



انستتوت علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی یشاب  
معاونت بهداشت

# استاندارد سازی رسانه های آموزشی

( راهنمای انتخاب رسانه ها )

## رسانه های آموزشی چاپی

گروه آموزش و ارتقای سلامت

آذر ماه ۱۴۰۰

هدف اصلی و اساسی هر راهبرد بهداشتی ، پیشبرد سطح سلامت مردم و ارتقای کیفیت زندگی آنها با تاکید خاص بر روی آموزش سلامت است .

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

گروه آموزش و ارتقای سلامت

هدف اصلی و اساسی هر راهبرد بهداشتی ، پیشبرد سطح سلامت مردم و ارتقای کیفیت زندگی آنها با تاکید خاص بر روی آموزش سلامت است .

# سرفصل های آموزشی دوره :

➤ نقش رسانه ها و عوامل تاثیرگذاری رسانه های آموزشی

➤ آشنایی با انواع رسانه های آموزشی چاپی

- پوستر - پمفلت - دفترک ( بروشور ) - برگچه ( لیفلت )

- کتابچه ( بوکلت ) - بولتن - کالانما ( کاتالوگ )

- خبرنامه - روزنامه - و مجله

➤ معیارهای اصلی طراحی انواع رسانه های آموزشی

➤ معیارهای ارزشیابی انواع رسانه های آموزشی

## مقدمه :

- بر اساس تعریف سازمان جهانی بهداشت، سلامت برای مردم باید به گونه ای باشد که همه بتوانند یک زندگی بهره ور از نظر اجتماعی و اقتصادی داشته باشند. به این ترتیب یکی از رویکردهای اثربخش و کلیدی در راستای بهره ور ساختن مردم برای داشتن زندگی سالم و موثر، آموزش بهداشت و ارتقای سلامت است تا از بروز بیماری ها پیشگیری نموده و یا در صورت بروز بیماری، از گسترده شدن آن در سطح جامعه و افزایش شیوع آن پیشگیری نماید.
- به عبارت دیگر آموزش بهداشت راهکاری است برای **بهبود سطح سلامت عمومی جامعه و ارتقای کیفیت زندگی مردم**.
- به همین خاطر، با توجه به این که **وظیفه اصلی طراحی برنامه های آموزش سلامت و اجرا و ارزشیابی این برنامه ها** به عهده کارکنان سطوح مختلف حوزه بهداشت و سلامت است، افزایش دانش و مهارت این افراد در زمینه شناخت ابزارهای آموزش سلامت، ارزیابی اثربخشی و تأثیر آن ها در سطح جامعه و ارزشیابی این ابزارها به منظور بررسی آن ها از نظر میزان جذب مخاطب و سودمند بودن بهبود کیفیت آن ها و افزایش میزان مخاطبین ضروری به نظر می رسد.

## ادامه :

و با توجه به این که هدف پایانی حوزه سلامت و بهداشت گسترش رفتارهای سالم بهداشتی و سلامتی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم است . هدف از آموزش سلامت ایجاد فرصت های مناسب برای به دست آوردن اطلاعات درست و ایجاد مهارت های لازم برای گرفتن تصمیمات درست در روش زندگی است .

- **رسانه های آموزش سلامت** ابزارهای هستند برای انتقال دانش و مهارت های درست زندگی سالم از صاحب نظران حوزه های بهداشت و سلامت به عموم جامعه .

- این رسانه ها وظیفه **ترجمه و انتقال مباحث پیچیده علمی به پیام های ساده و قابل درک آموزشی** را به عهده دارند.

- امید است این دوره آموزشی با آموزش کارکنان در حوزه های سلامت و بهداشت در زمینه شناخت رسانه های آموزش سلامت و انتخاب رسانه درست برای آموزش یک پیام خاص و نیز ارزشیابی رسانه های آموزش سلامت موجود ، به بهبود کیفیت این رسانه ها و هزینه اثربخشی بیشتر آنان یاری رساند.

## تعریف رسانه های آموزشی در حوزه سلامت :

رسانه های آموزشی ابزاری برای ارایه آموزش به فراگیر و طبیعتا جزیی از فرآیند آموزش هستند و نه تمام آن . در واقع ، رسانه های آموزشی در حوزه سلامت با به کار بردن مطالب طراحی شده به صورت چاپی یا الکترونیکی با هدف اصلی افزایش روابط بین صاحب نظران و مخاطبان سعی می نمایند تا با بالا بردن آگاهی ، تغییر باورها و یا تغییر رفتارها در مخاطبان ، باعث ارتقای وضعیت سلامت جامعه شوند .

## نقش رسانه های آموزشی در ارتقای سلامت :

۱. رسانه های آموزشی قادرند آگاهی و توجه جامعه را به موضوعات مختلف سلامتی افزایش دهند .
۲. رسانه های آموزشی می توانند تمرکز و توجه سیاستگذاران را به مسایل سلامتی افزایش دهند .
۳. رسانه های آموزشی ، این توانایی را دارند که مطالب پیچیده مربوط به سلامتی را با زبان ساده به مخاطبان ارایه نمایند .
۴. در صورتی که بستر جامعه برای ایجاد یک رفتار سالم موجود باشد ، رسانه های آموزشی می توانند در ایجاد تغییر رفتار در جامعه به عنوان یک ابزار تسهیل کننده مطرح باشند .

## مواردی که رسانه های آموزشی نمی توانند برای ارتقای سلامت مفید باشند :

۱. رسانه های آموزشی برای انتقال مستقیم مفاهیم پیچیده مرتبط با سلامت کارایی مناسبی ندارد .

۲. رسانه های آموزشی به تنهایی برای آموزش مهارت ها ابزار چندان مناسبی نیستند .

۳. رسانه های آموزشی نمی توانند بدون بسترسازی های اولیه در جامعه به تنهایی باعث تغییر باور یا رفتاری در سلامت جامعه شوند .

۴. در مواردی که چالش های بسیاری در مورد یک موضوع مرتبط با سلامتی موجود باشد، رسانه

های آموزشی به تنهایی نمی توانند باعث ارتقای وضعیت سلامتی گردند .

# عوامل هشت گانه اثر گذار بودن محتوی رسانه های آموزشی :

۱. اعتبار (Credibility) : مطالب ارایه شده در رسانه های آموزشی باید براساس منابع معتبر علمی باشند .

۲. مفاد و متن مطالب (Context) : مطالب ارایه شده در رسانه های آموزشی باید منطبق با نیاز مخاطبان باشند .

۳. محتوی مطالب (Content) : محتوی مطلب ارایه شده در رسانه های آموزشی باید برای مخاطبان جذاب باشند .

۴. وضوح مطلب (Clarity) : در رسانه های آموزشی باید مطالب به طور واضح و قابل فهم و درک مخاطبان تهیه و ارایه شوند .

۵. استمرار و همبستگی مطالب (Continuity) : مطالب باید به طور مستمر و همبسته با هم در رسانه های آموزشی ارایه شوند .

۶. کانال های ارتباطی با مخاطب یا (Channels) : در تهیه مطالب و پیام های رسانه های آموزشی، باید پیش بینی کرد که مخاطبان، از چه کانال و روش هایی با رسانه های آموزشی مذکور در ارتباط می باشند .

۷. قابلیت (Capability) : مخاطبان باید قابلیت به کار گیری پیام های موجود در رسانه های آموزشی را داشته باشند .

۸. تشریک مساعی ( Collaboration ) : تهیه کنندگان رسانه های آموزشی باید در نظر بگیرند که چگونه با همکاری ، همفکری و تشریک مساعی با سایر صاحب نظران می توانند باعث ارایه مطالب و پیام های اثر گذارتر در رسانه های آموزشی خود شوند .

### **تقسیم بندی رسانه های آموزشی در حوزه سلامت :**

بر اساس تقسیم بندی برنی مورفی، رسانه های آموزشی می توانند به بخش های مجزا شامل رسانه های چاپی، رسانه های الکترونیکی، رسانه های محیطی، به همراه توجه به روش های مستقیم آموزش سلامت، تقسیم بندی گردند .

این تقسیم بندی در جدول ذیل نشان داده شده است .

## تقسیم بندی رسانه های آموزشی در حوزه سلامت بر اساس نظر برنی مورفی :

نوع رسانه های آموزشی	نمونه رسانه	نکته مثبت بارز	نکته منفی بارز
رسانه چاپی	پوستر	مناسب برای ارائه نکات مهم	نیازمند خلاقیت بالا
	پمفلت	مناسب برای ارائه نکات پیشگیری کننده	تنها انتقال دهنده مفاهیم
	دفترک یا Brochure	مناسب برای جذب مخاطب	عدم توجه به جزئیات موضوع
	برگچه یا Leaflet	مناسب برای ارائه راهکارهای عملی	نیازمند همبستگی کامل مطالب
	کتابچه یا Booklet	تفہیم مفاهیم اصلی	انطباق پیام ها با موضوع هر صفحه
	بولتن Bulletin	ارائه کوتاه اما رسمی نکات مهم	عدم اشاره به جزئیات
	کالانما یا Catalogue	ارائه راهنمایی در مورد محصولات مرتبط با سلامتی	نیازمند آشنایی کامل با ذوق و سلیقه مخاطبان
	خبرنامه یا Newsletter	ارائه اطلاعات علمی و کاربردی	نیازمند تخصص علمی بالا
	روزنامه یا Newspaper	اطلاع رسانی مطالب جدید	امکان ارائه مطالب اشتباه
	Journal یا Magazine مجله یا	ارائه اطلاعات تخصصی	مورد استفاده گروه خاص

## تقسیم بندی رسانه های آموزشی در حوزه سلامت بر اساس نظر برنی مورفی :

نکته منفی بارز	نکته مثبت بارز	نمونه های هر نوع رسانه	نوع رسانه های آموزشی
وابسته به انگیزه و توجه مخاطبان	بهترین اثرگذاری بر جوانان	پیامک یا SMS	رسانه های الکترونیکی
غیرقابل استفاده برای دستگاه های تلفن همراه قدیمی	توانایی ارسال فایل های صوتی و تصویری بر روی تلفن های همراه	پیامک چندرسانه ای یا MMS	
نیازمند جذابیت و محتوی علمی بالا	روش رایج برای انتقال پیام ها	نامه الکترونیکی یا Email	
کم اثر بر سالمندان	ارزان ترین سیستم های اطلاع رسانی	سایت اینترنتی یا internet	
احتمال پایین بودن اعتبار علمی مطالب	اطلاع رسانی موثر با حداقل هزینه	تارنگاشت یا Weblog	
کم اثر برای افراد با مشغله بالا	ابزاری برای ایجاد رفتارهای سالم	نرم افزار رایانه ای یا Software	
تشویق به داشتن فعالیت های نشسته	ابزاری برای تشویق به یادگیری	بازی های رایانه ای	
نیازمند تخصص علمی و فنی بالا برای تهیه آن	موثر برای تغییر رفتارهای ساده	ویدئو کلیپ آموزشی	
عدم ارتباط دوطرفه بصری	بالا بردن سواد و آگاهی جامعه	رادیو	
نیازمند طراحی کاملاً جذاب	ابزاری برای توجه دادن سریع	آگهی نما یا Billboard	رسانه های محیطی
محدودیت جغرافیایی برای اثرگذاری	برای تبلیغ یا معرفی محصولات	تراکت	
نیازمند جذابیت بسیار بالا	آموزش نکات سلامتی به کودکان	برچسب ها یا Stickers	

# انواع رسانه های چای آموزش سلامت

# پوستر چیست



Tehran-Print.com

## پوستر (Poster) :

عبارت است از یک برگه طراحی شده برای انتقال صریح، روشن و جالب توجه مفاهیم، ایده‌ها و پیام‌های آموزشی که می‌تواند حاوی متن، تصویر و یا ترکیبی از هر دو باشد و بر روی دیوار و یا یک سطح عمودی نصب می‌شود. در واقع پوستر یک وسیله آموزشی در جهت بالا بردن توجه مخاطبان در مورد موضوع ارائه شده می‌باشد.

پوستر به طور کلی به دو دسته، پوستر تک نظری (با حداقل کلمات یا تصاویر) و پوستر چند نظری (با مطالب و تصاویر زیاد و نیاز به زمان بیشتر برای درک منظور پوستر) تقسیم بندی می‌شود.

### سه ویژگی اصلی یک پوستر اثر گذار در آموزش سلامت :

۱. مطالب ارائه شده در پوستر به خوبی طبقه بندی و مرتب شده اند.
۲. مفاهیم ارائه شده در پوستر با استفاده از حداقل کلمات اما با حداکثر اثر گذاری می‌باشند.
۳. اندازه پوستر از اندازه یک برگه A2 (۴۲۰×۵۹۴mm) کوچکتر نمی‌باشد.

## معیارهای اصلی در طراحی یک پوستر اثر گذار در آموزش سلامت :

- عنوان یک پوستر آموزشی باید مطالب موجود در پوستر را برجسته تر نماید . به علاوه اینکه توانایی اثر گذاری بر روی مخاطب را نیز داشته باشد . بنابراین در انتخاب عنوان یک پوستر آموزشی باید به توصیفی بودن، مرتبط بودن با موضوع پوستر، قابل مقایسه بودن با موضوعات مشابه دیگر ، قابل تجزیه و تحلیل بودن و استدلالی بودن عنوان توجه گردد .
- پوستر آموزشی باید بتواند یک یا چند مشکل رفتاری مرتبط با سلامتی را با توصیه های علمی مرتبط، ارتباط دهد .
- طراحی پوستر باید به گونه ای باشد که در کمترین مدت زمان ممکن ، مخاطب بتواند موضوع و مفهوم پوستر را دریابد . بنابراین از بهترین تصاویر، دیاگرام ها و جداول که مرتبط با موضوع پوستر آموزشی هستند در طراحی پوستر باید استفاده شود . به علاوه اینکه سادگی ، بداعت و توجه به انواع رنگ ها نیز باید رعایت شود .
- مهمترین نکات مرتبط با موضوع پوستر باید به صورت واضح و با زبان ساده و در چندین بخش مجزا و در قسمتی از پوستر قرار گیرند که مخاطب بتواند به راحتی آن مطالب را ببیند و درک نماید .
- در انتقال پیام به مخاطب از بهترین و ساده ترین کلمات با توجه به رعایت نکات ویرایشی باید استفاده گردد .

## معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک پوستر آموزش سلامت

معیارهای ارزشیابی پوستر					
معیار	امتیاز	۱	۲ و ۳	۴	۵
عنوان پوستر	غیراثرگذار	با اثرگذاری پایین	با اثرگذاری قابل قبول	کاملاً اثرگذار	
جذابیت پوستر	عدم توجه به طراحی دقیق	توجه کم به طراحی مناسب	طراحی پوستر قابل قبول	جذابیت کامل از لحاظ طراحی	
وضوح مطالب پوستر از ۲ تا ۳ متری	نداشتن وضوح مناسب	برخی مطالب دیده می شوند	اکثر مطالب دیده می شوند	کل مطالب دیده می شوند	
وضعیت مطالب از نظر خواندنی بودن	ایجاد ابهام می کند	به راحتی قابل درک است	اکثر مفاهیم قابل درک است	مفاهیم به راحتی قابل درک هستند	
رعایت یک نظم مشخص در ارائه مطالب	عدم رعایت نظم در ارائه مطالب	رعایت نظم تنها در ارائه مطالب مهم	رعایت نظم در ارائه مطالب	وجود نظم کاملاً منطقی در ارائه مطالب	
وضعیت تصاویر، دیاگرام ها و جداول مرتبط با موضوع پوستر	مرتبط با موضوع تصویر نیستند	مرتبط با موضوع اما غیرجذاب	مرتبط با موضوع پوستر و تا حد زیادی جذاب	کاملاً مرتبط با موضوع پوستر و کاملاً جذاب	
وضعیت نگارشی	بیش از دو مشکل نگاشتی	دارای دو مشکل نگارشی	دارای یک مشکل نگارشی	بدون مشکل نگارشی	

پمفلت چیست؟

## پمفلت (Pamphlet) :

عبارت است از یک شبه کتابچه آموزشی در اندازه کوچک و معمولاً با جلدی از جنس کاغذ که برای توضیح صحیح مطالب در مورد یک موضوع خاص به خواننده تهیه می شود. در واقع مطالب پمفلت می توانند در یک یا هر دو طرف یک صفحه A4 با قطع (210×297 mm) در تقسیمات یک چهارم یا یک سوم هر صفحه نوشته باشد. همچنین براساس تعریف یونسکو می تواند بدون در نظر گرفتن جلد حداقل ۵ و حداکثر ۴۸ صفحه داشته باشد. از پمفلت در برنامه های آموزش و ارتقای سلامت به عنوان یک استراتژی کاربردی برای ارائه مطالب در زمینه سطوح مختلف پیشگیری از مشکلات سلامتی استفاده می گردد.

### سه ویژگی اصلی یک پمفلت اثر گذار در آموزش سلامت :

۱. پمفلت ، ابزار آموزشی ارزان قیمت تری نسبت به پوستر برای مقاصد آموزشی می باشد .
- ۲ . پمفلت تنها برای مقاصد غیر تجاری و جهت ارائه آموزش های تخصصی به مخاطب در زمینه موضوع ارائه شده می باشد .
- ۳ . پمفلت ، ارائه کننده مطالبی است که مخاطب در مورد آنها اطلاعات جامعی ندارد و با خواندن پمفلت این اطلاعات را می تواند کسب نماید .

## معیارهای اصلی در طراحی یک پمفلت اثر گذار در آموزش سلامت :

- طراحی پمفلت سلامتی باید با دقت و فراتر از تنها مقاصد اطلاع رسانی باشد .
- در پمفلت سلامتی ، مطالب باید بر اساس منابع معتبر علمی و به دور از هر گونه اطلاعات نادرست باشد .
- ساختار پمفلت سلامتی باید خواننده را به سمت پیروی از بایدها و نبایدها در مورد موضوع ارایه شده سوق دهد .
- در پمفلت سلامتی نباید حجم زیادی از مطالب ارایه شود ، بلکه باید به صورت عمقی اطلاعات به مخاطب ارایه شود .
- جزء مهم و اثر گذار یک پمفلت سلامتی ارایه راهکارهای عملی مرتبط با موضوع می باشد .

# معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک پمفلت آموزش سلامت

معیارهای ارزشیابی پمفلت

معیار	امتیاز	۱	۲ و ۳	۴	۵
توجه به علایق مخاطبان	عدم توجه به علاقه مخاطبان	مورد علاقه برخی مخاطبان	مورد علاقه اکثر مخاطبان	مورد علاقه اکثر مخاطبان	منطبق با علایق مخاطبان
جذابیت پمفلت	عدم توجه به جذابیت در فرمت و نظم ارائه مطالب	از لحاظ فرمت جذاب اما نظم ارائه مطالب نیاز به دقت دارد	قابل قبول بودن فرمت و نظم ارائه مطالب	قابل قبول بودن فرمت و نظم ارائه مطالب	جذابیت کامل از لحاظ فرمت و نظم ارائه مطالب
اعتبار علمی مطالب ارائه شده	عدم اعتبار علمی مطالب	اعتبار علمی کم مطلب	اعتبار علمی قابل قبول	اعتبار علمی قابل قبول	اعتبار علمی بالای مطلب
نحوه تهیه پیام های واضح در پمفلت	استفاده از کلمات و عبارات غیرتأثیرگذار در تهیه پیام ها	انتخاب مطالب و عبارات ساده اما با اثرگذاری کم در تهیه پیام ها	انتخاب کلمات و عبارات مناسب با توانایی اثرگذاری بر روی اکثر مخاطبین	انتخاب کلمات و عبارات مناسب با توانایی اثرگذاری بر روی اکثر مخاطبین	استفاده از کلمات و عبارات کاملاً تأثیرگذار در تهیه پیام ها
وضعیت تصاویر، دیاگرام ها و جداول مرتبط با موضوع پمفلت	مرتبط با موضوع پمفلت نیستند	مرتبط با موضوع اما به آسانی قابل درک نیستند	مرتبط با موضوع اما درک آن ها نیاز به تفکر دارد	مرتبط با موضوع اما درک آن ها نیاز به تفکر دارد	کاملاً مرتبط با موضوع و به راحتی قابل درک هستند
تخصصی و کاربردی بودن مطالب ارائه شده در پمفلت	ارائه مطالب صرفاً تئوری	ارائه مطالب تخصصی به زبان ساده اما غیرکاربردی	ارائه مطالب تخصصی و تا حدودی کاربردی به زبان ساده	ارائه مطالب تخصصی و تا حدودی کاربردی به زبان ساده	ارائه مطالب تخصصی با زبان ساده یا تمرکز بر کاربردی بودن آن ها
وضعیت نگارشی	بیش از ۴ مشکل نگارشی	دارای ۳ تا ۴ مشکل نگارشی	دارای ۱ یا ۲ مشکل نگارشی	دارای ۱ یا ۲ مشکل نگارشی	بدون مشکل نگارشی



## بروشور یا دفترک (Brochure) :

بروشور، برگه ای است در قطع A<sup>۴</sup> (۲۹۷×۲۱۰mm) که به سه قسمت مساوی تا خورده و در آن ۶ منطقه برای ارائه مطالب وجود دارد. مطالب دفترک تنها با هدف بالا بردن آگاهی و علاقمندی مخاطبان به یک موضوع خاص بدون به جزئیات مطالب تهیه می شود. در برنامه های آموزش سلامت، به عنوان ابزاری برای تشویق مردم به داشتن رفتارهای صحیح سلامتی و آشنایی با خدمات مرتبط با سلامتی استفاده می شود.

### سه ویژگی اصلی یک دفترک اثر گذار در آموزش سلامت :

۱. دفترک اغلب برگه ای خوش نما و رنگی با تصاویر زیبا در مورد یک موضوع مشخص است که می تواند باعث جذب مخاطب شود.
۲. ترجیحا هر دفترک باید حاوی یک هدف واضح مرتبط با موضوع ارائه شده باشد که به خوبی هدف مذکور با ارائه مطالب صحیح در دفترک پرورانده شده باشد.
۳. به خاطر اینکه از دفترک برای مقاصد تجاری بیش از مقاصد غیر تجاری استفاده می شود، بنابراین در یک دفترک اثر گذار، انتخاب نوع فرمت براساس هدف و نوع مخاطبان بسیار حایز اهمیت می باشد.

## معیارهای اصلی در طراحی یک دفترک اثر گذار در آموزش سلامت :

- مفاهیم تهیه شده در دفترک باید منطبق با درک و دانش مخاطبان استفاده کننده از آن باشد .
- یک دفترک اثر گذار باید بتواند با ارایه سرفصل های اصلی ، تصاویر بصری جذاب و توصیه های کاربردی در مورد موضوع ارایه شده ، حس و توجه مخاطب را به سمت موضوع معطوف نماید .
- صفحه اول دفترک باید به گونه ای جذاب طراحی شود که توجه مخاطب را به خود برانگیزد . برای مثال می تواند شامل یک سوال توجه برانگیز و یا یک جمله آموزنده در مورد موضوع ارایه شده باشد و صفحه آخر نیز می بایستی توصیه های کاربردی مرتبط با موضوع دفترک را ارایه نماید .
- توجه به روش های ساده نویسی و استفاده از حداقل جملات در تهیه دفترک های آموزشی اثر گذار بسیار مهم است .
- در یک دفترک اثر گذار باید به اعتبار علمی مطالب ارایه شده بیش از پیش توجه گردد .

## معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک دفترک آموزش سلامت

معیارهای ارزشیابی بروشور یا دفترک				
معیار / امتیاز	۱	۲ و ۳	۴	۵
توجه به علایق مخاطبان	عدم توجه به علاقه مخاطبان	مورد علاقه برخی مخاطبان	مورد علاقه اکثر مخاطبان	منطبق با علایق مخاطبان
جذابیت بروشور یا دفترک	عدم توجه به جذابیت	جذاب برای برخی مخاطبان	جذاب برای اکثر مخاطبان	جذاب برای همه مخاطبان
وضعیت نظم ارائه مطالب در دفترک	عدم نظم در ارائه مطالب	نظم کم در ارائه مطالب	نظم نسبی در ارائه مطالب	نظم کامل در ارائه مطالب
توجه به ارائه مطالب علمی سودمند	عدم توجه به مطالب سودمند	برخی مطالب سودمند هستند	بیشتر مطالب علمی و سودمندند	تمامی مطالب علمی و سودمند هستند
صحت و اعتبار مطالب ارائه شده	عدم اعتبار علمی مطالب	اعتبار علمی نیمی از مطالب	اعتبار علمی اکثر مطالب	اعتبار علمی تمام مطالب
وضعیت تصاویر، دیاگرام ها	مرتبط و جذاب نیستند	جذاب هستند اما به راحتی قابل درک نیستند	جذاب هستند و اکثر تصاویر و دیاگرام ها قابل درک هستند	کاملاً جذاب و قابل درک
وضعیت نگارشی	بیش از ۴ مشکل نگارشی	دارای ۳ تا ۴ مشکل نگارشی	دارای ۱ یا ۲ مشکل نگارشی	بدون مشکل نگارشی

# leaflet

/'li:flət/ /'li:flɪt/

رساله، جزوه، کاسبرگ، ورقه، نشریه، بروشور، برگچه

ورقه ی کاغذ، برگ کاغذ، برگه، اعلامیه، آگه نامه، آگاه نامه، اعلامیه (یا هرگونه ورقه ی چاپ شده و غیره) پخش کردن، (هر یک از بخش های بر ...

## برگچه (leaflet) :

برگچه عموماً حاوی اطلاعاتی است که در ۴ یا ۶ قسمت یک برگه در قطع A۴ (۲۱۰×۲۹۷ mm) برای توزیع در سطح گسترده به کار می‌رود. ظاهر برگچه مشابه بروشور است، اما در برگچه نسبت به ارایه یک فرمت مناسب و جذاب در صفحه نخستین و پایانی و همبستگی کامل مطالب آن براساس یک شیوه رسمی بیشتر توجه می‌شود. در برنامه‌های ارتقای سلامت از برگچه برای تقویت و ارایه اطلاعات مراجعه‌کنندگان به مراکز بهداشتی و درمانی استفاده می‌شود.

### سه ویژگی اصلی یک برگچه اثر گذار در آموزش سلامت :

۱. پیام‌ها و مطالب ارایه شده در برگچه براساس یک انسجام و همبستگی کامل از ابتدا تا انتها ارایه می‌شود.
۲. یک برگچه اثر گذار به سرعت توجه و دقت مخاطب را به سوی خود جلب می‌کند.
۳. یک ویژگی اصلی برگچه ارایه راهکارهای عملی و اثر گذار مرتبط با موضوع ارایه شده در صفحه پایانی می‌باشد.

## معیارهای اصلی در طراحی یک برگچه اثر گذار در آموزش سلامت :

- برای افزایش جلب توجه مخاطب باید بهترین و اثر گذار ترین عنوان ها و سرفصل ها که مورد کاربرد زندگی روزمره مخاطبان است انتخاب شوند .
- هرگز نباید اطلاعات مرتبط با مقاصد تجاری و اقتصادی ( مانند معرفی یک مرکز یا محصول ) در بخش عنوان و یا سرفصل ها گنجانده شوند .
- در برگچه باید از جملات کوتاه برای انتقال مفاهیم استفاده کرد .
- یکی از روش های مهم برای طراحی یک برگچه اثر گذار توجه به استفاده از تصاویر اثر گذار به جای استفاده زیاد از کلمات برای توضیح یک موضوع می باشد .
- کل فضای یک برگچه نباید با تصاویر و کلمات پر شود، بلکه باید فضاهای خالی در سطح صفحه در نظر گرفته شود تا خواندن مطالب برای مخاطب راحت تر باشد .

## معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک برگچه آموزشی سلامت

معیارهای ارزشیابی برگچه یا Leaflet				
معیار / امتیاز	۱	۲ و ۳	۴	۵
توجه به جذابیت برگچه	عدم توجه به جذابیت	جذابیت نسبی	جذابیت قابل قبول	کاملاً جذاب
دقت در به کارگیری عناوین و سرفصل های مناسب	عدم توجه و دقت	دقت کم در استفاده از عناوین و سرفصل های مناسب	دقت قابل قبول در استفاده از عناوین و سرفصل های مناسب	دقت کامل در به کارگیری از عناوین و سرفصل های مناسب
وضعیت اثرگذاری تصاویر بر مخاطب	عدم تأثیرگذاری تصاویر	تأثیرگذاری کم	تأثیرگذاری مناسب	کاملاً تأثیرگذار
انطباق اطلاعات و تصاویر ارائه شده با میزان درک و فهم مخاطبان	نداشتن انطباق	انطباق در اطلاعات و نداشتن انطباق در تصاویر ارائه شده	انطباق کامل در اطلاعات و تصاویر ارائه شده	وجود انطباق کامل در اطلاعات و تصاویر ارائه شده
شیوه ارائه مطالب از ابتدا تا انتها	نامناسب	دارای ساختار نسبی	دارای ساختار و انسجام مناسب	دارای ساختار قوی و کاملاً منسجم
کاربردی و جدید بودن مطالب ارائه شده	غیرکاربردی و قدیمی	جدید اما غیرکاربردی	نسبتاً کاربردی و کاملاً جدید	کاملاً کاربردی و جدید
وضعیت نگارشی	بیش از ۴ مشکل نگارشی	دارای ۳ تا ۴ مشکل نگارشی	دارای ۱ یا ۲ مشکل نگارشی	بدون مشکل نگارشی

# کتابچه

/ketAbCe/

مترادف کتابچه: جزوه، دفتر، رساله، طومار  
برابر پارسی: دفترچه

# booklet

/'buklet/ /'buklit/

رساله، کتابچه، جزوه، دفترچه، کتاب کوچک  
دفترچه، کتابچه

## کتابچه (Booklet) :

کتابچه، عبارتست از یک کتاب کوچک با تعداد صفحات بین ۲۵ تا ۳۰ صفحه با یا بدون جلد، که در انتقال مفاهیم کلی و اثرگذار در مورد یک موضوع خاص کاربرد زیادی دارد. در برنامه های آموزش سلامت از کتابچه برای انتقال و تفهیم مفاهیم و پیام های اصلی در مورد موضوعات مرتبط با سلامتی و بهداشت استفاده می شود.

### سه ویژگی اصلی یک کتابچه اثر گذار در آموزش سلامت :

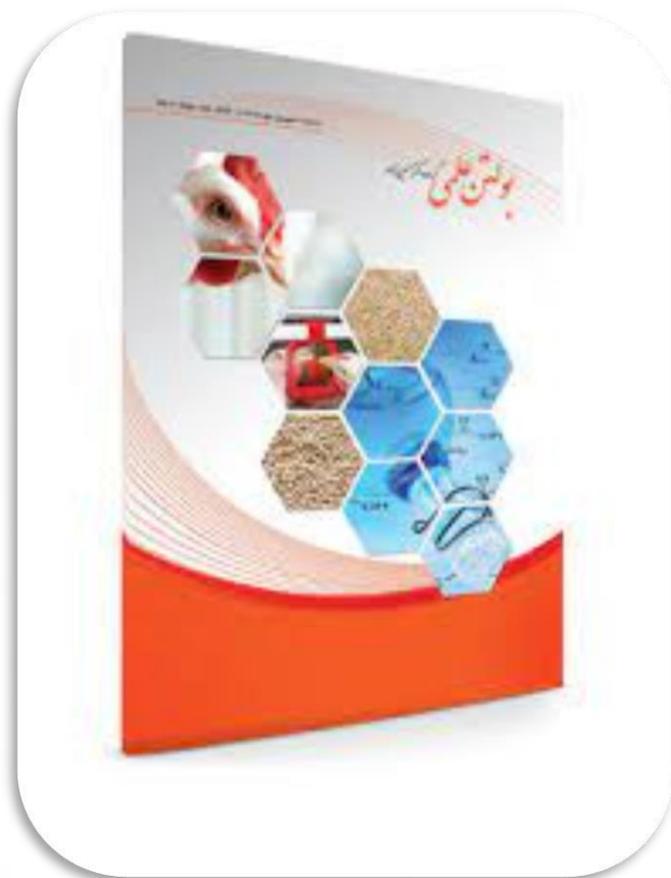
۱. محتوی و ایده ارائه شده در کتابچه با تعداد صفحات کتابچه باید منطبق باشد.
۲. هر صفحه از کتابچه، حاوی پیام مهمی مرتبط با موضوع مطرح شده می باشد.
۳. کتابچه اثرگذار، دارای جذابیت بصری بالایی است ، یعنی حاوی تصاویر جذاب و مناسب با موضوع و صفحات رنگی زیبا می باشد .

## معیارهای اصلی در طراحی یک کتابچه اثر گذار در آموزش سلامت :

- یک کتابچه اثر گذار در آموزش سلامت باید چشم اندازی جامع و کاربردی در موضوع ارائه نماید .
- طراحی کتابچه باید به گونه ای باشد که برای هر مخاطبی با هر سطح و میزان اطلاعات قابل کاربرد باشد .
- مفاهیم ارائه شده در کتابچه باید به طور واضح و بدون ایجاد هر گونه ابهامی برای مخاطبان ارائه شود .
- یک کتابچه اثر گذار باید حاوی مهم ترین جزئیات مرتبط با چشم انداز موضوع مطرح شده باشد .
- کتابچه اثر گذار نباید حاوی حجم زیادی از پاراگراف ها و مطالب در هر صفحه باشد .

## معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک کتابچه آموزش سلامت

معیارهای مناسب برای ارزشیابی کتاب و کتابچه					
معیار	امتیاز	۱	۲ و ۳	۴	۵
انتخاب مناسب سرفصل ها	بسیاری از بخش های کتاب / کتابچه حاوی سرفصل نیستند	برخی از بخش های مهم حاوی سرفصل نیستند	اکثر بخش های کتابچه حاوی سرفصل مناسب هستند	تمامی بخش ها دارای سرفصل مناسب هستند	
تناسب حجم مطالب در هر بخش	تناسب ندارد و پیامی ارائه نمی شود	تناسب کمی دارد و پیام ارائه شده ارتباط کمی با موضوع دارد	تناسب حجمی مطالب تا حدی قابل قبول است و پیام ارائه شده منطبق با موضوع است	از نظر حجم مطالب و ارائه پیام کاملاً قابل قبول است	
صحت و اعتبار مطالب ارائه شده	عدم انطباق با منابع معتبر علمی	توجه کم به انطباق با منابع معتبر علمی	تا حد زیادی منطبق با منابع معتبر علمی	انطباق کامل با منابع معتبر علمی	
انطباق مطالب با سطح دانش و بینش مخاطبان	عدم تطابق	انطباق مطالب با دانش و بینش برخی مخاطبان خاص	انطباق مطالب با دانش و بینش اکثر مخاطبان	انطباق مطالب با دانش و بینش همه مخاطبان	
وضوح تصاویر و دیاگرام ها	تصاویر و دیاگرام ها قابل درک و فهم نیستند	برخی تصاویر و دیاگرام ها به راحتی قابل درک نیستند	اکثر تصاویر و دیاگرام ها قابل درک و فهم هستند	تمام تصاویر و دیاگرام ها قابل درک هستند	
جذابیت بصری کتاب / کتابچه	عدم جذابیت	جذابیت نسبی	جذابیت قابل قبول	کاملاً جذاب	
وضعیت نگارشی	بیش از ۴ مشکل نگارشی	دارای ۲ تا ۴ مشکل نگارشی	دارای ۱ تا ۲ مشکل نگارشی	بدون مشکل نگارشی	



## بولتن (Bulletin) :

بولتن برای ارائه مطالب اصلی یک موضوع مشخص به صورت رسمی اما مختصر کاربرد دارد . تعداد صفحات بولتن، وابسته به نوع موضوع متغیر می باشد . در واقع بولتن بیشتر توسط موسسات آموزشی، فرهنگی، خدماتی و تحقیقاتی انتشار می یابد و در اختیار مخاطبان قرار می گیرد .

در برنامه های ارتقای سلامت از بولتن برای مروری سیستماتیک برآگاهی های موجود در زمینه یک موضوع خاص سلامت استفاده می شود . در واقع هدف ارایه بولتن سلامت کمک به تسهیل در تصمیم گیری های مرتبط با سلامت در اقشار مختلف جامعه می باشد .

### سه ویژگی اصلی یک بولتن اثر گذار در آموزش سلامت :

۱. اطلاعات ارائه شده در بولتن براساس نکته، عنوان های اصلی و فرعی و با حداقل جملات می باشد .
۲. در بولتن به جزئیات ریز اشاره نمی شود .
۳. بولتن می تواند در کوتاه ترین زمان ممکن، مهم ترین نکات را به مخاطبان ارایه نماید .

## معیارهای اصلی در طراحی یک بولتن اثر گذار در آموزش سلامت :

- موضوعات اثر گذار و مهم باید برای تهیه بولتن سلامتی استفاده شود .
- هر بولتن باید یک ایده اصلی و مهم داشته باشد و با هدف پروراندن این ایده در بولتن باید مطالب مورد نیاز تهیه و ارایه گردد .
- یک بولتن اثر گذار باید بتواند دانش و توجه مخاطبان را در مورد موضوع ارائه شده بالا ببرد .
- نظم منطقی در ارایه نکات و عناوین مطرح شده در بولتن باید مورد توجه قرار گیرد .
- طراحی و زمینه بندی در یک بولتن اثر گذار باید دارای جذابیت بالایی باشد .

## معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک بولتن آموزش سلامت

معیارهای ارزشیابی بولتن					
معیار	اهتزاز	۱	۲ و ۳	۴	۵
نحوه انتخاب ایده اصلی	ایده مشخصی وجود ندارد	یک ایده اصلی وجود دارد اما به خوبی پرورانده نشده	یک ایده اصلی وجود دارد اما بهتر بود که بیشتر پرورانده می شد	یک ایده اصلی وجود دارد اما به خوبی پرورانده شده	یک ایده اصلی خوب وجود دارد که به خوبی هم با ارائه مطالب پرورانده شده
مختصر اما اثرگذار بودن مطلب	مختصر و اثرگذار نیست	مختصر هست اما اثرگذار نیست	مختصر هست با اثرگذاری قابل قبول	مختصر هست و کاملاً اثرگذار است	مختصر هست و کاملاً اثرگذار است
انطباق مطالب با سطح آگاهی مخاطبان	نداشتن انطباق	انطباق با سطح آگاهی برخی مخاطبان	انطباق با سطح آگاهی اکثر مخاطبان	انطباق کامل با سطح آگاهی کلیه مخاطبان	انطباق کامل با سطح آگاهی کلیه مخاطبان
کاربردی بودن مطالب ارائه شده	غیرکاربردی	دارای برخی نکات کاربردی	بیشتر نکات کاربردی هستند	کاملاً کاربردی و متناسب است	کاملاً کاربردی و متناسب است
نظم منطقی در ارائه مطالب	عدم نظم منطقی	نظم نسبی	نظم قابل قبول	دارای نظم کاملاً منطقی	دارای نظم کاملاً منطقی
جذابیت در نوع طراحی بولتن	نداشتن جذابیت	داشتن جذابیت نسبی	داشتن جذابیت قابل قبول	کاملاً جذاب	کاملاً جذاب
وضعیت نگارشی	بیش از ۴ مشکل	دارای ۳ تا ۴ مشکل	دارای ۱ یا ۲ مشکل	بدون مشکل نگارشی	بدون مشکل نگارشی

# کاتالوگ چیست ؟



## کالانما

(catalogue) [عمومی] فهرستی که فراورده ها  
یا کالاهای یک مؤسسه در آن معرفی شود

## کالانما (Catalogue):

کالانما یا کاتالوگ حاوی یکسری از اطلاعات مرتب شده در مورد یک موضوع یا محصول خاص می باشد که از طریق استفاده از پایگاه های اطلاعاتی مختلف جمع آوری و به صورت یک کتابچه راهنما با حداقل ۸ صفحه به مخاطبین ارائه می گردد . در برنامه های ارتقای سلامت از این ابزار برای معرفی محصولات و انتشارات مربوط به سلامت استفاده می شود.

### سه ویژگی اصلی یک کالانمای اثر گذار در آموزش سلامت :

۱. اطلاع رسانی و جذابیت، دو عنصر اساسی در کالانماهای اثر گذار برای معرفی یک موضوع یا محصول خاص می باشد .
۲. مطالب و محصولات براساس یک سلسله مراتب و ارتباطات منطقی در یک کالانما مرتب می شوند تا به راحتی مخاطب بتواند با استفاده از کالانما به نیاز خود برسد .
۳. در کالانما دقیقا به جزئیات موضوع یا محصولات معرفی شده نیز توجه می شود .

## معیارهای اصلی در طراحی یک کالانمای اثر گذار در آموزش سلامت :

- یک کالانمای اثر گذار باید طراحی خلاقانه و جذاب برای تحریک علاقمندی مخاطب به خواندن آن داشته باشد .
- کالانما باید بتواند یک دید و ایده کلی در مورد موضوع یا محصول خاص را در حداقل زمان ممکن به مخاطب انتقال دهد .
- اطلاعات در هر کالانما باید براساس دسته بندی و طبقه بندی مطالب و محصولات ارایه شود .
- در یک کالانمای اثر گذار باید هم به ارایه نکات مهم و هم ارایه جزئیات مرتبط با موضوع یا محصول خاص دقت زیادی شود .
- طراحی کالانما باید دقیقا منطبق با علایق، نیازها و توجه مخاطبان به یک موضوع خاص باشد .  
( برای مثال طراحی کالانما برای جوانان با طراحی کالانما برای سالمندان کاملا متفاوت می باشد ) .

## معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک کالانمای آموزش سلامت

معیارهای ارزشیابی یک کالانما یا کاتالوگ					
معیار	امتیاز	۱	۲ و ۳	۴	۵
طراحی خلاقانه کالانما	عدم توجه به خلاقیت	کاربرد خلاقیت کالانماهای مشابه	توجه نسبی به خلاقیت شخصی در طراحی کالانما	توجه کافی به خلاقیت شخصی در طراحی کالانما	
جذابیت طراحی کالانما	عدم جذابیت	جذابیت نسبی	جذابیت قابل قبول	کاملاً جذاب	
دقت به نیاز و علاقه مخاطبان	عدم دقت	دقت کم	دقت نسبی	دقت کامل	
دقت در اطلاع رسانی دقیق	عدم دقت	دقت کم	دقت نسبی	دقت کامل	
وضعیت نظم و طبقه بندی مطالب	عدم توجه به نظم و طبقه بندی مناسب مطالب	نظم کم در طبقه بندی مطالب	نظم قابل قبول در طبقه بندی مطالب	نظم کامل با طبقه بندی منطقی مطالب	
توجه به ارائه نکات مهم در کنار ارائه جزئیات مرتبط با موضوع	عدم توجه به نکات مهم و جزئیات	توجه به نکات مهم و عدم توجه به جزئیات و یا توجه به جزئیات و عدم توجه به نکات مهم	تا حدود زیادی به نکات مهم و جزئیات توجه شده	توجه کامل به نکات مهم در کنار ارائه جزئیات مورد نیاز	
وضعیت نگارشی	بیش از ۴ مشکل نگارشی	دارای ۳ تا ۴ مشکل نگارشی	دارای ۱ تا ۲ مشکل نگارشی	بدون مشکل نگارشی	



## خبرنامه (Newsletter) :

خبرنامه عبارت است از یک نشریه همانند روزنامه اما با اندازه ای کوچکتر که در دوره های زمانی مشخص و در مورد یک موضوع خاص نکات جالبی را به مخاطبان ارائه می کند. در کل خبرنامه به دو نوع کاغذی و شکل الکترونیکی تقسیم بندی می شود و امروزه هر دو نوع آن به عنوان رسانه کاربرد گسترده ای دارد.

در برنامه های ارتقای سلامت از خبرنامه برای ارائه **اطلاعات علمی و کاربردی** با هدف بالابردن سطح آگاهی و بهبود نگرش مخاطبان در مورد یک موضوع خاص سلامتی استفاده می شود.

### سه ویژگی اصلی یک خبرنامه اثر گذار در آموزش سلامت :

۱. خبرنامه، حاوی اطلاعات متنوع و اثر گذاری است که می تواند نظر طیف وسیعی از مخاطبان با سطوح آگاهی متفاوت را به سوی خود جلب نماید.
۲. خبرنامه در فواصل زمانی مشخص و همیشه با یک هدف مشخص برای مخاطب آماده می شود. ( برای مثال یک خبرنامه می تواند با هدف افزایش آگاهی در مورد تغذیه مناسب کودکان هر ماه یک بار برای مخاطبان ارائه شود ).
۳. در یک خبرنامه معتبر و اثر گذار یک سیاست و روش مشخص برای نوشتن مطالب براساس منابع معتبر، وجود دارد.

## معیارهای اصلی در طراحی یک خبرنامه اثر گذار در آموزش سلامت :

- یک خبرنامه اثر گذار در حیطه سلامت باید حاوی اطلاعاتی در جهت بالا بردن آگاهی، تغییر نگرش و ارتقای وضعیت سلامت مخاطبان تهیه شود .
- یک خبرنامه سلامتی نباید حاوی تعداد صفحات زیاد باشد . بلکه در تعداد صفحات کم، باید با زبان و نگارش ساده و روان مخاطب را به مطالعه مطالب تشویق نماید .
- خبرنامه حتما باید دارای فهرست موضوعی مطالب باشد که این فهرست موضوعی بر اساس یک روال منطقی و منطبق با موضوع و هدف اصلی خبرنامه تهیه و تنظیم شده باشد .
- در تهیه خبرنامه سلامتی از مطالب متنوع که مرتبط با موضوع خبرنامه هستند باید استفاده شود تا هر قشری از مخاطبین بتوانند از خبرنامه مذکور استفاده نمایند .
- پنج عنصر اصلی شامل :  
تبادل، پیوستگی، هارمونی، تناسب و تجانس در مورد مطالب ارائه شده در یک خبرنامه باید همیشه مد نظر قرار گیرد .

## معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک خبرنامه آموزش سلامت

معیارهای ارزشیابی خبرنامه					
معیار	امتیاز	۱	۲ و ۳	۴	۵
فهرست موضوعی	ندارد	کامل نیست	مناسب اما نیاز به دقت بیشتر دارد	دقیق و به خوبی طراحی شده	
نحوه انتخاب عناوین	نامناسب	نیاز به دقت بیشتر	بیشتر موضوعات با دقت انتخاب شدند	کاملاً دقیق و مناسب	
تنوع مطالب	عدم وجود تنوع	تنوع کم	تنوع نسبی	کاملاً متنوع و منطبق با نیاز	
نحوه طراحی مطالب بر اساس پنج عنصر اصلی تهیه خبرنامه	عدم توجه و یا حداقل توجه به پنج عنصر اصلی	توجه به دو عنصر از پنج عنصر اصلی	توجه به سه عنصر از پنج عنصر اصلی	توجه دقیق به هر پنج عنصر اصلی	
وضوح تصاویر و دیاگرام ها	عدم وجود تصاویر و دیاگرام	تصاویر و دیاگرام نامناسب	تصاویر و دیاگرام تنها برای برخی موضوعات مهم	تصاویر و دیاگرام مناسب برای همه موضوعات مهم	
وضوح چاپ خبرنامه	نامناسب	نسبتاً مناسب	مناسب اما نه چندان جذاب	کاملاً مناسب و جذاب	
وضوح نگارشی	بیش از ۴ مشکل	دارای ۳ یا ۴ مشکل	دارای ۱ یا ۲ مشکل	بدون مشکل نگارشی	



## روزنامه (Newspaper) :

روزنامه یک رسانه چاپی محلی یا بین المللی است که حاوی موضوعات جالب، اخبار جدید، آگهی ها و فراخوان های مختلف مرتبط با زندگی روزمره می باشد که به صورت روزانه چاپ و در اختیار مخاطبان قرار می گیرد . در واقع روزنامه از جمله رسانه هایی است که مخاطبانش را عامه مردم جامعه تشکیل می دهند .

در برنامه های ارتقای سلامت از روزنامه برای اطلاع رسانی مطالب جدید مرتبط با سلامت به اقشار مختلف جامعه استفاده می شود.

### سه ویژگی اصلی یک روزنامه اثر گذار در برنامه های آموزش سلامت :

۱. کلیه افراد جامعه با هر نوع سواد می توانند از روزنامه برای اطلاع یافتن از موضوعات مختلف مرتبط با بحث سلامت جامعه استفاده نمایند .
۲. روزنامه می تواند جدیدترین و جالب ترین مطالب را روزانه در اختیار مخاطبان قرار دهد .
۳. در روزنامه مطالبی که بیشتر مورد توجه عامه مردم است ، ارایه می شود .

## معیارهای اصلی در طراحی یک مقاله روزنامه ای (Newspaper Article) برای برنامه های آموزش سلامت :

- یک مقاله روزنامه ای باید بتواند در متن خود به ۶ سوال اصلی پاسخ دهد که این سوالات عبارتند از :
  ۱. موضوع مقاله چیست؟
  ۲. مخاطب مقاله چه افرادی هستند؟
  ۳. چرا به این موضوع پرداخته شده؟
  ۴. در چه مکانی موضوع مقاله اتفاق افتاده؟
  ۵. مقاله نوشته شده مربوط به چه دوره زمانی است؟
  ۶. چگونه این موضوع می تواند بیشتر مورد توجه واقع شود؟
- اولین پاراگراف مقاله روزنامه ای باید بتواند به خوبی شش سوال اصلی را پاسخ دهد و پاراگراف های بعدی باید با ارایه اطلاعات تکمیلی و جزئی تر مطالب ارایه شده در پاراگراف اول را حمایت و تکمیل نماید .

## معیارهای اصلی در طراحی یک مقاله روزنامه ای (Newspaper Article) برای برنامه های آموزش سلامت :

- در مقاله روزنامه ای باید سعی کرد از نقل قول های صاحب نظران امر که مرتبط با موضوع مقاله هستند برای تایید و اعتبار بخشی به مقاله استفاده نمود .
- پاراگراف های یک مقاله روزنامه ای باید به طور منسجم به همدیگر مرتبط باشند و منطبق با مطالب پاراگراف اول باشند .
- به علاوه اینکه هر کدام از پاراگراف ها باید یک جنبه موضوع مقاله را از کلیات تا جزئیات توضیح دهند .
- نگارش مقاله روزنامه ای باید به زبان ساده باشند تا کلیه مخاطبان با هر سطح سواد بتوانند از آن استفاده نمایند .

## معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک روزنامه آموزش سلامت

معیارهای ارزشیابی مقاله روزنامه					
معیار	امتیاز	۱	۲ و ۳	۴	۵
پاسخگویی به ۶ سوال اصلی در نگارش مقاله	پاسخ به ۲ سوال و کمتر	پاسخ به ۳ سوال	پاسخ به ۴ سوال	پاسخ به هر ۶ سوال	
رعایت انسجام و همبستگی در تهیه مقاله	عدم انسجام و همبستگی	انسجام و همبستگی نسبی	انسجام و همبستگی مناسب	انسجام و همبستگی قابل قبول	
ساده و قابل فهم بودن	فهم مشکل مطالب	برای برخی مخاطبان	برای اکثر مخاطبان	برای کلیه مخاطبان	
جدید بودن مطالب مقاله	ارائه مطالب قدیمی	نیمی از مطالب جدید	اکثر مطالب جدید	مطالب کاملاً جدید	
انطباق عنوان و متن مقاله	عدم انطباق	انطباق کم	انطباق نسبی	کاملاً منطبق	
میزان اعتبار مقاله	عدم اعتبار	اعتبار کم	اعتبار نسبی	کاملاً معتبر	
وضعیت نگارشی	بیش از ۴ مشکل	دارای ۳ تا ۴ مشکل	دارای ۱ تا ۲ مشکل	بدون مشکل نگارشی	



## مجله (Magazine or journal) :

مجله حاوی اطلاعات مفید کاربردی و علمی در زمینه موضوعات مختلف در قالب مقالات متنوع می باشد که با هدف بالا بردن آگاهی تخصصی مخاطبان ، در فواصل زمانی معین چاپ و در اختیار مخاطبان قرار می گیرد . در برنامه های ارتقای سلامت، مجله یک وسیله آموزشی کارا برای بالا بردن و به روز کردن اطلاعات تخصصی مخاطبان در زمینه های گوناگون پزشکی و سلامت می باشد .

### سه ویژگی اصلی یک مجله در برنامه های آموزش سلامت :

۱. مخاطبان می توانند به طور منظم و در فواصل زمانی معین، اطلاعات به روز مرتبط با موضوعات سلامتی را به وسیله استفاده از مجله کسب نمایند .
۲. اصولاً به خاطر اینکه نظارت در چاپ مجلات بیشتر می باشد ، بنابراین اعتبار مطالب ارایه شده در مجلات به مراتب بالاتر از مطالب ارایه شده در خبرنگامه و روزنامه است .
۳. مجلات براساس نوع موضوعاتی که در آنها چاپ می شوند، مخاطبان خاص و ویژه خود را دارند و کمتر اتفاق می افتد که مجله ای بتواند کلیه مخاطبان یک جامعه را به سمت خود جلب کند .

## معیارهای اصلی در طراحی مجله در برنامه های آموزش سلامت :

- یک مجله باید در فواصل زمانی معین ( مثلا هفتگی، ماهیانه یا فصلی ) چاپ و در اختیار مخاطبان قرار گیرد .
- بین عنوان مجله و موضوعات ارایه شده در مجله باید همبستگی منطقی موجود باشد .
- مقالات و مطالب ارایه شده در مجله باید با هدف بالابردن آگاهی های تخصصی مخاطبان در مورد موضوعات ارایه شده باشد .
- موضوعات ارایه شده در مجله باید نو و به روز باشند .
- اعتبار علمی مطالب ارایه شده در مجله باید بالا و مورد تایید مراجع و صاحب نظران باشد .

## معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک مجله آموزش سلامت

معیارهای ارزشیابی مجله یا ژورنال					
معیار	امتیاز	۱	۲ و ۳	۴	۵
همبستگی موضوعات ارائه شده با عنوان مجله	عدم همبستگی	همبستگی کم	همبستگی نسبی	همبستگی کامل	
جدید و نو بودن مطالب ارائه شده	بیش از نیمی از مطالب قدیمی هستند	نیمی از مطالب جدید و به روز هستند	اکثر مطالب جدید و به روز هستند	همه مطالب ارائه شده جدید و به روز هستند	
اعتبار علمی مطالب ارائه شده	بیش از نیمی از مطالب فاقد اعتبار علمی هستند	حدود نیمی از مطالب معتبر هستند	اکثر مطالب معتبر هستند	کلیه مطالب ارائه شده معتبر هستند	
نحوه اثرگذاری مطالب ارائه شده بر مخاطب	بیش از نیمی از مطالب فاقد اثرگذاری	نیمی از مطالب اثرگذارند	بیش از نیمی از مطالب اثرگذارند	کلیه مطالب اثرگذارند	
وضعیت نگارشی	بیش از ۴ مشکل نگارش ادبی در نیمی از مقالات	دارای ۳ تا ۴ مشکل نگارش ادبی در نیمی از مقالات	دارای ۱ یا ۲ مشکل نگارشی در برخی از مقالات	بدون مشکل نگارشی	
نحوه نظم در چاپ مجله	بی نظم	نظم کم	نظم قابل قبول	کاملاً منظم	
کیفیت چاپ مجله	نامناسب	نیاز به توجه بیشتر دارد	تا حد زیادی قابل قبول	کیفیت عالی	

# با سپاس

گروه آموزش و ارتقای سلامت

هدف اصلی و اساسی هر راهبرد بهداشتی ، پیشبرد سطح سلامت مردم و ارتقای کیفیت زندگی آنها با تاکید خاص بر روی آموزش سلامت است .



سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

معاونت ملی

# استانداردسازی رسانه های آموزشی ( راهنمای انتخاب رسانه ها )

# رسانه های الکترونیکی و محیطی

گروه آموزش و ارتقای سلامت

آذر ماه ۱۴۰۰

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

گروه آموزش و ارتقای سلامت

آذر ماه ۱۴۰۰





پیامک (sms)

- ساده ترین و ارزانه ترین روش برای افزایش سطح سواد جامعه در مورد موضوعاتی که ممکن است کمتر به آنها توجه شود. قشر **نوجوان و جوان** بیشترین مخاطبین و گروه هایی هستند که تحت تأثیر این رسانه قرار می گیرند . در برنامه های آموزش سلامت نیز یک روش متداول برای بالا بردن سطح آگاهیهای عمومی در زمینه پیشگیری از بروز بیماریها یا مشکلات مرتبط با سلامتی و رواج رفتارهای سلامت محور در سطح جامعه استفاده از پیامک است. و مهمترین ویژگی آن امکان دسترسی به مخاطبین در زمان بسیار کوتاه است

## معیارهای ارزشیابی پیامک

- یک پیامک معمولاً حاوی یک عنوان و یک متن است.
- حجم مطالب باید حداکثر ۱۶۰ کاراکتر باشد
- پیام باید ساده و واضح و قابل درک برای مخاطبین و هدفمند باشد.
- از پیامک در چهار محور افزایش سواد سلامتی جامعه، افزایش انگیزه جامعه به برخی موضوعات سلامتی، توصیه راهکارهایی برای داشتن شیوه زندگی سالم و ارائه برنامه های آموزش سلامت می توان استفاده نمود.



پیامک (sms)



خلاصه ای از معیارهای ارزشیابی پیامک در جدول زیر آمده است؛

معیارهای ارزشیابی پیامک					
معیار	امتیاز	۱	۲ و ۳	۴	۵
وضعیت مخاطبان SMS	فاقد مخاطب مشخص	مورد استفاده تعداد کمی از افراد جامعه	مورد استفاده تعداد زیادی از مردم	دارای مخاطبان مشخص	
منطبق بودن مطالب SMS با درک مخاطبان	عدم انطباق	انطباق کم	انطباق قابل قبول	کاملاً منطبق	
دارا بودن هدف مشخص منطبق با محورهای چهارگانه برنامه‌های آموزش سلامت با SMS	بدون هدف مشخص	دارای هدف اما عدم انطباق با محورهای ذکر شده	دارای هدف مشخص منطبق با چند محور از محورهای ذکر شده	دارای هدف مشخص با انطباق کامل با یکی از محورهای ذکر شده	
توجه به حجم متن ارائه شده	بیش از ۱۷۰ کاراکتر	۱۶۵ تا ۱۷۰ کاراکتر	۱۶۰ تا ۱۶۵ کاراکتر	کمتر یا مساوی با ۱۶۰ کاراکتر	
برنامه ارزیابی بازخورد SMS	برنامه ندارد	برنامه دارد اما برنامه دقیقی نیست	برنامه قابل قبولی دارد	برنامه دقیق و مشخصی دارد	
اثرگذار بودن SMS	اثرگذار نیست	اثرگذاری کمی دارد	اثرگذاری خوبی دارد	کاملاً اثرگذار است	
وضعیت پوشش دهی دستگاه موبایل	عدم پوشش دهی	پوشش دهی در مناطق کمی از کشور	پوشش دهی در اکثر مناطق کشور	پوشش دهی کامل	



- MMS علاوه بر متن، فایل صوتی، تصویری و فیلم نیز برای کاربران خود ارسال می کند. در برنامه های ارتقای سلامت، این ابزار روش ساده و ارزان قیمتی برای انتقال فایل های **صوتی**، **تصویری** و آموزشی به مخاطبان در جهت بالا بردن آگاهی عمومی در زمینه پیشگیری از بروز بیماری ها یامشکلات مرتبط با سلامت و رواج رفتارهای سلامت محور است.



پیامک MMS  
چندرسانه ای

## سه ویژگی اصلی یک پیامک چند رسانه ای

- دستگاه تلفن همراه مخاطبان باید بتوانند این سرویس را پوشش دهند
- قابلیت انتقال سریع فایل های صوتی و تصویری را دارد
- توان افزایش انگیزه مخاطبان را به فراگیری یک موضوع مهم سلامتی دارد



پیامک MMS  
چند رسانه ای

## معیارهای اصلی طراحی و ساخت یک پیامک چند رسانه‌ای

- می‌توان در چهار محور افزایش سواد سلامت افزایش انگیزه توصیه راهکارهایی برای داشتن شیوه زندگی سالم و ارائه برنامه‌های آموزشی به صورت صوتی و تصویری استفاده نمود
- باید فرمت متن رنگی فرمت فایل‌های تصویری جی پی جی یا گیف فرمت فایل‌های صوتی mp ۳ باشد.
- متون فایل‌های صوتی تصویری و یا فیلم کوتاه باید جذابیت بسیار بالایی داشته باشد هدفمند و اثرگذار باشد.



پیامک MMS  
چند رسانه‌ای

## معیارهای ارزشیابی پیامک چندرسانه ای

۵	۴	۳ و ۲	۱	امتیاز معیار
دارای مخاطبان مشخص	مخاطب زیاد	مخاطب کم	فاقد مخاطب مشخص	وضعیت مخاطبان MMS
کاملاً منطبق	انطباق قابل قبول	انطباق کم	عدم انطباق	انطباق مطالب با درک مخاطبان
دارای هدف مشخص با انطباق کامل با یکی از محورهای ذکر شده	دارای هدف مشخص منطبق با چند محور از محورهای ذکر شده	دارای هدف اما عدم انطباق با محورهای ذکر شده	بدون هدف مشخص	دارا بودن هدف مشخص منطبق با محورهای چهارگانه برنامه های آموزش سلامت با SMS
کاملاً توجه شده	توجه مناسب	توجه کم	عدم توجه	انتخاب فرمت فایل ها
برنامه دقیق و مشخص	برنامه قابل قبولی دارد	برنامه غیردقیق	برنامه ندارد	برنامه ارزشیابی بازخورد MMS
کاملاً اثرگذار است	اثرگذاری خوبی دارد	اثرگذاری کمی دارد	اثرگذار نیست	اثرگذار بودن MMS
پوشش دهی کامل	پوشش دهی زیاد	پوشش دهی کم	عدم پوشش دهی	وضعیت پوشش دهی MMS





- یک روش اطلاع رسانی تاثیرگذار در مورد یک موضوع خاص سلامت می تواند استفاده از نامه الکترونیکی باشد



نامه الکترونیکی

یا Email



## سه ویژگی اصلی یک نامه الکترونیکی در برنامه‌های آموزش سلامت

- ایجاد ارتباط مستقیم بین مخاطبان با مسئولان بهداشت و درمان
- ارسال حجم زیادی از مطالب با یک موضوع خاص با کمترین هزینه برای مخاطب
- اطلاع رسانی سریع به گروه بزرگی از جامعه در حداقل زمان ممکن که می‌تواند باعث پیشگیری و کاهش بروز برخی از مشکلات گردد.



نامه الکترونیکی

یا  
Email

## معیارهای اصلی در طراحی و ارائه یک نامه الکترونیکی

- متن نامه باید حاوی مطالبی در مورد راه های تغییر رفتار مخاطبان به سوی رفتار سالم باشد
- یک عنوان مناسب و اثر گذار داشته باشد
- حاوی توضیحی کامل شفاف و کاربردی باشد
- جذاب باشد در فواصل زمانی منظم برای مخاطبین ارسال گردد



نامه الکترونیکی

یا  
Email

## معیارهای ارزشیابی نامه الکترونیکی

۵	۴	۳ و ۲	۱	معیار / امتیاز
اکثر مخاطبان را در بر می گیرد	تقریباً مخاطب خوبی دارد	مخاطب محدود	فاقد مخاطب مشخص	گستره اطلاع رسانی به مخاطب
کاملاً جذاب	جذابیت نسبی	جذابیت کم	عدم جذابیت	جذابیت نامه الکترونیکی
کامل، شفاف و کاربردی	کامل، شفاف، اما غیر کاربردی	ناقص، تا حدی شفاف اما غیر کاربردی	ناقص، ناواضح و غیر کاربردی	کامل، شفاف و کاربردی بودن موضوع ارائه شده
کاملاً اثرگذار	اثرگذاری قابل قبول	اثرگذاری کم	عدم اثرگذاری	اثرگذار بودن مطالب برای مخاطب
کاملاً معتبر	بیش از ۷۰ درصد مطالب دارای اعتبار	نیمی از مطالب با اعتبار کم	بیش از نیمی از مطالب غیر معتبر	صحت و اعتبار مطالب ارائه شده
کاملاً منظم	نظم قابل قبول	نظم کم	نامنظم	ارسال منظم نامه های الکترونیکی
ایجاد ارتباط کاملاً مستقیم	ارتباط تقریباً مستقیم با مخاطبان	ارتباط محدود با مخاطبان	عدم امکان	امکان ارائه بازخورد با مخاطب





- اینترنت مخفف کلمات International Network به معنای شبکه جهانی می باشد. اینترنت یک سیستم یکپارچه اطلاع رسانی با کاربرد وسیع در زمینه های مختلف می باشد اینترنت ارزان ترین و موثرترین سیستم اطلاع رسانی در مداخلات مربوط به سیستم ها و برنامه های ارتقای سلامت می باشد بیشترین کاربران اینترنت را خانم ها جوانان دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاه ها تشکیل می دهند



## سه ویژگی اصلی وب سایت اینترنت در برنامه های آموزش سلامت



- آموزش به وسیله اینترنت ارزان تر و موثرتر از رسانه های چاپی می باشد
- بیشترین تاثیر گذاری را برای اطلاع رسانی و بالابردن آگاهی جامع در زمینه برخی مباحث مرتبط با سلامت مانند رژیم غذایی و فعالیت بدنی و سلامت روان دارد
- اینترنت ابزار آموزشی ایده آل جهت ارائه دوره ها و آموزش های تخصصی به صورت آموزش های از راه دور می باشد.

## معیارهای اصلی در طراحی یک وب سایت اینترنتی در برنامه های آموزش سلامت

- کیفیت مطالب درستی مطالب رعایت شود
- مطالب از یک همبستگی و ارتباط موضوعی برخوردار باشد
- فونت مورد استفاده باید حداقل ۱۲ یا ۱۴ باشد
- مطالب تصاویر و فیلم های ارائه شده باید به گونه ای طراحی شوند که کاربران با اینترنت کم سرعت هم بتوانند از آن اطلاعات به راحتی استفاده نمایند.



## معیارهای ارزشیابی وب سایت اینترنتی

۵	۴	۳ و ۲	۱	معیار / امتیاز
هدفمندی کلیه مطالب ارائه شده	هدفمندی بیشتر مطالب	هدفمندی برخی از مطالب	بدون هدف	هدفمند بودن مطالب
کاملاً مفید برای تمام کاربران	مفید برای بیشتر کاربران	مفید برای برخی کاربران	تاواضح	آگاهی دهنده بودن مطالب
کاملاً کاربردی و کمک کننده برای کاربر	کاربردی خوب	زیاد بودن حجم مطالب تئوری	غیر کاربردی	کاربری و کمک کننده بودن مطالب
کاملاً منظم و مرتب	داشتن نظم قابل قبول	داشتن نظم و ترتیب نسبی	غیر منظم	توجه به نظم و ترتیب ارائه مطالب
کاربردی برای همه کاربران	کاربردی برای بیشتر کاربران	فقط برای برخی کاربران خاص	کم	وضعیت دسترسی به وب سایت اینترنتی
استفاده زیاد و همیشگی بسیاری از کاربران	استفاده همیشگی سایت توسط گروه خاصی از کاربران	فقط توسط برخی کاربران خاص	بسیار کم	میزان و تکرار استفاده مخاطب از وب سایت اینترنتی
به روز رسانی منظم و سریع	به روز رسانی منظم در فواصل طولانی	به روز رسانی غیر منظم	عدم به روزرسانی	وضعیت به روزرسانی مطالب

# WEBLOG





- تارنگاشت در برنامه‌های آموزش سلامت یک نوع وب سایت است که هر فرد یا گروهی می‌تواند صفحاتی از این نوع وب سایت را به صورت شخصی برای ارائه مطالب خود در اینترنت داشته باشد به وسیله آن هر فردی می‌تواند به راحتی و با صرف حداقل هزینه مالی اطلاع‌رسانی موثری در زمینه آموزش سلامت برای اقشار مختلف جامعه از طریق اینترنت داشته باشد

# سه ویژگی اصلی تارنگاشت در برنامه های آموزش سلامت

- ساده ترین و ارزان ترین روش ممکن اطلاع رسانی در اینترنت هست
- می تواند حاوی ایده های فردی جالب در مورد موضوعات مختلف باشد
- مطالب در تاریخ نگارش بر اساس تقدم و تاخر از مطالب جدید به قدیم طبقه بندی می شوند.



تارنگاشت وبلاگ



## معیارهای اصلی در طراحی یک تارنگاشت برای برنامه های آموزش سلامت

- قبل از طراحی یک تارنگاشت باید مخاطبان تارنگاشت مشخص باشند و بر اساس نیاز مخاطبان مطالب تهیه شوند
- حاوی عنصر اصلی شامل صفحه آرایي جذاب موضوع مشخص سرفصل جذاب تصاویر جذاب انتخاب رنگ های مناسب پس زمینه صفحه و محلی برای ارائه نظرات و پیشنهادات کاربران بازدید کننده از تارنگاشت باشد
- قلم و فونت مورد استفاده حداقل ۱۲ یا ۱۴ باشد
- نباید از رنگ های متضاد در پس زمینه صفحه سایت استفاده شود مطالب تصاویر و فیلم ها به گونه ای طراحی شوند که کاربران با اینترنت کم سرعت هم بتوانند به راحتی استفاده کنند مطالب جدید باید در فواصل زمانی مشخص به صفحات تارنگار اضافه گردند



تارنگاشت وبلاگ



## معیارهای ارزشیابی وبلاگ یا تارنگاشت

۵	۴	۳ و ۲	۱	معیار / امتیاز
هدفمندی کلیه مطالب ارائه شده	هدفمندی بیشتر مطالب	هدفمندی برخی از مطالب	بدون هدف	هدفمند بودن مطالب
کاملاً مفید برای تمام کاربران	مفید برای بیشتر کاربران	مفید برای برخی کاربران	تاواضح	آگاهی دهنده بودن مطالب
توجه به نیاز اکثر مخاطبان	توجه به نیاز اکثر مخاطبان	توجه به نیاز برخی مخاطبان	عدم توجه	توجه به نیاز مخاطبان تارنگاشت
کاملاً منظم و مرتب	داشتن نظم قابل قبول	داشتن نظم و ترتیب نسبی	غیر منظم	توجه به نظم و ترتیب ارائه مطالب
کاملاً جذاب	جذابیت قابل قبول	جذابیت کم	عدم جذابیت	جذابیت دیداری صفحه
استفاده زیاد و همیشگی بسیاری از کاربران	استفاده همیشگی سایت توسط گروه خاصی از کاربران	فقط توسط برخی کاربران خاص	بسیار کم	میزان و تکرار استفاده مخاطب از تارنگاشت
به روز رسانی منظم و سریع	به روز رسانی منظم در فواصل طولانی	به روز رسانی غیر منظم	عدم به روزرسانی	وضعیت به روزرسانی مطالب

# نرم افزار رایانه ای

Programming





- نرم افزار، مجموعه ای از برنامه های رایانه ای، رویه ها و مستندات است که انجام کارهای مختلف بر روی یک سیستم رایانه ای را بر عهده دارد. هدف از کاربرد نرم افزار رایانه ای بالا بردن آگاهی و ایجاد یک نوع تغییر نگرش یا رفتار در مورد یک موضوع خاص برای مخاطبان است. در برنامه های آموزش سلامت نیز، این ابزار برای ایجاد رفتارهای سالم در جامعه استفاده می شود.

## سه ویژگی اصلی نرم افزار رایانه ای در برنامه های آموزش سلامت

- نسبت به سایر روش های الکترونیکی هزینه ساز تر و گران قیمت تر می باشد
- برای آموزش گروه خاصی از مخاطبان استفاده می شود
- این مزیت را دارد که در هر زمانی از روز می توان از آن استفاده کرد



## معیارهای اصلی در طراحی نرم افزار رایانه ای در برنامه های آموزش سلامت

- حاوی نکات و مطالب جدید در زمینه مسایل سلامت باشد
- طراحان دقیقا بدانند که چگونه و در چه زمینه هایی برنامه کامپیوتری می توانند در ارائه آموزش به مخاطبان کمک کننده باشد
- نباید بر اساس یادگیری سریع مخاطب استوار باشد بلکه یک فرآیند آموزشی به مخاطب آموزش داده شوند تا بتواند باعث تغییر رفتار در مخاطب شود
- به گونه ای طراحی شوند که بتوانند یک شبکه ارتباطی بین مخاطبان و کاربران ایجاد نماید



## معیارهای ارزشیابی نرم افزار رایانه ای

۵	۴	۳ و ۲	۱	معیار / امتیاز
کاملاً نو و تازه	بیشتر مطالب نو	نسبتاً جدید	قدیمی	جدید بودن مطالب
به طور عملی هر مخاطبی می تواند این نکته را احساس کند	به این نکته توجه خوبی شده	تا حدی به این نکته توجه شده	عدم توجه به این نکته	طراحی نرم افزار بر اساس یک فرایند آموزشی برای یادگیری مخاطب
کلیده مخاطبان می توانند استفاده نمایند	اکثر مخاطبان قادر به استفاده هستند	فقط برای گروهی از مخاطبان مفید است	عدم توجه	توجه داشتن به مهارت های کاربران در استفاده از رایانه
ارتباط با کلیده مخاطبان	ارتباط با اکثر مخاطبان	ارتباط تنها با برخی مخاطبان	عدم ایجاد ارتباط	ایجاد یک ارتباط مستقیم با مخاطبان
ارتباط کاملاً مثبت	ارتباط قابل قبول	ارتباط محدود	عدم ارتباط	ایجاد ارتباط شبکه ای بین مخاطبان
کاملاً منطبق	انطباق قابل قبول	انطباق نسبی	عدم انطباق	انطباق نرم افزار رایانه ای با نیاز مخاطبان
دسترسی آسان برای همه کاربران	دسترسی آسان برای اکثر کاربران	دسترسی نسبتاً آسان	دسترسی مشکل	وضعیت دسترسی به نرم افزاری رایانه ای

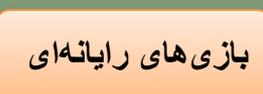




- دسته ای از بازی های الکترونیکی هستند که به وسیله کامپیوتر شخصی یا توسط اینترنت به صورت انفرادی یا دسته جمعی بازی می شوند. این دسته از رسانه ها، تفریحی و آموزشی محسوب می شوند از بازی های رایانه ای می توان در آموزش رفتارهای سلامت محور برای کودکان و نوجوانان استفاده نمود.

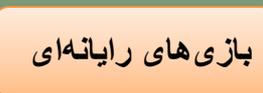
## سه ویژگی اصلی بازی های رایانه ای در برنامه های آموزش سلامت

- افزایش انگیزه مخاطبان
- کمک به قشر جوان برای داشتن یک شیوه زندگی سالم
- ارزان قیمت ترین ابزار آموزشی برای اوقات فراغت کودکان و نوجوانان



# معیارهای اصلی در طراحی بازی‌های رایانه‌ای در برنامه‌های آموزش سلامت

- جذابیت بالا
- بدون یک راهنما یا معلم بتواند نکات اصلی مرتبط با موضوع آموزش سلامت را به مخاطبان القا نماید
- مبتنی بر تغییر عادات نادرست به سمت ایجاد عادات صحیح باشد
- باید بر ارتقای مهارت‌های مخاطبان در ایجاد تغییر رفتار استوار باشد
- باید منطبق با نیاز و دانش مخاطبان در مورد نکات مرتبط با سلامت طراحی شود



## معیارهای ارزشیابی بازی رایانه ای

۵	۴	۳ و ۲	۱	معیار / امتیاز
کاملاً جذاب	جذابیت قابل قبول	جذابیت کم	عدم جذابیت	جذابیت بازی رایانه ای
کاملاً منطبق	انطباق قابل قبول	انطباق نسبی	عدم انطباق	انطباق بازی رایانه ای با نیاز مخاطبان
توانایی بالا	توانایی مناسب	توانایی کم	عدم توانایی	توانایی افزایش انگیزه مخاطبان به یادگیری
القای کامل مفاهیم	القای مناسب مفاهیم	القای کم مفاهیم	عدم القای مفاهیم	توانایی القای سریع مفاهیم آموزشی به مخاطبان
کاملاً آموزشی	تا حد زیادی آموزشی	توجه کم به نکات آموزشی	غیرآموزشی	مبتنی بر آموزش ایجاد تغییر رفتارهای سالم در بین مخاطبان
کاملاً اثرگذار	اثرگذاری قابل قبول	اثرگذاری کم	عدم اثرگذاری	اثرگذار بودن
دسترسی آسان برای همه کاربران	دسترسی آسان برای اکثر کاربران	دسترسی نسبتاً آسان	دسترسی مشکل	وضعیت دسترسی به بازی رایانه ای

ویدئو کلیپ چیست؟



- ویدئو کلیپ یک ابزار مفید برای بالابردن آگاهی ها و ایجاد تغییر رفتار های ساده در بین افراد جامعه می باشد به طور کلی مخاطبان اصلی ویدئو کلیپ های آموزشی را کودکان، نوجوانان و جوانان تشکیل می دهند .



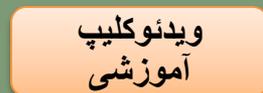
## سه ویژگی اصلی ویدیو کلیپ آموزشی در برنامه‌های آموزش سلامت

- موثرترین جذاب‌ترین و نسبتاً ارزان‌قیمت‌ترین ابزار آموزش الکترونیکی دو در ایجاد تغییر رفتارهای ساده نقش موثری دارد سه این توانایی را دارد که تمایل طیف وسیعی از مردم را در مورد رعایت یک موضوع خاص بالا ببرد



## معیارهای اصلی در طراحی و تهیه ویدیو کلیپ

- باید منطبق با نیاز مخاطب تهیه شود و زمان پخش آن منطبق منطبق با زمانی باشد که مخاطب می تواند آن را مشاهده نماید
- باید با هدف بالا بردن آگاهی به علاوه ایجاد یک تغییر رفتار ساده طراحی و ساخته شود
- مدت محتوای آموزشی و مدت زمان پخش ویدیو کلیپ باید منطبق با سطح آگاهی و حوصله مخاطب آن باشد
- باید دارای یک پیام اثرگذار باشد
- دارای یک مقدمه و یک توضیح کلی در زمینه موضوع با هدف بالا بردن آگاهی مخاطبان و ارائه راهکار عملی برای ایجاد تغییر رفتار ساده باشد



معیارهای ارزشیابی ویدئوکلیپ آموزشی

معیار	امتیاز	۱	۲ و ۳	۴	۵
توجه به نیاز مخاطب در تهیه ویدئوکلیپ	عدم توجه	توجه کم	توجه به نیاز برخی مخاطبان	کاملاً منطبق با نیاز مخاطبان	
دارا بودن پیام اثرگذار در ویدئوکلیپ	عدم وجود پیام اثرگذار	دارا بودن پیام اثرگذار اما برای برخی مخاطبان	دارا بودن پیام اثرگذار برای اکثر مخاطبان	دارا بودن پیام اثرگذار برای همه مخاطبان	
توجه به داشتن یک محتوای آموزشی منسجم در ویدئوکلیپ	عدم وجود انسجام در محتوای آموزشی	ضعف در انسجام محتوای آموزشی	انسجام نسبی در محتوای آموزشی	انسجام کامل در محتوای آموزشی	
طراحی ویدئوکلیپ بر مبنای بالا بردن آگاهی و ایجاد تغییر رفتار ساده	عدم توجه	تنها توجه به بالا بردن آگاهی	توجه کافی به بالا بردن آگاهی و ایجاد تغییر رفتار ساده	بر اسا توجه کافی به بالا بردن آگاهی و ایجاد تغییر رفتار ساده	
انطباق محتوا و زمان ویدئوکلیپ با آگاهی و حوصله مخاطبان	عدم انطباق	انطباق کم	انطباق قابل قبول	کاملاً منطبق	
جذابیت ویدئوکلیپ	عدم جذابیت	جذابیت کم	جذابیت قابل قبول	کاملاً جذاب	
نحوه پوشش دهی ویدئوکلیپ برای مخاطبان	نامناسب	تا حدودی قابل قبول	قابل قبول	کاملاً مناسب برای همه مخاطبان	



[www.1000.com/Photo/2014/05/14](http://www.1000.com/Photo/2014/05/14)



- رادیو یک وسیله ارتباط جمعی است که از اوایل قرن بیستم در ایران کاربرد داشته و اکنون نیز نقش خود را به عنوان یک ابزار اطلاع رسانی عمومی حفظ نموده است. در برنامه های ارتقای سلامت رادیو به عنوان ابزاری برای بالابردن آگاهی جامعه در موضوعات مختلف مرتبط با سلامت کاربرد دارد. به نظر می رسد زنان بیش از مردان از برنامه های رادیویی بهره برده و تأثیر بیشتری می پذیرند.

## سه ویژگی اصلی برنامه های آموزش سلامت در رادیو

- ارزان قیمت ترین ابزار آموزشی برای طیف وسیعی از جامعه است
- ابزار مفیدی برای بالا بردن آگاهی کلیه اقشار جامعه در مورد موضوعات مرتبط با سلامت می باشد
- مخاطبان مختلف با هر نوع سواد و اطلاعات عمومی می توانند از رادیو سود ببرند.



# معیارهای اصلی در طراحی و تهیه برنامه‌های آموزش سلامت در رادیو

- به زبان ساده و قابل فهم تهیه و برای مخاطب ارائه شود
- هدف اصلی یک برنامه آموزش سلامت در رادیو باید افزایش سواد جامعه در مورد موضوع خاص سلامت باشد
- بر اساس منابع معتبر و انسجام داشته باشد
- به گونه‌ای ارائه شود که تمایل مخاطبان را به یادگیری مطالب جدید برانگیزد
- خسته و کسل کننده نباشد
- منطبق با زمان و حوصله مخاطبان طراحی گردد.



معیارهای ارزشیابی برنامه یا تیزرهای رادیویی

معیار / امتیاز	۱	۲ و ۳	۴	۵
نحوه ارائه برنامه به زبان ساده	توجه نشده	برای تعداد کمی از مخاطبان قابل فهم است	برای اکثریت مخاطبان قابل فهم است	برای همه مخاطبان قابل فهم است
تهیه شده با هدف افزایش سواد جامعه	هدف ندارد	برخی مخاطبان تهیه شده	اکثر مخاطبان تهیه شده	با هدف افزایش سواد همه مخاطبان جامعه تهیه شده
ارائه مطالب بر اساس منابع معتبر علمی	عدم استفاده از منابع علمی	از منابع علمی کمی استفاده شده	از منابع علمی معتبر جدید استفاده نشده	از منابع علمی معتبر جدید استفاده شده
انسجام علمی مطالب ارائه شده در یک برنامه آموزش سلامت در رادیو	عدم انسجام	انسجام کم	انسجام قابل قبول	کاملاً منسجم
موثر در افزایش تمایل مخاطب به یادگیری	بی تأثیر	تأثیر کم	تأثیر نسبی	کاملاً موثر
انطباق زمان برنامه با زمان و حوصله مخاطب	عدم انطباق	انطباق با برنامه و حوصله گروه کمی از مخاطبان	انطباق با برنامه و حوصله گروه زیادی از مخاطبان	انطباق با برنامه و حوصله همه مخاطبان
وضعیت پوشش دهی برنامه رادیویی	نامناسب	پوشش برای بخش های خاص جغرافیایی	پوشش در اکثر مناطق جغرافیایی	پوشش در همه مناطق جغرافیایی



# رسانه های محیطی آموزش سلامت







- ساده‌ترین و ارزانه‌ترین ابزار آموزشی چاپی در قطع A5 یا کوچکتر است از تراکت برای تبلیغ یا معرفی یک نوع موضوع خاص سلامتی استفاده می‌شود

تراکت

## سه ویژگی اصلی تراکت

- مطالب را به صورت اختصاصی کوتاه و رسمی ارائه می کند
- چون اندازه کوچکی دارد حمل و نگهداری آن آسان است
- برد اثر گذاری جغرافیایی تراک محدودتر می باشد



تراکت

## معیارهای اصلی در طراحی تراکت

- استفاده از مطالب ساده و روان
- انتخاب یک شعار کوتاه ولی اثرگذار
- کیفیت طراحی و چاپ مناسب
- استفاده از کلمات کلیدی
- استفاده از کاغذ معمولی یا گلاسه برای چاپ



تراکت

## معیارهای ارزشیابی تراکت

۵	۴	۳ و ۲	۱	امتیاز / معیار
کاملاً جذاب	جذابیت قابل قبول	جذابیت نسبی	عدم جذابیت	جذابیت تراکت
کیفیت عالی	کیفیت خوب	کیفیت نسبی	عدم کیفیت	کیفیت طراحی
کیفیت عالی	کیفیت خوب	کیفیت نسبی	عدم کیفیت	کیفیت چاپ
توجه بسیار خوب	توجه مناسب	توجه کم	عدم توجه	توجه به انتخاب شعار
دقت کافی در استفاده درست از کلمات کلیدی جالب	استفاده مناسب از کلمات کلیدی جالب	استفاده کم از کلمات کلیدی جالب	عدم استفاده از کلمات کلیدی جالب	نحوه استفاده از کلمات کلیدی
بدون مشکل نگارشی	دارای ۱ یا ۲ مشکل نگارشی	دارای ۳ تا ۴ مشکل نگارشی	بیش از ۴ مشکل نگارشی	وضعیت نگارشی
پخش تراکت منطبق با موضوع تراکت دقیقاً بین مخاطبان اصلی	پخش محدود برای برخی مخاطبان اصلی	دقت کم در پخش بین مخاطبان اصلی تراکت	عدم دقت در پخش بین مخاطبان اصلی تراکت	دقت در پخش درست در بین مخاطبان





- برچسب یا استیکر برچسب ها شامل تصاویر و پیام هایی هستند که در اندازه های کوچک یا بزرگ جهت اطلاع رسانی سریع به کار می روند برچسب ها را می توان یک هنر خیابانی نیز عنوان نمود و از آن می توان برای آموزش نکات سلامتی به کودکان استفاده کرد.

برچسب

## سه ویژگی اصلی برجسب ها

- برجسب ها در هر اندازه شکل و فرمی می توانند استفاده شوند.
- برجسب جذابیت بالایی دارد به خاطر اینکه از رنگ های متنوع و زیبا در طراحی آن استفاده شو
- کیفیت چاپ برجسب از کلیه رسانه های چاپی بالاتر و بهتر می باشد.



برجسب

## معیار های اصلی در طراحی برجسب ها

- هدف و پیام مشخص
- مطالب بسیار آسان و قابل درک
- تنوع رنگی
- استفاده از طرح ها و اشکال هندسی آشنا در طراحی
- کیفیت بالا در چاپ



برجسب

## معیارهای ارزشیابی برچسب یا Stickers

۵	۴	۳ و ۲	۱	معیار / امتیاز
کاملاً جذاب	جذابیت قابل قبول	جذابیت کم	عدم جذابیت	جذابیت برچسب
جالب و کاملاً هنری	توجه به برخی عناصر هنری در طراحی	توجه به برخی نکات و عدم توجه به نکات هنری	طراحی نامناسب	وضعیت طراحی
جذابیت و تنوع رنگی	تنوع رنگی مناسب	تنوع رنگی کم	عدم تنوع رنگ	تنوع رنگ
کیفیت عالی	کیفیت مناسب	کیفیت پایین	نامطلوب	کیفیت چاپ
دارای یک هدف و پیام مشخص برای کلیه مخاطبان	دارای یک هدف و پیام واضح برای بیشتر مخاطبان	پیام و هدف برای همه مخاطبان واضح نیست	عدم وجود هدف یا پیام مشخص	دارا بودن هدف و پیام مشخص
درک آسان مفاهیم برای کلیه مخاطبان	درک آسان مفاهیم برای بیشتر مخاطبان	درک مفاهیم نیاز به تفکر دارد	درک مشکل	درک آسان مفاهیم
کاملاً کاربردی برای همه مخاطبان	کاربردی برای اکثر مخاطبان	کاربردی برای برخی مخاطبان	غیر کاربردی	کاربردی بودن برچسب برای مخاطب





آگهی نما

- آگهی نما یک سطح بزرگ تبلیغاتی است که برای بالا بردن توجه مخاطبان در محیط های باز و پر رفت و آمد عمومی نصب می گردد و برای توجه دادن سریع مردم به یک موضوع خاص سلامتی استفاده می شود . بلیبوردها ، خود به سه نوع تک وجهی ، دو وجهی ، سه وجهی ( گردان و ثابت ) تقسیم می شوند

## سه ویژگی اصلی آگهی نما در برنامه های آموزش سلامت

- بخش عظیمی از جامعه را می تواند به خود اختصاص دهد
- در کمترین زمان ممکن مطالب را به ذهن مخاطبان انتقال می دهد
- تعداد مخاطبان زیادی در طول روز می توانند آن را مشاهده نمایند



آگهی نما

## معیارهای اصلی در طراحی آگهی نما

- حاوی نکات بسیار مهم و اثرگذار بر جامعه باشد
- جذاب و جلب نظر کننده باشد
- ساختار بسیار ساده داشته باشد حداقل کلمات هشت کلمه
- استفاده از رنگ های متمایز و جذاب در زمینه طراحی آگهی می تواند عاملی برای جذب و انتقال سریع مفاهیم باشد
- مکان نصب طوری انتخاب شود که به راحتی قابل مشاهده باشند



آگهی نما

## معیارهای ارزشیابی آگهی نما

۵	۴	۳ و ۲	۱	معیار / امتیاز
کاملاً منطبق با نیاز جامعه	انطباق با نیاز برخی افراد جامعه	انطباق کم	عدم انطباق	انطباق طراحی آگهی نما با نیاز جامعه
محل کاملاً مناسب است	تقریباً مناسب	می توانست در محل بهتری هم باشد	محل نامناسب	انتخاب محل نصب آگهی نما
موضوع مهم و جالبی انتخاب شده	موضوع جالبی انتخاب شده	توجه کمی در انتخاب موضوع اثرگذار شده	موضوع نامناسب	نحوه انتخاب موضوع برای آگهی نما
کاملاً جلب توجه کننده	جلب توجه نسبی	جلب توجه کم	عدم جلب توجه	جلب توجه کننده بودن آگهی نما برای مخاطبان
کاملاً جذاب	جذابیت قابل قبول	جذابیت کم	عدم جذابیت	جذابیت آگهی نما
رنگ بندی خوب	رنگ بندی مناسب	رنگ بندی کم	عدم رنگ بندی	توجه به رنگ بندی
توجه به استفاده از حداقل کلمات اثرگذار در ساختن جمله ساده	استفاده از حداقل کلمات برای ساختن جملات ساده	استفاده از جملات ساده اما بدون رعایت استفاده از حداقل کلمات	عدم رعایت این نکته	رعایت استفاده از حداقل کلمات و جملات ساده برای آگهی نما

در ادامه، اسلایدهای آموزشی  
جهت مطالعه بیشتر تقدیم  
حضورتان می گردد .

گروه آموزش و ارتقای سلامت



## استرابورد

- استرابوردها سازه هایی شبیه به بیلبوردها دارند . اما تفاوت های عمده ای بین استرابورد و بیلبرد وجود دارد. استرابورد دارای سازه ای ساده و راحت الاجرا است. ابعاد استرابوردها برخلاف بیلبوردها ثابت است . ابعاد استرابورد ها ۳ در ۴ متر می باشد. این ابعاد ثابت برای حفاظت از منظر شهری در نظر گرفته شده است زیرا استرابوردها در فضاهای شهری مورد بهره برداری قرار می گیرند. نصب و تعویض بنر نیز در استرابورد به راحتی انجام می شود.



## لمپوست بنر

- لمپوست بنرها، بنرهای تبلیغاتی ای هستند که به پایه چراغ های شهری و بین شهری متصل می شوند. علاوه بر این بنرهایی که به ستون ها نیز با میله پیچ و مهره می شوند، در دسته لمپوست بنرها قرار می گیرند. به دلیل کم بودن سطح لمپوست بنرها بیشتر کاربرد شهری دارند و برای تبلیغات محلی پر کاربرد تر هستند.



## عرشه پل

- تبلیغات عرشه پل ، جزء استفاده بهینه از المان های شهری برای تبلیغات به حساب می آید. بر خلاف استرابورد و بیلبورد ، تبلیغات از طریق عرشه پل ها نیازی به ایجاد سازه ندارد. سطح وسیع تابلو عرشه پل ، امکان هر نوع تبلیغی را برای صاحبان مشاغل فراهم می کند



**ADNEL**  
ADVERTISING PANEL

## تبلیغات روی بام

- تعداد زیادی ساختمان بلند مرتبه در خیابان های اصلی و شریان های پر تردد شهری وجود دارد . بام این ساختمان ها ، بهترین موقعیت برای تبلیغات به حساب می آیند. افرادی که قصد تبلیغات از طریق بام این ساختمان ها را دارند باید مجوزهای لازم را دریافت کنند و سپس اقدام به نصب تابلو تبلیغاتی نمایند.
- این نحوه تبلیغات نیز ، فضای اضافی در شهر اشغال نمی کنند و استفاده بهینه از فضاهای موجود به حساب می آیند.



**ADNEL**  
ADVERTISING PANEL

## لایت باکس

- نام دیگر لایت باکس ها ، بک لایت است. لایت باکس ها یا بک لایت ها ، نوع دیگری از رسانه تبلیغاتی به حساب می آیند . بک لایت ها به نسبت سایر ابزار های تبلیغاتی نوین تر و به روز تر به حساب می آیند. لایت باکس ها آلومنیومی هستند. در سازه لایت باکس ها از یک لامپ اس ام دی استفاده می شود که مصرف برق بسیار پایینی دارد. از طرفی بنری که درون لایت باکس قرا می گیرد باید چاپ یو وی باشد که بتواند نور ام اس دی را از خود عبور دهد.



**ADNEL**  
ADVERTISING PANEL

## ماکت تبلیغاتی

- ماکت تبلیغاتی نوعی از رسانه های محیطی به حساب می آید. ماکت های تبلیغاتی معمولاً نمونه بزرگی از محصول و کالا هستند که در اماکن سرپوشیده و سرباز پرتدد عمومی استفاده می شوند. نمونه کوچک ماکت های تبلیغاتی معمولاً به صورت رومیزی ساخته می شود که از آن روی میز پیشخوان صندوق استفاده می شود. ماکت های تبلیغاتی به دو شکل indoor داخل سالن و outdoor بیرون سالن ساخته می شود. ماکت های داخل سالن لازم نیست در برابر باد و باران مقاومت داشته باشند از این رو معمولاً از یونولیت و رنگ های معمولی برای ساخت این نوع ماکت ها استفاده می شود. در نوع خارج سالن اما باید سازه ماکت مقاومت لازم را در برابر شرایط متفاوت آب و هوایی داشته باشد و از رنگ های ضد آب برای رنگ آمیزی ماکت استفاده شود. به همین دلیل از استراکچر فلزی برای ساخت ماکت های اوتدور استفاده می گردد.



## بالن تبلیغاتی

- بالن های تبلیغاتی ، بالن های لاتکسی بزرگی هستند که با گاز هلیوم که سبک تر از هوا می باشد پر می شوند. لوگوی شرکت یا فروشگاه یا هر نوع تبلیغ قابل دیدی روی این بالن های بزرگ درج می شود. ارتفاع این بالن ها را تا ۳۰ الی ۵۰ متر تنظیم می کنند و معمولا سعی می کنند به دور از موانعی مانند ساختمان های بلند مرتبه نصب کنند تا دید بهتری داشته باشد. این بالن ها به دو شکل گرد و گلابی ساخته می شوند.



**ADNEL**  
ADVERTISING PANEL

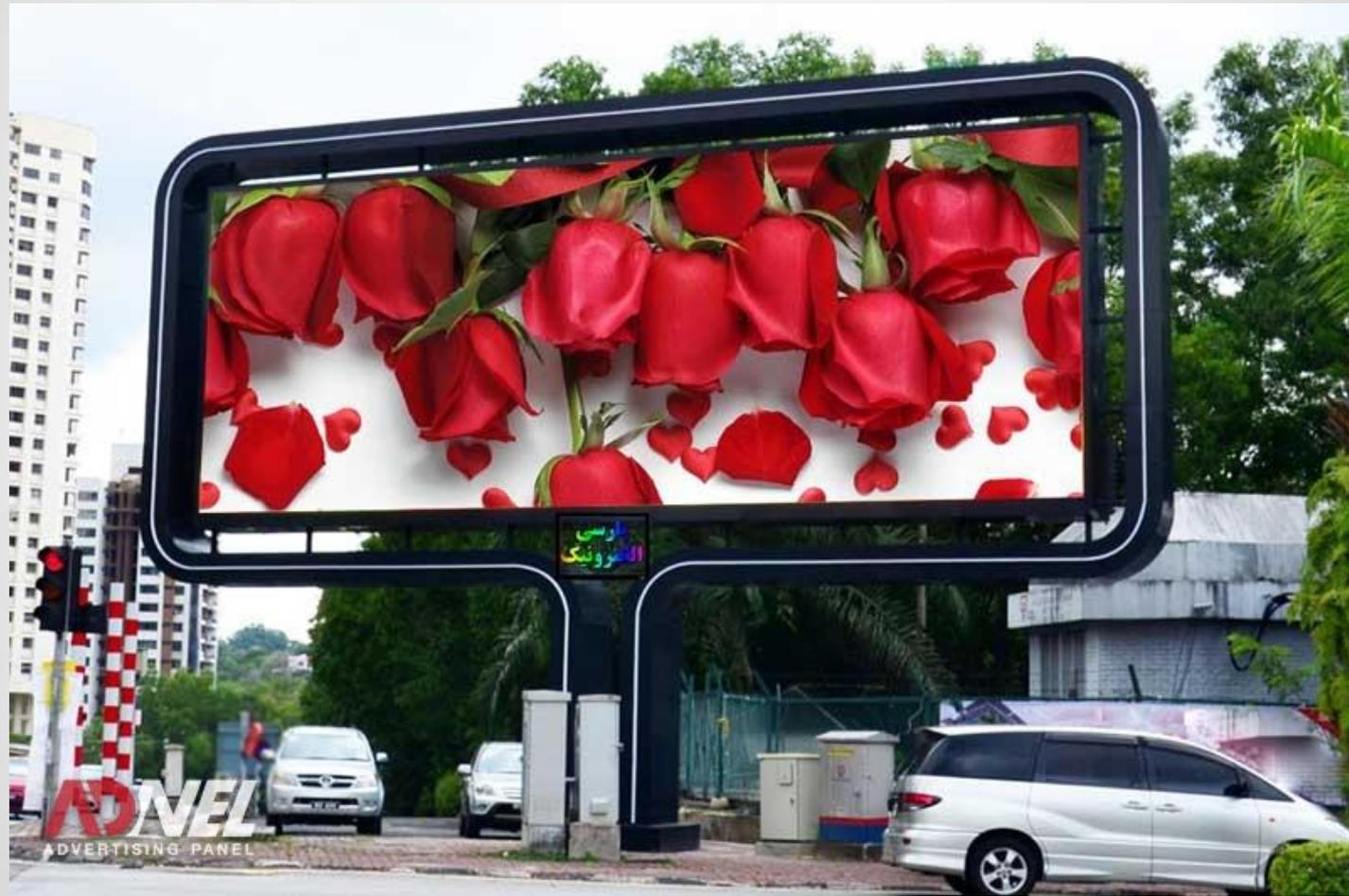
## عروسک تبلیغاتی

- عروسک های تبلیغاتی بیش تر برای تبلیغات در نقطه فروش مورد استفاده قرار می گیرند. عروسک های تبلیغاتی به دو دسته عروسک های پارچه ای و عروسک های بادی تقسیم می شوند. عروسک های پارچه ای معمولا جلوی در فروشگاه ها و رستوران ها و غیره برای ترغیب مشتریان بالقوه برای خرید کالا و یا استفاده از خدمات فروشگاه و رستوران مورد استفاده قرار می گیرند.
- عروسک های بادی معمولا برای اعلام وجود و نشانه ای برای یک فروشگاه و مغازه مورد استفاده هستند.



## نمایشگر های تبلیغاتی

- نمایشگر های تبلیغاتی یا تلویزیون های شهری ، رسانه های محیطی پر استفاده ای هم در زمینه رسانه های تبلیغاتی و هم رسانه های غیر تبلیغاتی هستند. نمایشگر های تبلیغاتی تلویزیون های بزرگی هستند که در محیط شهری و در سالن ها مورد استفاده هستند.
- نمایشگر های تبلیغاتی را به دو دسته داخل سالن indoor و خارج از سالن outdoor تقسیم می کنند. تنظیمات سخت افزاری و تنظیمات نور نمایشگر دو موردی است که در ساخت نمایشگر های تبلیغاتی ایندور و اوتدور تمایز ایجاد می کند.



**ADNEL**  
ADVERTISING PANEL

## تبلیغات ترانزیتی

- تبلیغات ترانزیتی نوع دیگری از رسانه های محیطی به حساب می آیند. این نوع تبلیغات روی بدنه تاکسی ها ، کامیون ها ، اتوبوس ها و قطار های مترو شهری انجام می گیرد.



# با سپاسی

گروه آموزش و ارتقای سلامت