

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

© راهنمای انتخاب رسانه‌ها و روش‌های آموزش سلامت

برهمندپور، فرزاد، ۱۳۵۶ -

راهنمای انتخاب رسانه‌ها و روش‌های آموزش سلامت/فرزاد برهمندپور، مناسادات اردستانی؛

سفارش: دفتر آموزش و ارتقای سلامت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی.

مشخصات نشر: تهران: موسسه فرهنگی هنری براتا، انتشارات آرمان‌براتا، ۱۳۹۱.

مشخصات ظاهری: ۸۰ ص: مصور(رنگی)، جدول(رنگی).

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۱۱۷-۴-۳

قیمت: ۵۵۰۰۰ ریال

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیپا.

یادداشت: کتابنامه: ص. [۷۷-۷۹].

موضوع: رسانه‌های گروهی در آموزش بهداشت

موضوع: سلامتی در رسانه‌های گروهی

موضوع: رسانه‌های رقیمی -- تاثیر

شناسه افزوده: اردستانی، مناسادات، ۱۳۶۱ -

شناسه افزوده: ایران. وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی. دفتر آموزش و ارتقای سلامت

رده بندی کنگره: ۱۳۹۱ ۲۴۴۰/۵/RA۴۴۰

رده بندی دیویی: ۶۱۳/۰۷

شماره کتابشناسی ملی: ۲۷۶۲۰۷۶

راهنمای انتخاب رسانه‌ها و روش‌های آموزش سلامت

نویسندگان: فرزاد برهمندپور - مناسادات اردستانی

زیر نظر خانم دکتر فاطمه رخشانی استاد آموزش بهداشت، عضو هیئت علمی دانشگاه علوم

پزشکی و مدیرکل دفتر آموزش و ارتقای سلامت، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

ویراستاران: فرزاد برهمندپور - مناسادات اردستانی

چاپ اول: بهار ۱۳۹۱

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۱۱۷-۴-۳

ناشر: آرمان براتا

صفحه‌آرایی: نرگس پاینده‌داری نژاد

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۵۵۰۰۰ ریال

◎ فهرست

◎ راهنمای انتخاب رسانه‌ها و روش‌های آموزش سلامت.....۳

تعریف رسانه‌های آموزشی در حوزه سلامت۱۳

نقش رسانه‌های آموزشی در ارتقای سلامت۱۳

مواردی که رسانه‌های آموزشی نمی‌توانند برای ارتقای سلامت مفید باشند۱۳

عوامل هشت گانه اثر گذار بودن محتوی رسانه‌های آموزشی۱۴

تقسیم بندی رسانه‌های آموزشی در حوزه سلامت۱۴

جدول ۱: تقسیم‌بندی رسانه‌ها و روش‌های آموزشی در حوزه سلامت بر اساس نظر برنی مورفی^(۱).....۱۵

◎ انواع رسانه‌های چاپی آموزش سلامت.....۱۷

◎ پوستر (Poster)۱۸

تعریف پوستر در برنامه‌های آموزش سلامت۱۸

سه ویژگی اصلی یک پوستر اثرگذار در آموزش سلامت۱۸

معیارهای اصلی در طراحی یک پوستر اثرگذار در آموزش سلامت۱۸

◎ پمفلت (Pamphlet)۲۰

تعریف پمفلت در برنامه‌های آموزش سلامت۲۰

سه ویژگی اصلی یک پمفلت اثرگذار در آموزش سلامت۲۰

معیارهای اصلی در طراحی یک پمفلت اثرگذار در آموزش سلامت۲۰

◎ دفترک (Brochure) ۲۲

تعریف دفترک (بروشور) در برنامه‌های آموزش سلامت ۲۲

سه ویژگی اصلی یک دفترک اثرگذار در آموزش سلامت ۲۲

معیارهای اصلی در طراحی یک دفترک اثرگذار در آموزش سلامت ۲۲

◎ برگچه (Leaflet) ۲۴

تعریف برگچه در برنامه‌های آموزش سلامت ۲۴

سه ویژگی اصلی یک برگچه اثرگذار در آموزش سلامت ۲۴

معیارهای اصلی در طراحی یک برگچه اثرگذار در آموزش سلامت ۲۴

◎ کتابچه (Booklet) ۲۶

تعریف کتابچه در برنامه‌های آموزش سلامت ۲۶

سه ویژگی اصلی یک کتابچه اثرگذار در آموزش سلامت ۲۶

معیارهای اصلی در طراحی یک کتابچه اثرگذار در آموزش سلامت ۲۶

◎ بولتن (Bulletin) ۲۸

تعریف بولتن در برنامه‌های آموزش سلامت ۲۸

سه ویژگی اصلی یک بولتن اثرگذار در آموزش سلامت ۲۸

معیارهای اصلی در طراحی یک بولتن اثرگذار در آموزش سلامت ۲۸

◎ کالانما (Catalogue) ۳۰

تعریف کالانما در برنامه‌های آموزش سلامت ۳۰

سه ویژگی اصلی یک کالانمای اثرگذار در آموزش سلامت ۳۰

معیارهای اصلی در طراحی یک کالانمای اثرگذار در آموزش سلامت ۳۰

◎ خبرنامه (Newsletter) ۳۲

تعریف خبرنامه در برنامه‌های آموزش سلامت ۳۲

سه ویژگی اصلی یک خبرنامه اثرگذار در آموزش سلامت ۳۲

معیارهای اصلی در طراحی یک خبرنامه اثرگذار در آموزش سلامت ۳۲

◎ روزنامه (Newspaper) ۳۴

- تعریف روزنامه در برنامه‌های آموزش سلامت۳۴
- سه ویژگی اصلی روزنامه در برنامه‌های آموزش سلامت۳۴
- معیارهای اصلی در طراحی یک مقاله روزنامه ای (Newspaper Article) برای برنامه‌های آموزش سلامت۳۴
- ◎ مجله (Magazine or Journal)۳۶
- تعریف مجله در برنامه‌های آموزش سلامت۳۶
- سه ویژگی اصلی مجله در برنامه‌های آموزش سلامت۳۶
- معیارهای اصلی در طراحی مجله در برنامه‌های آموزش سلامت۳۶
- ◎ انواع رسانه های الکترونیکی آموزش سلامت.....۳۹
- ◎ پیامک (SMS (Short Message Service)۴۰
- نقش پیامک در برنامه‌های آموزش سلامت۴۰
- سه ویژگی اصلی یک پیامک اثرگذار در برنامه‌های آموزش سلامت۴۰
- معیارهای اصلی در طراحی و ساخت پیامک اثرگذار در برنامه‌های آموزش سلامت۴۰
- ◎ پیامک چند رسانه ای (MMS (Multimedia Messaging Service)۴۲
- نقش پیامک چند رسانه ای در برنامه‌های آموزش سلامت۴۲
- سه ویژگی اصلی یک پیامک چند رسانه ای اثرگذار در برنامه‌های آموزش سلامت۴۲
- معیارهای اصلی در طراحی و ساخت یک پیامک چند رسانه ای اثرگذار در برنامه‌های آموزش سلامت۴۲
- ◎ نامه الکترونیکی (Email)۴۴
- نقش نامه الکترونیکی در برنامه‌های آموزش سلامت۴۴
- سه ویژگی اصلی یک نامه الکترونیکی در برنامه‌های آموزش سلامت۴۴
- معیارهای اصلی در طراحی و آرایه یک نامه الکترونیکی در برنامه‌های آموزش سلامت۴۴
- ◎ اینترنت (Internet)۴۶
- نقش اینترنت در برنامه‌های آموزش سلامت۴۶
- سه ویژگی اصلی اینترنت در برنامه‌های آموزش سلامت۴۶
- معیارهای اصلی در طراحی یک وب سایت اینترنتی در برنامه‌های آموزش سلامت۴۶
- ◎ تارنگاشت (Weblog)۴۸

- نقش تارنگاشت در برنامه‌های آموزش سلامت۴۸
- سه ویژگی اصلی تارنگاشت در برنامه‌های آموزش سلامت۴۸
- معیارهای اصلی در طراحی یک تارنگاشت برای برنامه‌های آموزش سلامت۴۸
- ◎ نرم‌افزار رایانه‌ای (Computer Software)۵۰
- نقش نرم‌افزار رایانه‌ای در برنامه‌های آموزش سلامت۵۰
- سه ویژگی اصلی نرم‌افزار رایانه‌ای در برنامه‌های آموزش سلامت۵۰
- معیارهای اصلی در طراحی نرم‌افزار رایانه‌ای در برنامه‌های آموزش سلامت۵۰
- ◎ بازی‌های رایانه‌ای (Computer or Video Games)۵۲
- نقش بازی‌های رایانه‌ای در برنامه‌های آموزش سلامت۵۲
- سه ویژگی اصلی بازی‌های رایانه‌ای در برنامه‌های آموزش سلامت۵۲
- معیارهای اصلی در طراحی بازی‌های رایانه‌ای در برنامه‌های آموزش سلامت۵۲
- ◎ ویدیو کلیپ‌های آموزشی۵۴
- نقش ویدیو کلیپ آموزشی در برنامه‌های آموزش سلامت۵۴
- سه ویژگی اصلی ویدیو کلیپ آموزشی در برنامه‌های آموزش سلامت۵۴
- معیارهای اصلی در طراحی و تهیه ویدیو کلیپ آموزشی در برنامه‌های آموزش سلامت۵۴
- ◎ برنامه‌های آموزش سلامت در رادیو۵۶
- نقش برنامه‌های آموزش سلامت در رادیو برای ارتقای سطح سلامت جامعه۵۶
- سه ویژگی اصلی برنامه‌های آموزش سلامت در رادیو برای ارتقای سطح سلامت جامعه۵۶
- معیارهای اصلی در طراحی و تهیه برنامه‌های آموزش سلامت در رادیو برای ارتقای سطح سلامت جامعه۵۶
- ◎ انواع رسانه‌های محیطی آموزش سلامت۵۹
- ◎ آگهی نما (Billboard)۶۰
- تعریف آگهی نما در برنامه‌های آموزش سلامت۶۰
- سه ویژگی اصلی آگهی نما در برنامه‌های آموزش سلامت۶۰
- معیارهای اصلی در طراحی آگهی نما در برنامه‌های آموزش سلامت۶۰
- ◎ تراکت۶۲

- تعریف تراکت در برنامه‌های آموزش سلامت۶۲
- سه ویژگی اصلی تراکت در برنامه‌های آموزش سلامت۶۲
- معیارهای اصلی در طراحی تراکت در برنامه‌های آموزش سلامت۶۲
- ◎ برچسپ‌ها (Stickers)۶۴
- تعریف برچسپ‌ها در برنامه‌های آموزش سلامت۶۴
- سه ویژگی اصلی برچسپ‌ها در برنامه‌های آموزش سلامت۶۴
- معیارهای اصلی در طراحی برچسپ‌ها در برنامه‌های آموزش سلامت۶۴
- ◎ انواع روش‌های مستقیم در آموزش سلامت۶۷
- ◎ بسیج اطلاع رسانی (Campaign)۶۸
- تعریف بسیج اطلاع رسانی در برنامه‌های آموزش سلامت۶۸
- سه ویژگی اصلی بسیج اطلاع رسانی در برنامه‌های آموزش سلامت۶۸
- معیارهای اصلی برای راه اندازی یک بسیج اطلاع رسانی در برنامه‌های آموزش سلامت۶۸
- ◎ کارگاه‌های آموزشی (Workshops)۷۰
- تعریف کارگاه‌های آموزشی در برنامه‌های آموزش سلامت۷۰
- سه ویژگی اصلی کارگاه‌های آموزشی در برنامه‌های آموزش سلامت۷۰
- معیارهای اصلی برای تشکیل یک کارگاه آموزشی در برنامه‌های آموزش سلامت۷۰
- ◎ ارایه سمینارهای آموزش سلامت (Seminars) در کلاس‌ها، کنگره‌ها و همایش‌ها۷۲
- تعریف سمینار برای برنامه‌های آموزش سلامت۷۲
- سه ویژگی اصلی سمینار در برنامه‌های آموزش سلامت۷۲
- معیارهای اصلی برای ارایه یک سمینار اثرگذار در برنامه‌های آموزش سلامت۷۲
- ◎ نمایشگاه‌های سلامت (Health Exhibitions)۷۴
- تعریف نمایشگاه‌های سلامت۷۴
- سه ویژگی اصلی نمایشگاه‌های سلامت۷۴
- معیارهای اصلی برای برگزاری نمایشگاه‌های سلامت۷۴
- ◎ منابع۷۶

بسمه تعالی

سازمان جهانی بهداشت، در تعریف سلامت عنوان نموده است که سلامت برای همه مردم باید به گونه ای باشد که به آنها اجازه داشتن یک زندگی بهره ور از نظر اجتماعی و اقتصادی را بدهد و در این راه آموزش بهداشت و ارتقای سلامت به عنوان رویکردی اثربخش و کلیدی جهت کنترل و پیشگیری از بیماری‌ها در کلیه سطوح مورد توجه است. در حقیقت می‌توان گفت هدف اصلی و اساسی هر راهبرد بهداشتی، پیشبرد سطح سلامت مردم و ارتقای کیفیت زندگی آنها با تاکید خاص بر روی توسعه آموزش سلامت است.

در این راستا و به جهت آنکه بسیاری از مسئولیت‌ها و وظایف دست اندرکاران حوزه سلامت با طراحی، اجرا و ارزشیابی برنامه های آموزش سلامت مرتبط می‌باشد لازم است کارکنان سیستم سلامت از دانش و مهارت کافی در این زمینه برخوردار شوند.

به این منظور آموزش سلامت به عنوان رشته ای که ترکیبی از تجارب و برنامه ریزی های آموزشی مبتنی بر نظریه های علمی است سعی می کند تا برای مردم جامعه، فرصت کسب اطلاعات و مهارت‌های لازم جهت اتخاذ تصمیمات با کیفیت را بدهد. در این راستا یکی از نکات مهم در برنامه ریزی های آموزشی، انتخاب مناسب‌ترین روش‌ها و رسانه های آموزشی جهت انتقال محتوای آموزش به مخاطب می‌باشد، تا منجر به یادگیری مطلوب فراگیران شود. در یک تعریف ساده، رسانه‌ها شامل افراد، ابزار یا موقعیت هایی هستند که به وسیله آنها پیام ارایه می‌شود.

در واقع رسانه های آموزشی ویژگی‌های متفاوتی دارند و این وظیفه آموزش دهندگان است تا با آگاهی و آشنایی از آنچه در اختیار دارند، بهترین و موثرترین نوع یا انواعی از رسانه ها و شیوه های آموزشی که متناسب با نیازها و موقعیت فراگیران متفاوت است را برگزینند.

باید توجه داشت که رسانه ها به صرف رسانه بودن‌شان، به عنوان وسایلی که محتوای آموزشی از طریق آن ها به گیرنده منتقل می‌شود با هم فرقی ندارند، ولی ممکن است برای آموزش یک موضوع، رسانه ای خاص مناسب‌تر باشد،

با توجه به موارد پیش گفت باید به این سو حرکت نمود که درصدد اثبات ارجحیت مطلق یک رسانه بر رسانه دیگر نباشیم بلکه با شناخت انواع رسانه‌ها، ظرفیت‌ها و محدودیت‌های هر یک از آنها که لازمه انتخاب و به کارگیری صحیح آنها در انواع آموزش‌هاست،

باصرفه ترین، بهترین و کارآترین رسانه را انتخاب نماییم. به طوریکه در انتخاب یک رسانه علاوه بر جذابیت، زیبایی، تازگی و رایج بودن رسانه، توجیه اقتصادی، اجتماعی و آموزشی آن را در نظر داشته باشیم. ضمن اینکه نباید از بستر مناسبی که فناوری‌های نوین ایجاد نموده اند غافل باشیم..

مجموعه حاضر که با تلاش دفتر آموزش و ارتقای سلامت، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی آماده شده است با در برداشتن تعاریف انواع رسانه ها و روش های آموزشی و ویژگی های آنها، شما را در انتخاب یک رسانه مطلوب جهت اجرای برنامه های آموزشی، کمک خواهد نمود.

در این راهنما، رایج ترین رسانه ها و روش های آموزشی (شامل رسانه های چاپی، الکترونیکی، محیطی و روش های مستقیم) ارایه شده است و می توان از آن در کمیته های آموزشی معاونت بهداشت دانشگاه ها و واحدهای تخصصی مختلف جهت انتخاب رسانه کمک گرفت.

امید است این راهنما، بتواند مورد استفاده کارکنان و دانشجویان شاغل در حوزه سلامت و نیز شاغلین و دانشجویان مقاطع مختلف تحصیلی قرار گیرد. در قدم های بعدی درصدد هستیم با توجه به اهمیت طراحی، تولید، به کارگیری و ارزشیابی یک رسانه و یا روش آموزشی و به منظور افزایش کارآیی و اثربخشی، به تولید راهنما برای هر کدام از آنها بپردازیم. بی شک نظرات ارزشمند شما خوانندگان گرامی در ارتقای این راهنما و تولیدات بعدی این دفتر راهگشای ما خواهد بود.

در پایان از محضر اساتید محترم سرکارخانم دکتر طاهره دهداری، جناب آقای دکتر محتشم غفاری، جناب آقای دکتر داریوش نوروزی، جناب آقای دکتر اسماعیل زارعی زوارکی، جناب آقای دکتر حمید اله وردی پور، جناب آقای دکتر عبدالرضا شقاقی، جناب آقای محمدصادق عابدزاده و جناب آقای دکتر فضل اله غفرانی پور؛ کارشناسان مسئول محترم آموزش سلامت سراسر کشور به ویژه جناب آقای دکتر منصور شیر، جناب آقای حمیدرضا رصافیانی، سرکار خانم مریم سعیدی، سرکار خانم نادیا مشایخی، سرکار خانم دکتر ناهید یزدی و کارشناسان محترم دفتر آموزش و ارتقای سلامت، وزارت بهداشت که با ارایه نظرات ارزشمندشان ما را در تهیه و تدوین این مجموعه یاری نمودند کمال تشکر و قدردانی را می نمایم.

دکتر فاطمه رخشانی

مدیرکل دفتر آموزش و ارتقای سلامت

وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

تعریف رسانه های آموزشی در حوزه سلامت

رسانه های آموزشی ابزاری برای ارایه آموزش به فراگیر و طبیعتاً جزئی 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 کارآیی مناسبی ندارند.
۲. رسانه های آموزشی به تنهایی برای آموزش مهارت ها ابزار چندان مناسبی نیستند.
۳. رسانه های آموزشی نمی توانند بدون بستر سازی 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 سلامت گردند.

عوامل هشت گانه اثر گذار بودن محتوی رسانه های آموزشی

۱. اعتبار (Credibility): مطالب ارایه شده در رسانه های آموزشی باید بر اساس 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 مطالب ارایه شده در رسانه های آموزشی باید برای مخاطبان جذاب باشند.
۴. وضوح مطالب (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 (Channels): در تهیه مطالب و پیام های رسانه های آموزشی باید پیش بینی کرد که مخاطبان از چه کانال ها و روش هایی با رسانه های آموزشی مذکور در ارتباط می باشند.
۷. قابلیت (Capability): مخاطبان باید قابلیت به کارگیری 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 (۲۰۱۰)، 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 (جدول ۱).

جدول ۱: تقسیم‌بندی رسانه‌ها و روش‌های آموزشی در حوزه سلامت بر اساس نظر برنی مورفی^(۱)

نوع رسانه‌های آموزشی	نمونه‌های هر نوع رسانه			نکته مثبت بارز		نکته منفی بارز	
رسانه‌های چاپی	پوستر (Poster)			مناسب برای آرایه نکات مهم		نیازمند خلاقیت بالا	
	پمفلت (Pamphlet)			مناسب برای آرایه نکات پیشگیری‌کننده		تنها انتقال‌دهنده مفاهیم	
	دفترک (بروشور) (Brochure)			مناسب برای جذب مخاطب		عدم توجه به جزئیات موضوع	
	برگچه (لیفلت) (Leaflet)			مناسب برای آرایه راهکارهای عملی		نیازمند همبستگی کامل مطالب	
	کتابچه (Booklet)			تفہیم مفاهیم اصلی		انطباق پیام‌ها با موضوع هر صفحه	
	بولتن (Bulletin)			آرایه کوتاه اما رسمی نکات مهم		عدم اشاره به جزئیات	
	کالاتما (Catalogue)			آرایه راهنمایی در مورد محصولات مرتبط با سلامتی		نیازمند آشنایی کامل با ذوق و سلیقه مخاطبان	
	خبرنامه (Newsletter)			آرایه اطلاعات علمی و کاربردی		نیازمند تخصص علمی بالا	
رسانه‌های دیجیتال	روزنامه (newspaper)			اطلاع‌رسانی مطالب جدید		امکان آرایه مطالب اشتباه	
	مجله (Magazine or Journal)			آرایه اطلاعات تخصصی		مورد استفاده گروه خاص	

پیامک (SMS)	بهترین اثر گذاری بر جوانان	وابسته به انگیزه و توجه مخاطبان
پیامک چند رسانه‌ای (MMS)	توانایی ارسال فایل‌های صوتی و تصویری بر روی تلفن‌های همراه	غیر قابل استفاده برای دستگاه‌های تلفن همراه قدیمی
نامه الکترونیکی (Email)	روش رایج برای انتقال پیام‌ها	نیازمند جذابیت و محتوای علمی بالا
سایت اینترنتی (Internet)	ارزان ترین سیستم اطلاع رسانی	کم اثر برای سالمندان
تارنگاشت (Weblog)	اطلاع رسانی موثر با حداقل هزینه	احتمال پایین بودن اعتبار علمی مطالب
نرم افزار رایانه‌ای (Software)	ابزاری برای ایجاد رفتارهای سالم	کم اثر برای افراد با مشغله بالا
بازی‌های رایانه‌ای	ابزاری برای تشویق به یادگیری	تشویق به داشتن فعالیت‌های نشسته
ویدیو کلیپ آموزشی	موثر برای تغییر رفتارهای ساده	نیازمند تخصص علمی و فنی بالا برای تهیه آن
رادیو	بالا بردن سواد و آگاهی جامعه	عدم ارتباط دو طرفه بصری
آگهی نما (Billboard)	ابزاری برای توجه دادن سریع	نیازمند طراحی کاملاً جذاب
تراکت	برای تبلیغ یا معرفی خدمات	محدودیت جغرافیایی برای اثر گذاری
برچسب‌ها (Stickers)	آموزش نکات سلامتی به کودکان	نیازمند جذابیت بسیار بالا
بسیج اطلاع رسانی (Campaign)	موثر برای بهبود یک چالش	نیازمند سازمان دهی بالا
کارگاه آموزشی (workshop)	بالا بردن انگیزه و توان کار گروهی در فرا گرفتن مطالب علمی	نیازمند آشنایی با تکنیک های آموزشی
سمینار (Seminar)	روشی برای تکمیل دانش مخاطبان	نیازمند دانش علمی تخصصی
نمایشگاه (Exhibition)	مکانی برای اطلاع رسانی خدمات	هزینه دار بودن راه اندازی آن

رسانه های الکترونیکی

رسانه های محیطی

روش های مستقیم آموزش

© انواع رسانه های چاپی آموزش سلامت



◎ پوستر (Poster)

تعریف پوستر در برنامه‌های آموزش سلامت

پوستر 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 اثرگذار 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 A۲ (۵۹۴ × ۴۲۰ mm) کوچکتر نمی‌باشد.

معیارهای اصلی در طراحی یک پوستر اثرگذار در آموزش سلامت

- عنوان یک پوستر آموزشی باید مطالب موجود در پوستر را برجسته تر نماید. به‌علاوه اینکه توانایی اثر گذاری بر روی مخاطب را نیز داشته باشد. بنابراین در انتخاب عنوان یک پوستر آموزشی باید به توصیفی بودن، کاربردی 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، دیگرام ها و جداول که مرتبط با موضوع پوستر آموزشی هستند در طراحی پوستر باید استفاده شود. به‌علاوه اینکه سادگی، بداعت و توجه به کاربرد 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.

پوستر



- 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

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
عنوان پوستر	غیر اثرگذار	با اثرگذاری پایین	با اثرگذاری قابل قبول	کاملاً اثرگذار
جذابیت پوستر	عدم توجه به طراحی دقیق	توجه کم به طراحی منسب	طراحی پوستر قابل قبول	جذابیت کامل از لحاظ طراحی و زمینه‌بندی
وضوح مطالب پوستر از ۲ تا ۳ متری	عدم وضوح مناسب	برخی مطالب دیده می‌شوند	اکثر مطالب دیده می‌شوند	کل مطالب دیده می‌شوند
وضعیت مطالب از نظر خواندنی بودن	ایجاد ابهام می‌کند	به راحتی قابل درک نیست	اکثر مفاهیم قابل درک است	مفاهیم به راحتی قابل درک می‌باشد
رعایت یک نظم مشخص در اریه مطالب پوستر	عدم رعایت نظم در اریه مطلب	رعایت نظم تنها در اریه مطالب مهم	رعایت نظم در اریه اکثر مطالب	وجود نظم کاملاً منطقی در اریه مطالب
وضعیت تصاویر، دیاگرام‌ها و جداول مرتبط با موضوع پوستر	مرتبط با موضوع پوستر 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 نگارشی	دارای دو مشکل نگارشی	دارای یک مشکل نگارشی	بدون مشکل نگارشی

◎ پمفلت (Pamphlet)

تعریف پمفلت در برنامه‌های آموزش سلامت

پمفلت، 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 می‌شود. در واقع مطالب پمفلت، می‌توانند در یک یا هر دو طرف یک صفحه A۴ (۲۹۷ × ۲۱۰ mm) در تقسیمات یک چهارم یا یک سوم هر صفحه باشد. همچنین بر اساس تعریف یونسکو می‌تواند بدون در نظر گرفتن جلد حاوی حداقل ۵ و حداکثر ۴۸ صفحه باشد. در واقع از پمفلت در برنامه‌های آموزش و ارتقای سلامت به عنوان یک استراتژی کاربردی برای آرایه اطلاعات در زمینه سطوح مختلف پیشگیری از مشکلات سلامتی استفاده می‌گردد.

سه ویژگی اصلی یک پمفلت اثرگذار در آموزش سلامت

۱. پمفلت، ابزار آموزشی ارزان قیمت تری نسبت به پوستر برای مقاصد آموزشی می‌باشد.
۲. پمفلت تنها برای مقاصد غیر تجاری و جهت آرایه آموزش‌های تخصصی به مخاطب در زمینه موضوع آرایه شده می‌باشد.
۳. پمفلت، آرایه‌کننده مطالبی است که مخاطب در مورد آنها اطلاعات جامعی ندارد و با خواندن پمفلت این اطلاعات را می‌تواند کسب نماید.

معیارهای اصلی در طراحی یک پمفلت اثرگذار در آموزش سلامت

- طراحی پمفلت سلامتی باید با دقت و فزاینده از تنها مقاصد اطلاع‌رسانی باشد.
- در پمفلت سلامتی، مطالب باید بر اساس منابع معتبر علمی و به دور از هرگونه اطلاعات نادرست باشد.
- ساختار پمفلت سلامتی باید خواننده را به سمت پیروی از بایدها و نبایدها در مورد موضوع آرایه شده، سوق دهد.
- در پمفلت سلامتی نباید حجم زیادی از مطالب آرایه شود، بلکه باید به صورت عمقی اطلاعات به مخاطب آرایه شود.
- جزء مهم و اثرگذار یک پمفلت سلامتی، آرایه راهکارهای عملی مرتبط با موضوع می‌باشد.

پمفلت



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک پمفلت آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
توجه به علایق مخاطبان	عدم توجه به علایق مخاطبان	مورد علاقه برخی مخاطبان	مورد علاقه اکثر مخاطبان	منطبق با علایق مخاطبان
جذابیت پمفلت	عدم توجه به جذابیت در فرمت و نظم آرایه مطالب	از لحاظ فرمت جذاب اما نظم آرایه مطالب نیاز به دقت دارد	قابل قبول بودن فرمت و نظم آرایه مطالب	جذابیت کامل از لحاظ فرمت و نظم آرایه مطالب
اعتبار علمی مطالب آرایه شده	عدم اعتبار علمی مطالب	اعتبار علمی کم مطالب	اعتبار علمی قابل قبول مطلب	اعتبار علمی بالای مطلب
نحوه تهیه پیام‌های واضح در پمفلت	استفاده از کلمات و عبارات غیر اثرگذار در تهیه پیام‌ها	انتخاب کلمات و عبارات ساده اما با اثرگذاری کم در تهیه پیام‌ها	انتخاب کلمات و عبارات مناسب با توانایی اثرگذاری بر روی اکثر مخاطبین	استفاده از کلمات و عبارات کاملاً اثرگذار در تهیه پیام‌ها
وضعیت تصاویر، دیاگرام‌ها 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 آنها نیاز به تفکر دارد	کاملاً مرتبط با موضوع و به راحتی قابل درک هستند
تخصصی و کاربردی بودن مطالب آرایه شده در پمفلت	آرایه مطالب صرفاً تئوری	آرایه مطالب تخصصی به زبان ساده اما غیر کاربردی	آرایه مطالب تخصصی تا حدودی کاربردی به زبان ساده	آرایه مطالب تخصصی با زبان ساده با تمرکز بر کاربردی بودن آن‌ها
وضعیت نگارشی	بیش از ۴ مشکل نگارشی	دارای ۳ تا ۴ مشکل نگارشی	دارای ۱ یا ۲ مشکل نگارشی	بدون مشکل نگارشی

پوستر

(Poster)

پمفلت

(Pamphlet)

دفتری

(Brochure)

برگچه

(Leaflet)

کتابچه

(Booklet)

بولتن

(Bulletin)

کاتالانما

(Catalogue)

خبرنامه

(Newsletter)

روزنامه

(Newspaper)

مجله

(Magazine or Journal)

◎ دفترک (Brochure)

تعریف دفترک (بروشور) در برنامه‌های آموزش سلامت

دفترک، برگه‌ای است در قطع A۴ (۲۹۷mm × ۲۱۰) که به سه قسمت مساوی تا خورده و ۶ منطقه برای ارایه مطالب در آن وجود دارد. مطالب موجود در دفترک تنها با هدف بالا بردن آگاهی و علاقمندی مخاطبان به یک موضوع خاص بدون تاکید به جزئیات مطالب تهیه می‌شود. در برنامه‌های آموزش سلامت، دفترک به عنوان ابزاری برای تشویق مردم به داشتن رفتارهای صحیح سلامتی و آشنایی با خدمات مرتبط با سلامتی تهیه می‌شود.

سه ویژگی اصلی یک دفترک اثرگذار در آموزش سلامت

۱. دفترک اغلب برگه‌ای خوش نما و رنگی با تصاویر زیبا در مورد یک موضوع مشخص است که می‌تواند باعث جذب مخاطب شود.
۲. ترجیحاً، هر دفترک باید حاوی یک هدف واضح مرتبط با موضوع ارایه شده باشد که به خوبی هدف مذکور با ارایه مطالب صحیح در دفترک پرورانده شده باشد.
۳. به خاطر اینکه از دفترک برای مقاصد تجاری بیش از مقاصد غیرتجاری استفاده می‌شود، بنابراین در یک دفترک اثرگذار، انتخاب نوع فرمت بر اساس هدف و نوع مخاطبان بسیار حایز اهمیت می‌باشد.

معیارهای اصلی در طراحی یک دفترک اثرگذار در آموزش سلامت

- مفاهیم تهیه شده در دفترک باید منطبق با درک و دانش مخاطبان استفاده کننده از آن باشد.
- یک دفترک اثرگذار باید بتواند با ارایه سرفصل‌های اصلی، تصاویر بصری جذاب و توصیه‌های کاربردی در مورد موضوع ارایه شده، حس و توجه مخاطب را به سمت موضوع معطوف نماید.
- صفحه اول دفترک باید به گونه‌ای جذاب طراحی شود که توجه مخاطب را به خود برانگیزد. برای مثال می‌تواند شامل یک سوال توجه برانگیز و یا یک جمله آموزنده در مورد موضوع ارایه شده باشد و صفحه آخر نیز می‌بایستی توصیه‌های کاربردی مرتبط با موضوع دفترک را ارایه نماید.
- توجه به روش‌های ساده نویسی و استفاده از حداقل جملات در تهیه دفترک‌های آموزشی اثرگذار بسیار مهم می‌باشد.
- در یک دفترک اثرگذار باید به اعتبار علمی مطالب ارایه شده بیش از پیش توجه گردد.

دفترک



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک دفترک آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
توجه به علایق مخاطبان	عدم توجه به علایق مخاطبان	مورد علاقه برخی مخاطبان	مورد علاقه اکثر مخاطبان	منطبق با علایق مخاطبان
جذابیت دفترک	عدم توجه به جذابیت	جذاب برای برخی مخاطبان	جذاب برای اکثر مخاطبان	جذاب برای همه مخاطبان
وضعیت نظم ارایه مطالب در دفترک	عدم نظم در ارایه مطالب	نظم کم در ارایه مطالب	نظم نسبی در ارایه مطالب	نظم کامل در ارایه مطالب
توجه به ارایه مطالب علمی سودمند	عدم توجه به مطالب سودمند	برخی مطالب سودمندند	بیشتر مطالب علمی و سودمندند	تمامی مطالب علمی و سودمندند
صحت و اعتبار مطالب ارایه شده	مطالب بر اساس منابع علمی معتبر نیستند	نیمی از مطالب بر اساس منابع معتبر علمی هستند	اکثر مطالب بر اساس منابع معتبر علمی هستند	تمام مطالب ارایه شده صحیح و معتبر هستند
وضعیت تصاویر و دیاگرامها	مرتبط و جذاب نیستند	جذاب هستند اما به راحتی قابل درک نیستند	جذاب هستند و تصاویر و دیاگرامها قابل درک هستند	کاملا 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

پوستر

(Poster)

پمفلت

(Pamphlet)

دفترک

(Brochure)

برگچه

(Leaflet)

کتابچه

(Booklet)

بولتن

(Bulletin)

کاتالانما

(Catalogue)

خبرنامه

(Newsletter)

روزنامه

(Newspaper)

مجله

(Magazine or Journal)

◎ برگچه (Leaflet)

تعریف برگچه در برنامه‌های آموزش سلامت

برگچه عموماً حاوی اطلاعاتی است که در ۴ یا ۶ قسمت یک برگه در قطع A۴ (۲۹۷mm × ۲۱۰) برای توزیع در سطح وسیع به کار می‌رود. اگرچه ظاهر برگچه شبیه به دفترک (Brochure) است اما در برگچه نسبت به دفترک به ارایه یک فرمت مناسب و جذاب در صفحه اول و آخر و همبستگی کامل مطالب بر اساس یک شیوه رسمی بیشتر توجه می‌شود. در برنامه‌های ارتقای سلامت از برگچه برای تقویت و ارتقای اطلاعات مراجعه کنندگان به مراکز بهداشتی و درمانی استفاده می‌شود.

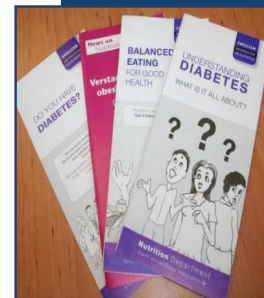
سه ویژگی اصلی یک برگچه اثرگذار در آموزش سلامت

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

معیارهای اصلی در طراحی یک برگچه اثرگذار در آموزش سلامت

- برای افزایش جلب توجه مخاطب باید بهترین و اثرگذارترین عنوان‌ها و سر فصل‌ها 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 سرفصل‌ها گنجانده شوند.
- در برگچه باید از جملات کوتاه برای انتقال مفاهیم استفاده کرد.
- یکی از روش‌های مهم برای طراحی یک برگچه اثرگذار توجه به استفاده از تصاویر اثرگذار به جای استفاده زیاد از کلمات برای توضیح یک موضوع می‌باشد.
- 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 راحت‌تر باشد.

برگچه



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک برگچه آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
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 تاثیرگذاری تصاویر	تاثیرگذاری کم	تاثیرگذاری مناسب	کاملاً تاثیرگذار
انطباق اطلاعات و تصاویر ارائه شده با میزان درک و فهم مخاطبان	عدم انطباق	انطباق در اطلاعات و عدم انطباق در تصاویر ارائه شده	انطباق کامل در اطلاعات و توجه کم به انطباق 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	غیر کاربردی و قدیمی	جدید اما غیر کاربردی	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

پوستر

(Poster)

پمفلت

(Pamphlet)

دفترک

(Brochure)

برگچه

(Leaflet)

کتابچه

(Booklet)

بولتن

(Bulletin)

کاتالانما

(Catalogue)

خبرنامه

(Newsletter)

روزنامه

(Newspaper)

مجله

(Magazine or Journal)

◎ کتابچه (Booklet)

تعریف کتابچه در برنامه‌های آموزش سلامت

کتابچه، عبارت است از یک کتاب کوچک با تعداد صفحاتی 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 برنامه‌های آموزش سلامت از کتابچه برای انتقال و تفهیم مفاهیم و پیامهای اصلی در مورد موضوعات مرتبط با سلامتی و بهداشت استفاده می‌شود.

سه ویژگی اصلی یک کتابچه اثرگذار در آموزش سلامت

۱. محتوی و ایده‌آرایه شده در کتابچه با تعداد صفحات کتابچه انطباق دارد.
۲. هر صفحه از کتابچه، حاوی پیام مهمی مرتبط با موضوع مطرح شده، می‌باشد.
۳. کتابچه اثرگذار دارای جذابیت‌های بصری بالایی است، یعنی حاوی تصاویر جذاب و مناسب با موضوع و صفحات رنگی زیبا می‌باشد.

معیارهای اصلی در طراحی یک کتابچه اثرگذار در آموزش سلامت

- یک کتابچه اثرگذار در آموزش سلامت باید چشم‌اندازی جامع و کاربردی در مورد موضوع آرایه نماید.
- طراحی کتابچه باید به گونه‌ای باشد که برای هر مخاطبی با هر سطح و میزان اطلاعات قابل کاربرد باشد.
- مفاهیم آرایه شده در کتابچه باید به طور واضح و بدون ایجاد هرگونه ابهامی برای مخاطبان آرایه شود.
- یک کتابچه اثرگذار باید حاوی مهم‌ترین جزئیات مرتبط با چشم‌انداز موضوع مطرح شده باشد.
- کتابچه اثرگذار نباید حاوی حجم زیادی از پارگراف‌ها و مطالب در هر صفحه باشد.

کتابچه



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک کتابچه آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
انتخاب مناسب سرفصل‌ها	بسیاری از بخش‌های کتابچه حاوی سرفصل نیستند	برخی از بخش‌های مهم کتابچه حاوی سرفصل نیستند	اکثر بخش‌های کتابچه حاوی سرفصل مناسب هستند	تمامی بخش‌های کتابچه دارای سرفصل مناسب هستند
تناسب حجم مطالب در هر بخش	تناسب ندارد و پیامی ارائه نمی‌شود.	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 کتابچه 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
وضعیت تصاویر و دیاگرام‌ها	تصاویر و دیاگرام‌ها قابل درک و فهم نیستند	برخی تصاویر و دیاگرام‌ها به راحتی قابل درک نیستند	اکثر تصاویر و دیاگرام‌ها قابل فهم و درک هستند	تمامی تصاویر و دیاگرام‌ها قابل درک هستند
جذابیت بصری کتابچه	عدم جذابیت	جذابیت نسبی	جذابیت قابل قبول	کاملاً جذاب
وضعیت نگارشی	بیش از ۴ مشکل نگارشی	دارای ۳ تا ۴ مشکل نگارشی	دارای ۱ یا ۲ مشکل نگارشی	بدون مشکل نگارشی

پوستر

(Poster)

پمفلت

(Pamphlet)

دفترک

(Brochure)

برگچه

(Leaflet)

کتابچه

(Booklet)

بولتن

(Bulletin)

کاتالانما

(Catalogue)

خبرنامه

(Newsletter)

روزنامه

(Newspaper)

مجله

(Magazine or Journal)

◎ بولتن (Bulletin)

تعریف بولتن در برنامه‌های آموزش سلامت

بولتن برای ارائه مطالب اصلی یک موضوع مشخص به صورت رسمی اما مختصر کاربرد دارد. تعداد صفحات بولتن، وابسته به نوع موضوع متغیر می‌باشد. در واقع بولتن بیشتر توسط موسسات آموزشی، فرهنگی، خدماتی و تحقیقاتی انتشار می‌یابد و در اختیار مخاطبان قرار می‌گیرد. در برنامه‌های ارتقای سلامت از بولتن برای مروری سیستماتیک بر آگاهی‌های موجود در زمینه یک موضوع خاص سلامت استفاده می‌شود. در واقع هدف ارائه بولتن سلامت کمک به تسهیل در تصمیم‌گیری‌های مرتبط با سلامت در اقشار مختلف جامعه می‌باشد.

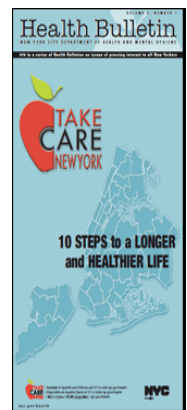
سه ویژگی اصلی یک بولتن اثرگذار در آموزش سلامت

۱. اطلاعات ارائه شده در بولتن بر اساس نکته، عنوان‌های اصلی و فرعی و با حداقل جملات می‌باشد.
۲. در بولتن به جزئیات ریز اشاره نمی‌شود.
۳. بولتن می‌تواند در کوتاه‌ترین زمان ممکن، مهم‌ترین نکات را به مخاطبان ارائه نماید.

معیارهای اصلی در طراحی یک بولتن اثرگذار در آموزش سلامت

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

بولتن



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک بولتن آموزش سلامت

۶	۴	۲	۰	معیارها/امتیازها
یک ایده اصلی خوب وجود دارد که به خوبی هم با ارایه مطالب پرورانه شده	یک ایده اصلی وجود دارد اما بهتر بود که بیشتر پرورانه می شد	یک ایده اصلی وجود دارد اما به خوبی پرورانه نشده	ایده مشخصی وجود ندارد	نحوه انتخاب ایده اصلی
مختصر هست و کاملاً اثرگذار است	مختصر هست و اثرگذاری قابل قبولی دارد	مختصر هست اما اثرگذار نیست	مختصر و اثرگذار نیست	مختصر اما اثرگذار بودن مطلب
انطباق کامل با سطح آگاهی کلیه مخاطبان	انطباق با سطح آگاهی اکثر مخاطبان	انطباق با سطح آگاهی برخی مخاطبان	عدم انطباق	انطباق مطالب با سطح آگاهی مخاطبان
کاملاً کاربردی و مناسب	بیشتر نکات کاربردی هستند	دارای برخی نکات کاربردی	غیر کاربردی	کاربردی بودن مطالب ارایه شده
دارای نظم کاملاً منطقی	نظم قابل قبول	نظم نسبی	عدم نظم منطقی	نظم منطقی در ارایه مطالب
کاملاً جذاب	جذابیت قابل قبول	جذابیت نسبی	عدم جذابیت	جذابیت در نوع طراحی بولتن
بدون مشکل نگارشی	دارای ۱ یا ۲ مشکل نگارشی	دارای ۳ تا ۴ مشکل نگارشی	بیش از ۴ مشکل نگارشی	وضعیت نگارشی

پوستر

(Poster)

پمفلت

(Pamphlet)

دفترک

(Brochure)

برگچه

(Leaflet)

کتابچه

(Booklet)

بولتن

(Bulletin)

کاتالانما

(Catalogue)

خبرنامه

(Newsletter)

روزنامه

(Newspaper)

مجله

(Magazine or Journal)

◎ کالانما (Catalogue)

تعریف کالانما در برنامه‌های آموزش سلامت

کالانما، حاوی یکسری از اطلاعات مرتب شده در مورد یک موضوع یا محصول خاص می‌باشد که از طریق استفاده از پایگاه‌های اطلاعاتی متفاوت جمع آوری و به صورت یک کتابچه راهنما با حداقل ۸ صفحه به مخاطبین ارایه می‌گردد. در برنامه‌های ارتقای سلامت از کالانما برای معرفی محصولات و انتشارات مربوط به سلامت استفاده می‌شود.

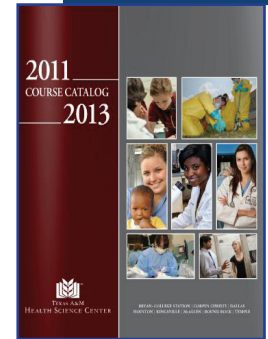
سه ویژگی اصلی یک کالانمای اثرگذار در آموزش سلامت

۱. اطلاع‌رسانی و جذابیت، دو عنصر اساسی در کالانماهای اثرگذار برای معرفی یک موضوع یا محصول خاص می‌باشند.
۲. مطالب و محصولات بر اساس یک سلسله مراتب و ارتباطات منطقی در یک کالانما مرتب می‌شوند تا به راحتی مخاطب بتواند با استفاده از کالانما به نیاز خود برسد.
۳. در کالانما دقیقاً به جزئیات موضوع یا محصولات معرفی شده نیز توجه می‌شود.

معیارهای اصلی در طراحی یک کالانمای اثرگذار در آموزش سلامت

- یک کالانمای اثرگذار باید طرحی 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 بر اساس دسته بندی و طبقه بندی مطالب و محصولات ارایه شود.
- در یک کالانمای اثرگذار باید هم به ارایه نکات مهم و هم ارایه جزئیات مرتبط با موضوع یا محصول خاص دقت زیادی شود.
- طراحی کالانما باید دقیقاً منطبق با علایق، نیازها و توجه مخاطبان به یک موضوع خاص باشد (برای مثال طراحی کالانما برای جوانان با طراحی کالانما برای سالمندان کاملاً متفاوت می‌باشد).

کالانما



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک کالانمای آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
طراحی خلافتانه کالانما	عدم توجه به خلافتیت	کاربرد خلافتیت کالانماهای مشابه	توجه نسبی به خلافتیت شخصی در طراحی کالانما	توجه کافی به خلافتیت شخصی در طراحی کالانما
جذابیت طراحی کالانما	عدم جذابیت	جذابیت نسبی	جذابیت قابل قبول	کاملا 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 مطلب	نظم قابل قبول در طبقه بندی مطالب	نظم کامل با طبقه بندی منطقی مطالب
توجه به ارایه نکات مهم در کنار ارایه 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 ارایه جزئیات مورد نیاز
وضعیت نگارشی	بیش از ۴ مشکل نگارشی	دارای ۳ تا ۴ مشکل نگارشی	دارای ۱ یا ۲ مشکل نگارشی	بدون مشکل نگارشی

پوستر

(Poster)

پمفلت

(Pamphlet)

دفترک

(Brochure)

برگچه

(Leaflet)

کتابچه

(Booklet)

بولتن

(Bulletin)

کالانما

(Catalogue)

خبرنامه

(Newsletter)

روزنامه

(Newspaper)

مجله

(Magazine or Journal)

📧 خبرنامه (Newsletter)

تعریف خبرنامه در برنامه‌های آموزش سلامت

خبرنامه، عبارت است از یک نشریه (همانند روزنامه اما در اندازه و فرمت کوچکتر) که در دوره‌های زمانی مشخص و در مورد یک موضوع خاص نکات جالبی را به مخاطبان ارائه می‌کند. در کل، خبرنامه به دو نوع کاغذی و شکل الکترونیکی تقسیم بندی می‌شود که امروزه هر دو نوع آن کاربرد دارد. در برنامه‌های ارتقای سلامت از خبرنامه برای ارائه اطلاعات علمی و کاربردی با هدف بالا بردن آگاهی و بهبود نگرش مخاطبان در مورد یک موضوع خاص سلامتی استفاده می‌گردد.

سه ویژگی اصلی یک خبرنامه اثرگذار در آموزش سلامت

۱. خبرنامه، حاوی اطلاعات متنوع و اثرگذاری است که می‌تواند 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 می‌شود (برای مثال یک خبرنامه می‌تواند با هدف افزایش آگاهی در مورد تغذیه مناسب کودکان هر ماه یکبار برای مخاطبان ارائه شود).
۳. در یک خبرنامه معتبر و اثرگذار یک سیاست و روش مشخص برای نوشتن مطالب بر اساس منابع معتبر، وجود دارد.

معیارهای اصلی در طراحی یک خبرنامه اثرگذار در آموزش سلامت

- یک خبرنامه اثرگذار 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.

خبرنامه



- پنج عنصر اصلی شامل تعادل، پیوستگی، هارمونی، تناسب و تجانس در مورد مطالب ارائه شده در یک خبرنامه باید همیشه مد نظر قرار گیرند.

معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک خبرنامه آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
فهرست موضوعی مطالب	ندارد	کامل نیست	مناسب اما نیاز به دقت بیشتر دارد	دقیق و به خوبی طراحی شده
نحوه انتخاب عناوین	نامناسب	نیاز به دقت بیشتر میبشد	بیشتر موضوعات با دقت انتخاب شدند	کاملا دقیق و مناسب
تنوع مطالب	عدم وجود تنوع	تنوع کم	تنوع نسبی	کاملا 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
وضعیت 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
وضعیت چاپ خبرنامه	نامناسب	نسبتا مناسب	مناسب اما نه چندان جذاب	کاملا مناسب و جذاب
وضعیت نگارشی	بیش از ۴ مشکل نگارشی	دارای ۳ تا ۴ مشکل نگارشی	دارای ۱ یا ۲ مشکل نگارشی	بدون مشکل نگارشی

- پوستر (Poster)
- پمفلت (Pamphlet)
- دفترک (Brochure)
- برگچه (Leaflet)
- کتابچه (Booklet)
- بولتن (Bulletin)
- کاتالانما (Catalogue)
- خبرنامه (Newsletter)
- روزنامه (Newspaper)
- مجله (Magazine or Journal)

◎ روزنامه (Newspaper)

تعریف روزنامه در برنامه‌های آموزش سلامت

روزنامه یک رسانه چاپی محلی یا بین‌المللی است که حاوی موضوعات جالب، اخبار جدید، آگهی‌های متنوع و فراخوان‌های مختلف مرتبط با زندگی روزمره جامعه می‌باشد که به صورت روزانه چاپ و در اختیار مخاطبان قرار می‌گیرد. در واقع روزنامه از جمله رسانه‌هایی است که مخاطبان‌اش را عامه مردم جامعه تشکیل می‌دهد. در برنامه‌های ارتقای سلامت از روزنامه برای اطلاع‌رسانی مطالب جدید مرتبط با سلامت به اقشار مختلف جامعه استفاده می‌شود.

سه ویژگی اصلی روزنامه در برنامه‌های آموزش سلامت

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

معیارهای اصلی در طراحی یک مقاله روزنامه‌ای (Newspaper Article) برای برنامه‌های آموزش سلامت

- یک مقاله روزنامه‌ای باید بتواند در متن خود شش سوال اصلی را پاسخ دهد که این سوالات عبارتند از: موضوع مقاله چیست؟ مخاطب مقاله چه افرادی هستند؟ چرا به این موضوع پرداخته شده؟ در چه مکانی موضوع مقاله اتفاق افتاده؟ مقاله نوشته شده مربوط به چه دوره زمانی است؟ و چگونه این موضوع می‌تواند بیشتر مورد توجه واقع شود؟
- اولین پاراگراف مقاله روزنامه‌ای باید بتواند به خوبی شش سوال اصلی را پاسخ دهد و پاراگراف‌های بعدی باید با ارایه اطلاعات تکمیلی و جزئی‌تر مطالب ارایه شده در پاراگراف اول را حمایت و تکمیل نماید.
- در مقاله روزنامه‌ای باید سعی کرد از نقل قول‌های صاحب‌نظران امر که مرتبط با موضوع مقاله هستند برای تایید و اعتبار بخشی به مقاله استفاده نمود.
- پاراگراف‌های یک مقاله روزنامه‌ای باید به طور منسجم به همدیگر مرتبط باشند و منطبق با مطالب پاراگراف اول باشند. به علاوه اینکه هر کدام از پاراگراف‌ها باید یک جنبه موضوع مقاله را از کلیات تا جزئیات توضیح دهند.

روزنامه



- نگارش مقاله روزنامه ای باید به زبان ساده باشد تا کلیه مخاطبان با هر سطح سواد بتوانند از آن استفاده نمایند.

معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک مقاله روزنامه ای اثر گذار در حوزه آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
نحوه پاسخ گویی به شش سوال اصلی در نگارش مقاله	به کمتر از سه سوال پاسخ داده شده	به سه سوال پاسخ داده شده	به چهار سوال پاسخ داده شده	به هر شش سوال پاسخ داده شده
رعایت انسجام و همبستگی در تهیه مقاله	عدم انسجام و همبستگی	انسجام و همبستگی نسبی	انسجام و همبستگی مناسب	انسجام و همبستگی کاملاً قابل قبول
ساده و قابل فهم بودن مقاله	فهم مشکل مطالب	قابل فهم برای برخی مخاطبان	قابل فهم برای اکثر مخاطبان	قابل فهم برای کلیه مخاطبان
جدید و نو بودن مطالب مقاله	ارایه مطالب قدیمی	نیمی از مطالب جدید هستند	اکثر مطالب جدید هستند	مطالب کاملاً جدید هستند
انطباق کامل بین 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 نگارشی	دارای ۳ تا ۴ مشکل نگارشی	دارای ۱ یا ۲ مشکل نگارشی	بدون مشکل نگارشی

پوستر	(Poster)
پمفلت	(Pamphlet)
دفترک	(Brochure)
برگچه	(Leaflet)
کتابچه	(Booklet)
بولتن	(Bulletin)
کاتالانما	(Catalogue)
خبرنامه	(Newsletter)
روزنامه	(Newspaper)
مجله	(Magazine or Journal)

◎ مجله (Magazine or Journal)

تعریف مجله در برنامه‌های آموزش سلامت

مجله حاوی اطلاعات مفید، کاربردی و علمی در زمینه موضوعات مختلف در قالب مقالات متنوع می‌باشد که با هدف بالا بردن آگاهی‌های تخصصی مخاطبان، در فواصل زمانی معین چاپ و در اختیار مخاطبان قرار می‌گیرد. در برنامه‌های ارتقای سلامت، مجله یک وسیله آموزشی کارا برای بالا بردن و به روز کردن اطلاعات تخصصی مخاطبان در زمینه‌های گوناگون پزشکی و سلامت می‌باشد.

سه ویژگی اصلی مجله در برنامه‌های آموزش سلامت

۱. مخاطبان می‌توانند 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 به‌خاطر اینکه نظارت در چاپ مطالب معتبر در مجلات بیشتر می‌باشد. بنابراین اعتبار مطالب ارایه شده در مجلات به مراتب بالاتر از مطالب ارایه شده در خبرنامه و روزنامه است.
۳. مجلات بر اساس نوع موضوعاتی که در آنها چاپ می‌شوند، مخاطبان خاص و ویژه خود را دارند و کمتر اتفاق می‌افتد که مجله‌ای بتواند کلیه مخاطبان یک جامعه را به سمت خود جلب کند.

معیارهای اصلی در طراحی مجله در برنامه‌های آموزش سلامت

- یک مجله باید در فواصل زمانی معین (مثلاً هفتگی، ماهیانه یا فصلی) چاپ و در اختیار مخاطبان قرار گیرد.
- بین عنوان مجله و موضوعات ارایه شده در مجله باید یک همبستگی منطقی موجود باشد.
- مقالات و مطالب ارایه شده در مجله باید با هدف بالا بردن آگاهی‌های 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 صاحب‌نظران باشد.

مجله



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک مجله اثرگذار در حوزه آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶	
همبستگی موضوعات ارایه شده با عنوان مجله	عدم همبستگی	همبستگی کم	همبستگی نسبی	همبستگی کامل	پوستر (Poster)
جدید و نو بودن مطالب ارایه 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 ارایه شده جدید و به روز هستند	پمفلت (Pamphlet)
اعتبار علمی مطالب ارایه شده	بیش از نیمی از مطالب فاقد اعتبار علمی هستند	حدود نیمی از مطالب معتبر هستند	اکثر مطالب معتبر هستند	کلیه مطالب ارایه شده معتبر هستند	دفترک (Brochure)
نحوه اثرگذاری مطالب ارایه شده بر روی مخاطب	بیش از نیمی از مطالب فاقد اثرگذاری	نیمی از مطالب اثرگذاراند.	بیش از نیمی از مطالب اثرگذارند.	کلیه مطالب اثرگذارند.	برگچه (Leaflet)
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	کتابچه (Booklet)
نحوه نظم در چاپ مجله	بی نظم	نظم کم	نظم قابل قبول	کاملاً منظم	بولتن (Bulletin)
کیفیت چاپ مجله	نامناسب	نیاز به توجه بیشتر دارد	تا حد زیادی قابل قبول	کیفیت عالی	کاتالانما (Catalogue)
					خبرنامه (Newsletter)
					روزنامه (Newspaper)
					مجله (Magazine or Journal)

© انواع رسانه های الکترونیکی آموزش سلامت

◎ پیامک (SMS (Short Message Service

نقش پیامک در برنامه‌های آموزش سلامت

استفاده از پیامک ساده‌ترین و ارزان‌ترین روش برای افزایش سطح سواد جامعه در مورد موضوعاتی است که ممکن است کمتر به آنها توجه شود. بررسی‌ها نشان می‌دهند که بهترین اثرگذاری آموزشی پیامک در قشر نوجوان و جوان جامعه می‌باشد. در برنامه‌های آموزش سلامت نیز استفاده از پیامک یک روش رایج برای بالا بردن آگاهی‌های عمومی در زمینه پیشگیری از بروز بیماری‌ها و یا مشکلات مرتبط با سلامتی و رواج رفتارهای سلامت محور در سطح جامعه می‌باشد.

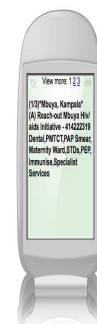
سه ویژگی اصلی یک پیامک اثرگذار در برنامه‌های آموزش سلامت

۱. آموزش به‌وسیله پیامک نسبت به روش‌های دیگر ارزان‌قیمت‌تر است و در این روش در یک زمان کوتاه امکان دسترسی به قشر وسیعی از مخاطبانی، که می‌توانند در هر زمانی از پیامک ارایه شده استفاده نمایند، فراهم می‌باشد.
۲. پیامک اثرگذار در برنامه‌های آموزش سلامت، توانایی افزایش انگیزه مخاطبان را به فراگیری یک موضوع مهم مرتبط با پیشگیری از بروز مشکلات سلامتی را دارد.
۳. بیشترین تاثیرگذاری کاربرد پیامک در برنامه‌های آموزش سلامت، در قشر نوجوان و جوان می‌باشد.

معیارهای اصلی در طراحی و ساخت پیامک اثرگذار در برنامه‌های آموزش سلامت

- از پیامک در چهار محور افزایش سواد سلامتی جامعه، افزایش انگیزه جامعه به برخی موضوعات سلامتی، توصیه راهکارهایی برای داشتن شیوه زندگی سالم و ارایه برنامه‌های آموزش سلامت می‌توان استفاده نمود.
- این چهار محور به عنوان محورهای چهارگانه برنامه‌های آموزش سلامت با پیامک نیز نام برده می‌شود.
- یک پیامک آموزش سلامت باید حاوی یک عنوان و یک متن باشد.
- حجم مطالب ارایه شده در پیامک آموزش سلامت نباید بیش از ۱۶۰ کاراکتر (حروف و یا علامت‌های نوشتاری) باشد.
- پیامک در برنامه‌های آموزش سلامت، باید هدفمند و اثرگذار باشد.
- ساده نویسی و توجه به ارایه مطالب واضح و قابل درک و فهم در متن پیامک‌های آموزش سلامت بسیار مهم می‌باشد.

پیامک



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک پیامک اثرگذار در برنامه‌های آموزش سلامت

۶	۴	۲	۰	معیارها/امتیازها
پیامک (SMS)	دارای مخاطبان مشخص	مورد استفاده تعداد کمی از افراد جامعه	فاقد مخاطب مشخص	وضعیت مخاطبان SMS
پیامک چند رسانه‌ای (MMS)	کاملاً منطبق	انطباق قابل قبول	عدم انطباق	منطبق بودن مطالب SMS با درک و فهم مخاطبان
نامه الکترونیکی (Email)	دارای هدف مشخص که انطباق کامل با یکی از محورهای ذکر شده دارد	دارای هدف مشخص که منطبق با چند محور از محورهای ذکر شده می باشد	دارای هدف اما عدم انطباق با محورهای ذکر شده	دارا بودن هدف مشخص منطبق با محورهای چهارگانه برنامه های آموزش سلامت با SMS
اینترنت (Internet)	کمتر یا مساوی با ۱۶۰ کاراکتر	۱۶۰ تا ۱۶۵ کاراکتر	بیش از ۱۷۰ کاراکتر	توجه به حجم متن ارائه شده
تارنگاشت (Weblog)	برنامه دقیق و مشخصی دارد	برنامه قابل قبولی دارد	برنامه دارد اما برنامه دقیقی نیست	برنامه ارزیابی بازخورد SMS
نرم افزار رایانه ای (Computer Software)	کاملاً اثرگذار است	اثرگذاری خوبی دارد	اثرگذاری کمی دارد	اثرگذار بودن SMS
بازی های رایانه ای (Video Games)	پوشش دهی کامل	پوشش دهی در اکثر مناطق کشور	پوشش دهی در مناطق کمی از کشور	وضعیت پوشش دهی دستگاه موبایل

◎ پیامک چند رسانه ای (MMS (Multimedia Messaging Service

نقش پیامک چند رسانه ای در برنامه‌های آموزش سلامت

پیامک چند رسانه ای، نسل جدید SMS در تلفن های همراه است. در واقع، MMS سرویسی است که علاوه بر متن، قادر است فایل های صوتی، تصویری و یا فیلم را نیز برای کاربران تلفن های همراه ارسال نماید. در برنامه‌های ارتقای سلامت، MMS می‌تواند ابزار ساده و ارزان قیمتی برای انتقال تصاویر، فایل های صوتی و یا فیلم های آموزشی مرتبط با سلامت به‌وسیله تلفن همراه برای اقشار مختلف جامعه با هدف بالا بردن آگاهی عمومی در زمینه پیشگیری از بروز بیماری ها و یا مشکلات مرتبط با سلامت و رواج رفتارهای سلامت محور در سطح جامعه باشد.

سه ویژگی اصلی یک پیامک چند رسانه ای اثرگذار در برنامه‌های آموزش سلامت

۱. فقط در زمانی می‌توان از سرویس MMS استفاده کرد که دستگاه های تلفن همراه مخاطبان بتوانند به خوبی تحت پوشش این سرویس باشند.
۲. MMS قابلیت انتقال سریع فایل های صوتی و تصویری مرتبط با آموزش سلامت را بر روی تلفن همراه دارد.
۳. MMS نیز همچون SMS در برنامه های آموزش سلامت، توانایی افزایش انگیزه مخاطبان را به فراگیری یک موضوع مهم مرتبط با پیشگیری از بروز مشکلات سلامتی را دارد.

معیارهای اصلی در طراحی و ساخت یک پیامک چند رسانه ای اثرگذار در برنامه‌های آموزش سلامت

- از MMS همچون SMS می‌توان در چهار محور افزایش سواد سلامتی جامعه، افزایش انگیزه جامعه به برخی موضوعات سلامتی، توصیه راهکارهایی برای داشتن شیوه زندگی سالم و آرایه برنامه های آموزش سلامت به صورت صوتی و تصویری استفاده نمود.
- در MMS باید فرمت متن رنگی، فرمت فایل های تصویری JPEG یا GIF، فرمت فایل های صوتی MP3 یا MIDI و فرمت فایل های ویدیویی MPEG باشد.
- MMS می‌تواند حاوی بیش از ۱۰۰۰ کاراکتر (حروف و یا علامت های نوشتاری) باشد. به علاوه اینکه یک MMS می‌تواند در یک زمان واحد هم شامل تصویر یا متن، هم فایل صوتی و هم یک فیلم کوتاه باشد.

پیامک
چند رسانه‌ای



- MMS و SMS همانند سایر برنامه های آموزش سلامت، باید هدفمند و اثر گذار باشد.
- متون، فایل های صوتی، تصویری و یا فیلم های کوتاه تهیه شده در سرویس MMS باید جذابیت بسیار بالایی برای مخاطبان داشته باشند.

معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک پیامک چند رسانه ای اثر گذار در برنامه های آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
وضعیت مخاطبان MMS	فاقد مخاطب مشخص	مورد استفاده تعداد کمی از مردم	مورد استفاده تعداد زیادی از مردم	دارای مخاطبان مشخص
منطبق بودن مطالب MMS با درک و فهم مخاطبان	عدم انطباق	انطباق کم	انطباق قابل قبول	کاملاً منطبق
دارا بودن هدف مشخص منطبق با محورهای چهارگانه برنامه های آموزش سلامت	بدون هدف مشخص	دارای هدف اما عدم انطباق با محورهای چهارگانه ذکر شده	دارای هدف مشخص که منطبق با چند محور از محورهای ذکر شده می باشد	دارای هدف مشخص که انطباق کامل با یکی از محورهای ذکر شده دارد
انتخاب فرمت صحیح فایل ها	عدم توجه	توجه کم	توجه مناسب	کاملاً توجه شده
برنامه ارزیابی بازخورد MMS	برنامه ندارد	برنامه دارد اما برنامه دقیقی نیست	برنامه قابل قبولی دارد	برنامه دقیق و مشخصی دارد
اثر گذار بودن MMS	اثر گذار نیست	اثر گذاری کمی دارد	اثر گذاری خوبی دارد	کاملاً اثر گذار است
وضعیت پوشش دهی MMS	عدم پوشش دهی	پوشش دهی در مناطق کمی از کشور	پوشش دهی در اکثر مناطق کشور	پوشش دهی کامل

◎ نامه الکترونیکی (Email)

نقش نامه الکترونیکی در برنامه‌های آموزش سلامت

امروزه، نامه الکترونیکی یا همان Email به عنوان یک روش رایج برای انتقال پیام‌های مختلف در ارتباط‌های جمعی کاربرد دارد. در برنامه‌های آموزش سلامت، اعتقاد بر این است که یک روش اطلاع‌رسانی تاثیرگذار در مورد یک موضوع خاص سلامت می‌تواند استفاده از نامه الکترونیکی باشد.

سه ویژگی اصلی یک نامه الکترونیکی در برنامه‌های آموزش سلامت

۱. نامه الکترونیکی، زمینه‌ساز ایجاد یک ارتباط مستقیم در هر زمانی از روز بین مخاطبان با مسئولان بهداشت و درمان می‌باشد.
۲. به‌وسیله نامه الکترونیکی حجم زیادی از مطالب مربوط به یک موضوع خاص سلامت می‌تواند مستقیماً برای مخاطب با کمترین هزینه ممکن ارسال شود.
۳. نامه الکترونیکی، با اطلاع‌رسانی سریع به گروه بزرگی از جامعه در حداقل زمان ممکن می‌تواند باعث پیشگیری یا کاهش بروز برخی مشکلات مرتبط با سلامتی گردد.

معیارهای اصلی در طراحی و آرایه یک نامه الکترونیکی در برنامه‌های آموزش سلامت

- متن نامه الکترونیکی باید حاوی مطالبی در مورد راه‌های تغییر رفتار مخاطبان به سوی رفتارهای سالم باشد (برای مثال می‌تواند حاوی مطالبی در مورد افزایش مصرف میوه‌جات و سبزیجات و یا ارتقای میزان فعالیت بدنی باشد). به‌علاوه اینکه در نظر گرفتن یک عنوان مناسب و اثرگذار برای نامه الکترونیکی هم ضروری است.
- نامه الکترونیکی آرایه شده در برنامه آموزش سلامت باید حاوی توضیحی کامل، شفاف و کاربردی در مورد موضوع آرایه شده باشد.
- طراحی صفحه نامه الکترونیکی باید جذاب باشد به طوری که زمانی که مخاطب صفحه نامه الکترونیکی را باز می‌کند به خاطر جذابیت صفحه، تشویق شود که محتویات نامه الکترونیکی را مطالعه نماید.
- نامه الکترونیکی می‌تواند در فرمت یک خبرنامه الکترونیکی نیز تهیه شود که در این مورد ضروری است که برای تهیه یک خبرنامه در یک نامه الکترونیکی به فرمت تهیه خبرنامه نیز توجه کافی شود.
- نامه الکترونیکی باید در فواصل زمانی منظم برای مخاطبین ارسال گردد.



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک نامه الکترونیکی اثرگذار در برنامه‌های آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
گستره اطلاع رسانی به مخاطب	مخاطب خاصی ندارد	مخاطب محدودی دارد	تقریباً مخاطب خوبی دارد	اکثر مخاطبین را در بر می‌گیرد
جذابیت نامه الکترونیکی	عدم جذابیت	جذابیت کم	جذابیت نسبی	کاملاً جذاب
کامل، شفاف و کاربردی بودن موضوع ارایه شده	ناقص، ناواضح و غیر کاربردی	ناقص، تا حدی شفاف اما غیر کاربردی	کامل، شفاف، اما غیر کاربردی	کامل، شفاف و کاربردی
اثر گذار بودن مطالب برای مخاطب	عدم تاثیر گذاری	تاثیر گذاری کم	تاثیر گذاری قابل قبول	کاملاً تاثیر گذار
صحت و اعتبار مطالب ارایه شده	بیش از نیمی از مطالب غیر معتبر	نیمی از مطالب با اعتبار کم	بیش از ۷۰٪ مطالب دارای اعتبارند.	کاملاً معتبر
ارسال منظم نامه های الکترونیکی	نظم ندارد	نظم کم	نظم قابل قبول	کاملاً منظم
امکان ارایه باز خورد با مخاطب	عدم امکان	ارتباط محدود با مخاطبان	ارتباط تقریباً مستقیم با مخاطبان	ایجاد ارتباط کاملاً مستقیم

پیامک

(SMS)

پیامک چندرسانه‌ای

(MMS)

نامه الکترونیکی

(Email)

اینترنت

(Internet)

تارنگاشت

(Weblog)

نرم افزار رایانه ای

(Computer Software)

بازی های رایانه ای

(Video Games)

ویدیو کلیپ آموزشی

برنامه های آموزش سلامت در رادیو

◎ اینترنت (Internet)

نقش اینترنت در برنامه‌های آموزش سلامت

در جوامع امروزی، اینترنت یک سیستم یکپارچه اطلاع رسانی با کاربرد وسیع در زمینه‌های مختلف می‌باشد. از دیدگاه برنامه‌های ارتقای سلامت، اینترنت ارزان‌ترین و موثرترین سیستم اطلاع رسانی در مداخلات مربوط به سیستم‌ها و برنامه‌های ارتقای سلامت می‌باشد. بیشترین کاربران اینترنت در حیطه بحث آموزش و ارتقای سلامت را خانم‌ها، جوانان، دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها تشکیل می‌دهند.

سه ویژگی اصلی اینترنت در برنامه‌های آموزش سلامت

۱. رایانه آموزش‌های سلامت به وسیله اینترنت نسبتاً ارزان‌تر و موثرتر از استفاده از رسانه‌های چاپی می‌باشد.
۲. اینترنت بیشترین تاثیر گذاری را برای اطلاع رسانی و بالا بردن آگاهی جامعه در زمینه برخی مباحث مرتبط با سلامت مانند رژیم غذایی سالم، فعالیت بدنی مناسب و سلامت روان دارد.
۳. اینترنت ابزار آموزشی ایده آل جهت رایانه دوره‌ها و آموزش‌های تخصصی بهداشت و سلامت به صورت آموزش‌های از راه دور می‌باشد.

معیارهای اصلی در طراحی یک وب سایت اینترنتی در برنامه‌های آموزش سلامت

- سایت اینترنتی مرتبط با موضوع سلامت باید سه رکن اصلی، کیفیت مطالب، اعتبار مطالب و درستی مطالب رایانه شده را به خوبی رعایت نماید.
- مطالب رایانه شده در سایت حتماً باید از یک همبستگی و ارتباط موضوعی برخوردار باشند.
- مطالب موجود در سایت باید تحت سیستم وب نوشته شوند و هرگز نباید مطالب به فرمت چاپی در صفحات سایت اسکن شده و قرار گیرند.
- قلم (فونت) مورد استفاده در سایت‌های اینترنتی آموزش سلامت باید حداقل ۱۲ یا ۱۴ باشد و نباید از رنگ‌های متضاد در پس زمینه‌های صفحه سایت استفاده شود.
- مطالب، تصاویر و فیلم‌های رایانه شده در سایت اینترنتی باید به گونه‌ای طراحی و رایانه شوند که کاربران با اینترنت کم سرعت هم بتوانند از آن اطلاعات به راحتی استفاده نمایند.

اینترنت



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک وب سایت اینترنتی اثرگذار در برنامه‌های آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
هدفمند بودن مطالب ارایه شده در سایت	بدون وجود هیچگونه هدفی	مطالب کمی به صورت هدفمند برای ارتقای آگاهی ارایه شده اند	اکثر مطالب به صورت هدفمند برای ارتقای آگاهی ارایه شده اند	همه مطالب به صورت هدفمند برای ارتقای آگاهی ارایه شده اند
آگاهی دهنده بودن مطلب	نا واضح	مفید برای برخی کاربران	مفید برای اکثر کاربران	کاملا مفید برای تمام کاربران
کاربردی و کمک کننده بودن مطالب	غیر کاربردی	حجم مطالب تئوری بیشتر است	تا حدود زیادی کاربردی است	کاملا کاربردی و کمک کننده
توجه به نظم و ترتیب در ارایه مطالب	عدم توجه به نظم	نظم و ترتیب نسبی	نظم و ترتیب قابل قبول	کاملا منظم و مرتب
وضعیت دسترسی به وب سایت اینترنتی	کم	فقط برای برخی کاربران خاص	قابل کاربرد به وسیله اکثر کاربران	قابل استفاده توسط کلیه کاربران
میزان و تکرار استفاده مخاطب از وب سایت اینترنتی	بسیار کم	فقط توسط برخی کاربران خاص	کاربران خاصی همیشه از سایت استفاده می کنند	بسیار و به دفعات زیاد اکثر کاربران از آن استفاده می کنند
وضعیت به روز رسانی مطلب	عدم به روز رسانی	به روز رسانی غیر منظم	به روز رسانی منظم در فواصل طولانی	به روز رسانی منظم و سریع

پیامک

(SMS)

پیامک چند رسانه‌ای

(MMS)

نامه الکترونیکی

(Email)

اینترنت

(Internet)

تارنگاشت

(Weblog)

نرم افزار رایانه‌ای

(Computer Software)

بازی های رایانه‌ای

(Video Games)

ویدئو کلیپ آموزشی

برنامه‌های آموزش سلامت در رادیو

◎ تارنگاشت (Weblog)

نقش تارنگاشت در برنامه‌های آموزش سلامت

تارنگاشت، یک نوع وب سایت است که هر فردی یا گروهی می‌توانند صفحاتی از این نوع وب سایت را به صورت شخصی برای ارایه مطالب خود در اینترنت داشته باشند. از دیدگاه برنامه‌های ارتقای سلامت، هر فرد شاغل در امر آموزش و ارتقای سلامت به‌وسیله تارنگاشت می‌تواند به راحتی و با صرف حداقل هزینه مالی، اطلاع رسانی موثری در زمینه آموزش سلامت برای اقشار مختلف جامعه از طریق سیستم اینترنت داشته باشد.

سه ویژگی اصلی تارنگاشت در برنامه‌های آموزش سلامت

۱. به‌وسیله تارنگاشت می‌توان به ساده‌ترین و ارزان‌ترین روش ممکن اطلاع رسانی موثری در اینترنت به انجام رساند. در واقع، هر فرد شاغل در امر آموزش و ارتقای سلامت می‌تواند از این رسانه برای اطلاع رسانی مطالب آموزش سلامت در سطح جامعه استفاده نماید.
۲. تارنگاشت‌ها می‌توانند حاوی ایده‌های فردی جالب در مورد موضوعات مختلف مرتبط با آموزش و ارتقای سلامت باشند.
۳. مطالب در تارنگاشت بر اساس تقدم و تاخر از مطالب جدید به قدیم طبقه بندی می‌شوند.

معیارهای اصلی در طراحی یک تارنگاشت برای برنامه‌های آموزش سلامت

- قبل از طراحی یک تارنگاشت آموزش سلامت حتما باید مخاطبان تارنگاشت مشخص باشند و بر اساس نیاز مخاطبان مطالب برای تارنگاشت تهیه شوند
- به‌طور کلی یک تارنگاشت باید حاوی شش عنصر اصلی شامل صفحه آرایی جذاب، موضوع مشخص، سرفصل‌های اصلی جذاب، تصاویر جذاب، انتخاب رنگ‌های مناسب در پس زمینه صفحه و محلی برای ارایه نظرات و پیشنهادات کاربران بازدید کننده از تارنگاشت باشد.
- قلم (فونت) مورد استفاده در تارنگاشت‌های آموزش سلامت باید حداقل ۱۲ یا ۱۴ باشد و نباید از رنگ‌های متضاد در پس زمینه‌های صفحه سایت استفاده شود.
- مطالب، تصاویر و فیلم‌های ارایه شده در تارنگاشت‌ها باید به‌گونه‌ای طراحی و ارایه شوند که کاربران با اینترنت کم سرعت هم بتوانند از آن اطلاعات به راحتی استفاده نمایند.
- مطالب جدید باید در فواصل زمانی مشخص به صفحات تارنگاشت اضافه گردند.

تارنگاشت



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک تارنگاشت در برنامه‌های آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
هدفمند بودن مطالب ارایه شده در تارنگاشت	بدون وجود هیچگونه هدفی	مطالب کمی به صورت هدفمند برای ارتقای آگاهی ارایه شده اند	اکثر مطالب به صورت هدفمند برای ارتقای آگاهی ارایه شده اند	همه مطالب به صورت هدفمند برای ارتقای آگاهی ارایه شده اند
آگاهی دهنده بودن مطلب	نا واضح	مفید برای برخی کاربران	مفید برای اکثر کاربران	کاملاً مفید برای تمام کاربران
توجه به نیاز مخاطبان تارنگاشت	عدم توجه	توجه به نیاز برخی مخاطبان	توجه به نیاز اکثر مخاطبان	توجه به نیاز همه مخاطبان
توجه به نظم و ترتیب در ارایه مطالب	عدم توجه به نظم	نظم و ترتیب نسبی	نظم و ترتیب قابل قبول	کاملاً منظم و مرتب
جذابیت بصری تارنگاشت	عدم جذابیت	جذابیت کم	جذابیت قابل قبول	کاملاً جذاب
میزان و تکرار استفاده مخاطب از تارنگاشت	بسیار کم	فقط توسط برخی کاربران خاص	کاربران خاصی همیشه از وبلاگ استفاده می کنند	بسیار و به دفعات زیاد اکثر کاربران از آن استفاده می کنند
وضعیت به روز رسانی مطلب	عدم به روز رسانی	به روز رسانی غیر منظم	به روز رسانی منظم در فواصل طولانی	به روز رسانی منظم و سریع

پیامک

(SMS)

پیامک چندرسانه‌ای

(MMS)

نامه الکترونیکی

(Email)

اینترنت

(Internet)

تارنگاشت

(Weblog)

نرم افزار رایانه‌ای

(Computer Software)

بازی‌های رایانه‌ای

(Video Games)

ویدئوکلیپ آموزشی

برنامه‌های آموزش سلامت در رایو

◎ نرم افزار رایانه ای (Computer Software)

نقش نرم افزار رایانه ای در برنامه های آموزش سلامت

در نرم افزارهای رایانه ای، هدف بالا بردن آگاهی و ایجاد یک نوع تغییر نگرش یا رفتار در مورد یک موضوع خاص در بین مخاطبان می باشد. در برنامه های آموزش سلامت نیز از نرم افزارهای رایانه ای به عنوان وسیله ای برای ایجاد رفتارهای سالم در جامعه استفاده می شود.

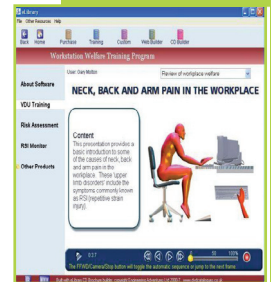
سه ویژگی اصلی نرم افزار رایانه ای در برنامه های آموزش سلامت

۱. تهیه و ارایه نرم افزارهای رایانه ای نسبت به سایر روش های الکترونیکی ارایه مطالب برای تهیه کننده و کاربران هزینه ساز تر و گران قیمت تر می باشد.
۲. از نرم افزارهای رایانه ای می توان برای آموزش گروه خاصی از مخاطبان استفاده کرد، به خاطر اینکه استفاده از این برنامه ها، نیازمند آن است که منطبق با نوع نرم افزار رایانه ای، کاربران از یکسری مهارت های استفاده از رایانه آگاهی نسبی داشته باشند.
۳. کاربرد نرم افزارهای رایانه ای برای آموزش سلامت، این مزیت را دارد که در هر زمانی از روز که مخاطب تمایل به فراگیری داشته باشد، می تواند از نرم افزارهای رایانه ای استفاده نماید.

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

- یک نرم افزار رایانه ای آموزش سلامت باید ارایه کننده نکات و مطالب جدید در زمینه مسایل ارتقا دهنده سلامت باشد.
- طراحان نرم افزار رایانه ای آموزش سلامت باید دقیقاً بدانند که چگونه و در چه زمینه هایی برنامه کامپیوتری می تواند در ارایه آموزش به مخاطبان کمک کننده باشد.
- یک نرم افزار رایانه ای آموزش سلامت نباید بر اساس یادگیری سریع مخاطب استوار باشد. بلکه باید بر اساس یک فرآیند آموزشی، مطالب به مخاطب آموزش داده شوند تا آموزش ها بتوانند باعث تغییر رفتار در مخاطب شوند. علاوه بر اینکه فرآیند آموزشی به کار رفته در نرم افزار رایانه ای باید به طور منظم و دقیق در فواصل زمانی مشخص ممیزی گردد.
- یک نرم افزار رایانه ای اثرگذار در آموزش سلامت باید به گونه ای طراحی شود که بتواند یک ارتباط شبکه ای (Network) در بین مخاطبان ایجاد نماید.

نرم افزار رایانه ای



- نرم افزار رایانه ای آموزش سلامت باید منطبق با توانایی و مهارت های مخاطبانش در استفاده از رایانه طراحی گردد.

معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک برنامه کامپیوتری اثرگذار در آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
جدید بودن مطالب ارایه شده	قدیمی	نسبتا جدید	بیشتر مطالب جدید و نو	کاملا جدید و نو
طراحی نرم افزار رایانه ای بر اساس یک فرآیند آموزشی برای یادگیری مخاطب	عدم توجه به این نکته	تا حدی به این نکته توجه شده	به این نکته توجه خوبی شده	به طور عملی هر مخاطبی می تواند این نکته را احساس کند
توجه داشتن به مهارت های کاربران در استفاده از رایانه	عدم توجه	فقط برای گروهی از مخاطبان مفید است	اکثر مخاطبان قادر به استفاده هستند	کلیه مخاطبان می توانند استفاده نمایند
ایجاد یک ارتباط مستقیم با مخاطبان	عدم ایجاد ارتباط	ارتباط تنها با برخی مخاطبان	ارتباط با اکثر مخاطبان	ارتباط با کلیه مخاطبان
ایجاد ارتباط شبکه ای بین مخاطبان	عدم ارتباط	ارتباط محدود	ارتباط قابل قبول	ارتباط کاملا مثبت
انطباق نرم افزار رایانه ای با نیاز مخاطبان	عدم انطباق	انطباق نسبی	انطباق قابل قبول	کاملا منطبق
وضعیت دسترسی به نرم افزار رایانه ای	دسترسی مشکل	دسترسی نسبتا آسان	دسترسی آسان برای اکثر کاربران	دسترسی آسان برای همه کاربران

پیامک	
(SMS)	
پیامک چندرسانه ای	
(MMS)	
نامه الکترونیکی	
(Email)	
اینترنت	
(Internet)	
تارنگشت	
(Weblog)	
نرم افزار رایانه ای	
(Computer Software)	
بازی های رایانه ای	
(Video Games)	
ویدیو کلیپ آموزشی	
برنامه های آموزش سلامت در رادیو	

◎ بازی‌های رایانه‌ای (Computer or Video Games)

نقش بازی‌های رایانه‌ای در برنامه‌های آموزش سلامت

بازی‌های رایانه‌ای، نوعی از بازی‌های الکترونیکی هستند که به وسیله کامپیوتر شخصی یا به وسیله اینترنت به صورت انفرادی یا جمعی بازی می‌شوند. امروزه کودکان و نوجوانان به عنوان مخاطبان و کاربران اصلی از بازی‌های رایانه‌ای به عنوان یک رسانه تفریحی - آموزشی استفاده می‌کنند. در برنامه‌های آموزش سلامت نیز از بازی‌های رایانه‌ای به عنوان وسیله‌ای برای افزایش تمایل کودکان و نوجوانان به یادگیری نکات آموزشی در مورد ایجاد عادات سلامت محور در شیوه زندگی استفاده می‌شود.

سه ویژگی اصلی بازی‌های رایانه‌ای در برنامه‌های آموزش سلامت

۱. بازی‌های رایانه‌ای می‌توانند در سایه یک ابزار تفریحی باعث افزایش انگیزه مخاطبان در یادگیری مطالب مرتبط با سلامت گردند.
۲. بازی‌های رایانه‌ای آموزش سلامت می‌توانند ابزاری قوی برای کمک به قشر جوان جامعه برای داشتن یک شیوه زندگی سالم باشند.
۳. بازی‌های رایانه‌ای آموزش سلامت می‌توانند ارزان قیمت ترین ابزار آموزشی برای اوقات فراغت کودکان و نوجوانان باشند.

معیارهای اصلی در طراحی بازی‌های رایانه‌ای در برنامه‌های آموزش سلامت

- یک بازی رایانه‌ای آموزش سلامت باید با جذابیت بالایی که دارد، حس مخاطبان را در یادگیری مطالب جدید مرتبط با سلامت برانگیزد.
- بازی رایانه‌ای آموزش سلامت، بدون وجود یک راهنما یا معلم باید بتواند نکات اصلی مرتبط با موضوع آموزش سلامت را به مخاطبان القا نماید.
- اساس نکات آموزشی در بازی رایانه‌ای آموزش سلامت باید مبتنی بر تغییر عادات نادرست به سمت ایجاد عادات صحیح در شیوه زندگی مخاطبان باشد.
- یک بازی رایانه‌ای آموزش سلامت باید بر ارتقای مهارت‌های مخاطبان در ایجاد تغییر رفتار استوار باشد.
- یک بازی رایانه‌ای آموزش سلامت باید منطبق با نیاز و دانش مخاطبان در مورد نکات مرتبط با سلامت طراحی شود..

بازی‌های رایانه‌ای



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک بازی‌های رایانه‌ای در آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
جذابیت بازی رایانه‌ای	عدم جذابیت	جذابیت کم	جذابیت قابل قبول	کاملاً جذاب
انطباق بازی رایانه‌ای با نیاز مخاطبان	عدم انطباق	انطباق نسبی	انطباق قابل قبول	کاملاً منطبق
توانایی افزایش انگیزه مخاطبان به یادگیری	عدم توانایی	توانایی کم	توانایی مناسب	توانایی بالا
توانایی القای سریع مفاهیم آموزشی به مخاطبان	عدم القای مفاهیم	القای کم مفاهیم	القای مناسب مفاهیم	القای کامل مفاهیم
مبتنی بر آموزش ایجاد تغییر رفتارهای سالم در بین مخاطبان	غیر آموزشی	توجه کم به نکات آموزشی	تا حد زیادی آموزشی	کاملاً آموزشی
اثرگذار بودن بازی رایانه‌ای بر روی مخاطبان	عدم اثرگذاری	اثرگذاری کم	اثرگذاری قابل قبول	کاملاً اثرگذار
وضعیت دسترسی به بازی رایانه‌ای	دسترسی مشکل	دسترسی نسبتاً آسان	دسترسی آسان برای اکثر کاربران	دسترسی آسان برای همه کاربران

پیامک

(SMS)

پیامک چندرسانه‌ای

(MMS)

نامه الکترونیکی

(Email)

اینترنت

(Internet)

تارنگاشت

(Weblog)

نرم افزار رایانه‌ای

(Computer Software)

بازی‌های رایانه‌ای

(Video Games)

ویدیوکلیپ آموزشی

برنامه‌های آموزش سلامت در رادیو

◎ ویدیو کلیپ‌های آموزشی

نقش ویدیو کلیپ آموزشی در برنامه‌های آموزش سلامت

ویدیو کلیپ آموزشی، یک ابزار مفید برای بالا بردن آگاهی‌ها و ایجاد تغییر رفتارهای ساده در بین افراد جامعه می‌باشد. امروزه شبکه‌های مختلف تلویزیونی سعی می‌کنند از ویدیو کلیپ‌های آموزشی به صورت فیلم داستانی، فیلم مستند و یا تبلیغات آموزشی برای مخاطبان خود استفاده نمایند. به‌طور کلی مخاطبان اصلی ویدیو کلیپ‌های آموزشی را کودکان، نوجوانان و جوانان تشکیل می‌دهند. در برنامه‌های ارتقای سلامت از ویدیو کلیپ آموزشی برای بالا بردن آگاهی عمومی و تغییر رفتارهای ساده در زمینه بهبود سلامت کلی افراد جامعه استفاده می‌شود.

سه ویژگی اصلی ویدیو کلیپ آموزشی در برنامه‌های آموزش سلامت

۱. موثرترین، جذابترین و نسبتاً ارزان قیمت‌ترین ابزار آموزش الکترونیکی در سطح جامعه می‌باشد.
۲. ویدیو کلیپ آموزشی می‌تواند در ایجاد تغییر رفتارهای ساده در مخاطبان نقش موثری داشته باشد.
۳. یک ویدیو کلیپ آموزشی این توانایی را دارد که تمایل طیف وسیعی از مردم را در مورد رعایت یک موضوع خاص سلامت بالا ببرد.

معیارهای اصلی در طراحی و تهیه ویدیو کلیپ آموزشی در برنامه‌های آموزش سلامت

- ویدیو کلیپ آموزشی باید منطبق با نیاز مخاطب آن تهیه شود و زمان پخش آن نیز باید منطبق با زمانی باشد که مخاطب می‌تواند آن را مشاهده نماید.
- ویدیو کلیپ آموزشی باید با هدف بالا بردن آگاهی به علاوه ایجاد یک تغییر رفتار ساده در مخاطب طراحی و ساخته شود.
- محتوای آموزشی و مدت زمان پخش ویدیو کلیپ باید منطبق با سطح آگاهی و حوصله مخاطبان ویدیو کلیپ باشد.
- هر ویدیو کلیپ آموزشی باید دارای یک پیام اثرگذار باشد که محتوای آموزشی بر مبنای آن تهیه گردد.
- هر ویدیو کلیپ آموزشی باید دارای یک مقدمه و یک توضیح کلی در زمینه موضوع، با هدف بالا بردن آگاهی مخاطبان و آرایه راهکارهای عملی برای ایجاد تغییر رفتارهای ساده در بین مخاطبان باشد.

ویدیو کلیپ‌های آموزشی



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک ویدیو کلیپ آموزشی در برنامه آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
توجه به نیاز مخاطب در تهیه ویدیو کلیپ	عدم توجه	توجه کم	توجه به نیاز برخی مخاطبان	کاملاً منطبق با نیاز مخاطبان
دارا بودن پیام اثرگذار در ویدیو کلیپ	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 محتوی آموزشی منسجم در ویدیو کلیپ	عدم وجود انسجام در محتوی آموزشی	ضعف در انسجام محتوی آموزشی	انسجام نسبی در محتوی آموزشی	انسجام کامل در محتوی آموزشی
طراحی ویدیو کلیپ بر مبنای بالا بردن آگاهی و ایجاد تغییر رفتار ساده	عدم توجه به این نکته	تنها توجه به بالا بردن آگاهی	توجه کافی به بالا بردن آگاهی و توجه کم در ایجاد تغییر رفتار ساده	بر اساس توجه کافی به بالا بردن آگاهی و ایجاد تغییر رفتار ساده
انطباق محتوی و زمان ویدیو کلیپ با آگاهی و حوصله مخاطبان	عدم انطباق	انطباق کم	انطباق قابل قبول	کاملاً منطبق
جذابیت ویدیو کلیپ	عدم جذابیت	جذابیت کم	جذابیت قابل قبول	کاملاً جذاب
نحوه پوشش دهی ویدیو کلیپ برای مخاطبان	نامناسب	تا حدودی قابل قبول	قابل قبول	کاملاً مناسب برای همه مخاطبان

پیامک

(SMS)

پیامک چندرسانه‌ای

(MMS)

نامه الکترونیکی

(Email)

اینترنت

(Internet)

تارنگشت

(Weblog)

نرم افزار رایانه‌ای

(Computer Software)

بازی‌های رایانه‌ای

(Video Games)

ویدیو کلیپ آموزشی

برنامه‌های آموزش سلامت در رادیو

◎ برنامه‌های آموزش سلامت در رادیو

نقش برنامه‌های آموزش سلامت در رادیو برای ارتقای سطح سلامت جامعه

رادیو به عنوان یک وسیله ارتباط جمعی از اوایل قرن بیستم کاربرد داشته و امروزه هم اگرچه وسایل ارتباط جمعی پیشرفته وجود دارند اما رادیو همچون گذشته، نقش خود را به عنوان یک ابزار اطلاع رسانی ایفا می‌کند. در برنامه‌های ارتقای سلامت، رادیو به عنوان ابزاری برای بالا بردن آگاهی جامعه در موضوعات مرتبط با سلامت نقش ایفا می‌کند و به نظر می‌رسد که بیشترین تاثیرگذاری برنامه‌های آموزش سلامت رادیو بر روی بالا بردن آگاهی خانم‌ها باشد.

سه ویژگی اصلی برنامه‌های آموزش سلامت در رادیو برای ارتقای سطح سلامت جامعه

۱. ارزان قیمت ترین ابزار آموزش برای یک طیف وسیع از جامعه است.
۲. ابزار مفیدی برای بالا بردن آگاهی کلیه اقشار جامعه در مورد موضوعات مرتبط با سلامت می‌باشد.
۳. مخاطبان مختلف با هر نوع سواد و اطلاعات عمومی، می‌توانند از برنامه‌های آموزش سلامت رادیو سود ببرند.

معیارهای اصلی در طراحی و تهیه برنامه‌های آموزش سلامت در رادیو برای ارتقای سطح سلامت جامعه

- برنامه آموزش سلامت در رادیو باید به زبان ساده و قابل فهم تهیه و برای مخاطب ارایه شود تا هر مخاطبی بتواند از آن بهره‌برد.
- هدف اصلی یک برنامه آموزش سلامت در رادیو، باید افزایش سواد جامعه در مورد یک موضوع خاص سلامت باشد.
- محتوی یک برنامه آموزش سلامت در رادیو باید بر اساس منابع معتبر و یک انسجام علمی تهیه شود.
- مطالب و پیام‌های ارایه شده در برنامه آموزش سلامت باید به گونه‌ای ارایه شود که تمایل مخاطبان را به یادگیری مطالب جدید برانگیزد.
- از تهیه و ارایه برنامه‌های خسته کننده و کسل کننده در مورد موضوعات پیچیده دانشگاهی در رادیو باید جدا خودداری کرد. همچنین زمان ارایه برنامه رادیو باید منطبق با زمان و حوصله مخاطبان طراحی گردد.

برنامه‌های آموزش
سلامت در رادیو



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک برنامه آموزش سلامت در رادیو برای ارتقای سطح سلامت جامعه

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
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	با هدف افزایش سواد برخی مخاطبان تهیه شده	با هدف افزایش سواد اکثر مخاطبان تهیه شده	با هدف افزایش سواد همه مخاطبان جامعه تهیه شده
ارایه 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	عدم انسجام	انسجام کم	انسجام قابل قبول	کاملاً منسجم
ارایه شده در یک برنامه آموزش سلامت در رادیو				
موثر در افزایش تمایل مخاطب به یادگیری	بی تاثیر	تاثیر کم	تاثیر 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

© انواع رسانه‌های محیطی آموزش سلامت

◎ آگهی نما (Billboard)

تعریف آگهی نما در برنامه‌های آموزش سلامت

آگهی نما، یک سطح بزرگ تبلیغاتی است که برای بالا بردن توجه مخاطبان در محیط‌های باز و پر رفت و آمد عمومی نصب می‌گردد. در برنامه‌های آموزش سلامت از آگهی نما به عنوان ابزاری برای توجه دادن سریع مردم به یک موضوع خاص سلامتی استفاده می‌شود.

سه ویژگی اصلی آگهی نما در برنامه‌های آموزش سلامت

۱. گستره مخاطبان آگهی نما، آموزش سلامت بسیار گسترده می‌باشد و می‌تواند بخش عظیمی از جامعه را به خود اختصاص دهد.
۲. زمانی که هدف، آموزش نکات مهم و استراتژیکی مرتبط با سلامت جامعه باشد، آگهی نما بهترین ابزار برای این منظور است، به‌خاطر اینکه در کمترین زمان ممکن می‌تواند مطالب را به ذهن مخاطبان انتقال دهد.
۳. آگهی نما، آموزش سلامت دارای این مزیت است که تعداد مخاطبان زیادی در طول روز می‌توانند آن را مشاهده نمایند، البته انتخاب موضوع آگهی نما منطبق با محل نصب و مخاطبانی است که آن را هر روز مشاهده می‌کنند.

معیارهای اصلی در طراحی آگهی نما در برنامه‌های آموزش سلامت

- موضوع انتخاب شده برای آگهی نما باید بر اساس نیاز روزمره و در مورد نکات بسیار مهم و اثرگذار بر سلامت جامعه باشد.
- طرح و پیام تهیه شده در آگهی نما باید جذاب و جلب نظر کننده باشد تا مخاطبان را سریع به سمت خود جلب نماید.
- جملات پیام آگهی نما باید دارای ساختار بسیار ساده‌ای باشند و با حداقل کلمات (حدود ۸ کلمه یا کمتر) تهیه شوند برای اینکه پیام آگهی نما باید سریع در ذهن مخاطبان نقش ببندد.
- استفاده از رنگ‌های متمایز و جذاب در زمینه طرح آگهی نما، آموزشی، می‌تواند عاملی برای جذب و انتقال سریع مفاهیم در ذهن مخاطب باشد.
- برای نصب آگهی نما باید محلی را انتخاب کرد که مخاطبان از هر جهتی بتوانند به راحتی آن را مشاهده نمایند.

آگهی نما



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک آگهی نما اثرگذار در آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
انطباق طراحی آگهی نما با نیاز جامعه	عدم انطباق	انطباق کم	انطباق با نیاز برخی افراد جامعه	کاملاً منطبق با نیاز جامعه
انتخاب محل نصب آگهی نما	محل نامناسب	می‌توانست در محل بهتری هم باشد	محل تقریباً مناسبی است	محل کاملاً مناسب است
نحوه انتخاب موضوع برای آگهی نما	موضوع نامناسب	توجه کمی در انتخاب موضوع اثرگذار شده	موضوع جالبی انتخاب شده	موضوع مهم و جالبی انتخاب شده
جلب توجه کننده بودن آگهی نما برای مخاطبان	عدم جلب توجه	جلب توجه کم	جلب توجه نسبی	کاملاً جلب توجه کننده
جذابیت آگهی نما	عدم جذابیت	جذابیت کم	جذابیت قابل قبول	کاملاً جذاب
توجه به رنگ بندی آگهی نما	عدم رنگ بندی	رنگ بندی کم	رنگ بندی مناسب	رنگ بندی بسیار خوب
رعایت استفاده از حداقل کلمات و جملات ساده برای آگهی نما	عدم رعایت این نکته	استفاده از جملات ساده اما بدون رعایت استفاده از حداقل کلمات	استفاده از حداقل کلمات برای ساختن جملات ساده	توجه به استفاده از حداقل کلمات اثرگذار در ساختن جملات ساده

آگهی نما

(Billboard)

تراکت

برچسپ‌ها

(Stickers)

◎ تراکت

تعریف تراکت در برنامه‌های آموزش سلامت

تراکت ساده ترین و ارزان ترین ابزار آموزشی چاپی در قطع A5 (۱۴۸ × ۲۱۰ mm) یا کوچک‌تر است که می‌تواند تاثیرگذاری قابل قبولی در بین مخاطبان داشته باشد. در برنامه‌های ارتقای سلامت از تراکت برای تبلیغ یا معرفی یک نوع از خدمات مرتبط با سلامت و یا اطلاع‌رسانی در مورد یک موضوع خاص سلامت و یا آرایه پیام‌های بهداشتی استفاده می‌شود.

سه ویژگی اصلی تراکت در برنامه‌های آموزش سلامت

۱. تراکت مطالب را به صورت اختصاصی، کوتاه و رسمی برای مخاطبان آرایه می‌کند.
۲. تراکت با اندازه کوچکی که دارد به سهولت می‌تواند توسط مخاطبان حمل و نگهداری شود.
۳. برداثرگذاری جغرافیایی تراکت نسبت به سایر رسانه‌های چاپی محدودتر می‌باشد و وابسته به نوع تراکت می‌تواند محدوده جغرافیایی خاصی را تحت پوشش قرار دهد.

معیارهای اصلی در طراحی تراکت در برنامه‌های آموزش سلامت

- مطالب آرایه شده در تراکت در حالی که باید ساده و روان باشد اما می‌بایستی تاثیرگذاری بالایی نیز داشته باشد.
- یک شعار کوتاه ولی اثرگذار باید برای تراکت انتخاب شود تا توجه و اطمینان مخاطب را به مطالب تراکت افزایش دهد.
- در تهیه تراکت باید به کیفیت طراحی و چاپ بیش از پیش توجه شود تا بتواند اثر و حس مطلوبی بر روی مخاطب بر جای گذارد
- در متن تراکت باید از کلمات کلیدی جالبی استفاده شود تا باعث افزایش توجه مخاطب به موضوع تراکت گردد.
- برای چاپ تراکت می‌توان از کاغذ گلاسه (براق) و یا تحریر (معمولی) استفاده کرد.

تراکت



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک تراکت اثرگذار در آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
جذابیت تراکت	عدم جذابیت	جذابیت نسبی	جذابیت قابل قبول	کاملاً جذاب
کیفیت طراحی تراکت	عدم کیفیت	کیفیت نسبی	کیفیت خوب	کیفیت عالی
کیفیت چاپ تراکت	عدم کیفیت	کیفیت نسبی	کیفیت خوب	کیفیت عالی
توجه به انتخاب شعار اثرگذار	عدم توجه	توجه کم	توجه مناسب	توجه بسیار خوب
نحوه استفاده از کلمات کلیدی جذاب در تراکت	عدم استفاده از کلمات کلیدی جالب	استفاده کم از کلمات کلیدی جالب	استفاده مناسب از کلمات کلیدی جالب	دقت کافی در استفاده صحیح و بجا از کلمات کلیدی جالب
وضعیت نگارشی	بیش از ۴ مشکل نگارشی	دارای ۳ تا ۴ مشکل نگارشی	دارای ۱ یا ۲ مشکل نگارشی	بدون مشکل نگارشی
دقت در پخش صحیح تراکت در بین مخاطبان تراکت	عدم دقت در پخش بین مخاطبان اصلی تراکت	دقت کم در پخش بین مخاطبان اصلی تراکت	پخش محدود برای برخی مخاطبان اصلی تراکت	منطبق با موضوع تراکت دقیقاً بین مخاطبان اصلی آن پخش می شود

آکهی نما

(Billboard)

تراکت

برچسپها

(Stickers)

◎ برچسپ‌ها (Stickers)

تعریف برچسپ‌ها در برنامه‌های آموزش سلامت

برچسب‌ها شامل تصاویر و پیام‌هایی هستند که در اشکال هندسی مختلف و در اندازه‌های کوچک یا بزرگ جهت اطلاع‌رسانی سریع در مورد یک موضوع خاص به کار می‌روند. در واقع برچسپ‌ها به‌خاطر اینکه در سطح خیابان‌های شهرها ممکن است پخش شوند، به‌عنوان یک هنر خیابانی نیز شناخته می‌شوند. در برنامه‌های آموزش و ارتقای سلامت، به‌خاطر اینکه برچسپ‌ها جذابیت بالایی دارند، می‌توانند وسیله مناسبی برای آموزش نکات سلامتی به کودکان باشند.

سه ویژگی اصلی برچسپ‌ها در برنامه‌های آموزش سلامت

۱. برچسپ‌ها در هر اندازه، شکل و فرمی می‌توانند در انتقال مفاهیم آموزشی به‌کار بروند و در این زمینه محدودیتی وجود ندارد.
۲. برچسپ جذابیت بالایی دارد، به‌خاطر اینکه از رنگ‌های متنوع و زیبا در طراحی آن استفاده می‌شود.
۳. کیفیت چاپ برچسپ، نسبت به کلیه رسانه‌های چاپی بالاتر و بهتر می‌باشد.

معیارهای اصلی در طراحی برچسپ‌ها در برنامه‌های آموزش سلامت

- برچسپ باید دارای یک هدف و پیام آموزشی مشخص برای انتقال به مخاطب باشد.
- مفاهیمی که به‌وسیله برچسپ انتقال می‌یابند باید بسیار آسان درک شوند.
- برچسپ باید دارای تنوع رنگی باشد و با رنگ‌های جذاب طراحی و تهیه شود.
- در طراحی برچسپ، باید از طرح‌ها و اشکال هندسی آشنا در جامعه استفاده شود.
- برچسپ باید با کیفیت بالا چاپ شود تا اثر گذاری قابل قبولی داشته باشد.

برچسپ‌ها



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک برچسپ اثرگذار در آموزش سلامت

۶	۴	۲	۰	معیارها/امتیازها
جذابیت برچسپ	عدم جذابیت	جذابیت کم	جذابیت قابل قبول	کاملاً جذاب
وضعیت طراحی برچسپ	طراحی نامناسب	در طراحی به برخی نکات توجه شده ولی به نکات هنری توجه نشده	توجه به برخی عناصر هنری در طراحی	جالب و کاملاً هنری
تنوع رنگ در برچسپ	عدم تنوع رنگ	تنوع رنگی کم	تنوع رنگی مناسب	جذابیت و تنوع رنگی
کیفیت چاپ برچسپ	نامطلوب	کیفیت پایین	کیفیت مناسب	کیفیت عالی
دارا بودن هدف و پیام آموزشی مشخص	عدم وجود هدف یا پیام مشخص	پیام و هدف برای همه مخاطبان واضح نیست	دارای یک هدف و پیام واضح برای بیشتر مخاطبان	دارای یک هدف و پیام مشخص برای کلیه مخاطبان
درک آسان مفاهیم برچسپ	درک مشکل	درک مفاهیم نیاز به تفکر دارد	درک آسان مفاهیم برای بیشتر مخاطبان	درک آسان مفاهیم برای کلیه مخاطبان
کاربرد بودن برچسپ برای مخاطب	غیر کاربردی	کاربرد برای برخی مخاطبان	کاربرد برای اکثر مخاطبان	کاملاً کاربردی برای همه مخاطبان

آگهی نما
(Billboard)
تراکت
برچسپ‌ها
(Stickers)

© انواع روش‌های مستقیم در آموزش سلامت

◎ بسیج اطلاع رسانی (Campaign)

تعریف بسیج اطلاع رسانی در برنامه‌های آموزش سلامت

بسیج اطلاع رسانی، فرآیندی از بسیج مردم با هم برای اجرای فعالیت‌های اجرایی در جهت بهبود یک چالش می‌باشد. در برخی موارد هم بسیج اطلاع رسانی می‌تواند با ایجاد بستری مناسب به سیاستگذاران در تصمیم‌گیری‌هایشان در مورد موضوع بسیج اطلاع رسانی کمک کند. در برنامه‌های ارتقای سلامت، بسیج اطلاع رسانی از اجتماع افرادی که در مورد موضوع بسیج اطلاع رسانی اطلاعات کافی دارند، تشکیل می‌شود که هدف اصلی این بسیج، ایجاد تغییر رفتار پایدار و کمک به اتخاذ تصمیمات صحیح برای بهبود وضعیت سلامت افرادی است که مخاطبان اصلی موضوع بسیج اطلاع رسانی می‌باشند. (برای مثال در بسیج اطلاع رسانی «صحیح غذا خوردن کودکان مدرسه‌ای»، اعضای بسیج اطلاع رسانی را معلمان، مربی‌های بهداشت و کارشناسان تغذیه تشکیل می‌دهند و کودکان مدرسه‌ای نیز مخاطبان موضوع بسیج اطلاع رسانی می‌باشند).

سه ویژگی اصلی بسیج اطلاع رسانی در برنامه‌های آموزش سلامت

۱. بسیج اطلاع رسانی با هدف ایجاد یک تغییر رفتار پایدار در سلامت جامعه ایجاد می‌گردد.
۲. بسیج اطلاع رسانی، بر اساس نیاز مخاطبان و میزان اهمیت موضوع تشکیل و ارایه خدمت می‌نماید.
۳. بسیج اطلاع رسانی روشی موثر برای انتقال مفاهیم آموزشی از طریق ارتباط مستقیم و رو در رو بین افرادی که اطلاعات کافی در مورد موضوع بسیج اطلاع رسانی دارند، با آنهایی که نیاز به کمک دارند، می‌باشد.

معیارهای اصلی برای راه اندازی یک بسیج اطلاع رسانی در برنامه‌های آموزش سلامت

- بسیج اطلاع رسانی باید منطبق با نیاز و تمایلات مخاطبان تشکیل و ارایه خدمت نماید.
- اطلاعات و خدماتی که در بسیج اطلاع رسانی عرضه می‌شود، باید برای مخاطبان جذاب باشد.
- هر بسیج اطلاع رسانی در برنامه‌های ارتقای سلامت باید بر اساس هدفی مبتنی بر تغییر رفتار، دارای استراتژی‌های معین، روش‌های اجرایی مشخص و برنامه‌های مدون ارزیابی فعالیت‌های اجرایی باشد.
- هر بسیج اطلاع رسانی منطبق با هدف کلی تعریف شده، باید دارای یک پیام کلیدی یا شعار اثرگذار باشد.
- اساس تشکیل یک بسیج اطلاع رسانی اثرگذار، باید ترغیب مخاطبان به انجام یک رفتار سالم و نه بازدارندگی از انجام یک رفتار ناسالم باشد.

بسیج
اطلاع‌رسانی



معیارهای اصلی برای ارزشیابی بسیج‌های اطلاع‌رسانی اثرگذار در آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
مشخص بودن مخاطبان	عدم تعیین مخاطب مشخص	دقت کم در تعیین مخاطب	دقت مناسب در تعیین مخاطب	دقت کافی در تعیین مخاطب
انطباق هدف بسیج با نیاز مخاطب	عدم انطباق	انطباق کم	انطباق نسبی و قابل قبول	انطباق کامل
دارا بودن استراتژی	عدم وجود استراتژی	استراتژی دارد اما غیر عملی است	استراتژی دارد اما دقیق نیست	دارای استراتژی‌های مشخص و دقیق
دارا بودن پیام کلیدی یا شعار	عدم وجود پیام و شعار	پیام و شعار نه چندان اثرگذار	پیام و شعار تا حد زیادی اثرگذار	پیام و شعار کاملاً اثرگذار
اثرگذار بودن فعالیت‌های بسیج اطلاع‌رسانی بر روی مخاطبان	عدم اثرگذاری	اثرگذاری کم بر روی نیمی از مخاطبان	اثرگذاری بر روی بیش از نیمی از مخاطبان	کاملاً اثرگذار
مبتنی بر برنامه‌های ترغیب‌کننده	عدم وجود برنامه مشخص	تمرکز کم بر این برنامه‌ها	تمرکز مناسب بر این برنامه‌ها	کاملاً منطبق بر این برنامه‌ها
دارا بودن برنامه‌های مشخص و کارا برای تغییر رفتار	عدم داشتن برنامه مشخص	دارا بودن برنامه‌های مشخص اما غیر قابل اجرا	دارا بودن برنامه‌های مشخص که تا حدی قابل اجرا هستند.	دارا بودن برنامه‌های کاملاً مشخص و قابل اجرا

بسیج اطلاع‌رسانی

(Campaign)

کارگاه‌های آموزشی

(Workshops)

سمینار آموزش سلامت

(Seminars)

نمایشگاه سلامت

(Health Exhibitions)

◎ کارگاه‌های آموزشی (Workshops)

تعریف کارگاه‌های آموزشی در برنامه‌های آموزش سلامت

کارگاه آموزشی شامل جلسات آموزشی با حداقل مباحث تئوری و حداکثر مباحث علمی و کاربردی می‌باشد که شباهت زیادی به جلسات مشورتی دارد که می‌تواند در بیش از یک روز برگزار گردد. در واقع کارگاه آموزشی برای تعداد نسبتاً کمی از افراد (در حدود ۲۰ تا ۳۰ نفر) جهت کسب دانش و مهارت‌های کاربردی و به روز در یک زمینه خاص برگزار می‌شود. در کارگاه‌های آموزشی، به تمامی شرکت‌کنندگان این فرصت داده می‌شود که بتوانند در مورد تجربیات یکدیگر در مورد موضوع کارگاه آموزشی از دیدگاه علمی به بحث و تبادل نظر بپردازند و از آموخته‌های یکدیگر استفاده نمایند. در برنامه‌های ارتقای سلامت، کارگاه‌های آموزشی روشی کارا برای افزایش انگیزه، بهبود دانش عملی و بالا بردن توان کار گروهی شرکت‌کنندگان (در مورد موضوع کارگاه آموزشی) می‌باشد.

سه ویژگی اصلی کارگاه‌های آموزشی در برنامه‌های آموزش سلامت

۱. یک کارگاه آموزشی از لحاظ ساختار و نحوه ارایه مطالب نسبتاً انعطاف پذیر است و برگزار کننده می‌تواند از روش‌های مختلفی برای ارایه مطلب خود در کارگاه آموزشی استفاده نماید.
۲. شرکت‌کنندگان در کارگاه آموزشی از لحاظ داشتن اطلاعات مرتبط با موضوع کارگاه تقریباً همگن می‌باشند.
۳. مشارکت شرکت‌کنندگان در موضوع کارگاه آموزشی بیش از سایر روش‌های آموزشی می‌باشد.

معیارهای اصلی برای تشکیل یک کارگاه آموزشی در برنامه‌های آموزش سلامت

- یک کارگاه آموزشی باید بر اساس اهداف افزایش آگاهی شخصی شرکت‌کنندگان، بالابردن تمایل شرکت‌کنندگان به یادگیری یک مطلب، مدیریت در فراگرفتن مطالب، بهبود بخشیدن قابلیت‌های شرکت‌کنندگان در انجام کارهای گروهی و ارتقای روابط سازمانی با تاکید قوی بر روی مسایل روحی و احساسی شرکت‌کنندگان طراحی شود.
- هر کارگاه آموزشی منطبق با مدل انتخاب شده باید دارای یک پروپزال یا طرح پیشنهادی مشخص باشد که در این پروپزال یا طرح پیشنهادی باید هدف از تشکیل کارگاه آموزشی، زمان، مکان، روش‌های اجرایی، نحوه ارایه مطالب و نحوه ارزیابی‌های کارگاه آموزشی به وضوح توضیح داده شده باشد.
- کارگاه آموزشی باید بر اساس یکی از روش‌های اصلی ارایه مطالب مانند بارش افکار (Brainstorm)،



نقش بازی کردن (Role-plays)، بحث گروهی (Group Discussion) و یا کاربرد اسلاید و اورهد (Using overhead transparencies) طراحی شود.

- کارگاه آموزشی باید شرکت کنندگان را ترغیب کند تا به صورت فعال در یادگیری مطالب سهیم باشند.
- در ارزیابی کارگاه آموزشی باید چهار نوع ارزیابی شامل ارزیابی کل برنامه اجرایی، ارزیابی رضایتمندی شرکت کنندگان، ارزیابی نحوه ارایه مطالب و ارزیابی اثرگذاری کارگاه آموزشی منطبق با هدف تعیین شده، مد نظر قرار گیرد.

معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک کارگاه آموزشی اثرگذار در آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
طراحی کارگاه بر اساس اهداف تشکیل آن	بدون توجه به اهداف	توجه کم به اهداف	توجه نسبی در مورد اهداف	توجه کافی در مورد اهداف
دارا بودن پروپوزال اجرایی	عدم وجود پروپوزال	وجود پروپوزال ناقص	نسبتاً دارای پروپوزال اجرایی	دارای پروپوزال کاملاً اجرایی
نحوه ارزیابی چهارگانه کارگاه	عدم ارزیابی	ارزیابی ناقص	نیاز به دقت بیشتر در ارزیابی	ارزیابی دقیق و کامل
ترغیب کنندگی کارگاه	عدم ترغیب کنندگی	ترغیب کنندگی کم	ترغیب کنندگی قابل قبول	کاملاً ترغیب کننده
نحوه درگیر کردن شرکت کنندگان در موضوع کارگاه	نامناسب	کم	قابل قبول	بسیار عالی
اثرگذار بودن کارگاه	بدون اثر	کم اثر	اثرگذاری قابل قبول	کاملاً موثر
نحوه نظم و ترتیب در اجرای کارگاه	عدم نظم	نظم کم	نظم قابل قبول	کاملاً منظم

بسیج اطلاع رسانی

(Campaign)

کارگاه های آموزشی

(Workshops)

سمینار آموزش سلامت

(Seminars)

نمایشگاه سلامت

(Health Exhibitions)

◎ **ارایه سمینارهای آموزش سلامت (Seminars) در کلاس ها، کنگره ها و همایش ها**

تعریف سمینار برای برنامه های آموزش سلامت

سمینار، یک روش رسمی برای ارایه مطالب در مورد یک موضوع خاص برای افرادی است که دارای علایق و یا زمینه فکری مشترک می باشند. در واقع با استفاده از سمینار سعی می شود، دانش و تجربیات مخاطبان، با ارایه نکات علمی و معتبر کامل شود. در برنامه های ارتقای سلامت، معمولاً از سمینار به عنوان روشی برای تکمیل دانش عمومی مخاطبان مختلف جامعه و یا کادر پزشکی و بهداشتی استفاده می شود.

سه ویژگی اصلی سمینار در برنامه های آموزش سلامت

۱. به وسیله سمینار، می توان اطلاعات علمی، معتبر و جدید را با استفاده از وسایل کمک آموزشی مانند اسلاید، اورهد و... به مخاطبان انتقال داد.
۲. در روش سمینار، مطالب به صورت منطقی و با یک نظم خاص و مشخص و با روش رسمی به مخاطبان ارایه می شود.
۳. در بسیاری از مجامع علمی و دانشگاهی، استفاده از روش سمینار به عنوان یک روش رایج ارایه مطالب علمی می باشد.

معیارهای اصلی برای ارایه یک سمینار اثرگذار در برنامه های آموزش سلامت

- یک سمینار آموزشی اثرگذار باید بتواند اطلاعات موثری برای تکمیل دانش مخاطبان به آنان ارایه نماید.
- یک سمینار آموزشی باید دارای یک عنوان مشخص باشد.
- در طراحی یک سمینار آموزشی باید به چهار سوال اصلی پاسخ داده شود: ۱. چه افرادی مخاطب سمینار هستند؟ ۲. چرا عنوان سمینار برای مخاطبان جذاب است؟ ۳. چه مطالبی بایستی در طی سمینار ارایه گردد؟ ۴. چگونه و با چه نظمی مطالب در طول سمینار بایستی ارایه گردد؟
- ارایه مطالب در یک سمینار باید بر اساس یک طرح مشخص و منطقی تنظیم و ارایه شود به طوری که با یک مقدمه شروع و با یک نتیجه و پیام کلیدی و کاربردی به پایان برسد.
- هر سمینار آموزشی بر اساس هدف یا اهداف آموزشی خود باید روشی جهت ارزیابی میزان فراگیری مخاطبان خود از مطالب سمینار در نظر بگیرد.

ارایه سمینارهای آموزش
سلامت (Seminars) در
کلاس ها، کنگره ها
و همایش ها



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک سمینار اثرگذار در آموزش سلامت

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
انطباق مطالب سمینار با نیاز و دانش مخاطبان	عدم انطباق	انطباق کم	انطباق مناسب برای اکثر مخاطبان	کاملاً منطبق و مناسب
جذابیت عنوان و مطالب سمینار برای مخاطبان	عدم جذابیت	جذابیت کم	جذاب برای اکثر مخاطبان	کاملاً جذاب برای همه مخاطبان
دارا بودن اهداف تعیین شده برای سمینار	عدم وجود هدف	دارای اهداف غیر واضح	دارای اهداف واضح اما غیر کاربردی	دارای اهداف واضح و کاربردی
ارایه سمینار بر اساس یک نظم منطقی	عدم وجود نظم	نظم کم	نظم قابل قبول	دارای نظم کاملاً منطقی
استفاده مناسب از وسایل کمک آموزشی در طی زمان ارایه سمینار	عدم استفاده از وسایل کمک آموزشی	استفاده کم و نه چندان مناسب	استفاده قابل قبول	استفاده عالی و بهجا از وسایل کمک آموزشی
در نظر گرفتن روش ارزیابی یادگیری مخاطبان از مطالب ارایه شده در سمینار	عدم وجود روش ارزیابی	استفاده از روش ارزیابی ناکارا	استفاده از روش ارزیابی مناسب برای اکثر مخاطبان	استفاده از روش ارزیابی کاملاً مناسب برای همه مخاطبان
قابل استفاده بودن مطالب ارایه شده در سمینار برای مخاطبان	غیر قابل استفاده	قابل استفاده برای تعداد کمی از مخاطبان	قابل استفاده برای اکثر مخاطبان	قابل استفاده برای کلیه مخاطبان

بسیج اطلاع رسانی

(Campaign)

کارگاه های آموزشی

(Workshops)

سمینار آموزش سلامت

(Seminars)

نمایشگاه سلامت

(Health Exhibitions)

◎ نمایشگاه‌های سلامت (Health Exhibitions)

تعریف نمایشگاه‌های سلامت

نمایشگاه، مکانی است برای نشان دادن و اطلاع رسانی در مورد خدمات یا کالاهایی خاص یا دستاوردهای علمی، فرهنگی و هنری به مردم به طوری که به این وسیله میزان عرضه و تقاضا آن خدمات یا کالاها در سطح جامعه افزایش یابد. در نمایشگاه‌های مرتبط با سلامت، خدمات یا محصولات مرتبط با سلامت به مردم معرفی می‌شوند. تجربیات نشان می‌دهد که نمایشگاه‌های مرتبط با مواد غذایی، نوشیدنی‌ها و مواد دارویی و آرایشی بیشتر از سایر نمایشگاه‌های سلامت مورد استقبال مردم قرار می‌گیرد.

سه ویژگی اصلی نمایشگاه‌های سلامت

۱. نمایشگاه‌های سلامت، مکان مناسبی برای آشنایی بیشتر مردم با خدمات و محصولات جدید مرتبط با سلامت می‌باشد.
۲. نمایشگاه‌های سلامت میتوانند با عرضه و اطلاع رسانی صحیح محصولات و خدمات شرکت‌ها و موسسات مرتبط با سلامت، زمینه‌ای را برای عرضه و تقاضای مناسب در سطح جامعه ایجاد نمایند.
۳. نمایشگاه‌های سلامت می‌توانند به عنوان یک روش کارا در امر تبلیغات خدمات و محصولات مرتبط با سلامت نیز مطرح باشند.

معیارهای اصلی برای برگزاری نمایشگاه‌های سلامت

- در قدم اول باید هدف از تشکیل نمایشگاه سلامت به وضوح مشخص شده باشد و بر اساس آن رویه اجرایی تشکیل نمایشگاه (شامل زمان و مکان تشکیل نمایشگاه، برنامه‌های اجرایی نمایشگاه و شرکت‌کنندگان در نمایشگاه) مشخص گردد.
- برنامه‌های اجرایی نمایشگاه باید بر اساس ۵ برنامه اصلی شامل برنامه قبل از شروع نمایشگاه، روز شروع نمایشگاه، زمان افتتاح، در طی زمان برگزاری و روز اختتامیه تدوین و اجرا گردد.
- به امکانات جانبی و رفاهی برای بازدیدکنندگان در نمایشگاه‌های سلامت باید توجه گردد.
- طراحی فضای نمایشگاه باید به گونه‌ای باشد که بیشترین امکان تبادل نظر بین برگزارکنندگان و بازدیدکنندگان نمایشگاه وجود داشته باشد.
- فضای نمایشگاه‌های سلامت باید به گونه‌ای طراحی شوند که حس مثبت و آرامبخشی را برای بازدیدکنندگان ایجاد کند.

نمایشگاه‌های سلامت



معیارهای اصلی برای ارزشیابی یک نمایشگاه سلامت اثرگذار

معیارها/امتیازها	۰	۲	۴	۶
در نظر گرفتن اهداف مشخص برای نمایشگاه	عدم وجود هدف	وجود اهداف غیر اجرایی	وجود اهداف تا حدی اجرایی	وجود اهداف کاملاً مشخص و اجرایی
تناسب نوع نمایشگاه با تخصص بازدیدکنندگان	عدم تناسب	تناسب کم	تا حد زیادی متناسب	کاملاً متناسب
عرضه خدمات و محصولات مرتبط با نیاز و خواست بازدیدکنندگان	عدم انطباق	خدمات و محصولات ارائه شده منطبق با نیاز کمتر از نیمی از مخاطبان	خدمات و محصولات ارائه شده منطبق با نیاز بیش از نیمی از مخاطبان	کاملاً متناسب
طراحی مناسب و جذاب نمایشگاه	نامناسب	طراحی مناسب اما غیر جذاب	طراحی مناسب و تا حدی جذاب	طراحی کاملاً مناسب و جذاب
توجه به امکانات رفاهی در نمایشگاه	عدم توجه	توجه کم	توجه قابل قبول	کاملاً توجه شده
وضعیت هزینه شرکت در نمایشگاه	هزینه بالا	مناسب برای برخی از افراد	مناسب برای اکثر افراد	مناسب برای همه افراد
داشتن برنامه برای ارزیابی نمایشگاه	عدم برنامه ارزیابی	برنامه ارزیابی نامناسب	برنامه ارزیابی قابل قبول	برنامه ارزیابی کاملاً مناسب

بسیج اطلاع‌رسانی

(Campaign)

کارگاه‌های آموزشی

(Workshops)

سمینار آموزش سلامت

(Seminars)

نمایشگاه سلامت

(Health Exhibitions)

© منابع

احدیان، م ۱۳۸۴، مقدمات تکنولوژی آموزشی، چاپ بیست و هشتم، نشر و تبلیغ بشری، تهران، ایران
باقیانی مقدم، م.ح، شریفی راد، غ، رهانی، ز، ندریان، ح، محمدی، م، فلاحی، آ، شجاع فرد، ج ۱۳۸۸، تکنولوژی آموزشی، انتشارات
آثار سبحان، تهران، ایران.
قدوسیپان، ا، قاسمی برقی، ر، پوراسلامی، م، سرمست، ح ۱۳۸۲، مبانی و کاربرد تکنولوژی آموزشی در ارتقای سلامت، بحر العلوم،
قزوین، ایران.
موسسه سلامت پژوهان نیکان ۱۳۸۹، اصول استانداردهای تدوین رسانه و مداخلات، به سفارش دفتر آموزش سلامت و ارتقای
سلامت، معاونت بهداشت، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، تهران، ایران.
فردانش، ۱۳۸۴، مبانی نظری تکنولوژی آموزشی، چاپ هفتم، انتشارات سمت، تهران، ایران.

Abcteach 2008, What Is a Newspaper? Accessed on 26 November 2011, <www.abcteach.com>

AccessibleARTS 2011, FactSheet: Presenting your exhibition, accessed on 2 December 2011, <aarts.net.au>

Adlitz 2007, what is Billboard/ Outdoor Advertising? Definition, Meaning, Accessed on 17 November 2011, <www.Adlitz.com>

Alley, M 2008, Design of Scientific Posters, Accessed on 27 October 2011, <<http://www.writing.engr.psu.edu/posters.html>>

Anderson, a 2008, Evaluating Magazine & Newspaper Articles, Northern Virginia Community College, USA.

Art Skills 2008, How to Brainstorm for Poster Ideas, Accessed on 27 October 2011, <<http://www.artskills.com/home.html>>

Bahagian Pendidikan Kesihatan 2011, Health Promotion Methods & Approaches, Accessed on 25 October 2011, <www.infosihat.gov.my>

Bien, R 2010, 35 Awe-Inspiring Booklet Designs for Print Design Inspiration, Accessed on 1 November 2011, <<http://www.youthdesigner.com/2010/10/20/35-awe-inspiring-booklet-designs-for-print-design-inspiration/>>

Blurtit 2011, What is Bulletin, Accessed on 2 November 2011, <<http://www.blurtit.com/q1805288.html>>

BrochuresDesign 2011, creating an effective and Helpful Booklet is the Key for a Prosperous Booklet, Accessed on 1 November 2011, and <Brochuresdesign.org>

Brochuremonster 2009, How to design health promotion pamphlets?' Accessed on 29 October 2011, <www.brochuremonster.com>

Brochuremonster 2009, How to get Booklet Design Layouts, Accessed on 1 November 2011, <www.brochuremonster.com>

Businessballs 2011, Workshops, Accessed on 2 December 2011, <<http://www.businessballs.com/index.htm>>

Cassell, M.M, Jackson, C, Cheuvront, B 1998, 'Health Communication on the Internet: An Effective Channel for Health Behaviour Change?', Journal of Health Communication, Vol. 3, pp. 71-79.

Campbell, R.A 2011, What is magazine, Accessed on 23 November 2011, <<http://www.therobertcampbell.com/>>

Catalogue Design Solutions 2011, Are you thinking of putting together a catalogue design for your target audience, Accessed on 2 November 2011, <<http://cataloguedesign.com.au/>>

Colorado State University 2011, Email Uses, accessed on 12 November 2011, <<http://writing.colostate.edu/guides/documents/email/list3.cfm>>

Consumers' Health Forum of Australia 2003, A Guide for Community Organisations Running Health Workshops with Consumers, Accessed on 1 December 2011, <www.chf.org.au>

Copywriters 2011, Pamphlets and Brochures, Accessed on 29 October 2011, <<http://www.translationcopywriters.co.za/index.php>>

Customs & Fiscalis 2008, Workshop Guide, Accessed on 2 December 2011, <www.Customs20133.com>

Demand Media 2011, How to Design a Bulletin Board for Your Teacher, Accessed on 2 November 2011, <http://www.ehow.com/how_6907292_design-bulletin-boards-classroom.html>

Demand Media 2011, How to Design a Billboard, Accessed on 17 November 2011, <<http://www.ehow.com>>

Department of Education Victoria 2007, Health Promotion Poster – Teacher rubric, Accessed on 27 October 2011, <www.education.vic.gov.au/studentlearning/assessment/preptoyear10/domaintasks/>

DG Group 2011, Professional Leaflet Design Services, Accessed on 4 November 2011, <<http://www.thedggroup.ie/default.asp>>

Difference Between 2010, Difference Between SMS and MMS, Accessed on 26 December 2011, <DifferenceBetween.com>

DiscountBannerPrinting 2011, Why choose us for your sticker printing & label printing?, Accessed on 18 November 2011, <<http://www.discountbannerprinting.co.uk/>>

Education & Training Unit (ETU) 2011, Guide to Making Posters and Pamphlets, Accessed on 27 October 2011, <<http://www.etu.org.za/toolbox/index.html>>

Egenfeldt-Nielsen, S 2006, 'Overview of research on the educational use of video games', Digital Kompetanse, Vol. 1, pp. 184-213.

Email Marketing Reports 2011, Defining your personality, accessed on 6 November 2011, <<http://www.email-marketing-reports.com/>>

Evers, K.E 2006, 'eHealth Promotion: The use of the internet for health promotion', The Art of Health Promotion – Practical information to make programs more effective, Published bi-monthly as part of the American Journal of Health Promotion, pp. 1-8.

Finch, E-L 2010, Health Promotion Media and Advocacy, Curtin University of Technology, Perth, Australia, Accessed on 29 October 2011, <https://iportfolio.curtin.edu.au/view/about_me.cfm?user=32314>

Fortenberry, J.L, McGoldrick, P.J 2010, 'Is billboard advertising beneficial for healthcare organizations? An investigation of efficacy and acceptability to patients', Journal of Health Care management, Vol. 55, No 2, pp. 81-95.

Franklin, P.D, Rosenbaum, P.F, Carey, M.P and Roizen, M.F 2006, 'Using Sequential Email Messages to Promote Health Behaviours: Evidence of Feasibility and Reach in a Worksite Sample', Journal Medicine Internet Research, Vol. 8, No 1.

Fulop, M.P, Varzandeh, N.N 1996, 'The role of computer-based resources in health promotion and disease prevention: implications for college health', Journal of American College Health, Vol. 45, No 1, pp. 11-17.

Gold, J, Aitken, C.K, Dixon, H.G, Lim, M.S.C, Gouillou, M, Spelman, T, Wakefield and Hellard, M.E 2011, 'A randomised controlled trial using mobile advertising to promote safer sex and sun safety to young people', Health Education Research, Vol. 26, No 5, pp. 782-794.

Grimshaw, J, Freemantle, N, Wallace, S, Russell, I, Hurwitz, B, Watt, I, Long, A, Sheldon, T 1995, 'Developing and implementing clinical practice guidelines', Effective Health Care, Bulletin No 8.

Hahn, J.S, Nicholson, T 1986, 'the role of computers in health education: some lessons from instructional technology', Fam Community Health, Vol.9, No. 2, pp. 64-7.

Health Education To Villages 2011, Television Broadcasts, Accessed on 20 November 2011, <<http://hetv.org/index.html>>

Hyde, J 2011, Brochure Marketing: 12 Tips on How to Do it Effectively, Accessed on 30 October 2011, <<http://marketing.about.com/od/directmarketing1/a/brochmktg.htm>>

Korp, P 2006, 'Health on the Internet: implications for health promotion', Health Education Research, Vol.21, No 1, pp. 78-86

Landmark Internet Ltd 2011, What is MMS?, Accessed on 26 December 2011, <www.landmarkinternet.com>

Lim, M.S.C, Hocking, J.S, Aitken, C.K, Fairley, C.K, Jordan, L, Lewis, J.A and Hellard, M.E 2011, 'Impact of text and email messaging on the sexual health of young people: a randomized controlled trial', Journal Epidemiological Community Health, Vol.10, No1, pp.36-40.

Llovegraphic 2011, How to make a product catalog, Accessed on 3 November 2011, <<http://www.wikihow.com/Make-a-Product-Catalog>>

Mandoli, D.F 2007, How to Make a Great Poster, Department of Biology and Center for Developmental Biology, University of Washington, Accessed on 27 October 2011, <<http://my.aspb.org/>>

Marketing Minefield 2011, Designing an effective leaflet, accessed on 4 November 2011, <<http://www.marketingminefield.co.uk/>>

MicroGraphix 2011, Catalogue Design, Accessed on 2 November 2011, <<http://www.micrographix.co.uk/>>

Murphy, B 2010, Health Education & Communication Strategies, Deakin University, Melbourne, Australia.

Murphy, S, Smith, C 1992, 'An examination of the use of health education leaflets by health promotion officers', Health Education Journal, Vol. 51, no 4, pp. 166-170.

Neyberg, T, Xiong, G, Luostarinen, J 2011, 'Short Messages in Health Promotion', Service Operations, Logistics, and Informatics (SOLI) Conference, Beijing, China.

Nuffield Foundation 2011, Evaluating newspaper articles, Accessed on 26 November 2011, <<http://www.nuffield-foundation.org/>>

Nyberg, T.R 2008, Health Promotion by SMS, Med-e-Tel, Luxembourg

Oboh, V.U, Sani, R.M 2009, 'HIV/ AIDS among Farmers in Makurdi Local Government Area of Benue State, Nigeria', Journal of Society Science, Vol. 19, No 3, pp. 179-184.

Olivia, A 2011, Difference Between Pamphlet and Brochure, Accessed on 29 October 2011, <<http://www.differencebetween.com/tag/pamphlets-and-brochures/>>

Open Market Inc 2010, Mobile Messaging 201: How to Create Compelling SMS Applications, Accessed on 10 November 2011, <www.openmarket.com>

Papastergiou, M 2009, 'Exploring the potential of computer and video games for health and physical education: A literature review', Computers & Education, Vol 53, pp. 603-622.

Pastore, A 2011, How can I evaluate a blog?, accessed on 29 December 2011, <<http://ictkm.cgiar.org/tutorials/evaluate-a-blog/>>

Preston, K.E, Walhart, T.A, O'Sullivan, A.L 2011, 'Promoting Healthy Behaviour via Text Messaging in Adolescents', American Journal Lifestyle Medicine, Vol. 5, No 3, pp. 247-252.

Professional Advertising 2005, Effective Brochure Design – How to Create Brochures that Get Action, Accessed on 29 October 2011, <<http://www.myprofessionaladvertising.com/Index.htm>>

Professional brochure design services 2011, Booklets-Booklets Design, Accessed on 1 November 2011, <<http://www.brochuredesignservice.com/en-BT-booklets.html>>

PsPrint 2011, Sticker Design Essentials, Accessed on 18 November 2011, <<http://www.psprint.com/>>

Rabinowitz, E.D 2011, Benefits of Communicating with Patients via Email, accessed on 12 November 2011, <<http://www.metrowestphysicians.com/learning-center/news/benefits-communicating-patients-email>>

RubiStar 2008, Poster Criteria total possible points, Accessed on 27 October 2011, <<http://rubistar.4teachers.org/index.php>>

Shelia 2003, Ask yourself these questions to evaluate your newsletter, Accessed on 6 November 2011, <Sheila@NewsletterAndMore.net>

Sign & Print Graphix 2011, Design your own Custom Stickers, Accessed on 18 November 2011, <<http://www.signprint.co.uk/>>

Slodive 2011, 25 Best Catalog Design Inspirations, Accessed on 3 November 2011, <<http://slodive.com/inspiration/showcase/best-catalog-design-inspirations/>>

SMS beyond Information. Itelligence 2011, Evaluation, Accessed on 10 November 2011, <<http://www.smssha->

waii.com/con_eval.asp>

Soames Job, R.F 1988, 'Effective and ineffective use of fear in Health Promotion Campaigns', American Journal of Public Health, Vol. 78, No.2, pp. 163-167.

Tarafdar, M.K 2010, Community Radio and education for All: Bangladesh Perspective, Bangladesh Open University, Bangladesh.

Tearfund 2010, What is campaigning?, Accessed on 29 November 2011, <<http://youth.tearfund.org/>>

The Health Communication Unit 2007, Overview of Health Communication Campaigns, Department of Public Health Sciences, university of Toronto, Toronto, Canada.

Traket24, What is Traket?, Accessed on 17 November 2011, <www.traket24.com>

TeachNetUK 2011, Booklet Evaluation, Accessed on 1 November 2011, < http://www.teachnet-uk.org.uk/2005%20Projects/ICT-L2Lwebquest/pages/booklet_evaluation.htm>

Teachtarget 2011, Catalog, Accessed on 2 November 2011, <<http://searchsqlserver.techtarget.com>>

The Australian Scholarship In Teaching Project 2011, Sharing the results of your scholarship with your colleagues, Accessed on 2 December 2011, <<http://www.clt.uts.edu.au/Scholarship/Seminar.presentation.htm>>

The Business Cloud 2011, The Importance of Email Encryption in the Healthcare industry, Accessed on 12 November 2011, < <http://www.intermedia.net/resources/white-papers/the-importance-of-email-encryption-in-the-healthcare-industry.aspx>>

U.S. Department of Health and Human Services 2006, 'Health information for Seniors: The internet's Expanding role', Prevention Report, Vol 20, Issue 2, pp.1-8.

Webquest 2011, Evaluation Criteria for Brochure, Accessed on 29 October 2011, <<http://www.gng.org/programs/?gclid=CKmMtI2qlawCFcwhtAodvhVpxw>>

WellnessProposals 2009, Employee Health Newsletter, Accessed on 6 November 2011, <<http://www.wellnessproposals.com/home.htm>>

WiseGEEK 2011, What is Computer Gaming?, Accessed on 27 December 2011, <www.wisegeek.com>

Woodcraft Folk 2006, Health booklet, accessed on 1 November 2011, <http://www.globalvillage2006.org/en/do_something_about/water_and_health/health_booklet>