



## شیوه نامه تولید رسانه در مراکز دفاتر و ادارات تابعه معاونت بهداشت

## دستورالعمل شماره ۱:

### 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 تصمیم‌گیری 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.
- فرایند 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 ای 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.

## ارزشیابی مواد نوشتاری از دیدگاه گروه هدف منتخب

مکان پرشگری :

جنس : زن ☐ مرد ☐

سن:

سطح تحصیلات: در حد خواندن و نوشتن ☐ ابتدایی ☐ راهنمایی ☐  
 دیپلم ☐ تحصیلات عالیه ☐

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 شرائط محلی منطبق باشد .
- ۲- تصاویر با شرائط 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  $90 \times 60$  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 به گونه ای باشد که سبب جلب توجه مخاطب شده و او را جذب کند.

۱۳- تعداد عکس ها 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:**

- - 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 ارائه 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 غلط های املائی ، نگارشی و یا دستور زبانی باشد.

۴- مضمون مطالب یکپارچه باشد.

۵- مطالب درج شده در رسانه تناقضی با مطالب دیگر رسانه های 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 نمونه های 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- فونت های 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 تخصص تر آدرسهای 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.