



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

شیوه‌نامه تولید رسانه در مراکز دفاتر و ادارات تابعه معاونت بهداشت

مقدمه

آموزش سلامت با هدف ترغیب مردم به اینکه بخواهند سالم باشند، بدانند چگونه سالم بمانند، برای حفظ سلامت فردی و اجتماعی اقدام نمایند و در موقع لزوم طلب کمک کنند جزء لاینفک سیستم ارایه خدمات بهداشتی به شمار می‌رود.

آموزش سلامت به منظور تحقق این اهداف و توانا ساختن مردم در یادگیری و به کار بردن مهارت‌ها برای ارتقای سلامت نیاز به تشویق مردم به مشارکت در برنامه‌ریزی و اجرای مراقبت‌های بهداشتی اولیه، توجه و درک صحیح از فرهنگ جوامع، شیوه زندگی و مهارت‌های زندگی آنها، برقراری ارتباط خوب با مردم که تبادل اطلاعات و افکار را به طور واضح و روشن میسر سازد و انتخاب مناسب‌ترین تکنولوژی آموزشی در برنامه‌های ارتقای سلامت دارد.

عرصه آموزش سلامت مستلزم به‌کارگیری انواع مختلف رسانه‌ها و روش‌های آموزشی است. هر چه رسانه و روش به درستی انتخاب و تهیه شود، امر یاددهی و یادگیری با سهولت بیشتری انجام می‌شود. لذا با توجه به اهمیت تاثیر کاربرد رسانه‌ها و روش‌های آموزشی در میزان یادگیری مخاطبین نیاز است با یک برنامه‌ریزی دقیق و نظارت بر تولید رسانه‌ها، رسانه‌هایی استاندارد و با اثر بخشی بیشتر تهیه، تولید و توزیع گردند.

از این‌رو کمیته هماهنگی ارتباطات و آموزش سلامت در سطح معاونت سلامت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی از سال ۱۳۸۶ با حضور نمایندگان منتخب مراکز، دفاتر و ادارات تابعه معاونت سلامت با هدف کلی ارتقای کمی و کیفی کلیه فعالیت‌ها و مداخلات آموزشی تشکیل گردید.

در سال ۱۳۸۸ مجدداً این کمیته با عنوان کمیته هماهنگی برنامه‌ها و مداخلات آموزش و ارتقای سلامت با ریاست محترم معاونت بهداشت و دبیری مدیر کل دفتر آموزش و ارتقای سلامت احیا و اعضای آن با ابلاغ رسمی معاونت بهداشت انتخاب شدند.

همچنین در فروردین ماه سال ۱۳۹۱ در جلسه شورای مدیران، چاپ و تجدید چاپ کتاب با تایید کمیته و نیز چاپ هر گونه پوستر، پمفلت،... صرفاً پس از تایید فنی دفتر آموزش و ارتقای سلامت مصوب شد. بر اساس شرح وظایف کمیته فوق بررسی کیفیت رسانه‌های آموزشی در دست تولید مراکز، دفاتر و ادارات بر اساس شیوه نامه مصوب در مرحله پیش تولید از مهم ترین فعالیت‌های آن است که در زیر کمیته فنی تولید رسانه‌های آن بررسی می‌گردد.

در این زمینه کلیه رسانه‌های آموزشی تهیه شده در سطح معاونت بهداشت قبل از تولید جهت بررسی به این کمیته ارجاع و در صورت تایید، مجوز انتشار صادر می‌گردد. ضمن آن که با هماهنگی معاون امور عمومی معاونت بهداشت مقرر است اقدام مراکز، دفاتر و ادارات تابعه جهت چاپ رسانه و تایید سند هزینه مربوطه با نظر دبیر کمیته هماهنگی برنامه‌ها و مداخلات آموزش و ارتقای سلامت صورت گیرد.

محل تشکیل کمیته

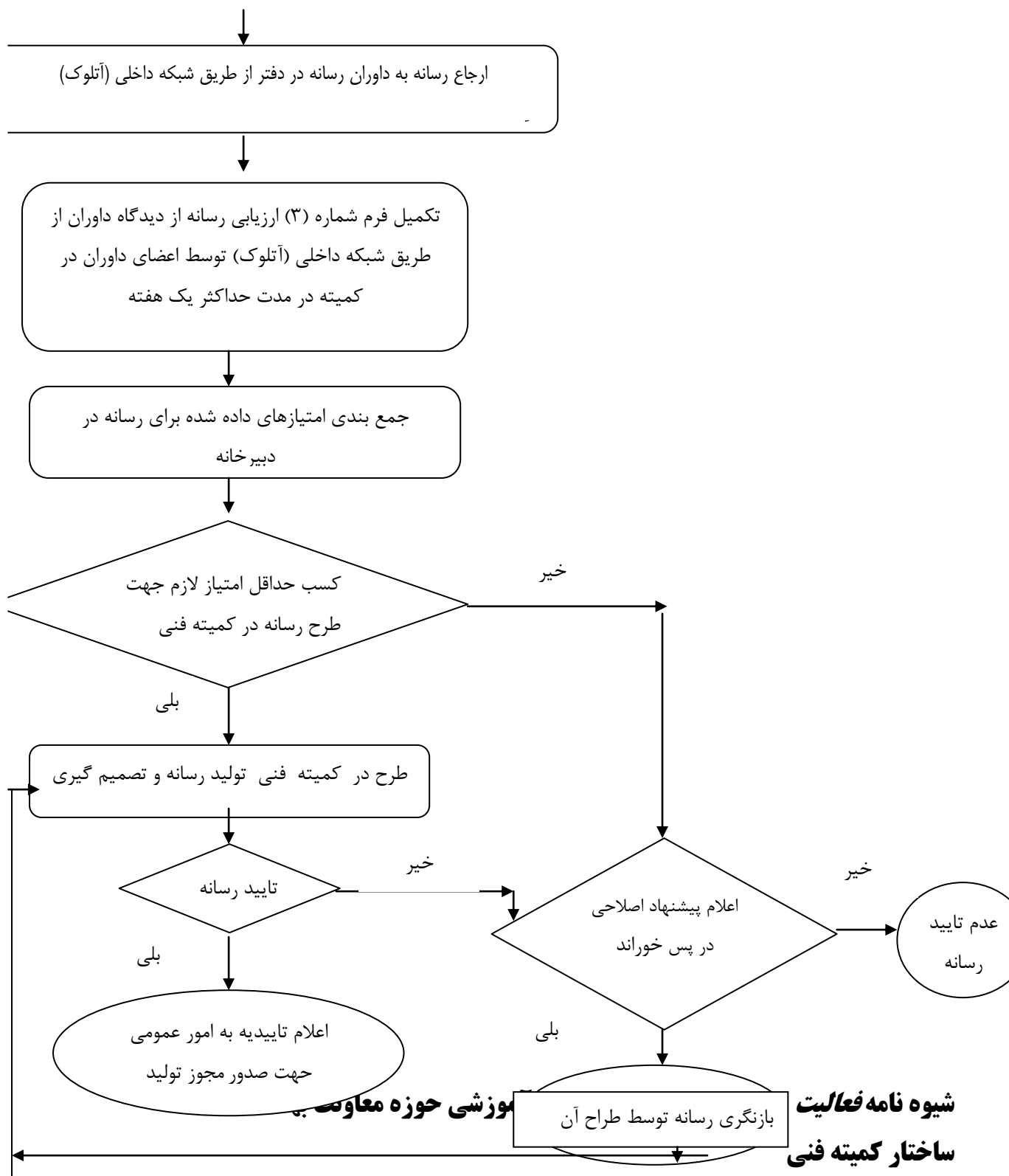
محل دبیرخانه کمیته (دفتر آموزش و ارتقای سلامت) است.

نمودار فرایند بررسی رسانه‌ها در مرحله پیش تولید در کمیته فنی تولید رسانه در صفحه بعد آمده است.

گردش کار کمیته فنی تولید رسانه در معاونت بهداشت

ارسال نسخه الکترونیک رسانه به دبیرخانه کمیته (آموزش سلامت)

از طریق شبکه داخلی (آتلوک) و تکمیل فرم شماره (۱) شناسنامه رسانه فرم شماره (۲) فرایند پیش رسانه



کمیته فنی تولید رسانه به عنوان زیر کمیته هماهنگی برنامه‌ها و مداخلات آموزش و ارتقای سلامت است و دبیرخانه آن در دفتر آموزش و ارتقای سلامت معاونت بهداشت است.

اعضای منتخب کمیته فنی تولید رسانه شامل:

- نماینده واحد درخواست کننده تولید رسانه
 - نماینده واحدهای فنی مرتبط با موضوع رسانه
 - کارشناس آموزش سلامت
 - یک نفر طراح
 - داوران تخصصی در صورت نیاز
 - و دبیری نماینده دفتر آموزش و ارتقای سلامت
- نمایندگان منتخب مراکز، دفاتر و ادارات حوزه معاونت بهداشت و در صورت نیاز کارشناسان توانمند خارج از حوزه
- ابلاغ عضویت اعضا به مدت یک سال توسط معاون بهداشت صادر می‌گردد.

زمان برگزاری جلسات کمیته

برحسب نیاز و بر حسب ضرورت و از طریق دبیر کمیته به اعضا اعلام می‌گردد. جلسات کمیته با حضور نصف به علاوه یک اعضا رسمیت خواهد یافت. پیشنهادات با نظر اکثریت اعضای حاضر در جلسه تصویب خواهد شد.

وظایف و مقررات

- کمیته وظیفه نظارت بر تولید رسانه‌های آموزشی در سطح معاونت بهداشت را به عهده دارد.
- انتشار کلیه رسانه‌ها و نشریات اعم از پمفلت، پوستر، لوح فشرده، کتاب و کتابچه تألیفی یا ترجمه‌ای، فیلم، انیمیشن، تیزر، کلیپ در سطح معاونت بهداشت باید با تایید کمیته فنی تولید رسانه باشد.
- کلیه درخواست‌های تولید رسانه در مرحله پیش تولید از طریق ارسال نسخه الکترونیک رسانه توسط رئیس مرکز و یا مدیرکل دفاتر معاونت بهداشت برای ارزیابی در کمیته به مدیر کل دفتر آموزش و ارتقای سلامت صورت می‌گیرد.
- در رابطه با سایر رسانه‌ها از جمله: فیلم، تیزر، انیمیشن، کلیپ سناریوی مربوطه باید طی نامه‌ای رسمی از سوی مدیر کل دفتر مذکور جهت بررسی به کمیته فنی تولید رسانه ارائه گردد.
- کمیته تنها به رسانه‌هایی مجوز تولید خواهد داد که موضوع آنها منطبق با اولویت‌های تعیین شده توسط واحد ذیربط در معاونت بهداشت باشد. (اولویت‌های آموزشی سلامت واحدهای تابعه معاونت بهداشت هر ساله در کمیته هماهنگی تعیین می‌گردد).

- ارزیابی محتوای علمی رسانه توسط داوران مربوطه در کمیته انجام می‌شود.
- تبصره ۱:** منظور از داوران، کارشناسان ادارات، دفاتر و مراکز حوزه معاونت بهداشت، و اعضاء هیئت علمی است.
- تبصره ۲:** در رابطه با چاپ کتاب، ارزیابی سه کارشناس الزامی است.
۱. پس از اخذ نظریه علمی، رسانه از لحاظ تکنیکی (با توجه به استانداردهای تهیه شده) در دفتر آموزش و ارتقای سلامت مورد بررسی قرار می‌گیرد.
 ۲. پس از دریافت نظرات علمی و تکنیکی، رسانه قابل طرح در کمیته فنی تولید رسانه خواهد شد.
 ۳. رسانه‌هایی در جلسه کمیته فنی تولید رسانه مطرح می‌شوند که:
 - الف- فرم‌های زیر برای آن‌ها در پرتال تکمیل شده و همراه نسخه الکترونیک رسانه به دبیرخانه کمیته ارسال شده باشد.
 - فرم شماره ۱ (شناسنامه مربوط به رسانه‌های آموزشی)
 - فرم شماره ۲ (گزارش اجرای فرایندهای پیش رسانه)
 - فرم شماره ۳ (تحت عنوان پیش آزمون مواد آموزشی از دیدگاه گروه هدف منتخب)
 - ب- حداقل امتیاز ارزیابی علمی (۳۰ از ۴۵) را بدست آورده باشند. فرم شماره (۴) فرم ارزیابی رسانه از دیدگاه داوران

شیوه نامه تولید رسانه‌ها و مواد آموزشی در معاونت بهداشت

- ۱- رسانه‌هایی که تهیه کننده قصد تولید در سطح انبوه (بیش از ۱۰۰۰ عدد) آن را دارد باید تائیدیه کمیته فنی تولید رسانه را دارا باشند.
- ۲- تجدید چاپ رسانه در مقیاس وسیع نیز باید به تایید زیر کمیته فنی تولید رسانه برسد.
- ۳- در مورد رسانه‌هایی که براساس مصوبه کمیته نیاز به بازنگری دارند، لازم است پس از اصلاح توسط طراح به دبیرخانه عودت داده شوند. تایید نهایی رسانه به عهده دبیر زیر کمیته فنی تولید رسانه است.
- تبصره: در صورتی که اصلاحات پیشنهادی کمیته جزئی باشد تایید دبیر کمیته کفایت کرده و در صورت نیاز به اصلاحات ساختاری، طرح مجدد رسانه در زیر کمیته الزامی باشد. تصمیم گیری در این خصوص به عهده اعضای زیر کمیته است.
- ۴- رسانه‌ای که مورد تایید زیر کمیته فنی تولید رسانه قرار می‌گیرد حداکثر تا یک سال پس از تاریخ تصویب باید انتشار یابد، در غیر این صورت مجوز مجدد کمیته برای انتشار آن الزامی است.
- ۵- موضوع رسانه باید منطبق با نیازهای آموزشی اولویت دار اداره ذیربط باشد.
- ۶- موضوع رسانه باید در راستای شرح وظایف اداره تهیه کننده رسانه باشد.

تبصره: در مواردی که موضوع رسانه در ارتباط با شرح وظایف دیگر ادارات فنی باشد توجه به نکات زیر ضروری است:

الف- قبل از ارسال رسانه به دبیرخانه کمیته فنی تولید رسانه لازم است با اداره فنی مربوطه هماهنگی شود تا از همخوانی موضوع رسانه با اولویت‌های آن واحد اطمینان حاصل گردد.

ب- ضرورت تهیه این‌گونه رسانه‌ها باید به تایید رئیس کمیته فنی تولید رسانه (معاونت محترم بهداشت) برسد.

۷- در مورد رسانه‌هایی که با تیراژی کمتر از ۱۰۰۰ نسخه و به صورت زیراکس تهیه می‌شوند، مجوز کمیته ضرورتی ندارد.

۸- سند هزینه تهیه و چاپ رسانه باید به تایید دبیر کمیته فنی تولید رسانه برسد در غیر این صورت قابل پرداخت نخواهد بود.

رسانه‌هایی در کمیته فنی تولید رسانه مورد بررسی قرار خواهند گرفت که:

الف- فرم شناسنامه آنها به طور دقیق و کامل تکمیل شده باشد.

ب- نام تهیه کننده یا تهیه کنندگان اصلی در آن قید شده باشد. (درج اسامی افرادی که در تهیه رسانه نقش موثری نداشته اند تحت عناوینی مانند "با مشارکت"، "تحت نظارت" و... به هیچ نحو مجاز نیست). در صورتی که آوردن اسامی تولیدکنندگان در رسانه به شکل اصلی آن صدمه بزند (مثل پوستر) نیازی به درج اسامی تولیدکننده یا تولیدکنندگان روی آن نیست.

۱۱- گواهی تولید رسانه از طرف کمیته فنی تولید رسانه برای تولیدکننده یا تولیدکنندگان رسانه‌هایی که مورد تایید قرار گرفته صادر می‌شود. این گواهی ملاک اعطای امتیازات مربوط به تولیدکنندگان است.

۱۲- محدودیت اعطای گواهی برای تهیه کنندگان یک رسانه به شرح زیر است:

- پوستر، پمفلت و کتابچه حداکثر ۳ نفر
- کتاب تالیفی به ازای هر ۵۰ صفحه حداکثر ۲ نفر
- کتاب ترجمه به ازای هر ۳۰ صفحه حداکثر ۱ نفر
- در مورد افراد بیش از تعداد فوق کمیته تصمیم خواهد گرفت.

۱۳- در خصوص جزوات، کتابچه و کتب تالیفی و ترجمه‌ای، اسامی افرادی که از جنبه علمی و محتوی در تهیه آن شرکت داشته‌اند مثل مولف، گردآورنده و ویراستار روی جلد درج شود. از بکار بردن اسامی سایر افراد، مثل افرادی که در تدارکات تهیه نقش داشته‌اند پرهیز شود. از این افراد می‌توان در صفحه اول یا در مقدمه تشکر نمود.

۱۴- در خصوص کتاب‌های ترجمه‌ای:

الف- کتاب باید تاکنون ترجمه نشده باشد و دلایل کافی جهت ترجمه آن به شورا ارایه گردد.

ب- قبل از ترجمه ضرورت ترجمه باید به تایید کمیته برسد.

پ- مترجمین از لحاظ علمی هم‌تراز باشند.

ت- ترجمه زیر نظر مورد قبول نیست.

۱۵- برای تصویب لوح های فشرده (CD) فرآیند مشابه فرایند بررسی و تایید کتاب باید انجام شود.

۱۶- در تهیه محتوای رسانه‌ها باید از منابع علمی معتبر و جدید استفاده شود. استفاده از منابعی مثل دستورالعمل‌های کشوری و مجلات غیر معتبر باید حتی الامکان محدود گردد. ذکر منابع باید برطبق الگوی ونکوور باشد. (اسم فامیل نویسنده، حرف اول اسم کوچک، عنوان کتاب یا مقاله، شماره چاپ، محل انتشار، ناشر، سال انتشار، شماره جلد، صفحات مورد استفاده)

۱۷- روی رسانه‌های تولید شده آرم معاونت بهداشت، وزارت باید ذکر گردد.

۱۸- برای تجدید چاپ رسانه، میزان مقبولیت، جذابیت، مفید بودن، حساسیت زایی، نقاط ضعف و نقاط قوت آن باید به‌وسیله پرسشنامه در حجم نمونه مناسب مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته و به کمیته منعکس گردد.

۱۹- تجدید چاپ رسانه‌هایی که از طرف اداره مربوطه تهیه می‌شوند مجاز بوده و روی آن عبارت "چاپ مجدد" ذکر می‌شود. برای این‌گونه رسانه‌ها گواهی تهیه و تولید صادر نخواهد شد.

۲۰- در موارد ضروری مثل بروز اپیدمی‌ها و یا بلایا با نظر موافق و تایید افراد زیر مجوز انتشار رسانه صادر می‌گردد: رئیس اداره مربوطه، رئیس کمیته و دبیر کمیته فنی تولید رسانه.

۲۱- در مورد مناسبت‌هایی که شعار مربوط به آن‌ها دیر اعلام می‌گردد با نظر دبیر کمیته می‌توان بدون تشکیل جلسه رسانه پیشنهادی را در معرض قضاوت اعضای کمیته قرار داد و پس از کسب نظرات آن‌ها و اعمال اصلاحات پیشنهادی فرآیند مربوطه را تسریع نمود.

۲۲- تامین اعتبار مالی جهت تولید رسانه به عهده اداره تولید کننده رسانه مربوطه است.

۲۳- در خصوص رسانه‌هایی که با حمایت بخش خصوصی تهیه می‌شوند، مجوزهای ضروری واحد خصوصی مزبور باید همراه رسانه ارسال گردد. در مورد واحدهای تولیدکننده محصولات خوراکی، آشامیدنی، بهداشتی و غیره که محصولات تولیدی آنها در ارتباط مستقیم با سلامتی مردم است، محصول آنها باید توسط یکی از واحدهای زیر مجموعه (معاونت غذا و دارو) به تأیید رسیده باشد

۲۴- قبل از تهیه رسانه آموزشی موارد زیر باید رعایت گردد:

۱- (۲۴-۱) گزارش ضرورت تهیه رسانه. انجام نیازسنجی و بررسی وضعیت موجود. این مرحله خود شامل بررسی وسعت (شیوع/ بروز) مشکل مرتبط با سلامت، بررسی اهمیت آن و جمعیت تحت تاثیر مشکل است.

۲- (۲۴-۲) تدوین اهداف آموزشی. اهداف باید واقع بینانه و اختصاصی باشند و براساس مشکلات مرتبط با سلامت اولویت بندی شوند.

۳- (۲۴-۳) شناسایی مخاطبین. خصوصیات فرهنگی، دموگرافیک، رفتاری و روان شناختی مخاطبان باید مورد شناسایی قرار گیرند.

۴-۲۴) انتخاب رسانه باید بر مبنای بررسی ضرورت رسانه، تناسب نوع رسانه با اهداف آموزشی، با طبیعت پیام، با خصوصیات مخاطبان و با بودجه و منابع موجود صورت گیرد. (دستورالعمل شماره ۱)

۲۵- قبل از تولید نهائی رسانه، به‌ویژه در مورد انواع نوشتاری، محتوا و ساختار رسانه باید پیش‌آزمون شوند. در این مرحله وضوح و روشنی پیام و اهمیت درک آن توسط مخاطب مورد بررسی قرار می‌گیرد. لازم است مستندات مربوط به پیش‌آزمون برای کمیته فنی تولید رسانه ارسال شود. (دستورالعمل شماره ۲)

۲۶- رسانه پس از انتشار باید مورد ارزیابی قرار گیرد. در این ارزیابی، دستیابی به اهداف آموزشی و تاثیر بر مخاطبان باید مورد بررسی قرار گیرد.

اجرای فرآیند پیش رسانه

این فرایند شامل ۴ مرحله است که از بخش‌های زیر تشکیل شده است. قبل از تهیه رسانه این مراحل باید اجرا شود.

۱- بررسی وضع موجود (نیازسنجی):

در این مرحله:

- ❖ میزان شیوع و میزان بروز مشکل مرتبط با سلامت در جامعه اندازه گیری شده و به اندمیک یا اپیدمیک بودن مشکل مرتبط با سلامت در منطقه موردنظر توجه می شود. (بررسی وسعت)
- ❖ اهمیت مشکل مرتبط با سلامت شامل بار بیماری، میزان مرگ و میر، میزان درگیری جمعیت فعال جامعه بررسی می شود.
- ❖ ویژگی‌های جمعیت مرتبط با مشکل یا مخاطب بررسی می شود. این ویژگی‌ها شامل پراکندگی جغرافیایی، خصوصیات ژنتیکی خاص، میزان مهاجرت، مرگ و میر، موالید و همچنین خصوصیات دموگرافیک فرهنگی و قومیتی جمعیت است.

۲- تدوین اهداف آموزشی:

اهداف آموزشی انتخاب شده باید:

- ❖ دور از ذهن و دور از دسترس نباشد، واقع بینانه باشد. با قابلیت‌های آموزش سلامت موجود متناسب باشد. با قابلیت‌های مخاطبان تناسب داشته باشد.
- ❖ اختصاصی باشند. (براساس شاخص‌های دموگرافیک مخاطبان، تعیین نوع تغییر و مدت زمان لازم جهت ایجاد آن تعیین شوند).
- ❖ قابل اندازه گیری باشند.
- ❖ براساس اهمیت اولویت بندی شوند.

۳- شناسایی مخاطبان:

شناخت مخاطب در رابطه با:

- ❖ خصوصیات فرهنگی
- ❖ خصوصیات دموگرافیک مانند سن، جنس، شغل، سطح سواد
- ❖ خصوصیات رفتاری - روانشناختی شامل عادات و رفتار، نگرش و دانش
- ❖ نیازهای آموزشی

۴- انتخاب رسانه:

انتخاب نوع رسانه با توجه به:

- ❖ ضرورت تهیه رسانه جدید
- ❖ تناسب نوع رسانه با اهداف آموزشی
- ❖ تناسب نوع رسانه با طبیعت پیام
- ❖ تناسب نوع رسانه با خصوصیات مخاطبین
- ❖ تناسب رسانه با بودجه و منابع موجود

اجرای فرآیند پیش آزمون رسانه

پس از تهیه طرح اولیه رسانه‌های چاپی ، قبل از چاپ و انتشار آن در سطح وسیع ، لازم است پیام را با گروه هدف مورد نظر پیش آزمون نموده. در پیش آزمون محتوای پیام و نحوه ارائه آن سنجیده می شود. هدف از انجام پیش آزمون تعیین قابل درک بودن پیام برای گروه هدف ، تطابق و تناسب پیام ها با فرهنگ گروه هدف ، مرتبط بودن و واقعی بودن پیام‌ها از دیدگاه مخاطبان است.

روش‌های اصلی پیش آزمون :

پیش آزمون رسانه را می‌توان با استفاده از بحث گروهی یا مصاحبه عمیق انجام داد.
تعداد افراد شرکت کننده در پیش آزمون :

بستگی به پیچیدگی یا مشکل بودن پیام دارد . معمولاً انجام پیش آزمون با ۲۰ - ۱۵ نفر اطلاعات کافی را به ما می‌دهد تا بتوان بر اساس آن تصمیم گیری منطقی نمود.

در بحث گروهی : ۲-۳ بحث گروهی برای بررسی طرح اولیه

۴-۵ بحث گروهی برای بررسی طرح نهایی

برای مصاحبه انفرادی عمیق : ۱۰ نفر برای بازنگری اولیه و ثانویه طرح اولیه

۲۰ - ۱۵ نفر جهت طرح نهایی

سوالاتی که در مرحله پیش آزمون می‌تواند پرسیده شود:

- فکر می‌کنید نکته اصلی ارائه شده چیست ؟
- از شما خواسته شده چه کاری انجام دهید ؟
- به نظر شما چه بخشی مبهم یا نامفهوم است ؟
- چه چیزی سبب جذاب‌تر شدن رسانه می‌شود؟
- به من بگوئید این طرح گرافیکی چه چیزی را نشان می‌دهد ؟
- چه عاملی احتمال خواندن این اطلاعات را توسط خانواده ، دوستان یا همسایگان شما بیشتر می‌سازد ؟

نکاتی که در انجام پیش آزمون باید به آن توجه نمود :

فرآیند پیش آزمون از زمانی که مواد بسیار خام‌اند باید شروع شود.
جهت بازنگری مناسب ، نتایج هر مرحله پیش آزمون باید تحلیل ، ترکیب و آنالیز گردد.
فرآیند باید آنقدر ادامه یابد تا تقریباً ۹۰ درصد از شرکت کنندگان:

- آن چه که انتظار می‌رود را در عکس ها مشاهده کنند.

- آن چه که انتظار می‌رود را از نوشته ها درک نمایند .

- هیچ پیشنهادی برای تعبیر نداشته باشند.

عکس ها در موارد چاپی باید ابتدا بدون نوشته و سپس با نوشته پیش آزمون شوند.

محل و زمان ملاقات برای پیش آزمون باید از نظر شرکت کنندگان مناسب باشد .

- افرادی که پیش آزمون را انجام می دهند باید در مورد نکات زیر مهارت داشته باشند:
- از جواب های افراد حمایت کنند ، آنها را تشویق به صحبت آزادانه نمایند .
 - سوالات خاصی را در مورد کلمات ، تصاویر پیام ها مطرح کنند .
 - پیشنهاداتی را در خواست نمایند که موجب بهبود پیام یا تصویر گردد. (فرم شماره ۳)

بعد از هر جلسه افراد مسئول پیش آزمون باید اطلاعات کلیدی را در مورد شرکت کنندگان و عکس العمل های آنها ثبت نمایند،

گزارش باید شامل موارد زیر باشد:

- فهرستی از خصوصیات مهم شرکت کنندگان یا گروه (سن ، جنس ، شغل ، تحصیلات و ...)
- نوع پیام پیش آزمون شده (صفحه ای از یک پمفلت ، پوستر)
- خلاصه ای در مورد این که شرکت کننده یا شرکت کنندگان در خصوص کلمات یا تصاویر چه فکر می کنند.
- خلاصه های در مورد این که شرکت کننده یا شرکت کنندگان در مورد پیام ، نوشته یا عکس ها چه احساسی دارند.
- خلاصه ای در مورد این که شرکت کننده یا شرکت کنندگان فکر می کنند چه چیزهایی باید تغییر کند و چگونه باید تغییر نماید.

فرم شماره ۱:

شناسنامه مربوط به رسانه‌های آموزشی

الف - مشخصات تهیه کننده رسانه :

نام و نام خانوادگی: رشته تحصیلی:

محل کار : مرکز بهداشت استان شبکه بهداشت و درمان شهرستان:

واحد :

ب - مشخصات رسانه :

۱- نوع رسانه: پوستر پمفلت کتابچه چارت نمودار مقاله

فیلم و تیزر کتاب (ترجمه) کتاب (تالیف)

انواع دیگر:

۲- موضوع :

۳- پیام یا پیام‌های اساسی مورد نظر رسانه:

۳- گروه هدف رسانه :

کل جامعه گروه خاصی از جامعه نام ببرید:

۴ - علت تولید رسانه (به طور اختصاصی ذکر شود):

۵ - منبع علمی رسانه (نام نویسنده، نام کتاب یا مقاله: سال انتشار، محل انتشار)

(در صورت کمبود جا از پشت برگه استفاده شود.)

۶- منبع تامین اعتبار برای انتشار رسانه و میزان آن مشخص شده مشخص نشده

در صورت مشخص بودن ذکر شود.

۷- تیراژ مورد نظر رسانه :

۸- مکان های مورد نظر جهت استفاده از رسانه:

امضاء مدیر واحد/ شبکه شهرستان

این قسمت توسط دبیر کمیته انتشارات تکمیل می گردد کد:

تاریخ دریافت رسانه :

تاریخ بررسی :

نظر نهایی :

بسمه تعالی

فرم شماره ۲:

فرم ارزیابی رسانه از دیدگاه کارشناس علمی

تاریخ:

جناب آقای / سرکار خانم

با سلام و احترام

خدمتتان تقدیم می گردد. خواهشمند

تحت عنوان

به پیوست

است ارزیابی خود را با استفاده از راهنمای زیر مشخص نمائید و در عرض روز پاسخ را عودت فرمائید.

گروه هدف:

از جناب عالی سپاسگزارم.

(دبیر کمیته انتشارات مرکز بهداشت استان)

| خیلی کم | کم | متوسط | زیاد | خیلی زیاد |
|---------|----|-------|------|-----------|
| ۱ | ۲ | ۳ | ۴ | ۵ |

| ردیف | موضوع | امتیاز | جنبه‌های مثبت رسانه |
|------|---|--------|-----------------------|
| ۱ | میزان مطابقت موضوع با نیاز های مخاطبین | | |
| ۲ | جدید بودن و تکراری نبودن مطالب برای مخاطبین | | |
| ۳ | میزان مطابقت مطالب با یافته های علمی | | |
| ۴ | میزان قابل استفاده بودن رسانه برای مخاطبین | | |
| ۵ | میزان کاربردی بودن مطالب برای مخاطبین | | نارسایی های این رسانه |
| ۶ | میزان جذابیت رسانه برای مخاطبین | | |
| ۷ | میزان تاثیرگذاری رسانه بر مخاطبین | | |
| ۸ | میزان همخوانی مطالب با فرهنگ مخاطبین | | |
| ۹ | میزان خلاقیت و نوآوری در تهیه رسانه | | |
| | جمع امتیازات: | | |

ارزشیابی مواد نوشتاری از دیدگاه گروه هدف منتخب

مکان پرسشگری :

جنس : زن مرد

سن:

سطح تحصیلات: در حد خواندن و نوشتن ابتدایی راهنمایی

دیپلما تحصیلات عالی

شغل :

| ردیف | موضوع | خیلی زیاد | زیاد | بی تفاوت | کم | خیلی کم |
|------|--|-----------|------|----------|----|---------|
| ۱ | آیا مطالب ارائه شده در این رسانه برای شما قابل فهم است؟ | | | | | |
| ۳ | آیا تصاویر ارائه شده با مطلب ارائه شده هماهنگ است؟ | | | | | |
| ۴ | آیا به نظر شما این رسانه به زیبایی طراحی شده است؟ | | | | | |
| ۵ | آیا حوصله کردید تا پایان مطلب را بخوانید؟ | | | | | |
| ۶ | آیا محتوای مطالب به حد کافی شما را حساس کرده است؟ | | | | | |
| ۷ | آیا مطالب ارائه شده باعث تشویق شما برای یادگیری بیشتر شده است؟ | | | | | |
| ۸ | آیا دیدن (خواندن) این رسانه برای شما مفید بوده است؟ | | | | | |
| ۹ | آیا استفاده از این روش را برای اطلاع رسانی قبول دارید؟ | | | | | |

- آنچه در این متن بیشتر از همه توجه شما را جلب کرده چیست؟

.....

- پیشنهاد شما برای بهتر شدن این چیست؟

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

نکات مطرح در ارزیابی رسانه‌های آموزشی

نکات مطرح در ارزیابی پمفلت

- ۱- مطالب با شرایط محلی منطبق باشد .
- ۲- تصاویر با شرایط محلی منطبق باشد .
- ۳- تصاویر ارائه شده جالب باشد .
- ۴- رنگهای جذاب داشته باشد.
- ۵- مطالب با زبانی ساده و قابل فهم ارائه شده باشد .
- ۶- پیام ها کوتاه باشد.
- ۷- پیام ها باموضوع مرتبط باشد.
- ۸- پیام ها تا حد امکان به صورت مثبت ارائه شده باشد.
- ۹- با ارائه سوال هایی در متن و استفاده از ضمیر اول شخص جمع مخاطب را بیشتر درگیر نماید.
- ۱۰- از لحاظ صفحه آرایی و طراحی شرایط مناسبی داشته باشد.
- ۱۱- در صفحه روی جلد، نام و نشان سازمان متبوعه،عنوان، تصویر متناسب با موضوع (در صورت لزوم)،نام فرد،واحد یا مرکز تهیه کننده پمفلت وتاریخ انتشار ذکر شده باشد . گروه هدف هر پمفلت بهتر است قید شود.سال انتشار در صورت نیاز قید شده باشد.
- ۱۲- نام تهیه کننده (تهیه کنندگان) پمفلت در صفحه روی جلد و یا صفحه آخر به گونه ای که مشخص باشد ذکر شده باشد.

۱۳- در صفحه پشت جلد نشانی و شماره تماس جهت کسب اطلاعات بیشتر قید شده باشد.

نکات مطرح در ارزیابی پوستر (ویژگی، شعار، تصویر، محتوا، گوینده پیام)

توجه به نکات زیر به پربارتر شدن پوستر کمک میکند ضمن آنکه ممکن است در یک پوستر تمامی آنها رعایت نشود.

۱- ابعاد مناسب پوستر ۹۰ × ۶۰ سانتی متر است.

۲- تعداد رنگهای مورد استفاده حداقل ۲ رنگ و حداکثر ۴ رنگ باشد.

۳- در زمینه پوستر از رنگ سفید استفاده شده باشد.

۴- برای افزایش کارایی و تاثیر پوستر از رنگهای متضاد و تند در کنار یکدیگر استفاده شده باشد.

۵- پوستر تنها یک شعار داشته باشد.

۶- شعار پوستر حتی الامکان کوتاه و به اندازه کافی درشت باشد تا به سهولت و سرعت بتوان آن را دید. (حداکثر ۸ کلمه)

۷- شعار پوستر به گونه ای باشد که سبب جلب توجه مخاطب شده و او را متوقف سازد.

۸- شعار پوستر پر معنی باشد و با حداقل کلمات، حداکثر انتقال پیام و به خاطر سپردن نکات کلیدی را ممکن سازد.

۹- تصویر پوستر باید کاملاً واضح باشد.

۱۰- پیام تصویری با پیام نوشتاری مطابقت داشته باشد.

۱۱- پیام و محتوای پوستر با فرهنگ جامعه همخوانی داشته باشد.

۱۲- تصویر بگونه ای باشد که سبب جلب توجه مخاطب شده و او را جذب کند.

۱۳- تعداد عکسها یا نقاشی ها محدود باشد.

- ۱۴ - تصاویر پوستر روشن و جذاب باشند .
- ۱۵ - پس زمینه بکار رفته در پوستر با محتوای آن ارتباط داشته باشد.
- ۱۶ - برای درک بهتر افراد کم سواد از سمبل ها و نمادها در طراحی پوستر استفاده شده باشد .
- ۱۷ - محتوای پوستر باید در مخاطب ایجاد قصد رفتار نماید یا او را جهت اقدام موثر راهنمایی کند.
- ۱۸ - محتوای پوستر با آن مرتبط باشد .
- ۱۹ - از کلمات کم , ساده و قابل درک برای مخاطب استفاده شود .
- ۲۰ - مطالب بیش از حد در پوستر ارائه نشده باشد .
- ۲۱ - نام سازمان یا موسسه تهیه کننده پوستر و نماد (آرم) آن در پوستر قید شده باشد .
- ۲۲ - نام تهیه کننده (تهیه کنندگان) پوستر می تواند در گوشه پوستر بصورت خیلی ریز ذکر شود.

نکات مطرح در ارزیابی کتابچه:

- ۱ - اهداف آموزشی در هر فصل به تفکیک تعیین شده باشند .
- ۲ - جلد کتابچه جذاب و با عنوان مرتبط باشد (نظر بیننده را جلب کند) .
- ۳ - تعداد صفحات حداقل ۱۲ و حداکثر ۳۲ صفحه باشد .
- ۴ - منابع مشخص شده باشد .
- ۵ - محتوا ساده و روان باشد .
- ۶ - محتوا برای گروه هدف قابل فهم باشد .
- ۷ - جملات حتی الامکان کوتاه باشد .
- ۸ - اطلاعات ساده و قابل فهم ارائه شده باشد .
- ۹ - محتوا با اهداف آموزشی مرتبط باشد .
- ۱۰ - محتوا برای گروه هدف مناسب باشد .
- ۱۱ - مطالب خطاب به فراگیر تنظیم گردد.
- ۱۲ - از انواع تصاویر مناسب با موضوع استفاده شده باشد .
- ۱۳ - تصاویر و متن به تفکیک هر صفحه همخوانی داشته باشند .
- ۱۴ - تصاویر ساده و روشن باشند .
- ۱۵ - تصاویر معرف محتوا باشند .
- ۱۶ - تصاویر جالب و جذاب باشند .
- ۱۷ - در تهیه کتابچه برای افراد کم سواد , تاکید اساسی بر تصویر پردازی همراه متن های مکمل شده باشد .

۱۸ - در تهیه کتابچه برای افراد با سواد ، تاکید اساسی بر متن همراه تصویر پردازی های مکمل شده باشد.

۱۹ - نام تهیه کننده (تهیه کنندگان) کتابچه روی جلد ، صفحه اول یا صفحه آخر آن به گونه ای که مشخص باشد ذکر گردد.

نکات مطرح در ارزیابی تیزر تلویزیونی*

۱- زمانبندی تیزر تلویزیونی مناسب، بین ۱۰ ثانیه تا حداکثر ۳ دقیقه باشد.

۲- مطالب به صورت ساده و روشن بیان شده باشند.

۳- مطالب بکار رفته در تیزر معتبر باشند.

۴- در انتخاب کلمات پیام تیزر دقت کافی شده باشد.

۵- محتوای تیزر با شرایط فرهنگی جامعه تطابق داشته باشد.

۶- محتوای پیام منافع مطالب را برای مخاطب بیان کند.

۷- محتوای تیزر کاربردی باشد.

۸- تیزر از جذابیت کافی برخوردار باشد.

۹- کیفیت تیزر تلویزیونی از نظر صدا مطلوب باشد.

۱۰- کیفیت تیزر تلویزیونی از نظر تصویر مطلوب باشد.

* تیزر تلویزیونی به ترکیبی خلاق از صدا، موسیقی و تصویر گفته می شود که در زمانی بسیار کوتاه سعی در معرفی پیام آموزشی، کالا یا خدمتی دارد.

نکات مطرح در ارزیابی فیلم آموزشی ویدئویی:

۱- محتوای فیلم آموزشی از دقت برخوردار باشد.

۲- محتوای فیلم از یکپارچگی برخوردار باشد.

۳- محتوای فیلم از عدم تناقض برخوردار باشد.

۴- محتوای فیلم از شفافیت و سادگی لازم برخوردار باشد.

- ۵- محتوای فیلم آموزشی با زمان فیلم متناسب باشد.
- ۶- محتوای فیلم برای مخاطب کاربرد داشته باشد.
- ۷- محتوای فیلم با خصوصیات مخاطبین تطابق داشته باشد.
- ۸- محتوای فیلم جذاب باشد.
- ۹- در محتوای فیلم خلاقیت و نوآوری بکار رفته باشد.
- ۱۰- تاریخ، محل تولید و موسسه تولیدکننده فیلم آموزشی مشخص شده باشد.
- ۱۱- مشخصات کارگردان، نویسنده و تهیه کننده فیلم آموزشی به همراه تخصص آنها ارایه شده باشد.
- ۱۲- فیلم آموزشی اهداف آموزشی خود را برای مخاطب تشریح نموده باشد.
- ۱۳- فونت های متنی فیلم (نوع - اندازه) برای استفاده مخاطب مناسب باشد.
- ۱۴- وضوح و شفافیت (کیفیت) تصویر در فیلم آموزشی مناسب باشد.
- ۱۵- گفتار و تصویر همراه و همزمان باشند.

نکات مطرح در ارزیابی پایگاه اطلاع رسانی اینترنت

- ۱- منابع اطلاعات ارائه شده در پایگاه معتبر باشند.
- ۲- اصل بی طرفی در ارائه اطلاعات رعایت شده باشد.
- ۳- عبارات از نظر املائی، آیین نامه نگارش صحیح نوشته شده باشند.
- ۴- رسالت و اهداف پایگاه واضح بیان شده باشد.
- ۵- محتوا و مطالب ارایه شده در پایگاه با خصوصیات مخاطبین تناسب داشته باشد.

- ۶- محتوا و مطالب پایگاه برای مخاطبین جذاب باشد.
- ۷- سازمان/سازمان های بوجود آورنده پایگاه مورد پذیرش مخاطبین باشد.
- ۸- سازماندهی صفحه اصلی مناسب باشد.
- ۹- طراحی صفحات شبکه جذاب باشد.
- ۱۰- اتصالات (Link) پایگاه مناسب باشد.

نکات مطرح در ارزیابی مولتی مدیا

مولتی مدیا به هر گونه استفاده همزمان از چندین رسانه دیداری و شنیداری از جمله متن، صدا، تصویر، عکس و پویانمایی جهت ارائه و انتقال اطلاعات اطلاق می گردد. این عبارت در معنی خاص خود همان لوح فشرده اطلاعاتی است که در رایانه های شخصی با بکارگیری سخت افزار و نرم افزار مناسب امکان استفاده از چندین رسانه را فراهم می کند.

- ۱- محتوا از لحاظ علمی صحیح باشد.

- ۲- مطالب مندرج در رسانه با منابع علمی به روز مطابقت داشته باشد.
- ۳- متن فاقد غلط‌های املائی، نگارشی و یا دستور زبانی باشد.
- ۴- مضمون مطالب یکپارچه باشد.
- ۵- مطالب درج شده در رسانه تناقضی با مطالب دیگر رسانه‌های در دسترس نداشته باشد.
- ۶- برای تمامی موضوعات تخصصی مثال‌های کافی آورده شده باشد.
- ۶- محتوا برای مخاطب کاربردی باشد.
- ۷- رسانه برای مخاطب جذابیت دارد.
- ۸- با نمونه‌های موجود متفاوت باشد.
- ۹- در طراحی آن خلاقیت به کار رفته شده باشد.
- ۱۰- سازمان تولید کننده مورد اعتماد مخاطبین باشد.
- ۱۱- شناسنامه رسانه کامل شامل تاریخ، محل تولید و موسسه تولید کننده، نویسندگان، تولید کنندگان، ارگان و سازمان پشتیبان، آدرس پستی، آدرس پست الکترونیک، فاکس، تلفن و ... باشد.
- ۱۲- فونت‌های به کار رفته زیبا، خوانا و از لحاظ اندازه قلم مناسب باشند.
- ۱۳- اصوات بکار رفته واضح، دقیق و با کیفیت باشد.
- ۱۴- تصاویر ثابت و متحرک واضح، دقیق و با کیفیت تهیه و بکار گرفته شده باشند.
- ۱۵- منبع تهیه رسانه قید شده باشد.
- ۱۶- به منظور دستیابی به اطلاعات بیشتر و تخصص‌تر آدرس‌هایی جهت ارجاع داده شده باشد.
- ۱۷- طراحی گیرا باشد.

۱۸- ترکیب رنگ ها مناسب باشد.

۱۹- در طراحی صفحات مولتی مدیا، تناسب بین فضاهای اختصاص یافته به متن، حاشیه ها، بخش های تبلیغاتی و آیکونهای ارجاعات مناسب است.

۲۰- شکل هر آیکون نمادی از موضوع باشد.

۲۱- با نیاز های آموزشی مخاطب هماهنگ باشد.

۲۲- قابلیت جستجو داشته باشد.

۲۳- قابلیت افزایش امکانات مولتی مدیا از طریق اینترنت یا نرم افزارهای مکمل را دارا باشد.

۲۴- سیر ساده و روان مطالب در هر صفحه و از یک صفحه به صفحه دیگر مناسب است.

۲۵- قابلیت نصب آن آسان و سریع باشد.