌وکارها را گردآوری می‌کرد و آن‌ها را به یکدیگر می‌شناساند؛ کاری که با نشست‌های شبکه‌سازی تجاری هم‌جهت بود. در این نشست‌ها صاحبان کسب‌وکار دربارهٔ فعالیت و برنامه‌هایشان گفت‌وگو می‌کردند

و راه‌های همکاری را می‌شناختند. ایدهٔ «ایرانیان در کنار هم کار کنند» در این فعالیت‌ها شکل عملی‌تری یافت: انتشار اطلاعات کافی نبود و ارتباط حضوری و تداوم آن نیز اهمیت داشت.

در کنار برنامه‌های تجاری، رویدادهای سرگرمی و فرهنگی هم برگزار می‌شد. نام‌هایی مانند *Persian Business Networking* و *Future Nights* و نیز کنسرت‌هایی برای مخاطبان گوناگون یاد شده است. برگزاری رویداد، افزون بر فضای حضور و اجرا، به مهارت در تولید، هماهنگی، تبلیغ، ارتباط با مخاطب و مدیریت برنامه نیاز دارد؛ مهارت‌هایی که در مراحل بعد نیز اهمیت یافتند.

ارتباط مستقیم‌تر این مرحله با شکل‌گیری جوایز پارسی، برنامه‌ریزی برای جوایز موسیقی و سینما بود. از سال ۲۰۰۰ ایدهٔ این جوایز رسماً مطرح شد و نشست‌هایی با سینماگران و فعالان مرتبط انجام گرفت؛ دبی نیز برای برگزاری دوره‌های آغازین در نظر گرفته شده بود. اما اطلاعات موجود میان طرح‌ریزی و گفت‌وگو دربارهٔ جوایز و برگزاری کامل یک دورهٔ مستقل تمایز می‌گذارد؛ از این رو این کتاب دبی را محل دوره‌های کامل و قطعی جایزه معرفی نمی‌کند.

دشواری‌های فنی و محدودیت‌های ارتباطی نیز در توصیف آن سال‌ها آمده است. به‌گفتهٔ روایت موجود، فراهم‌کردن امکانات سینمایی و دسترسی به نیروها و زیرساخت‌های لازم آسان نبود؛ در نتیجه تمرکز عملی بیشتر بر فعالیت‌های موسیقایی و تقدیر از هنرمندان این حوزه قرار گرفت. طرح اولیه ممکن بود حوزه‌های متعددی را دربرگیرد، اما آنچه اجرا می‌شد متناسب با ظرفیت‌های در دسترس بود.

به این ترتیب دبی حلقه‌ای میان تجربه‌های اولیهٔ ایران و گسترش بعدی فعالیت‌ها در کانادا بود. کار رسانه‌ای چندزبانه، چاپ و نشر، فهرست‌کردن کسب‌وکارها، شبکه‌سازی و رویداد در این دوره کنار هم آمدند. هیچ‌یک به‌تنهایی

شکل نهایی جوایز پارسی نبود، اما با هم تجربه‌ای ساختند که به‌تدریج تصور مجموعه‌ای چندحوزه‌ای را ممکن کرد.

۲.۳ کانادا: گسترش شبکه‌ها و تجربهٔ رویدادهای پیوسته

فعالیت‌ها از حدود سال ۲۰۰۵ در کانادا ادامه یافت و با گسترش نشر، شبکه‌سازی تجاری و برنامه‌های عمومی همراه شد. این مرحله آغازی کاملاً جدا از سال‌های پیشین نبود؛ بسیاری از قالب‌ها در ایران و دبی آزموده شده بود. آنچه در کانادا تغییر کرد، فرصت گسترش و تداوم این قالب‌ها در محیطی تازه بود.

در حوزهٔ نشر، مجلهٔ نوروز و دایرکتوری کسب‌وکارهای ایرانی از فعالیت‌های نام‌برده‌شده‌اند. دایرکتوری اطلاعات کسب‌وکارها را چنان گردآوری می‌کرد که خواننده بتواند آن‌ها را پیدا کند و با صاحبانشان تماس بگیرد؛ فقط فهرستی تبلیغاتی نبود، بلکه ابزاری بود برای شناساندن فعالان اقتصادی ایرانی به یکدیگر. انتشار مجله و دفترچه‌های راهنما نیز ادامهٔ همین رویکرد بود.

شبکه‌سازی تجاری در این دوره به برنامه‌هایی با تناوب منظم‌تر پیوند خورد. نشست‌های ماهانه برای صاحبان کسب‌وکار فضایی بود تا دربارهٔ فعالیت‌ها، خدمات و پروژه‌هایشان صحبت کنند؛ از گردهمایی‌های مرتبط با املاک و برنامه‌های شبکه‌سازی حرفه‌ای نیز یاد شده است. هدف و قالب این برنامه‌ها روشن است، اما میزان اثر اقتصادی یا تعداد همکاری‌های برآمده از آن‌ها در اطلاعات موجود به‌صورت مستقل اندازه‌گیری نشده است و در این کتاب رقمی برای آن‌ها ارائه نمی‌شود.

رویدادهای خانوادگی، فرهنگی و تجاری نیز دامنهٔ بیشتری یافتند. در مواد تاریخی از برنامه‌هایی مانند *North York Festival*، *Made in Iran*، *Persian Family Day* و *Global Village Festival* یاد شده است. بعضی از آن‌ها به گردهمایی خانوادگی و اجرای صحنه‌ای نزدیک بودند و بعضی دیگر نمایشگاه یا فرصتی برای معرفی کسب‌وکارها و فرهنگ‌های گوناگون؛ *Made in Iran* با نمایشگاه تجاری و برنامه‌های سمیناری توصیف شده و با نشست‌های شبکه‌سازی کسب‌وکار پیوند داشت.

در همین فهرست از *Chinese Family Day* نیز نام برده شده است.

برنامه‌های مرتبط با کودکان، موسیقی، غذا و فرهنگ‌های مختلف نیز آمده است، از جمله جشنواره‌های کودک و برنامه‌های کتاب، فیلم، عکس، استعداد و مد، و نمایشگاه‌های زیبایی و سلامت. اهمیت این فعالیت‌ها در افزودن تجربهٔ تولید رویدادهای موضوع‌محور به مجموعه است: هر برنامه مخاطب و نیاز خاص خود را داشت و اجرایش به ترکیبی از طراحی، تبلیغ، هماهنگی و ارتباط با شرکت‌کنندگان وابسته بود. این تجربه بعدها در شکل‌دهی پروژه‌های تخصصی و جشنواره‌ای مجموعه اهمیت یافت.

همهٔ این نام‌ها برنامه‌های رسمی جوایز پارسی در شکل متأخر آن نیستند. در این کتاب، این برنامه‌ها مراحل پیوستهٔ تجربهٔ تیم و بخشی از زمینهٔ عملی شکل‌گیری مجموعه به شمار می‌آیند؛ تعلق سازمانی و وضعیت اجرایی هر رویداد در جای خود و بر پایهٔ سند مربوط روشن می‌شود.

مسیر شکل‌گیری در این دوره را بهتر است زنجیره‌ای از تجربه‌ها بدانیم تا فهرستی از برندهای پراکنده: از ایران توجه به نشر، توزیع و معرفی کسب‌وکارها آمده بود؛ از دبی پیوند رسانه و رویداد تقویت شده بود؛ و در کانادا این قالب‌ها در برنامه‌هایی متنوع‌تر آزموده شد. این پیوستگی به معنای یکی‌بودن همهٔ

فعالیت‌ها نیست: میان فعالیتی که در چارچوب یک تیم انجام شده، برندی که برای یک رویداد به کار رفته و ساختاری که بعدها جوایز پارسی نام گرفت فرق هست، و هر رویداد فقط تا حد اطلاعات موجود به این سیر پیوند می‌خورد.

۲.۴ «مرد و زن پارسی سال»: نخستین دوره‌های جایزه

در اواسط دههٔ ۲۰۰۰ ایدهٔ جوایز به‌تدریج در قالبی روشن‌تر دنبال شد. توجه به ایرانیانی معطوف بود که در کشورهای مختلف به موفقیت‌های حرفه‌ای یا اجتماعی دست یافته بودند. «مرد پارسی سال» و «زن پارسی سال» یکی از شکل‌های اولیهٔ این مسیر بود. این دسته‌ها با شناسایی ایرانیانی پیوند داشتند که در عرصهٔ بین‌المللی دستاوردهای قابل‌توجه داشتند، نه صرفاً با میزان شهرتشان در جامعهٔ فارسی‌زبان.

چهار دورهٔ نخست از سال ۲۰۰۶ آغاز شد و برگزیدگان هر سال چنین‌اند:

- ۲۰۰۶: بیژن پاکزاد و انوشه انصاری
- ۲۰۰۷: امید کردستانی و کریستین امانپور
- ۲۰۰۸: احسان یارشاطر و گلی عامری
- ۲۰۰۹: پیر امیدیار و شهره آغداشلو

در برخی دوره‌ها رأی‌گیری انجام شد اما مراسمی حضوری برگزار نشد؛ از ارسال تندیس برای برگزیدگان نیز یاد شده است. میان رأی‌گیری، اعلام نتیجه و برگزاری مراسم باید تفاوت گذاشت: «اجرای جایزه» الزاماً به معنای مراسمی عمومی و بزرگ نیست و شکل آن با امکانات هر دوره تغییر می‌کند.

جوایز «مرد و زن پارسی سال» مرحله‌ای مهم در تکامل ایدهٔ جوایز بود، زیرا معرفی افراد را از حوزهٔ رویدادهای تجاری و رسانه‌ای به ساختاری مشخص برای قدردانی پیوند داد.

۲.۵ رادیو رؤیا: تجربهٔ رسانهٔ آنلاین و پوشش رویداد

پس از دوره‌های نخست جوایز، فعالیت رسانه‌ای آنلاین نیز گسترش یافت. رادیو رؤیا در فاصلهٔ سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۲ فعال بود و بر پایهٔ مستندات مجموعه بستری برای تولید و انتشار برنامه‌هایی دربارهٔ رویدادها، افراد و موضوع‌های گوناگون توصیف می‌شود. با آنکه نام «رادیو» بر آن بود، فعالیتش به صدا محدود نمی‌شد و تولید تصویری و ضبط برنامه را هم دربرمی‌گرفت.

بخشی از کار رادیو رؤیا حضور در رویدادها و پوشش آن‌ها بود. گفت‌وگو با افراد، گزارش از برنامه‌ها و تولید بخش‌هایی با محور تخصص یا زندگی شخصی از قالب‌های نام‌برده‌شده است، و نیز برنامه‌های کوتاه خبری و موسیقی و چند مسیر محتوایی. این تجربه ادامهٔ پیوندی بود که پیش‌تر میان رویداد و رسانه شکل گرفته بود: رویداد فرصت گردهمایی می‌داد و تولید رسانه‌ای امکان می‌داد بخشی از آن تجربه ثبت و به مخاطبان دیگر منتقل شود.

فعالیت رسانه‌ای به امکانات فنی و نیروی انسانی محدود نمی‌شد و به حمایت و منابع هم نیاز داشت. در روایت موجود آمده است که ظرفیت جامعه برای پشتیبانی از چنین سامانهٔ تولیدی گسترده‌ای کافی نبود و فعالیت رادیو به‌تدریج کوچک‌تر شد و سپس متوقف گردید. این توقف به معنای بی‌اهمیتی تجربه نیست: از یک سو محدودیت‌های پایداری را آشکار کرد و از سوی دیگر مهارت‌هایی در تولید، ضبط، پوشش رویداد و انتشار آنلاین به تجربهٔ انباشتهٔ مجموعه افزود.

رادیو رؤیا مرحله‌ای بود که در آن رسانه از ابزار تبلیغ رویداد فراتر رفت و خود بستری برای تولید محتوا شد. این تجربه همچنین نشان داد توسعهٔ رسانه‌ای بدون مدل پشتیبانی و ظرفیت واقعی تیم پایدار نمی‌ماند. توقف یک برنامه می‌تواند بخشی از تغییر شکل فعالیت‌ها باشد: بعضی ابزارها کنار می‌روند، اما تجربه و دانش حاصل از آن‌ها در مرحله‌های بعد به کار می‌آید.

۲.۶ رویدادهای موضوع‌محور و جوایز منطقه‌ای

در میانهٔ دههٔ ۲۰۱۰ فعالیت‌های رویدادی در کانادا تنوع بیشتری یافت. در سال ۲۰۱۴، *Persian Beauty Awards* در مستندات مجموعه به‌عنوان برنامه‌ای معرفی شده که توان تولید و برگزاری یک رویداد موضوع‌محور را نشان می‌داد. در همان دوره، برنامه‌هایی در حوزهٔ زیبایی، سلامت، مد و فعالیت‌های مرتبط با کودکان در کارنامهٔ تیم آمده است؛ دربارهٔ برخی از آن‌ها روایت به دوره‌ای حدود ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۶ یا ۲۰۱۷ اشاره می‌کند. کودکان نیز مخاطب بودند؛ Canada Kids Festival مجموعه‌ای با هفت جشنوارهٔ هنری گوناگون بود، از کتاب و فیلم تا مد، با قالب‌هایی چون نمایش فیلم، نمایشگاه کتاب و عکس، مسابقهٔ استعداد و برنامهٔ مد. اهمیت این مرحله در آن است که تجربهٔ رویداد دیگر به نشست‌های تجاری یا گردهمایی‌های عمومی محدود نبود و هر برنامه به حوزه و مخاطبی مشخص پیوند می‌خورد.

جشنواره‌ها و گردهمایی‌های چندفرهنگی نیز در همین مسیر قرار داشتند. برنامه‌هایی مانند *Global Village Festival* با حضور فرهنگ‌ها و گروه‌های مختلف توصیف شده‌اند؛ این جشنواره با بیش از ۳۰ زبان و ۶۰ ملیت مختلف برگزار می‌شد. در چنین رویدادهایی معرفی فرهنگ فقط با سخنرانی یا متن انجام نمی‌شد؛ غرفه‌ها، اجراهای صحنه‌ای و فعالیت‌های متنوع به مشارکت‌کنندگان امکان می‌داد هرکدام بخشی از فرهنگ خود را به دیگران

معرفی کنند. این تجربه با نگاه فرامرزی مجموعه پیوند داشت، زیرا کار با مخاطبان و گروه‌های متفاوت توانایی سازمان‌دهی برنامه‌هایی فراتر از یک اجتماع واحد را می‌طلبید.

جشنوارهٔ موسیقی کانادا (*Canada Music Festival*) در سال ۲۰۱۷، هم‌زمان با ۱۵۰ سالگی کانادا، یا در سال ۲۰۱۸ برگزار شد؛ سال دقیق آن یکی از این دو است.

در این بخش از تاریخچه، آنچه بیش از همه دیده می‌شود گسترش مهارت‌های تولید و مدیریت رویداد است. قالب‌ها و مخاطبان تغییر می‌کردند، اما نیازهای پایه ثابت بود: برنامه‌ریزی، تولید محتوا، هماهنگی با شرکت‌کنندگان، اطلاع‌رسانی و فراهم‌کردن زمینهٔ حضور مخاطب. این تجربه بعدها در طراحی جشنواره‌ها و برنامه‌های گسترده‌تر اهمیت یافت. همهٔ برنامه‌های این دوره در شمار پروژه‌های رسمی جوایز پارسی نیستند؛ بعضی تجربه‌های مرتبط و زمینه‌ساز به شمار می‌آیند، و نام و وضعیت هر برنامه باید بر پایهٔ سند مربوط به آن ثبت شود.

در سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷، به‌گفتهٔ مجموعه، رأی‌گیری‌هایی به‌صورت منطقه‌ای در تورنتو و در پیوند با دو رویداد تجاری انجام شد و به برگزیدگان تندیس اهدا گردید. این رأی‌گیری‌ها با دوره‌های پیشین «مرد و زن پارسی سال» هم‌پوشانی داشت، اما از نظر مقیاس و چارچوب منطقه‌ای بود و نباید با دوره‌های گسترده‌تر یا ساختارهای بعدی جوایز یکی دانسته شود. در سال ۲۰۱۸ نیز جایزهٔ کسب‌وکار برتر در تورنتو به‌صورت منطقه‌ای برگزار شد؛ ادامهٔ توجه دیرینه به معرفی و شبکه‌سازی صاحبان کسب‌وکار که پیش‌تر در دایرکتوری‌ها، نشست‌های تجاری و نمایشگاه‌ها شکل گرفته بود و حالا در قالبی جایزه‌محور بیان می‌شد.

این دوره نشان می‌دهد سیر جوایز پارسی خطی و یک‌دست نبوده است. در کنار جوایزی با دامنهٔ گسترده‌تر، برنامه‌هایی با محدودهٔ جغرافیایی مشخص هم اجرا شد. یک جایزه می‌توانست متناسب با امکانات همان مقطع منطقه‌ای باشد، در حالی که چشم‌انداز کلی مجموعه همچنان جامعه‌ای پراکنده‌تر را در نظر داشت؛ پس میان دامنهٔ هدف و مقیاس اجرای هر دوره باید فرق گذاشت.

۲.۷ سال‌های ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰: فشار همه‌گیری و بازاندیشی مسیر

برای مجموعه، سال‌های ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰ دورهٔ تغییر و بازاندیشی بود. همه‌گیری کرونا امکان برگزاری حضوری رویدادها را محدود کرد و ضرورت استفاده از ابزارهای آنلاین را پررنگ‌تر ساخت. برای مجموعه‌ای که بخشی از تجربه‌اش بر رویدادها و گردهمایی‌های حضوری استوار بود، این وضعیت فقط به تعویق افتادن برخی برنامه‌ها نبود؛ شیوهٔ ادامهٔ ارتباط با مخاطب نیز نیاز به بازنگری داشت. پرسش تازه این بود: چگونه می‌توان مشارکت را به زمان و مکانی مشخص محدود نکرد و حضور از راه دور را ممکن ساخت، به‌ویژه برای کسانی که در شهرها و کشورهای مختلف زندگی می‌کنند؟

پاسخ مورد نظر حرکت به‌سوی بستری بود که افراد بتوانند حتی از خانه و بدون حضور فیزیکی به فعالیت‌ها بپیوندند. این جهت‌گیری از تجربهٔ پیشین پلتفرم‌های آنلاین و تولید رسانه‌ای جدا نبود، اما شرایط کرونا اهمیت آن را بیشتر کرد. همین شرایط زمینهٔ تازه‌ای برای بازگشت به ایدهٔ جوایز پارسی و کار روی زیرساخت آنلاین فراهم آورد؛ تجربه‌های پیشین، از تولید رسانه تا برگزاری رویدادهای حضوری، در این بازاندیشی اهمیت داشتند.

در همین دوره رونمایی رسمی‌تر از مجموعه در سال ۱۴۰۰ خورشیدی نیز به‌عنوان یک برنامه مطرح شد. اطلاعات موجود این تاریخ را در قالب پیشنهاد و برنامه بیان می‌کند و از آن نمی‌توان نتیجه گرفت که در همان سال رویدادی رسمی برگزار شده یا همهٔ بخش‌های مجموعه فعالیت کامل خود را آغاز کرده‌اند. این تغییر جهت نیز لزوماً به معنای آنلاین‌شدن فوری همهٔ رویدادها یا آماده‌بودن زیرساخت کامل در همان زمان نبود؛ میان تصمیم راهبردی و تحقق اجرایی باید فرق گذاشت. اهمیت این مرحله در تغییر جهت و اولویت‌هاست: از تمرکز عمده بر رویدادهای حضوری به استفادهٔ گسترده‌تر از ابزارهای آنلاین، ایجاد امکان ارتباط فرامرزی و گردآوری اطلاعات در بستری متمرکزتر.

۲.۸ بستر دیجیتال: از پایگاه اطلاعاتی تا ساختاری گسترده‌تر

در تاریخچهٔ فعالیت‌های دیجیتال، ایدهٔ اصلی بستری بود که فقط به یک کار محدود نماند و اطلاعات، محتوا، پروژه‌ها و ارتباط میان افراد و حوزه‌های مختلف را هم در خود جای دهد. طراحی پایگاه اطلاعاتی و گردآوری داده دربارهٔ افراد و حوزه‌های گوناگون از پیش در جریان بود و با رشد امکانات دیجیتال، بازنگری در شکل وب‌سایت و طراحی خدمات تازه مطرح شد.

با گسترش فعالیت‌های جوایز پارسی، بستر دیجیتال به ساختاری برای معرفی افراد، آثار، پروژه‌ها و برنامه‌های مجموعه تبدیل شد. پایگاه اطلاعاتی، پروفایل‌های شخصی و حرفه‌ای، آرشیو محتوا و خدمات آنلاین در این ساختار جای گرفتند، و وب‌سایت به‌عنوان فضای ارتباطی جوایز و دیگر فعالیت‌های فرهنگی، هنری، علمی و اجتماعی مجموعه شکل گرفت. هر بخش از این ساختار را در فصل مربوط به پلتفرم دیجیتال، با وضعیت اجرایی خودش، شرح می‌دهیم.

۲.۹ گردآوری اطلاعات و تثبیت هویت مجموعه

در کنار رویدادها و جوایز، گردآوری اطلاعات دربارهٔ افراد، آثار و حوزه‌های فعالیت به‌تدریج به یکی از محورهای مهم تبدیل شد. در تمام این سال‌ها، از سال ۲۰۰۰ به بعد، مجموعه‌ای از داده‌ها با دو هدف گردآوری شد: ایجاد یک پایگاه دادهٔ هنری و تاریخی ایران، و گذاشتن پایه‌های آکادمی برای بخش جوایز. تلاش برای ساختن پایگاه اطلاعاتی چهره‌های موفق ایرانی و گردآوری نام‌های فعال در موسیقی نیز بخشی از همین مسیر بود. چنین کاری، اگر داده‌ها را دقیق، به‌روز و قابل جست‌وجو نگه دارد، از فهرست‌کردن نام‌ها فراتر می‌رود و ابزاری برای شناخت حوزه‌ها و یافتن افراد مناسب برای معرفی می‌شود.

این مسیر با تجربهٔ دایرکتوری‌های کسب‌وکار و نشریه‌ها پیوند داشت. در دایرکتوری مسئله معرفی اطلاعات تجاری بود؛ در پایگاه گسترده‌تر، هدف ثبت و سامان‌دهی داده‌های مربوط به افراد، آثار و فعالیت‌های فرهنگی بود. این دو کار یکی نیستند، اما از نیازی مشترک می‌آیند: اطلاعات پراکنده باید سازمان‌یافته گردآوری شوند تا دسترسی و ارتباط ممکن شود.

در مواد تاریخی به کارهای برندسازی در میانهٔ دههٔ ۲۰۰۰ و تلاش برای شکل‌دادن به هویتی واحد برای مجموعه نیز اشاره شده است. در همان روایت، نمونه‌هایی از جوایز و آکادمی‌های شناخته‌شدهٔ بین‌المللی برای بررسی مطرح بوده‌اند تا ویژگی‌های مناسب جامعهٔ ایرانی با دقت انتخاب شوند. این به معنای هم‌سطح‌بودن جوایز پارسی با آن نمونه‌ها نیست؛ در حد مطالعه و الهام‌گرفتن از تجربه‌های دیگر و سازگارکردن ایده‌ها با تفاوت‌های فرهنگی و هنری است. برای نمونه، موسیقی ایرانی ساختار و تنوع خاص خود را دارد و دسته‌بندی‌های

موسیقی دیگر کشورها را نمی‌توان بی‌تغییر بر آن تحمیل کرد. این نگاه هم آرزوی ساختن چارچوبی گسترده را نشان می‌دهد و هم یادآور می‌شود که چنین چارچوبی باید با موضوع و جامعهٔ خود تناسب داشته باشد.

۲.۱۰ توسعهٔ مرحله‌ای و تغییر صورت‌بندی دسته‌ها

در طرح‌های برنامه‌ریزی مجموعه، قرار نبود همهٔ جوایز هم‌زمان و در یک سال آغاز شوند. یکی از این متن‌ها برای شروع، فعال‌کردن بخشی از جوایز را متناسب با امکانات، تعداد داوطلبان و حضور متخصصان پیشنهاد می‌کند و مثال می‌زند که ممکن است در یک سال سه جایزه وارد جریان شوند و در سال بعد دو یا سه جایزهٔ دیگر به آن‌ها افزوده شود. این مثال‌ها سناریوی مرحله‌ای‌اند و گزارش قطعی از شمار جوایزی که در هر سال اجرا شده نیستند.

این مدل مرحله‌ای ادامهٔ منطقی تجربه‌های پیشین بود. در دوره‌های رویدادی، بعضی برنامه‌ها با ظرفیت محلی اجرا می‌شدند. اصل مشابهی در طرح‌های بعدی دیده می‌شود: دامنهٔ کلی می‌تواند گسترده باشد، اما اجرای هر بخش به منابع انسانی، تخصصی و مالی و شرایط همان دوره وابسته است.

مقایسهٔ فهرست‌های سالانه نشان می‌دهد دسته‌بندی‌های مرتبط با فعالیت‌های اجتماعی در همهٔ دوره‌ها صورت‌بندی ثابتی نداشته‌اند. در فهرست سال ۲۰۲۴ عنوان‌هایی مانند حمایت از بیماران و کودکان، فعالیت اجتماعی در داخل و خارج از ایران، حمایت از پناهجویان و فعالیت سازمان‌های مردم‌نهاد دیده می‌شود. در فهرست‌های بعدی، حوزه‌هایی چون آموزش، حمایت از سالمندان و افراد دارای معلولیت، محیط زیست، حمایت از حیوانات و فعالیت رسانه‌ای با عنوان‌های مشخص‌تری آمده‌اند. این تفاوت‌ها به معنای ایجاد

جایزه‌ای مستقل در هر بار تغییر عنوان نیست؛ دقیق‌ترشدن شیوهٔ تفکیک و معرفی گونه‌های مختلف فعالیت اجتماعی در چارچوب جایزهٔ چهره‌های تأثیرگذار پارسی است.

پس وقتی از گسترش جوایز در سال‌های متأخر سخن می‌گوییم، باید سه چیز را از هم جدا کنیم: شمار جوایز اصلی که در نقشهٔ کلی تعریف شده است، شمار دسته‌ها و طبقه‌بندی‌هایی که در فهرست یک سال ثبت شده، و شمار برنامه‌هایی که واقعاً در همان سال اجرا شده است. این سه عدد می‌توانند متفاوت باشند، و برای فهم تغییر باید دید هر عدد به کدام دوره و سطح تعلق دارد.

۲.۱۱ جمع‌بندی: از تجربه‌های پراکنده تا چارچوبی چندحوزه‌ای

مسیر شکل‌گیری جوایز پارسی از چند مرحلهٔ به‌هم‌پیوسته گذشته است. در ایران، نشر، تبلیغات، معرفی کسب‌وکار و ایدهٔ توزیع فرامرزی کنار هم قرار گرفتند. در دبی، تولید رسانه‌ای چندزبانه، چاپ و برنامه‌های شبکه‌سازی و سرگرمی به این تجربه افزوده شد و ایدهٔ جوایز موسیقی و سینما جدی‌تر مطرح شد. در کانادا، دایرکتوری‌ها، نشست‌های تجاری و مجموعه‌ای از رویدادهای موضوع‌محور مجال گسترش یافتند. سپس دوره‌های «مرد و زن پارسی سال»، رسانهٔ آنلاین رادیو رؤیا، جوایز منطقه‌ای کسب‌وکار و تغییر اولویت‌ها در زمان کرونا، مسیر را به‌سوی ساختاری چندحوزه‌ای و متکی بر ارتباط دیجیتال کشاند.

این سیر خطی و بی‌وقفه نبود؛ با آزمون، تغییر و گاهی توقف همراه بود. رادیو رؤیا پس از مدتی کوچک‌تر و متوقف شد؛ بعضی جوایز منطقه‌ای اجرا شدند؛ و رونمایی رسمی‌تر در سال ۱۴۰۰ در اطلاعات موجود به‌صورت پیشنهاد

ثبت شده است. این تفاوت‌ها بخشی از تاریخچه‌اند و نباید با روایتی یکدست از موفقیت پوشانده شوند. در هر مرحله، امکانات موجود و نیازهای عملی بر انتخاب‌ها اثر گذاشتند.

آنچه این مراحل را به هم وصل می‌کند، تجربه و مسئله‌های مشترک است: افراد چگونه یکدیگر را پیدا کنند، آثار و توانایی‌ها چگونه معرفی شوند، رویداد چگونه به فرصتی برای ارتباط تبدیل شود و فعالیت‌ها چگونه از محدودهٔ جغرافیایی معینی فراتر بروند. جایزه یکی از قالب‌های این چارچوب است؛ رسانه و نشر، رویداد و شبکه‌سازی پیش‌تر در مسیر فعالیت‌ها حضور داشتند. هر برنامه با نام، زمان و وضعیت خودش معرفی می‌شود و تجربهٔ رویدادی که پیش از شکل‌گیری رسمی‌تر ساختار انجام شده، زمینهٔ تاریخی آن را توضیح می‌دهد، نه اجرای همان برنامه با عنوان جوایز پارسی را.

تاریخچهٔ جوایز پارسی را می‌توان تاریخچهٔ تبدیل تجربه‌های پیشین به چارچوبی گسترده‌تر دانست: از معرفی و ارتباط در مقیاس محلی، به شکل‌های رسانه‌ای و رویدادی متنوع، و سپس به تلاش برای ایجاد زیرساختی که ارتباط فرامرزی و دسته‌بندی‌های تخصصی را پشتیبانی کند. پیوستگی در تکرار دغدغه‌هایی چون معرفی، ارتباط، تولید محتوا و فراهم‌کردن زمینهٔ همکاری دیده می‌شود؛ تفاوت هر مرحله در قالب‌ها، ابزارها و اندازهٔ فعالیت است. این جمع‌بندی دربارهٔ میزان موفقیت یا اثرگذاری هر دوره حکم نمی‌دهد؛ هدف فصل روشن‌کردن مسیر و ترتیب کلی تجربه‌هاست تا در فصل‌های بعد ساختار امروز جوایز، پروژه‌ها و سازوکارهای آن بررسی شود.

فصل سوم: اکوسیستم و نقشهٔ پروژه‌های جوایز پارسی

۳.۱ از فهرست پروژه‌ها تا شناخت یک اکوسیستم

برای شناخت جوایز پارسی کافی نیست نام جوایز، رویدادها و خدمات را جدا از هم کنار هم گذاشت. نکتهٔ اصلی رابطه‌ای است که طرح کلی میان آن‌ها در نظر گرفته است: جایزه به شناسایی و معرفی دستاوردها کمک می‌کند؛ رسانه و نشر اطلاعات و آثار را عرضه می‌کنند؛ رویدادها امکان دیدار و مشارکت فراهم می‌آورند؛ و زیرساخت آنلاین این فعالیت‌ها را به هم پیوند می‌دهد.

این نقشه در چهار حوزهٔ کلی توصیف می‌شود: **جوایز، پلتفرم آنلاین، پروژه‌ها و رویدادها، و برنامه‌سازی و تولید محتوا.** مرز این چهار حوزه کاملاً جدا نیست؛ برای نمونه، یک رویداد می‌تواند هم‌زمان محل معرفی آثار، تولید محتوا و آشنایی فعالان یک رشته باشد. با این حال، تفکیک آن‌ها روشن می‌کند هر برنامه چه

کارکردی دارد و در چه مرحله‌ای است. در ادامهٔ فصل، فعالیت‌ها در کنار مسیرهای توسعه معرفی می‌شوند، بی‌آنکه عنوان یا وضعیت یک برنامه با برنامهٔ دیگر یکی گرفته شود.

۳.۲ جوایز: هستهٔ شناسایی و معرفی

جوایز هستهٔ نام جوایز پارسی و یکی از اجزای اصلی اکوسیستم‌اند. جایزه در این چارچوب به مراسم اهدای تندیس محدود نمی‌شود؛ شناسایی افراد، معرفی فعالیت‌ها، دسته‌بندی حوزه‌ها و فراهم‌کردن امکان دیده‌شدن دستاوردها نیز بخشی از آن است. نوع فعالیت و روش ارزیابی در هر حوزه متفاوت است و در فصل مربوط توضیح داده می‌شود.

ساختار جوایز، چنان‌که در فصل اول آمد، دوازده جایزهٔ اصلی دارد و برخی از آن‌ها دسته‌بندی‌های متعدد دارند. «چهره‌های تأثیرگذار پارسی/فعالان اجتماعی» نمونه‌ای از این جوایز است که در سال ۲۰۲۵ برای ۲۴ طبقه‌بندی آن مدال اهدا شد. این طبقه‌بندی‌ها جوایز مستقل شمرده نمی‌شوند و باید در همان جایزه خوانده شوند.

نقش جایزه با نقش پروژه و رویداد یکی نیست. جایزه بر شناسایی و قدردانی از فعالیتی مشخص تمرکز دارد؛ شناسایی یک فعالیت با اجرای یک پروژه هم یکی نیست، هرچند این دو مسیر می‌توانند مکمل هم باشند. رویداد فضای اجرا یا گردهمایی مخاطبان را فراهم می‌کند و پلتفرم آنلاین اطلاعات مربوط به افراد، آثار و برنامه‌ها را در دسترس می‌گذارد. این اجزا به هم مرتبط‌اند، اما هیچ‌یک جایگزین دیگری نیست.

۳.۳ پلتفرم آنلاین و دانشنامه: زیرساخت ارتباط و دسترسی

پلتفرم آنلاین قرار است نقشی فراتر از معرفی یک جایزه یا رویداد داشته باشد: بستری که به فعالان فرهنگی، هنری، علمی و اقتصادی امکان معرفی فعالیت‌ها و آثارشان را بدهد و ارتباط میان افراد و پروژه‌ها را آسان کند. این ایده با تجربه‌های پیشین مجموعه در نشر، دایرکتوری کسب‌وکارها و رأی‌گیری آنلاین پیوند دارد، هرچند هر یک از آن فعالیت‌ها کارکرد و دورهٔ خود را داشته است.

در نقشهٔ پلتفرم چند خدمت کنار هم قرار گرفته‌اند: پایگاه اطلاعاتی و دانشنامه، معرفی آثار و افراد، فروشگاه و بازار آثار، مجوز استفاده از آثار، معرفی رویدادها، رزرو و خدمات پروژه‌ای. ارزش پایگاه اطلاعاتی فقط به شمار نام‌های ثبت‌شده نیست؛ اطلاعات باید دقیق، دسته‌بندی‌پذیر و به‌روز باشند و روشن باشد هر صفحه چه چیزی را معرفی می‌کند. از این رو دانشنامه، فهرست افراد و فهرست آثار نام‌های متفاوت یک خدمت نیستند و هرکدام هدف و روش نگهداری خاص خود را دارند.

دانشنامهٔ پارسی یکی از مهم‌ترین اجزای اطلاعاتی اکوسیستم است. قرار است زندگی و آثار چهره‌های فرهنگی، هنری و علمی ایران را به زبان فارسی و انگلیسی و در صورت امکان به زبان‌های دیگر دربر بگیرد. برای چهره‌های تاریخی و درگذشته، صفحه‌هایی شبیه مدخل‌های دانشنامه‌ای در نظر گرفته شده که زندگی‌نامه، آثار و فعالیت‌ها را شامل می‌شود و اطلاعات تازه پس از بررسی و ویرایش تخصصی به آن‌ها افزوده می‌شود. برای افراد زنده، هر فرد می‌تواند پروفایلی داشته باشد که سوابق تحصیلی و حرفه‌ای، آثار، کتاب‌ها، سخنرانی‌ها و دستاوردهایش را معرفی کند و با بخش‌های دیگر پلتفرم، مانند فروشگاه، رویدادها و پروژه‌ها، در ارتباط باشد.

این ساختار در حوزهٔ جوایز نیز کاربرد دارد، زیرا اطلاعات پروفایل می‌تواند سابقه و فعالیت نامزدها را در دسترس مردم و اعضای آکادمی قرار دهد. دانشنامه و پروفایل شخصی بخشی از زیرساخت اطلاعاتی جوایزند و جایگزین فرایند داوری نیستند. جزئیات خدمات آنلاین در فصل مربوط به رسانه و زیرساخت دیجیتال آمده است.

۳.۴ عرضه و معرفی آثار: فروشگاه، بازار هنر، مجوز و رزرو

در نقشهٔ دیجیتال مجموعه، معرفی اثر به یک صفحهٔ ساده یا خبر محدود نمی‌شود. برای آثار ادبی، هنری و تصویری چند مسیر در نظر گرفته شده است: معرفی مستقیم اثر، رونمایی در قالب فرش قرمز، نمایشگاه حضوری یا آنلاین و عرضه در بازارهای مرتبط. در برنامهٔ معرفی اثر، تولیدکننده دربارهٔ فرایند شکل‌گیری، موضوع و ویژگی‌های اثرش توضیح می‌دهد؛ نویسنده دربارهٔ کتاب خود، هنرمند تصویری دربارهٔ روند خلق اثر و فیلم‌ساز دربارهٔ تولیدش. فرش قرمز قالب دیگری برای رونمایی است که می‌تواند در یک همایش تخصصی یا آنلاین برگزار شود، و نمایشگاه‌ها، از جمله نمایشگاه‌های موضوعی یا گردشی، برای آثار تجسمی و برخی تولیدات فرهنگی در نظر گرفته شده‌اند.

در بخش فروشگاه، هنرمندان، نویسندگان، تولیدکنندگان محصولات فرهنگی و سازندگان صنایع‌دستی می‌توانند آثار خود را معرفی و عرضه کنند و فروشگاه می‌تواند به فروشگاه‌های شخصی یا لینک‌های خرید بیرونی متصل شود. بازار هنر ترکیبی از عرضهٔ اثر و مجوز استفاده است و آثار تجسمی می‌توانند از راه حراجی آنلاین یا فروش موردی عرضه شوند. برای معاملات و همکاری‌ها، سیستم حساب امن («اطمینان») نیز تعریف شده است: مبلغ تا زمان انجام

تعهد یا تحویل کالا و خدمت نزد سیستم می‌ماند و پس از تأیید شرایط آزاد می‌شود. پرداخت مرحله‌ای برای پروژه‌هایی مانند طراحی یا توسعهٔ وب هم در همین چارچوب مطرح شده است.

حقوق استفاده از آثار در این نقشه جدا از معرفی اثر است. رضایت صاحب اثر و روشن‌بودن توافق‌ها اصل همکاری است. اطلاعات اثر، صاحب اثر، شرایط فروش و حقوق استفاده باید از هم تفکیک شوند؛ خرید یک اثر فیزیکی به‌خودی‌خود حق بازتولید یا استفاده از تصویر آن را منتقل نمی‌کند. مجوز ممکن است برای استفاده‌ای محدود یا گسترده، یک‌باره یا برای دوره‌ای معین تعریف شود و باید با نوع اثر و شیوهٔ استفاده تناسب داشته باشد.

این زیرساخت به مسئلهٔ دسترسی بین‌المللی آثار فارسی هم پاسخ می‌دهد؛ مسئله‌ای که معرفی و عرضهٔ آثار به مخاطبانی را دشوار می‌کند که فارسی نمی‌دانند. کیفیت معرفی، شناخت بازار مقصد و روشن‌بودن حقوق استفاده بر دسترسی اثر به بازارهای تازه اثر می‌گذارند. ترجمه و معرفی چندزبانه فقط برگردان واژه‌ها نیست؛ برای اینکه اثر در فضای فرهنگی تازه درست فهمیده شود، اطلاعات مربوط به زمینهٔ اثر، صاحب آن و شیوهٔ استفاده باید روشن باشد. فروش مستقیم اثر، نمایش آن، عرضهٔ مجوز استفاده و معرفی یک تولیدکننده شکل‌های متفاوتی از دسترسی‌اند و صاحب اثر و مخاطب باید بدانند چه چیزی عرضه می‌شود: خود اثر، نسخه‌ای از آن، حق استفاده یا سفارش یک خدمت هنری.

در کنار فروش آثار، خدماتی نیز بر پایهٔ مهارت یا اجرای هنرمند عرضه می‌شود. در ساختار رزرو، هنرمند نوع فعالیت، زمان‌های در دسترس و بهای خدمت را معرفی می‌کند و متقاضی برای همکاری یا اجرای مورد نظر درخواست می‌دهد؛ این کار با فروش یک اثر آماده تفاوت دارد، چون موضوع سفارش یا ارائهٔ خدمتی مشخص است. برخی خدمات به حضور فیزیکی هنرمند نیاز دارند و

برخی، مانند ضبط پیام تصویری یا صوتی برای مناسبت‌های مشخص، آنلاین ارائه می‌شوند. در مواردی که پرداخت و تحویل خدمت مرحله‌ای است، رزرو می‌تواند با پرداخت امن و توافق طرفین پیوند بخورد.

۳.۵ پروژه‌ها و رویدادها؛ جشنوارهٔ بین‌المللی ایران

«پروژه» و «رویداد» دو قالب مرتبط اما متفاوت‌اند. پروژه هدف و فعالیت‌هایی را دربرمی‌گیرد که ممکن است در بازه‌ای طولانی‌تر دنبال شوند؛ رویداد غالباً زمان و شکل مشخص‌تری برای گردهمایی، ارائه یا نمایش دارد. گاهی رویداد جزئی از یک پروژه است و گاهی برنامه‌ای مستقل. در هر دو حالت، هدف، مخاطب، زمان اجرا و وضعیت هر مورد باید جدا بیان شود.

پروژه‌ها آموزش و توانمندسازی زنان، فعالیت‌های مرتبط با سالمندان، کودکان و نوجوانان، همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد و معرفی فرهنگ و زیست‌بوم ایران را دربرمی‌گیرند و هر حوزه مخاطب و شیوهٔ کاری خود را دارد. رویدادها در قالب گردهمایی حرفه‌ای، نشست آموزشی، نمایشگاه، جشنواره و برنامهٔ فرهنگی برگزار می‌شوند و می‌توانند محل معرفی اثر، گفت‌وگو با متخصصان و آشنایی نهادها باشند.

جشنوارهٔ بین‌المللی ایران رویدادی فرهنگی و غیررقابتی است و شرکت‌کنندگانش گواهی دریافت می‌کنند؛ بنابراین با فستیوال فیلم رقابتی یکی نیست. در مدل جشنواره، مشارکت حضوری و آنلاین، استفاده از کسب‌وکارهای موجود به‌عنوان نقاط رویداد، معرفی تبلیغاتی، کوپن و تخفیف، نمایش محتوای فرهنگی و آرت‌اکسپوی مجازی کنار هم قرار می‌گیرند. شرح تفصیلی آن در فصل مربوط می‌آید.

۳.۶ برنامه‌سازی، تولید محتوا و مستندسازی فرهنگی

برنامه‌سازی در نقشهٔ جوایز پارسی مسیری برای ثبت، معرفی و انتقال محتواست. قالب‌های آن مصاحبه، سمینار، میزگرد، آموزش، گفت‌وگو با متخصصان، معرفی حرفه‌ای‌ها و تولید محتوا برای گروه‌های گوناگون مخاطب است؛ زنان، سالمندان و کودکان و نوجوانان از جمله این گروه‌ها هستند و محتوا با توجه به نیاز هر گروه طراحی می‌شود. این حوزه با رویدادها و پلتفرم آنلاین نزدیک است، اما کارکردی مستقل دارد: رویداد ممکن است تولید محتوا را ممکن کند، ولی برنامهٔ رسانه‌ای می‌تواند پس از رویداد نیز در قالب مصاحبه، گزارش یا محتوای آموزشی ادامه یابد. پلتفرم هم محل انتشار یا دسترسی است و با محتوایی که روی آن منتشر می‌شود یکی نیست.

ثبت و معرفی فرهنگ و زیست‌بوم ایران از دیگر محورهای تولید محتواست. این محور بخشی از پروژهٔ دانشنامهٔ «خاک» (یا «میهن»؛ Homeland) است که فرهنگ، آداب‌ورسوم، زبان و گویش و خوراک مناطق مختلف ایران و زندگی مردم آن را معرفی می‌کند. مستندسازی یکی از اجزای این پروژه است و «شهر من»، «خانهٔ من»، «زادگاه من» و «ایران من» نام برنامه‌هایی‌اند که برای اجرای آن به کار می‌روند؛ هدف همهٔ آن‌ها ثبت تجربه‌های محلی و در دسترس‌گذاشتن‌شان برای مخاطبان و نسل‌های بعد است. برنامه‌های «چهره‌های ماندگار» نیز به معرفی و بزرگداشت افراد در حوزه‌های فرهنگی، هنری، اجتماعی و اقتصادی می‌پردازند؛ در گزارش‌ها اجرای **پنج برنامه برای پنج نفر** ذکر شده است. در کنار آن، قالب‌هایی مانند مصاحبه، سمینار، میزگرد، معرفی مفاخر و برنامه‌های آموزشی در نقشهٔ تولید محتوا قرار دارند. این مجموعه سویهٔ مستندساز اکوسیستم را می‌سازد: ثبت تجربه و دستاورد، معرفی افراد و فراهم‌کردن محتوایی برای آشنایی و یادگیری.

۳.۷ اکوسیستم فیلم: شش جزء با کارکردهای جداگانه

حوزهٔ فیلم در نقشهٔ جوایز پارسی از شش جزء تشکیل شده که نباید با هم خلط شوند:

- **Persian Film Network:** پلتفرم آنلاین برای ارتباط و معرفی در حوزهٔ فیلم.
- **Persian Film Database:** پایگاه اطلاعاتی آنلاین مرتبط با فیلم و سینما.
- **فستیوال فیلم:** بخش رقابتی برای فیلم کوتاه، مستند و انیمیشن. آثار Featured Film برای نمایش یا اکران معرفی می‌شوند و در رقابت شرکت نمی‌کنند.
- **Persian Film Academy:** بخش آکادمی مرتبط با حوزهٔ فیلم.
- **Persian Film Awards:** جایزه برای آثار Featured و تولیدات تلویزیونی، با کارکردی جدا از رقابت فستیوال فیلم.
- **کنفرانس و بازار فیلم:** بستری برای گفت‌وگو، معرفی آثار و فعالیت‌های حرفه‌ای در حوزهٔ سینما.

شرح تفصیلی این اجزا در فصل فستیوال فیلم و سینمای مستقل می‌آید.

۳.۸ پروژه‌های اجتماعی: زنان، آموزش، سازمان‌های مردم‌نهاد و سالمندان

توانمندسازی زنان. این محور زنان را در سنین و موقعیت‌های گوناگون دربرمی‌گیرد و به افزایش توانمندی‌های اجتماعی و مالی آنان توجه دارد. مهاجرت، تحصیل فرزندان، کسب‌وکار، زندگی اجتماعی و حفظ فرهنگ و هویت ایرانی از موضوع‌های مطرح در آن است. آموزش و ارتباط با سازمان‌های مردم‌نهاد و مشاوران از راه‌های پشتیبانی معرفی شده‌اند، و توجه به نقش زنان

در خانواده، همکاری میان زنان و مشارکتشان در شکل‌گیری و پیشبرد پروژه‌ها بخش دیگری از این رویکرد است. هدف فقط ارائهٔ آموزش نیست؛ پیوند میان زنان، نهادها و فرصت‌های حرفه‌ای و اجتماعی نیز دنبال می‌شود.

آموزش رایگان و انتقال دانش. ایدهٔ اصلی فراهم‌کردن امکان انتقال دانش از سوی آموزگاران، استادان دانشگاه و افراد دارای مهارت به کسانی است که دسترسی کمتری به آموزش دارند؛ زنان، کودکان و سالمندان از گروه‌های مورد توجه‌اند. متخصصان و نهادهای آموزشی می‌توانند دانش خود را در اختیار مخاطبان بگذارند و شبکه‌ای برای دسترسی گسترده‌تر شکل بگیرد. ایدهٔ دیگر این است که آموزش‌دیدگان در آینده آموخته‌های خود را به دیگران منتقل کنند؛ به این ترتیب آموزش هم فرصت یادگیری است و هم راهی برای گردش دانش در جامعه.

سازمان‌های مردم‌نهاد. حمایت و همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد ایرانی در نقاط مختلف جهان در نقشهٔ پروژه‌ها جای دارد. گزارش‌ها سه مانع مهم در کار این نهادها را برمی‌شمارند: شناخته‌نشدن فعالیت و ماهیتشان، دشواری دسترسی به حامی مالی و نرسیدن خدماتشان به گروه مخاطب. برای پاسخ، معرفی NGOها، دعوت از آن‌ها به همکاری در برنامه‌های زنان، آموزش، کارآفرینی و سالمندان و ایجاد ارتباط میان نهادها و افراد نیازمند خدمات مطرح شده است. پلتفرم آنلاین ابزار این معرفی و ارتباط است و فعالیت‌های پراکندهٔ محلی را به شبکه‌ای گسترده‌تر وصل می‌کند، در حالی که نهادها کار و هویت مستقل خود را حفظ می‌کنند.

سالمندان. این فعالیت‌ها به بهبود ارتباط و کیفیت زندگی سالمندان و بهره‌گیری از تجربه و دانش آنان می‌پردازند. گزارش‌ها از دشواری‌هایی چون مشکلات سلامت و وضعیت اقتصادی، ناآشنایی برخی سالمندان با زبان کشور محل زندگی و فاصله از فناوری‌های تازه یاد می‌کنند؛ هم‌زمان سالمندان را

صاحبان تجربه و دانشی می‌دانند که می‌توانند با نسل‌های جوان‌تر در میان بگذارند. سازمان‌های مردم‌نهاد در این پروژه نقش مهمی دارند: توانمندسازی آن‌ها و افزایش دانششان دربارهٔ نیازهای سالمندان به حمایت در سطح محلی کمک می‌کند. آموزش خانواده‌ها، تقویت پیوند میان نسل‌ها و استفاده از تجربهٔ سالمندان در برنامه‌های آموزشی از دیگر مسیرهاست. همایش، سمینار، میزگرد و برنامهٔ آموزشی ابزارهای آگاهی‌رسانی‌اند و برای تولید محتوای ویژهٔ سالمندان قالبی با عنوان *Senior TV Show* در نظر گرفته شده است.

۳.۹ نشر تخصصی و مرجع‌های حوزه‌ای

نشر در نقشهٔ توسعهٔ مجموعه به مجله یا کتاب عمومی محدود نیست. طرح‌هایی برای انتشار مجله‌ها و سالنامه‌های حوزه‌محور نیز مطرح شده است، از جمله در زمینهٔ املاک، خودرو، استارتاپ، زیبایی، غذا و مد. این نشریه‌ها می‌توانند نسخهٔ چاپی و دیجیتال داشته باشند و اطلاعات فعالان، کسب‌وکارها و روندهای هر حوزه را در یک مجموعه گرد آورند.

کارکرد چنین مرجعی فقط معرفی نام‌ها نیست. سالنامه یا مجلهٔ تخصصی می‌تواند تصویر سالانه‌ای از یک حوزه بدهد و آن را به داده‌های قابل جست‌وجو و صفحه‌های معرفی افراد و مجموعه‌ها پیوند دهد. به این ترتیب نشر، آرشیو و شبکه‌سازی حرفه‌ای به هم نزدیک می‌شوند: محتوای چاپی زمینهٔ آشنایی می‌سازد و اطلاعات دیجیتال امکان دسترسی و پیگیری را فراهم می‌کند. هر عنوان بر پایهٔ وضعیت خودش معرفی می‌شود.

۳.۱۰ پروژه: اتصال ایده، تیم و منابع

بخش پروژه برای کسانی طراحی شده است که ایده یا برنامه‌ای دارند اما برای اجرای آن به نیروی انسانی، تخصص یا منابع مالی نیاز دارند. صاحب ایده نیازهای پروژه را معرفی می‌کند و افرادی با تخصص‌های مرتبط می‌توانند به آن بپیوندند. پروژه ممکن است در محل زندگی پیشنهاددهنده اجرا شود یا با مشارکت افرادی از چند کشور پیش برود. شکل همکاری نیز ثابت نیست: برخی برای بخش مشخصی دستمزد می‌گیرند و برخی بر پایهٔ توافق در درآمد یا سهم پروژه شریک می‌شوند. این بخش به دو سازوکار اصلی متصل است: تأمین جمعی منابع و تیم‌سازی.

در پروژه‌های فرهنگی، تولید اثر می‌تواند حاصل همکاری چند نقش حرفه‌ای باشد. نویسنده یا هنرمند ایده و محتوای اصلی را فراهم می‌کند؛ طراح، آهنگساز، مترجم، تدوینگر یا متخصصی دیگر بخشی از کار را پیش می‌برد؛ و همکاران دیگر در آماده‌سازی و عرضهٔ محصول مشارکت می‌کنند. روش همکاری با نوع پروژه فرق می‌کند: گاهی پدیدآورنده هزینه را تأمین می‌کند، گاهی حامی مالی بخشی از آن را می‌پذیرد، و گاهی چند همکار هزینه یا کار را تقسیم می‌کنند و دربارهٔ سهم هر نفر از درآمد آینده توافق می‌شود. سرمایه‌گذار یا حامی نیز می‌تواند برای پروژه‌ای مشخص وارد همکاری شود.

عرضه و توزیع پس از تولید مرحلهٔ جداگانه‌ای است. کتاب، موسیقی، اثر تصویری یا محتوای آموزشی ممکن است به تدوین، ترجمه، طراحی، مجوز و ارتباط با ناشر یا بازار نیاز داشته باشد. فروشگاه، بازار هنر و خدمات مجوز هرکدام به بخشی از این مسیر مربوط‌اند و هیچ‌کدام جایگزین فرایند تولید یا توافق میان همکاران نیستند. برای فهم یک پروژه باید پرسید: چه محصولی ساخته می‌شود، چه تخصص‌هایی لازم دارد، هر فرد در کدام مرحله مشارکت

می‌کند و اثر چگونه به مخاطب می‌رسد. پروژه در این اکوسیستم فقط عنوانی در وب‌سایت نیست؛ نقطهٔ اتصال ایده، تخصص، تولید و عرضه است. جزئیات مدل مالی و درآمدی در فصل پایداری مالی بررسی می‌شود.

۳.۱۱ همکاری فرامرزی، فعالیت محلی و منابع اجرا

ساختار همکاری جوایز پارسی به یک دفتر یا کشور واحد محدود نیست. افراد در کشورهای مختلف می‌توانند در فعالیت‌ها و برنامه‌های متناسب با محل زندگی خود مشارکت کنند و ارتباط میان این نقاط از راه شبکهٔ آنلاین، رویدادها و همکاری افراد و نهادها برقرار می‌شود. فعالیت محلی از چارچوب جهانی جدا نیست: یک گروه می‌تواند مسئله یا ظرفیتی را در شهر خود شناسایی کند و آن را در قالب پروژه‌ای تعریف کند که از تخصص و ارتباط‌های گسترده‌تر بهره می‌گیرد. نقش محلی هم فقط اجرا نیست؛ شناخت زبان، نهادها، نیازهای مخاطب و فرصت‌های هر منطقه برای طراحی پروژه‌ای قابل اجرا ضروری است، و ارتباط با شبکهٔ گسترده‌تر دسترسی به همکاران، کارشناسان یا مخاطبان تازه را ممکن می‌کند. شبکهٔ جهانی به معنای یکسان‌بودن همهٔ برنامه‌ها نیست، بلکه امکان هماهنگی و تبادل میان برنامه‌هایی است که با شرایط گوناگون سازگار شده‌اند.

منابع هر کشور یا منطقه نیز فقط پول نقد نیست. فضاهای آموزشی و فرهنگی، تخصص افراد، خدمات فنی و رسانه‌ای، شبکه‌های حرفه‌ای و ارتباط با نهادهای محلی هم در اجرای پروژه نقش دارند. کمک‌های دولتی، دانشگاهی و خصوصی از هم تفکیک می‌شوند؛ برای مثال دانشگاه ممکن است دانش تخصصی یا فضای آموزشی فراهم کند، یک NGO به ارتباط با گروه هدف کمک کند و شرکتی خصوصی خدمات یا حمایت مالی ارائه دهد. این‌ها نقش‌های ممکن‌اند و برای هر پروژه یکسان نیستند. طرح محلی باید محل اجرا، گروه

مخاطب، زبان ارتباطی و نهادهای مرتبط را مشخص کند، و در پروژه‌های چندکشوری، زبان مخاطب، تقویم محلی و شیوهٔ ارتباط با نهادهای محل بر شکل همکاری اثر می‌گذارند.

برای هماهنگی چنین همکاری‌ای باید روشن باشد چه کسی مسئول پیشبرد پروژه است، چه کسی کار تخصصی یا خدماتی انجام می‌دهد و کدام بخش‌ها به همکاران محلی وابسته‌اند. ثبت نقش‌ها، زمان‌بندی، خروجی‌ها و نوع پشتیبانی کمک می‌کند پیشنهادها با تعهدهای اجرایی اشتباه نشوند. تجربهٔ یک منطقه را هم نمی‌توان بی‌واسطه به منطقهٔ دیگر تعمیم داد؛ ثبت تفاوت‌های محلی و نکته‌های آموخته‌شده نیازهای تکرارشونده را از نیازهای ویژهٔ هر محل جدا می‌کند، از دوباره‌کاری جلوگیری می‌کند و به تیم‌های بعدی امکان می‌دهد از تجربهٔ پیشین بهره ببرند. شرح منابع نقدی و غیرنقدی در فصل پایداری مالی می‌آید.

۳.۱۲ دانشگاه‌ها، انجمن‌های تخصصی و پیوند رویدادها با بازارها

استادان دانشگاه، پژوهشگران و متخصصان در نقشهٔ اکوسیستم فقط مخاطب برنامه‌ها نیستند؛ برای آن‌ها نقش‌هایی در معرفی پروژه، ارائهٔ دانش، مشاوره و برقراری ارتباط میان مجموعه و نهادهای تخصصی در نظر گرفته شده است. ارتباط با دانشگاه‌ها بر پایهٔ تناسب رشته و موضوع شکل می‌گیرد: گروه‌های هنری با فعالیت‌های هنری در تماس‌اند و تاریخ، زبان‌شناسی و مطالعات منطقه‌ای به طرح‌های مستندسازی فرهنگ و تنوع زبانی پیوند می‌خورند. استاد یا پژوهشگر در این مدل فقط سخنران مهمان نیست؛ می‌تواند در شناسایی متخصصان، شکل‌دادن به محتوای کارگروه و پیوند پروژه با محیط علمی نقش داشته باشد. سخنرانی‌ها، میزگردها و نشست‌های مشورتی را

می‌توان ضبط، دسته‌بندی و نگهداری کرد تا به بخشی از دانش انباشتهٔ اکوسیستم تبدیل شوند. این همکاری به معنای شراکت رسمی هر دانشگاه با مجموعه نیست؛ مشارکت بر پایهٔ موضوع، ظرفیت و توافق مشخص شکل می‌گیرد.

انجمن‌های تخصصی نیز در نقشهٔ پروژه‌ها مطرح شده‌اند؛ از جمله برای فعالان دی‌جی، موسیقی و رقص و برای هنرمندان، نویسندگان، شاعران، تولیدکنندگان و کسب‌وکارها. هدف آن‌ها آشنایی و همکاری میان کسانی است که در یک حوزه کار می‌کنند اما در شهرها یا کشورهای متفاوتی زندگی می‌کنند. انجمن می‌تواند ارتباطی ماندگارتر از یک رویداد منفرد بسازد: اعضا تجربه و نیازهای حرفه‌ای خود را به اشتراک می‌گذارند، همکاری‌های تازه را می‌شناسند و در صورت نیاز برنامه‌ای متناسب با حوزهٔ خود شکل می‌دهند. فهرست افراد و کسب‌وکارها با خود انجمن یکی نیست: فهرست اطلاعات و راه‌های تماس را فراهم می‌کند و انجمن فضایی برای تعامل مستمر است. گروه حرفه‌ای نه جایگزین پروژه است و نه بخشی از فرایند داوری جوایز.

رویدادها نیز می‌توانند به کاتالوگ، کنفرانس، بازار فیلم، بازار هنر و ارتباط با دانشگاه‌ها متصل شوند. کاتالوگ آثار یا شرکت‌کنندگان یک حوزه را معرفی می‌کند، کنفرانس فضای تبادل نظر فراهم می‌آورد و بازار تخصصی امکان آشنایی با آثار و ظرفیت‌های تولید را می‌دهد. در این الگو ارزش یک رویداد به روز برگزاری محدود نمی‌ماند: محتوای آن ثبت می‌شود، آثارش در کاتالوگ معرفی می‌شوند و ارتباط‌های حرفه‌ای شکل‌گرفته ادامه می‌یابند. این‌ها مسیرهای توسعه‌اند و نمی‌توان اجرای همهٔ آن‌ها را یکسان فرض کرد؛ جزئیات بازار فیلم در فصل فستیوال فیلم و سینمای مستقل آمده است.

۳.۱۳ جمع‌بندی فصل

نقشهٔ اکوسیستم جوایز پارسی از مسیرهایی چون شناسایی و معرفی، پروژه‌های اجتماعی و تخصصی، تولید و نگهداری محتوا، ارتباط با دانشگاه‌ها و متخصصان، عرضهٔ آثار و همکاری حرفه‌ای ساخته شده است. هر جزء کارکرد خودش را دارد و پیوند میان آن‌ها به معرفی افراد، گردش دانش، تولید آثار و شکل‌گیری همکاری‌ها کمک می‌کند.

فصل‌های بعد این نقشه را از زاویه‌های جداگانه بررسی می‌کنند: داوری جوایز، جشنواره‌ها، پروژه‌های اجتماعی، پلتفرم دیجیتال، رویدادها و پایداری مالی. این فصل تصویر کلی اکوسیستم را می‌دهد و فصل‌های بعد جزئیات هر مسیر را در جای خود شرح می‌دهند.

فصل چهارم: جوایز، آکادمی و شیوهٔ داوری

۴.۱ جایزه به‌مثابه فرایند شناسایی

در جوایز پارسی، جایزه فقط لحظهٔ اعلام نام برنده یا اهدای تندیس نیست. پیش از آن باید حوزه تعریف شود، آثار یا فعالیت‌های واجد شرایط شناسایی شوند، نامزدها به مخاطبان معرفی شوند و سازوکاری برای سنجش و تصمیم‌گیری به کار رود؛ پس از انتخاب نیز ثبت نتیجه و توضیح جایگاه آن اهمیت دارد. جایزه فرایندی چندمرحله‌ای است و اعتبارش به تناسب میان عنوان، حوزه، نامزدها و روش ارزیابی وابسته است.

این نگاه جوایز پارسی را به هدفی گسترده‌تر پیوند می‌دهد: دیده‌شدن دستاورد ایرانیان و فارسی‌زبانان در حوزه‌های گوناگون. موضوع جایزه می‌تواند اثر، فعالیت حرفه‌ای، کار اجتماعی یا دستاوردی در یک رشتهٔ تخصصی باشد، و به

همین دلیل یک روش یکسان برای همهٔ بخش‌ها مناسب نیست: انتخاب یک اثر هنری، معرفی یک چهرهٔ سال و سنجش فعالیت یک سازمان اجتماعی هرکدام پرسش‌های متفاوتی دارند.

جایزه باید از دیگر ابزارهای اکوسیستم جدا بماند. رویداد محل گردهمایی یا ارائه است؛ جشنواره می‌تواند رقابتی یا غیررقابتی باشد؛ و آکادمی شبکه‌ای از متخصصان برای رأی‌دادن و مشارکت حرفه‌ای است. این‌ها ممکن است در یک برنامه به هم برسند، اما یکی نیستند. تمرکز این فصل بر ساختار جوایز، نقش آکادمی و منطق داوری است.

۴.۲ ساختار جوایز: جایزهٔ اصلی، دسته و طبقه‌بندی

برای خواندن نقشهٔ جوایز باید سطوح نام‌گذاری را از هم تشخیص داد. چنان‌که در فصل اول آمد، مجموعه دوازده جایزهٔ اصلی دارد؛ برخی جوایز چند دسته دارند و بعضی دسته‌ها طبقه‌بندی‌های مشخص خود را. وجود چند عنوان در یک فهرست ثابت نمی‌کند هر عنوان جایزه‌ای مستقل است، و شمار طبقه‌بندی‌ها را نباید با شمار جوایز اصلی برابر گرفت.

نمونهٔ روشن، جایزهٔ «چهره‌های تأثیرگذار پارسی/فعالان اجتماعی» است. این جایزه فعالیت‌های مدنی را در دسته‌هایی مانند کار خیریه، آموزش، حمایت از کودکان و زنان و دیگر زمینه‌های اجتماعی معرفی می‌کند و در سال ۲۰۲۵ برای ۲۴ طبقه‌بندی آن مدال اهدا شد. این دسته‌بندی امکان می‌دهد فعالیت‌های متفاوت در چارچوب موضوعی مناسب معرفی شوند، بی‌آنکه همه در یک عنوان کلی و مبهم بیایند. این ۲۴ طبقه‌بندی جوایز مستقل نیستند؛ سطح‌بندی درونی همان یک جایزه‌اند.

نام‌گذاری دسته‌ها در سال‌های مختلف ممکن است تغییر کند: چند عنوان در یک مجموعهٔ موضوعی قرار می‌گیرند یا عنوانی برای توضیح دقیق‌تر به چند طبقه‌بندی تقسیم می‌شود. چنین تغییری تحول در نام‌گذاری یا طبقه‌بندی همان سال است، نه نشانهٔ افزایش قطعی تعداد جوایز، و تغییر نام یک دسته لزوماً به معنای جایزه‌ای تازه نیست. برای مقایسهٔ دوره‌ها باید معنا و سطح عنوان‌ها بررسی شود: اگر فعالیتی یک سال در گروهی کلی آمده و سال بعد به چند طبقه‌بندی تفکیک شده، جمع‌زدن سرعنوان‌ها مقایسهٔ درستی نیست. شمارش نامزدها، برندگان، دسته‌ها و طبقه‌بندی‌ها نیز چهار چیز متفاوت است و هر عدد باید با واحد شمارشش بیاید.

این طبقه‌بندی فقط مسئله‌ای اداری نیست. اگر داوطلب، نامزد، رأی‌دهنده یا خواننده نداند عنوانی به کدام سطح تعلق دارد، ممکن است موضوع جایزه را اشتباه بفهمد. از این رو معرفی هر جایزه باید عنوان اصلی، دامنه و دسته‌های مرتبط را روشن از هم جدا کند.

فعالیت سازمانی و فردی ممکن است در دسته‌های متفاوتی مطرح شوند. نامزدشدن یک سازمان به معنای نامزدشدن همهٔ اعضای آن نیست، و معرفی یک فرد هم لزوماً نامزدشدن سازمان وابسته به او را نمی‌رساند. در هر پرونده باید موضوع، صاحب فعالیت و نوع دستاورد روشن باشد. قرارگرفتن در فهرست نامزدها نیز تأیید مستقل همهٔ ادعاهای مربوط به فعالیت نیست؛ روایت باید میان اطلاعات ثبت‌شده و ارزیابی نهایی جایزه تمایز بگذارد.

مرد و زن پارسی سال و چهره‌های تأثیرگذار؛ دو منطق

عنوان «مرد پارسی سال» و «زن پارسی سال» برای شناسایی دو ایرانی است که در جامعهٔ جهانی، در مسیر حرفه‌ای یا اجتماعی خود، به جایگاه و اثرگذاری قابل‌توجه رسیده‌اند. معیار این عنوان شهرت در جامعهٔ ایرانی یا رسانه‌های

فارسی‌زبان نیست. ممکن است فردی سال‌ها در خارج از ایران فعالیت کرده و در جامعهٔ ایرانی کمتر شناخته شده باشد، اما در سطح بین‌المللی در حوزهٔ خود، از علم و دانشگاه و فناوری تا کسب‌وکار، هنر، پزشکی، نوآوری و ورزش، به اعتبار رسیده باشد. چهار شرط اصلی این است که فرد ایرانی باشد، در جامعهٔ بین‌المللی حضور مؤثر داشته باشد، در حوزهٔ خود به جایگاه قابل‌توجهی رسیده باشد و دستاوردی مثبت داشته باشد. اصل نامزدی بر جایگاه و عملکرد بین‌المللی فرد استوار است؛ در ارزیابی نهایی هر سال ممکن است دستاورد یا رویداد مهم همان سال نیز دیده شود. از میان این افراد یک زن و یک مرد برگزیده می‌شوند.

منطق جایزهٔ «چهره‌های تأثیرگذار» متفاوت است. پرسش اصلی در آن این است که چه کسی، چه سازمانی یا چه مجموعه‌ای برای بهتر شدن زندگی ایرانیان و ساختن جامعه‌ای بهتر، فعالیت مثبت و مؤثری انجام داده است. نامزد می‌تواند زن یا مرد، سازمانی بزرگ یا مجموعه‌ای کوچک، انجمنی تخصصی یا فردی مستقل باشد و جغرافیا محدودیتی ایجاد نمی‌کند؛ فعالیت ممکن است در شهری کوچک انجام شده یا به سطح یک یا چند کشور رسیده باشد، و آنچه اهمیت دارد اثر واقعی آن بر جامعهٔ ایرانی است. نامزدی محدود به چهره‌های مشهور نیست و فعالیت‌های اجتماعی، علمی، فرهنگی، پزشکی، آموزشی، اقتصادی، خیریه، حقوقی، محیط‌زیستی و انجمنی را دربرمی‌گیرد؛ برای نمونه می‌تواند انجمن تخصصی پزشکان ایرانی در یک کشور، مجموعه‌ای فرهنگی در یک شهر، یا فردی باشد که سال‌ها برای آموزش و رشد جوانان ایرانی کار کرده است.

۴.۳ تنوع حوزه‌ها و تفاوت موضوع داوری

جوایز پارسی در حوزه‌های فرهنگی، هنری، علمی، اجتماعی، اقتصادی و ورزشی تعریف شده‌اند. این گستردگی از یک سو امکان معرفی دستاوردهای متنوع را می‌دهد و از سوی دیگر طراحی ارزیابی را دشوارتر می‌کند: ملاکی که برای یک اثر موسیقایی مناسب است، لزوماً برای فعالیت اجتماعی یا دستاورد علمی کاربرد ندارد. در هنر داوری ممکن است با یک اثر یا مجموعه‌ای از آثار سروکار داشته باشد؛ در علم سابقه و سهم پژوهشی اهمیت می‌یابد؛ در جایزهٔ اجتماعی نوع فعالیت، جامعهٔ هدف و دستاوردهای مرتبط بررسی می‌شوند؛ و در عنوان‌های «چهره‌های سال» دامنهٔ فعالیت فرد و تأثیرش در حوزهٔ مشخص مهم است. این‌ها نشان‌دهندهٔ تفاوت موضوع ارزیابی‌اند، نه فهرستی ثابت از معیارهای رسمی برای همهٔ دسته‌ها.

از همین رو فرایند باید از عنوان جایزه آغاز شود: ابتدا روشن می‌شود جایزه چه نوع فعالیتی را به رسمیت می‌شناسد، سپس مشخص می‌شود چه کسانی یا چه آثاری می‌توانند وارد شوند و رأی‌دهندگان برای سنجش آن‌ها به چه اطلاعاتی نیاز دارند. اگر این گام‌ها جابه‌جا شوند، ممکن است روش رأی‌گیری پیش از روشن‌شدن موضوع جایزه تعیین شود و معیاری نامتناسب بر یک حوزه تحمیل گردد.

گستردگی موضوعی توضیح می‌دهد چرا حضور متخصصان در کنار مشارکت عمومی اهمیت دارد. آشنایی عمومی به شناخته‌شدن فعالیت‌ها کمک می‌کند، اما داوری تخصصی به شناخت جزئیات و زمینهٔ همان حوزه نیاز دارد. این دو شکل مشارکت مکمل‌اند، ولی معنای رأی عمومی و رأی متخصص یکی نیست.

۴.۴ نامزدی: مسیرها، شرایط و اطلاعات لازم

نامزدی از دو مسیر اصلی انجام می‌شود. مسیر عمومی به جامعه امکان می‌دهد افرادی را که شایستهٔ معرفی می‌داند پیشنهاد کند. مسیر تخصصی از مشارکت‌کنندگان منتخب، متخصصان، انجمن‌ها یا افراد مرتبط با حوزه کمک می‌گیرد تا نام‌هایی را معرفی کنند که در فضای عمومی کمتر شناخته شده‌اند. مسیر عمومی گسترهٔ شناخت اجتماعی را بالا می‌برد و مسیر تخصصی به کشف دستاوردهایی کمک می‌کند که شناخت حرفه‌ای می‌خواهند. در کنار این دو، جست‌وجوی داخلی نیز مطرح است: تیم پژوهش یا افراد مسئول می‌توانند با بررسی حوزه‌ها و فعالیت‌ها نامزدهای احتمالی را شناسایی کنند، تا فرایند فقط به کسانی محدود نماند که خودشان را معرفی می‌کنند یا در شبکه‌های اجتماعی دیده می‌شوند. در برخی فرایندها هزینهٔ ثبت‌نام یا حق عضویت وجود ندارد و بررسی آثار نسل تازه در کنار نام‌های شناخته‌شده مورد تأکید است؛ شرایط دقیق ورود و مدارک لازم در فراخوان هر جایزه و دوره اعلام می‌شود.

نامزدشدن با برنده‌شدن یکی نیست. ورود یک فرد یا اثر به فرایند یعنی آن مورد برای ارزیابی مطرح شده و نتیجهٔ نهایی از بررسی و رأی‌گیری به دست می‌آید. معرفی نامزد از سوی فرد، رسانه یا انجمن نیز تأیید نهایی مجموعه دربارهٔ شایستگی او نیست؛ نقطهٔ آغاز گردآوری و بررسی اطلاعات است.

در هر جایزه باید میان سه پرسش فرق گذاشت: چه کسی یا چه اثری معرفی شده است؛ آیا آن مورد شرایط ورود به دسته را دارد؛ و پس از احراز شرایط چگونه ارزیابی می‌شود. جداکردن این پرسش‌ها مانع می‌شود محبوبیت یا شهرت جای بررسی موضوعی را بگیرد. شرایط احراز به موضوع جایزه بستگی دارد: بعضی عنوان‌ها دستاوردهای یک سال مشخص را در نظر می‌گیرند و بعضی فعالیت مستمر را؛ در برخی جوایز نامزد فرد است و در برخی نهاد یا سازمان هم

می‌تواند نامزد شود؛ و ممکن است دسته‌ای بر یک اثر هنری متمرکز باشد و دسته‌ای دیگر بر مجموعه‌ای از فعالیت‌ها. معرفی هر جایزه باید دورهٔ زمانی، نوع دستاورد و گروه‌های مجاز را مشخص کند.

اطلاعات نامزد باید به اندازه‌ای باشد که رأی‌دهنده موضوع را بشناسد. نام و عنوان کافی نیست، به‌ویژه وقتی چند نفر هم‌نام‌اند یا دستاورد برای مخاطب عمومی آشنا نیست. توضیح دربارهٔ فعالیت، پیوند آن با دستهٔ جایزه و منابع قابل مراجعه امکان بررسی آگاهانه‌تری می‌دهد؛ در بعضی حوزه‌ها نمونهٔ اثر یا شرح پروژه اهمیت دارد و در بعضی دیگر سابقهٔ حرفه‌ای یا سازمانی. اطلاعات اولیه و پروندهٔ تکمیل‌شده نیز باید قابل تشخیص باشند تا رأی‌دهنده بداند برای هر نامزد چه میزان داده در اختیار دارد.

نامزدی؛ فرایندی مستمر

نامزدی در جوایز پارسی رخدادی یک‌باره و محدود به یک سال نیست. فردی که بر پایهٔ فعالیت و اثرگذاری خود وارد فهرست نامزدها می‌شود، در سال‌های بعد هم می‌تواند در چرخهٔ شناسایی و ارزیابی بماند؛ نامزدشدن نقطهٔ آغاز است، نه پایان مسیر. ممکن است فردی در یک سال در مرحلهٔ اولیه بماند و به نامزدهای اصلی نرسد، و در سال بعد، با ادامهٔ فعالیت یا دستاوردی تازه، به مراحل بالاتر و سرانجام به جمع برگزیدگان برسد. مسیر کلی چنین است: شناسایی و نامزدی، بررسی اولیه، نامزدهای اصلی، ارزیابی تخصصی و انتخاب نهایی. شمار افرادی که در هر مرحله می‌مانند بر پایهٔ ساختار همان دوره و هر دسته‌بندی تعیین می‌شود؛ پس نامزدبودن با برگزیده‌شدن یکی نیست و هر مرحله معیار خود را دارد.

نامزدی به رابطهٔ فرد با جوایز پارسی وابسته نیست

ارتباط یا نبود ارتباط فرد با جوایز پارسی در اصل نامزدی او نقشی ندارد. ممکن است فردی سال‌ها برای جامعهٔ ایرانی کار کرده و نام جوایز پارسی را نشنیده باشد؛ فردی دیگر مجموعه را بشناسد اما همکاری مستقیمی با آن نداشته باشد؛ و کسی که پیش‌تر با مجموعه همکاری کرده در یک دسته نامزد شود. هیچ‌یک به‌تنهایی امتیاز یا محدودیتی نمی‌آورد. ملاک، فعالیت و اثری است که فرد یا سازمان برای جامعهٔ ایرانی پدید آورده است؛ و ممکن است کسی نخستین‌بار از راه فرایند نامزدی با جوایز پارسی آشنا شود.

هدف این ساختار آن است که به‌جای تمرکز بر اینکه «این فرد کیست»، «با چه کسی ارتباط دارد»، «چه موضعی دارد» یا «چقدر جوایز پارسی را قبول دارد»، ابتدا به کار و اثر او نگریسته شود. دربارهٔ هر فرد یا سازمان ممکن است دیدگاه‌های گوناگون وجود داشته باشد، اما صرف اختلاف نظر دلیل حذف یک فعالیت مثبت از فرایند شناسایی نیست. این بی‌طرفی به معنای نادیده‌گرفتن موارد جدی و اثبات‌شده نیست: اگر مرجعی رسمی و صالح دربارهٔ فرد یا سازمانی حکمی قطعی و مرتبط با رفتاری بسیار سنگین علیه جامعه صادر کرده باشد، این می‌تواند در بررسی صلاحیت اثر بگذارد. جز چنین موارد رسمی و قابل‌استناد، جوایز پارسی خود را دادگاه، قاضی یا مرجع داوری دربارهٔ زندگی و روابط افراد نمی‌داند.

نامزد و رأی‌دهنده؛ دو نقش مستقل

افرادی که شناسایی می‌شوند، در صورت داشتن شرایط لازم، علاوه بر نامزدی می‌توانند برای حضور در ارزیابی و رأی‌دهی تخصصی هم دعوت شوند. یک فرد می‌تواند در یک دسته نامزد باشد و هم‌زمان، به‌عنوان متخصص، در ارزیابی دیگر نامزدها مشارکت کند؛ و می‌تواند نامزد نباشد و فقط به دلیل تخصص رأی‌دهنده

باشد. این دو نقش از هم مستقل‌اند. جوایز پارسی هر سال، افزون بر شناسایی نامزدها، متخصصان واجد شرایط، از جمله اعضای انجمن‌ها، استادان دانشگاه، پژوهشگران و فعالان حرفه‌ای را برای رأی‌دهی شناسایی و دعوت می‌کند.

اگر فردی دعوت را نپذیرد یا پاسخ ندهد، این به‌خودی‌خود موضعی منفی نسبت به او ایجاد نمی‌کند؛ دلیل می‌تواند مشغله، ناآشنایی با مجموعه، شرایط شخصی یا احتیاط باشد، و جوایز پارسی رفتار افراد را تفسیر یا قضاوت نمی‌کند. دعوت بی‌پاسخ ممکن است در دوره‌های بعد تکرار شود، و برای افراد دارای اهمیت تخصصی ویژه، اعضای تیم می‌توانند مستقیم تماس بگیرند. اصل این است: دعوت با مجموعه است و انتخاب با فرد.

از اینجا سه اصل هم‌زمان حفظ می‌شود: فعالیت مبنای نامزدی است؛ مشارکت و همراهی با مجموعه امتیاز شخصی نمی‌آورد؛ و عدم مشارکت، چه نپذیرفتن دعوت، چه رأی‌ندادن و چه ناشناس‌بودن مجموعه، به حذف از فرایند یا مجازات نمی‌انجامد. این سه اصل مانع می‌شوند ساختار به حلقه‌ای بسته تبدیل شود.

فهرست نامزدها بسته نیست

فهرست نامزدها قرار نیست در یک زمان مشخص ساخته شود و سپس برای همیشه ثابت بماند. اگر فرد یا سازمانی فعالیت شایسته‌ای انجام داده باشد و اطلاعات آن به جوایز پارسی برسد، می‌تواند وارد فرایند شناسایی شود. معرفی می‌تواند از سوی افراد، انجمن‌ها، سازمان‌ها، رسانه‌ها، متخصصان یا منابع پژوهشی مجموعه انجام شود. لازم نیست کسی منتظر چرخه‌ای خاص بماند تا «اجازهٔ ورود» پیدا کند؛ ساختار باید بتواند در طول زمان خود را به‌روز کند.

۴.۵ آکادمی: مشارکت تخصصی در رأی‌گیری

در ساختار جوایز پارسی، آکادمی بستری برای مشارکت متخصصان رشته‌های گوناگون در رأی‌گیری است. اعضا در حوزه‌هایی رأی می‌دهند که با دانش، تجربه یا فعالیت حرفه‌ای‌شان ارتباط دارد. آکادمی با یک گروه کوچک داوری تفاوت دارد: طرح آن مشارکت شمار بیشتری از متخصصان و پژوهشگران در رشته‌های مختلف است. استادان دانشگاه، پژوهشگران، افراد حرفه‌ای، فعالان حوزه‌ها و اصحاب رسانه از گروه‌هایی‌اند که می‌توانند در این ساختار نقش داشته باشند. در بعضی دسته‌ها تجربهٔ عملی و شناخت حرفه‌ای مهم است و در بعضی دیگر سابقهٔ پژوهشی یا آشنایی با آثار آن رشته؛ پس عضویت عنوانی نمایشی نیست و ارتباط فرد با حوزه‌ای که در آن رأی می‌دهد بخشی از منطق این ساختار است.

آکادمی ساختاری در حال شکل‌گیری و توسعه است. از این رو گسترهٔ عضویت، معیارهای پذیرش و میزان مشارکت را نباید رویهٔ کامل و یکسان در همهٔ دوره‌ها دانست. آنچه روشن است جهت کلی کار است: فراهم‌کردن مشارکت متخصصان در رأی‌دادن به نامزدها و تقویت ارتباط میان رشته‌های تخصصی و فرایند جایزه. عضویت در آکادمی نیز به معنای حق تعیین یک‌جانبهٔ نامزدها یا ادارهٔ همهٔ مراحل جایزه نیست؛ نامزدی مسیری جدا دارد و نقش اعضا عمدتاً رأی‌دادن در رشته‌های مرتبط با تخصصشان است. نقش‌های آیندهٔ آکادمی، مانند مشارکت در برنامه‌های آموزشی یا کارگروه‌ها، از رأی‌دادن سالانه متمایز است و بر اساس برنامهٔ هر دوره توضیح داده می‌شود.

اصل رأی تخصصی زمانی معنا دارد که رأی‌دهنده به موضوع دستهٔ مربوط آشنا باشد: مشارکت در ارزیابی یک رشتهٔ موسیقی باید با شناخت حوزهٔ موسیقی پیوند داشته باشد و داوری دربارهٔ دستاورد علمی به شناخت رشته و نوع فعالیت علمی نیاز دارد. هدف این نیست که همهٔ اعضا دربارهٔ همهٔ موضوع‌ها رأی دهند،

بلکه این است که رأی تخصصی تا حد ممکن به حوزه‌ای متصل باشد که رأی‌دهنده در آن دانش یا تجربه دارد. رشته‌های آکادمی از هنر و ادبیات تا سینما و علوم گسترده‌اند، و فهرست دسته‌های قابل رأی برای هر عضو باید با حوزهٔ مرتبط او هماهنگ شود؛ اگر عضوی به همهٔ دسته‌ها دسترسی داشته باشد، حتی آن‌هایی که شناخت کافی از آن‌ها ندارد، رأی تخصصی از معنای خود دور می‌شود.

اصحاب رسانه، یعنی خبرنگاران، عکاسان، نویسندگان و روزنامه‌نگاران، رأی‌دهندگان بالقوه‌اند، زیرا ممکن است در حوزه‌هایی شناخت و تجربه داشته باشند. اما عنوان شغلی به‌تنهایی نشان نمی‌دهد فرد در همهٔ دسته‌ها صلاحیت یکسان دارد. نقش رسانه هم می‌تواند معرفی نامزدها باشد و هم، در صورت ارتباط موضوعی، رأی‌گیری تخصصی. به این ترتیب «آکادمی» نام یک جمع عمومی از افراد مشهور نیست؛ کارکردش به مشارکت ساختاریافتهٔ افراد مرتبط با رشته‌ها وابسته است.

آکادمی؛ حاصل شبکهٔ متخصصان

آکادمی چیزی جدا از جامعهٔ تخصصی نیست که از بالا ساخته شود؛ به‌تدریج از دل شبکهٔ متخصصان شکل می‌گیرد: متخصصان، انجمن‌های تخصصی، شبکهٔ مشاورین، اعضای واجد شرایط آکادمی، ارزیابی و رأی‌دهی تخصصی، و انتخاب سالانهٔ برگزیدگان. مدل کلی آن مشابه آکادمی‌های تخصصی در جوایز بزرگ بین‌المللی است: متخصصان هر حوزه در ساختاری حرفه‌ای گرد هم می‌آیند و بخشی از فرایند انتخاب و ارزیابی سالانه را برعهده می‌گیرند. هدف آن است که برای هر رشته شمار قابل‌توجهی متخصص واجد شرایط، از اعضای انجمن‌ها تا استادان دانشگاه، پژوهشگران و فعالان حرفه‌ای دارای سابقه و

اعتبار، شناسایی و دعوت شوند و در معرفی نامزدها، ارزیابی و رأی‌دهی سالانه مشارکت کنند. با گسترش این شبکه در رشته‌های مختلف، شمار اعضای آکادمی هم می‌تواند به‌مرور افزایش یابد.

انجمن‌های تخصصی (Associations) بخشی از همین زیرساخت‌اند. هدف آن‌ها این است که متخصصان هر حوزه در فضایی تخصصی یکدیگر را بشناسند، دربارهٔ مسائل حوزهٔ خود گفت‌وگو، نقد و تبادل نظر کنند و در پروژه‌های مشترک همکاری کنند؛ یعنی شبکه‌هایی زنده، نه فهرست‌هایی برای عضویت. انجمن‌ها و تشکل‌هایی که پیش‌تر در جامعهٔ ایرانی وجود دارند نیز می‌توانند به این شبکه متصل شوند، بی‌آنکه ساختاری تازه جای آن‌ها را بگیرد، و متخصصان حاضر در آن‌ها می‌توانند بخشی از شبکهٔ مشورتی جوایز پارسی باشند. به این ترتیب ارتباطی دوطرفه شکل می‌گیرد: انجمن‌ها از شبکه و زیرساخت جوایز پارسی بهره می‌برند و جوایز پارسی از دانش و ظرفیت تخصصی انجمن‌ها.

آکادمی را می‌توان به هیأت علمی یک دانشگاه تشبیه کرد، اما چند تفاوت دارد. نخست اینکه بنا بر معرفی‌نامه، متخصصان از همهٔ نقاط جهان می‌توانند در آن مشارکت کنند و برای شمار اعضا سقفی تعریف نشده است. دوم اینکه اعضا آزادی عمل بیشتری دارند و در جریان فعالیت‌های گوناگون می‌توانند نظرات خود را اعمال کنند. سوم انعطاف‌پذیری است: هر عضو به هر اندازه که فرصت و تمایل دارد می‌تواند در جلسات مشاوره حاضر شود و تجربه و دانش خود را به اشتراک بگذارد. چهارم تنوع است: در کارهای تحقیقاتی و پژوهشی و در سمینارها، همایش‌ها و پروژه‌ها فعالیت‌های متنوعی وجود دارد. در معرفی‌نامهٔ مجموعه، آکادمی ساختاری توصیف شده که در آن فرهیختگان و استادان ایرانی از سراسر دنیا می‌توانند در رأی‌گیری برای انتخاب برندگان مشارکت کنند؛ این

توصیف را باید در کنار این ملاحظه خواند که آکادمی ساختاری در حال شکل‌گیری است و معیارهای پذیرش و میزان مشارکت در هر دوره روشن می‌شود.

۴.۶ رأی عمومی، رأی تخصصی و امتیازدهی

مدل جوایز پارسی رأی عمومی و رأی تخصصی را دو شیوهٔ متمایز مشارکت می‌داند. در بخش‌های عمومی، مردم به انتخاب محبوب خود رأی می‌دهند و این رأی بازتاب آشنایی، علاقه و حمایت مخاطبان است. رأی آکادمی به ارزیابی تخصصی و حرفه‌ای در حوزهٔ مربوط پیوند دارد. این دو شیوه لزوماً در همهٔ جوایز به یک اندازه یا در کنار هم به کار نمی‌روند: بعضی عنوان‌ها ماهیتی عمومی دارند و رأی مخاطبان در آن‌ها نقش اصلی را دارد، در برخی ارزیابی تخصصی مهم‌تر است، و در مواردی ترکیب این دو پیش‌بینی شده که رأی عمومی به‌تنهایی تعیین‌کنندهٔ برنده نیست. بنابراین «رأی مردمی» و «رأی آکادمی» باید برای هر دسته روشن باشد و نمی‌توان فرض کرد یک نسبت واحد در همهٔ جوایز اجرا می‌شود.

ترکیب پنجاه‌درصدی رأی عمومی و پنجاه‌درصدی رأی تخصصی برای بعضی فرایندها به‌عنوان نمونه مطرح شده است و قاعدهٔ همیشگی همهٔ دسته‌ها نیست؛ نسبت‌ها با نوع جایزه و شیوهٔ ارزیابی فرق می‌کنند. نکتهٔ اصلی این است که پیش از آغاز رأی‌گیری، سهم هر بخش و معنای رأی‌ها مشخص باشد تا نتیجه برای شرکت‌کنندگان و مخاطبان قابل فهم بماند. رأی عمومی به‌تنهایی سنجهٔ جامع کیفیت تخصصی نیست، و رأی متخصص هم همهٔ شکل‌های ارتباط یک اثر یا فعالیت با جامعه را بازنمی‌تابد؛ مشارکت مردم انتخاب عمومی را نشان می‌دهد و رأی متخصصان برآیند ارزیابی حرفه‌ای در چارچوب همان دسته است.

در بعضی دسته‌ها امتیازدهی عددی در بازهٔ ۱ تا ۱۰۰ و ترکیب وزن‌دار رأی عمومی و تخصصی مطرح شده است. این قالب رأی‌ها را به مقیاس مشترکی تبدیل می‌کند، اما فقط وقتی روشنی‌بخش است که معلوم باشد امتیاز به چه چیزی داده می‌شود، رأی‌دهندگان چگونه از مقیاس استفاده می‌کنند و امتیازها چگونه ترکیب می‌شوند. عدد به‌تنهایی داوری را عینی نمی‌کند؛ اگر رأی‌دهندگان از معیارهای متفاوت برداشت کنند، امتیازها تفاوت در تعریف موضوع را پنهان می‌کنند. در روش وزن‌دار هم باید روشن باشد سهم رأی مردمی و رأی آکادمی برابر است یا نسبت دیگری دارد و این نسبت به کدام دسته مربوط است. باید میان امتیاز خام (آنچه رأی‌دهنده ثبت کرده)، امتیاز نهایی (حاصل اجرای روش مصوب) و نتیجهٔ اعلام‌شده (که باید با همان روش سازگار باشد) فرق گذاشت. جزئیات هر دوره بر پایهٔ قواعد همان دوره گزارش می‌شود.

رأی خام، امتیاز و دسته‌های پیشکسوتان

در دسته‌هایی که رأی‌گیری امتیازی است، شمار خام رأی‌ها تنها تعیین‌کنندهٔ نتیجه نیست. اگر فردی ۱۰۰۰ رأی و فردی دیگر ۱۰۰ رأی گرفته باشد، لزوماً نفر نخست نتیجهٔ بهتری نگرفته است: وقتی رأی‌دهندگان مثلاً از ۱ تا ۱۰۰ امتیاز می‌دهند، افزون بر شمار رأی‌دهندگان، امتیازها و میانگین آن‌ها در محاسبهٔ نتیجه اهمیت دارد. هدف سامانه آن است که به‌جای مسابقهٔ جمع‌کردن بیشترین کلیک، ارزیابی دقیق‌تری از میزان تأیید و اعتبار نامزدها به دست آید: ۱۰۰۰ رأی الزاماً بهتر از ۱۰۰ رأی نیست و مهم این است که این رأی‌ها چه امتیازی داشته‌اند و چگونه در فرمول نهایی محاسبه می‌شوند.

همهٔ دسته‌ها نیز با یک مدل واحد ارزیابی نمی‌شوند. در برخی بخش‌ها، مانند پیشکسوتان یک حوزه، معیار اصلی سال‌ها سابقه، اثرگذاری و جایگاه حرفه‌ای است و جامعهٔ متخصصان و افراد باسابقهٔ همان رشته اهمیت ویژه‌ای

می‌یابد، چون آنان بهتر از رأی‌دهندهٔ عمومی می‌توانند سابقه و اثر واقعی را بسنجند. ساختار جوایز پارسی مدل انتخاب را با ماهیت هر دسته تنظیم می‌کند. در فرایند رأی‌گیری، شفافیت دربارهٔ نامزدها هم اهمیت دارد: نامزدها همیشه برای همهٔ رأی‌دهندگان شناخته‌شده نیستند، به‌ویژه وقتی هدف شناسایی افراد کمترشناخته‌شده هم باشد. ارائهٔ اطلاعات کافی دربارهٔ سوابق، فعالیت‌ها، حوزهٔ تخصصی و دستاوردها به رأی‌دهنده کمک می‌کند انتخابی آگاهانه‌تر داشته باشد.

۴.۷ پایش رأی‌ها و بررسی موارد غیرعادی

هر سامانهٔ رأی‌گیری ممکن است با رأی‌های تکراری، الگوهای نامتعارف یا رفتارهایی روبه‌رو شود که با مشارکت عادی فرق دارد. از این رو پایش رأی‌های غیرعادی و بررسی آن‌ها بخشی از فرایند است. دیده‌شدن یک الگوی آماری به‌تنهایی دلیل قطعی بر تخلف نیست، اما می‌تواند سبب بازبینی بیشتر شود. پایش از کیفیت تصمیم حفاظت می‌کند و جایگزین معیارهای داوری نیست؛ هدف این است که رأی ثبت‌شده با قواعد همان دوره سازگار باشد و نتیجه فقط از شمار خام مشارکت‌ها به دست نیاید، به‌ویژه در دسته‌هایی که رأی عمومی با رأی تخصصی ترکیب می‌شود.

آنچه در چارچوب توصیف‌شده آمده اصل پایش و بررسی آرای غیرعادی است. ابزار فنی، آستانهٔ تشخیص، روش رسیدگی و مرجع نهایی بررسی در این کتاب رویه‌ای قطعی معرفی نمی‌شوند و بر اساس قواعد و گزارش‌های هر دوره بیان می‌شوند. اگر در نتیجهٔ بازبینی تغییری در اعتبار رأی یا جمع‌بندی ایجاد شود، باید مشخص باشد چه مرحله‌ای انجام شده و نتیجه چگونه محاسبه شده است؛ این رویکرد به اعتماد مخاطب کمک می‌کند، بی‌آنکه هر اختلاف یا پرسشی را پیشاپیش تخلف بداند.

۴.۸ از نامزدهای اولیه تا فهرست نهایی؛ مرزبندی مسئولیت‌ها

پس از دریافت معرفی‌ها و گردآوری اطلاعات، در بعضی روش‌ها نامزدهای اولیه به فهرستی کوتاه‌تر می‌رسند. در برخی دسته‌ها از فهرست نهایی حدود پنج تا ده نامزد سخن گفته شده است؛ این عدد به همان فرایندهایی مربوط است که چنین مرحله‌ای برایشان تعریف شده و قاعدهٔ قطعی همهٔ جوایز نیست. کوتاه‌کردن فهرست با بررسی تناسب هر مورد با عنوان جایزه، اطلاعات موجود و روش ارزیابی انجام می‌شود، و با رأی نهایی یکی نیست: فهرست نهایی مشخص می‌کند چه مواردی وارد مرحلهٔ انتخاب برنده شده‌اند و رأی‌گیری یا ارزیابی پایانی نتیجهٔ رقابت را تعیین می‌کند. در مدل‌هایی که آکادمی نقش دارد، ارزیابی نهایی بر تخصص‌های مرتبط متمرکز است، و در دسته‌هایی که رأی مردم هم اثر دارد، نسبت و ترتیب ورود رأی عمومی و تخصصی باید از پیش معلوم باشد. این مرحله‌بندی به خواننده امکان می‌دهد مسیر تصمیم را از معرفی اولیه تا اعلام برنده دنبال کند؛ البته همهٔ دسته‌ها دقیقاً همین مراحل یا همین تعداد نامزد را ندارند و ساختار هر جایزه بر اساس طرح و گزارش همان دوره توضیح داده می‌شود.

معرفی نامزد، گردآوری اطلاعات، رأی‌دادن، مشورت دربارهٔ دسته‌ها و ارتباط با مخاطبان مسئولیت‌هایی متفاوت‌اند و نباید همه زیر عنوان کلی «داوری» بیایند. تیم پژوهش، فراخوان عمومی، انجمن‌ها و رسانه‌ها می‌توانند به شناسایی نامزدها کمک کنند؛ اعضای آکادمی در حوزه‌های مرتبط رأی می‌دهند؛ هیأت مشاورین و کارگروه‌ها دربارهٔ طراحی دسته‌ها یا بهبود برنامه‌ها نظر می‌دهند، و این نقش با رأی‌دادن برای برنده یکی نیست. اگر فردی در بیش از یک نقش مشارکت کند، جایگاه او در هر مرحله باید روشن باشد، به‌ویژه وقتی معرفی نامزد، مشاوره و رأی‌دادن با هم تلاقی می‌کنند.

۴.۹ دوری از جهت‌گیری سیاسی و مذهبی در داوری

جوایز پارسی از جهت‌گیری‌های سیاسی و مذهبی دوری می‌کند. به هیچ حزب، گروه، جریان سیاسی یا نهاد مذهبی وابسته نیست و باورها و گرایش‌های افراد معیار انتخاب یا رد آن‌ها نیست. معیار داوری، فعالیت برجستهٔ فرد یا نهاد در حوزهٔ مشخص جایزه است، و این تمایز باید در معرفی دسته‌ها و روایت نتایج روشن بماند.

وجود عنوانی برای چهره‌های مهاجر فعال در سیاست کشور میزبان به‌خودی‌خود نشانهٔ وابستگی سیاسی مجموعه نیست. چنین عنوانی به حوزهٔ فعالیت نامزد اشاره دارد؛ جایزه فعالیت فرد را در چارچوب دستهٔ مربوط بررسی می‌کند و به معنای تأیید گرایش سیاسی او یا حمایت از حزب و جریانی خاص نیست. همین منطق دربارهٔ نامزدهایی که در حوزه‌های اجتماعی یا حرفه‌ای فعالیت عمومی دارند نیز صدق می‌کند. اگر کسی به دلیل دستاوردهای حرفه‌ای، علمی، اجتماعی یا فرهنگی معرفی شود، موضوع ارزیابی همان فعالیت مرتبط با جایزه است و فعالیت سیاسی یا باورهای او به مجموعه نسبت داده نمی‌شود.

این اصل به معنای نادیده‌گرفتن زمینهٔ اجتماعی فعالیت‌ها نیست. گاهی فعالیت یک فرد در شرایطی سیاسی یا اجتماعی شکل گرفته و فهم آن زمینه برای شناخت دستاورد او اهمیت دارد. با این حال توصیف زمینه با اعلام حمایت سیاسی تفاوت دارد: متن جایزه باید از اطلاعات مرتبط با فعالیت استفاده کند و از حضور یک نامزد در دسته‌ای خاص دربارهٔ گرایش مجموعه نتیجه نگیرد.

این بی‌طرفی به معنای نادیده‌گرفتن موارد بسیار جدی و اثبات‌شده نیست. اگر مرجعی رسمی و صالح دربارهٔ فرد یا سازمانی حکمی قطعی و مرتبط با رفتاری بسیار سنگین علیه جامعه صادر کرده باشد، چنین موضوعی می‌تواند در بررسی

صلاحیت او مؤثر باشد. اما خارج از چنین موارد رسمی و قابل‌استناد، جوایز پارسی خود را در جایگاه دادگاه، قاضی یا مرجع داوری دربارهٔ زندگی و روابط افراد قرار نمی‌دهد.

۴.۱۰ جایزهٔ سینمایی و فستیوال فیلم

میان جایزهٔ سینمایی و فستیوال فیلم باید فرق گذاشت. فستیوال فیلم برای فیلم کوتاه، مستند و انیمیشن ساختار رقابتی دارد؛ آثار Featured Film برای نمایش یا اکران معرفی می‌شوند و در رقابت شرکت نمی‌کنند. Persian Film Awards به آثار Featured و تولیدات تلویزیونی مربوط است و با بخش رقابتی فستیوال یکی نیست. این تمایز بر شیوهٔ ثبت اثر، مرحلهٔ ارزیابی و معنای نتیجه اثر می‌گذارد: حضور فیلم در فستیوال ممکن است به معنای شرکت در رقابت باشد یا فقط برای نمایش تعریف شده باشد، و دریافت جایزهٔ سینمایی هم به چارچوب خودش وابسته است. از این رو اصطلاح‌های «فستیوال»، «نمایش» و «جایزه» باید دقیق به کار روند تا مخاطب تصور نکند هر فیلمِ نمایش‌داده‌شده در رقابت هم بوده یا هر جایزهٔ مرتبط با فیلم بخشی از فستیوال است.

اجزای دیگر حوزهٔ فیلم در جای خود قرار می‌گیرند: آکادمی می‌تواند مسیر رأی تخصصی را پشتیبانی کند؛ پایگاه اطلاعاتی و شبکهٔ فیلم کارکرد اطلاعاتی و ارتباطی دارند؛ و کنفرانس یا بازار فیلم زمینهٔ گفت‌وگو و معرفی حرفه‌ای است. شرح تفصیلی این ساختار در فصل فستیوال فیلم و سینمای مستقل می‌آید.

۴.۱۱ نتیجهٔ جایزه، شکل قدردانی و آگاهی‌رسانی

نتیجهٔ داوری در هر دوره با معرفی دریافت‌کنندگان و شکل قدردانی مربوط به همان جایزه اعلام می‌شود. قدردانی می‌تواند به شکل معرفی برنده، اعطای تندیس یا نشان و ثبت نام دریافت‌کننده باشد. تندیس نماد قدردانی است و امکان خدمات یا پشتیبانی از سوی شرکت‌ها و همکاران، مانند کمک به ضبط، معرفی یا توزیع اثر، بسته به همکاری‌های موجود مطرح می‌شود؛ اما این خدمات تضمین همگانی یا بخش ثابتی از هر جایزه نیستند. جایزهٔ نمادین با پاداش مالی هم یکی نیست: اگر در دوره‌ای حمایت مالی، هدیه یا خدمتی در کنار تندیس ارائه شود، شرایط و منبع آن در همان دوره روشن می‌شود، و برنده‌شدن به دریافت پول، قرارداد یا تضمین موفقیت در بازار پیوند داده نمی‌شود. قدردانی می‌تواند با معرفی عمومی فعالیت، مانند گفت‌وگو یا معرفی اثر، همراه باشد؛ اما این خدمات رسانه‌ای از نتیجهٔ داوری جدایند و حضور در یک برنامهٔ معرفی جایگزین رأی و تصمیم نهایی نیست.

فرایند داوری وقتی قابل پیگیری است که اطلاعات اصلی آن به‌موقع و روشن عرضه شود: معرفی دسته‌ها، توضیح مسیر نامزدی، بازهٔ زمانی رأی‌گیری و نقش رأی عمومی و تخصصی. برنامه‌سازی پیرامون جوایز بخشی از این ارتباط با مخاطب است: معرفی جایزه و ویژگی‌های نامزدها پیش از رأی‌گیری، راهنمای مشارکت هنگام رأی‌گیری، و ارائهٔ نتیجه پس از بسته‌شدن رأی‌ها، با بهره‌گیری از رسانه‌ها، شبکه‌های محلی و افراد فعال. آگاهی‌رسانی به تبلیغ نامزدها محدود نمی‌شود؛ توضیح قواعد و تفاوت دسته‌ها به مخاطب کمک می‌کند نامزدها را در چارچوب موضوع مربوط ببیند، و معرفی یک نامزد نباید جای شرح روش ارزیابی یا نتیجهٔ نهایی را بگیرد.

۴.۱۲ مدال جوایز پارسی

جوایز پارسی با الهام از مدل المپیک شکل گرفته است: طیف متنوعی از زمینه‌ها را جشن می‌گیرد و برگزیدگان را با مدالی که نماد برتری است ارج می‌نهد. بنا بر روایت مجموعه، جوایز پارسی از سال ۲۰۰۰ آغاز به کار کرده و در سال ۲۰۲۰، در دوران همه‌گیری کووید-۱۹، به‌صورت آنلاین گسترش یافته است. در ۳ مارس ۲۰۲۴ مراسمی در تورنتو، کانادا، برگزار شد که در آن فعالان اجتماعی و شخصیت‌های تأثیرگذار مورد تقدیر قرار گرفتند. در روایت رسمی مجموعه، این مراسم گامی در جهت نزدیک‌شدن به الگوی جوایز جهانی، مانند نوبل، گرمی، اسکار و سزار، معرفی شده است؛ این بیان آرمان و الگوی مجموعه را نشان می‌دهد و ادعای هم‌سطح‌بودن با آن جوایز نیست.

یک روی هر مدال همیشه گل نیلوفر، نشان جوایز پارسی، است و روی دیگر آن نماد همان سال را دارد:

سال	نماد مدال	مدال‌گیرندگان
۲۰۲۴	گریفین (شیردال)	۱۰
۲۰۲۵	کوه دماوند	۲۷
۲۰۲۶	سیمرغ	۴۲

مدال ۲۰۲۴: گریفین

طراحی این مدال با دقت و با همکاری متخصصان طراحی گرافیک انجام شده است. نقش اصلی آن گریفین (شیردال) است، موجودی اسطوره‌ای و باستانی که نماد قدرت، حفاظت و پاسداری از ارزش‌هاست. این نماد یادآور میراث فرهنگی عمیق ایران و وظیفهٔ پایدار حفظ آن برای نسل‌های آینده است.

گل نیلوفر، نشان جوایز پارسی که در فصل اول معرفی شد، روی دیگر این مدال را می‌آراید و روی همهٔ مدال‌ها حضور دارد. نیلوفر یکی از کهن‌ترین نقوش هنر ایرانی است و نماد پاکی، بی‌گناهی و رشد معنوی؛ نمادی که امید به آینده‌ای روشن‌تر را زنده نگه می‌دارد.

مدال ۲۰۲۵: کوه دماوند

در سال ۲۰۲۵ دامنهٔ جوایز گسترده‌تر شد: افزون بر مرد و زن پارسی سال، فعالان و تأثیرگذاران در ۲۴ دسته مورد تقدیر قرار گرفتند و نخستین دورهٔ جوایز فیلم پارسی برگزار شد؛ افتتاحیهٔ رسمی آن در ۱۶ مارس در سالن York Woods Theatre تورنتو و هم‌زمان با مراسم تقدیر از چهره‌های تأثیرگذار و فعالان اجتماعی و معرفی مرد و زن پارسی سال بود. تصویر مدال این سال کوه دماوند است، نمادی از تاب‌آوری، عظمت و روح تسلیم‌ناپذیر ایران. مدال‌گیرندگان این سال، همچون دماوند، گواه پشتکارند: تحمل سختی‌ها برای رسیدن به قله‌های پیروزی.

مدال ۲۰۲۶: سیمرغ

مدال سال ۲۰۲۶ تصویر سیمرغ را دارد. سیمرغ نماد خردی است که راه را نشان می‌دهد، نیرویی که زندگی می‌بخشد و حقیقتی که انسان در مسیر شناخت خویشتن به آن نزدیک می‌شود.

مدال به‌مثابه نماد

مجموعه جوایز پارسی را بیش از یک مراسم و جنبشی می‌داند که با برجسته‌کردن و تجلیل از دانشمندان، فعالان و آینده‌نگران، انگیزه و امیدی تازه در جامعه می‌افروزد. هر مدال در این نگاه سرمایه‌گذاری و نویدی برای آینده‌ای

روشن‌تر است، و اهدای آن تعهد مجموعه را به برتری، میراث و ظرفیت بی‌کران مردم پارس تأیید می‌کند.

۴.۱۳ مدال‌گیرندگان به تفکیک جایزه

جوایز پارسی دوازده جایزهٔ اصلی دارد، اما همهٔ آن‌ها در هر سال اهدا نمی‌شوند. بعضی جوایز چند دسته دارند و در بعضی دسته‌ها بیش از یک مدال‌گیرنده هست؛ پس شمار مدال‌ها با شمار جوایز یا شمار دسته‌ها برابر نیست.

در سال ۲۰۲۴ فقط جایزهٔ چهره‌های تأثیرگذار پارسی (فعالان اجتماعی) اهدا شد. در سال ۲۰۲۵ این جایزه برای ۲۴ دسته اهدا شد؛ در کنار آن مرد و زن پارسی سال معرفی شدند و نخستین دورهٔ جوایز فیلم پارسی برگزار شد. در سال ۲۰۲۶ این جوایز اهدا شد: جایزهٔ یک‌عمر دستاورد در ادبیات و در عکاسی، مرد و زن ورزشکار پارسی سال، جایزهٔ شرافت، چهره‌های تأثیرگذار پارسی، جوایز پرشین فیلم اواردز، و مرد و زن پارسی سال.

برای هر جایزه صدها نامزد در فهرست‌ها ثبت شده است؛ نام نامزدان در این کتاب نیامده و فقط مدال‌گیرندگان معرفی می‌شوند. جوایز پارسی هر سال از چهره‌های اجتماعی درگذشته نیز تجلیل می‌کند؛ این تجلیل جدا از مدال‌گیرندگان است و در جدول‌های این بخش نیامده است.

چون هر جایزه ساختار و معنای خود را دارد، مدال‌گیرندگان در جدول‌های جداگانهٔ هر جایزه آمده‌اند: «مرد و زن پارسی سال»، «چهره‌های تأثیرگذار پارسی»، «مرد و زن ورزشکار پارسی سال»، «جایزهٔ شرافت» و جوایز یک‌عمر دستاورد. مدال‌گیرندگان فستیوال فیلم نیز در فصل مربوط به فستیوال فیلم آمده‌اند.

مرد و زن پارسی سال

سال	مرد پارسی سال	زن پارسی سال
۲۰۰۶	بیژن پاکزاد	انوشه انصاری
۲۰۰۷	امید کردستانی	کریستین امانپور
۲۰۰۸	احسان یارشاطر	گلی عامری
۲۰۰۹	پیر امیدیار	شهره آغداشلو
۲۰۲۵	سعید عمیدی	پریسا تبریز
۲۰۲۶	دارا خسروشاهی	جاسمین مقبلی

چهره‌های تأثیرگذار پارسی؛ مدال‌گیرندگان ۲۰۲۶

شمارهٔ دسته	رشته یا بخش	مدال‌گیرنده/مدال‌گیرندگان
۱	پیشکسوتان فعالیت‌های اجتماعی داخل ایران / سفیران مهربانی	داوود صیقلی
۲	پیشکسوتان فعالیت‌های اجتماعی خارج از ایران («پیام‌آوران مهر و فرهنگ»)	فریبا بشیری
۳	حامیان آسیب‌دیدگان اجتماعی؛ فرشتگان امید و آیندهٔ روشن	اکبر رجبی
۴	حامیان بیماران، پیام‌آوران تسکین و آرامش	خیریهٔ حامی قلب‌های کوچک
۵	حامیان افراد دارای معلولیت؛ توان‌باوران مهربان	مؤسسهٔ خیریهٔ بچه‌های آسمان
۶	حامیان پناهجویان، یاوران پناهجویان و مهاجران	بنیاد مرجان کانادا

شمارهٔ دسته	رشته یا بخش	مدال‌گیرنده/مدال‌گیرندگان
۷	حامیان زنان، نیک‌اندیشانِ الهام‌بخش	سازمان زنان ایرانی آنتاریو (IWOO)
۸	حامیان کودکان، فرشتگان مهر و خودباوری	بنیاد کودک
۹	حامیان سالمندان؛ حامیان تجربیات ماندگار	مؤسسهٔ خیریهٔ کهریزک
۱۰	فعالان اجتماعی (افراد، انجمن‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد) خارج از ایران، همدلان کُنشگر	انجمن مهندسان کانادا (Canadian Society of Engineers)
۱۱	فعالان اجتماعی (افراد، انجمن‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد) داخل ایران، فعالان پویا و اثرگذار	سعید ملکی
۱۲	فعالان آموزشی، پیام‌آوران نور و دانایی	مؤسسهٔ خیریهٔ نیکان ماموت
۱۳	فعالان محیط زیست، نگهبانان زیبایی و آرامش	فرشته عالمشاه؛ هایده شیرزادی؛ افسانه احسانی
۱۴	حامیان حیوانات، پیام‌آوران مهر و انسانیت	پناهگاه حیوانات سوهانک
۱۶	فعالان رسانه‌ای	رسانهٔ ایران اینترنشنال
۱۷	تولیدکنندگان محتوا	مراد ویسی
۱۸	برگزارکنندگان رویداد	مجموعهٔ مهر و ماه دبی
۱۹	فعالان آموزش تاریخ، فرهنگ و هنر ایران (کودک و نوجوان)	پروانه میثاقی

شمارهٔ دسته	رشته یا بخش	مدال‌گیرنده/مدال‌گیرندگان
۲۰	فعالان آموزش تاریخ، فرهنگ و تمدن ایران برای عموم	عباس میلانی
۲۱	چهره‌های مهاجر فعال در سیاست کشور میزبان	مسعود قره‌خانی
۲۲	افراد، انجمن‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد مبتکر و خلاق در فعالیت‌های اجتماعی	جمعیت امداد دانشجویی مردمی امام علی (شرمین میمندی‌نژاد)
۲۳	چهره‌های معروف و مشهور فعال اجتماعی	علی دایی
۲۴	سرمایه‌داران انسان‌مدار	حمید مقدم؛ کریستینا مقدم
۲۵	پژوهشگران حوزهٔ فعالیت‌های اجتماعی	ایرج مصداقی
۲۶	حامیان فرامرزی، صداهای بین‌المللی ایرانیان	ولودیمیر زلنسکی (رئیس‌جمهور اوکراین)؛ لیندسی گراهام (سناتور ایالات متحده)؛ ایلان ماسک (کارآفرین و نوآور، SpaceX/X)؛ مارک لوین (تحلیلگر سیاسی و مجری رسانه‌ای)

در فهرست ۲۰۲۶ این جایزه، دستهٔ «همراهان اهداف جوایز پارسی» رقابتی نیست و به معرفی همراهان مجموعه اختصاص دارد. مراسم قدردانی از چهره‌های تأثیرگذار و فعالان اجتماعی در مارس ۲۰۲۶ برگزار شد.

چهره‌های تأثیرگذار پارسی؛ مدال‌گیرندگان ۲۰۲۵

رشته یا بخش	مدال‌گیرنده/مدال‌گیرندگان
فعالان آموزشی	سما خضراییان
فعالان اجتماعی داخل کشور	سروش صلواتیان

رشته یا بخش	مدال‌گیرنده/مدال‌گیرندگان
حمایت از سالمندان	سرای سالمندان صادقیهٔ اصفهان
حمایت از حیوانات	پناهگاه حیوانات وفا
آموزش به کودکان	موزهٔ ایرانک
برگزارکنندگان رویدادها	بنیاد فرهنگ کالیفرنیا
افراد خلاق و نوآور	مهشاد گودرزی
آموزش فرهنگ به همهٔ اقشار	مهدی فیروزان
چهره‌های فعال در امور سیاسی کشورهای میزبان	مایکل پارسا
حمایت از محیط زیست	محمد درویش
افراد مشهور فعال اجتماعی	پرویز پرستویی؛ رسول خادم
تولیدکنندگان محتوا	علی بندری (بی‌پلاس)
فعالان رسانه‌ای	تلویزیون من‌وتو
حمایت از آسیب‌دیدگان اجتماعی	سعید حی
سرمایه‌داران انسان‌مدار	مسعود صرامی
پیشکسوتان فعالیت‌های اجتماعی خارج از کشور	کیومرث رضوانی‌فر
پیشکسوتان فعالیت‌های اجتماعی داخل ایران	علیرضا نبی
حمایت از افراد دارای معلولیت	خیریهٔ وحدت
حمایت از بیماران	انجمن ام‌اس ایران
فعالان اجتماعی خارج از ایران	گروه جامعهٔ ایرانیان آمریکایی در اورنج کانتی
حمایت از زنان	بنیاد زنان ایرانی آمریکایی
حمایت از کودکان	انجمن دانشجویی ایما

رشته یا بخش	مدال‌گیرنده/مدال‌گیرندگان
حمایت از پناهجویان	نازیلا معصوم‌زاده
همراهان اهداف جوایز پارسی	صدرالدین طاهری

چهره‌های تأثیرگذار پارسی؛ مدال‌گیرندگان ۲۰۲۴

رشته یا بخش	مدال‌گیرنده/مدال‌گیرندگان
حمایت از بیماران	خیریهٔ محک
برگزارکنندگان رویداد	تیرگان
حمایت از کودکان	خیریهٔ پردیس کانادا
پیشگامان فعالیت‌های اجتماعی	بیژن خلیلی
فعالان اجتماعی داخل ایران	محسن رستگار مفرد
حمایت از پناهجویان	ناصر حجازی (بابا ناصر)
چهره‌های مهاجر فعال سیاسی	رضا مریدی
سازمان‌های مردم‌نهاد	سوسن حریری
چهره‌های سرشناس فعال اجتماعی	علی ضیا
فعالان اجتماعی خارج از ایران	سیاوش طالبی

مرد و زن ورزشکار پارسی سال؛ ۲۰۲۶

این جایزه در سال ۲۰۲۶ اهدا شده است.

بخش	مدال‌گیرنده
مرد ورزشکار پارسی سال	علیرضا فغانی
زن ورزشکار پارسی سال	مرضیه جعفری

جایزهٔ شرافت؛ ۲۰۲۶

جایزه	مدال‌گیرنده
جایزهٔ شرافت	علی کریمی

جوایز یک‌عمر دستاورد (چهره‌های ماندگار)؛ ۲۰۲۶

جوایز یک‌عمر دستاورد (Lifetime Achievement) در زمینه‌های ادبیات و عکاسی دسته‌بندی جداگانهٔ خود را دارند.

حوزه	مدال‌گیرنده/مدال‌گیرندگان
چهره‌های ماندگار ادبیات ایران	میرجلال‌الدین کزازی؛ محمود دولت‌آبادی؛ هوشنگ مرادی کرمانی؛ نشر چشمه؛ محمدرضا شفیعی کدکنی
چهره‌های ماندگار عکاسی ایران	سیف‌الله صمدیان

۴.۱۴ جمع‌بندی فصل

ساختار جوایز پارسی بر پیوند میان عنوان روشن، مسیر نامزدی، اطلاعات قابل بررسی، رأی عمومی یا تخصصی و اعلام نتیجه استوار است. آکادمی برای مشارکت متخصصان در رأی‌گیری تعریف شده است، در حالی که شناسایی نامزدها، گردآوری اطلاعات و ارتباط با مخاطبان مسئولیت‌هایی جداگانه‌اند. روش‌ها نیز باید با موضوع جایزه تناسب داشته باشند و نمی‌توان یک نسبت یا فرایند واحد را به همهٔ دسته‌ها تعمیم داد.

تمایز میان جایزهٔ اصلی، دسته و طبقه‌بندی؛ میان رأی مردمی و تخصصی؛ و میان فستیوال رقابتی و جایزهٔ سینمایی برای خواندن دقیق این نظام ضروری است. فصل‌های بعد به جشنوارهٔ بین‌المللی ایران، فستیوال فیلم و جوایز اجتماعی می‌پردازند و هرکدام جزئیات مربوط به حوزهٔ خود را باز می‌کنند.

فصل پنجم: جشنوارهٔ بین‌المللی ایران

۵.۱ جایگاه جشنواره در طرح فرهنگی جوایز پارسی

جشنوارهٔ بین‌المللی ایران در طرح جوایز پارسی رویدادی فرهنگی است برای گردآوردن ایرانیان و فارسی‌زبانان و معرفی تنوع فرهنگ‌های ایرانی. مرکز ثقل این برنامه مسابقه و رتبه‌بندی نیست؛ هدف آن فراهم‌کردن فرصتی برای حضور، مشارکت و آشنایی با زبان‌ها، گویش‌ها، آیین‌ها و دستاوردهای فرهنگی مناطق مختلف است. به همین دلیل جشنواره را باید از فستیوال فیلم رقابتی و از مراسم اهدای جایزه جدا دانست.

طرح جشنواره هم‌زمان دو بُعد دارد. از یک سو رویدادی است با زمان و قالب‌های مشخص برای گردهمایی و ارائهٔ برنامه؛ از سوی دیگر چارچوبی است برای پیوند فعالیت‌های پراکنده در شهرهای گوناگون و در فضای آنلاین. در این

نگاه جشنواره فقط یک مراسم متمرکز در یک سالن نیست: برنامه‌های محلی می‌توانند در ارتباط با یک عنوان و بازهٔ زمانی گسترده‌تر قرار گیرند، بی‌آنکه همهٔ شهرها ناچار باشند رویدادی یکسان برگزار کنند.

این فصل جشنواره را بر پایهٔ مدلی شرح می‌دهد که در دعوت‌نامه‌ها و مواد مرجع مجموعه مطرح شده است. هرجا آن مواد دربارهٔ شیوهٔ مشارکت یا شکل برنامه پیشنهاد می‌دهند، متن نیز همان را به‌عنوان مدل معرفی‌شده بازگو می‌کند؛ از آن نمی‌توان به‌تنهایی نتیجه گرفت که همهٔ اجزا در هر دوره و در همهٔ نقاط اجرا شده‌اند.

در معرفی‌نامهٔ مجموعه، فستیوال هر سال با همکاری شمار زیادی از برگزارکنندگان رویدادهای کوچک و بزرگ ایرانی در جهان برپا می‌شود تا آداب، رسوم، سنت‌ها، گویش‌ها، زبان و فرهنگ اقوام و افراد مختلف ایرانی را بهتر و بیشتر به جهانیان و نسل‌های دیروز، امروز و فردا بشناساند و به افزایش اعتبار بین‌المللی و هم‌گرایی و هم‌افزایی ایرانیان بینجامد.

۵.۲ رویدادی غیررقابتی با مشارکت همگانی

جشنوارهٔ بین‌المللی ایران در تعریف ارائه‌شده غیررقابتی است. شرکت‌کنندگان قرار نیست برای رتبه یا عنوان برتر با یکدیگر سنجیده شوند و همهٔ شرکت‌کنندگان گواهی دریافت می‌کنند. این ویژگی منطق رویداد را از برنامه‌هایی که در آن‌ها هیئت داوران برنده انتخاب می‌کند جدا می‌سازد. گواهی مشارکت ثبت حضور در برنامه است و نباید به‌عنوان نشان برتری یا جایزهٔ رقابتی معرفی شود.

غیررقابتی‌بودن بر فضای مشارکت اثر می‌گذارد. فرد یا گروهی که فرهنگ، هنر یا تجربهٔ محلی خود را عرضه می‌کند، وارد رقابتی برای پیشی‌گرفتن از دیگران نمی‌شود و در کنار سایر شرکت‌کنندگان بخشی از برنامه را شکل می‌دهد. از این نظر جشنواره فضایی برای آشنایی، گفت‌وگو و بازنمایی فرهنگی است، نه صحنه‌ای برای انتخاب بهترین اجرا یا اثر. این به معنای بی‌ساختاربودن برنامه نیست: جشنواره همچنان به زمان‌بندی، انتخاب قالب، هماهنگی مشارکت‌کنندگان و معرفی روشن هر بخش نیاز دارد؛ تفاوت در این است که این سامان‌دهی برای برگزاری و فهم بهتر برنامه است، نه برای رتبه‌بندی.

۵.۳ گسترهٔ فرهنگی: از زبان و گویش تا آیین‌های محلی

یکی از محورهای اصلی جشنواره معرفی تنوع فرهنگی ایران است. در مواد مرجع از زبان و گویش، آداب‌ورسوم، سنت‌ها و تجربه‌های مناطق مختلف، از شمال تا جنوب و از شرق تا غرب، یاد شده است. هدف نشان‌دادن مجموعه‌ای از فرهنگ‌های محلی و پیوندهای میان آن‌هاست، نه فروکاستن فرهنگ ایران به یک روایت واحد یا چند نماد آشنا.

این گستره روایت‌های محلی، شعر و موسیقی، پوشاک، خوراک، هنرهای دستی، رسم‌های مناسبتی، هنرهای تجسمی و شیوه‌های زندگی در مناطق مختلف را دربرمی‌گیرد. چنین موضوع‌هایی وقتی برای مخاطب قابل فهم‌تر می‌شوند که در کنار نمایش یا اجرا، زمینه‌شان هم معرفی شود: این رسم به چه موقعیتی مربوط است، در کدام منطقه رواج دارد و مردم محلی چه معنایی برای آن قائل‌اند. قالب برنامه نیز باید با موضوع هماهنگ باشد: گفت‌وگو برای روایت تجربه، نمایش برای آثار دیداری، اجرا برای موسیقی و هنرهای اجرایی و توضیح

زمینه برای آیین‌هایی که بدون معرفی ممکن است درست فهمیده نشوند. اگر همهٔ محتواها در قالبی یکسان عرضه شوند، تفاوت میان یک آیین، یک اثر هنری و یک تجربهٔ تاریخی کم‌رنگ می‌شود.

زبان و گویش در این طرح جایگاهی فراتر از تزئین برنامه دارند و با هدف توجه به ماندگاری و انتقال زبان‌های گوناگون ایرانی پیوند خورده‌اند. گویش‌ها و زبان‌ها باید با نام و زمینهٔ مناسب خود معرفی شوند و تفاوت میان زبان فارسی و دیگر زبان‌های رایج میان اقوام ایرانی روشن بماند، تا حضور تنوع زبانی به یک عنوان کلی و مبهم محدود نشود. جشنواره با گردآوردن این قالب‌ها تصویری چندرشته‌ای از فرهنگ ارائه می‌کند، اما نباید انتظار داشت در یک دوره همهٔ فرهنگ‌ها، زبان‌ها و سنت‌های ایرانی را به‌طور کامل پوشش دهد؛ برنامهٔ هر دوره بخشی از این تنوع را بازتاب می‌دهد و ثبت هر بخش راهی برای ادامهٔ شناخت در دوره‌های بعد است.

۵.۴ مخاطب فرامرزی و حضور جوامع ایرانی

دامنهٔ مخاطبان جشنواره به یک شهر یا کشور محدود نیست. در طرح آن ایرانیان و فارسی‌زبانان پراکنده در نقاط مختلف جهان در نظر گرفته شده‌اند، و کسانی که با فرهنگ ایرانی پیوند دارند نیز می‌توانند مخاطب یا مشارکت‌کنندهٔ برنامه باشند. این گستره جشنواره را به رویدادی فرامرزی تبدیل می‌کند: تجربه‌های محلی می‌توانند به مخاطبانی برسند که در جغرافیای دیگری زندگی می‌کنند.

برای چنین مخاطبی شکل مشارکت باید انعطاف‌پذیر باشد. همه امکان سفر به محل برگزاری را ندارند و همهٔ برنامه‌ها نیز به حضور هم‌زمان در یک مکان نیاز ندارند. بخشی از محتوا آنلاین ارائه می‌شود، بخشی در شهرها و فضاهای محلی

شکل می‌گیرد و برخی برنامه‌ها گردهمایی حضوری می‌خواهند. این تنوع ارتباط میان مخاطبان دور از هم را ممکن می‌کند، بی‌آنکه تجربهٔ حضوری حذف شود.

مخاطب فرامرزی فقط دریافت‌کنندهٔ محتوا نیست. افراد و گروه‌های محلی می‌توانند از تجربهٔ منطقهٔ خود بگویند، هنرمندان و نهادهای فعال را معرفی کنند یا برای یک برنامهٔ محلی همکار شوند. به این ترتیب تصویر جشنواره از چند مرکز بزرگ یا چند چهرهٔ شناخته‌شده ساخته نمی‌شود و حضور صداهای متنوع‌تر ممکن می‌ماند.

۵.۵ بازهٔ نوروزی و معنای زمان‌بندی

فستیوال هر سال در بازه‌ای ثابت، از ۱۱ اسفند (ابتدای مارس) تا سیزده‌به‌در (اوایل آوریل)، برگزار می‌شود؛ زمانی که با نوروز و آیین‌های آغاز سال ایرانی پیوند دارد و تا سیزده‌بدر را دربرمی‌گیرد. این بازه چارچوبی برای هم‌زمان‌کردن یا مرتبط‌ساختن برنامه‌های مختلف فراهم می‌کند. تاریخ پایان آن در تقویم میلادی بسته به سال، اول یا دوم آوریل است.

پیوند با نوروز فقط انتخاب یک تاریخ مناسب نیست. نوروز در بسیاری از خانواده‌ها و جوامع ایرانی با دیدار، آیین‌های جمعی، خوراک و رسم‌های محلی همراه است، و زمان‌بندی نوروزی می‌تواند زمینه‌ای فراهم کند تا هر منطقه جلوه‌های خاص خود را در چارچوبی مشترک عرضه کند. چارچوب زمانی واحد به‌خودی‌خود رسم‌ها یا برنامه‌ها را یکسان نمی‌کند؛ امکان می‌دهد روایت‌های متفاوت در یک فصل فرهنگی به هم برسند.

مدت طولانی‌تر رویداد این امکان را هم ایجاد می‌کند که برنامه‌ها در یک روز و یک مکان متمرکز نباشند: یک شهر در آغاز بازه برنامه‌ای داشته باشد و شهر دیگری در زمانی دیگر مشارکت کند. چنین مدلی محدودیت سالن، نیروی

داوطلب، بودجه و تقویم محلی را بهتر در نظر می‌گیرد. در عین حال تاریخ و مکان هر برنامه باید جداگانه اعلام شود تا بازهٔ کلی جشنواره با زمان اجرای تک‌تک رویدادها اشتباه نشود.

در مواد برنامه‌ریزی، فستیوال هر سال از ۱۱ اسفند در تقویم شمسی تا سیزده‌به‌در برگزار می‌شود. در تقویم میلادی این بازه از ابتدای مارس تا اوایل آوریل است و پایان آن، بسته به سال، اول یا دوم آوریل می‌افتد. هدف آن است که فستیوال به‌تدریج به رویدادی شناخته‌شده در تقویم فرهنگی شهرها و کشورهای مختلف تبدیل شود، تا جامعهٔ ایرانی، علاقه‌مندان به ایران و مخاطبان غیرایرانی هر سال در بازه‌ای مشخص با بخش‌های گوناگون فرهنگ، تاریخ و زندگی ایرانی آشنا شوند.

۵.۶ حضور حضوری و آنلاین؛ نمایشگاه مجازی هنر

در مدل معرفی‌شده برای جشنواره، دو مسیر مشارکت حضوری و آنلاین در کنار هم قرار دارند. برنامهٔ حضوری به دیدار مستقیم، نمایش، اجرا یا حضور در فضای فرهنگی و تجاری محلی وابسته است و تجربه‌ای جمعی و ملموس می‌سازد؛ مخاطب فرصت دارد با افراد، آثار و محصولات از نزدیک روبه‌رو شود و برنامه از امکانات ویژهٔ هر شهر بهره می‌برد. بخش آنلاین مشارکت کسانی را ممکن می‌کند که دور از محل رویداد هستند یا اثر و محتوایشان را در قالب دیجیتال ارائه می‌کنند. این دو مسیر رقیب هم نیستند و هرکدام بخشی از دسترسی و تجربهٔ جشنواره را شکل می‌دهند.

آن دو نسخهٔ یکسان از یک برنامه هم نیستند. نمایش یک اثر، گفت‌وگو با هنرمند یا معرفی یک سنت محلی ممکن است در هر دو قالب انجام‌پذیر باشد؛ فعالیت‌های دیگر به حضور فیزیکی نیاز دارند. برنامه‌ریزی باید مشخص کند کدام

محتوا زنده پخش می‌شود، کدام اثر از پیش ضبط یا آماده شده و کدام برنامه فقط در محل قابل تجربه است. قالب آنلاین همچنین امکان نگهداری و بازبینی محتوا را فراهم می‌کند و مخاطبی که در زمان اجرا حاضر نبوده بعداً آن را می‌بیند؛ این فرصت به کیفیت ثبت، اجازهٔ انتشار و اطلاعات همراه محتوا وابسته است، چون انتشار یک ویدئو بدون توضیح دربارهٔ موضوع، منطقه یا صاحبان اثر بخش مهمی از زمینهٔ آن را از بین می‌برد.

آرت‌اکسپوی مجازی یکی از اجزای مدل دعوت‌نامه است. این قالب آثار هنری را در فضای آنلاین به نمایش می‌گذارد و مخاطب بدون حضور در مکانی فیزیکی آن‌ها را می‌بیند؛ می‌تواند با برنامه‌های حضوری پیوند داشته باشد یا بخشی مستقل باشد. برای معرفی اثر در چنین نمایشگاهی، تصویر یا ویدئوی باکیفیت کافی نیست: عنوان، نام پدیدآورنده، رسانه یا شیوهٔ خلق، اندازه یا مدت، موضوع و توضیح کوتاه به مخاطب کمک می‌کنند با اثر ارتباط بگیرد. اگر اثر برای فروش یا استفادهٔ دیگر عرضه می‌شود، شرایط آن باید از نمایش جدا باشد؛ دیدن اثر به معنای خرید آن یا کسب حق بازتولید نیست.

در مواد مرجع، رضایت صاحب اثر و توافق روشن دربارهٔ استفاده از آثار به‌عنوان رویکرد همکاری مطرح شده است. برای آرت‌اکسپو باید معلوم باشد اثر فقط در نمایشگاه دیده می‌شود، در تبلیغات جشنواره هم به کار می‌رود یا امکان فروش و واگذاری مجوز آن وجود دارد؛ هرکدام نوع متفاوتی از استفاده است. مدت نمایش و نحوهٔ نگهداری محتوا نیز باید مشخص باشد: در پایان رویداد ممکن است برخی آثار از دسترس خارج شوند یا با اجازهٔ صاحب اثر در آرشیو بمانند، و انتخاب هرکدام بر اساس توافق انجام می‌شود. این توصیف رویکرد اعلام‌شده را بازتاب می‌دهد و جای بررسی اسناد مجوز هر اثر را نمی‌گیرد.

۵.۷ کسب‌وکارهای محلی، کوپن و تخفیف

یکی از ویژگی‌های مدل جشنواره، استفاده از کسب‌وکارها و فضاهای موجود در شهرها به‌عنوان نقاط مشارکت یا برگزاری برنامه است. رستوران، سالن، مرکز فرهنگی یا هر محل دیگری می‌تواند میزبان بخشی از فعالیت باشد. چنین مدلی لازم نیست برای هر رویداد مجموعه‌ای مستقل از فضاها بسازد؛ ظرفیت‌های موجود شهر را به شبکهٔ برنامه پیوند می‌دهد.

این رابطه دوطرفه طراحی شده است. میزبان به برنامهٔ فرهنگی و ارتباط با جامعهٔ ایرانی کمک می‌کند؛ در مقابل، معرفی او در چارچوب جشنواره، تبلیغ محلی، ارائهٔ کوپن یا تخفیف و آشنایی مخاطبان با خدماتش از امکان‌هایی است که در مواد دعوت‌نامه مطرح شده است. این‌ها منافع پیش‌بینی‌شده در مدل همکاری‌اند، نه تضمینی دربارهٔ افزایش مشتری یا درآمد هر کسب‌وکار. ارائهٔ کوپن و تخفیف رویداد فرهنگی را با خدمات محلی پیوند می‌دهد: برای مخاطب مزیتی عملی دارد و کسب‌وکار میزبان را به شرکت‌کنندگان می‌شناساند. برای آنکه مؤثر باشد، شرایط پیشنهاد باید روشن باشد: تخفیف شامل چه کالا یا خدمتی است، در چه بازه‌ای قابل استفاده است و آیا به حضور در رویداد یا ارائهٔ کوپن خاصی نیاز دارد. کوپن را نباید با هزینهٔ ورود یا گواهی مشارکت خلط کرد؛ هرکدام کارکرد جداگانه دارد.

میزبانی هر برنامه به توافق روشن نیاز دارد: فضا در چه زمانی در دسترس است، چه امکاناتی دارد، هزینهٔ احتمالی چگونه تعیین می‌شود و چه مسئولیتی بر عهدهٔ میزبان یا برگزارکننده است. ممکن است فضا رایگان یا با هزینهٔ کمتر در اختیار برنامه قرار گیرد و در موارد دیگر هزینهٔ استفاده پرداخت شود. تناسب فضا با برنامه نیز اهمیت دارد: رستوران برای گردهمایی یا عرضهٔ خوراک مناسب است، اما نمایشگاه یا سخنرانی امکانات دیگری می‌خواهد. شناخت ظرفیت هر

محل کمک می‌کند برنامه به‌جای اجرای یک قالب یکسان در همه‌جا با شرایط همان فضا هماهنگ شود. پیوند جشنواره و بازار محلی همچنین می‌تواند فرصتی برای شناخت محصولات و خدمات مرتبط با فرهنگ و جامعهٔ ایرانی باشد، اما نباید محتوای فرهنگی را به تبلیغات تجاری تبدیل کند؛ باید توازنی میان معرفی فرهنگی و منافع میزبان برقرار شود که هر دو را به‌رسمیت بشناسد، بی‌آنکه یکی جای دیگری را بگیرد.

هر کسب‌وکار، یک نقطهٔ فستیوال

مدل دعوت‌نامهٔ فستیوال به‌جای ساختن غرفه‌ای تازه، از فضای واقعی کسب‌وکار استفاده می‌کند. اگر ۲۰۰ کسب‌وکار در یک شهر به فستیوال بپیوندند، به‌جای یک سالن با ۲۰۰ غرفه، ۲۰۰ نقطه در سطح شهر وجود خواهد داشت که هرکدام بخشی از فستیوال ایران است. صاحب رستوران یا فروشگاه می‌تواند اعلام کند که در طول فستیوال یکی از نقاط همراه آن است و با دکور نوروزی، ویترین یا نمایشگر موجود خود، محتوای فرهنگی و هنری فستیوال را نشان دهد. مشارکت با ثبت اطلاعات کسب‌وکار در فرم فستیوال آغاز می‌شود و پس از آن شیوهٔ همراهی متناسب با نوع فعالیت مشخص می‌شود.

۵.۸ مشارکت رایگان و هزینهٔ برگزاری

در دعوت‌نامهٔ جشنواره، شرکت و مشارکت افراد رایگان معرفی شده است. این نکته مانع ورود را برای افراد و گروه‌هایی که می‌خواهند بخشی از فرهنگ، هنر یا تجربهٔ محلی خود را عرضه کنند کاهش می‌دهد، و در رویدادی که می‌خواهد تنوع جغرافیایی و فرهنگی را بازتاب دهد با هدف گسترده‌کردن دسترسی تناسب دارد.

با این حال «مشارکت رایگان» به معنای نبود هزینه برای جشنواره نیست. مکان، تجهیزات، رفت‌وآمد، تبلیغات، ضبط و پخش، هماهنگی و نیروی انسانی می‌توانند هزینه داشته باشند، و برخی فضاها رایگان و برخی با دریافت هزینه در اختیار برگزارکننده‌اند. پس باید میان سه هزینه فرق گذاشت: هزینهٔ حضور یا شرکت فرد، هزینهٔ خدمات و فضای میزبانی، و هزینهٔ کلی برگزاری. ممکن است حضور یک هنرمند رایگان باشد اما تولید محتوای حرفه‌ای، سفر یا تهیهٔ تجهیزات به پشتیبانی جداگانه نیاز داشته باشد؛ یا ورود مخاطب رایگان باشد اما هزینهٔ محل و آماده‌سازی برنامه از منبع دیگری تأمین شود. هر نوع هزینه یا حمایت باید در ارتباط با همان برنامه توضیح داده شود و از گزارهٔ کلی «رایگان‌بودن» نمی‌توان برای همهٔ اجزای جشنواره نتیجه گرفت.

مدل دعوت‌نامه بر فراهم‌کردن امکان حضور تأکید دارد؛ پوشش هزینه‌های واقعی به ترتیبات هر برنامه و محل وابسته است. بحث گسترده‌تر دربارهٔ حامیان، منابع مالی و پایداری در فصل مربوط به رویدادها و پایداری مالی می‌آید.

۵.۹ همکاری با برگزارکنندگان محلی و رسانه

مواد مربوط به رویدادها بر همکاری با برگزارکنندگان فعال در شهرها تأکید دارند، نه رقابت با آن‌ها. جشنواره می‌تواند بستری برای معرفی برنامه‌ها و پیوند گروه‌های محلی باشد؛ برگزارکنندگان محلی نیز شناختی از شهر، رسانه‌ها، سالن‌ها و مخاطبان خود دارند که برای شکل‌دادن به رویداد لازم است. همکاری می‌تواند میان برگزارکننده، فضای میزبانی، رسانهٔ محلی، انجمن‌ها، خیریه‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد شکل بگیرد. برگزارکننده برنامه را طراحی می‌کند، میزبان فضا یا خدمات را فراهم می‌سازد، رسانه به رساندن اطلاعات کمک می‌کند و نهاد اجتماعی می‌تواند جامعهٔ هدف یا محتوای مرتبط را معرفی کند. این نقش‌ها در هر برنامه با توجه به ظرفیت و توافق طرف‌ها روشن می‌شوند.

مدل همکاری محلی راهی هم برای جلوگیری از تحمیل برنامه‌ای یکسان از بیرون است. کسانی که در شهر زندگی می‌کنند معمولاً بهتر می‌دانند کدام قالب با شرایط محل سازگار است، چه گروه‌هایی باید در برنامه حضور داشته باشند و چه زمانی مناسب‌تر است. هماهنگی با برگزارکنندگان موجود از دوباره‌کاری جلوگیری می‌کند و برنامهٔ جشنواره را به فعالیت‌های فرهنگی جاری پیوند می‌دهد. این جهت‌گیری به معنای ادغام همهٔ رویدادها یا واگذاری کامل برنامه به گروه‌های محلی نیست؛ جشنواره می‌تواند نام و چارچوب فرهنگی مشترک را حفظ کند و در انتخاب شکل اجرا و همکاران محلی انعطاف داشته باشد.

برای جشنواره‌ای گسترده، اطلاع‌رسانی بخشی از امکان مشارکت است. مخاطب باید بداند چه برنامه‌ای در کدام شهر یا فضای آنلاین برگزار می‌شود، چگونه می‌تواند در آن شرکت کند و آیا ثبت‌نام یا هماهنگی خاصی لازم است. در مدل‌های رویدادی مجموعه، تقویم رویدادها، معرفی در رسانه‌های محلی و کانال‌های آنلاین برای رساندن اطلاعات به جامعه مطرح شده‌اند. اطلاع‌رسانی در چند مرحله انجام می‌شود: نخست هدف و چارچوب کلی جشنواره معرفی می‌شود؛ سپس برنامهٔ هر شهر، زمان و محل آن؛ و پس از آن محتوای مربوط به هنرمندان، گروه‌ها یا نهادهای مشارکت‌کننده. پس از اجرا نیز گزارش، عکس یا ویدئو می‌تواند بخشی از تجربه را برای کسانی که حاضر نبوده‌اند بازگو کند.

این ارتباطات فقط تبلیغ نیستند؛ به معرفی فرهنگ‌ها و مشارکت‌کنندگان هم کمک می‌کنند. با این حال متن تبلیغاتی نباید بیش از آنچه برنامه واقعاً ارائه می‌کند وعده دهد، و ادعاهایی مانند بزرگ‌ترین، بی‌رقیب یا فراگیرترین بودن بدون معیار و سند مستقل به‌عنوان واقعیت قطعی به کار نمی‌روند. همکاری رسانه‌ای با گروه‌های محلی کمک می‌کند اطلاعات به زبان و شیوه‌ای نزدیک‌تر به

مخاطب هر منطقه برسد، و برای مخاطبان چندزبانه ارائهٔ اطلاعات اصلی به زبان‌های مناسب دسترسی را افزایش می‌دهد؛ انتخاب زبان، مانند انتخاب قالب برنامه، به جامعهٔ هدف و امکانات هر رویداد وابسته است.

تقویم جهانی فستیوال

برگزارکنندگان رویدادها، انجمن‌ها و گروه‌های فرهنگی می‌توانند برنامه‌های خود را در اسفند و ایام نوروز در تقویم جهانی فستیوال ایران قرار دهند. این تقویم رویدادهای شهرهای مختلف را معرفی می‌کند و فستیوال را از یک رویداد واحد به شبکه‌ای از رویدادها، کسب‌وکارها، افراد و فعالیت‌های ایرانی در نقاط مختلف جهان تبدیل می‌کند. حتی کسی که برنامه‌ای برگزار نمی‌کند، با معرفی فستیوال و دعوت از دیگران می‌تواند بخشی از این شبکه باشد.

۵.۱۰ پیوند جشنواره با دانشنامه و مستندسازی فرهنگ

در مواد مرجع، جشنوارهٔ بین‌المللی ایران با ایدهٔ مستندسازی فرهنگ و زیست‌بوم ایران هم‌مسیر شده است. این ایده بخشی از پروژهٔ دانشنامهٔ «خاک» (یا «میهن»؛ Homeland) است؛ برنامه‌هایی مانند «شهر من»، «خانهٔ من»، «زادگاه من» و «ایران من» برای ثبت موضوع‌هایی چون زبان و گویش، خوراک، پوشاک، آیین‌ها و ویژگی‌های فرهنگی مناطق مختلف به کار می‌روند. این پیوند به جشنواره عمقی فراتر از روز اجرا می‌دهد: رویداد زمینهٔ دیدار و ارائه را فراهم می‌کند و مستندسازی، اطلاعات و روایت‌های مربوط را برای دسترسی بعدی نگه می‌دارد.

در چنین چارچوبی تجربهٔ هر منطقه می‌تواند به محتوایی مستقل تبدیل شود؛ برای مثال معرفی یک رسم محلی می‌تواند با گفت‌وگو با افراد آگاه، ثبت تصویر و توضیح زمینه همراه باشد، و این محتوا اگر درست دسته‌بندی و

ویرایش شود، بعداً در دانشنامه یا بخش‌های اطلاعاتی مرتبط قابل استفاده است. ثبت محتوا به‌خودی‌خود به معنای انتشار عمومی یا استفادهٔ نامحدود از آن نیست؛ اجازه و شرایط انتشار باید روشن باشد.

هم‌نشینی جشنواره با مستندسازی به مشارکت نسل‌های مختلف هم کمک می‌کند. افراد مسن‌تر ممکن است روایت‌ها و تجربه‌هایی داشته باشند که در برنامه‌های رسمی کمتر ثبت شده است و جوان‌ترها می‌توانند در ضبط، تدوین یا ترجمهٔ آن‌ها مشارکت کنند. این امکانی فرهنگی در مدل مجموعه است و چگونگی اجرای هر نمونه به موضوع، افراد و توافق‌های مربوط وابسته است. جشنواره می‌تواند نقطهٔ آغاز ثبت تجربه باشد، اما جایگزین پژوهش یا ویرایش تخصصی نیست؛ برای ارائهٔ اطلاعات دربارهٔ زبان‌ها، آیین‌ها یا تاریخ محلی باید از کسانی که با آن زمینه آشنایند کمک گرفت تا روایت‌ها دقیق و چندصدایی بمانند.

۵.۱۱ نسبت جشنواره با جوایز پارسی و فستیوال فیلم

جشنواره و جوایز پارسی دو مسیر مرتبط اما متمایزند. جشنوارهٔ بین‌المللی ایران در تعریف مورد نظر غیررقابتی است و همهٔ شرکت‌کنندگان آن گواهی می‌گیرند؛ جوایز پارسی فرایندهای جداگانه‌ای برای شناسایی و انتخاب برنده دارند. در مواد برنامه‌ریزی، اجرای جداگانهٔ یکی از مراسم جوایز در چارچوب زمانی جشنواره به‌عنوان امکان مطرح شده است. این به معنای آن نیست که کل جشنواره به مراسم جایزه تبدیل می‌شود یا همهٔ برنامه‌های آن رقابتی‌اند. اگر مراسمی در کنار جشنواره برگزار شود، باید برای مخاطب روشن باشد کدام بخش جشنوارهٔ فرهنگی است، کدام بخش آیین اهدای جایزه، و شرایط حضور یا شرکت در هرکدام چیست.

این تفکیک دربارهٔ مدرک‌ها هم صدق می‌کند. گواهی جشنواره بیانگر حضور در رویداد است؛ تندیس یا مدال به نتیجهٔ فرایند جایزه مربوط می‌شود. این دو به‌جای یکدیگر به کار نمی‌روند، و توضیح تفاوتشان هم برای شرکت‌کنندگان و هم برای خوانندهٔ گزارش‌های بعدی ضروری است.

نام «فستیوال» در برنامه‌های مختلف به کار می‌رود، اما جشنوارهٔ بین‌المللی ایران با فستیوال فیلم رقابتی یکسان نیست. جشنوارهٔ ایران رویدادی فرهنگی و غیررقابتی است؛ در مقابل، فستیوال فیلم برای فیلم کوتاه، مستند و انیمیشن ساختار رقابتی دارد و آثار Featured Film در آن برای نمایش یا اکران معرفی می‌شوند و در رقابت شرکت نمی‌کنند. فستیوال فیلم در فصل بعد شرح داده می‌شود.

۵.۱۲ نخستین دوره: فستیوال ۲۰۲۴

نخستین دورهٔ فستیوال بین‌المللی سالانهٔ ایران از ۱۱ اسفند ۱۴۰۲ تا ۱۳ فروردین ۱۴۰۳ (ابتدای مارس تا اوایل آوریل ۲۰۲۴) و هم‌زمان با نوروز تا سیزده‌به‌در برگزار شد. بنا بر گزارش برگزاری، این فستیوال نخستین بار در این قالب و در سراسر جهان به‌صورت آنلاین اجرا شد. افزون بر آن، در روزهای مختلف مارس ۲۰۲۴ برنامه‌هایی حضوری در کانادا (تورنتو، روزهای ۳، ۴ و ۱۵ تا ۱۹)، ترکیه (۲۰ تا ۲۴) و انگلستان، با حضور هنرمندان و فعالان فرهنگی و اجتماعی، اجرا شد.

دامنهٔ فستیوال عملاً همهٔ جنبه‌های زندگی ایرانیان را دربرمی‌گرفت: کنسرت موسیقی (محلی و غیرمحلی)، فشن‌شو لباس‌های محلی و مدرن، جشنوارهٔ فیلم‌های کوتاه و بلند، عکاسی، ورزش‌های باستانی، کنفرانس بین‌المللی سالانهٔ

ایران و زبان‌شناسی، همایش‌های ادبیات، نقاشی و خوشنویسی، و هنرهای تجسمی و صنایع دستی. بخش‌های اعلام‌شده در گزارش عبارت بودند از:

- سخنرانی‌های تخصصی و عمومی با موضوع‌های ایران‌شناسی؛
- اجرای سبک‌های متنوع موسیقی و رقص؛
- اجراهای روی صحنه، از جمله تئاتر و استندآپ کمدی؛
- نمایش مد و فشن؛
- نمایش مستندهای علمی، هنری، فرهنگی، تاریخی و اجتماعی با محوریت ایران و اقوام ایرانی؛
- معرفی آثار علمی، فرهنگی، هنری و ادبی از زبان پدیدآورندگان؛
- میان‌برنامه‌های آموزنده.

در ایام فستیوال ساعت‌ها برنامهٔ زنده از یوتیوب و شبکه‌های اجتماعی مجموعه پخش شد و برای شرکت‌کنندگان گواهی حضور صادر شد. زمان‌بندی پخش و پیوند برنامه‌ها در شبکه‌های اجتماعی مجموعه منتشر و با افراد خارجی و غیرایرانی هم به اشتراک گذاشته شد، زیرا فستیوال فرصتی برای آشنایی آنان با فرهنگ، آداب و رسوم، تاریخ و تمدن ایران است. همهٔ ایرانیان، از هر قوم و زبان و گویش (از جمله ترک، بلوچ، لر، ترکمن، عرب و کورد)، دعوت شدند اطلاعات خود را در زمینه‌های علمی، فرهنگی، هنری، اجتماعی و اقتصادی در اختیار عموم بگذارند و تجربیات، دستاوردها و میراث نیاکان خود را به جوامع بین‌المللی و نسل‌های ایرانی معرفی کنند. همهٔ این موارد در آرشیو وب‌سایت مجموعه در دسترس عموم می‌ماند. گزارش اعلام می‌کند که در سال‌های آینده فستیوال در شهرهای ایرانی‌نشین جهان به‌صورت فیزیکی هم برگزار خواهد شد.

۵.۱۳ جمع‌بندی فصل

جشنوارهٔ بین‌المللی ایران در طرح جوایز پارسی رویدادی فرهنگی، فرامرزی و غیررقابتی است که همهٔ شرکت‌کنندگانش گواهی دریافت می‌کنند. مرکز آن معرفی تنوع فرهنگی ایران است: زبان‌ها و گویش‌ها، آیین‌ها، هنر، خوراک و سنت‌های مناطق مختلف. بازهٔ نوروزی چارچوبی زمانی برای هم‌سوکردن برنامه‌ها فراهم می‌کند، و ترکیب مشارکت حضوری و آنلاین، آرت‌اکسپوی مجازی، کسب‌وکارهای محلی به‌عنوان نقاط رویداد و همکاری با برگزارکنندگان و رسانه‌های محلی ابزارهای اجرای آن در مدل معرفی‌شده‌اند.

آنچه در این فصل آمد مدل جشنواره است و گزارش اجرای کامل آن در هر دوره نیست؛ اجرای هر بخش بر پایهٔ همان دوره و همان محل گزارش می‌شود. مشارکت رایگان، تخفیف‌ها و میزبانی کسب‌وکارها نیز مزیت‌های پیش‌بینی‌شده‌اند و هزینه‌های واقعی برگزاری و منابع آن را حذف نمی‌کنند. فصل بعد به فستیوال فیلم و سینمای مستقل می‌پردازد؛ بخشی که برخلاف جشنوارهٔ فرهنگی ایران ساختاری رقابتی دارد.

فصل ششم: فستیوال فیلم و سینمای مستقل

۶.۱ جایگاه سینما در اکوسیستم جوایز پارسی

حوزهٔ فیلم در ساختار جوایز پارسی به اهدای یک جایزه محدود نیست. در نقشهٔ معرفی‌شده شش جزء در کنار هم قرار گرفته‌اند:

- **Persian Film Network:** پلتفرمی برای ارتباط و معرفی در حوزهٔ فیلم.
- **Persian Film Database:** پایگاه اطلاعاتی فیلم و سینما.
- **فستیوال فیلم:** بخش رقابتی برای فیلم کوتاه، مستند و انیمیشن.
- **Persian Film Academy:** بخش آکادمی و مشارکت تخصصی در رأی‌دادن.
- **Persian Film Awards:** جایزه برای آثار Featured و تولیدات تلویزیونی.
- **کنفرانس و بازار فیلم:** بستری برای گفت‌وگو، معرفی آثار و ارتباط حرفه‌ای.

این گستردگی از تفاوت میان تولید، معرفی، نمایش، رقابت، داوری و عرضهٔ حرفه‌ای فیلم برمی‌آید. فیلم‌ساز ممکن است به پایگاهی برای معرفی اثرش نیاز داشته باشد؛ مخاطب به اطلاعاتی دربارهٔ فیلم و سازندگان آن؛ فستیوال محل نمایش یا رقابت است؛ آکادمی به مشارکت متخصصان در رأی‌دادن مربوط می‌شود؛ و بازار فیلم به ارتباط حرفه‌ای و عرضهٔ حقوق اثر کمک می‌کند. این مسیرها می‌توانند به هم متصل شوند، اما هیچ‌یک جایگزین دیگری نیست.

برخی مواد مرجع این ساختار را به‌صورت طرح و چشم‌انداز بیان می‌کنند. از این رو این فصل معماری سینمایی مجموعه را توضیح می‌دهد و وضعیت هر بخش را بیش از آنچه منابع اجازه می‌دهند قطعی نمی‌کند. برای آثاری که اجرا شده‌اند، یعنی جوایز فیلم ۲۰۲۵ و ۲۰۲۶، نتایج در بخش ۶ـ۱۳ آمده است.

۶.۲ فستیوال فیلم و Featured Film: رقابت و نمایش

فستیوال فیلم بخش رقابتی حوزهٔ سینماست. فیلم کوتاه، مستند و انیمیشن در این بخش جای می‌گیرند و آثار بر اساس قواعد و دسته‌های مربوط بررسی می‌شوند. محدودکردن رقابت به قالب‌های مشخص به فستیوال کمک می‌کند موضوع خود را روشن نگه دارد و مخاطب بداند چه آثاری برای رقابت مناسب‌اند. فیلم کوتاه با محدودیت زمانی و تمرکز روایی شناخته می‌شود، اما کوتاه‌بودن کیفیت یا موضوع اثر را تعیین نمی‌کند؛ مستند بر ثبت یا تفسیر واقعیت و تجربهٔ انسانی تمرکز دارد، با شکل‌های گوناگون روایت؛ و انیمیشن در سبک‌ها و روش‌های تولید متفاوت ساخته می‌شود. از این رو دسته‌بندی فستیوال باید با توضیح شرایط ورود و معیارهای هر دوره همراه باشد و از عنوان ژانر نمی‌توان معیارهای ناگفته نتیجه گرفت.

عنوان Featured Film برای آثاری در نظر گرفته شده است که برای نمایش یا اکران معرفی می‌شوند و در رقابت شرکت نمی‌کنند. این بخش به آثاری امکان دیده‌شدن می‌دهد که هدف برنامه معرفی آن‌ها به مخاطب یا ایجاد زمینهٔ گفت‌وگو دربارهٔ آن‌هاست، و می‌تواند با معرفی سازنده، گفت‌وگو دربارهٔ موضوع فیلم، جلسهٔ پرسش و پاسخ یا درج اطلاعات اثر در کاتالوگ و پایگاه داده همراه شود. این برنامه‌ها ارزش ارتباطی دارند، اما نتیجهٔ داوری رقابتی یا تأیید قطعی کیفیت اثر نیستند.

این تفکیک هم برای فیلم‌ساز مهم است و هم برای مخاطب: شرکت در بخش نمایش به معنای نامزدشدن برای جایزه نیست و دریافت جایزه به شرایط بخش رقابتی وابسته است. ممکن است فیلمی به دلیل موضوع فرهنگی، اهمیت مستند، تجربهٔ تازه در روایت یا تناسب با برنامهٔ نمایش انتخاب شود، حتی اگر در ساختار رقابتی همان فستیوال قرار نگیرد. معیارهای پذیرش برای نمایش باید جدا از معیارهای داوری رقابت اعلام شوند.

۶.۳ Persian Film Network و Persian Film Database

Persian Film Network در نقشهٔ مجموعه پلتفرمی برای ارتباط و معرفی در حوزهٔ فیلم است. این شبکه می‌تواند فیلم‌سازان، بازیگران، نویسندگان، تهیه‌کنندگان، تدوینگران، مترجمان، پژوهشگران و دیگر فعالان سینما را به هم نزدیک کند. فیلم‌ساز مستقل معمولاً فقط به نمایش فیلم نیاز ندارد؛ ممکن است به همکار، مشاور، مترجم، تدوینگر، تهیه‌کننده، فضای تولید یا مخاطب تازه نیاز داشته باشد. شبکهٔ حرفه‌ای این نیازها را قابل مشاهده می‌کند و افراد را بر اساس حوزه، شهر، تخصص یا نوع پروژه به هم نزدیک می‌سازد. برای ارتباط میان ایرانیان فعال در داخل و خارج از ایران نیز ظرفیت دارد، هرچند شکل و میزان تحقق آن باید بر اساس اطلاعات هر دوره بررسی شود. این ارتباط با

تضمین تولید یا موفقیت تجاری یکی نیست: شبکه امکان معرفی و تماس را فراهم می‌کند و نتیجهٔ همکاری به توان افراد، شرایط پروژه و توافق‌های جداگانه وابسته است. هر پروفایل نیز باید بر اطلاعاتی استوار باشد که صاحب آن ارائه کرده یا منابع معتبر تأیید می‌کنند.

Persian Film Database کارکردی اطلاعاتی دارد: می‌تواند فیلم‌ها، عوامل، سال تولید، قالب اثر، زبان، موضوع، وضعیت نمایش و اطلاعات مرتبط را گردآوری کند و اطلاعات پراکنده را قابل جست‌وجو و پیگیری در اختیار مخاطب، پژوهشگر و فعال حرفه‌ای بگذارد. پایگاه فیلم با دانشنامهٔ عمومی فرق دارد: دانشنامه بر زندگی و آثار چهره‌ها تمرکز می‌کند و پایگاه فیلم واحد اصلی خود را فیلم و اطلاعات تولید و نمایش آن قرار می‌دهد؛ با این حال دو بخش می‌توانند به هم پیوند بخورند، چنان‌که صفحهٔ فیلم به پروفایل کارگردان و عوامل وصل شود و صفحهٔ فرد آثار مرتبط او را نشان دهد.

برای ایجاد پایگاهی قابل اعتماد، ثبت اطلاعات باید با منبع، تاریخ به‌روزرسانی و وضعیت داده همراه باشد. عنوان فیلم، نام عوامل و سال تولید ممکن است در منابع مختلف به شکل‌های متفاوت ثبت شده باشند و اطلاعات ناقص یا تکراری جست‌وجو را دشوار می‌کند؛ پس پالایش و ویرایش تخصصی اهمیت دارد. ثبت فیلم در پایگاه به معنای انتخاب آن برای فستیوال یا دریافت جایزه نیست؛ پایگاه آثار بسیاری را معرفی می‌کند، در حالی که فقط بخشی از آن‌ها در یک دورهٔ مشخص نمایش داده می‌شوند یا وارد رقابت می‌شوند. جداکردن کارکرد اطلاعاتی از نتیجهٔ رقابت برای دقت آرشیو ضروری است.

۶.۴ Persian Film Academy: دانش و رأی تخصصی

Persian Film Academy بخش تخصصی مرتبط با آکادمی در نقشهٔ فیلم است. اعضای آن می‌توانند از میان فیلم‌سازان، پژوهشگران، منتقدان، استادان، تهیه‌کنندگان و دیگر افراد دارای ارتباط حرفه‌ای با سینما انتخاب شوند. هدف ایجاد ساختاری برای مشارکت تخصصی در ارزیابی آثار و پشتیبانی از گفت‌وگوی حرفه‌ای دربارهٔ سینماست. عضویت در آکادمی نباید صرفاً به شهرت عمومی وابسته باشد؛ ارتباط واقعی با حوزهٔ سینما، تجربه، دانش و توان مشارکت آگاهانه اهمیت دارد. شکل دقیق معیارهای پذیرش، شمار اعضا و دامنهٔ رأی‌دادن برای هر دوره مشخص می‌شود؛ منابع موجود بیشتر جهت کلی آکادمی را توضیح می‌دهند تا آیین‌نامهٔ نهایی همهٔ جزئیات.

آکادمی در دو سطح نقش دارد: رأی‌دادن به نامزدهای بخش‌های تخصصی، و مشارکت در گفت‌وگوها، کارگاه‌ها و برنامه‌های آموزشی مانند Masterclass. این دو کارکرد جدایند و یکی نتیجهٔ دیگری نیست. در بخش سینمایی ارتباط تخصصی رأی‌دهنده با دسته اهمیت ویژه‌ای دارد، چون فیلم‌بردار، تدوینگر، فیلمنامه‌نویس و پژوهشگر سینما در موضوع‌های متفاوتی تجربه دارند؛ بهتر است دسترسی و رأی‌دادن اعضا با حوزهٔ تخصصی و قواعد همان دوره هماهنگ باشد.

۶.۵ مسیر پذیرش، بررسی آثار و کاتالوگ

ورود فیلم به فستیوال یا جایزه از چند مرحله می‌گذرد. نخست اثر معرفی یا ثبت می‌شود و اطلاعات پایه‌اش دریافت می‌گردد. سپس شرایط ورود، قالب، زمان تولید یا عرضه و کامل‌بودن مدارک بررسی می‌شود، و پس از آن اثر می‌تواند برای نمایش، رقابت یا هر دو مسیر، بر اساس قواعد اعلام‌شده، در نظر گرفته

شود. این مراحل به معنای یک روش واحد برای همهٔ دوره‌ها نیستند، اما تفکیک آن‌ها برای هر نظام حرفه‌ای ضروری است: اگر فیلمی بدون روشن‌شدن وضعیت حقوقی، نسخهٔ قابل پخش یا اطلاعات سازندگان وارد برنامه شود، اجرای رویداد دچار مشکل می‌شود، و باید معلوم باشد نسخهٔ ارسالی برای نمایش است یا ارزیابی و آیا امکان استفاده از آن در تبلیغات هست یا نه.

اطلاعات مورد نیاز می‌تواند شامل عنوان، نام کارگردان و تهیه‌کننده، عوامل اصلی، مدت، زبان، زیرنویس، سال تولید، خلاصه، پوستر، نسخهٔ نمایش و اطلاعات تماس باشد. هر فستیوال با توجه به قواعد خود ممکن است مدارک دیگری هم بخواهد؛ این موارد باید در فراخوان همان دوره بیایند و پیش‌فرض‌های عمومی نباید به الزام قطعی تبدیل شوند. پس از دریافت آثار، بررسی فنی (قابل‌پخش‌بودن فایل، کیفیت صدا و تصویر، هماهنگی نسخه) و بررسی محتوایی (تناسب اثر با بخش مورد نظر و قواعد برنامه) انجام می‌شود؛ هیچ‌یک داوری نهایی نیست.

کاتالوگ فستیوال یا بازار فیلم ابزار مهمی برای سامان‌دادن اطلاعات است. عنوان، نام عوامل اصلی، مدت، زبان، خلاصه، تصویر، بخش حضور و راه ارتباطی در آن ثبت می‌شود، و اگر فیلم در بخش رقابتی، نمایش یا بازار قرار دارد این وضعیت باید در کاتالوگ مشخص باشد. بستهٔ معرفی حرفه‌ای ممکن است علاوه بر اطلاعات کوتاه، پوستر، عکس‌های رسمی، یادداشت کارگردان، تریلر، زیرنویس و اطلاعات حقوقی را هم دربر گیرد؛ بستهٔ ارسال برای داوری با بستهٔ مذاکرهٔ بازار یکسان نیست. کاتالوگ می‌تواند بعداً به آرشیو و مرجع تبدیل شود، به شرط دقت در نام‌ها و اطلاعات: اشتباه در نام عوامل یا وضعیت نمایش هم به فیلم‌ساز آسیب می‌زند و هم ارزش سندی کاتالوگ را کم می‌کند، و اصلاحات باید با تاریخ و نسخهٔ مشخص ثبت شوند.

۶.۶ معیارهای ارزیابی، استقلال و تعارض منافع

معیار داوری باید با نوع بخش تناسب داشته باشد. در فیلم کوتاه، انسجام روایت، ساختار، شیوهٔ استفاده از زمان و کیفیت اجرا می‌تواند موضوع بررسی باشد. در مستند، رابطهٔ فیلم با موضوع، روش تحقیق، روایت، نگاه سازنده و کیفیت پرداخت اهمیت دارد. در انیمیشن، طراحی، حرکت، صدا، روایت و هماهنگی عناصر تصویری بررسی می‌شود. این‌ها نمونهٔ موضوع‌های قابل ارزیابی‌اند، نه فهرست رسمی و قطعی برای همهٔ دوره‌ها؛ هر فستیوال می‌تواند معیارهای جداگانه اعلام کند یا وزن متفاوتی برای عناصر مختلف در نظر بگیرد. مهم این است که داور بداند از او دربارهٔ چه چیزی نظر خواسته‌اند و فیلم‌ساز بتواند نتیجه را در چارچوب معیارهای اعلام‌شده بفهمد.

ارزیابی هنری همیشه به یک عدد ساده فروکاستنی نیست. امتیازدهی به سامان‌دادن رأی‌ها کمک می‌کند، اما توضیح معیار و امکان مقایسه نیز لازم است. اگر فیلمی از نظر فنی قوی باشد ولی با موضوع بخش مطابقت نداشته باشد، باید روشن شود این تفاوت چگونه در تصمیم اثر گذاشته است. این شفافیت به معنای انتشار همهٔ جزئیات رأی تک‌تک داوران نیست؛ مقصود روشن‌بودن روش کلی است. داوری فیلم از پسند شخصی محض فاصله می‌گیرد: سلیقهٔ داور ناگزیر در تجربهٔ هنری حضور دارد، اما گفت‌وگو دربارهٔ ساختار، اجرا، موضوع و کیفیت اثر تصمیم را از واکنش لحظه‌ای جدا می‌کند، و ترکیب داوران متخصص و ثبت دلایل ارزیابی به این هدف کمک می‌کند.

اعضای آکادمی یا هیئت داوری باید هنگام ارزیابی رابطهٔ خود با آثار و سازندگان را در نظر بگیرند. اگر داور در تولید فیلم نقش داشته باشد، با سازندهٔ آن رابطهٔ مالی یا حرفه‌ای مستقیم داشته باشد یا در موقعیتی باشد که بی‌طرفی‌اش محل پرسش قرار گیرد، لازم است این وضعیت اعلام شود و دربارهٔ

مشارکت او تصمیم گرفته شود. استقلال داوری به معنای بی‌اطلاعی داوران از فضای سینما نیست؛ داوران به دلیل ارتباط حرفه‌ای با این حوزه انتخاب می‌شوند و همین ارتباط گاهی تعارض ایجاد می‌کند، پس ثبت نقش‌ها و اعلام وضعیت‌های خاص به اعتماد به نتیجه کمک می‌کند. مواد موجود دربارهٔ آکادمی بر حضور متخصصان و رأی‌دادن در حوزهٔ تخصصی تأکید دارند و جزئیات آیین‌نامهٔ تعارض منافع برای همهٔ دوره‌ها در دسترس نیست؛ از این رو کتاب اصل نیاز به استقلال و شفافیت را توضیح می‌دهد، نه مقرراتی را که سندشان موجود نیست.

ارزیابی همچنین باید بر اساس دسته و معیار اعلام‌شده انجام شود، نه بر پایهٔ موضع سیاسی. موضوع فیلم ممکن است اجتماعی یا تاریخی باشد، اما همان‌طور که جوایز پارسی از جهت‌گیری‌های سیاسی و مذهبی دوری می‌کند، جایزه به موضوع یا دیدگاه یک فیلم‌ساز، و وابستگی برگزارکننده یا داور، بدون سند نسبت داده نمی‌شود.

۶.۷ فیلم مستقل و فرصت دیده‌شدن

یکی از کارکردهای مهم فستیوال‌های فیلم فراهم‌کردن فرصت دیده‌شدن برای آثاری است که از مسیرهای بزرگ تجاری عبور نمی‌کنند. فیلم مستقل ممکن است با بودجهٔ محدود، گروه کوچک یا خارج از ساختارهای رایج تولید شده باشد؛ این ویژگی کیفیت آن را تضمین یا رد نمی‌کند. آنچه اهمیت دارد امکان ارائه و ارزیابی اثر در چارچوبی روشن است.

در مدل جوایز پارسی، حضور فیلم‌سازان تازه‌کار در کنار حرفه‌ای‌ها به‌عنوان بخشی از ایدهٔ فرصت برابر مطرح شده است. این ایده وقتی عملی‌تر می‌شود که اطلاعات فراخوان، هزینه‌ها، قالب ارسال و معیار ارزیابی برای همه قابل دسترس

باشد؛ اگر فرایند برای گروهی مبهم یا پرهزینه باشد، ادعای فرصت برابر در عمل محدود می‌شود. نمایش آثار مستقل مخاطبان را با موضوع‌ها و شیوه‌های روایی تازه آشنا می‌کند، و برنامهٔ گفت‌وگو، معرفی سازنده و جلسهٔ پرسش و پاسخ به مخاطب کمک می‌کند شرایط تولید و نگاه فیلم را بهتر بشناسد و برای فیلم‌ساز بازخورد بسازد، هرچند نباید وعدهٔ قطعی جذب سرمایه، توزیع یا موفقیت تجاری داد.

استقلال تولیدی با انزوا یکی نیست. فیلم مستقل می‌تواند از شبکهٔ حرفه‌ای، دانشگاه‌ها، انجمن‌ها، بازارهای تخصصی و پلتفرم‌های آنلاین بهره ببرد؛ این ارتباط‌ها ممکن است به ترجمه، نمایش، همکار تازه یا مسیرهای توزیع بینجامند، و نتیجهٔ هر همکاری به توافق و ظرفیت پروژه بستگی دارد.

۶.۸ گفت‌وگو، کارگاه و برنامه‌های آموزشی

فستیوال فیلم می‌تواند فراتر از نمایش و اعلام نتیجه فضای آموزشی ایجاد کند. نشست با کارگردان، کارگاه فیلم‌نامه، گفت‌وگو دربارهٔ مستندسازی، جلسهٔ تحلیل اثر یا Masterclass از قالب‌هایی هستند که دانش و تجربه را میان نسل‌های مختلف فیلم‌سازان منتقل می‌کنند. این برنامه‌ها با داوری تفاوت دارند: در نشست آموزشی هدف یادگیری و تبادل تجربه است و در جلسهٔ داوری هدف ارزیابی آثار و رسیدن به نتیجه. ممکن است یک متخصص در هر دو نقش حضور داشته باشد، اما جایگاه و مسئولیت او در هر برنامه باید روشن بماند.

آموزش آنلاین دسترسی مخاطبان خارج از محل جشنواره را افزایش می‌دهد. ضبط گفت‌وگوها و کارگاه‌ها محتوا را برای استفادهٔ بعدی نگه می‌دارد، اما انتشار آن به اجازهٔ سخنرانان، کیفیت فنی و دسته‌بندی مناسب نیاز دارد، و محتوای آموزشی باید با توضیح دربارهٔ سطح، موضوع و زمان تولید ارائه شود تا مخاطب

بداند با یک دورهٔ کامل روبه‌روست یا یک گفت‌وگوی مستقل. حضور استادان دانشگاه و متخصصان پیوند سینما و پژوهش را تقویت می‌کند: تاریخ سینما، زبان و روایت، فناوری تولید، مطالعات فرهنگی و اقتصاد فیلم از موضوع‌های نشست‌های تخصصی‌اند. دعوت از یک متخصص برای سخنرانی به معنای تأیید همهٔ دیدگاه‌های او از سوی مجموعه نیست.

۶.۹ کنفرانس و بازار فیلم

کنفرانس و بازار فیلم بخش حرفه‌ای حوزهٔ سینماست. کنفرانس محل گفت‌وگو دربارهٔ تولید، توزیع، حقوق آثار، فناوری، آموزش و آیندهٔ سینمای مستقل است؛ بازار بر معرفی آثار و ایجاد ارتباط میان صاحبان اثر، تهیه‌کنندگان، پخش‌کنندگان، جشنواره‌ها و خریداران حقوق تمرکز دارد. بازار فیلم با فروش بلیت نمایش عمومی یکی نیست. در بازار ممکن است موضوع مذاکره حق نمایش، ترجمه، پخش، بازسازی یا استفادهٔ منطقه‌ای از اثر باشد، و هر نوع واگذاری قرارداد جداگانه و مشخص‌کردن مدت، جغرافیا، زبان، رسانه و مبلغ را می‌طلبد. ثبت فیلم در بازار یا ارائهٔ آن در کاتالوگ به معنای فروش یا عقد قرارداد نیست.

کنفرانس و بازار مکمل‌اند: کنفرانس مسائل حقوقی و حرفه‌ای را توضیح می‌دهد و دیدار افراد را ممکن می‌کند و بازار می‌تواند بحث‌های آن را به ارتباط‌های عملی تبدیل کند. برای فیلم‌ساز مستقل، بازار فرصتی برای معرفی اثر خارج از حلقهٔ دوستان و مخاطبان محلی است، اما نتیجه به کیفیت بستهٔ معرفی، وضعیت حقوقی اثر، آمادگی سازنده برای مذاکره و نیاز بازار مقصد وابسته است و حضور در بازار تضمین خرید یا توزیع نیست.

۶.۱۰ حق مؤلف، زیرنویس و ترجمه

هر فیلم مجموعه‌ای از حقوق مرتبط با تصویر، موسیقی، فیلمنامه، اجرا، ترجمه و تدوین را دربرمی‌گیرد. برگزارکننده برای دریافت، نمایش، تبلیغ یا نگهداری اثر باید بداند چه اجازه‌ای از صاحب حق دارد؛ رضایت برای نمایش یک فیلم لزوماً اجازهٔ استفاده از بخش‌هایی از آن در تبلیغات یا انتشار دائمی در اینترنت نیست. در مواد مرجع، رضایت صاحبان آثار و قرارداد مستقل برای همکاری تجاری به‌عنوان رویکرد مطرح شده است و در عمل باید به توافق‌های روشن تبدیل شود: اثر در چه برنامه‌ای نمایش داده می‌شود، چه مدت در دسترس است، ضبط و بازپخش مجاز است یا نه و آیا تصویر یا بخش‌هایی از آن در تبلیغ به کار می‌رود. این مسئله دربارهٔ آثاری که موسیقی یا تصاویر آرشیوی دارند اهمیت بیشتری دارد، چون فیلم‌ساز ممکن است اجازهٔ استفاده از موسیقی را فقط برای یک نمایش یا منطقهٔ خاص داشته باشد. برای Featured Film نیز نمایش عمومی و استفادهٔ تبلیغاتی باید از هم تفکیک شوند: عنوان فیلم می‌تواند در پوستر جشنواره بیاید، اما استفاده از تصویر بازیگر یا صحنه‌ای از فیلم ممکن است اجازهٔ جداگانه بخواهد.

جامعهٔ مخاطب جوایز پارسی فراتر از فارسی‌زبانان است و آثار سینمایی برای دسترسی بین‌المللی ممکن است به زیرنویس یا ترجمه نیاز داشته باشند. زیرنویس دقیق فقط تبدیل گفت‌وگو به زبان دیگر نیست؛ زمان‌بندی، لحن، اصطلاح‌های فرهنگی و خوانایی آن نیز اهمیت دارد. فیلم‌ساز باید بداند کدام نسخه برای نمایش یا بازار استفاده می‌شود و چه کسی مسئول ترجمه یا کنترل کیفیت است؛ ترجمهٔ عنوان، خلاصه و اطلاعات کاتالوگ نیز باید با محتوای فیلم سازگار باشد. در آثار مستند و فرهنگی، ترجمهٔ نادرست نام مکان‌ها، آیین‌ها یا گویش‌ها می‌تواند معنای اثر را تغییر دهد. زیرنویس فارسی برای مخاطبان

ناشنوا یا کم‌شنوا و زیرنویس زبان‌های دیگر برای مخاطبان بین‌المللی بخشی از دسترسی فرهنگی است، و نوع دسترسی باید در برنامه و صفحهٔ فیلم اعلام شود و بر اساس نسخهٔ موجود گزارش شود.

۶.۱۱ مستندسازی فرهنگ و پروفایل‌های حرفه‌ای

مستند در این اکوسیستم می‌تواند با پروژهٔ گسترده‌تر ثبت فرهنگ و زیست‌بوم ایران پیوند داشته باشد. زبان و گویش، خوراک، پوشاک، آیین‌ها، موسیقی و زندگی مناطق مختلف می‌توانند در قالب فیلم مستند ثبت و عرضه شوند، و این پیوند سینما را به ابزار ثبت تجربهٔ اجتماعی و فرهنگی تبدیل می‌کند، نه فقط وسیلهٔ سرگرمی. مستندسازی فرهنگی باید با دقت و رضایت افراد همراه باشد: حضور یک خانواده، جامعهٔ محلی یا آیین در فیلم به‌خودی‌خود اجازهٔ استفادهٔ نامحدود از تصویر و روایت آن‌ها نیست، و زمینهٔ ضبط، نحوهٔ انتشار و امکان استفادهٔ دوباره باید تا حد امکان برای مشارکت‌کنندگان روشن باشد. روایت فرهنگ نیز نباید به نمایش کلیشه‌ای محدود شود؛ فیلم‌ساز تفاوت‌های درونی جامعه، دیدگاه افراد و زمینهٔ تاریخی موضوع را در نظر می‌گیرد، و گفت‌وگو با افراد آگاه و مشورت تخصصی به دقت روایت کمک می‌کند، هرچند هر اثر حاصل نگاه و انتخاب سازندهٔ خود است.

فیلم‌ها می‌توانند با دانشنامه و پروفایل‌های تخصصی پیوند داشته باشند. صفحهٔ فیلم اطلاعات اثر را ثبت می‌کند و پروفایل افراد، فعالیت‌ها و آثار مرتبط را نشان می‌دهد؛ این اتصال به مخاطب اجازه می‌دهد از یک فیلم به کارگردان، نویسنده، بازیگر یا تهیه‌کننده برسد. برای افراد زنده، اطلاعات پروفایل باید بر داده‌هایی استوار باشد که خود فرد یا منابع مرتبط ارائه کرده‌اند، و برای چهره‌های تاریخی یا درگذشته مدخل دانشنامه‌ای می‌تواند زندگی و آثار را دربر گیرد. ارتباط پروفایل با جایزه نیز باید دقیق باشد: اگر فیلم‌سازی نامزد یا برندهٔ

جایزه‌ای بوده، عنوان و سال آن جداگانه ثبت می‌شود؛ معرفی فرد در پایگاه سینمایی به معنای نامزدشدن یا برنده‌شدن نیست و حضور فیلم در بخش نمایش نباید در پروفایل به‌عنوان جایزهٔ رقابتی نوشته شود.

۶.۱۲ برنامه‌ریزی اجرایی و گزارش دوره

برگزاری فستیوال فیلم به هماهنگی چند مرحله نیاز دارد: انتشار فراخوان، دریافت آثار، بررسی مدارک، آماده‌سازی نسخهٔ نمایش، تنظیم برنامه، اطلاع‌رسانی، اجرای نمایش و ثبت نتیجه. کیفیت فیلم به‌تنهایی برای اجرای موفق رویداد کافی نیست؛ نسخهٔ قابل پخش، زیرنویس، اطلاعات صحیح و ارتباط با سازنده نیز لازم است. در فستیوال حضوری سالن، تجهیزات صدا و تصویر، زمان ورود مخاطب و دسترسی افراد باید بررسی شود؛ در مدل آنلاین، پلتفرم پخش، محدودیت جغرافیایی، امنیت لینک، زمان دسترسی و امکان بازپخش اهمیت دارد؛ و در برنامهٔ ترکیبی باید مشخص باشد کدام بخش زنده است و کدام ضبط‌شده.

اطلاع‌رسانی دربارهٔ نتیجه باید با بخش حضور فیلم هماهنگ باشد: نامزد، فیلم منتخب برای نمایش و برنده سه وضعیت متفاوت‌اند و اعلام دقیق آن‌ها هم احترام به فیلم‌ساز است و هم از برداشت نادرست مخاطب جلوگیری می‌کند. پس از پایان فستیوال، گزارش دوره می‌تواند شمار آثار دریافت‌شده، فیلم‌های پذیرفته‌شده در هر بخش، برنامه‌های نمایش، نشست‌ها و نتایج رقابت را جداگانه ثبت کند، تا شمار فیلم‌های ارسالی با شمار آثار نمایش‌داده‌شده یا برنده یکی گرفته نشود. بخش رقابتی و نمایش آثار Featured باید جدا فهرست شوند؛ و اگر شمار مخاطبان یا بازدیدهای آنلاین در دست نیست، نباید از شمار ثبت‌نام‌کنندگان یا اعضای یک صفحه، شمار تماشاگران را حدس زد. ثبت نسخهٔ نهایی کاتالوگ، لینک‌های رسمی و وضعیت حقوق

نگهداری محتوا آرشیو دوره را برای پژوهش و معرفی بعدی قابل‌استفاده‌تر می‌کند. بازخورد فیلم‌سازان و مخاطبان دربارهٔ روشنی اطلاعات فراخوان، به‌موقع‌بودن نسخهٔ نمایش و زیرنویس، و زمان‌بندی و دسترسی محل نیز به برنامه‌ریزی دوره‌های بعد کمک می‌کند؛ این بازخورد جای رأی داوران را نمی‌گیرد. نتیجهٔ رقابت، تجربهٔ تماشاگر و عملکرد اجرایی سه موضوع جدا هستند و بهتر است در گزارش با هم ادغام نشوند.

۶.۱۳ مدال‌گیرندگان فیلم؛ ۲۰۲۵ و ۲۰۲۶

نخستین دورهٔ جوایز فیلم پارسی در سال ۲۰۲۵ برگزار شد و دورهٔ دوم در سال ۲۰۲۶. جدول‌های زیر مدال‌گیرندگان هر دوره را به تفکیک رشته نشان می‌دهند.

مدال‌گیرندگان فیلم ۲۰۲۵

رشته	مدال‌گیرنده	اثر
بهترین فیلم	فاطمه محمدی	«داغی»
بهترین کارگردانی	روناک جعفری	«مورس»
بهترین مستند	فرید الهامی	«نغمه‌سرایان کوه‌های مقدس»
بهترین فیلمنامه	هیوا ناصریان	«سرزمین فراموش‌شده»
بهترین فیلم‌برداری	مسعود امین‌تیرانی	«جونده»
بهترین بازیگر نقش اول زن	یاسمن نصیری	«چپ‌دست»
بهترین بازیگر نقش اول مرد	جواد قامتی	«دادرسی»
بهترین بازیگر کودک دختر	سارا مایلی	«بومهن»
بهترین بازیگر کودک پسر	ابوالفضل شیرزاد	«بایکوت»

مدال‌گیرندگان فیلم ۲۰۲۶

رشته	مدال‌گیرنده/مدال‌گیرندگان	اثر
بهترین فیلم	حجت جلودار (کارگردان)؛ ندا عباسی (تهیه‌کننده)	«چند کیلو گوشت برای شادی روح پدرجان» (The Sacrificed Meat)
بهترین کارگردانی	روزبه شعرای نجاتی	«آقای انتظام»
بهترین فیلم مستند	علیرضا دهقان (کارگردان)؛ راحیل صحرایی (تهیه‌کننده)	«ایساتیس» (ISATIS)
بهترین فیلم‌ساز زن	پریسا هاشم‌پور؛ عسل طاهری	«قسر»
بهترین انیمیشن	بابک بیگی	«راه» (The Route)
بهترین فیلمنامه	کوروش شاهونه	«قوی گنگ»
بهترین تدوین	سیامک دهقان‌پور	«رسوا»
بهترین فیلم‌برداری	امیر پرچمی	«زقوم»
بهترین بازیگر نقش اول زن	فروغ قجابگلی	«سه کیلو و چهارصد گرم»
بهترین بازیگر نقش اول مرد، مشترک	میلاد اشکالی؛ حسین سلیمانی	«افسانهٔ کوه ننوک»؛ «چهل‌وهفت ساعت و ده دقیقه»
بهترین بازیگر نقش مکمل زن	فاطمه مختاری	«ابله»
بهترین بازیگر نقش مکمل مرد	مجتبی کاظمی	«زبان‌بسته»
بازیگران کودک دختر و پسر	تارا مجیدزاده؛ محنا سیدی؛ هستی غریب؛ یزدان کوکبی‌صبا	«شال مشکی»؛ «حیوان دوپا (گوسفند)»

در جایزهٔ بهترین انیمیشن ۲۰۲۶، «راه» به کارگردانی بابک بیگی برنده شد. این جایزه به اثری اهدا می‌شود که با خلاقیت در داستان‌پردازی، طراحی و اجرای هنری تجربه‌ای متمایز و الهام‌بخش در دنیای انیمیشن خلق کرده باشد.

۶.۱۴ جمع‌بندی فصل

اکوسیستم سینمایی جوایز پارسی از شش جزء اصلی تشکیل می‌شود: Persian Film Network برای ارتباط، Persian Film Database برای اطلاعات، فستیوال فیلم برای رقابت آثار کوتاه، مستند و انیمیشن، Persian Film Academy برای مشارکت تخصصی، Persian Film Awards برای آثار Featured و تولیدات تلویزیونی، و کنفرانس و بازار فیلم برای گفت‌وگو و ارتباط حرفه‌ای. در این ساختار فستیوال فیلم رقابتی است، اما Featured Film برای نمایش یا اکران تعریف می‌شود، و این دو مسیر نباید خلط شوند. پایگاه، شبکه، آکادمی و بازار هرکدام وظیفهٔ خاص خود را دارند و هیچ‌کدام به‌تنهایی جایگزین تولید، نمایش یا داوری نیست.

سینمای مستقل در این اکوسیستم از راه فرصت نمایش، ارتباط حرفه‌ای، آموزش، ترجمه، مستندسازی و معرفی آثار پشتیبانی می‌شود، اما هیچ‌یک از این مسیرها به‌تنهایی موفقیت مالی یا حرفه‌ای را تضمین نمی‌کند. اجرای دقیق هر دوره، آیین‌نامهٔ پذیرش، معیارهای داوری، شمار آثار و وضعیت واقعی بخش‌های مختلف باید بر اساس فراخوان‌ها و گزارش‌های همان دوره بررسی شود.

فصل هفتم: جایزهٔ چهره‌های تأثیرگذار و پروژه‌های اجتماعی

۷.۱ از شناسایی فعالیت تا پشتیبانی اجتماعی

این فصل دو مسیر مرتبط اما متمایز را بررسی می‌کند. مسیر نخست جایزهٔ «چهره‌های تأثیرگذار پارسی/فعالان اجتماعی» است که به شناسایی و معرفی دستاوردهای افراد و نهادهای فعال می‌پردازد. مسیر دوم پروژه‌های جامعه‌محور است که به آموزش، توانمندسازی، ارتباط اجتماعی یا پشتیبانی از گروه‌های مشخص توجه دارند. جایزه فعالیت را به رسمیت می‌شناسد؛ پروژه می‌تواند فرصت، رابطه یا ظرفیتی برای ادامهٔ کار فراهم کند. این دو مسیر مکمل‌اند، اما جایگزین یکدیگر نیستند.

در کار اجتماعی، معرفی یک فرد یا نهاد به‌تنهایی مسئله‌ای را حل نمی‌کند؛ اجرای یک برنامه نیز بدون شناخت کسانی که پیش‌تر در آن حوزه کار کرده‌اند ممکن است تجربه‌های ارزشمند را نادیده بگیرد. کنار هم آمدن شناسایی و پروژه‌محوری به مجموعه امکان می‌دهد هم دستاوردها را بازگو کند و هم به زمینه‌های مشارکت، یادگیری و همکاری توجه داشته باشد.

مواد مربوط به این حوزه از کار زنان، کودکان و نوجوانان، سالمندان، سازمان‌های مردم‌نهاد و چهره‌های فعال در عرصهٔ اجتماعی سخن می‌گویند و دامنهٔ این فعالیت‌ها را جهانی و مربوط به ایرانیان و فارسی‌زبانان در نقاط مختلف توصیف می‌کنند. وضعیت هر برنامه را باید جداگانه فهمید: برخی فعالیت‌ها گزارش اجرای مشخص دارند و برخی به‌صورت برنامه، مدل همکاری یا مسیر توسعه معرفی شده‌اند.

۷.۲ جایزهٔ چهره‌های تأثیرگذار پارسی/فعالان اجتماعی

این جایزه برای معرفی فعالیت‌هایی تعریف شده است که در حوزه‌های اجتماعی اثرگذارند. نامزد می‌تواند فردی باشد که در جامعه فعالیت کرده یا سازمانی که برای هدف اجتماعی مشخصی کار می‌کند؛ نمونه‌های یادشده در مواد مرجع از خیریه‌ها، خیرین مدرسه‌ساز و فعالان مرتبط با زنان و کودکان نام می‌برند. این فهرست دامنهٔ فعالیت را نشان می‌دهد و مجموعه‌ای بسته و نهایی از موضوع‌ها نیست.

جایزه یکی از دوازده جایزهٔ اصلی مجموعه است و دسته‌بندی‌های متعدد دارد؛ در سال ۲۰۲۵ برای ۲۴ طبقه‌بندی آن مدال اهدا شد. این طبقه‌بندی‌ها جوایز مستقل نیستند و ساختار درونی همان یک جایزه را می‌سازند، پس این عدد را نباید به شمار کل جوایز یا جوایز اصلی تعمیم داد. دسته‌بندی به تفکیک

فعالیت‌ها کمک می‌کند: کار آموزشی با فعالیت خیریه، حمایت از کودکان، توانمندسازی زنان یا حمایت از سالمندان موضوع‌های یکسانی ندارد و عنوان‌های روشن به مخاطب نشان می‌دهند هر فعالیت در کدام زمینه معرفی شده است. اگر هر طبقه‌بندی جایزهٔ مستقل شمرده شود، ساختار کلی مبهم می‌شود و مقایسهٔ سالانه دقت خود را از دست می‌دهد.

عنوان‌ها یا سطح دسته‌بندی در سال‌های مختلف ممکن است فرق کند: گاهی یک حوزه با عنوان کلی می‌آید و گاهی به شاخه‌های بیشتری تقسیم می‌شود. بنابراین شمار سرعنوان‌های یک فهرست سالانه به‌تنهایی معیار شمارش جوایز نیست. همین دقت در گزارش نتایج هم لازم است: شمار نامزدها، شمار طبقه‌بندی‌ها و شمار افراد یا نهادهای یکتا واحدهای شمارش متفاوتی‌اند، و اگر سازمانی در چند دوره یا دسته ظاهر شود، شمار مدخل‌ها با شمار سازمان‌های یکتا برابر نیست.

فرایند نامزدی در این حوزه می‌تواند افراد و سازمان‌ها را دربرگیرد. در جایزهٔ اجتماعی خودِ سازمان می‌تواند به سبب نوع خدمات یا فعالیتش مطرح باشد و در موارد دیگر فرد به دلیل کار مستقل یا نقشش در یک حوزه معرفی می‌شود. سازمانی که خدمات اجتماعی ارائه می‌کند و فردی که در آن داوطلب است ممکن است هرکدام جداگانه معرفی شوند؛ ثبت نام یکی به‌تنهایی دیگری را نامزد نمی‌کند. برای شناخت نامزد، عنوان سازمان یا نام فرد کافی نیست: مخاطب باید بتواند بفهمد کار اصلی چیست، با چه گروهی سروکار دارد و فعالیت چگونه با دستهٔ جایزه ارتباط دارد؛ شرح فعالیت حوزهٔ جغرافیایی، گروه مخاطب و شکل مشارکت را روشن می‌کند، بی‌آنکه از ادعاهای تبلیغاتی یا تعمیم‌های بی‌پشتوانه استفاده شود. معرفی نامزدها به‌وسیلهٔ جامعه، انجمن‌ها، متخصصان و

تیم‌های پژوهشی می‌تواند به یافتن فعالانی کمک کند که در رسانه‌های پرمخاطب شناخته نیستند؛ اما نامزدشدن به معنای ورود به فرایند بررسی است، نه تأیید مستقل همهٔ اطلاعات دربارهٔ فعالیت.

جایزهٔ اجتماعی با پروژه‌های حمایتی مجموعه نیز یکی نیست. برنده یا نامزدشدن نتیجهٔ فرایند شناسایی و داوری است؛ اجرای یک برنامهٔ آموزشی یا اجتماعی فعالیتی با هدف و مسئولیت‌های خاص خود است. این مسیرها ممکن است در یک حوزه به هم برسند، اما برای گزارش دقیق باید مشخص باشد موضوع جایزه است یا برنامهٔ عملی.

۷.۳ فعالیت اجتماعی و دوری از جهت‌گیری سیاسی و مذهبی

جوایز پارسی از جهت‌گیری‌های سیاسی و مذهبی دوری می‌کند. به هیچ حزب، گروه، جریان سیاسی یا نهاد مذهبی وابسته نیست و گرایش و باور افراد معیار انتخاب یا رد آن‌ها نیست. معیار در جایزهٔ اجتماعی فعالیت فرد یا نهاد در حوزهٔ مربوط است. این اصل در معرفی نامزدها اهمیت دارد، چون فعالیت مدنی و اجتماعی ممکن است در محیطی شکل بگیرد که بحث‌های سیاسی هم در آن حضور دارند.

وجود عنوانی برای ایرانیان مهاجر فعال در سیاست کشور میزبان به‌خودی‌خود وابستگی سیاسی مجموعه را نشان نمی‌دهد. عنوان دسته به حوزهٔ فعالیت نامزد اشاره دارد، نه به حمایت برگزارکننده از موضع سیاسی او یا از حزب و جریانی خاص. فعالیت سیاسی یک فرد را هم نباید به همهٔ کارهای اجتماعی او تعمیم داد: اگر فردی به سبب فعالیت اجتماعی، فرهنگی یا حرفه‌ای معرفی

شود، موضوع جایزه همان حوزهٔ مرتبط است. متن می‌تواند زمینهٔ اجتماعی کار او را توضیح دهد، اما نباید آن را به موضع‌گیری سیاسی یا مذهبی مجموعه تبدیل کند.

۷.۴ توانمندسازی زنان؛ از حمایت تا افزایش اختیار

توانمندسازی زنان یکی از محورهای پروژه‌های جامعه‌محور است. در مواد مرجع، هدف افزایش قابلیت‌های زنان در سنین و موقعیت‌های متفاوت، از زنان جوان تا میانسال و بزرگسال و از ساکنان ایران تا کسانی که در نقاط دیگر جهان زندگی می‌کنند، توصیف شده و تأکید بر استقلال اجتماعی و مالی محور این نگاه است. توانمندسازی در این چارچوب به معنای کمک کوتاه‌مدت یا جایگزینی تصمیم زنان نیست؛ ایده این است که دسترسی به دانش، ابزار، ارتباط و تجربه افزایش یابد تا زنان بتوانند موقعیت خود را بهتر شکل دهند. حمایت از زنان با مشکلات اجتماعی، آموزش، مشاوره و ارتباط با سازمان‌های مردم‌نهاد از مسیرهای مطرح‌شده است. این نگاه بر کرامت فرد و مشارکت خود زنان تکیه دارد، نه بر تصویر آنان به‌عنوان دریافت‌کنندگان منفعل کمک.

محورهای مورد توجه گسترده‌اند: نقش زنان در خانواده، مهاجرت، کسب‌وکار، تحصیل فرزندان، زندگی اجتماعی، حفظ فرهنگ و هویت ایرانی و حمایت متقابل زنان. این موضوع‌ها لزوماً یک برنامهٔ واحد نیستند و هرکدام می‌تواند به برنامه یا گروه مخاطب متفاوتی نیاز داشته باشد؛ توجه به تفاوت سن، شرایط اقتصادی، محل زندگی و دسترسی به آموزش کمک می‌کند برنامه‌ها بر نیاز واقعی افراد منطبق شوند. در این دیدگاه زنان فقط مخاطب پروژه نیستند: نقش آنان در شکل‌دادن به برنامه‌ها، سامان‌دادن کارها و مشارکت در پروژه‌ها

نیز اهمیت دارد و می‌تواند تجربهٔ آنان را وارد تصمیم‌گیری کند. این جهت‌گیری در منابع به‌عنوان مدل و هدف معرفی شده و دامنهٔ اجرای هر برنامه باید با گزارش‌های همان فعالیت مشخص شود.

۷.۵ آموزش رایگان و گردش دانش

آموزش یکی از ابزارهای اصلی توانمندسازی در پروژه‌های اجتماعی است. در مدل معرفی‌شده، استادان دانشگاه، آموزگاران و افراد دارای مهارت می‌توانند دانش خود را با کسانی به اشتراک بگذارند که دسترسی کمتری به آموزش دارند؛ زنان، کودکان، سالمندان و افراد نیازمند حمایت از گروه‌های یادشده‌اند. این الگو آموزش را یک‌طرفه نمی‌بیند: آموزش‌گیرندگان می‌توانند پس از کسب دانش آن را به دیگران منتقل کنند و به گردش آن در جامعه کمک کنند. بنابراین برنامهٔ آموزشی می‌تواند به شبکه‌ای از آموزگاران، داوطلبان و فراگیران بینجامد؛ اما شکل‌گیری چنین شبکه‌ای به کیفیت محتوا، دسترسی، استمرار و مشارکت واقعی افراد وابسته است.

قالب‌های آموزشی می‌توانند حضوری یا آنلاین باشند و محتوای ضبط‌شده امکان استفادهٔ دوباره را فراهم می‌کند. برای بهره‌مندی مخاطبان در مناطق مختلف، ثبت و دسته‌بندی موضوع‌ها مهم است و هر دوره باید سطح، زبان، نیازهای فنی و گروه مخاطب خود را روشن کند تا افراد بتوانند تصمیم بگیرند محتوا برایشان مناسب است یا نه. همکاری مؤسسات آموزشی، استادان و خیریه‌های آموزشی به‌عنوان بخشی از مدل مطرح شده و می‌تواند دانش تخصصی را به گروه‌هایی برساند که با مانع جغرافیایی یا اقتصادی روبه‌رو هستند. با این حال، رایگان‌بودن آموزش برای فراگیر به معنای رایگان‌بودن تولید محتوا، فناوری یا پشتیبانی نیست و این دو را باید جداگانه بررسی کرد.

۷.۶ سازمان‌های مردم‌نهاد و شبکهٔ همکاری

سازمان‌های مردم‌نهاد ایرانی در نقاط مختلف جهان از گروه‌های مورد توجه این پروژه‌هایند. مواد مرجع به سه چالش آن‌ها اشاره می‌کنند: بسیاری از مردم از ماهیت و فعالیتشان آگاهی ندارند؛ دسترسی به حامیان مالی دشوار است؛ و خدماتشان همیشه به گروه هدف نمی‌رسد. این چالش‌ها برای همهٔ نهادها به یک اندازه صدق نمی‌کنند، اما چارچوبی برای توضیح نیازهای مشترک فراهم می‌کنند. مدل همکاری، معرفی سازمان‌ها و پیوند آن‌ها با برنامه‌های زنان، آموزش، کارآفرینی و سالمندان را دربرمی‌گیرد و شبکهٔ آنلاین می‌تواند راهی برای ارتباط نهادها با یکدیگر و با افرادی باشد که به خدماتشان نیاز دارند. این ارتباط به معنای ادغام سازمان‌ها در ساختاری واحد نیست؛ نهادها هویت، اهداف و شیوهٔ کار مستقل خود را حفظ می‌کنند.

معرفی سازمان وقتی سودمندتر است که اطلاعات عملی آن روشن باشد: گروه هدف، حوزهٔ فعالیت، محدودهٔ جغرافیایی، راه تماس و نوع همکاری مورد نیاز. معرفی به‌تنهایی دریافت حامی یا افزایش خدمات را تضمین نمی‌کند؛ شبکه راه ارتباط را فراهم می‌کند و نتیجه به شرایط و توافق‌های جداگانه وابسته است. در مدل توسعه‌ای مجموعه، NGOها می‌توانند در برنامه‌های اجتماعی شریک باشند و فقط موضوع معرفی نیستند: نهاد محلی شناخت و ارتباط با جامعهٔ هدف را فراهم می‌کند و شبکهٔ گسترده‌تر فرصت آشنایی با همکاران یا خدمات دیگر را افزایش می‌دهد. برای هر همکاری باید مسئولیت‌ها و انتظارات دو طرف روشن باشد تا معرفی عمومی با تعهد اجرایی اشتباه نشود.

NGO Network و کنفرانس فعالان اجتماعی ایرانی

بسیاری از انجمن‌ها و گروه‌های ایرانی در شهرها و کشورهای مختلف فعالیت می‌کنند، اما از کار یکدیگر اطلاع کافی ندارند، و گاه حتی مجموعه‌هایی که در یک شهر یا حوزه‌ای مشابه کار می‌کنند ارتباط منظم و مؤثری با هم ندارند. در نتیجه تجربه، نیرو و فرصت پراکنده می‌ماند و هر گروه بسیاری از مسیرها را تنها طی می‌کند. پاسخ پیشنهادی، شبکه‌ای آنلاین به نام NGO Network است برای ثبت و معرفی انجمن‌ها، سازمان‌های اجتماعی، گروه‌های تخصصی و افرادی که در فعالیت اجتماعی مشارکت دارند. هر انجمن می‌تواند اطلاعات خود، حوزهٔ فعالیت، شهر و کشور، راه‌های ارتباطی، پروژه‌ها و نیازهایش را معرفی کند، و دیگران ببینند چه مجموعه‌ای در چه حوزه‌ای کار می‌کند. هدف این است که شبکه از یک فهرست به زیرساختی برای ارتباط و همکاری تبدیل شود: اگر انجمنی در تورنتو در حوزهٔ سالمندان تجربهٔ موفقی دارد و انجمنی در ونکوور می‌خواهد کاری مشابه آغاز کند، لازم نیست مسیر را از ابتدا بپیماید. شبکه می‌تواند نیازها و ظرفیت‌ها را نیز به هم برساند، مثلاً نیاز به داوطلب، متخصص، سخنران، شریک پروژه یا فضا، و برنامه‌ای واحد می‌تواند هم‌زمان در چند شهر اجرا شود، با اجرای بخش محلی توسط هر انجمن.

این شبکه جای انجمن‌های محلی را نمی‌گیرد؛ انجمن محلی خودش باقی می‌ماند و از یک زیرساخت ارتباطی گسترده‌تر بهره می‌برد. در کنار آن، برنامه‌های آموزشی و کارگاه‌های عملی دربارهٔ تشکیل و مدیریت انجمن، جذب داوطلب، طراحی و اجرای پروژه، کار تیمی، ارتباطات اجتماعی و مستندسازی می‌تواند برگزار شود.

کنفرانس فعالان اجتماعی ایرانی بخش حضوری و گردهمایی این ساختار است: فرصتی برای اینکه انجمن‌ها، فعالان، سازمان‌های مردم‌نهاد و متخصصان یکدیگر را بیابند، فعالیت‌های موفق را معرفی کنند و در کارگاه‌ها مهارت‌های

کاربردی بیاموزند. این کنفرانس می‌تواند در چارچوب فستیوال ایران از ابتدای مارس برگزار شود، با بخشی مهم به‌صورت آنلاین، و برنامه‌های حضوری در شهرها و کشورهای مختلف به‌تدریج توسعه یابد. معرفی و تجلیل از چهره‌های تأثیرگذار اجتماعی هم از همین شبکه تغذیه می‌شود: انجمن‌ها، فعالان، رسانه‌ها و متخصصان می‌توانند افراد شایسته را معرفی کنند و در ارزیابی و انتخاب نقش داشته باشند.

۷.۷ سالمندان؛ نیازها، توانایی‌ها و رابطهٔ بین‌نسلی

منابع به پروژه‌های مرتبط با سالمندان از دو جهت نگاه می‌کنند: نیاز به پشتیبانی، و برخورداری از تجربه و دانشی ارزشمند. برخی سالمندان ممکن است با دشواری‌های جسمی یا روانی، مشکلات اقتصادی، ناآشنایی با زبان کشور محل زندگی یا فاصله از فناوری‌های جدید روبه‌رو باشند؛ در عین حال می‌توانند تجربهٔ زندگی و دانش خود را به نسل‌های جوان‌تر منتقل کنند. پروژهٔ سالمندان فقط به ارائهٔ خدمات مستقیم محدود نیست: تقویت دانش سازمان‌های مردم‌نهاد دربارهٔ نیازهای این گروه، آموزش خانواده‌ها و افزایش فرصت ارتباط میان نسل‌ها نیز در الگوی پیشنهادی دیده می‌شود. اگر سالمند در کشور میزبان به زبان آن جامعه تسلط نداشته باشد، دسترسی به خدمات محلی دشوارتر می‌شود و شبکهٔ ارتباطی نهادها و خانواده‌ها می‌تواند در شناسایی راه‌های پشتیبانی نقش داشته باشد.

سالمندان را نباید تنها با نیازهایشان تعریف کرد. تجربهٔ آنان می‌تواند در آموزش، گفت‌وگوهای عمومی، برنامه‌های بین‌نسلی و مستندسازی فرهنگی سهم داشته باشد، و این نگاه تبادل را دوطرفه می‌کند: جامعه از دانش سالمندان بهره می‌گیرد و فرصت مشارکت اجتماعی آنان تقویت می‌شود.

همایش، سمینار، میزگرد و برنامهٔ آموزشی قالب‌هایی‌اند که در مواد مرجع برای ارتباط و آگاهی‌رسانی مطرح شده‌اند، و عنوان Senior TV Show برای تولید محتوای ویژهٔ سالمندان در نقشهٔ برنامه‌ها آمده است.

۷.۸ کودکان و نوجوانان؛ پیوند با فرهنگ و یادگیری

کودکان و نوجوانان از گروه‌های مخاطب پروژه‌های اجتماعی‌اند. در مواد مربوط، توجه به ارتباط آنان با فرهنگ، آداب‌ورسوم، زبان و گویش‌های ایرانی در کنار آموزش و آشنایی با دانش روز مطرح شده است. این موضوع به‌ویژه برای کودکانی اهمیت دارد که در خانواده‌های ایرانی خارج از کشور بزرگ می‌شوند و تجربهٔ روزمره‌شان میان چند زبان و محیط فرهنگی شکل می‌گیرد.

محتوا برای کودکان باید با سن و شیوهٔ یادگیری آنان متناسب باشد. روایت، تصویر، موسیقی و فعالیت مشارکتی مفاهیم فرهنگی را برای مخاطب جوان قابل‌فهم‌تر می‌کنند؛ اما ساده‌سازی نباید به تحریف تاریخ یا ارائهٔ تصویری یکدست از تنوع فرهنگی منجر شود، و معرفی زبان‌ها، قهرمانان تاریخی، روایت‌های محلی و رسم‌ها به دقت در نام‌ها و زمینه‌ها نیاز دارد. آموزش و فعالیت فرهنگی کودکان باید با نقش خانواده‌ها و مربیان هماهنگ باشد: والدین و آموزگاران می‌توانند در انتخاب موضوع‌ها و فهم نیازهای گروه‌های سنی مشارکت کنند تا محتوا به تجربهٔ زیستهٔ کودکان نزدیک بماند. این فعالیت‌ها با آموزش رایگان رابطه دارند اما یکی نیستند: محتوا می‌تواند آموزشی، فرهنگی یا هر دو باشد، و دسته‌بندی دقیق آن به مخاطب کمک می‌کند موضوع و هدف هر برنامه را بشناسد.

۷.۹ برنامه‌های اجتماعی و چهره‌های ماندگار

فعالیت جامعه‌محور تنها در قالب پروژه‌های بلندمدت شکل نمی‌گیرد. گفت‌وگو، نشست تخصصی، همایش، میزگرد، آموزش و تولید محتوای کوتاه نیز می‌توانند زمینهٔ مشارکت اجتماعی باشند. برنامهٔ «باهم» در مواد مرجع به‌عنوان قالبی برای بحث دربارهٔ موضوع‌های اجتماعی مانند نوع‌دوستی، زنان و کودکان معرفی شده و برنامه‌های گفت‌وگو و کارشناس امکان طرح مسئله و تبادل نظر را فراهم می‌کنند. این قالب‌ها کارکرد یکسانی ندارند: نشست تخصصی برای ارائهٔ دیدگاه کارشناسی طراحی می‌شود؛ دورهمی مشارکت افراد با تجربه‌های متفاوت را دربرمی‌گیرد؛ برنامهٔ آموزشی بر انتقال مهارت متمرکز است؛ و مصاحبه یا مستند تجربهٔ فرد یا جامعه‌ای را ثبت می‌کند. انتخاب قالب باید با هدف، گروه مخاطب و حساسیت موضوع متناسب باشد. برای موضوع‌هایی مانند سالمندی، مهاجرت یا حمایت از زنان، گفت‌وگوی عمومی به‌تنهایی کافی نیست و ارتباط با متخصصان، انجمن‌ها و افراد دارای تجربهٔ مستقیم تصویر دقیق‌تری می‌سازد؛ حضور یک فرد در برنامه را هم نباید نمایندگی همهٔ اعضای آن گروه دانست. برنامه‌سازی آنلاین مشارکت افراد شهرهای دیگر را ممکن می‌کند، اما دسترسی دیجیتال برای همه یکسان نیست و هر برنامه باید امکانات دسترسی خود را روشن کند و در صورت نیاز راه‌های جایگزین در نظر بگیرد.

«چهره‌های ماندگار» برنامه‌ای برای بزرگداشت افراد در حوزه‌های فرهنگی، هنری، اجتماعی و اقتصادی است؛ در مواد مرجع برای افراد زنده به‌صورت نکوداشت و برای درگذشتگان به‌صورت بزرگداشت توصیف شده است. محور آن فقط اعلام یک عنوان نیست، بلکه بررسی فعالیت‌ها و دستاوردهای فرد و ثبت روایت‌هایی است که به شناخت بهتر نقش او کمک می‌کند. در این برنامه‌ها از متخصصان آشنا با حوزهٔ فعالیت و از نزدیکان و آشنایان چهرهٔ مورد نظر یاد شده است: متخصص زمینهٔ حرفه‌ای را توضیح می‌دهد و کسانی که از نزدیک او را

می‌شناختند تجربه‌ها و جزئیات زندگی را بازگو می‌کنند، و این قالب بزرگداشت را از تعریف کلی به روایتی مستندتر نزدیک می‌کند. گزارش‌های ارسالی از اجرای پنج برنامه برای پنج نفر سخن می‌گویند؛ این سابقهٔ گزارش‌شده باید از ایدهٔ گسترش برنامه یا معرفی چهره‌های دیگر جدا بماند. انتشار ضبط برنامه نیز به رضایت افراد و حقوق محتوای تصویری وابسته است.

برنامهٔ چهره‌های ماندگار با جایزهٔ چهره‌های تأثیرگذار یکی نیست: اولی قالبی برای بزرگداشت و روایت زندگی و کار افراد است و دومی جایزه‌ای با دسته‌بندی‌ها و فرایند انتخاب خود. حضور در برنامهٔ بزرگداشت به‌تنهایی به معنای نامزدشدن یا برنده‌شدن جایزه نیست. در سال ۲۰۲۶ عنوان «چهره‌های ماندگار» برای جوایز یک‌عمر دستاورد در ادبیات و عکاسی نیز به کار رفته است که در فصل چهارم آمد. جوایز پارسی همچنین هر سال از درگذشتگانی که خدمات اجتماعی داشتند و از چهره‌های تأثیرگذار بودند تجلیل می‌کند؛ این بزرگداشت سالانه نیز با برنامهٔ چهره‌های ماندگار و با مدال‌گیرندگان جایزه جداست.

۷.۱۰ کار داوطلبانه، مشارکت محلی و پیوند فرامرزی

پروژه‌های اجتماعی و فرهنگی به نقش‌های متنوعی نیاز دارند: پژوهش، ترجمه، آموزش، ارتباط با نهادها، هماهنگی برنامه، مستندسازی، طراحی و پشتیبانی فنی. در چنین کاری مشارکت به سخنرانی یا حضور در برابر دوربین محدود نیست و نقش‌های کوچک‌تر و غیرمستقیم نیز ممکن است برای پیشبرد پروژه ضروری باشند. مواد مرجع بر این نکته تأکید دارند که افراد با انگیزه‌ها و میزان زمان متفاوت وارد همکاری می‌شوند: برخی پیوسته‌تر کار می‌کنند و برخی فقط در یک مرحله یا برای وظیفه‌ای محدود. تقسیم کار متناسب با این ظرفیت‌ها امکان مشارکت افراد بیشتری را فراهم می‌کند، به شرط آنکه مسئولیت و انتظارات از ابتدا روشن باشد. همکاری در پروژهٔ واقعی فرصت

یادگیری عملی، آشنایی با همکاران و شناخت شبکه‌های حرفه‌ای است، اما این امکان را نباید به تضمین شغل، درآمد یا اعتبار قطعی تبدیل کرد؛ ارزش مشارکت به وظیفهٔ انجام‌شده، کیفیت همکاری و توافق‌های مشخص وابسته است. در تیم سالم، داوطلبان فقط نیروی اجرا نیستند: تجربه و پیشنهادهایشان به بهبود برنامه کمک می‌کند، به شرط آنکه فضای شنیدن نظرها وجود داشته باشد و نقش‌های تصمیم‌گیری و اجرا با هم خلط نشوند.

پروژه‌های اجتماعی به شبکه‌ای از ایرانیان و فارسی‌زبانان در نقاط مختلف جهان مربوط می‌شوند. اجرای برنامه در هر محل به شناخت شرایط همان جامعه نیاز دارد: زبان، نهادهای موجود، دسترسی به خدمات و نوع نیاز گروه هدف از منطقه‌ای به منطقهٔ دیگر فرق می‌کند، پس فعالیت فرامرزی به معنای اجرای نسخه‌ای یکسان در همه‌جا نیست. گروه محلی می‌تواند نیاز یا ظرفیت جامعهٔ خود را معرفی کند و ارتباط با شبکهٔ گسترده‌تر امکان یافتن همکار، متخصص یا سازمان مرتبط را فراهم می‌آورد؛ هماهنگی مرکزی به حفظ هدف و هویت پروژه کمک می‌کند و شیوهٔ اجرا با شرایط محل سازگار می‌شود. هر مشارکت محلی باید بر اساس نقش‌ها و توافق‌های خودش توصیف شود، چون وجود ارتباط آنلاین به‌تنهایی ثابت نمی‌کند که همکاری عملی در هر منطقه شکل گرفته است. اتصال فعالیت‌های محلی NGOها به شبکه‌ای گسترده‌تر و پیوند برخی فعالیت‌های اجتماعی با برنامه‌های فرهنگی بزرگ‌تر در مواد مرجع به‌عنوان مسیر توسعه مطرح شده است؛ جزئیات جشنوارهٔ بین‌المللی ایران در فصل پنجم آمد.

۷.۱۱ اخلاق، کرامت و سنجش اثر اجتماعی

کار با گروه‌هایی مانند کودکان، سالمندان یا زنانی که در شرایط دشوار زندگی می‌کنند مستلزم توجه به کرامت و حق انتخاب آنان است. زبان معرفی نباید افراد را به مشکل یا برچسبی تقلیل دهد و انتشار تصویر یا تجربهٔ شخصی باید با رضایت و آگاهی همراه باشد. پروژه‌ای که ناخواسته باعث انگ‌زنی یا افشای اطلاعات خصوصی شود ممکن است به کسانی آسیب بزند که قصد کمک به آن‌ها را داشته است. برای تولید محتوا از فعالیت‌های اجتماعی نیز هدف انتشار، مخاطب و مدت نگهداری مواد باید روشن باشد؛ رضایت برای گفت‌وگو یا حضور در برنامه با رضایت برای انتشار دائمی در همهٔ بسترها یکسان نیست، و این اصل دربارهٔ افراد کم‌سن، سالمندان نیازمند حمایت و کسانی که در وضعیت آسیب‌پذیر قرار دارند اهمیت بیشتری دارد. اعتماد به وضوح نقش‌ها هم وابسته است: سازمان مردم‌نهاد، برگزارکننده، داوطلب و حامی باید بدانند هرکدام چه مسئولیتی دارند و اطلاعاتی که دربارهٔ نیازها یا گروه هدف به اشتراک می‌گذارند چگونه استفاده خواهد شد.

در مواد موجود برای همهٔ پروژه‌های اجتماعی یک الگوی سنجش اثر یکسان ارائه نشده است، پس برای مجموعه شاخص‌ها یا نتایج عددی مشخصی ادعا نمی‌شود که سندی برایشان در دست نیست. با این حال برای روایت دقیق هر برنامه می‌توان میان منابع مصرف‌شده، فعالیت انجام‌شده، محصول مستقیم و تغییری که در گروه هدف انتظار می‌رود فرق گذاشت. برگزاری یک دورهٔ آموزشی شمار شرکت‌کنندگان و جلسات را نشان می‌دهد، اما به‌تنهایی ثابت نمی‌کند مهارت یا وضعیت اقتصادی آنان در بلندمدت تغییر کرده است؛ معرفی یک سازمان در پلتفرم هم ثبت‌شدن اطلاعات را نشان می‌دهد، نه اینکه خدمات آن حتماً به افراد بیشتری رسیده باشد. هر نتیجه باید به اندازهٔ داده‌های موجود بیان شود. گزارش مناسب موضوع، محل، بازهٔ زمانی، گروه مخاطب، همکاران،

فعالیت‌ها و خروجی‌های قابل مشاهده را ثبت می‌کند؛ اگر بازخورد شرکت‌کنندگان جمع‌آوری شده، روش و دامنهٔ آن نیز باید روشن باشد، و در پروژه‌های چندمرحله‌ای ثبت تغییرها در طول زمان تصویری دقیق‌تر از اثر برنامه می‌دهد. تفکیک هدف از نتیجه کم‌ارزش‌شدن هدف‌ها نیست؛ امکان می‌دهد دستاورد واقعی از امید یا برنامهٔ آینده جدا بماند.

۷.۱۲ پیوند جایزه و پروژه؛ مسیرهای توسعه

جایزهٔ اجتماعی و پروژه‌های جامعه‌محور مکمل یکدیگرند. جایزه فعالیت‌ها را شناسایی و معرفی می‌کند و پروژه‌ها می‌توانند آموزش، همکاری، تولید محتوا یا ارتباط میان گروه‌ها را پیش ببرند. نامزد می‌تواند با فعالیتی معرفی شود که زمینهٔ آن در یک پروژهٔ اجتماعی قابل فهم‌تر است، اما نامزدی جای گزارش اجرای پروژه را نمی‌گیرد. این پیوند در انتقال تجربه نیز مؤثر است، چون معرفی فرد یا سازمانی که در حوزه‌ای کار کرده است دیگران را با روش‌ها، چالش‌ها و فرصت‌های همان حوزه آشنا می‌کند؛ با این حال تجربهٔ یک فرد نسخه‌ای واحد برای همهٔ جوامع نیست. دسته‌های جایزه نیز از پروژه‌های اجرایی جدا می‌مانند: طبقه‌بندی‌های جایزهٔ چهره‌های تأثیرگذار دسته‌بندی موضوعی فعالیت‌هاست و خودبه‌خود برنامهٔ آموزشی یا حمایتی ایجاد نمی‌کند. اگر مجموعه در یک حوزه هم جایزه و هم پروژه داشته باشد، هر دو باید با نام و کارکرد درست معرفی شوند.

در مواد مرجع چند مسیر توسعه برای کار اجتماعی مطرح شده است: گسترش شبکهٔ آنلاین سازمان‌های مردم‌نهاد، پیوند فعالیت‌های محلی با مخاطبان فرامرزی، برگزاری کارگاه و نشست، تقویت آموزش و ایجاد همکاری میان نهادهای تخصصی. این‌ها مسیرهای برنامه‌ریزی‌شده یا مدل همکاری‌اند و شواهد اجرای کامل در همهٔ حوزه‌ها نیستند. ارتباط با دانشگاه‌ها به دسترسی به

دانش و ارزیابی تخصصی کمک می‌کند، همکاری با خیریه‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد شناخت گروه هدف را افزایش می‌دهد و ارتباط با رسانه‌ها امکان معرفی فعالیت‌ها را فراهم می‌کند؛ هرکدام به هدف، نقش و توافق مشخص نیاز دارد و صرف نام‌بردن از یک نوع نهاد به معنای مشارکت رسمی آن نهاد نیست. اگر شبکهٔ اجتماعی گسترده‌تر شود، ثبت تجربه‌ها و آموخته‌ها اهمیت بیشتری می‌یابد: پروژه‌ای در یک شهر می‌تواند برای پروژه‌ای مشابه در شهر دیگر اطلاعات فراهم کند، اما تجربه باید با زمینهٔ محلی خوانده شود و نسخهٔ آمادهٔ همه‌جا نباشد. ترکیب یادگیری مشترک و سازگاری محلی مسیر توسعه را از تکرار مکانیکی برنامه‌ها دور نگه می‌دارد.

۷.۱۳ جمع‌بندی فصل

جایزهٔ چهره‌های تأثیرگذار پارسی/فعالان اجتماعی و پروژه‌های جامعه‌محور دو مسیر متمایز برای کار در حوزهٔ اجتماعی‌اند. جایزه به معرفی فعالیت افراد و نهادها می‌پردازد؛ پروژه‌ها بر آموزش، توانمندسازی، پیوند سازمان‌های مردم‌نهاد، حمایت از سالمندان و کودکان و تولید برنامه‌های اجتماعی تمرکز دارند. دسته‌بندی‌های این جایزه طبقه‌بندی‌های درون یک جایزه‌اند و نباید با شمار کل جوایز اشتباه گرفته شوند.

در میان نمونه‌های گزارش‌شده، پنج برنامهٔ «چهره‌های ماندگار» برای پنج نفر برگزار شده است. در کنار این اجرای گزارش‌شده، توانمندسازی زنان، همکاری فرامرزی با NGOها، آموزش و پیوند بین‌نسلی برای سالمندان در مواد مرجع به‌عنوان برنامه‌ها و مسیرهای کاری توصیف می‌شوند، و وضعیت هر فعالیت را باید با گزارش و شواهد همان برنامه سنجید. فصل حاضر بر تمایز میان شناسایی، اجرا و توسعه تأکید دارد: جایزه نتیجهٔ فرایند معرفی و داوری است؛ پروژهٔ اجتماعی فعالیتی با گروه مخاطب و هدف مشخص است؛ و چشم‌انداز

توسعه برنامه‌ای برای آینده است. این تفکیک کمک می‌کند روایت هم از دستاوردهای گزارش‌شده قدردانی کند و هم وعده‌ها یا طرح‌ها را به‌جای نتایج قطعی ننشاند.

فصل هشتم: پلتفرم دیجیتال، رسانه، دانشنامه و نشر

۸.۱ پلتفرم دیجیتال: نمای کلی و مسیرهای دسترسی

پلتفرم دیجیتال جوایز پارسی برای گردآوری و عرضهٔ اطلاعات، آثار، محتوای رسانه‌ای، رویدادها و پروژه‌ها طراحی شده است. صفحه‌های معرفی افراد و نهادها، دانشنامه، پایگاه‌های موضوعی، آرشیو چندرسانه‌ای، نشر دیجیتال، آموزش آنلاین، فروشگاه، بازار هنر، Booking، Licensing، رویدادها و Project در این ساختار جای دارند، و Persian ID و صفحه‌های کسب‌وکار نیز به حساب‌های کاربری و معرفی فعالیت‌ها مربوط می‌شوند. وب‌سایت مسیر دسترسی به این بخش‌ها را فراهم می‌کند: مخاطب می‌تواند موضوع یا حوزه‌ای

را دنبال کند و به صفحه‌های مرتبط با افراد، آثار یا فعالیت‌ها برسد. صفحهٔ یک هنرمند می‌تواند به آثار و برنامه‌های او پیوند داشته باشد و صفحهٔ یک اثر اطلاعات مربوط به سازندگان، محل عرضه یا محتوای همراهش را نمایش دهد.

صفحه‌های سایت به موضوع‌های متفاوتی اختصاص دارند. صفحهٔ جایزه عنوان‌ها و بخش‌های مربوط را نشان می‌دهد؛ صفحهٔ پروژه حوزه‌های کاری و خدمات را معرفی می‌کند؛ صفحهٔ رویداد به یک برنامهٔ مشخص می‌پردازد؛ و صفحهٔ فرد یا نهاد اطلاعات و فعالیت‌های مرتبط را در یک محل گرد می‌آورد. برخی صفحه‌ها اطلاعات معرفی را دربرمی‌گیرند و برخی به بخش‌هایی مانند خرید، رزرو یا مشارکت در پروژه پیوند دارند. بخش‌های مختلف سایت دامنه‌های متفاوتی دارند: بعضی به معرفی و نگهداری اطلاعات می‌پردازند، بعضی محتوا عرضه می‌کنند و برخی برای ارائهٔ اثر یا خدمت در نظر گرفته شده‌اند؛ فروش، رزرو، مجوز استفاده و مشارکت در پروژه هرکدام در بخش دیجیتال جداگانه‌ای ارائه می‌شوند.

نسخه‌های فارسی و انگلیسی در طراحی پلتفرم پیش‌بینی شده‌اند و افزودن زبان‌های دیگر نیز در ساختار آن مطرح است.

۸.۲ پیوند میان اطلاعات و پایگاه داده

پلتفرم با چند نوع داده سروکار دارد: اطلاعات افراد و نهادها، مشخصات آثار، محتوای رسانه‌ای، رویدادها، محصولات و پروژه‌ها. صفحه‌های مرتبط این اطلاعات را به هم پیوند می‌دهند. صفحهٔ یک فیلم می‌تواند نام عوامل، سال تولید، زبان، خلاصه و اطلاعات نمایش را دربر گیرد و به صفحهٔ کارگردان و دیگر

عوامل متصل شود. در بخش نشر، معرفی کتاب می‌تواند نام نویسنده، ناشر، موضوع و مسیر دسترسی را داشته باشد، و در آرشیو رسانه‌ای محتوا بر پایهٔ عنوان برنامه، موضوع، نام شرکت‌کنندگان و زمان انتشار دسته‌بندی می‌شود.

پایگاه‌های دادهٔ پلتفرم برای گردآوری و دسته‌بندی اطلاعات افراد، آثار، کسب‌وکارها و برنامه‌ها طراحی شده‌اند. اطلاعات می‌تواند بر پایهٔ نام، حوزهٔ فعالیت، موضوع یا نوع اثر در صفحه‌های مرتبط قرار گیرد؛ پایگاه تخصصی فیلم برای نمونه داده‌های فیلم‌ها را در کنار اطلاعات عوامل و سازندگان گرد می‌آورد. هر مدخل می‌تواند به دستهٔ موضوعی و صفحه‌های مرتبط خود متصل باشد: اطلاعات یک کسب‌وکار در دایرکتوری موضوعی و در صفحهٔ معرفی آن جای می‌گیرد و مشخصات یک کتاب هم در فهرست نشر و هم در پروفایل نویسنده نمایش داده می‌شود. مخاطب از جست‌وجوی یک نام یا موضوع به مدخل‌های مربوط می‌رسد، از مدخل یک اثر به پدیدآورنده و از صفحهٔ فرد به آثار یا فعالیت‌های ثبت‌شدهٔ او. همین ساختار امکان می‌دهد اطلاعات یک حوزه در بیش از یک قالب عرضه شود: در پایگاه دیجیتال، صفحهٔ پروفایل، مجله یا سالنامهٔ چاپی و محتوای همراه یک رویداد.

۸.۳ پروفایل حرفه‌ای و Persian ID

پروفایل شخصی برای معرفی افراد فعال در حوزه‌های گوناگون در نظر گرفته شده است. صفحه می‌تواند زندگی‌نامه، تحصیلات، سوابق کاری، فعالیت‌ها، آثار، کتاب‌ها، سخنرانی‌ها و دستاوردهای صاحب پروفایل را گرد آورد، و امکان به‌روزرسانی آن پیش‌بینی شده است تا اطلاعات حرفه‌ای فرد در طول زمان تکمیل شود. این ساختار برای هنرمندان، پژوهشگران، کارآفرینان، فعالان اجتماعی و متخصصان قابل استفاده است، و صفحهٔ شرکت‌ها، کسب‌وکارها و

سازمان‌ها نیز می‌تواند اطلاعات متناسب با همان نهاد را نشان دهد. پروفایل به زندگی‌نامهٔ فردی محدود نیست و معرفی فعالیت‌های حرفه‌ای و سازمانی را هم دربرمی‌گیرد.

پروفایل می‌تواند با دیگر بخش‌های سایت ارتباط داشته باشد: آثار عرضه‌شده در فروشگاه یا بازار هنر، مجوزهای استفاده، پروژه‌ها و فعالیت‌های رسانه‌ای فرد در کنار اطلاعات حرفه‌ای او قرار می‌گیرند و مخاطب از صفحهٔ یک اثر به پدیدآورنده و از صفحهٔ پدیدآورنده به آثار مرتبط می‌رسد. اطلاعات پروفایل همچنین با معرفی نامزدهای جوایز مرتبط است: صفحهٔ فرد می‌تواند فعالیت‌ها و سوابق او را برای مخاطبان و اعضای آکادمی در دسترس بگذارد. پروفایل افراد زنده و صفحه‌های مربوط به چهره‌های درگذشته دو شکل جداگانه از معرفی افراد در پلتفرم‌اند.

Persian ID در ساختار دیجیتال شناسهٔ اعضا معرفی شده است و با صفحهٔ کاربری و دسترسی به برخی خدمات پلتفرم ارتباط دارد. طرح آن تخفیف‌ها و امتیازهایی را هم دربر می‌گیرد که در ارتباط با خرید یا استفاده از خدمات ثبت می‌شوند؛ سامانهٔ امتیازدهی می‌تواند امتیازهای به‌دست‌آمده، روش مصرف آن‌ها و خدمات مرتبط را در حساب عضو نشان دهد، و کارت یا شناسهٔ دیجیتال برای معرفی عضویت و ارتباط با بخش‌های مختلف سایت در نظر گرفته شده است. این شناسه از پروفایل حرفه‌ای فرد جداست: پروفایل سوابق و فعالیت‌ها را معرفی می‌کند و Persian ID برای شناسایی حساب عضو در سامانه به کار می‌رود.

۸.۴ دانشنامه و پروژهٔ خاک

دانشنامهٔ پارسی برای گردآوری زندگی‌نامه و آثار چهره‌های ایرانی در حوزه‌های هنری، علمی و فرهنگی در نظر گرفته شده است. صفحه‌های آن می‌توانند اطلاعات زندگی فرد، فعالیت‌ها و آثار مرتبط را دربر گیرند، و زبان فارسی و انگلیسی برای ارائهٔ آن پیش‌بینی شده و زبان‌های دیگر نیز در برنامهٔ چندزبانهٔ پلتفرم جای دارند. چهره‌های درگذشته و افراد زنده در دانشنامه به دو شکل معرفی می‌شوند: صفحهٔ درگذشتگان قالبی دانشنامه‌ای دارد و امکان مشارکت در افزودن اطلاعات برای آن‌ها در نظر گرفته شده است؛ پروفایل افراد زنده صفحه‌ای برای معرفی سوابق و آثارشان است که خود افراد می‌توانند آن را به‌روزرسانی کنند. دانشنامهٔ عمومی زندگی و آثار افراد را معرفی می‌کند و پایگاه موضوعی، مانند Persian Film Database، اطلاعات آثار یک رشته را سامان می‌دهد. این صفحه‌ها در کنار هم امکان می‌دهند یک نام یا اثر از چند مسیر پیدا شود: جست‌وجو بر پایهٔ نام فرد، عنوان اثر، رشته یا موضوع.

پروژهٔ دانشنامهٔ «خاک» (یا «میهن»؛ در انگلیسی Homeland) به معرفی تنوع فرهنگی ایران از راه محتوای نوشتاری و تصویری می‌پردازد. موضوع‌های آن اقوام، زبان‌ها و گویش‌ها، ادبیات، آداب‌ورسوم، پوشاک، خوراک، موسیقی، رقص و دیگر جلوه‌های فرهنگ مناطق مختلف است. محتوای این دانشنامه می‌تواند از مقاله، عکس، فیلم، فایل صوتی و روایت‌های شفاهی تشکیل شود و هر مدخل به موضوعی فرهنگی یا منطقه‌ای اختصاص دارد و اطلاعات مربوط به زبان، جغرافیا و شیوه‌های زندگی را دربرمی‌گیرد. ترکیب متن و رسانه‌های تصویری و شنیداری شکل‌های گوناگون معرفی یک فرهنگ را کنار هم می‌گذارد؛ زبان‌ها و گویش‌ها در کنار ادبیات، موسیقی و سنت‌های محلی معرفی می‌شوند و صفحه‌های خوراک، پوشاک یا آیین‌ها تصویر، شرح و روایت‌های مرتبط را گرد

می‌آورند. مستندسازی یکی از اجزای این پروژه است؛ «شهر من»، «خانهٔ من»، «زادگاه من» و «ایران من» نام برنامه‌هایی‌اند که برای آن به کار می‌روند، و جشنوارهٔ بین‌المللی ایران نیز گامی در همین راستاست.

دانشنامه به‌مثابه زیرساخت زنده

نگاه مجموعه به دانشنامه فقط انتشار یک کتاب یا مجموعه‌ای از مطالب نیست؛ دانشنامه می‌تواند زیرساختی زنده برای گردآوری، تکمیل، اصلاح و به‌اشتراک‌گذاری دانش باشد. افراد بسیاری در نقاط مختلف جهان دانش، تجربه، سند یا تصویری ارزشمند دارند که حتی خود مجموعه از وجودش بی‌خبر است، و بستری برای در اختیار گذاشتن آن‌ها نداشته‌اند. وقتی دانشنامه و بستری مشترک ایجاد شود، افراد می‌توانند دانسته‌های خود را به آن بیفزایند. محتوا یک‌بار نوشته نمی‌شود و ثابت نمی‌ماند؛ هر مطلب آغاز چرخه‌ای دائمی است: محتوای اولیه، افزودن اطلاعات تازه، بررسی و اظهار نظر، اصلاح و اعتبارسنجی، تکمیل، انتشار و به‌روزرسانی، و ورود اطلاعات جدید.

برای نمونه، پژوهشگری مطلبی منتشر می‌کند، متخصصی دیگر منبعی تازه می‌افزاید، فردی محلی اطلاعاتی کمتر شناخته‌شده را اضافه می‌کند، دانشجویی سند یا پژوهشی می‌یابد و متخصصی نکته‌ای را اصلاح می‌کند. اگر بخشی از اطلاعات اشتباه یا ناقص باشد، با منابع و شواهد معتبر بررسی و اصلاح می‌شود. این مدل در حوزه‌های مختلف قابل تکرار است و دانشجو، استاد، پژوهشگر، متخصص، نویسنده و حتی فردی با تجربهٔ عملی و محلی را در پروژه‌ای مشترک کنار هم می‌آورد؛ دانشجو برای نخستین‌بار وارد کاری پژوهشی می‌شود و متخصص دانش خود را در اختیار دیگران می‌گذارد.

در کنار دانشنامه‌های تخصصی، پروژه‌ای مهم می‌تواند «دانشنامهٔ ایران» باشد: مجموعه‌ای گسترده دربارهٔ تاریخ، فرهنگ، زبان‌ها و گویش‌ها، ادبیات، هنر، علوم، جغرافیا، شخصیت‌ها و دستاوردهای ایران و حوزهٔ تاریخی و فرهنگی ایران بزرگ. تفاوت امروز با گذشته این است که فناوری امکان انجام این کار را در مقیاسی بسیار بزرگ‌تر فراهم کرده است؛ متن، تصویر، سند، منابع پژوهشی و محتوای چندرسانه‌ای را می‌توان در یک بستر دیجیتال گرد آورد و امکان مشارکت و به‌روزرسانی مداوم را فراهم کرد. در چنین مدلی دانشنامه محصولی تمام‌شده نیست، پروژه‌ای زنده است، و ارزش اصلی آن در ایجاد حافظه و سرمایهٔ دانشی مشترک است که همه در شکل‌گیری‌اش سهم دارند و برای نسل‌های آینده می‌ماند.

۸.۵ صفحه‌های کسب‌وکار و دایرکتوری دیجیتال

شرکت‌ها، مشاغل و نهادها نیز می‌توانند صفحهٔ معرفی داشته باشند. این صفحه اطلاعات مربوط به حوزهٔ فعالیت، خدمات، محصولات و راه‌های تماس را کنار هم می‌گذارد و می‌تواند به محصولات فروشگاه، پروژه‌ها یا محتوای رسانه‌ای مرتبط شود. دایرکتوری دیجیتال اطلاعات افراد و کسب‌وکارها را بر پایهٔ حوزهٔ فعالیت دسته‌بندی می‌کند: فهرست‌های موضوعی مانند هنر، نشر، خوراک، مد، زیبایی، املاک، خودرو یا استارتاپ صفحه‌های مرتبط را در یک مسیر جست‌وجو گرد می‌آورند. نشریه‌ها و سالنامه‌های تخصصی با همین حوزه‌ها ارتباط دارند و نسخهٔ دیجیتال آن‌ها می‌تواند به صفحه‌های اشخاص، شرکت‌ها و محصولات پیوند بخورد. یک مؤسسه یا کسب‌وکار نام، حوزهٔ فعالیت، خدمات و راه‌های تماس خود را معرفی می‌کند و از دایرکتوری می‌توان به محصولات، پروژه‌ها، برنامه‌ها یا مطالب مرتبط رسید.

۸.۶ رسانهٔ آنلاین و آرشیو چندرسانه‌ای

ساختار رسانه‌ای جوایز پارسی بر وب‌سایت و بسترهای آنلاین استوار است. بخش رسانه‌ای ویدئوها و برنامه‌هایی مانند مصاحبه، میزگرد، سمینار، سخنرانی، گفت‌وگوی تخصصی، مستند و محتوای آموزشی را دربرمی‌گیرد. ویدئوهای بلند برای گفت‌وگوها و مستندها، کلیپ‌های کوتاه برای معرفی موضوع‌ها و برنامه‌ها، و فایل‌های صوتی برای محتوای شنیداری به کار می‌روند، و متن معرفی، عنوان برنامه و اطلاعات شرکت‌کنندگان همراه محتوا درج می‌شود. این چارچوب بر ایجاد یک شبکهٔ تلویزیونی مستقل متمرکز نیست؛ محتوای تصویری از راه وب‌سایت و بسترهای آنلاین منتشر می‌شود.

محتوای ضبط‌شده می‌تواند در وب‌سایت نگهداری و بر پایهٔ موضوع، نام شرکت‌کنندگان، تاریخ و قالب برنامه دسته‌بندی شود. صفحهٔ هر برنامه عنوان، معرفی موضوع، نام شرکت‌کنندگان و نسخهٔ تصویری یا صوتی را کنار هم نمایش می‌دهد؛ گفت‌وگویی دربارهٔ یک رشتهٔ تخصصی به موضوع برنامه و افراد حاضر در آن پیوند می‌خورد و محتوای آموزشی بر اساس عنوان و زمینهٔ خود در بخش مربوط قرار می‌گیرد. برنامه‌های ضبط‌شده می‌توانند برای استفادهٔ آنلاین در آرشیو بمانند و پس از زمان انتشار اولیه نیز در دسترس باشند؛ نسخه‌های متنی، زیرنویس و ترجمه نیز از قالب‌های همراه محتوا هستند. انتشار آنلاین محتوای ضبط‌شده را در کنار برنامه‌های زنده و اطلاع‌رسانی دربارهٔ رویدادها قرار می‌دهد.

محتوای تولیدشده برای پلتفرم می‌تواند در رسانه‌های تصویری و مکتوب دیگر نیز عرضه شود. گفت‌وگو، گزارش، مستند یا برنامهٔ تخصصی ممکن است در وب‌سایت مجموعه نگهداری شود و نسخه‌ای از آن برای انتشار در رسانه‌ای دیگر آماده شود؛ رسانهٔ منتشرکننده و بستر اصلی تولید محتوا دو نقش جداگانه

دارند. یک گفت‌وگوی تصویری می‌تواند به نسخهٔ کوتاه، متن یا گزارش موضوعی تبدیل شود و برنامه‌ای بلند به چند بخش تقسیم شود که هرکدام عنوان و موضوع خود را دارند.

۸.۷ نشر، مجله‌ها و سالنامه‌های تخصصی

نشر در ساختار دیجیتال مجموعه شامل کتاب، مجله، سالنامه و محتوای الکترونیکی است. مجله‌ها و سالنامه‌های موضوعی برای حوزه‌هایی چون املاک، خودرو، استارتاپ، زیبایی، غذا و مد در نظر گرفته شده‌اند و می‌توانند اطلاعات فعالان و کسب‌وکارهای هر حوزه را در کنار مقاله‌ها، گفت‌وگوها و مطالب تخصصی عرضه کنند. مجله با مقاله، مصاحبه و معرفی‌های تخصصی، و سالنامه با مدخل‌های اطلاعاتی و فهرست‌های حوزه‌محور، دو قالب مکمل‌اند: سالنامهٔ هر حوزه نام اشخاص و نهادها، زمینهٔ فعالیت، خدمات و اطلاعات تماس را در قالبی موضوعی و برای یک دورهٔ انتشار گرد می‌آورد. نسخهٔ دیجیتال می‌تواند محتوای مشترکی با نسخهٔ چاپی داشته باشد و به صفحه‌های افراد، شرکت‌ها، کتاب‌ها و محصولات معرفی‌شده پیوند بخورد، و نسخهٔ چاپی در رویدادها و محیط‌های حرفه‌ای توزیع شود.

کتاب‌ها و مجله‌ها در قالب چاپی و دیجیتال در نقشهٔ نشر جای دارند. نسخهٔ دیجیتال می‌تواند صفحهٔ معرفی اثر، اطلاعات نویسنده و ناشر و پیوند به دیگر آثار همان حوزه را دربر بگیرد، و مجلهٔ الکترونیکی و سالنامهٔ تخصصی در کنار نسخه‌های چاپی در فهرست قالب‌های نشر قرار می‌گیرند. ترجمهٔ کتاب‌ها و محتوای فرهنگی به زبان‌های دیگر نیز بخشی از طرح نشر است و نویسنده، مترجم، طراح و دیگر همکاران تولید می‌توانند در شکل‌گیری نسخه‌های زبانی مختلف مشارکت کنند؛ اطلاعات نسخه‌ها در صفحهٔ کتاب یا نشریه کنار هم می‌آید.

در نقشهٔ توسعهٔ نشر، کتاب‌ها، مجله‌ها و محتوای تخصصی با کنفرانس‌ها، کاتالوگ‌ها و بازارهای موضوعی ارتباط پیدا می‌کنند: اثر منتشرشده می‌تواند در برنامه‌ای مرتبط معرفی شود و اطلاعات آن در کاتالوگ رویداد قرار گیرد، و بازار فیلم و بازار هنر نیز با معرفی و عرضهٔ آثار فرهنگی و خلاقانه پیوند دارند. دانشگاه‌ها و انجمن‌های تخصصی نیز با فعالیت‌های نشر و تولید دانش ارتباط می‌یابند و استادان و متخصصان می‌توانند در تدوین مطالب یا معرفی حوزه‌های علمی و فرهنگی مشارکت کنند.

۸.۸ دسترسی چندزبانه

نسخه‌های فارسی و انگلیسی در ساختار پلتفرم در نظر گرفته شده‌اند و زبان‌های دیگر نیز در مسیر توسعهٔ آن جای دارند. محتوای چندزبانه می‌تواند صفحه‌های معرفی افراد، آثار، رویدادها، پروژه‌ها و خدمات را دربر بگیرد، و عنوان‌ها و شرح‌های هر صفحه در زبان‌های گوناگون به مخاطبان متفاوت عرضه می‌شود. ترجمه در پلتفرم به معرفی آثار و محتوای فرهنگی برای مخاطبان غیرفارسی‌زبان پیوند دارد: زندگی‌نامه، توضیح یک اثر، معرفی یک آیین یا برنامهٔ آموزشی می‌تواند با متن ترجمه‌شده یا زیرنویس همراه شود، و در مدخل‌های فرهنگی نام زبان‌ها، گویش‌ها و اصطلاحات محلی در کنار شرح فارسی و ترجمهٔ آن‌ها می‌آید. در بخش Licensing، اطلاعات اثر و مجوز استفاده از آن می‌تواند در زبان‌های مختلف ارائه شود تا شرایط مجوز برای صاحبان آثار و متقاضیان در بازارهای گوناگون روشن باشد.

۸.۹ فروشگاه و معرفی محصولات

فروشگاه آنلاین برای معرفی و عرضهٔ محصولات فرهنگی، هنری و صنایع‌دستی در نظر گرفته شده است. نویسندگان، هنرمندان و تولیدکنندگان می‌توانند آثار خود را در صفحهٔ فروشگاه عرضه کنند، و این بخش امکان معرفی فروشگاه‌های شخصی و پیوند به محل خرید محصولات را نیز دربر می‌گیرد. محصولات می‌توانند کالای فیزیکی، کتاب، اثر هنری یا محتوای دیجیتال باشند؛ صفحهٔ هر محصول به معرفی آن و ارائهٔ اطلاعات خرید اختصاص دارد و در مواردی که خرید از فروشگاه بیرونی انجام می‌شود، پیوند خرید از صفحهٔ معرفی محصول در دسترس است. در طرح فروشگاه امکان نمایش بخشی از کالاها و خدمات در وب‌سایت‌ها یا وبلاگ‌های همکار نیز پیش‌بینی شده است: ارتباط فنی از راه API می‌تواند فهرست محصولات را در صفحه‌ای بیرونی نشان دهد و پیوند خرید را به فروشگاه اصلی متصل کند. فروشگاه در کنار بازار هنر و Licensing قرار دارد؛ فروشگاه محصولات فرهنگی و هنری را معرفی می‌کند، بازار هنر به عرضهٔ آثار تجسمی می‌پردازد و Licensing به مجوز استفاده از آثار مربوط است.

۸.۱۰ بازار هنر، Licensing و معرفی آثار

Art Market برای عرضهٔ آثار تجسمی در فضای آنلاین طراحی شده است. آثار می‌توانند به‌صورت فروش موردی یا از راه حراج آنلاین ارائه شوند و صفحهٔ اثر معرفی و تصویر آن را در کنار اطلاعات عرضه نشان می‌دهد. این بخش میان نمایش اثر، فروش اصل آن و مجوز استفاده از تصویر یا بخشی از آن تمایز می‌گذارد: فروش یک اثر فیزیکی انتقال همان شیء به خریدار است و مجوز استفاده به کاربرد مشخصی از اثر، مانند بازتولید یا نمایش آن، مربوط می‌شود.

Licensing برای معرفی آثار فرهنگی و تعیین شرایط استفاده از آن‌ها در نظر گرفته شده است. داستان، شعر، فیلمنامه، فیلم، نقاشی و دیگر آثار هنری می‌توانند در این بخش معرفی شوند و صفحهٔ هر اثر اطلاعات پدیدآورنده و نوع مجوز را دربر می‌گیرد. مجوزها بر پایهٔ نوع استفاده تعریف می‌شوند: استفاده می‌تواند یک‌باره یا بلندمدت باشد، بخشی از اثر یا همهٔ آن را دربر بگیرد و در فیلم، تولیدات انتشاراتی، تبلیغات یا رسانه‌های دیگر به کار رود، و هرکدام چارچوب جداگانه‌ای دارد. این بخش عرضهٔ آثار را به مخاطبان ایرانی و غیرفارسی‌زبان پیوند می‌دهد: شرح اثر و شرایط استفاده می‌تواند در زبان‌های مختلف در دسترس باشد و صفحهٔ آن به پروفایل هنرمند و دیگر آثار او متصل شود، تا معرفی صاحب اثر و ارائهٔ مجوز در یک مسیر دیجیتال کنار هم باشند.

سامانهٔ معرفی آثار برای ارائهٔ آثار فرهنگی و هنری در قالب‌های تصویری و نوشتاری در نظر گرفته شده است. هنرمند می‌تواند روبه‌دوربین دربارهٔ اثر خود توضیح دهد، بخشی از آن را نمایش دهد و از پیشینه و مراحل شکل‌گیری آن بگوید؛ این قالب برای معرفی کتاب، خوشنویسی، نقاشی و دیگر آثار هنری به کار می‌رود. رونمایی از اثر می‌تواند حضوری یا آنلاین باشد: فرش قرمز و برنامه‌های مرتبط با همایش‌ها از قالب‌های معرفی‌اند و هنرمندان یک حوزه می‌توانند آثارشان را در برنامه‌ای مرتبط با همان رشته رونمایی کنند، و نمایشگاه، فیزیکی یا آنلاین، قالب دیگری برای عرضهٔ آثار است. برای برخی آثار نمایش و فروش در یک برنامه کنار هم قرار می‌گیرند و در موارد دیگر برنامه به معرفی و نمایش اختصاص دارد؛ نمایشگاه‌های گروهی یا سفرهای نمایشگاهی هم در طرح معرفی آثار جای دارند.

رضایت هنرمند و حقوق اثر

در رویدادها و پروژه‌های حرفه‌ای، دریافت مجوز از هنرمندان برای استفاده از تصویر، اجرا یا اثر آنان در ارتباط با همان رویداد بخشی از استاندارد کاری است. در جوایز پارسی نیز استفاده از محتوای مربوط به هنرمندان بر پایهٔ توافق و اجازهٔ مشخص خود آنان انجام می‌شود. اگر قرار است بخشی از اجرا، تصویر یا اثر یک هنرمند در تبلیغات یک برنامه به کار رود، این موضوع در چارچوب توافق با او تعریف می‌شود، چه برای تبلیغ پیش از رویداد باشد، چه اطلاع‌رسانی حین برنامه، پوشش رسانه‌ای یا محتوای پس از آن. هنرمند باید بداند اثر یا اجرایش کجا و با چه هدفی به کار می‌رود، چه محتوایی از حضور او منتشر می‌شود و استفادهٔ تبلیغاتی در چه چارچوبی انجام می‌شود.

اگر همکاری شامل پرداخت، درآمدزایی، استفاده تجاری از اثر یا هر توافق مالی باشد، موضوع از مجوز ساده فراتر می‌رود و در قرارداد مستقل و مفصل تنظیم می‌شود که نوع استفاده، محل و شیوهٔ انتشار، مدت، حقوق طرفین، شرایط مالی و تصمیم‌گیری دربارهٔ درآمدهای احتمالی را مشخص می‌کند؛ هرچه همکاری گسترده‌تر و تجاری‌تر باشد، چارچوب توافق دقیق‌تر است. رویکرد مجموعه این است که تا حد امکان برای هنرمندان فرصت و حمایت ایجاد کند، و رابطه با هنرمند را صرفاً رابطهٔ «ارائه‌دهندهٔ محتوا و برگزارکننده» نمی‌بیند. این استانداردها برای محدودکردن هنرمندان نیست؛ برای حفاظت از او، احترام به حقوقش و ساختن فضایی حرفه‌ای‌تر و امن‌تر برای فعالیت هنری است.

۸.۱۱ رزرو هنرمندان، خدمات سفارشی و حساب امن «اطمینان»

Booking برای معرفی هنرمندان و هماهنگی رزرو آن‌ها در نظر گرفته شده است. خوانندگان، نوازندگان و دیگر هنرمندان می‌توانند نوع فعالیت، زمان‌های در دسترس و هزینهٔ پیشنهادی خود را در صفحهٔ مربوط معرفی کنند و متقاضی از همان مسیر با هنرمند یا نمایندهٔ او دربارهٔ برنامه ارتباط بگیرد. خدمات این بخش به اجرای حضوری محدود نیست؛ هنرمند می‌تواند برای مناسبت‌های مشخص فایل صوتی یا تصویری سفارشی تهیه کند یا شکل دیگری از اجرای هنری ارائه دهد، و نوع خدمت و زمان تحویل آن بر اساس درخواست متقاضی تعریف می‌شود.

حساب امن «اطمینان» برای نگهداری مبلغ معامله تا زمان انجام توافق معرفی شده است. در این مدل خریدار مبلغ را به حساب واسط می‌سپارد و پس از تحویل کالا یا خدمت، وجه طبق شرایط توافق‌شده به فروشنده منتقل می‌شود؛ هزینهٔ خدمات این سازوکار می‌تواند بر عهدهٔ خریدار، فروشنده یا هر دو طرف باشد. برای پروژه‌هایی که در چند مرحله انجام می‌شوند پرداخت مرحله‌ای نیز در نظر گرفته شده است: طرفین می‌توانند مبلغ را به چند بخش تقسیم کنند و پرداخت هر بخش را با یکی از مراحل کار مرتبط سازند، چنان‌که در طراحی یا توسعهٔ وب پرداخت‌ها پس از تکمیل مرحله‌های تعریف‌شده انجام شود. صفحهٔ توافق با اطلاعات کالا یا خدمت، مبلغ، زمان‌بندی و مراحل پرداخت پیوند دارد و پس از تحویل یا تکمیل مرحلهٔ مورد توافق، مبلغ همان مرحله به ارائه‌دهندهٔ خدمت منتقل می‌شود. این مسیر دیجیتال از معرفی خدمت و ثبت درخواست تا توافق بر سر جزئیات و پرداخت را در یک چارچوب قرار می‌دهد.

۸.۱۲ بخش Project: تأمین مالی و تیم‌سازی

بخش Project برای معرفی ایده‌ها و برنامه‌هایی در نظر گرفته شده است که اجرای آن‌ها به نیروی انسانی، تخصص یا منابع مالی نیاز دارد. صاحب پروژه موضوع کار و نیازهای آن را در صفحه معرفی می‌کند و افراد دارای مهارت‌های مرتبط می‌توانند به‌عنوان همکار، فریلنسر یا عضو تیم با پروژه ارتباط بگیرند. دو مسیر اصلی این بخش تأمین مالی جمعی و تیم‌سازی‌اند: صاحب پروژه می‌تواند نیاز مالی خود را معرفی کند و از افراد علاقه‌مند برای حمایت دعوت کند، و در مسیر تیم‌سازی نیازهای تخصصی مانند طراحی، مهندسی، نویسندگی، ترجمه یا تدوین مطرح می‌شوند و مشارکت‌کنندگان برای انجام بخش‌های گوناگون کار گرد هم می‌آیند.

تأمین منابع مالی شکل‌های متفاوتی دارد: هزینه می‌تواند از سوی صاحب پروژه فراهم شود؛ سرمایه‌گذار، اسپانسر یا حامی می‌تواند در پروژه مشارکت کند؛ یا اعضای تیم بر اساس توافق در هزینه و درآمد سهم داشته باشند. صفحهٔ Project این مسیرهای مشارکت را در کنار شرح هدف، مراحل اجرا و افراد موردنیاز قرار می‌دهد. پروژه ممکن است به یک شهر یا محل مشخص مربوط باشد یا همکارانی از مناطق گوناگون داشته باشد؛ در مدل فرامرزی، صاحب ایده، متخصصان و حامیان مالی می‌توانند از کشورهای مختلف در یک کار مشترک مشارکت کنند.

۸.۱۳ آموزش آنلاین و صفحهٔ رویداد

آموزش آنلاین در پلتفرم به شکل کلاس، سخنرانی، محتوای ضبط‌شده و برنامه‌های آموزشی مطرح شده است. استادان دانشگاه، آموزگاران و افراد دارای مهارت می‌توانند در تولید و ارائهٔ محتوا نقش داشته باشند و موضوع آموزشی،

نام مدرس و قالب برنامه در صفحهٔ مربوط می‌آید. محتواهای ضبط‌شده در سایت دسته‌بندی و نگهداری می‌شوند تا مخاطبان در زمان‌های مختلف به آن‌ها دسترسی داشته باشند؛ زبان، هنر، علوم و مهارت‌های حرفه‌ای در قالب دوره یا برنامهٔ آموزشی عرضه می‌شوند و دوره‌ها به صفحهٔ مدرس و دیگر محتواهای مرتبط پیوند دارند. در برنامهٔ آموزش همگانی و رایگان، آموزش زنان، کودکان و سالمندان از زمینه‌های مطرح‌شده است، و محتوا می‌تواند برای مخاطبان فارسی‌زبان تهیه شود و سپس به انگلیسی یا زبان محلی کشور محل زندگی مخاطب برگردانده شود؛ نسخهٔ ضبط‌شده، متن، زیرنویس و ترجمه در کنار برنامهٔ آموزشی قرار می‌گیرند.

بخش رویداد برای معرفی برنامه‌های علمی، فرهنگی و هنری در نظر گرفته شده است. برگزارکنندگان می‌توانند اطلاعات رویدادهایی مانند کنسرت، سمینار و برنامهٔ زنده را در سایت نمایش دهند و معرفی رویداد می‌تواند عنوان، موضوع، برگزارکننده و اطلاعات حضور یا تهیهٔ بلیت را شامل شود. فروش بلیت می‌تواند در همان مسیر آنلاین انجام شود یا صفحه به محل دیگری برای خرید پیوند بخورد؛ برنامه‌هایی که در شبکه‌های اجتماعی یا بسترهای دیگر پخش زنده دارند نیز می‌توانند از صفحهٔ رویداد برای معرفی استفاده کنند. به این ترتیب ثبت و عرضهٔ اطلاعات رویداد از محل برگزاری یا سامانهٔ فروش بلیت آن جداست. صفحهٔ رویداد پس از پایان برنامه نیز اطلاعات آن را نگه می‌دارد و به ویدئو، عکس یا گزارش مرتبط متصل می‌شود؛ رویدادهای پیش رو و محتوای برنامه‌های گذشته در دو قالب جداگانه در فضای دیجیتال قرار می‌گیرند.

۸.۱۴ جمع‌بندی فصل

پلتفرم دیجیتال جوایز پارسی بستری است برای معرفی افراد و نهادها، نگهداری اطلاعات و آثار، انتشار محتوای رسانه‌ای و آموزشی، عرضهٔ محصولات و خدمات و پیوند میان پروژه‌ها و همکاران. بخش‌های آن، از دانشنامه و پایگاه‌های تخصصی تا فروشگاه، بازار هنر، Project، Booking، Licensing و Persian ID، هرکدام کارکرد مشخص خود را دارند و با پیوند صفحه‌ها به هم متصل می‌شوند: اطلاعات یک فرد با آثار، برنامه‌های رسانه‌ای و پروژه‌های او، و محتوای آموزشی و کتاب‌ها با موضوع و پدیدآورندهٔ خود مرتبط‌اند.

این فصل ساختار و کارکرد بخش‌های پلتفرم را شرح داد. وضعیت هر خدمت باید بر پایهٔ همان بخش و زمان بررسی گزارش شود. فصل بعد به رویدادها، مشارکت و پایداری مالی می‌پردازد؛ یعنی به اینکه فعالیت‌هایی چون جوایز، جشنواره و پلتفرم چگونه اجرا و پشتیبانی می‌شوند.

فصل نهم: رویدادها، مشارکت و پایداری مالی

۹.۱ رویدادها: قالب‌ها، اجرا و شبکه‌سازی

رویدادها در فعالیت‌های جوایز پارسی شکل‌های گوناگونی دارند: سمینار، کنفرانس، همایش، گردهمایی تخصصی و برنامه‌های شبکه‌سازی کسب‌وکار. هر رویداد حول موضوعی مشخص شکل می‌گیرد و کسانی را که در آن حوزه فعالیت دارند یا به آن علاقه‌مندند گرد هم می‌آورد. رویداد می‌تواند حضوری، آنلاین یا ترکیبی باشد: برنامهٔ حضوری در سالن یا فضای میزبان برگزار می‌شود، برنامهٔ آنلاین از راه ارتباط تصویری یا پخش زنده در دسترس است و قالب ترکیبی این دو را کنار هم می‌گذارد. نوع برنامه، مخاطبان، محل و شیوهٔ ارائه در طراحی هر رویداد نقش دارند.

هر رویداد مجموعه‌ای از اجزای اجرایی دارد: موضوع و برنامه، زمان و مکان، شرکت‌کنندگان، مجری یا سخنران، فضای برگزاری، خدمات فنی، اطلاع‌رسانی و ثبت یا ضبط برنامه. در رویداد حضوری محل و تجهیزات بخشی از سازمان‌دهی‌اند و در برنامهٔ آنلاین بستر ارتباط، شیوهٔ دسترسی مخاطب و پخش محتوا به ساختار افزوده می‌شود. کنفرانس‌ها و همایش‌ها می‌توانند چند بخش داشته باشند، مانند سخنرانی، گفت‌وگو، میزگرد، نمایشگاه یا معرفی پروژه‌ها، و رویدادهای کسب‌وکار دیدار حرفه‌ای، معرفی خدمات و گفت‌وگوی شرکت‌کنندگان را دربرمی‌گیرند. در رویدادهای شبکه‌سازی، شرکت‌کنندگان و صاحبان خدمات یا محصولات با هم دیدار می‌کنند و دربارهٔ فعالیت‌هایشان اطلاعات به اشتراک می‌گذارند؛ رویداد می‌تواند با معرفی حامیان، تبلیغات، نمایش محصولات یا برنامه‌های جانبی همراه شود.

رویدادها با دیگر بخش‌های مجموعه پیوند می‌خورند. کنفرانس می‌تواند با محتوای آموزشی همراه شود، گردهمایی تخصصی زمینهٔ آشنایی فعالان یک حوزه را فراهم می‌کند و برنامهٔ هنری می‌تواند به نمایش یا معرفی آثار بپردازد. در برخی برنامه‌ها محتوا پس از پایان رویداد در قالب ویدئو، گزارش، مصاحبه یا مطلب مکتوب منتشر می‌شود، و رویداد با این انتشار و آرشیو به فعالیت‌های رسانه‌ای متصل می‌ماند.

در سامانهٔ دیجیتال رویدادها، معرفی برنامه و فروش بلیت در نظر گرفته شده است. بلیت می‌تواند از راه پلتفرم عرضه شود یا صفحهٔ معرفی رویداد مخاطب را به محل خرید بیرونی هدایت کند؛ این خدمات برای کنسرت‌ها و برنامه‌های زنده نیز مطرح شده‌اند. پشتیبانی مالی رویداد از راه بسته‌های اسپانسرشیپ و جایگاه‌های تبلیغاتی انجام می‌شود، و رویدادهای دنباله‌دار می‌توانند حامیان یک مجموعه برنامه را معرفی کنند.

۹.۲ نمای کلی مدل مالی و مشارکتی

مدل تأمین منابع مجموعه چند مسیر را کنار هم می‌گذارد: اسپانسرشیپ، آگهی، کمک اهدایی، فاند و گرنت، همکاری تجاری، رویدادها، نشر و خدمات آنلاین، و در کنار آن مشارکت داوطلبانه. هر مسیر به شیوهٔ متفاوتی با برنامه‌ها و پروژه‌ها ارتباط دارد: اسپانسرشیپ به پشتیبانی از رویداد یا برنامه مربوط است؛ آگهی برای معرفی کسب‌وکار و خدمات در رسانه‌ها و نشریه‌ها به کار می‌رود؛ کمک اهدایی به فعالیت یا موضوعی مشخص اختصاص می‌یابد؛ فاند و گرنت از نهادها و مراکز مختلف برای پروژه‌های معین فراهم می‌شود؛ و همکاری تجاری از معرفی خدمات تا مشارکت در تولید یک محصول را دربرمی‌گیرد.

یک رویداد می‌تواند با حامی و آگهی‌دهنده همراه باشد؛ پروژه‌ای فرهنگی می‌تواند از گرنت، خدمات تخصصی یا حمایت تجاری بهره بگیرد؛ و تولید یک اثر با مشارکت پدیدآورنده، مترجم، طراح، ناشر و توزیع‌کننده پیش برود. هر پروژه بر اساس موضوع و ساختار اجرایی‌اش از ترکیبی از این مسیرها استفاده می‌کند، و همکاری افراد، نهادها و کسب‌وکارها در مقیاس‌های محلی، کشوری و بین‌المللی تعریف می‌شود. این فصل مدل مالی را شرح می‌دهد، نه گزارش درآمد یا هزینهٔ واقعی را؛ هیچ‌یک از مسیرها وجود منبع مالی یا اجرای برنامه را تضمین نمی‌کند.

۹.۳ اسپانسرشیپ و سطوح حمایت

اسپانسرشیپ برای پشتیبانی از رویدادها، برنامه‌های ضبط‌شده و فعالیت‌های وب‌سایت در نظر گرفته شده است. یک حامی می‌تواند از رویدادی مشخص، مجموعه‌ای از برنامه‌ها یا محتوای رسانه‌ای حمایت کند، و نوع حمایت و شکل حضور او در ارتباط با همان برنامه تعریف می‌شود. بسته‌های

اسپانسرشیپ رویداد در چند سطح معرفی شده‌اند: برنزی، نقره‌ای، طلایی، پلاتینی و الماسی، و نیز حمایت رسمی یا ارائه‌دهندهٔ اصلی رویداد. هر سطح جایگاه متفاوتی برای معرفی نام و نشان حامی دارد و برای هر رویداد می‌توان بستهٔ جداگانه‌ای تعریف کرد.

معرفی اسپانسر می‌تواند در پوستر و اقلام چاپی، صفحهٔ رویداد، پیام‌های تبلیغاتی و خبری، وب‌سایت، ویدئوهای رسمی، فیلم‌برداری رسمی و فضای برگزاری انجام شود. در برنامهٔ حضوری ممکن است از راه نمایش لوگو، پرده‌های سالن، محتوای تصویری، تبلیغ داخل سالن یا معرفی از سوی مجری باشد، و در بعضی بسته‌ها درج نام حامی در کتاب یادبود و نسخهٔ ضبط‌شدهٔ برنامه نیز پیش‌بینی شده است.

اسپانسرشیپ به رویدادهای حضوری محدود نیست و برنامه‌های ضبط‌شده و محتوای رسانه‌ای را هم دربرمی‌گیرد. یک حامی می‌تواند از یک برنامه، مجموعه‌ای از قسمت‌ها یا تولید محتوایی مشخص پشتیبانی کند و جایگاه معرفی او در عنوان برنامه، ویدئوی تبلیغاتی یا نسخهٔ منتشرشده تعریف شود؛ نام و نشان حامی می‌تواند در صفحهٔ برنامه، اقلام معرفی، ویدئوهای رسمی و محتوای ارسالی برای رسانه‌ها بیاید و حمایت از مجموعه‌ای دنباله‌دار جایگاهی مشخص در همهٔ قسمت‌ها داشته باشد. این مدل برای تولیداتی مانند مصاحبه، برنامهٔ تخصصی، گفت‌وگو و محتوای آموزشی مطرح شده است. بسته‌های رویداد با بسته‌های تبلیغاتی وب‌سایت یا برنامه‌های رسانه‌ای یکسان نیستند و هرکدام جایگاه‌ها و قالب‌های معرفی خاص خود را دارند.

۹.۴ تبلیغات و جایگاه‌های آگهی

تبلیغات در مدل فعالیت‌ها با وب‌سایت، مجله‌ها، برنامه‌های رسانه‌ای و رویدادها پیوند دارد. آگهی‌دهنده می‌تواند در یک صفحهٔ آنلاین، نشریه، ویدئو یا برنامهٔ مشخص حضور داشته باشد و قالب تبلیغ با محل انتشار و نوع مخاطب آن برنامه ارتباط دارد. در وب‌سایت قالب‌هایی مانند بنر، فهرست کسب‌وکارها و جایگاه‌های معرفی در صفحه‌ها مطرح شده‌اند؛ در مجله‌ها و سالنامه‌ها آگهی در کنار مطالب و معرفی‌های تخصصی می‌آید؛ در محتوای رسانه‌ای، تبلیغ در ویدئو یا صفحهٔ معرفی برنامه دیده می‌شود؛ و در رویداد حضوری جایگاه‌هایی مانند پوستر، برنامهٔ چاپی، نمایشگرهای سالن و فضای معرفی کسب‌وکار وجود دارند.

اسپانسرشیپ و آگهی دو شکل جداگانهٔ حضور تجاری‌اند. اسپانسر در قالب یک بسته از برنامه پشتیبانی می‌کند و در جایگاه‌های تعریف‌شدهٔ همان برنامه معرفی می‌شود؛ آگهی‌دهنده در فضای تبلیغاتی مشخص محصول یا خدمت خود را معرفی می‌کند.

۹.۵ کمک‌های مالی و اهدایی

کمک مالی و اهدایی یکی از مسیرهای تأمین منابع است. افراد می‌توانند برای پشتیبانی از موضوع‌های فرهنگی، علمی، هنری یا اجتماعی مبلغی اهدا کنند؛ این کمک ممکن است به برنامه یا پروژه‌ای مشخص اختصاص یابد یا در چارچوب فعالیت‌های گسترده‌تر مجموعه قرار گیرد. برای معرفی این فرصت‌ها، پروژه‌ها و زمینه‌های فعالیت به اهداکنندگان ارائه می‌شوند و اطلاعاتی مانند موضوع، هدف، گروه مشارکت‌کننده و شکل استفاده از حمایت مالی در معرفی

هر برنامه جای می‌گیرد. کمک اهدایی با اسپانسرشیپ تفاوت دارد: اهداکننده برای پشتیبانی از یک موضوع یا فعالیت مشارکت می‌کند، در حالی که اسپانسرشیپ با جایگاه و شیوهٔ معرفی حامی در برنامه یا رسانه همراه است.

۹.۶ فاند، گرنت و نهادهای پشتیبان

فاند و گرنت به فرصت‌هایی گفته می‌شود که از نهادهای دولتی، دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی، بنیادها، مؤسسات خیریه و غیرانتفاعی و مجموعه‌های خصوصی فراهم می‌شوند. این منابع برای فعالیت‌های فرهنگی، هنری، علمی، اجتماعی یا اقتصادی در نظر گرفته می‌شوند و می‌توانند نقدی یا غیرنقدی باشند: بودجه، امکانات، تخصص یا خدمات اجرایی. هر گروه از نهادها بر اساس مأموریت خود پشتیبانی می‌کند. در کشورهای مختلف، دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی برای موضوع‌هایی مانند موسیقی، رقص، ادبیات، ایران‌شناسی و زبان‌شناسی برنامه‌های حمایتی دارند، و نهادهای دولتی یا خصوصی ممکن است برای پروژه‌های فرهنگی و اجتماعی برنامهٔ فاند یا گرنت تعریف کنند.

در مدل پروژه‌محور هر فعالیت با پروپوزال مستقل معرفی می‌شود؛ طرح موضوع، هدف، برنامهٔ اجرا، همکاران و منابع مورد نیاز را کنار هم می‌آورد و پیشینهٔ کاری، تجربه، مهارت‌های اعضای تیم و تحصیلات متقاضیان در پروندهٔ آن قرار می‌گیرد. تأمین منابع بر پایهٔ انطباق موضوع پروژه با نوع پشتیبانی شکل می‌گیرد: دانشگاه یا مرکز پژوهشی با همکاری علمی یا فضای اجرایی وارد می‌شود، حامی خصوصی بخشی از هزینه‌ها یا خدمات را تقبل می‌کند و اسپانسر از برنامه یا محصولی مشخص پشتیبانی می‌کند. پروژه‌های محلی در کنار طرح‌های گسترده‌تر تعریف می‌شوند: پیشنهاد می‌تواند از سوی فرد یا گروهی در محل زندگی خود اجرا شود یا با مشارکت افراد و نهادهای چند کشور پیش برود.

همراهی مجموعه در این فرایند از راه سازمان‌دهی افراد و ارتباط شبکه‌ای تعریف شده است. افراد می‌توانند از راه رویدادها و ابزارهای آنلاین با هم آشنا شوند، متخصصان مورد نیاز پروژه را پیدا کنند و با نهادهای محلی یا دانشگاهی ارتباط بگیرند. منتورینگ و راهنمایی در کنار گردهم‌آوردن افراد و معرفی فرصت‌های پشتیبانی قرار دارد. در کشورهایی که ایرانیان و فارسی‌زبانان در آن زندگی می‌کنند، منابع و برنامه‌های حمایتی محلی مطرح‌اند و امکان استفاده از برنامه‌های حمایتی هر کشور برای پروژه‌های ایرانیان مقیم آن در این مدل دیده شده است. شبکه می‌تواند صاحب ایده را با افراد دارای تخصص یا پروژه را با نهادهای پشتیبان مرتبط کند: گروهی که روی موضوعی علمی کار می‌کند می‌تواند با مرکز پژوهشی یا دانشگاه ارتباط بگیرد و پروژهٔ هنری در مسیر ارتباط با نهادها و حامیان هنر و فرهنگ قرار می‌گیرد. معرفی در این شبکه به معنای دریافت فاند یا گرنت نیست؛ تصمیم دربارهٔ حمایت به هر نهاد و شرایط آن بستگی دارد.

۹.۷ منابع نقدی و غیرنقدی

سرمایه در مدل فعالیت مجموعه به پول نقد محدود نیست. زمان و تخصص مشارکت‌کنندگان، خدمات شرکت‌های پشتیبان، زیرساخت، تجربهٔ اجرایی، اعتبار حرفه‌ای و شبکهٔ ارتباطی نیز از دارایی‌هایی هستند که در شکل‌گیری و پیشبرد پروژه‌ها نقش دارند. یک طراح ممکن است خدمات طراحی ارائه دهد؛ یک شرکت می‌تواند فضای برگزاری، تجهیزات یا خدمات فنی در اختیار پروژه بگذارد؛ متخصصان دانش و تجربهٔ خود را در تدوین و اجرا به کار بگیرند؛ و شبکهٔ افراد و نهادها پروژه، حامی، دانشگاه، هنرمند و گروه محلی را به هم متصل کند. یک دانشگاه می‌تواند فضای پژوهشی یا مشاورهٔ تخصصی ارائه دهد و مشارکت‌کنندگان محلی اجرای برنامه را در شهر یا کشور خود بر عهده بگیرند.

مدل تأمین مالی می‌تواند ترکیبی باشد: بخشی از هزینه‌ها نقدی تأمین می‌شود و بخشی دیگر از راه خدمات، زمان یا امکانات مشارکت‌کنندگان. پشتیبانی غیرنقدی از رویدادها نیز همین‌گونه است: محل برگزاری، تجهیزات فنی، تولید ویدئو، چاپ، خدمات طراحی، پوشش رسانه‌ای یا محصولات یک کسب‌وکار می‌توانند بخشی از پشتیبانی برنامه باشند. یک رویداد می‌تواند فضای برگزاری را از نهادی بگیرد، خدمات فنی را از شرکتی و پشتیبانی مالی برای تبلیغات یا تولید محتوا را از حامی دیگر. سهم هر نوع مشارکت در هر پروژه به ساختار و توافق‌های همان فعالیت بستگی دارد. جدا از منبع مالی، برگزاری رویداد هزینه دارد: فضا، خدمات فنی، صدا و تصویر، طراحی صحنه، فیلم‌برداری، تولید محتوای رسانه‌ای، چاپ و اطلاع‌رسانی، و در برنامهٔ آنلاین بستر پخش و ارتباط. ترکیب هزینه‌ها با قالب رویداد فرق می‌کند: کنفرانس چندبخشی، نمایشگاه، برنامهٔ موسیقی و نشست آنلاین نیازهای متفاوتی دارند، و اسپانسر، درآمد آگهی، کمک اهدایی، پشتیبانی غیرنقدی یا فروش بلیت می‌توانند در کنار هم منابع برگزاری را بسازند. رایگان‌بودن مشارکت برای شرکت‌کننده از هزینه‌های سالن، تولید و خدمات اجرایی جداست.

۹.۸ همکاری تجاری و مدل‌های معرفی مشتری

همکاری تجاری در مدل مجموعه از همکاری با کسب‌وکارهای محلی تا مشارکت با شرکت‌ها و برندهای بزرگ‌تر را دربرمی‌گیرد، و در سه مقیاس تعریف می‌شود: کسب‌وکار محلی در فعالیتی در شهر خود مشارکت می‌کند؛ همکاری کشوری با شرکت‌ها یا نهادهای چندمنطقه‌ای شکل می‌گیرد؛ و طرح بین‌المللی شرکای چند کشور را دربرمی‌گیرد. در هر مقیاس نوع پروژه، خدمات، تبلیغات و مشارکت مالی فرق می‌کند. همکاری ممکن است معرفی کسب‌وکار، ارائهٔ خدمات، مشارکت در تولید یک محصول یا پشتیبانی از رویداد باشد؛ مجموعه

می‌تواند خدمات یا محصولات یک شرکت را معرفی کند و شرکت نیز برنامه‌ها و خدمات مجموعه را معرفی کند، در قالب تبلیغات، مشارکت در پروژه یا همکاری بر سر یک محصول یا خدمت.

در مدل «Business with Us» کسب‌وکارها می‌توانند ایده یا پیشنهاد همکاری خود را مطرح کنند و برای اجرای آن طرحی مشترک تنظیم شود. فروشگاه‌های زنجیره‌ای، پوشاک، املاک و خدمات تجاری از حوزه‌های نمونه‌اند، و فعالیت مشترک ممکن است به معرفی برند، عرضهٔ محصول یا طراحی کسب‌وکاری تازه مربوط باشد.

مدل «Make Money with Us» بر معرفی خدمات و مشتریان متمرکز است و با شراکت تجاری گسترده فرق دارد. در همکاری معرفی مشتری (affiliate) هر معرف پیوند یا کد اختصاصی دارد؛ خرید یا ثبت‌نامی که از راه آن پیوند انجام شود به حساب معرف مرتبط می‌شود و محاسبهٔ سهم همکاری ممکن می‌شود. ابزارها شامل پیوند اختصاصی، بنر تبلیغاتی برای وب‌سایت یا وبلاگ، معرفی از راه ایمیل و نمایش بخشی از فروشگاه آنلاین در سایت همکار از راه API است و مسیر انتقال مخاطب از صفحهٔ همکار به خدمات یا محصولات را فراهم می‌کند. محور affiliate معرفی مخاطب و پیگیری خرید یا استفاده است؛ همکاری تجاری گسترده‌تر می‌تواند طراحی محصول، پروژه یا فعالیت مشترک میان دو سازمان را دربر بگیرد.

در ساختار آنلاین، خدمات و محصولات به‌صورت دسته‌بندی‌شده معرفی می‌شوند. سفارش یک محصول، آگهی، برنامه یا خدمت از راه صفحهٔ مربوط انجام می‌شود و با بخش‌هایی مانند فروشگاه، Booking، Licensing، رویدادها و پروژه‌ها ارتباط دارد؛ هر بخش مسیر خاصی برای ارائهٔ درخواست یا خرید دارد.

کسب‌وکارها و ارائه‌دهندگان خدمات در فهرست‌های موضوعی قرار می‌گیرند و کسب‌وکارهای همکار می‌توانند از راه تبلیغات، پیوند خرید یا نمایش خدمات خود در بسترهای آنلاین به این سامانه متصل شوند.

۹.۹ زنجیرهٔ تولید و توزیع آثار فرهنگی

زنجیرهٔ تولید به همکاری افراد دارای تخصص‌های گوناگون برای تولید و عرضهٔ یک محصول فرهنگی گفته می‌شود. نویسنده، آهنگساز، خواننده، طراح، ویراستار، مترجم و دیگر همکاران می‌توانند در مراحل مختلف یک اثر شرکت کنند، و کتاب، موسیقی و آثار تجسمی از نمونه‌های این چارچوب‌اند. اثر از مرحلهٔ ایده و نگارش تا ویرایش، طراحی، ترجمه، انتشار و عرضه با مشارکت چند گروه پیش می‌رود. کتاب نمونه‌ای روشن است: نوشته می‌شود، ویرایش و طراحی می‌شود، به زبان‌های دیگر ترجمه می‌شود و برای انتشار و توزیع با ناشران یا نمایندگان نشر ارتباط می‌گیرد.

هزینهٔ تولید ممکن است از سوی پدیدآورنده تأمین شود، اسپانسر یا حامی مالی آن را پشتیبانی کند یا همکاران به شکل مشارکتی با ارائهٔ خدماتی چون ویرایش، طراحی یا ترجمه در تولید سهیم شوند. در بعضی مدل‌ها سهم هر همکار از درآمد فروش بر اساس توافق همان پروژه تعریف می‌شود.

کتاب، موسیقی و آثار تجسمی می‌توانند نسخه‌ها و قالب‌های گوناگون داشته باشند: چاپی، دیجیتال، ترجمه‌شده یا دارای مجوز استفاده، و هرکدام مسیر عرضهٔ خود را دارد. در انتشار چندزبانه، هزینهٔ ترجمه و تولید ممکن است از سوی پدیدآورنده، حامی مالی یا گروه تولید تأمین شود، و ناشر یا نمایندهٔ

عرضهٔ بین‌المللی می‌تواند در معرفی اثر به بازارهای دیگر نقش داشته باشد؛ درآمد فروش یا استفاده از اثر مطابق توافق پدیدآورنده و همکاران تقسیم می‌شود.

۹.۱۰ مشارکت داوطلبانه و هماهنگی مرکزی و محلی

مشارکت داوطلبانه در نقش‌ها و زمان‌های متفاوت شکل می‌گیرد. بعضی افراد در کارهای اجرایی یا تخصصی حضور دارند؛ برخی در ترجمه، طراحی، ویرایش، تولید محتوا، ارتباطات یا هماهنگی برنامه‌ها همکاری می‌کنند؛ و گروهی در وظایف کوتاه‌مدت یا پشتیبانی غیرمستقیم مشارکت دارند. میزان زمانی که هر فرد اختصاص می‌دهد یکسان نیست و بر اساس مهارت، علاقه و زمان در دسترس تعیین می‌شود: در یک پروژه، همکارانی مسئولیت پیوسته دارند و دیگرانی برای وظیفه‌ای مشخص یا در دورهٔ محدود وارد می‌شوند. همکاری عملی برای مشارکت‌کنندگان تجربهٔ کاری، آشنایی با روند تولید و ارتباط با افراد حوزه‌های مختلف فراهم می‌کند.

در مدل پروژه‌محور، هماهنگی کلی مجموعه در کنار گروه‌ها و مشارکت‌کنندگان محلی قرار دارد. پروژه‌ای با دامنهٔ گسترده می‌تواند در یک چارچوب مرکزی تعریف شود و اجرای بخش‌هایی از آن به افراد یا گروه‌های مستقر در شهرها و کشورهای مختلف سپرده شود. گروه‌های محلی با محیط، نهادها و افراد همان منطقه ارتباط دارند: در رویداد می‌توانند محل برگزاری، شرکت‌کنندگان و خدمات محلی را هماهنگ کنند و در پروژهٔ فرهنگی با هنرمندان، انجمن‌ها، دانشگاه‌ها یا مراکز اجتماعی منطقه در تماس باشند. شبکهٔ ارتباطی میان گروه‌های محلی، متخصصان و هماهنگی مرکزی برای جابه‌جایی اطلاعات و پیوند ظرفیت‌ها به کار می‌رود، و ترکیب تیم‌ها بر اساس موضوع و محل اجرای هر فعالیت شکل می‌گیرد.

۹.۱۱ استقلال مالی و دوری از جهت‌گیری سیاسی و مذهبی

رویکرد مالی معرفی‌شده برای جوایز پارسی بر استقلال از منابع سیاسی و مذهبی تأکید دارد. جوایز پارسی از جهت‌گیری‌های سیاسی و مذهبی دوری می‌کند: پشتیبانی مالی به فعالیت‌های فرهنگی، هنری، علمی، اجتماعی و پروژه‌های تعریف‌شده اختصاص می‌یابد و وابستگی به حزب یا جریان سیاسی یا نهاد مذهبی بخشی از ساختار مالی آن نیست. منابع نقدی و غیرنقدی در کنار هم قرار می‌گیرند و هر پروژه می‌تواند از یک یا چند مسیر پشتیبانی شود.

در چارچوب مالی معرفی‌شده، فعالیت مالی در داخل ایران انجام نمی‌شود و مدل بر دریافت یا پرداخت مالی در داخل ایران بنا نشده است. منابع محلی کشورهای محل زندگی ایرانیان و فارسی‌زبانان، دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی و مجموعه‌های خصوصی در بخش‌های دیگر مدل قرار می‌گیرند.

۹.۱۲ منابع برای پروژه، نه پروژه برای منابع

فعالیت فرهنگی و اجتماعی، به‌ویژه در مقیاس جهانی، معمولاً از یک منبع مالی عمومی، پایدار و قابل اتکا برای حمایت مستقیم از فرهنگ، هنر و هویت ایرانی برخوردار نیست. به همین دلیل مدل مجموعه بر ترکیب منابع استوار است، و چند اصل آن را سامان می‌دهد.

حمایت مستقیم از پروژه. گروهی از حامیان لزوماً به دنبال تبلیغات یا سرمایه‌گذاری تجاری نیستند و می‌خواهند از یک فعالیت فرهنگی، علمی یا اجتماعی حمایت کنند. برای آنان باید امکان حمایت مستقیم از پروژه‌ای مشخص فراهم باشد: یکی هزینهٔ یک پروژهٔ دانشنامه‌ای را تأمین می‌کند، دیگری از انتشار یک کتاب حمایت می‌کند، مجموعه‌ای از یک پروژهٔ هنری پشتیبانی می‌کند و فردی بخشی از هزینهٔ توسعهٔ یک زیرساخت علمی یا فرهنگی را برعهده

می‌گیرد. در این مدل حامی دقیقاً می‌داند پول برای چه پروژه‌ای است، چه میزان است، در چه بازه‌ای مصرف می‌شود و خروجی مورد انتظار چیست؛ این شفافیت اعتماد می‌سازد و حمایت‌های بلندمدت را ممکن‌تر می‌کند.

اتصال منابع مختلف. هزینهٔ یک پروژه لازم نیست از یک منبع تأمین شود: بخشی ممکن است از یک فاند فرهنگی بیاید، بخشی از دانشگاه، بخشی از اسپانسر تجاری، و بخشی از کار اجرایی را داوطلبان انجام دهند. این الگو با واقعیت فعالیت فرهنگی سازگارتر است، زیرا ارزش پروژه فقط پول نقد نیست؛ نیروی داوطلب، فضای رایگان، خدمات فنی، همکاری دانشگاهی، رسانه، تجهیزات و تخصص هم بخشی از منابع اجرای آن‌اند.

داوطلبان به‌مثابه فرصت‌ساز. نقش داوطلب فقط اجرای کارهای روزمره نیست. کسی که در یک شهرداری کار می‌کند ممکن است برنامه‌ای فرهنگی را شناسایی کند؛ کسی در دانشگاه ممکن است پروژه‌ای پژوهشی بیابد؛ عضو یک انجمن ایرانی می‌تواند پروژه‌ای محلی تعریف کند؛ کسی با ارتباطات کسب‌وکاری می‌تواند اسپانسری بالقوه بیابد؛ و صاحب تخصص رسانه‌ای می‌تواند محصولی را برای بازار تبلیغات آماده کند. به این ترتیب شبکهٔ داوطلبان به شبکه‌ای جهانی برای کشف فرصت و ایجاد ارتباط تبدیل می‌شود.

هماهنگی مرکزی. برای اینکه این شبکه به فعالیت‌های موازی و بی‌ارتباط تبدیل نشود، ساختاری مرکزی اطلاعات پروژه‌ها، منابع، فرصت‌های مالی، دانشگاه‌ها، سازمان‌ها، اسپانسرها و افراد مرتبط را گرد می‌آورد و مدیریت می‌کند. فرصتی که در یک کشور شناسایی می‌شود می‌تواند در اختیار تیم‌های کشورهای دیگر قرار گیرد و تجربهٔ موفق یک تیم به تیم دیگر منتقل شود. هدف این نیست که همهٔ کارها از مرکز انجام شود؛ هدف این است که اطلاعات و تجربه در شبکه‌ای مشترک گرد آید تا هر تیم محلی قدرتمندتر عمل کند.

ترتیب درست. پروژه نباید صرفاً به دلیل وجود یک منبع مالی ساخته شود. مسیر درست این است: نیاز، پروژه، تعریف دقیق، شناسایی منبع مناسب، جذب منابع، اجرا، گزارش و ارزیابی؛ نه اینکه نخست پولی پیدا شود و بعد برای آن پروژه‌ای ساخته شود. این تفاوت برای حفظ هویت و استقلال مجموعه اهمیت دارد.

هدف بلندمدت ساختن اکوسیستمی جهانی برای تأمین منابع و اجرای پروژه‌های فرهنگی، علمی، هنری و اجتماعی است: داوطلبان سرمایهٔ انسانی می‌سازند؛ انجمن‌ها و گروه‌های محلی پروژه اجرا می‌کنند؛ دانشگاه‌ها ظرفیت علمی و منابع پژوهشی می‌آورند؛ سازمان‌ها و نهادهای عمومی از پروژه‌های مناسب حمایت می‌کنند؛ کسب‌وکارها و برندها اسپانسر می‌شوند؛ افراد علاقه‌مند مستقیم حمایت می‌کنند؛ و جوایز پارسی این ظرفیت‌ها را در شبکه‌ای بین‌المللی به هم وصل می‌کند. در چنین مدلی پرسش اصلی این نیست که چه مقدار پول در اختیار داریم، بلکه این است که چه پروژهٔ ارزشمندی داریم و چگونه می‌توانیم برای اجرای آن مناسب‌ترین ترکیب از پول، انسان، تخصص، زیرساخت، دانشگاه، سازمان، اسپانسر و شبکهٔ اجتماعی را بیابیم.

۹.۱۳ اسپانسرشیپ پروژه‌های فرهنگی غیرتجاری

علاوه بر پشتیبانی که مجموعه برای رویدادهای خود دریافت می‌کند، جوایز پارسی برای حمایت از فرهنگ و هنر ایرانی، پلتفرمی برای اسپانسری پروژه‌های فرهنگی غیرتجاری هنرمندان و فعالان فرهنگی در نظر گرفته است. پروژه‌های قابل حمایت طیف گسترده‌ای دارند، از کنسرت، نمایشگاه، جشنواره و فیلم تا کتاب. پکیج‌های اسپانسری بر اساس نیاز هر پروژه انتخاب و در صورت لزوم طراحی می‌شوند.

مزایای پکیج‌ها شامل تبلیغ از راه ابزارهای مجموعه است: شبکه‌های اجتماعی، ویدیوها، محتواهای تولیدی (از جمله شب‌های ایرانی)، وب‌سایت‌ها و رویدادهای هفتگی، ماهانه و سالانهٔ محلی و بین‌المللی؛ در کنار آن، مشاورهٔ تخصصی کارشناسان مجموعه و شبکه‌سازی با هنرمندان و فعالان فرهنگی دیگر.

مسیر همکاری سه مرحله دارد: ارائهٔ طرح پروژه، انتخاب پکیج مناسب، و امضای قرارداد همکاری. شرایط همکاری عبارت است از ارائهٔ طرحی کامل و جامع، تناسب پروژه با اهداف و ارزش‌های جوایز پارسی، و نوآوری و خلاقیت در ایده. مکاتبه با نشانی sponsorship@persianawards.com انجام می‌شود.

۹.۱۴ جمع‌بندی فصل

رویدادها، اسپانسرشیپ، آگهی، کمک‌های اهدایی، فاند و گرنت، همکاری تجاری، تولید و نشر، خدمات آنلاین و مشارکت داوطلبانه مسیرهای مختلفی‌اند که در مدل مالی و مشارکتی مجموعه کنار هم قرار می‌گیرند. منابع نقدی در کنار زمان، تخصص، خدمات، زیرساخت و ارتباطات حرفه‌ای می‌آیند، و هماهنگی کلی با گروه‌های محلی در مقیاس‌های شهری، کشوری و بین‌المللی همراه است. هر مسیر کارکرد جداگانه‌ای دارد: اسپانسرشیپ برای حمایت از برنامه با جایگاه معرفی، آگهی برای معرفی کسب‌وکار، کمک اهدایی برای پشتیبانی از موضوع، فاند و گرنت برای پروژه‌های معین و همکاری تجاری برای مشارکت در محصول یا خدمت.

آنچه در این فصل آمد مدل و ساختار است، نه گزارش درآمد، هزینه، شمار حامیان یا سطح بسته‌های اجراشده؛ هر عدد مالی در گزارش همان دوره و با سند خود بیان می‌شود. استقلال از منابع سیاسی و مذهبی بخش ثابت این رویکرد است. فصل بعد به حکمرانی، پاسخ‌گویی و چشم‌انداز آینده می‌پردازد.

فصل دهم: حکمرانی، پاسخ‌گویی و چشم‌انداز آینده

۱۰.۱ ساختار همکاری و ادارهٔ فعالیت‌ها

ساختار کاری جوایز پارسی بر همکاری تیم‌های اجرایی، کارگروه‌های تخصصی، هیأت مشاورین، آکادمی و مشارکت‌کنندگان محلی شکل می‌گیرد. این بخش‌ها نقش‌های متفاوتی دارند و فعالیت‌های اجرایی، مشورتی و تخصصی را در حوزه‌های گوناگون پیش می‌برند. افراد از نقاط مختلف می‌توانند بر اساس تجربه، تخصص، زمان و علاقه در یک یا چند فعالیت مشارکت کنند؛ همکاری ممکن است به یک رویداد محدود باشد یا در قالب عضویت پیوسته در کارگروه‌ها و تیم‌های پروژه ادامه یابد.

فعالیت‌های اجرایی به تیم‌هایی با مسئولیت‌های متفاوت تقسیم می‌شوند: تیم اجرایی، گروه پژوهش و شناسایی افراد، تیم ارتباط با انجمن‌ها، ارتباط با رسانه‌ها و گروه‌های محلی، طراحی و آماده‌سازی سالن، برنامه‌سازی و تبلیغات، و تیم اجرایی روز رویداد. گروه پژوهش در شناسایی نامزدها و گردآوری اطلاعات کار می‌کند؛ تیم ارتباط با انجمن‌ها با گروه‌های حرفه‌ای و سازمان‌های حوزه‌های مختلف در تماس است؛ تیم رسانه‌ای ارتباط با رسانه‌های کشوری و بین‌المللی، بلاگرها و رسانه‌های محلی را دنبال می‌کند؛ و در رویداد حضوری، تیم طراحی محل و گروه اجرایی روز برنامه مسئولیت‌های جداگانه دارند. ترکیب تیم‌ها با نوع فعالیت تغییر می‌کند: برای مراسم، طراحی سالن و مدیریت روز اجرا برجسته است؛ برای پروژهٔ پژوهشی، گروه تحقیق و متخصصان موضوع نقش بیشتری دارند؛ و در برنامهٔ رسانه‌ای، تولید محتوا، ارتباط با مهمانان و هماهنگی انتشار اهمیت می‌یابد. مسئولیت‌ها به‌صورت پروژه‌ای یا مستمر میان افراد تقسیم می‌شوند و برخی در تیم‌های پیوسته حضور دارند و گروهی دیگر نزدیک به زمان رویداد به تیم می‌پیوندند.

تیم‌های محلی در کنار گروه‌های اجرایی فعالیت می‌کنند. در شهر میزبان رویداد، گروهی از اعضای اجرایی مسئولیت‌های اصلی را پیگیری می‌کنند و دیگران می‌توانند در روزهای پیش از برنامه یا روز اجرا به آن‌ها بپیوندند. در شهرها و مناطق دیگر، فعالان محلی با انجمن‌ها، رسانه‌ها و گروه‌های همان محل ارتباط می‌گیرند؛ مشارکت آن‌ها می‌تواند به معرفی نامزدها، ارتباط با اسپانسرها، دعوت از اعضای آکادمی یا هماهنگی برنامه‌های محلی مربوط شود. ارتباط آنلاین امکان همکاری کسانی را فراهم می‌کند که در یک شهر حضور ندارند، و شبکهٔ محلی به ساختار کلی مجموعه متصل است و فعالیت‌ها در مقیاس شهری، کشوری و بین‌المللی شکل می‌گیرد.

۱۰.۲ کارگروه‌ها و هیأت مشاورین

کارگروه‌ها محل گفت‌وگو و مشورت دربارهٔ فعالیت‌های مجموعه‌اند. متخصصان رشته‌های مختلف می‌توانند در جلسه‌هایی با موضوع عمومی یا تخصصی شرکت کنند و تجربه و نظر خود را دربارهٔ برنامه‌ها، پروژه‌ها و جهت کار ارائه دهند؛ موضوع‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت در نشست‌های مشورتی مطرح می‌شوند. هیأت مشاورین نیز در موضوع‌های مربوط به ساختار و مسیر فعالیت‌ها نقش مشورتی دارد. کارگروه‌ها به یک گروه ثابت و محدود از چند نفر خلاصه نمی‌شوند: متخصصان حوزه‌های گوناگون می‌توانند در موضوع مرتبط با تجربهٔ خود مشارکت کنند، و شکل و ترکیب هر کارگروه با موضوع جلسه و تخصص‌های مورد نیاز آن ارتباط دارد.

کارگروه‌ها در ده عنوان موضوعی کلی دسته‌بندی شده‌اند و این تقسیم‌بندی زمینه‌هایی برای گفت‌وگو دربارهٔ برنامه‌ها و فعالیت‌ها مشخص می‌کند. جلسات کارگروه‌ها در آغاز بر موضوع‌های عمومی متمرکز بوده‌اند و گسترش مباحث تخصصی‌تر در مسیر توسعهٔ آن‌ها قرار دارد. ادبیات و موسیقی از جمله زمینه‌هایی‌اند که برای آن‌ها نشست کارگروهی برگزار شده است، و حوزه‌هایی مانند آموزش، فعالیت‌های اجتماعی، کسب‌وکار و برنامه‌های فرهنگی نیز می‌توانند موضوع کارگروه‌ها باشند. بخشی از جلسه‌ها با ارائهٔ تجربه‌ها و دیدگاه‌های استادان دانشگاه و متخصصان همراه است. کارگروه‌های تخصصی در مسیر توسعه از موضوع‌های عمومی به گفت‌وگوهای تخصصی‌تر می‌رسند؛ مباحث هر حوزه می‌تواند به پیشنهاد پروژه، برنامهٔ آموزشی یا رویداد تخصصی منجر شود و اعضای مرتبط در ادامهٔ همان فعالیت نقش بگیرند.

ثبت‌نام و پیگیری عضویت در هیأت مشاورین

بر پایهٔ معرفی‌نامهٔ مجموعه، مشاوران پس از آشنایی با پروژه‌ها، زمینه‌های کاری و برنامه‌های انجام‌شده، نظر خود را دربارهٔ آن‌ها بیان می‌کنند و به‌عنوان مشاور در جلسات کارگروه‌ها برای بهینه‌سازی فعالیت‌ها اظهار نظر می‌کنند. دو نمونهٔ یادشده این است که اعضای هیأت علمی آکادمی چه مشخصات و ویژگی‌هایی باید داشته باشند، و اینکه در رأی‌گیری سالانهٔ دسته‌های حوزهٔ علوم، مانند فیزیک، شیمی و ریاضیات، اعضای آکادمی چه نکاتی را باید در نظر بگیرند تا فرایند را مؤثر و آگاهانه به انجام برسانند.

در طراحی پلتفرم، درخواست عضویت در هیأت مشاورین از راه فرمی در بخش Committee ثبت می‌شود. متقاضی بخش جایزه و دسته‌بندی را انتخاب می‌کند، کشور، استان و شهر محل سکونت را مشخص می‌کند و می‌گوید در کدام حوزه می‌خواهد کار کند: در حوزهٔ حرفهٔ خود بر پایهٔ دسته و بخشی که برگزیده، در فعالیت‌های مجموعه در شهر محل سکونتش، یا در هر دو؛ سپس توضیحی می‌نویسد و درخواست را ارسال می‌کند. درخواست در فهرست متقاضی با وضعیت بررسی (در حال بررسی، تأیید، یا رد همراه با یادداشت) و وضعیت فعال یا مسدود نمایش داده می‌شود و پس از تأیید مدیر دیگر قابل ویرایش نیست. مدیر تعیین می‌کند نشان هیأت مشاورین فرد در بخش عمومی سایت نمایش داده شود یا نه.

پلتفرم برنامه‌هایی را هم ثبت می‌کند که مشاور به آن‌ها دعوت شده است، با تاریخ و ساعت اجرا، منطقهٔ زمانی، وضعیت پاسخ و مشارکت او (برای نمونه ردکردن، پذیرفتن بدون شرکت، یا پذیرفتن و شرکت) و پیوند برنامهٔ اجراشده. حضور یا عدم حضور مشاور در رأی‌گیری یا برنامه را مدیر تأیید می‌کند و نام او و

تاریخ اعلام ثبت می‌شود، تا میزان مشارکت هر مشاور مستند باشد. این‌ها ساختار طراحی‌شدهٔ پلتفرم‌اند و جزئیات اجرای هر دوره در گزارش همان دوره مشخص می‌شود.

۱۰.۳ آکادمی: رأی‌دهی و فعالیت اعضا

آکادمی در فرایند جوایز نقش تخصصی دارد و اعضای آن در دسته‌های مرتبط به نامزدها رأی می‌دهند. این نقش از هیأت مشاورین جداست: هیأت مشاورین دربارهٔ ساختار فعالیت‌ها، برنامه‌ها و مسیرهای مجموعه گفت‌وگو می‌کند. معرفی نامزدها و رأی اعضای آکادمی نیز دو مسئولیت جداگانه‌اند: گروه‌های پژوهشی و ارتباطی در شناسایی و معرفی افراد همکاری می‌کنند و اعضای آکادمی در دسته‌های تخصصی مرتبط رأی می‌دهند.

عضویت در آکادمی برای متخصصان، پژوهشگران، استادان دانشگاه، صاحبان آثار تخصصی، چهره‌های ادبی و هنری و افراد دارای تجربه در حوزه‌های مختلف در نظر گرفته شده است. برای عضویت در رشته‌های گوناگون، حوزهٔ تخصصی فرد با موضوع رأی‌گیری ارتباط دارد، و در ساختار تعریف‌شده حق عضویتی برای آکادمی در نظر گرفته نشده است. فعالیت اعضا به رأی‌دهی محدود نمی‌شود: در برنامه‌های پیش‌بینی‌شده، اعضا می‌توانند در پروژه‌ها، رویدادها، آموزش آزاد و Masterclass مشارکت کنند، با سازمان‌های مردم‌نهاد همکاری کنند، در برنامه‌های آموزشی زنان و کارآفرینان حضور یابند و در پروژه‌های اجتماعی یا فرهنگی سهم بگیرند. هر فعالیت با حوزهٔ تخصصی عضو و موضوع پروژه ارتباط دارد؛ تجربهٔ اعضا در چند قالب به کار گرفته می‌شود: رأی‌دهی تخصصی، مشورت در کارگروه، ارائهٔ آموزش، مشارکت در رویداد یا همکاری در پروژه. این نقش‌ها در بخش‌های آیندهٔ آکادمی برنامه‌ریزی شده‌اند و اجرای آن‌ها را باید بر پایهٔ گزارش‌های هر دوره سنجید.

در معرفی‌نامهٔ مجموعه، استادان، صاحب‌نظران و متخصصان می‌توانند در قالب کنفرانس، سمینار، مصاحبه، میزگرد و ورکشاپ، و در پروژه‌هایی مانند تدوین دانشنامه‌ها، آموزش رایگان، تربیت مدرس، جذب فاند و گرنت دانشگاهی و انتشار کتاب سال و مجله همکاری کنند. مهم‌ترین نقش‌های آنان چهار تاست: عضویت در هیأت‌های مشاوران، عضویت در هیأت‌های اجرایی، نامزدشدن برای جوایز پارسی و عضویت در آکادمی.

مسیر نامزدی از راه مصاحبه نیز در همین چارچوب می‌گنجد. پس از پیوستن به مجموعه، استادان و متخصصان می‌توانند در مصاحبه‌هایی مسیر کاری، رزومه، دستاوردها و چگونگی پیشرفت خود را بیان و خود را به ایرانیان سراسر جهان معرفی کنند، و چه بسا در این روند برخی از آنان به دلیل فعالیت‌ها، سوابق و دستاوردهایشان نامزد دریافت جوایز شوند. این یکی از راه‌های شناسایی است و جایگزین اصل نامزدی بر پایهٔ فعالیت نمی‌شود: مصاحبه راهی برای دیده‌شدن است، نه شرط یا امتیاز نامزدی.

۱۰.۴ پروفایل، نشان عضویت و مشارکت اعضا

مشارکت در کارگروه‌ها، آکادمی و تیم‌های پروژه با میزان زمان و تخصص افراد شکل می‌گیرد. برخی اعضا در نشست‌ها و مشورت‌ها حضور دارند؛ برخی در پروژه‌ای مشخص مسئولیت می‌پذیرند؛ و گروهی در تولید محتوا، آموزش، پژوهش یا اجرای رویداد همکاری می‌کنند. در وب‌سایت، پروفایل شخصی برای معرفی فعالیت‌های حرفه‌ای اعضا در نظر گرفته شده است و مشارکت فرد در پروژه‌ها و برنامه‌ها می‌تواند در کنار سوابق کاری‌اش قرار گیرد.

برای اعضای دائم کارگروه‌ها، هیأت مشاورین و آکادمی، نشان یا آیکون ویژه‌ای در حساب کاربری تعریف شده است تا نقش سازمانی آنان مشخص باشد. پروفایل شخصی و نشان عضویت دو کارکرد متفاوت دارند: پروفایل فعالیت و سوابق حرفه‌ای را معرفی می‌کند و نشان، نقش سازمانی فرد را نمایش می‌دهد. صفحه‌های اعضا در کنار محتوای نشست‌ها، برنامه‌های آموزشی و پروژه‌های مرتبط قرار می‌گیرند، و پیوند پروفایل‌ها با فعالیت‌ها مسیر مشاهدهٔ نقش متخصصان را در محیط آنلاین فراهم می‌کند.

۱۰.۵ پیشنهاد طرح‌ها و ارتباط کارگروه‌ها با پروژه‌ها

پیشنهاد پروژه‌ها می‌تواند از سوی متخصصان، اعضای آکادمی، اعضای کارگروه‌ها و دیگر افراد فعال مطرح شود. طرح پیشنهادی دربارهٔ موضوع، حوزهٔ فعالیت و شکل اجرا معرفی می‌شود و در نشست‌های مشورتی به بحث گذاشته می‌شود؛ اگر موضوعی در برنامه‌های جاری جای نداشته باشد، امکان تعریف آن به‌عنوان پروژه‌ای تازه وجود دارد. پیشنهادها می‌توانند به برنامه‌های موجود مربوط باشند یا موضوعی تازه را مطرح کنند. استادان دانشگاه و متخصصان می‌توانند پیشنهادهای خود را در قالب سخنرانی، سمینار، مصاحبه یا پروژهٔ پژوهشی و فرهنگی ارائه کنند و افراد دارای تجربهٔ حرفه‌ای مسیر کاری و پروژه‌های خود را معرفی کنند و در گفت‌وگوهای تخصصی یا کارگروه‌های مرتبط حضور یابند.

پس از مطرح‌شدن یک پیشنهاد، مسئولیت‌های پژوهش، برنامه‌ریزی، ارتباطات، تولید محتوا و اجرا در تیم‌های مرتبط پیگیری می‌شود و شکل تیم به موضوع طرح وابسته است: پروژه‌ای آموزشی، رویدادی یا رسانه‌ای هرکدام نقش‌های اجرایی متفاوتی دارند. موضوع‌های مطرح‌شده در کارگروه‌ها می‌توانند به تعریف پروژه، برنامهٔ آموزشی یا رویداد منجر شوند و اعضای کارگروه در تدوین

یا اجرای همان فعالیت نقش بگیرند؛ اعضای دائم بر پایهٔ زمان و فعالیت خود می‌توانند مدیر یا عضو تیم پروژه شوند و دیگران برای بخش یا دوره‌ای مشخص به تیم بپیوندند. پیوند کارگروه و پروژه مشارکت مشورتی را در کنار فعالیت اجرایی قرار می‌دهد. استادان و پژوهشگران نیز در ساختار مشورتی، آموزشی و اجرایی حضور دارند و نقش‌شان می‌تواند از ارائهٔ دانش و مشاوره تا حضور در تیم پروژه یا اجرای برنامهٔ آموزشی امتداد یابد؛ در طرح‌های مشترک، افراد بر اساس تخصص و موضوع پروژه کنار هم قرار می‌گیرند و مسئولیت‌های اجرایی و مشورتی میان آنان تقسیم می‌شود.

۱۰.۶ آموزش و انتقال تجربه

انتقال تجربه در قالب‌هایی چون مصاحبه، میزگرد، سمینار، سخنرانی و Masterclass انجام می‌شود. متخصصان می‌توانند دربارهٔ مسیر کاری، تجربه‌ها، آثار و پروژه‌های خود صحبت کنند و دانش حرفه‌ای‌شان را در اختیار مخاطبان و همکاران بگذارند. آکادمی و کارگروه‌ها در برنامه‌های آموزشی و پروژه‌های تخصصی نقش دارند و اعضای آکادمی در حوزه‌هایی مانند آموزش آزاد، کارآفرینی، فعالیت‌های اجتماعی و همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد مشارکت می‌کنند. محتوای نشست‌ها و برنامه‌های آموزشی می‌تواند ضبط و از راه وب‌سایت منتشر شود تا ارائهٔ تجربه به جلسهٔ حضوری محدود نماند و مخاطبان مناطق مختلف به آن دسترسی پیدا کنند.

۱۰.۷ همکاری فرامرزی و شبکهٔ بین‌المللی

شبکهٔ بین‌المللی جوایز پارسی از ارتباط افراد و گروه‌های ایرانی در کشورهای مختلف شکل می‌گیرد. متخصصان و فعالان حوزه‌های فرهنگی، علمی، هنری و اجتماعی می‌توانند از شهرها و کشورهای متفاوت در یک برنامه یا پروژه مشارکت کنند. تیم‌های محلی با انجمن‌ها و مجموعه‌های همان منطقه در تماس‌اند و با تیم‌های اجرایی و کارگروه‌های مرتبط پیوند دارند. یک پروژه می‌تواند از سوی گروهی در یک شهر پیشنهاد شود و همکارانی از نقاط دیگر در بخش‌های مختلف آن مشارکت کنند؛ پژوهش، تولید محتوا، ترجمه، ارتباط با نهادها و اجرای برنامه میان اعضای یک تیم تقسیم می‌شود و محل زندگی افراد و نقش آنان در پروژه می‌تواند متفاوت باشد.

ارتباط‌های بین‌المللی میان متخصصان، دانشگاه‌ها، انجمن‌ها و نهادهای محلی پیوند ایجاد می‌کند، و پروفایل‌های آنلاین، نشست‌های تخصصی، رویدادها و کارگروه‌ها مسیرهای آشنایی اعضا با یکدیگرند. مشارکت از راه دور نیز برای افرادی که در شهر دیگری زندگی می‌کنند امکان‌پذیر است و ترکیب هر تیم با محل اجرا و وظایف همان فعالیت شکل می‌گیرد.

۱۰.۸ ثبت، انتشار و دسترسی عمومی

ضبط و انتشار نشست‌های کارگروه‌ها و هیأت مشاورین بخشی از شیوهٔ ارتباط مجموعه با مخاطبان است. ویدئوی جلسه می‌تواند موضوع گفت‌وگو، دیدگاه‌های مطرح‌شده و مشارکت افراد را در دسترس کسانی قرار دهد که در زمان برگزاری حضور نداشته‌اند. موضوع نشست‌ها در دوره‌های مختلف تغییر

می‌کند: جلسه‌های عمومی به فعالیت‌ها و برنامه‌های کلی می‌پردازند و گفت‌وگوهای تخصصی‌تر به حوزه‌هایی مانند ادبیات، موسیقی، آموزش و پروژه‌های اجتماعی اختصاص می‌یابند.

مصاحبه‌ها، میزگردها، سمینارها، همایش‌ها و برنامه‌های آموزشی نیز در قالب تصویری یا نوشتاری در صفحه‌های آنلاین مجموعه قرار می‌گیرند. صفحهٔ هر جلسه یا برنامه موضوع گفت‌وگو، حوزهٔ تخصصی و نام مشارکت‌کنندگان را معرفی می‌کند و به فعالیت‌های مرتبط پیوند می‌دهد؛ پروفایل اعضای آکادمی، کارگروه‌ها و هیأت مشاورین نیز نقش هر فرد را در ساختار نشان می‌دهد. این مسیر نشست‌ها و برنامه‌ها را به آرشیوی از محتوای مرتبط با فعالیت‌های مجموعه تبدیل می‌کند. انتشار دیجیتال در کنار ارتباط مستقیم اعضا با گروه‌های اجرایی و مشورتی قرار دارد.

۱۰.۹ استقلال تصمیم‌گیری، سازمانی و رسانه‌ای

جوایز پارسی از جهت‌گیری‌های سیاسی و مذهبی دوری می‌کند و این اصل بخشی از چارچوب سازمانی آن است. مجموعه به هیچ حزب، جریان سیاسی یا نهاد مذهبی وابسته نیست و گرایش سیاسی یا مذهبی افراد معیار انتخاب در جوایز نیست. فعالیت هر شخص در دستهٔ مربوط به حوزهٔ همان جایزه بررسی می‌شود و از فعالیت او وابستگی سیاسی یا مذهبی مجموعه نتیجه گرفته نمی‌شود. در ساختار فعالیت‌ها، متخصصان و مشاوران در حوزه‌های مربوط به تجربهٔ خود مشارکت می‌کنند، اعضای آکادمی در دسته‌های تخصصی مرتبط رأی می‌دهند و کارگروه‌ها دربارهٔ برنامه‌ها و مسیر پروژه‌ها گفت‌وگو می‌کنند؛ این نقش‌ها به تفکیک حوزه و مسئولیت تعریف شده‌اند.

در الگوی ارتباطی مجموعه انتشار آنلاین از راه وب‌سایت و بسترهای دیجیتال جایگاه اصلی دارد. برنامه‌ها در این بسترها معرفی، پخش و آرشیو می‌شوند و فعالیت رسانه‌ای دیجیتال به یک شبکهٔ تلویزیونی اختصاصی محدود نیست.

۱۰.۱۰ سهم و دستاوردهای مشارکت

در مدل مشارکت پروژه‌ای، افراد به اندازهٔ زمان، تجربه و مسئولیتی که می‌پذیرند نقش دارند. دستاورد مشارکت می‌تواند شکل‌های مختلفی داشته باشد: درآمد حاصل از پروژه، اعتبار حرفه‌ای، حق مؤلف یا سهم در استفاده از اثر. اعضای کارگروه‌ها، آکادمی و تیم‌های اجرایی دانش و تجربهٔ خود را در اختیار پروژه‌ها و همکاران می‌گذارند و در مدل تقسیم منافع می‌توانند در منافع مستقیم یا غیرمستقیم فعالیت سهیم باشند؛ این منافع بسته به نوع پروژه مالی یا حرفه‌ای است و نحوهٔ سهم‌بندی با مسئولیت‌ها و توافق همان پروژه ارتباط دارد.

۱۰.۱۱ چرخهٔ برنامه‌سازی و هماهنگی تیم‌ها در زمان اجرا

در برنامه‌سازی رویدادها و مراسم، دورهٔ آماده‌سازی محتوا پیش از روز اجرا آغاز می‌شود. در چرخهٔ بعضی برنامه‌ها، تولید و انتشار محتوا از حدود یک ماه تا ۴۵ روز پیش از برنامه شروع می‌شود و گروه برنامه‌سازی قالب محتوا و موضوع‌های قابل ارائه را با توجه به زمان انتشار تنظیم می‌کند. در چرخهٔ جوایز، محتوای پیش از آغاز رأی‌گیری با محتوای زمان رأی‌گیری فرق دارد، و پس از پایان رأی‌گیری نیز برنامه‌ها و اطلاع‌رسانی در قالب دیگری تا مراسم اهدای جوایز ادامه

می‌یابد؛ تیزرها، برنامه‌های معرفی و محتوای رسانه‌ای در این دوره‌ها تولید و منتشر می‌شوند. وب‌سایت، شبکه‌های اجتماعی، اینفلوئنسرها، بلاگرها و رسانه‌های محلی از مسیرهای ارتباطی برنامه‌سازی‌اند.

در زمان اجرا، تیم‌های مختلف با هم همکاری می‌کنند: گروه برنامه‌سازی و تبلیغات محتوا و اطلاع‌رسانی را آماده می‌کند؛ تیم طراحی و تزیین سالن فضای برنامه را سامان می‌دهد؛ تیم ارتباطی با رسانه‌ها، انجمن‌ها و گروه‌های محلی در تماس است؛ و تیم اجرایی روز برنامه فعالیت‌های زمان برگزاری را دنبال می‌کند. پس از برنامه، فیلم‌برداری، انتشار محتوا و نگهداری ویدئوها بخشی از چرخهٔ ارتباطی مجموعه است و برنامه‌های ضبط‌شده در فضای آنلاین در دسترس می‌مانند و ارتباطشان با افراد و موضوع‌های مرتبط حفظ می‌شود.

۱۰.۱۲ چشم‌انداز و ساختار آینده

چشم‌انداز سازمانی جوایز پارسی ادامهٔ فعالیت از راه تیم‌های اجرایی، آکادمی، هیأت مشاورین، کارگروه‌ها و شبکه‌های محلی را دربرمی‌گیرد. در این ساختار نشست‌های عمومی در کنار گروه‌های تخصصی قرار دارند و متخصصان می‌توانند در پروژه‌ها، رویدادها، آموزش و برنامه‌های حرفه‌ای مشارکت کنند. ارتباط میان اعضا از راه جلسه‌های مشورتی، فعالیت‌های محلی و ابزارهای آنلاین برقرار می‌شود؛ نقش افراد در پروفایل‌های دیجیتال معرفی می‌شود و محتوای نشست‌ها و برنامه‌ها در وب‌سایت می‌آید. کارگروه‌ها، آکادمی و تیم‌های پروژه هرکدام بخشی از ساختار تصمیم‌گیری، مشورت و اجرای فعالیت‌ها را برعهده دارند.

در مسیر توسعه، کارگروه‌های عمومی به نشست‌های تخصصی‌تر در حوزه‌های مختلف گسترش می‌یابند؛ اعضای آکادمی، هیأت مشاورین، استادان، پژوهشگران و متخصصان در رأی‌دهی، مشورت، آموزش و اجرای پروژه‌ها نقش‌های گوناگون دارند؛ و پروژه‌های مشترک میان ایرانیان فعال در نقاط مختلف جهان، پروژهٔ پژوهشی، برنامهٔ آموزشی، نشست تخصصی یا فعالیت اجتماعی، راه‌های مشارکت در این ساختارند. شبکهٔ اعضا و تیم‌های محلی در شهرها و کشورهای مختلف با کارگروه‌ها و تیم‌های اجرایی پیوند دارد، و ترکیب این گروه‌ها با موضوع فعالیت و نیاز هر برنامه ارتباط دارد. این بخش چشم‌انداز و مسیر توسعه را شرح می‌دهد و گزارش اجرای کامل آن نیست؛ وضعیت هر بخش را باید بر پایهٔ گزارش‌های هر دوره سنجید.

۱۰.۱۳ ساختار باز؛ جهانی با ریشه‌های محلی

یکی از اصول بنیادین جوایز پارسی این است که همهٔ بخش‌های مجموعه برای همه باز است: نه فقط برای هنرمندان، فعالان اجتماعی، متخصصان، انجمن‌ها یا کسانی که پیش‌تر با مجموعه ارتباط داشته‌اند. هر کس، در هر نقطهٔ جهان، می‌تواند به اندازهٔ توان، تخصص، زمان و علاقهٔ خود در بخش‌های مختلف مشارکت کند. مجموعه برای یک فرد، یک گروه یا یک جغرافیای مشخص ساخته نشده است؛ پس وقتی از «مرکز» یا «بیس» آن می‌پرسیم، پاسخ ساده‌ای نیست که آن را به یک شهر یا کشور نسبت دهد. بیس واقعی آن جامعه‌ای است که برایش فعالیت می‌کند: ایرانیان و فارسی‌زبانان در هر نقطه‌ای از جهان.

جهانی‌بودن به معنای نادیده‌گرفتن فعالیت محلی نیست. اگر فعالیتی در ونکوور انجام می‌شود، ترجیح بر همکاری با انجمن‌ها و کامیونیتی‌های ایرانی همان شهر است؛ همین اصل دربارهٔ تورنتو، لس‌آنجلس، هامبورگ، آمستردام و

هر شهر دیگر صدق می‌کند. هدف این نیست که ساختاری جهانی وارد شهری شود و جای مجموعه‌های محلی را بگیرد، بلکه این است که ظرفیت بین‌المللی در اختیار ظرفیت محلی قرار گیرد و ظرفیت محلی بتواند از نیروی یک شبکهٔ جهانی بهره ببرد. در این مدل انجمن محلی قدرت بیشتری می‌یابد، تجربهٔ بیشتری به دست می‌آورد، افراد بیشتری جذب می‌کند و پروژه‌های بزرگ‌تری را با پشتوانهٔ شبکه‌ای بین‌المللی اجرا می‌کند.

انجمن‌های تخصصی نیز مکمل انجمن‌های محلی‌اند. این انجمن‌ها برای ایجاد شبکه‌های تخصصی در سطح بین‌المللی شکل می‌گیرند، مثلاً در حوزهٔ زنان، سلامت، روان‌شناسی، پزشکی، هنر و ادبیات، و ممکن است اعضایی در چند کشور داشته باشند و با انجمن‌های محلی همان حوزه همکاری کنند. دو سطح کنار هم کار می‌کنند: انجمن محلی، شناخت جامعه و نیازهای همان منطقه را دارد، و انجمن تخصصی جهانی افراد و دانش تخصصی را در سطح بین‌المللی به هم وصل می‌کند.

ساختار مجموعه گروهی تصمیم‌گیر و بسته نیست. افراد مختلف می‌توانند نظر بدهند، پیشنهاد کنند، سؤال بپرسند و در حوزهٔ تخصصی خود مسیرهای بهتر پیشنهاد دهند؛ اگر پروژه‌ای در حوزهٔ ادبیات اجرا شود، طبیعی است که نظر نویسندگان، شاعران، پژوهشگران و متخصصان ادبیات شنیده شود. اما تصمیم نهایی دربارهٔ ساختار کلان مجموعه نمی‌تواند صرفاً بر پایهٔ نظر یک گروه تخصصی باشد، چون ساختن زیرساختی جهانی مستلزم در نظر گرفتن مجموعهٔ بسیار بزرگ‌تری از عوامل، تجربه‌ها، نیازهای اجتماعی، شرایط اجرایی و تجربهٔ چندسالهٔ مجموعه است. متخصصان در حوزهٔ خود صاحب‌نظرند و نظرشان جدی گرفته می‌شود، اما هیچ گروه تخصصی به‌تنهایی صاحب کل ساختار نیست. در کنار این ساختار، شبکه‌ای بزرگ از داوطلبان و همکاران در نقاط مختلف جهان بخش

مهمی از توان اجرایی را می‌سازد؛ آنان زمان، تجربه و تخصص خود را، در بسیاری موارد بدون منفعت مالی مستقیم، صرف می‌کنند و این نشان می‌دهد که این حرکت متعلق به یک فرد یا یک دفتر خاص نیست.

شفافیت حداکثری یکی دیگر از اصول است. هر کس می‌تواند سؤال بپرسد یا پیشنهادی مطرح کند، و بسیاری از برنامه‌ها و مسیرهای آینده تا جای ممکن به‌صورت عمومی مطرح می‌شود؛ برنامهٔ چندساله صرفاً به دلیل اینکه «برنامهٔ آینده» است محرمانه نمی‌شود. شفافیت به معنای اجرای هر پیشنهاد نیست؛ به این معناست که پیشنهاد شنیده و بررسی می‌شود و اگر عملی، مفید و متناسب با ساختار باشد، می‌تواند وارد فرایند تصمیم‌گیری شود.

دلیل این تأکید آن است که اگر تصمیم‌ها بر پایهٔ علاقه، رابطه یا نظر شخصی افراد گرفته شود، حرکتی عمومی و جهانی به‌تدریج به مجموعه‌ای شخصی بدل می‌شود. هیچ‌کس نباید به دلیل نزدیکی به یک مدیر، عضویت در گروهی خاص یا رابطهٔ شخصی جایگاه ویژه بیابد. هرچه ساختار بیشتر بر معیار، فعالیت، تخصص، شفافیت و مشارکت جمعی تکیه کند، کمتر شخصی می‌شود و بیشتر می‌تواند متعلق به جامعه باشد.

۱۰.۱۴ از دغدغه تا مشارکت واقعی

در میان ایرانیان خارج از کشور متخصصان و صاحبان توانمندی بسیاری در رشته‌های گوناگون حضور دارند که از دغدغهٔ خود نسبت به ایران و جامعهٔ ایرانی می‌گویند. در نگاه مجموعه، این دغدغه ارزشمند است و زمانی معنا می‌یابد که به مشارکت واقعی تبدیل شود. مشارکت لزوماً به معنای وقت کامل نیست: یکی زمان می‌گذارد، دیگری تخصص ارائه می‌کند، فردی امکانات یا زیرساخت در اختیار می‌گذارد و دیگری از سرمایهٔ مالی خود بهره می‌گیرد. حتی چند ساعت در ماه،

بررسی یک بخش تخصصی، تدوین یک فصل یا مشاورهٔ یک پژوهشگر جوان، وقتی در کنار مشارکت ده‌ها و صدها نفر دیگر قرار گیرد، می‌تواند خروجی بزرگی بسازد.

یک نکتهٔ ساختاری اینجا اهمیت دارد. اگر هر پروژهٔ فرهنگی و اجتماعی فقط زمانی انجام شود که برایش بودجه‌ای اختصاص یافته و افراد بابتش دستمزد بگیرند، همان چرخهٔ قدیمی بازتولید می‌شود: پروژه‌ای تعریف می‌شود، بودجه جذب می‌شود، کار انجام می‌شود و پروژه پایان می‌یابد، اما خروجی در بسیاری موارد به‌صورت گسترده در اختیار جامعه نمی‌ماند. پروژه‌های پژوهشی و دانشنامه‌هایی که با هزینه و زمان بسیار تولید شده‌اند و در نهایت در کتابخانه‌ها و آرشیوها یا مجموعه‌های محدود مانده‌اند نمونه‌اند. هدف پروژهٔ فرهنگی نباید فقط «تولید یک اثر» باشد؛ باید این باشد که دانش تولیدشده مورد استفاده قرار گیرد، به اشتراک گذاشته شود و برای نسل‌های بعد ارزش بیافریند.

این نگاه کسی را ملزم نمی‌کند بدون دستمزد کار حرفه‌ای انجام دهد. اگر پروژه‌ای به کار تمام‌وقت و تخصصی نیاز دارد، می‌تواند قرارداد حرفه‌ای و مدل مالی مشخص داشته باشد. تفاوت میان بستن قرارداد برای یک کار حرفه‌ای و مشروط‌کردن کل مشارکت اجتماعی به دریافت پول است. انتظار حداقلی این است که هر کس، متناسب با توان خود، سهمی واقعی در ساختن داشته باشد؛ وقتی ظرفیت‌های گوناگون زمان، تخصص، سرمایه، ارتباطات، امکانات و تجربهٔ مدیریتی کنار هم قرار گیرد، منابع مالی را می‌توان برای بخش‌هایی به کار برد که واقعاً بدون پول ممکن نیست، و با همان سرمایه، خروجی بزرگ‌تری ساخت.

۱۰.۱۵ مشارکت اجتماعی؛ رابطه‌ای دوسویه

فعالیت اجتماعی در حوزه‌هایی مانند کودکان، سالمندان و زنان بیش از هر چیز به کار تیمی نیاز دارد، چون توان هر فرد محدود است و جامعه معمولاً در آغاز فعالیت یک فرد را جدی نمی‌گیرد. وقتی تیمی شکل می‌گیرد، اعتماد پدید می‌آید و حرکت اجتماعی به‌صورت مستمر پیش می‌رود، افراد مختلف می‌توانند هرکدام به شکلی نقش بگیرند. میزان و شکل اثر برای همه یکسان نیست؛ یکی مدتی طولانی و مستمر فعالیت می‌کند و دیگری در دوره‌ای کوتاه، تأثیر یکی مستقیم است و دیگری غیرمستقیم، اما هر نقش، حتی یک تماس یا پیگیری ساده، بخشی از اثرگذاری جمعی است. انگیزه‌ها هم متفاوت است: گروهی علاقهٔ اصلی‌شان خودِ اثرگذاری اجتماعی است؛ گروهی علاقه دارند اما زمان محدود دارند و ترجیح می‌دهند وارد مجموعه‌ای شوند که زیرساختش ساخته شده است؛ و گروهی حاضرند بخش قابل‌توجهی از وقت و انرژی خود را بگذارند.

حضور در یک مجموعهٔ اجتماعی معتبر برای فرد دستاوردهایی هم دارد. نگاه اطرافیان به او تغییر می‌کند، چون عملکردش در یک مجموعهٔ مشخص خودش معرف او می‌شود و لازم نیست دائماً توانایی‌هایش را توضیح دهد. معرفی خود به‌عنوان عضو مجموعه‌ای مشخص نیز اعتماد اولیه می‌سازد و ارتباط با سازمان‌ها و نهادها، از دانشگاه تا مراکز تخصصی، را آسان‌تر می‌کند. فرد در جریان کار چیزهای بسیاری می‌آموزد، بسیار فراتر از داوطلبی‌ای که به چند کار ساده محدود است: در متن کار قرار می‌گیرد، مسئله‌ای واقعی می‌بیند، با آدم‌های گوناگون کار می‌کند، مسئولیت می‌پذیرد، اشتباه می‌کند و اصلاح می‌کند. مهارت ارتباط اجتماعی، شناخت جامعه و مجموعه‌ها، و شبکه‌ای عمیق‌تر که بر پایهٔ تجربهٔ مشترک ساخته شده از جملهٔ این دستاوردهاست.

زیرساخت آماده را هم نباید دست‌کم گرفت. جلسات منظم، ارتباط میان افراد، فرصت‌های یادگیری و دسترسی به اطلاعات و تجربه‌ها حاصل کار جمعی‌اند و اگر فرد باید به‌تنهایی فراهم‌شان می‌کرد شاید ممکن نبود. در جامعه گاه وقتی حرکتی موفق شکل می‌گیرد، به‌جای افزودن به آن، هر کس می‌کوشد نمونه‌ای مشابه جداگانه راه بیندازد؛ رویکرد دیگر «جاده‌سازی» است: اگر مسیری در حال ساخته‌شدن است، وارد همان مسیر شویم و کمک کنیم بزرگ‌تر و پربارتر شود. کسانی که در ساختن جاده حضور داشته‌اند، شناخت، تجربه، ارتباطات و جایگاهی متفاوت از کسانی دارند که سال‌ها بعد فقط از مسیر آماده استفاده می‌کنند. با این حال هیچ مجموعه‌ای نمی‌تواند تضمین کند همهٔ افراد به یک اندازه از فرصت‌ها بهره ببرند؛ مجموعه بستر را می‌سازد و مسیر را باز می‌کند، و اینکه هر فرد چقدر از آن استفاده کند به خودش بستگی دارد. فعالیت اجتماعی رابطه‌ای دوسویه است: فرد بخشی از زمان و توان خود را به جامعه می‌دهد و در همان فرایند، تجربه، یادگیری، ارتباط، شناخت، اعتبار و فرصت‌های تازه به دست می‌آورد. شاید مهم‌ترین نکته همین باشد: کسانی که در ساختن مسیر نقش دارند، فقط به مقصد نمی‌رسند؛ در طول مسیر خودشان هم ساخته می‌شوند.

۱۰.۱۶ اتصال به نهادهای بین‌المللی: از رویداد تا بازارسازی

یکی از مسیرهای توسعهٔ پروژه‌های جوایز پارسی ایجاد ارتباط و همکاری با مجموعه‌ها و نهادهای بین‌المللی است: دانشگاه‌ها، رسانه‌ها و شرکت‌های بین‌المللی، موزه‌ها، مراکز هنری، مؤسسات فرهنگی و دیگر مجموعه‌هایی که می‌توانند در معرفی و توسعهٔ ظرفیت‌های ایرانی نقش داشته باشند. هدف فقط تولید محصولاتی مانند کتاب، سالنامه، مجله یا کاتالوگ نیست؛ در کنار تولید محتوا، ساختن شبکه و فضایی تازه برای عرضه، ارتباط و ایجاد بازار هم مدنظر است.

هر رویداد می‌تواند نقطهٔ شروع همکاری باشد. به‌جای آنکه برنامه‌ای برگزار شود و پایان یابد، می‌توان متخصصان، مدیران، استادان، نمایندگان مؤسسات، رسانه‌ها، موزه‌ها و شرکت‌های مرتبط با موضوع را دعوت کرد. حضور آنان فقط برای سخنرانی یا شرکت در مراسم نیست؛ زمینه‌ای است برای آشنایی با ظرفیت‌های ایرانی، ارتباط حرفه‌ای و همکاری‌های بعدی. در کنار هر رویداد یا پروژه می‌توان ابزارهای معرفی حرفه‌ای هم ساخت، از کاتالوگ و کتاب تا سالنامه، مجله و نسخهٔ دیجیتال، تا اطلاعات افراد، آثار و پروژه‌ها منظم و قابل‌ارائه در اختیار مخاطب تخصصی قرار گیرد و ارتباط پس از رویداد هم ادامه یابد.

سه نمونه این مدل را روشن می‌کند:

- **سینما:** در کنار فستیوال فیلم می‌توان کنفرانسی تخصصی برگزار کرد و فیلم‌سازان، تهیه‌کنندگان، منتقدان، فعالان صنعت و نمایندگان رسانه‌ها و مجموعه‌های توزیع و نمایش را گرد هم آورد. کاتالوگ فیلم‌های ایرانی اطلاعات آثار و سازندگان را حرفه‌ای در اختیار حاضران می‌گذارد، و فستیوال می‌تواند علاوه بر نمایش و رقابت، به بستر شبکه‌سازی حرفه‌ای و Film Market آثار ایرانی نزدیک شود.
- **هنرهای تجسمی:** در کنار Persian Art Expo، هنرمندان و آثارشان با کاتالوگی شامل اطلاعات هنرمند، اثر، زمینهٔ فعالیت و راه ارتباط معرفی می‌شوند تا گالری‌ها، موزه‌ها، کیوریتورها و مجموعه‌داران با این ظرفیت‌ها آشنا شوند. به این ترتیب نمایش آثار به فضای نمایشگاه محدود نمی‌ماند و ابزاری دائمی برای معرفی و عرضه شکل می‌گیرد.
- **علم و دانشگاه:** در مهندسی، علوم، فناوری و دیگر حوزه‌ها می‌توان کنفرانس علمی برگزار کرد و پروژهٔ مشترک تعریف کرد. همکاری از یک کنفرانس آغاز می‌شود و می‌تواند به پروژهٔ پژوهشی مشترک، ارتباط میان دانشگاه‌ها، انتقال

دانش و فرصت‌های تازه برای پژوهشگران برسد. کالج‌ها و مؤسسات آموزشی هم می‌توانند از راه برنامه‌های مشترک و نشست‌های تخصصی با جامعهٔ ایرانی ارتباط بگیرند.

آنچه شکل می‌گیرد مجموعه‌ای از رویدادهای جدا از هم نیست؛ هدف ساختن فضایی بین‌المللی برای گردهم‌آمدن (Gathering) است که افراد و مجموعه‌ها بر پایهٔ حوزهٔ فعالیت یکدیگر را بیابند. در این الگو رویداد نقطهٔ شروع ارتباط است، متخصصان شبکه را می‌سازند، کاتالوگ و محتوای تخصصی اطلاعات را به شبکه می‌رسانند و ارتباط‌های حاصل می‌تواند به همکاری، توزیع، بازارسازی و پروژه‌های تازه بینجامد. فلسفهٔ این مدل آن است که هیچ رویدادی نباید فقط در زمان برگزاری‌اش معنا داشته باشد. این‌ها مسیرهای توسعه‌اند و نتیجهٔ هر ارتباط به توافق و ظرفیت طرف‌های آن بستگی دارد.

۱۰.۱۷ از جامعهٔ ایرانی به جامعهٔ میزبان؛ اعتماد و اشتراک ظرفیت‌ها

فعالیت ایرانیان خارج از کشور نباید فقط در محدودهٔ جامعهٔ ایرانی بماند. ایرانیان می‌توانند در جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند حضور مؤثر داشته باشند و ایران و ایرانی را از راه توانمندی‌های خود معرفی کنند: هنرمندی آثارش را در بازارهای تازه عرضه کند، فیلم‌سازی آثارش را در کشورهای مختلف نمایش دهد، نقاشی یا مجسمه‌سازی نمایشگاهی بین‌المللی برگزار کند، نویسنده‌ای در بازارهای گوناگون منتشر کند، و کسب‌وکاری ایرانی محصول و خدمتش را به جامعه‌ای فراتر از جامعهٔ ایرانی معرفی کند. یکی از کارکردهای این زیرساخت می‌تواند کمک به ساختن بازار، ارتباط و فرصت برای عرضهٔ این توانمندی‌ها باشد.

مسئلهٔ اصلی نبود ابزار و فضای همکاری است. بسیاری می‌گویند می‌خواهند برای ایران و جامعه کاری کنند، اما علاقه به‌تنهایی کافی نیست: اگر فرد نداند چه کاری از او برمی‌آید، چه کسی به تخصصش نیاز دارد، چگونه با افراد مناسب ارتباط بگیرد، یا فضایی برای اجرای ایده‌اش نداشته باشد، علاقه به عمل تبدیل نمی‌شود. از این رو یکی از کارکردهای اصلی مجموعه ساختن ابزار و فضای عملی برای تبدیل علاقه و توانمندی به همکاری واقعی است.

اعتماد نخستین زیرساخت همکاری است. وقتی افراد بدانند چه کسانی در چه حوزه‌هایی فعال‌اند، چه تخصص‌هایی وجود دارد، چه پروژه‌هایی در جریان است و چگونه می‌توانند به آن‌ها بپیوندند، همکاری بسیار ساده‌تر می‌شود. در جامعهٔ ایرانی ظرفیت‌های فراوان است: استاد دانشگاه، پژوهشگر، پزشک، مهندس، هنرمند، فیلم‌ساز، نویسنده، مدیر، کارآفرین و متخصص فناوری. مسئله نبود این ظرفیت‌ها نیست؛ مسئله این است که به هم دسترسی ندارند. یکی دانش دارد، دیگری تجربه، دیگری ارتباطات، دیگری امکانات و دیگری زمان؛ وقتی کنار هم قرار گیرند، پروژه‌هایی ممکن می‌شوند که هیچ‌کدام به‌تنهایی از عهده‌شان برنمی‌آیند.

پروژه‌ها نقطهٔ اتصال این ظرفیت‌ها هستند. فردی که نمی‌داند چگونه از تخصص خود برای جامعه استفاده کند، می‌تواند از راه یک پروژه وارد شود؛ فرد در پی یادگیری تجربه‌ای عملی می‌یابد؛ صاحب ایده افراد موردنیاز خود را پیدا می‌کند؛ و کسی که امکانات یا سرمایه دارد می‌تواند آن را در پروژه‌ای مشخص و قابل‌استفاده به کار گیرد. از دل این شبکه انجمن‌ها و کامیونیتی‌های تازه نیز می‌توانند بر پایهٔ تخصص، علاقه، شهر، کشور یا موضوعی مشترک شکل بگیرند. این ساختار قرار نیست همهٔ فعالیت‌ها را از مرکز اداره کند؛ بستری است تا افراد بتوانند با هم ارتباط بگیرند، گروه بسازند و پروژه اجرا کنند. هر جا فرد یا گروهی

ایرانی فعالیت می‌کند می‌تواند با انجمن‌های محلی، کامیونیتی‌ها، مراکز فرهنگی و دانشگاه‌های همان جامعه هم همکاری کند، تا پروژه هم از ظرفیت جامعهٔ ایرانی و هم از ظرفیت جامعهٔ میزبان بهره ببرد.

مجموعهٔ این ساختارها را می‌توان چرخه‌ای دید: افراد، تخصص‌ها، پروژه‌ها، مشاورین، تیم‌های اجرایی، انجمن‌ها و کامیونیتی‌ها، فعالیت‌های محلی و بین‌المللی، معرفی توانمندی‌های ایرانی، بازارها و فرصت‌های تازه، و در نهایت شناسایی و تجلیل از دستاوردها. جایزه در این نگاه ویترین و نقطهٔ اتصال دستاوردهاست و بخشی از جریانی بزرگ‌تر. این چرخه وقتی نیرو می‌گیرد که افراد وارد آن شوند و هر کس متناسب با توان خود چیزی بیفزاید: یکی دانش، یکی زمان، یکی سرمایه، یکی ارتباطات، یکی تجربه و یکی ایده یا پروژه. از همین‌رو از متخصصان، استادان، هنرمندان، پژوهشگران، صاحبان کسب‌وکار، انجمن‌ها، کامیونیتی‌ها و فعالان اجتماعی دعوت می‌شود به شکل مشارکت در پروژه، عضویت در شبکهٔ مشاورین، همکاری اجرایی، ایجاد کامیونیتی، ارائهٔ تخصص یا معرفی پروژهٔ خود در این ساختار حضور یابند.

۱۰.۱۸ مزایای عضویت در انجمن‌ها و کلوپ‌های تخصصی

مجموعه برای اعضای انجمن‌ها و کلوپ‌های تخصصی خود مزایایی پیش‌بینی کرده است. مزایای زیر در معرفی‌نامهٔ مجموعه پیش‌بینی شده‌اند و بیانگر جهت‌گیری و برنامه‌اند، نه تضمین اجرای همهٔ موارد در هر دوره. هدف این انجمن‌ها، افزون بر ساختن شبکه‌ای قوی از افراد همفکر، دسترسی به منابع، اطلاعات و فرصت‌های ارزشمند برای متخصصان، پژوهشگران و علاقه‌مندان حوزه‌های مختلف است.

- **شناخته‌شدن حرفه‌ای:** گواهی عضویت یا نشان اعتبار حرفه‌ای، نمایش دستاوردها مانند جوایز و انتشارات، گنجانده‌شدن در فهرستی حرفه‌ای، و معرفی در خبرنامه‌ها، وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی. اعضا همچنین می‌توانند مقاله و پژوهش خود را در مجلات تخصصی انجمن منتشر کنند.
- **شبکه‌سازی:** دسترسی به شبکه‌ای جهانی یا محلی از متخصصان همفکر، دعوت اختصاصی به رویدادها و کنفرانس‌ها، انجمن‌های آنلاین برای بحث و همکاری، گروه‌های تخصصی بر پایهٔ حوزهٔ دانش، ارتباط با آموزش‌دهندگان و کارآموزان، و جلسات شبکه‌سازی مجازی برای اعضای بین‌المللی.
- **آموزش و منابع:** دسترسی رایگان یا تخفیف‌دار به نشریات و مجلات، پایگاه دانش یا کتابخانه، دوره‌ها و گواهینامه‌های تخصصی، وبینارها و پنل‌های گفت‌وگو، و جلسات کارشناسی با چهره‌های پیشرو. محتوای آموزشی ارزشمند، از مقاله و ویدیو تا پادکست و کتاب الکترونیکی، ممکن است رایگان در اختیار اعضا قرار گیرد و هزینهٔ آن از راه اسپانسری جوایز پارسی تأمین شود.
- **مسیر شغلی:** مشاوره و راهنمایی شغلی، کمک به بهبود رزومه و پروفایل حرفه‌ای، کارگاه‌ها و وبینارهای مهارت‌افزایی، ارزیابی مسیر شغلی، منابع آماده‌سازی مصاحبه، و آشنایی با آژانس‌های کاریابی، پلتفرم‌های استخدام و نمایشگاه‌های شغلی.
- **فرصت‌های تجاری:** ارجاع و سرنخ‌های تخصصی از درون گروه، همکاری در پروژه‌ها یا سرمایه‌گذاری‌های تجاری، فرصت‌های تبلیغاتی برای مشاغل اعضا، ارتباط فروشنده و مشتری از راه انجمن، مشاوره و آموزش دربارهٔ منابع موجود در کشورهای مختلف، و فرصت ارائهٔ ایده به سرمایه‌گذاران یا شرکت‌های بالقوه.

- **رهبری و داوطلبی:** مشارکت در کمیته‌ها و گروه‌های کاری، میزبانی رویدادها و ارائهٔ سخنرانی، نقش‌های رهبری در ساختار انجمن، بهره‌گیری از ظرفیت داوطلبان برای راه‌اندازی پروژه‌ها، و برنامه‌های توسعهٔ رهبری و آموزش.
- **فعالیت‌های ویژهٔ اعضا:** جلسات پرسش و پاسخ با رهبران، گروه‌های تمرکز و کارگاه‌های Brainstorm، دسترسی به ابزارهای همکاری آنلاین و اتاق‌های جلسهٔ مجازی، و دعوت به آزمایش محصولات یا ابزارهای تازهٔ مرتبط با حرفه.
- **تأثیر اجتماعی:** شرکت در رویدادهای خیریه، حمایت از پروژه‌هایی که به نفع جوامع محروم است، و بورسیه یا حمایت مالی برای دانشجویان و متخصصان آینده‌دار.
- **جوایز و آکادمی:** اعضای انجمن‌ها و کلوپ‌ها می‌توانند از نامزدهای دریافت جوایز پارسی باشند و در صورت داشتن شرایط لازم به عضویت در پرشین آکادمی درآیند. برخی کلوپ‌ها نیز آکادمی علمی تخصصی خود را دارند که اعضا در دوره‌های تخصصی و پیشرفتهٔ آن شرکت می‌کنند.

عضویت در این انجمن‌ها، به‌ویژه برای کسانی که به‌دنبال رشد در حوزهٔ کاری خود هستند، فرصتی برای دسترسی به شبکه، دانش و فرصت‌هایی است که به‌تنهایی کمتر در دسترس‌اند.

جمع‌بندی پایانی

جوایز پارسی ساختاری فرهنگی و چندبخشی دارد که جایزه‌ها، رویدادها، پروژه‌ها، فعالیت‌های رسانه‌ای و همکاری‌های تخصصی را در کنار هم قرار می‌دهد. نام «پارسی» دامنهٔ فرهنگی مجموعه و پیوند آن با ایرانیان و فارسی‌زبانان در نقاط مختلف جهان را بازتاب می‌دهد. نشان نیلوفر طلایی با دوازده گلبرگ متقارن، نوشتهٔ لاتین *Persian Awards* و علامت ® هویت بصری مجموعه است و دوازده گلبرگ با دوازده جایزهٔ اصلی پیوند دارد؛ جوایز اصلی از دسته‌های سالانه و طبقه‌بندی‌های درون هر جایزه جدا هستند. یک روی هر مدال همیشه گل نیلوفر است و روی دیگر آن نماد همان سال: گریفین در ۲۰۲۴، دماوند در ۲۰۲۵ و سیمرغ در ۲۰۲۶. جوایز پارسی از جهت‌گیری‌های سیاسی و مذهبی دوری می‌کند.

سیر شکل‌گیری مجموعه از فعالیت‌های پیشین در ایران، دبی و کانادا می‌گذرد. چهار دورهٔ نخست «مرد و زن پارسی سال» از سال ۲۰۰۶ آغاز شد. با گسترش فعالیت‌ها، بخش‌های تازه‌ای در حوزه‌های فرهنگی، هنری، علمی، اجتماعی و حرفه‌ای افزوده شد: جایزهٔ «چهره‌های تأثیرگذار پارسی/فعالان اجتماعی» که در ۲۰۲۵ برای ۲۴ طبقه‌بندی آن مدال اهدا شد، جوایز ورزشکار پارسی سال و جوایز یک‌عمر دستاورد در ۲۰۲۶، و جوایز فیلم پارسی که نخستین دورهٔ آن در ۲۰۲۵ برگزار شد.

ساختار جوایز میان جایزهٔ اصلی، دسته و طبقه‌بندی تفاوت می‌گذارد. معرفی نامزدها، بررسی اطلاعات و رأی‌گیری نقش‌های جداگانه‌ای دارند، و آکادمی از متخصصان حوزه‌های مختلف تشکیل می‌شود و رأی تخصصی اعضای آن از نقش گروه‌های پژوهشی، کارگروه‌ها و مشاوران جداست. معیار انتخاب فعالیت فرد یا نهاد در حوزهٔ جایزه است، نه گرایش سیاسی یا مذهبی او.

رویدادهای جوایز پارسی شکل‌های گوناگون دارند. جشنوارهٔ بین‌المللی ایران برنامه‌ای فرهنگی و غیررقابتی است که مشارکت حضوری و آنلاین را دربرمی‌گیرد و شرکت‌کنندگان آن گواهی دریافت می‌کنند؛ این جشنواره با فستیوال فیلم رقابتی تفاوت دارد. در حوزهٔ فیلم، Persian Film، Persian Film Network Database، فستیوال فیلم برای فیلم کوتاه، مستند و انیمیشن، Persian Film Academy، Persian Film Awards و کنفرانس و بازار فیلم هر کدام بخش جداگانه‌ای هستند، و آثار Featured برای نمایش یا اکران معرفی می‌شوند و در رقابت شرکت نمی‌کنند.

در حوزهٔ فعالیت‌های اجتماعی، پروژه‌های جامعه‌محور زمینه‌هایی چون توانمندسازی زنان، آموزش، سازمان‌های مردم‌نهاد، سالمندان، کودکان و نوجوانان را دربرمی‌گیرند. برنامهٔ «چهره‌های ماندگار» برای نکوداشت افراد زنده و

بزرگداشت درگذشتگان برگزار شده و پنج برنامه برای پنج نفر گزارش شده است؛ جوایز پارسی همچنین هر سال از درگذشتگانی که خدمات اجتماعی داشتند و از چهره‌های تأثیرگذار بودند تجلیل می‌کند.

پلتفرم دیجیتال پیوند میان پروفایل اشخاص و نهادها، دانشنامه، پایگاه‌های تخصصی، محتوای رسانه‌ای، نشر، فروشگاه، بازار هنر، Booking، Licensing، رویدادها و Project را فراهم می‌کند. رویدادها و مشارکت‌ها در مدل مالی مجموعه جای دارند: اسپانسرشیپ و آگهی، کمک‌های اهدایی، فاند و گرنت، همکاری‌های تجاری، نشر و خدمات آنلاین، در کنار مشارکت داوطلبانه و سرمایهٔ غیرنقدی. در چارچوب مالی معرفی‌شده، فعالیت مالی در داخل ایران انجام نمی‌شود.

حکمرانی فعالیت‌ها از راه تیم‌های اجرایی، گروه‌های پژوهشی و ارتباطی، کارگروه‌ها، هیأت مشاورین، آکادمی و تیم‌های محلی شکل می‌گیرد؛ مسئولیت‌های پژوهش، مشورت، رأی‌دهی، برنامه‌ریزی و اجرا از هم متمایزند. نشست‌های کارگروه‌ها و هیأت مشاورین ضبط و منتشر می‌شوند و نقش اعضا در پروفایل‌های دیجیتال معرفی می‌شود. چشم‌انداز جوایز پارسی در پیوند میان جایزه‌ها، برنامه‌های فرهنگی، پروژه‌های اجتماعی، آموزش، رسانه، نشر و زیرساخت دیجیتال تعریف می‌شود؛ توسعهٔ کارگروه‌های تخصصی، مشارکت دانشگاهیان و متخصصان، ارتباط گروه‌های محلی در کشورهای مختلف و گسترش پروژه‌های مشترک از مسیرهای این ساختارند.

جوایز پارسی

پیوند پیشرفت ایرانی با جهان

- ارزش‌آفرینی ماندگار
- پاسداشت اصالت فرهنگی
- توسعه و پیشرفت
- نوآوری الهام‌بخش

جوایز پارسی
Persian Awards®

Silk Road
Publishing