معرفی شیوه‌ها و رسانه‌های آموزشی

در این بخش تعدادی از شیوه‌های (روش‌ها) و رسانه‌ها (مواد و وسایل) که در برنامه‌های آموزشی بهداشت بیشتر کاربرد دارند معرفی می‌شوند. درباره هر یک از آنها، کتب یا جزواتی که حاوی الگوها و اشکال متنوعی از آنها می‌باشد، منتشر شده است. برای تسلط در بکارگیری هر یک از روشها و رسانه‌ها، علاوه بر مطالعه دقیق منابع لازم است آنها را در شرایط واقعی بکار گرفته و نحوه اجرا و تأثیرات ناشی از آنها را مورد ارزشیابی قرار دهیم. معمولاً در بخش بهداشت اکثر روشها و رسانه‌ها بدرستی بکار گرفته نمی‌شوند و بخشی از عدم موفقیتها در راه وصول به هدف، همین مسأله یعنی استفاده غلط و ناقص از آنها می‌باشد. رایج‌ترین شیوه‌های آموزشی و رسانه‌های آموزشی مورد استفاده در بخش بهداشت و درمان بشرح زیر است.

الف - شیوه‌های آموزشی Instructional Methods

۱- مشاوره Consulting - مشاوره یکی از کارآمدترین روشهای آموزش بهداشت به صورت چهره بچهره (Face to Face) یا مستقیم و یا حضوری برای کمک به افراد و خانواده‌هاست. مشاوره به معنی همکاری کردن و رأی و نظر دیگری را، در انجام کاری خواستن است و طی آن به تجزیه و تحلیل مشکل و یافتن راه‌حلهای مناسب مبادرت می‌شود. **کار مشاور حمایت و تشویق است نه زور و توصیه.** مشاور باید طوری باشد که شخص، اعتماد بنفس لازم را برای یافتن راه حل مشکلاتش، کسب نماید. در صورت نیاز، راهنمائیهای لازم توسط مشاور ارائه می‌گردد.

هدف از مشاوره در آموزش بهداشت، پیشگیری از بیماری و ارتقای سلامت است و

باید طوری انجام شود که شخص را به یک انتخاب صحیح، هدایت نماید.

برخی از ویژگیهای یک مشاور بشرح زیر است:

- مشاور باید از سلامت روانی و جسمانی برخوردار باشد.
- باید توانایی لازم برای استدلال و درک و فهم مطالب را داشته باشد و به راحتی و صراحت و فصاحت صحبت کند.
- به انسانها و حل مسایل و مشکلات آنان علاقمند باشد.
- در روابطش با دیگران انعطاف‌پذیر و صبور باشد و کسی را به تبعیت از خویش مجبور نکند.
- صمیمی و مهربان و رازدار باشد و به دیگران احترام بگذارد.
- از توانائیها و محدودیت‌های خود آگاه باشد.
- در زمینه‌های روانشناسی، جامعه‌شناسی، تعلیم و تربیت و امکانات جامعه آگاهی لازم را داشته باشد.
- متقی و خوشنام باشد و خدمت صادقانه و خالصانه به همنوع را مد نظر قرار دهد.
- حضور ذهن داشته باشد و بتواند سؤالات دقیق و مناسب را به موقع مطرح سازد.
- به مطالعه و افزایش دانش خود علاقمند باشد و بکوشد در جریان جدیدترین مطالب علمی درباره رشته تخصصی خود قرار گیرد.
- در برقراری رابطه با انسانها مجرب باشد و تحمل شنیدن مطالبی را که خود به آنها معتقد نیست داشته باشد.

کارکنان بهداشتی می‌توانند از این روش در حین بازدید از منازل و پیگیریها و مراقبت‌های بهداشتی و در هنگام ارائه خدمات به مراجعین استفاده نمایند. مهم‌ترین ویژگی این روش گوش دادن و توجه کردن به صحبتهای طرف مقابل است.

۲- سخنرانی Lecture - سخنرانی بهداشتی رایج‌ترین راه برای انتقال حقایق و دانش بهداشتی است. اگر چه این روش در اغلب موارد بخودی خود بکار می‌رود مثل سخنرانی در کلاسهای آموزشی، دوره‌های آموزشی و در جلسات آموزشی اما باید دانست صحبت کردن به تنهایی، بیش از حد شبیه به نصیحت کردن است و نصیحت، آموزش بهداشت نیست. بنابراین برای آموزشی نمودن یک سخنرانی لازم است آنرا با سایر روش‌ها و با استفاده از مواد و وسایل کمک آموزشی و ... تلفیق نمود.

سخنرانی برای هر سه گروه کوچک و متوسط و بزرگ انجام می‌شود ولی هر قدر گروه بزرگتر باشد امکان مشارکت مردم در بحث کمتر می‌شود. پس از سخنرانی برای گروه‌های بزرگ لازم است در جلسه بمانید تا مردم بتوانند بصورت فردی به شما مراجعه نموده، سؤالاتشان را مطرح نمایند. هدف اصلی از سخنرانی تفهیم مبانی است و در حقیقت فنی است که بوسیله آن گوینده، شنونده را با سخن خود قانع و برای اجرای مقاصدی که دارد ترغیب می‌کند (**اقناع و ترغیب**). سخنرانی هنری است که همه کس به آن نیازمند است و کسانی که با مردم سر و کار دارند، محتاج به فراگیری این فن رایج می‌باشند.

در کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی که به صورت آکادمیک اداره می‌شوند مانند مدارس، دانشگاه‌ها، آموزشگاه‌ها و مراکز آموزشی، معمولاً از روش سخنرانی برای تدریس استفاده می‌شود.

تعداد فراگیران در کلاس باید متناسب با فضای آموزشی موجود باشد تا سخنرانی یا تدریس مؤثرتر گردد. معیارهای زیر می‌تواند به ما در این رابطه کمک نماید:

- حداکثر ابعاد کلاس یا مکان آموزشی: طول = ۸ متر، عرض = ۷ متر
- حداقل فاصله تخته سیاه با اولین ردیف = ۲/۵ متر
- حداقل فضای لازم برای هر فراگیر در کلاس = ۱/۵ متر مربع

سازماندهی خوب در تدارک یک سخنرانی مستلزم توجه به بسیاری از جزئیات است:

- شرایط، مشخصات، نیازها و علائق گروه را دریابید.
- اطلاعات جدید و صحیح را تهیه و ارائه نمایید.
- آنچه را که می‌خواهید بگویید، یادداشت کنید. لیستی از نکات معدود و مهم سخنرانی خود را تهیه نمایید.
- از مواد و وسایل کمک آموزشی بصری در برنامه سخنرانی خود استفاده نمایید.
- تمام صحبت‌هایتان را طبق برنامه سخنرانی خود تمرین نمایید.
- ضرب‌المثلها، افسانه‌ها، داستانها، آیات و روایات، اشعار، ترانه‌های محلی، لطائف، گفته‌های بزرگان و ادبا و اندیشمندان می‌توانند در مورد موضوعات بهداشتی که طی سخنرانی مورد نظرتان است، مؤید و حامی شما باشند. از موارد فوق به تناسب در سخنرانی استفاده کنید.
- نتایج پژوهش‌های موردی را که در زمینه موضوع سخنرانی شما انجام شده است بازگو کنید. این امر صحبتهای شما را مدلل و مستند خواهد نمود.
- استوار و مصمم بوده و از نظر ظاهر، مرتب و تمیز باشید.
- شکیبا بوده و بر خشم خود غلبه کنید.
- قدرت تصرف و نفوذ در هر طبقه را داشته و نیروی انطباق را در درون خویش پرورش دهید.
- در حالیکه اختیار حاضران و قدرت اداره جلسه در دست شماست خود را برتر از دیگران نشمارید.
- به موضوع احاطه داشته باشید زیرا بدون احاطه کامل بر موضوع، سخن گفتن ارزش لازم را نخواهد داشت.

- حاضرالذهن و سریع‌الانتقال باشید و سعی کنید هرگز غفلت و فراموشی بر شما مستولی نشود.
- در سخن گفتن با صداقت بوده و به خود ایمان و عقیده داشته باشید زیرا بدون اعتماد به خود، گوینده قدرت خود را از دست می‌دهد.
- به موضوع سخنرانی توجه کامل داشته و فقط درباره آن صحبت نمایید.
- تقدم و تأخر مطالبی را که قصد بیان آنها را دارید، بخاطر بسپارید.
- تمام توجهات خود را روی شنوندگان متمرکز نموده و میزان علاقمندی آنان به موضوع سخنرانی را افزایش دهید.
- در موقع سخن گفتن، خودنمایی نکنید و به اعتراضات حضار، با صبر و حوصله کافی گوش فرا دهید.
- اعتماد بنفس و جرأت کامل برای سخن گفتن داشته باشید که این اعتماد بر اثر تمرین، علاقه و جدیت در کار حاصل می‌گردد.
- میل به سخنرانی و خوب حرف زدن داشته باشید.
- سخنرانی خود را خوب تهیه و تنظیم نمایید و مطالب سخنرانی واضح و روشن باشد.
- همیشه مطالب کافی برای سخنرانی، ذخیره داشته باشید.
- شنوندگان را واقعاً دوست داشته باشید و احترام لازم را برای آنها قایل شوید.
- با میل و هیجان صحبت نموده و از ته قلب جملات را ادا کنید.
- مطالبی را بیان کنید که برای شنوندگان قابل فهم باشد.
- سکوت فراگیران دلیل بر موافقت و یا فهمیدن مطالبی که می‌گویید نیست و تأیید مطالب سخنرانی توسط افراد معدودی از گروه نشانه درک کامل مطالب از جانب همه افراد گروه تلقی نمی‌شود. بوسیله پرسش و پاسخ و با استفاده از روشهای مختلف ارزشیابی جلسات آموزشی، از درک مطالب گفته شده، مطمئن شوید.

- **مکان سخنرانی باید مناسب باشد:** از نظر وسعت و ظرفیت، سر و صدا، سرما و گرما، دیدن سخنران، شنیدن صدای سخنران، نزدیکی به محل اقامت گروه، نور، بهداشت محیط، وضعیت صندلیها و...
- **زمان سخنرانی باید مناسب باشد:** از نظر عدم تداخل ساعت سخنرانی با سایر وقایع جامعه و یا سایر وظایف گروه، هماهنگی با سخنران، فرصت تهیه موضوع سخنرانی، شروع و خاتمه سخنرانی در مدت زمان تعیین شده و...
- **مدت سخنرانی باید مناسب باشد:** کل صحبت در هر نوبت در گروه‌های غیررسمی و مقاطع تحصیلی ابتدایی و با احتساب نمایش مواد و وسایل کمک آموزشی بصری می‌بایست حداکثر ۲۰ دقیقه باشد و حداکثر ۲۵-۲۰ دقیقه را نیز به پرسش و پاسخ اختصاص دهید. در گروه‌های رسمی و مقاطع بالاتر تحصیلی این میزان می‌تواند حداکثر ۲ برابر شود.
- برای اطلاع از فنون سخنرانی (فن بیان) و برقراری ارتباط متقابل و کامل با شنوندگان به کتب مرجع ارتباطی و نمایشی مراجعه نمایید.

۳- بحث گروهی Group Discussion – از میان روشهای بحث، بحث گروهی متداول‌ترین روش است. بحث گروهی یک روش آموزشی ارزشمند می‌باشد، چرا که به شرکت کنندگان، فرصت مساوی برای بیان آزادانه ایده‌ها و مبادله افکار داده می‌شود. در موضوعات بحث، همه اعضای گروه بطور مساوی مشارکت دارند. این روش یک نوع فرایند تفکر جمعی برای حل مسائل است. مسائل همچنین بطور دسته جمعی تشخیص داده شده و از طریق رویهم گذاشتن فکرها و تخصص‌ها حل می‌گردد. بحث‌های گروهی، بی‌نهایت مفید شناخته شده است که به علت وجود هدف مشترک و برنامه ریزی و اجرای جمعی می‌باشد.

بحث گروهی در گروه‌های کوچک اعم از رسمی و غیررسمی انجام می‌شود. هر بحث گروهی نیاز به یک رهبر دارد که معمولاً کارمند بهداشتی این نقش را ایفا می‌نماید. تصمیماتی که در جلسه بحث گروهی اتخاذ می‌شود توسط اعضای گروه بحث و یا سایرین اجرا خواهد شد.

به نکات زیر در تشکیل یک جلسه بحث گروهی دقت فرمایید:

- اعضاء را براساس طبقه اجتماعی، اقتصادی یا علمی و نیازهای آموزشی انتخاب نمایید.
- تمایل اعضاء را برای حضور در جلسه بحث، جلب نمایید.
- به اعضاء کمک کنید تا با یکدیگر آشنا شوند.
- خودتان بیش از حد صحبت نکنید.
- در شروع جلسه، موضوع بحث را با شفافیت عنوان نمایید و گروه را در مورد اینکه در چه مواردی اظهار نظر کنند، راهنمایی نمایید.
- اعضاء را به اظهار نظر تشویق نمایید.
- بطور مؤدبانه نوبت خاصی را به افراد ساکت اختصاص دهید و در صورت عدم واکنش باز هم آنها را وادار به صحبت کردن نکنید.
- از اعضای مطلع برای انتشار پیام آموزشی و اطلاعات کمک بگیرید.
- از اعضایی که زیاد صحبت می‌کنند بطور مؤدبانه بخواهید که اجازه دهند از نظرات دیگران هم مطلع شویم.
- تعیین مدت بحث را به عهده اعضاء بگذارید. یک تا دو ساعت طولانی‌ترین مدتی است که برای بحث گروهی در نظر می‌گیرند. مکان جلسه نیز باید راحت و خصوصی باشد.
- با افرادی که زیاد صحبت کرده و یا ساکت بوده‌اند، در پایان جلسه بحث گروهی، بطور خصوصی صحبت کنید.

- در پایان جلسه از اینکه به نتایج مطلوبی رسیده‌اید، اظهار خرسندی نمایید.
- نتایج بحث گروهی را یادداشت کنید (توسط نماینده یا منشی گروه).

۴- جلسه هماهنگی Sitting of Coordination - جلسات هماهنگی برای جمع‌آوری اطلاعات، اشتراک عقاید، تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی برای حل مشکل تشکیل می‌شود. جلسات هماهنگی با بحث‌های گروهی تفاوت می‌کند. در بحث گروهی ارائه مطالب بصورت آزاد و غیررسمی است لیکن جلسات هماهنگی بنا به دلیل خاصی تشکیل می‌شود. جلسات هماهنگی تحت عناوین شورا، ستاد، کمیته، کمیسیون، انجمن و... نامگذاری شده و دارای رهبر (مسئول = دبیر) می‌باشد. جلسات هماهنگی از طریق دعوتنامه کتبی، اطلاعیه، و یا بصورت دهان به دهان بطور منظم و با توافق اعضاء بصورت هفتگی و یا ماهانه برگزار می‌گردد و اگر احتیاج به جلسه خاص و اضطراری باشد رهبر گروه باید زمان و مکان را که برای همه اعضاء مناسب باشد، انتخاب نماید. معمولاً گروه‌های سازمان یافته، زمان معین و مکان مشخصی را برای تشکیل جلسات هماهنگی خود دارند.

در این جلسات اگر هر یک از اعضاء نتوانند در جلسه حاضر شوند باید نماینده تام‌الاختیار خود را برای شرکت در جلسه معرفی نمایند. در جلسات هماهنگی، اعضاء باید موارد زیر را به آسانی تعیین نمایند:

اهداف برنامه، استراتژیها، منابع، جدول زمان بندی برای اقدام عملی، تقسیم وظایف، تشکیل جلسات منظم برای پایش برنامه و ایجاد تغییرات لازم در برنامه

در برگزاری جلسات هماهنگی لازم است به عنوان رهبر (مسئول = دبیر) به نکات

زیر توجه و دقت نمایید:

- دستور جلسه را در دعوتنامه مشخص نمائید. دستور جلسه متناسب با وقت جلسه تعیین شود.
- مدت جلسه را حداکثر یک تا ۲ ساعت در نظر بگیرید.
- جلسه را به موقع آغاز کرده و در ساعت مقرر به پایان برسانید.
- از افرادی که می‌توانند به حل مشکل کمک کنند برای حضور در جلسه دعوت نمایید.
- از اعضاء بخواهید که قبل از جلسه در زمینه موضوعات آن (دستور جلسه) فکر کنند.
- در شروع جلسه مشکلات و راه‌حل‌های پیشنهادی ممکن و دستور جلسه را بطور واضح برای اعضاء مشخص کنید.
- فرصت صحبت کردن اعضاء را در خصوص نقطه نظراتشان بطور کامل فراهم کنید.
- در رابطه با اخذ تصمیم چهار مرحله زیر را به مورد اجرا بگذارید:

۱- پس از پایان یک قسمت از بحث، زمانیکه همه اعضاء نظراتشان را ارائه داده‌اند، از گروه سؤال کنید که آیا همه با نتیجه بدست آمده موافقند؟ آیا کسی مخالف است؟

در این قسمت همه می‌توانند مخالفت کنند و دلایل خود را ارائه نمایند. در این صورت بحث ادامه پیدا خواهد کرد.

۲- بدقت به بحث‌ها گوش کنید و زمانیکه حس کردید همه اعضاء با نتیجه یا تصمیم حاصله موافقند، تصمیم را اعلام نمایید.

۳- در صورتیکه حس کردید که بحث کافی است امّا هنوز تعدادی مخالف وجود دارد، تصمیم را به رأی بگذارید و بعد از کسب اکثریت آراء، تصمیم را اعلام و رسمی نمایید.

۴- در صورت لزوم نظرات را جمع بندی نمایید و با توجه به نظرات، تصمیم را اعلام کنید و عنوان نمایید که تصمیم‌گیری براساس رأی همه اعضاء می‌باشد.

- برای تصمیمات اتخاذ شده صورتجلسه تنظیم نمایید. در صورتجلسه فقط تصمیمات را قید کنید و دستور جلسه بعدی و تاریخ تشکیل جلسه و مکان آنرا معین نمایید.
- صورتجلسات را بطور مرتب آرشیو و نگهداری کنید.

۵- بارش افکار Brain Storming – این روش که به برخورد افکار، فرافکنی افکار و توفان فکری یا مغزی نیز موسوم است بر حسب ظاهر مشابه سایر روشهای بحث گروهی می‌باشد. مردم آگاهانه یا ناآگاهانه از اظهار عقاید خود از ترس اینکه موجب خنده دیگران شود و یا به اندازه کافی جالب نمی‌باشد، خودداری می‌کنند. در جلسه بارش افکارهر عقیده‌ای مورد پذیرش است. ممکن است کسی نظریه نامعقولی ابراز کند، اما همین نظر نامعقول برای اظهار نظر عضو دیگر زمینه لازم را فراهم می‌سازد.

شیوه بارش افکار وسیله‌ای برای اخذ تصمیم یا ارزشیابی دقیق جوانب مختلف یک مسأله و آغاز بحثی مستدل نیست، بلکه راهی برای خلق عقاید و یافتن راه‌حل‌های جدید است. در واقع بارش افکار، شیوه‌ای برای واداشتن اعضا به بسیاری از نظرات در مدت زمانی کوتاه است و موجب بروز خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها می‌گردد.

در این روش، رهبر گروه از هر یک از اعضا می‌خواهد که در رابطه با سؤال مورد نظر یا مشکل مطرح شده، اظهار نظر نموده و یا راه‌حلی ارائه نماید و از یکی از شرکت‌کنندگان (منشی) می‌خواهد تا هر یک از نظرات ابراز شده را به صورت یک جمله بر روی وایت بورد یا تخته سیاه بنویسد.

این عمل می‌تواند به شکلی دیگر نیز صورت گیرد به این ترتیب که اعضاء توسط

رهبر گروه تشویق می‌شوند یک لیست از همه ایده‌های خود در مدت معین و در خصوص مسائل معین، بدون بحث بر له یا علیه ایده‌های یکدیگر تهیه کنند. این ایده‌ها به رهبر یا منشی گروه تحویل می‌شود.

ایده‌ها براساس دفعات پیشنهاد رتبه‌بندی می‌شوند، به این ترتیب که اندیشه‌های فردی در قالب گروهی ترکیب می‌شود و بر مبنای آن، اندیشه‌های جدیدی شکل می‌گیرد.

مرحله بعدی این است که اندیشه‌های مشابه و غیرعملی حذف می‌شوند. آن گاه اندیشه‌های باقیمانده را نیز می‌توان کاهش داد و یا از طریق شیوه‌های بحث گروهی زیر که پس از بارش افکار صورت می‌گیرد، اولویت بندی نمود:

۱- شیوه گروه اسمی - در این شیوه رهبر گروه از اعضا می‌خواهد که برای حل مسأله از میان نظرات باقیمانده، آنهایی را که مناسب‌تر است انتخاب کنند و برحسب اهمیت مرتب نمایند.

۲- شیوه دلفی - در این روش، نظر افراد به طور مجزا اخذ می‌شود و پس از ترکیب و اولویت‌بندی آنها، در اختیار اعضاء گذاشته می‌شود تا براساس آن، دیدگاه تازه خود را بیان کنند. این فرایند تا رسیدن به اجماع نظر ادامه می‌یابد.

۳- شیوه چرخشی - این روش به اعضاء امکان می‌دهد تا در رابطه با اندیشه‌های باقیمانده به طور چرخشی و با رعایت زمان مساوی صحبت کنند و دلایل خود را در مورد انتخاب اندیشه مورد نظر ارائه نمایند.

۴- شیوه بحث گروهی کوچک - در این روش گروه را به زیر گروه‌هایی تقسیم نموده و پس از بحث در گروه‌های کوچک، نماینده هر گروه اندیشه انتخابی گروه را با ذکر دلیل بیان می‌کند.

۵- شیوه بحث جدلی - گروه به دو زیر گروه که نظرات متضادی با یکدیگر دارند تقسیم می‌شوند. ابتدا یکی از گروه‌ها مجموعه‌ای از نظرات و پیشنهادات گروه خود را با ذکر دلیل بیان می‌کند و سپس گروه دیگر مجموعه‌ای از نظرات و پیشنهادات

متضاد با گروه اول را بیان می‌کند و دلایل خود را ارائه می‌دهد. سپس بحث بین دو گروه آغاز می‌شود و شکل جدلی بخود می‌گیرد تا راه حلهای نادرست یا غیر عملی و ناپیدا آشکار شود و در آخرین مرحله، نتایج حاصل بحث جدلی ثبت و آرای اصلاح شده ارائه می‌شود.

۶- گفت و شنود (مصاحبه) Interview - در این روش بجای یک سخنران، دو فرد متخصص بحث یا گفتگویی را با یکدیگر انجام می‌دهند. گفت و شنود یک روش آموزشی است و از لحاظ ترتیب دادن و اجرا آسان است و از آنجا که دو فرد مسئول هستند، احتمال جالب بودنش بیشتر می‌شود. یک نفر متخصص نیز به عنوان رئیس در شروع جلسه، موضوع جلسه را به طور واضح بیان می‌کند و ضمن معرفی سخنرانان، سؤالاتی را که در زمینه مورد بحث مطرح است عنوان می‌نماید. البته لازم است وی قبل از جلسه، موضوع و سؤالات را با سخنرانان در میان بگذارد و چارچوب بحث را مشخص نماید و ترتیب برگزاری جلسه گفت و شنود را فراهم نماید.

این روش در برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی و مطبوعاتی می‌تواند با حضور و یا بدون حضور حضار برگزار شود ولی در اجرای صحنه‌ای (زنده) ضرورت دارد که در مقابل حاضرین و به منظور آموزش آنها (گروه هدف) انجام گردد. در جلسه گفت و شنود نیز بهتر است از مواد و وسایل کمک آموزشی بصری استفاده شود و مدت زمان آن حداکثر یک الی ۲ ساعت باشد. در گفت و شنود معمولاً امکان طرح سؤال از جانب حاضرین مقدور نیست ولی در پایان جلسه و بطور اختصاصی می‌توان به سؤالات پاسخ داد. گفت و شنود می‌تواند با حضور یک نفر متخصص به عنوان مصاحبه‌گر (کارشناس مجری) و یک نفر متخصص به عنوان مهمان برنامه انجام شود.

۷- سمپوزیوم Symposium - یکی از روشهای مدرن آموزشی است و معمولاً برای آموزش گروه‌های بزرگ انجام می‌گردد. در این روش چند سخنران روی جنبه‌های خاصی از یک موضوع سخنرانی می‌کنند. استفاده از این روش برای گروه‌هایی که قابلیت پذیرش طرز تفکر و جنبه‌های مختلف موضوع را از طریق گوش دادن دارند، بسیار مفید است. زمان سمپوزیوم با توجه به شرایط می‌تواند بیش از ۲ ساعت باشد.

جریان ترتیب دادن سمپوزیوم عبارت از دعوت سخنرانان و دادن اطلاع قبلی و تعیین زمان و درخواست از آنها جهت آماده کردن جنبه خاصی از موضوع می‌باشد. همچنین رئیسی نیز در نظر گرفته می‌شود. رئیس یک فرد متخصص است. رئیس، سمپوزیوم را با مقدمه مختصری افتتاح می‌کند و سخنرانان را به حضار معرفی می‌نماید و آنها را یک به یک جهت سخنرانی دعوت می‌کند. بعد از اینکه سخنران نطق خود را تمام کرد و قبل از شروع سخنرانی فرد دیگر، رئیس می‌تواند بیاناتی برای ارتباط دادن سخنرانی ارائه شده و سخنرانی بعدی ایراد کرده و نیز نظرات خود را ارائه دهد.

سمپوزیوم عبارت از کاربرد و ارتباط دادن تخصصی هر نوع موضوع است که توسط تعدادی متخصص، مطالب و نظرهای مختلف در مورد آن ارائه شده و از طریق بحث‌های مفصل نتیجه‌گیری می‌شود. به علت مختلف بودن سخنرانها، سمپوزیوم بسیار جالب‌تر از سخنرانی توسط یک فرد به تنهایی می‌باشد. بهر حال، سمپوزیوم محدودیتهایی دارد، مثلاً ممکن است سخنرانان نطق خود را خوب آماده نکنند یا با یک حالت یکنواخت ایراد نمایند. اگر سخنرانان با یکدیگر قبلاً مشورت نکنند، ممکن است نظرات تکراری یا متضاد ارائه دهند.

۸- پرسش و پاسخ (سؤال و جواب) Colloquy - در این روش یک فرد متخصص به عنوان هماهنگ‌کننده یا هدایت‌کننده، در شروع جلسه موضوع را به

طور شفاف بیان می‌کند. سپس متخصص یا متخصصینی را که به عنوان پاسخ دهنده دعوت شده‌اند معرفی می‌نماید. پس از آن سؤالات یک به یک مطرح شده و به آنها پاسخ داده می‌شود. مزیت این روش در مشارکت مستقیم سؤال کنندگان است. در رسانه‌های همگانی، سؤالات معمولاً یا از قبل و از سوی مردم طرح شده‌اند و یا بطور تلفنی مطرح می‌شوند ضمن آنکه استفاده از این روش در رسانه‌های همگانی نیز می‌تواند با حضور حضار صورت گیرد. نحوه طرح سؤالات می‌تواند کتبی و یا شفاهی باشد. اگر کتبی باشد توسط هماهنگ‌کننده براساس تقدم زمانی یا موضوعی مرتب و مطرح می‌شود و اگر شفاهی باشد حاضرین با نظم و ترتیب خاصی به طرح آنها می‌پردازند. در صورتیکه هماهنگ‌کننده بر جلسه مسلط نباشد زمان پرسش و پاسخ به درازا خواهد کشید، بنابراین لازم است سقف زمانی (حداکثر ۲ الی ۳ ساعت در صورتیکه متخصصین پاسخگو بیش از یک نفر باشند) تعیین و اعلام گردد.

۹- کنفرانس Conference - این روش معمولاً در ارتباط با آموزش یا موقعیت‌های آکادمیک استفاده می‌شود و مورد قبول مؤسسات آموزشی سازمانهای تحقیقاتی و دپارتمانها که علاقمند به جمع آوری تجربیات هستند، می‌باشد. کنفرانس از بسیاری جهات شبیه سخنرانی است ولی با آن تفاوتهایی دارد، از آن جمله اینکه کنفرانس معمولاً در سطح بالای علمی برگزار می‌شود و در آن شخص کنفرانس دهنده، تجارب و کشفیات خود و رویکردهای جدید را ارائه می‌دهد و غالباً در ارتباط با پژوهش می‌باشد و در مورد گروه‌های بزرگ، در رشته‌های نزدیک به هم و با علاقه مشترک انجام می‌شود. مدت زمان ارائه یک کنفرانس حداکثر ۹۰ دقیقه (مدت زمان یک جلسه آکادمیک) است که حداقل $\frac{1}{3}$ این مدت می‌بایست به پرسش و پاسخ پیرامون کنفرانس ارائه شده، اختصاص یابد.

۱۰- سمینار Seminar - سمینار یک روش آموزشی مناسب در مؤسسات

علمی می‌باشد که در آن سخنرانان درباره موضوعات پژوهشی و تخصصی که به طور فردی و یا گروهی به آن دست یافته‌اند، نظرات خود را ارائه می‌نمایند. از نظر سطح موضوعات و مورد قبول واقع شدن آن از طرف مؤسسات علمی تحقیقاتی، سمینارها شبیه کنفرانس‌ها هستند، با این تفاوت که در سمینار چند سخنران حضور داشته و نتایج بررسی‌های انجام شده و رویکردهای جدید و تازه‌های علمی - تخصصی در رابطه با ابعاد مختلف موضوع را ارائه می‌نمایند.

برنامه‌ریزی مقدماتی برای برگزاری سمینار ضروری است و شامل انتخاب **دبیر علمی**، فراخوان مقاله، مطالعه و انتخاب مقالات جهت ارائه در سمینار، اطلاع به صاحبان مقالات منتخب، انتخاب **دبیر اجرایی** و اقدامات مربوط به برگزاری و اجرای سمینار می‌باشد. پس از برگزاری سمینار نیز لازم است مقالات ارائه شده **در قالب مجموعه‌ای منتشر شود**. در این روش یک مدیر یا هماهنگ‌کننده برای برگزاری انتخاب می‌شود. مدیر سمینار، سخنرانان را معرفی و برای ارائه بحث دعوت می‌کند. پس از پایان بحث‌ها، سخنرانان در جایگاه حضور یافته و با هماهنگی مدیر سمینار به سؤالات پاسخ می‌دهند.

سمینارها با توجه به گستره و تنوع جنبه‌های مختلف موضوعی، ممکن است تا یک هفته یا کمتر به طول بینجامند. سمینارهای درون گروهی و درون بخشی طی یک تا سه روز معمولاً برگزار می‌شوند و آنچه بیشتر مشاهده می‌شود برگزاری سمینارهای یکروزه است که معمولاً بین ۶-۴ ساعت انجام می‌گردد. در هر صورت لازم است حداقل یک سوم زمان هر سمینار به پرسش و پاسخ اختصاص داده شود.

۱۱- پانل (میزگرد) Panel - در این شیوه آموزشی، گروه کوچکی از متخصصین که در میان آنها یک نفر متخصص به عنوان مدیر یا مجری (کارشناس - مجری) وجود دارد، دور میزی نشسته و در خصوص همه جوانب موضوع صحبت می‌کنند. نقش مجری در این روش بسیار مهم است زیرا علاوه بر اینکه لازم است

قبلاً در مورد موضوعات بحث و زمان و مکان برگزاری پانل، متخصصین را در جریان گذاشته و سایر اقدامات اجرایی را آماده نماید، می‌بایست در صورت ضرورت **یک جلسه تمرین قبلی** را نیز تدارک ببیند و در طول پانل ضمن بیان شفاف موضوع و معرفی متخصصین، حلقه ارتباطی بین بحث‌ها بوده و جریان بحث را هدایت نماید و مراقب باشد که ارائه نظرات مختلف موجب انحراف بحث و بروز جدل نشود. از آنجائیکه در پانل نیز امکان مشارکت حضار وجود ندارد معمولاً این روش بیشتر در رسانه‌های همگانی مورد استفاده قرار می‌گیرد و بندرت در حضور حضار برگزار می‌گردد ولی چنانچه پانل بصورت زنده اجرا شود ناگفته پیداست که باید در حضور گروه هدف انجام گیرد. مدت یک پانل رسانه‌ای حداکثر یک الی دو ساعت می‌باشد که در صورت ادامه بحث می‌توان تعداد جلسات آنرا تمدید کرد (۲ یا ۳ نوبت) لیکن پانل زنده معمولاً تمدید نمی‌گردد.

۱۲- فوروم (مناظره) Forum - این روش یک مکانیزم مناسب بازخورد به شمار می‌رود و در آن به مخاطبین فرصت داده می‌شود که سؤال کنند، اظهار تردید کنند، مخالفت کنند و اعتراض کنند. فوروم را می‌توان در پایان یک جلسه سخنرانی یا سمپوزیوم و یا پانل اجرا کرد و یا آنکه بدون عطف به آنها، فقط یک فوروم را برنامه‌ریزی و اجرا نمود. ولی در هر حال فوروم زمانی برگزار می‌شود که در مورد ایده، موضوع یا مشکل و راه‌حل‌های ممکن، **نگرشهای مخالف و موافق** وجود داشته و رفتارهای ناشی از آن نگرش‌ها، در آن جامعه به انواع مختلف تجلی کرده باشد.

در فوروم، دو نفر یا دو گروه از طرفهای مناظره و یک نفر کارشناس مجری حضور دارند. در این روش نیز همانند پانل نقش کارشناس - مجری بسیار مهم و کلیدی است، به ویژه اینکه باید مراقب باشد بین طرفین بحث، **تنش، توهین، تحقیر، تمسخر و نزاع** ایجاد نشود.

از الگوهای رایج فوروم، مناظره رسانه‌ای است که با حضور حضار یا بدون حضور آنان برگزار می‌شود که در این صورت نظرات یا سؤالات اکتسابی قبلی از مردم در جلسه مطرح یا پخش می‌شود. برگزاری مناظره زنده با حضور حضار برگزار می‌شود که آنها علاوه بر طرح سؤال از هر یک از طرفین می‌توانند نظرات آنها را به طور منطقی نفی یا اثبات کرده و یا مورد تأکید یا تردید قرار دهند.

یک الگوی رایج دیگر از فوروم به این شکل است که دو گروه را به مثابه شاهد و مثال (یکی با مطالعه قبلی و دیگری بدون مطالعه قبلی) در مقابل هم قرار دهیم. در این روش لازم است یک نفر متخصص نیز حضور داشته باشد که در پایان بتواند همه حضار و گروه‌ها را به سمت اهداف آموزشی مورد نظر هدایت نماید. در این روش نیز تسلط کارشناس - مجری بر جلسه و تعیین و اعلام وقت جلسه و به پایان بردن فوروم در وقت تعیین شده بسیار حائز اهمیت است. در غیر این صورت جلسه به درازا کشیده و در نهایت بدون حصول نتیجه از هم می‌پاشد. در صورت لزوم تعداد جلسات فوروم را می‌توانیم برای ۲ یا ۳ نوبت دیگر تمدید نمائیم (اعم از مناظره رسانه‌ای و یا صحنه‌ای)

۱۳- کارگاه آموزشی Workshop - کارگاه یکی از شیوه‌های آموزشی است که در آن تعدادی از افراد با تجربه و مسئول همراه با تنی چند از کارشناسان و مشاوران - در زمان معینی - گردهم آمده و راه حلی برای مسایلی که به صورت روزانه با آنها سر و کار دارند، می‌یابند. **مشارکت فعال** تمامی فراگیران حاضر در کارگاه از خواص مهم آن می‌باشد. با شرکت در کارگاه امکان فراگیری علمی و فنی و تجربی برای فراگیران فراهم می‌شود. همکاری برای دستیابی به راه حل برای مسایل مطرح شده در کارگاه از وظایف مشترک برگزار کنندگان و شرکت‌کنندگان در کارگاه است.

در برنامه هر کارگاه جلسه‌های بحث عمومی، بحث در گروه‌های کوچک و فعالیتهای دیگر پیش بینی می‌شود. بحث گروهی درباره مسائلی که از قبل تعیین می‌شود، یکی

از رایج‌ترین روش‌های مورد استفاده در کارگاه می‌باشد. در بحث گروهی تمامی شرکت‌کنندگان می‌توانند در بحث شرکت کرده و از آراء و تجارب دیگران استفاده نموده و درباره پرسش‌ها و حل مسایل مورد علاقه مشارکت نمایند. در این جلسات شرکت‌کنندگان نقش منشی و رئیس جلسه را به عهده می‌گیرند و مسئولین معمولاً نقش مشاور را دارند و در مواقع ضروری به شرکت‌کنندگان کمک می‌نمایند ولی نباید سخنرانی کرده یا به ارائه راه حل بپردازند.

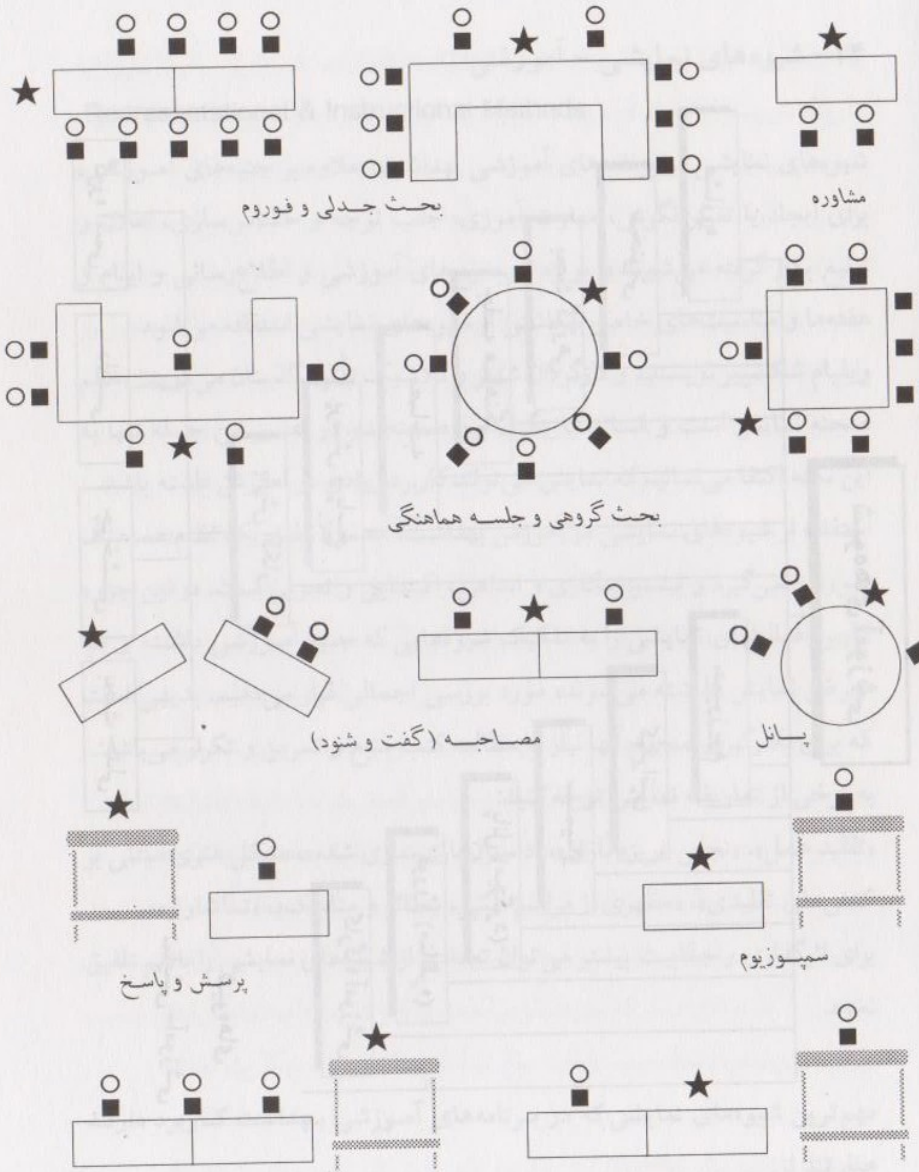
یک کارگاه کوتاه مدت آموزشی بین سه تا چهار روز طول می‌کشد. برای برگزاری یک کارگاه آموزشی حداقل از ۶ ماه قبل باید فعالیتهایی را پیش بینی و آغاز نمود. و تا ۶ ماه پس از برگزاری هم لازم است فعالیت‌هایی انجام شود. پس از طی این مدت ارزشیابی کارگاه انجام خواهد شد (ارزشیابی دراز مدت).

فهرست کار برای برگزاری یک کارگاه آموزشی

تعداد روزها		اقدامات	تاریخ برنامه‌ریزی شده	تاریخ انجام شده
		○ تصمیم درباره برگزاری یک کارگاه آموزشی کوتاه مدت		
		○ تهیه یک پرونده		
		○ تعیین هدفها و مقاصد کلی کارگاه		
قبل از	۱۸۰-	○ تأمین یک منبع مالی		
		○ تصویب بودجه اولیه		
تشکیل	تا	○ تعیین تاریخ برگزاری کارگاه		
		○ تعیین محل کارگاه		
کارگاه	۱۲۰-	○ تهیه محل برگزاری و محل اقامت شرکت‌کنندگان		
		○ تعیین معیارهای لازم برای انتخاب شرکت‌کنندگان		
		○ تعیین و انتصاب کمیته گردانندگان		
		○ انتخاب کمک برنامه ریزان		
			تاریخ	تاریخ

تعداد روزها		اقدامات	برنامه‌ریزی شده	انجام شده
قبل از تشکیل کارگاه	۶۰-	○ آغاز اقداماتی برای دعوت شرکت‌کنندگان و مطلع کردن آنان از هدف‌های کارگاه		
	۴۵-	○ انتخاب شرکت‌کنندگان از میان درخواست کنندگان		
	۳۰-	○ مطلع کردن پذیرفته شدگان و ارسال مدارک		
	۱۵-	○ تهیه و تأمین دستگاه تکثیر برای مدت برگزاری کارگاه ○ تهیه فهرست وسایل مورد نیاز ○ اطلاع به مطبوعات		
	۸-	○ تجدیدنظر در فهرست شرکت‌کنندگان		
	۲-	○ بازرسی سالن و محل کنفرانس (بهمراه فهرست وسایل لازم)		
	۱-	○ گردهم‌آیی کمک برنامه‌ریزان و بررسی برنامه تنظیم شده ○ اجرای کارگاه طبق برنامه زمانبندی		
درمدت برگزاری	۰	○ وظایف کارگاه ○ تنظیم زمانهای استراحت ○ انجام یک پذیرایی ○ عکس‌برداری و فیلمبرداری ○ انجام یک ارزشیابی فوری		
پس از برگزاری	۱۰+	○ ارسال نامه تشکر به کمک برنامه‌ریزان		
	۱۵+	○ تهیه گزارش درباره کارگاه		
	۳۰+	○ ارسال گزارشی برای شرکت‌کنندگان و مسئولان مربوطه		
	۹۰+ تا ۱۸۰+	○ شروع به ارزشیابی درازمدت ○ جمع‌آوری اطلاعات ○ ملاقات با شرکت‌کنندگان ○ برگزاری یک جلسه ارزشیابی ○ انتشار گزارش ارزشیابی		

نحوه قرار گرفتن اعضای گروه در هر یک از شیوه‌های آموزشی



(علامت ★ نشاندهنده جایگاه رهبر یا راهگشای گروه است)

۱۴- شیوه‌های نمایشی - آموزشی

Representational & Instructional Methods

شیوه‌های نمایشی در برنامه‌های آموزشی بهداشت، علاوه بر جنبه‌های آموزشی، برای ایجاد یا تغییر نگرش، مهارت آموزی، جلب توجه و حساس‌سازی، اعلان و تبلیغ بکار گرفته می‌شوند و بویژه در بسیج‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی و ایام و هفته‌ها و مناسبت‌های خاص بهداشتی از شیوه‌های نمایشی استفاده می‌شود.

ویلیام شکسپیر نویسنده و کارگردان شهیر و کلاسیک تأتر انگلستان می‌گوید: «عالم صحنه نمایش است و انسانها بازیگران این صحنه‌اند». در تفسیر این جمله تنها به این نکته اکتفا می‌نمائیم که نمایش می‌تواند کاربرد زیادی در آموزش داشته باشد.

استفاده از شیوه‌های نمایشی در آموزش بهداشت، معمولاً طبق یک نظام هماهنگ صورت نمی‌گیرد و بیشتر ابتکاری و ابداعی، اکتسابی و تجربی است. در این جزوه کاربرد فعالیتهای نمایشی را به تفکیک شیوه‌هایی که جنبه آموزشی داشته و به معرض نمایش گذاشته می‌شوند، مورد بررسی اجمالی قرار می‌دهیم. بدیهی است که برای بکارگیری صحیح آنها نیاز به مطالعه کتب منبع و تمرین و تکرار می‌باشد.

به برخی از تعاریف نمایش توجه کنید:

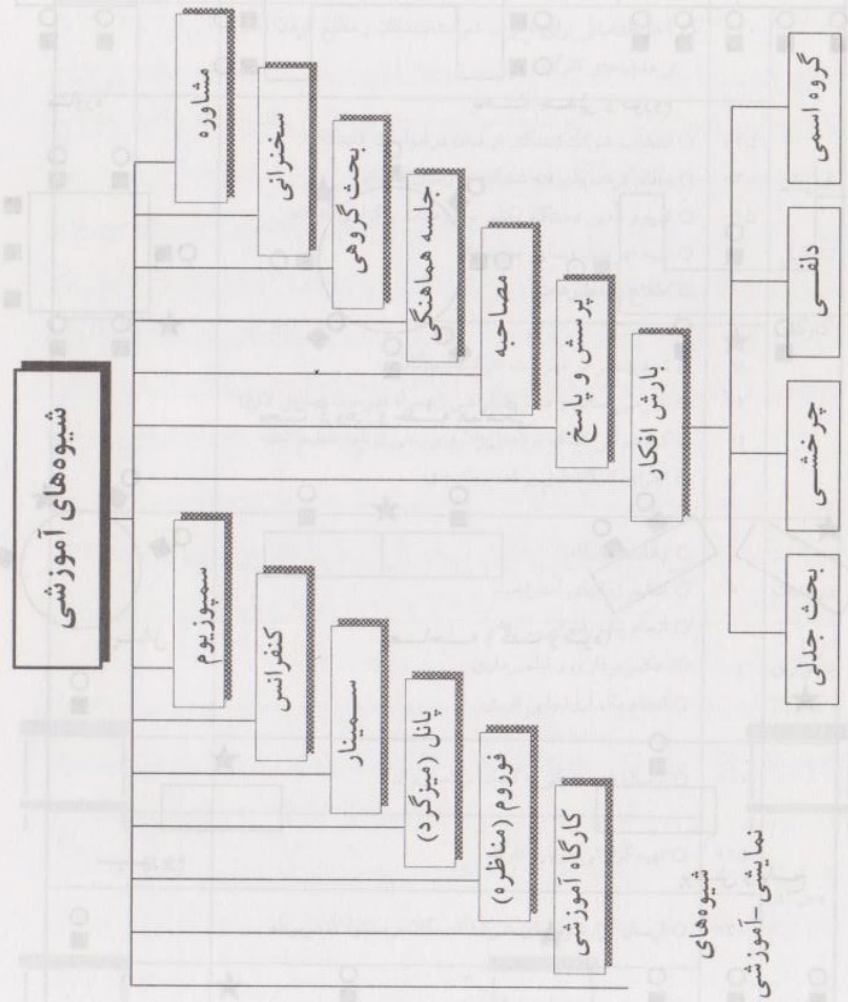
«تقلید عمل»، «تجلی غریزه بازی»، «داستان بازی‌سازی شده»، «شکل هنری مبتنی بر کنش‌های تقلیدی»، «مظهری از مراسم آئینی، شعائر و مناسک»، «تماشاواره».

برای اثرگذاری و جذابیت بیشتر می‌توان تعدادی از شیوه‌های نمایشی را با هم تلفیق نمود.

مهم‌ترین شیوه‌های نمایشی که در برنامه‌های آموزشی بهداشت کاربرد دارند عبارتند از:

۱-۱۴- نمایشات عملی Demonstration

اجرای نمایشات عملی، شیوه‌ای دلپذیر برای اشتراک دانش و مهارتها است و به



فراگیران کمک می‌کند تا مهارتهای جدید را کسب نمایند. از این شیوه در گروه‌های کوچک استفاده می‌نمایند و جریان واقعی انجام دادن یک فعالیت را بصورت تئوری و عملی به گروه می‌آموزند. در این روش از مدل‌ها و اشیاء واقعی و عکس و پوستر استفاده می‌شود.

اشیاء و وسایل باید ساده و برای گروه آشنا باشد. اگر از اشیاء عجیب و غریب و غیرمعمول استفاده کنید ممکن است گروه قادر به عمل نمودن مهارت‌های جدید نشوند. به عبارت دیگر مهارتها زمانی می‌تواند برای یادگیری آسانتر باشد که وسایل مورد نیاز دقیقاً با وسایلی که فرد در مواقع عادی با آن کار می‌کند، یکسان باشد. هر نمایش عملی شامل مراحل زیر است:

- موضوع و مهارتها را که لازم است گروه یاد بگیرند، شرح دهید.
- اشیاء واقعی مورد استفاده را به وضوح نشان دهید.
- برای اطمینان از درک گروه، در مورد موضوع، مهارتها و اشیاء مورد استفاده سؤال کنید.
- نمایش را مرحله به مرحله و به آرامی انجام دهید.
- هنگام ارائه نمایش عملی، توضیحات لازم را نیز ارائه کنید.
- نمایش عملی را تکرار کنید.
- از یک نفر داوطلب بخواهید تا نمایش را انجام دهد.
- از گروه بخواهید تا نظرات خود را در مورد نمایش داوطلب ارائه نماید.
- فرصت انجام نمایش را به همه گروه بدهید.
- نمایش گروه را تماشا کنید و آنها را به منظور بهبود عمل و مهارت هدایت کنید.
- نمایش عملی هر یک از افراد گروه را در شرایط واقعی نیز نظارت کنید.
- برای تکمیل اطلاعات خود به قسمت حیطه‌های یادگیری (حیطه روانی - حرکتی) در همین جزوه مراجعه کنید.

۱۴-۲- ایفای نقش (نقش بازی) Role Playing

بازی نقش شامل اجرای عملی موقعیتهای واقعی زندگی و مشکلات است و در واقع تمرینی برای کسب مهارت به ویژه در مورد ارائه کنندگان مراقبتهای بهداشتی است. در این شیوه، موضوع و شخصیتهای مورد نظر را برای بازیگران شرح می‌دهیم و بازیگران خود، گفتار و حرکات لازم را می‌سازند. بازیگران باید به طیب خاطر و داوطلبانه به اجرای نقش بپردازند و سایر افراد گروه ضمن تماشای نقش بازی، می‌توانند پیشنهادهایی به بازیگران ارائه نمایند. ایفای نقش بیشتر از آنکه جنبه هنری داشته باشد، جنبه آموزش عملی دارد، بنابراین نیازمند ابزاری است که نقش‌ها در آن زمینه بازی می‌شود و باید به سادگی برگزار شود.

پس از نمایش، بازیگران و سایر افراد گروه پیرامون موضوع و شخصیتها و عکس‌العملهای درست و نادرست به بحث می‌پردازند. در ایفای نقش، تجاربی به گروه در زمینه‌های ارتباطی، مهارتهای زندگی، برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری ارائه می‌گردد و این روش بما کمک می‌کند تا ارزش‌ها و نگرش‌های خود را ارزیابی نماییم و می‌توانیم به این وسیله مشکلات را حل یا کشف کنیم. ایفای نقش در گروه‌های کوچک و متوسط انجام می‌گیرد و نباید بیش از ۲۰ دقیقه بطول بینجامد و ۳۰-۲۰ دقیقه را نیز می‌توان به بحث پس از ایفای نقش اختصاص داد.

در صورتیکه بازیگران، مشکل را حل نمایند و یا دچار توهم و اشتباه شده و از حل مشکل دور شوند باید نمایش را متوقف نمود. همچنین زمانی که ایفای نقش، لوث شده و به جنبه‌های دیگر که مورد نظر نیست پرداخته شود و یا خسته‌کننده و ضعیف باشد، باید متوقف شود.

۱۴-۳- نمایشگاه Pavilion

نمایشگاه در مکانهای سرپوشیده یا روباز برگزار شده و در آن اشیاء واقعی (مانند وسایل پیشگیری از بارداری)، مدل‌ها و تصاویر (زمانیکه اشیاء واقعی خیلی بزرگ

یا خیلی کوچک بوده و یا در دسترس نمی‌باشند)، مواد و وسایل کمک آموزشی به معرض نمایش عموم گذاشته می‌شوند. نمایشگاه می‌تواند مستقل و یا مشتمل بر چندین غرفه باشد که در اینصورت یکی از غرفه‌ها بعنوان غرفه بهداشتی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در برگزاری نمایشگاه از تعدادی از رسانه‌های دیگر مانند نمایش فیلم ویدیویی یا مدار بسته و پخش پیام صوتی نیز استفاده می‌شود.

وسایل مختلف در نمایشگاه باعث جلب توجه مردم شده و یادگیری را تسهیل می‌نماید. «نمایشگاه آموزشی» یک شیوه نمایشی تلفیقی است از نمایشگاه و نمایشات عملی، که می‌تواند در آموزش بهداشت کاربرد زیادی داشته باشد.

در برگزاری نمایشگاه به نکات زیر توجه نمایید:

- چه مقدار فضا نیاز دارید و یا اینکه چه مقدار فضا در اختیار دارید؟
- اشیاء را بر اساس فضای موجود انتخاب کنید و در یک فضای کوچک، بیش از حد وسیله نگذارید.
- چه تدارکاتی لازم دارید؟ در صورتیکه علاوه بر دیوار از حجم فضای موجود نیز می‌توانید استفاده کنید پس به میز و نیمکت و صندلی احتیاج دارید.
- وسایل را بطور منطقی چیده و آنها را شماره‌گذاری نمایید تا مردم بدانند چه چیزی را اول باید ببینند.
- اطمینان حاصل کنید که اشیاء بر جای خود محکم، نصب و مستقر شده‌اند.
- بوسیله کلمات، علایم و یا تصویر برای اشیاء، توضیح روشنی برای هر یک مهیا کنید، بویژه در نمایشگاهی که از وجود فردی به عنوان راهنما استفاده نمی‌شود.
- اگر نمایشگاه چند روز تداوم دارد برای نگهداری وسایل، تدبیر لازم را اتخاذ نمایید.

- دقت کنید فعالیت‌های جنبی نظیر برگزاری مسابقه نقاشی، پخش فیلم و پیام صوتی در اصل برنامه دیدار از نمایشگاه اختلال ایجاد ننماید. در اینصورت فعالیتهای جنبی را بر حسب ظرفیت برنامه کاهش دهید.

۱۴-۴- مانور Manoeuvre

اجرای آزمایشی و نمایشی یک طرح است (اعم از اجرایی، آموزشی یا پژوهشی)، قبل از اجرای واقعی طرح و توانمندی مجریان را قبل از اجرا نمایش داده و مورد ارزیابی قرار می‌دهد. در حین اجرای مانور و پس از آن، نقاط ضعف و قوت شناخته شده و نسبت به رفع نواقص و تنگناها به ویژه در زمینه‌های آموزشی، اقدام می‌گردد.

۱۴-۵- کارناوال Carnival

مشتمل بر مجموعه‌ای از گونه‌های نمایشی است که مراحل مختلف یک برنامه را، مرحله به مرحله و به صورت سیار، در نقاط مشخصی از شهر به نمایش می‌گذارد و عامه مردم که تماشاچیان کارناوال هستند، در صورتی که در آن نقاط مستقر باشند می‌توانند همه مراحل کارناوال را از ابتدا تا انتها تماشا کنند. کارناوال نیاز به تجهیزات و دکور عظیم دارد و افراد زیادی در آن شرکت داده می‌شوند و برگزاری آن بسیار پرخرج و سنگین است اما می‌توان آنرا بصورت ساده‌تر هم برگزار کرد. اجرای کارناوال بصورت ساده در برنامه‌های اخیر بسیج‌های آموزشی در کشور ما رایج شده است.

کارناوال در خاطره‌ها باقی می‌ماند و حساسیت تماشاچیان را نسبت به موضوع برمی‌انگیزد. در اجرای کارناوال‌های ساده از پخش موسیقی، پخش پیام، اعلان عمومی، اتومبیل سینما سیار، وسایل نقلیه مزین به پوستر و پرچم، پلاکارد موقت، تریلر تزئین شده که بر آن گونه‌های نمایشی مختلف اجرا می‌گردد، وسیله نقلیه مجهز به سیستم پخش صوت و.... استفاده می‌شود. گاهی از «اعلان عمومی با اتومبیل

مجهز به سیستم پخش صوت» بعنوان یک شیوه مستقل در آموزش بهداشت استفاده می‌شود.

۶-۱۴- راهپیمایی (تظاهرات) Demonstration

در راهپیمایی طبقات مختلف مردم، هم شرکت‌کننده و هم تماشاچی برنامه می‌باشند. استفاده از این شیوه به نشانه عزم ملی برای دستیابی به اهداف بهداشتی نظام صورت می‌گیرد. راهپیمایی در نقاط مرکزی محل سکونت و کار مردم و در خیابانهای اصلی و پرتردد و میادین مرکزی و بمنظور جلب توجه، تبلیغات، ایجاد تغییر در نگرش و حساس‌سازی جامعه نسبت به موضوع انجام می‌شود.

در این شیوه از پخش موسیقی، پخش پیام، پلاکارد موقت و اتومبیل مجهز به سیستم صوتی استفاده می‌شود اما رکن اصلی راهپیمایی، **سردادن شعار** توسط شرکت‌کنندگان در طول راهپیمایی است. پس از آن راهپیمایان در نقطه از پیش تعیین و آماده شده مجتمع گردیده و در صورت لزوم یکی از مسئولین در ارتباط با موضوع، سخنرانی کوتاهی ایراد می‌نماید و در پایان، قطعنامه‌ای که مشرف به حقوق تضییع شده راهپیمایان و خواسته‌های آنان می‌باشد قرائت می‌گردد.

در برنامه‌های بهداشتی در کشور ما، معمولاً این شیوه با راهپیمایی کودکان مهدکودکها و دانش‌آموزان مقاطع ابتدایی و ندرتاً راهنمایی برگزار می‌شود در صورتیکه می‌توان آن را در مورد سایر اقشار مانند سالمندان، جوانان، ورزشکاران، کارگران و بیماران روانی، هموفیلی، دیابتی و ... نیز گسترش داد.

۷-۱۴- مسابقات ورزشی Athletic Games

برگزاری مسابقات ورزشی در برنامه‌های آموزش بهداشت بیشتر جنبه نمایشی، آموزشی و تبلیغی دارند و معمولاً در سطح حرفه‌ای و رسمی برگزار نمی‌شوند و شرکت‌کنندگان در آن را ساکنین منطقه‌ای که لازم است نسبت به موضوع حساس

شوند تشکیل می‌دهند. در این شیوه، یک مورد یا یک دوره مسابقه ورزشی با حضور نفرات یا تیمهای شرکت‌کننده در مسابقه و خانواده‌های آنان، ورزشکاران، همسالان و یا عموم مردم برگزار می‌شود و می‌توان آنرا در استادیوم‌ها، میادین ورزشی و یا محوطه‌های موجود در محل سکونت و کار مردم به اجرا گذاشت.

در این شیوه از پخش موسیقی، پخش پیام، پلاکارد موقت، سر دادن شعار بهداشتی، توزیع نشریات بهداشتی و پیراهن‌های ورزشی با درج شعار بهداشتی استفاده می‌شود. در پایان مسابقات، بلافاصله یا مدتی بعد، طی مراسمی در محل برگزاری مسابقات و یا مکانی دیگر، یکی از مسئولین در مورد اهمیت موضوع سخنرانی کرده و جوائز برندگان مسابقه اهداء می‌شود. به سایر تیمها یا نفرات شرکت‌کننده نیز یادبودهایی نظیر نشریات و یا پیراهن‌های ورزشی اعطاء می‌گردد.

۸-۱۴- واریته (گوناگون - موزیک هال) Variety

یک شیوه نمایشی شامل مقولات ادبی، موسیقی و سرود است و شکل مرسوم آن به «شب شعر» شهرت دارد و می‌تواند تنها منحصر به یکی از مقولات فوق نیز باشد.

در این شیوه که معمولاً پس از برگزاری مسابقه علمی، ادبی، هنری، فرهنگی در زمینه بهداشت، و بررسی آثار انجام می‌شود، کلیه شرکت‌کنندگان در مسابقه برای حضور در یک مراسم دعوت می‌شوند و آثار برگزیده معرفی و جوائزی توسط مسئولین به صاحبان آثار اهداء می‌گردد. در واریته بر حسب مدت برنامه (حداکثر ۲ الی ۳ ساعت) ضمن مصاحبه با صاحبان آثار برگزیده، سرودها، اشعار، مقالات و.... منتخب بوسیله خودشان قرائت یا اجرا می‌گردد.

یک سخنرانی کوتاه نیز بوسیله یکی از مسئولین پیرامون موضوع مورد مسابقه ایراد می‌شود. در این شیوهٔ، مجری نقش حساسی را برای ایجاد جو لازم و ویژهٔ واریته که القاءکننده اهداف برنامه می‌باشد، ایفا می‌نماید. همراه با اجرای واریته می‌توان نمایشگاه جنبی از آثار ارسالی مانند نقاشی، کاریکاتور، طرح، عکس، و... دائر نمود.

۹-۱۴- نمایشواره چند رسانه‌ای (جُنگ) Show

معمولاً در اعیاد، جشنها، جشنواره‌ها و مناسبت‌های خاص از این شیوه استفاده می‌شود و در آن می‌توان از انواع شیوه‌های نمایشی و انواع رسانه‌ها سودبرد. در جنگ، برنامه‌هایی نظیر نمایش، سرود، آکروبات، موسیقی، سخنرانی، مصاحبه، معرفی چهره، مسابقه حضوری، مسابقه کتبی، تردستی، مسابقه تلفنی (در صدا و سیما)، پخش فیلم، اهداء جوایز و.... وجود دارد و مجری برنامه بعنوان مدیر اجرایی مراسم جنگ نقش حساسی را ایفا می‌نماید.

آموزش در نمایشواره چند رسانه‌ای به سبب تنوع برنامه‌ها می‌تواند هر سه حیطه یادگیری را در بر گیرد ضمن اینکه جنبه‌های حساس سازی و تبلیغی نیز در آن به وضوح و فراوان دیده می‌شود، برای تهیه و تدارک یک جنگ حداقل از ۶ ماه قبل باید برنامه‌ریزی و اقدام نمود. اجرای جنگ پر هزینه است اما می‌توان آن را ساده‌تر و با هزینه کم نیز تهیه کرد. آن چه مهم است، دعوت از گروه هدف برای تماشای جنگ می‌باشد. این شیوه در تالارهای سرپوشیده و صحنه‌های روباز قابل اجرا بوده و فضاهایی مانند پارکهای ملی برای اجرای جنگ مناسب است.

۱۰-۱۴- نمایشنامه (تأتر) Drama - Play

نمایشنامه یا نمایش نشان دهنده زندگی مردم بوده و مسائلی را درباره گرفتاری و احساسات آنان بیان می‌کند و افق‌های جدید و پیشرو را ترسیم می‌نماید. نمایشنامه‌ها ما را وادار به تفکر نموده و مجبور می‌کنند که بر رفتارها، نگرش‌ها و ارزش‌های خودمان توجه کنیم. نمایش‌ها برای گروه‌های بزرگ اجرا می‌شوند و هدفشان پوشش تمام افراد جامعه می‌باشد.

نمایش یا نمایشنامه بر حسب طول مدت اجرا چهار نوع است:

- تکه نمایش (آیتم یا قطعه نمایشی) : کمتر از ۵-۳ دقیقه
- میان پرده (میان برنامه یا پیش پرده) : کمتر از ۱۵-۱۰ دقیقه

- نمایش کوتاه : کمتر از ۴۵-۳۰ دقیقه
- نمایش بلند : کمتر از ۱۲۰-۹۰ دقیقه

در برنامه‌های آموزشی بهداشت از نمایش بلند کمتر استفاده می‌شود و انواع دیگر نیز، کمتر بصورت مستقل بکار گرفته می‌شوند و معمولاً در نمایشواره‌های چند رسانه‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرند.

مطالعات نشان می‌دهد که اجرای برخی نمایشنامه‌ها، بنحو شگرفی موجب ایجاد تغییر رفتار در قسمت وسیعی از جهان گردیده است. از جمله در پی موفقیت و استقبال بی‌سابقه از نمایشهای **اشباح، خانه عروسک، و هدا گابلر اثر هنریک ایبسن**، نمایشنامه‌نویس نامدار نروژی، موقعیت اجتماعی زنان در سراسر اروپا بهبود یافته و موجب اعطاء حق رأی به آنان گردید.

استفاده از نمایش در برنامه‌های آموزش بهداشت نیز می‌تواند موجبات تغییر رفتار را فراهم نماید. اصلی‌ترین اجزاء نمایش عبارتند از:

- نمایشنامه (متن نمایشی، پی‌یس، تکس) Play - Drama
- صحنه (هر مکانی که نمایش در آن اجرا شود) Stage
- کارگردان Director - Stage Manager
- بازیگران Actors - Players
- تماشاگران Spectators

موضوع اصلی تمامی **متون نمایشی** «تقابل خیر و شر» است و در ساختار آنها فضاسازی، پرداخت، نقطه عطف، نقطه اوج، گره، کشمکش، پیام و نتیجه منظور می‌گردد. هر متن نمایشی از «سبک» خاصی پیروی کرده و دارای شکل (فرم) و «گونه» مشخصی می‌باشد:

الف- سبک‌های نمایشی (Dramatic styles) - دارای ویژگیهای متنوع و

پیچیده‌ای هستند مانند رومانتیسم، کلاسیسم، رئالیسم، سمبولیسم، اکسپرسیونیسم، دادائیسم، سوررئالیسم، ناتورالیسم و ... (رجوع کنید به کتب مرجع).

ب- اشکال یا فرمهای نمایشی (Dramatic Froms) - عبارتند از:

- تراژدی Tragedy: باپایانی غم‌انگیز
- کمدی: Comedy: باپایانی خوش
- ملودرام: Melo Drama: (نمایش خانوادگی= واقعیات زندگی) که در آنها سرانجام «خیر» پس از کشمکش‌های زیاد بر «شر» پیروز می‌شود.
- کمدی، تراژدی: که تراژدی را به سبک کمدی نشان می‌دهد.

ج- گونه‌های نمایشی (ژانر) - فرم‌های نمایشی، دارای گونه‌های نمایشی خاص خود می‌باشند. به عنوان مثال فرم کمدی دارای گونه‌های متعددیست که بعضی از آنها بقرار زیر می‌باشد:

کمدی آداب (مؤدبانه، اشرافی)، لوده بازی (مضحکه)، کمدی هجایی (هجونامه)، کمدی موقعیت، کمدی وضعیت (اسلپ استیک، بزن و بخند)، کمدی شخصیت، کمدی دلارته (سوژه‌ای، فی‌البداهه، بدیهه سازی).

صحنه، محل اجرای نمایش است و بعضی از معروف‌ترین صحنه‌های نمایشی عبارتند از:

صحنه یونانی، صحنه‌ایوانی، صحنه کمانی، صحنه میدانی، صحنه خیابانی، صحنه رستورانی، کارگاه تجربی، تاتر کوچک (آمفی تاتر) و صحنه اصلی تأتر (تالاری، سلطنتی)

کارگردان، سازنده نمایش است و همه عوامل تحت نظر او فعالیت می‌کنند. مراحل مختلف کارگردانی یک نمایش عبارت است از:

- روخوانی میزگردی یا دورمیزی بمنظور صحیح خوانی، درک محتوی، تقسیم نقش، تأکیدگذاری (نقطه گذاری، تنظیم صدا و بیان بازیگران)
- روخوانی بمنظور گرفتن حس
- روخوانی بمنظور گرفتن حالت
- تنظیم حرکات کنشی و واکنشی (ثابت)
- طراحی و تنظیم حرکات صحنه‌ای (میزانسن - تحرک در صحنه)
- طراحی صحنه و صحنه‌آرایی (وسایل صحنه و دکور)
- طراحی و تنظیم نور
- طراحی و تنظیم موزیک و صداهای اضافی (ساندافکت)
- طراحی لباس و چهره‌پردازی (گریم)
- تنظیم وقت نمایش
- تمرین با کلیه عوامل (لباس، نور، دکور، وسایل، صدا، موزیک، گریم)
- تمرین نهایی (گراندرپیت، فینال)
- اجرا

بازیگران، در نمایش‌ها می‌توانند معدود و یا متعدد باشند. بعضی نمایش‌ها فقط یکنفر بازیگر دارند و برخی دیگر ممکن است یکصد نفر بازیگر داشته باشند. بازیگری فنی پیچیده و مشکل است و در آن صدا، بیان، فیزیک جسمانی، انعطاف روانی و بدنی، حافظه، علاقه و استعداد یا ذوق و قریحه نقش اساسی دارند. در این زمینه کتابهای زیادی به طبع رسیده که مرجع اکثر آنها کتاب «فن بازیگری» نوشته کنستانتین استانیسلاوسکی می‌باشد. «کار هنرپیشه بر روی خود» نیز کتاب دیگری از این نویسنده در رابطه با فن بازیگری می‌باشد.

تماشاگران، نیمی از فرآیند کل نمایش هستند. مردم پس از پایان نمایش به قضاوت می‌نشینند و کار شخصیتهای نمایش را مورد ارزیابی قرار می‌دهند، فکر می‌کنند که اگر خودشان بجای آنها بودند، در آن موقعیت چه می‌کردند؟ و این یکی از جذاب‌ترین نتیجه نمایش‌ها است. معمولاً نوعی واکنش جمعی (مخالف یا موافق) در میان تماشاگران پدید می‌آید و همه آنها در یک زمان عواطف مشابهی را تجربه می‌کنند. بازیگران نیز واکنش‌ها را در می‌یابند، به همین دلیل است که نمایشهای رادیویی در حضور تماشاگران برگزار می‌شود و برای آیتم‌های نمایشی تلویزیونی (در فرم کمدی) صدای خنده ضبط و پخش می‌شود. این پس‌خوراندها جزء مهمی از نفوذ و تأثیر نمایش را نشان می‌دهد.

در نمایش، تماشاگران با بازیگران به نحوی که ذکر شد (ارائه پس‌خوراند فوری) و با یکدیگر ارتباط دارند. وقتی همه تماشاگران می‌خندند به دشواری می‌توان از خندیدن خودداری کرد. این مطلب به شکل ظریف‌تری در مورد عواطف جدی (ملودرام، تراژدی) نیز صادق است.

گونه‌های نمایشی که در برنامه‌های آموزشی بهداشت می‌توانند کاربرد بیشتری داشته باشند بشرح زیر می‌باشند:

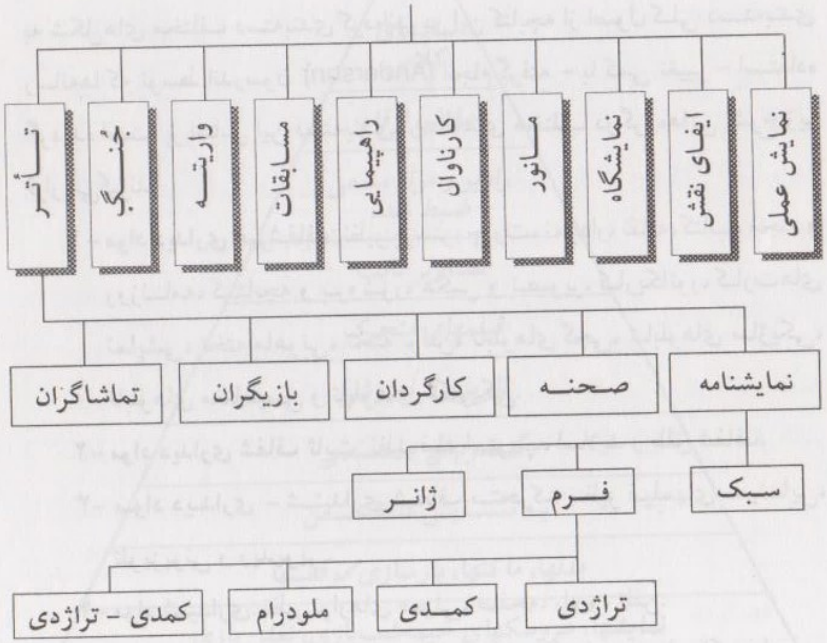
نمایش‌های سنتی، پانتومیم (بازی بدون کلام)، نمایش عروسکی، نمایش روحوضی (تخته حوضی، سیاه‌بازی)، نمایش سایه، نمایش مدرن، نمایش ریتمیک (تابلو موزیکال، ساز و ضربی).

از این بین، **نمایش مدرن** که تکیه بر زندگی واقعی مردم دارد و **نمایش ریتمیک** بخاطر ترکیب موسیقی، ریتم (ضرب آهنگ)، کلام موزون و مقفیٰ و حرکات موزون و جنبه‌های شاد آن، بیشترین تأثیر را بر تماشاچی می‌گذارد.

۱۱-۱۴- سایر شیوه‌های نمایشی

نظیر نمایش‌های استادیومی، بالماسکه، مراسم آئینی و ... و سایر گونه‌های نمایشی تأتر نظیر سوگواره، عزاداری‌ها (سینه‌زنی یا زنجیرزنی)، روضه‌خوانی، پرده‌خوانی، شبیه‌خوانی (تعزیه)، نقالی، شاهنامه‌خوانی و ... که بطور معمول کاربردی در برنامه‌های آموزشی بهداشت ندارند، مورد بحث این مقال نمی‌باشند.

شیوه‌های
نمایشی - آموزشی



ب- رسانه‌های آموزشی Instructional media

رسانه‌های آموزشی در میزان یادگیری فراگیران اثر می‌گذارند و از طرف دیگر از طول زمان لازم برای سخنرانی می‌کاهند. رسانه‌های آموزشی ویژگی‌های متفاوتی دارند و این وظیفه آموزش‌دهنده است تا با آگاهی و آشنایی با آنچه در اختیار دارد، نوع یا انواعی را که متناسب با نیازها و موقعیت فراگیران و شیوه آموزشی مورد استفاده است، برگزیند.

طبقه‌بندی رسانه‌ها - طبقه‌بندی رسانه‌ها بیشتر به این دلیل انجام می‌گیرد که تصور می‌شود اگر رسانه‌ای ویژگی خاصی را دارا باشد، این رسانه می‌تواند در خدمت به هدفی قرار گیرد که مستلزم همان ویژگی است. به همین جهت رسانه‌ها را به شکل‌های مختلف دسته‌بندی کرده‌اند. در این کتابچه از اصول کلی دسته‌بندی رسانه‌ها که توسط اندرسون (Anderson) انجام گرفته - با کمی تغییر - استفاده گردیده است. بر اساس این دسته‌بندی، رسانه‌های مختلف در گروه‌هایی بشرح زیر قرار می‌گیرند:

۱- **مواد دیداری غیرشفاف**: نظیر پوستر، چارت، نمودار، نقشه، کتاب، مجله و روزنامه، کتابچه و بروشور، عکس و تصویر، کاریکاتور، کارت‌های نمایشی، تخته ماهوتی، تخته بولتن، تابلوهای گچی، تابلوهای ماژیکی، تابلوهای مغناطیسی و تابلوهای الکتریکی.

۲- **مواد دیداری شفاف ثابت**: نظیر فیلم استریپ، اسلاید و طلق شفاف.

۳- **مواد دیداری - شنیداری شفاف متحرک**: نظیر فیلمهای سینمایی، تلویزیونی و ویدیویی.

۴- **مواد شنیداری**: نظیر نوارهای صوتی، صفحه، رادیو، تلفن.

۵- **سه بعدی‌ها**: نظیر اجسام حقیقی، نمونه‌ها، مدل‌ها، برش‌ها، ماکت‌ها.

۶- **کامپیوترها**: نظیر انواع کامپیوترها و ترمینالهای گوناگون با ابزار نمایش.

۷- **منابع انسانی و موقعیت‌ها**: نظیر گردش علمی و بازدید از عرصه (Field).

عوامل مؤثر در انتخاب رسانه‌های آموزشی

- **هدفهای آموزشی** - هیچ رسانه‌ای نیست که رسیدن به کلیه بازده‌های یادگیری را تضمین کند، ولی به نظر می‌رسد که برخی از آنها برای رسیدن به برخی از هدفها مناسب‌ترند.
- **ویژگیهای فراگیران** - مهم‌ترین ویژگی‌هایی که بر انتخاب رسانه تأثیر می‌گذارد، سن و سطح سواد فراگیران می‌باشد. مدل مخروط تجارب ادگار دیل (Edgar Dale) به ما نشان می‌دهد که فراگیران کم سال بهتر است از قاعده مخروط



مخروط تجارب ادگار دیل

استفاده کنند و هرچه به رأس مخروط نزدیک می‌شویم، سن فراگیرانی که می‌توانند از آن استفاده کنند افزایش می‌یابد. برای فراگیران کم سواد، رسانه‌های دیداری و شنیداری مناسب‌تر از رسانه‌های نوشتاری و سایر رسانه‌هایی است که نیاز به خواندن آنها می‌باشد. برای عموم مردم که در مناطق مختلف پراکنده‌اند بهتر است از رادیو و تلویزیون استفاده شود.

- **شیوه آموزشی** - هرکدام از شیوه‌های آموزشی، رسانه خاص خود را می‌طلبد. رادیو و تلویزیون برای بحث گروهی مناسب نیست، در سخنرانی استفاده از مدلها بکار نمی‌آید.
- **موضوع آموزشی** - رسانه‌ها لازم است با توجه به موضوع آموزشی انتخاب شوند. رنگ، صدا، حرکت، تصویر و.... در القاء موضوعات آموزشی نقش دارند.
- **شرایط** - بالابودن هزینه تهیه و تولید یک رسانه مناسب، سبب می‌شود که آن رسانه‌انتخاب نشود. دستیابی دیر هنگام به رسانه، علاقه آموزش دهنده به رسانه‌های خاص، نگهداری و بکاراندازی رسانه و... از عواملی هستند که در انتخاب رسانه تأثیر می‌گذارند.

در بعضی از تقسیم‌بندی‌ها در مورد رسانه‌ها، آنها را به مواد کمک آموزشی (نرم‌افزارها) و وسایل کمک آموزشی (سخت‌افزارها) تقسیم می‌کنند. در ادامه مطلب، رسانه‌ها را بدون در نظر گرفتن طبقه‌بندی و تقسیم‌بندی که قبلاً ذکر شده است، بطور اجمالی معرفی می‌کنیم.

طبقه‌بندی رسانه‌های آموزشی



طبقه‌بندی رسانه‌های آموزشی



۱- پوستر Poster – پوستر برگی از کاغذ گلاسه یا معمولی و به قطع ۶۰×۹۰ سانتی‌متر بوده و دارای کلمات، تصاویر و سمبل‌هایی است که پیامی را القا می‌کند و برای سه هدف به کار می‌رود:

- اعلام رویدادها و برنامه‌های مهم
- ارائه توصیه‌های مفید و اطلاعات لازم در مورد یک موضوع
- تشویق به انجام یا منع از انجام یک کار

پوسترها یا یک‌نظری هستند و یا چند نظری:

پوسترهای یک‌نظری – بعضی پوسترها با حداقل کلمات یا تصاویر، یک مطلب یا مفهوم منفردی را بیان می‌کنند. بطوری که هر کس بدان نگاه آنی بیاندازد، بدون آنکه نیازی به توضیح شفاهی در آن باشد، آن را دریافت می‌کند، مانند پوسترهایی که در بیمارستان‌ها نصب می‌شود و از همه می‌خواهند تا «سکوت» را رعایت نمایند. اینگونه پوسترها، پوسترهای یک‌نظری نامیده می‌شوند. درک پوسترهای یک‌نظری نیاز به هوش و معلومات خاصّی نداشته و بیشتر از طریق حواس صورت می‌گیرد.

پوسترهای چندنظری – معمولاً پوسترهای چندنظری، مطالب و تصاویر زیادی را در خود جای می‌دهند و برای درک منظور، به زمان بیشتری احتیاج است. اگر چه این قبیل از پوسترها نیز نیازی به توضیح شفاهی ندارند.

ویژگیهای یک پوستر خوب:

- کلمات بایستی به زبان محلی، ساده و کوتاه باشد.
- پوستر باید مخاطبین را به تفکر وادارد. بدین منظور بهتر است هر پوستر دارای یک ایده یا پیام باشد، چراکه ایده‌های متعدد باعث ابهام در پوستر می‌گردد.
- از تصاویر یا سمبلهایی استفاده شود که افراد بی‌سواد هم بتوانند بفهمند.

- حروف و طرح‌ها باید به اندازه‌ای بزرگ باشد که از دور دیده شود.
- در یک پوستر خوب طرح و رنگ بایستی با موضوع هماهنگ بوده تا بتواند احساس درستی را در مورد تناسب و روابط درونی اجزای پوستر سبب گردد.

طرز تهیه یک پوستر: با استفاده از کاغذ، قلم، مداد، ماژیک، مدادشمعی، قلم‌مو، رنگ، عکس، تصاویر مجلات و چسب، پوستر را طراحی کنید. برای اطمینان از درک و پذیرش مردم، طرح پوستر را مورد آزمایش قبلی قرار دهید. در صورتیکه امکان چاپ یا تکثیر دارید به تعداد مورد نیاز از پوستر خود تهیه و در جای مناسب آنرا نصب نمائید. از پوستر در آموزش گروه استفاده کنید و نظر افراد را در مورد آن جویا شویدو ببینید آیا پیام پوستر را دریافته‌اند؟ پوسترها در صورت تعویض نشدن، یکنواخت و کهنه خواهند شد. پس از تعویض آنرا برای استفاده مجدد در موقع مناسب، نگهداری کنید.

پوسترهای آموزشی، در اندازه‌های بزرگتر از پوسترهای معمولی، و بیشتر برای استفاده کارکنان بهداشتی تهیه شده و در اتاق کار آنان نصب می‌شود.

۲ـ پمفلت، لیفلت، فولدر Pamphlet, Leaflet, Folder – پمفلت، معمولاً در اندازه کاغذ A4 می‌باشد که به سه قسمت مساوی تقسیم شده و به سه لت تبدیل می‌گردد. نوع کوچکتر یا بزرگتر آن نیز وجود دارد، ولی در هر صورت از سه لت تجاوز نمی‌کند.

لیفلت، از سه لت بیشتر است و گاهی بصورت آکاردئونی طراحی می‌شود.

فولدر، نیز در قطع کاغذ A4 است که از وسط تا می‌شود و به «تاشو» نیز معروف است. این رسانه‌ها می‌توانند آموزشی، هشدار دهنده و یا تبلیغاتی باشند و بعلت کم

حجم بودن مورد استفاده زیادی در آموزش بهداشت دارند و برای مطالعه از حوصله شخص مطالعه‌کننده خارج نیستند. در این نمونه‌ها نیز مانند پوستر باید طراحی و تصویر و صفحه‌آرایی متناسب با موضوع باشد. موضوع این نشریات بیشتر در زمینهٔ بیماریها، معرفی وسایل و روشها و رفتارهای بهداشتی می‌باشد.

در طراحی این گونه نشریات، ترتیب مندرجات بشرح زیر در نظر گرفته می‌شود:

الف ـ صفحه روی جلد – نام و نشان سازمان متبوعه ـ عنوان نشریه ـ تصویر متناسب با موضوع (در صورت لزوم)ـ نام فرد، واحد یا مرکز تهیه‌کننده نشریه ـ ناشر و شماره و تاریخ انتشار.

ب ـ صفحات داخلی – نام خدا ـ مقدمه در مورد اهمیت موضوع و ضرورت انتشار ـ معرفی موضوع ـ راههای سرایت یا ابتلاء، پیشگیری، درمان (در مورد بیماری‌ها) ـ زمان، مکان، مدت، تعداد، تاریخ، طرز تهیه یا استفاده و تأثیرات (در مورد وسایل و روشها)ـ فواید، مضرات، الگوها و توصیه‌ها(در مورد رفتارهای بهداشتی و غیربهداشتی)ـ تصویر(عکس، نقاشی، کاریکاتور، نمودار و...)ـ سایر اطلاعات ضروری.

ج ـ صفحه پشت جلد – هشدارها، شعارها، آیات و روایات و نقل قولها ـ نشانی و شماره تماس ـ طرحها و تصاویر.

۳ـ بروشور Brochure – نشریه‌ایست تک‌برگی (یک‌رو یا دورو) که بیشتر در بسیج‌های آموزشی مورد استفاده قرار می‌گیرد. قطع آن نیز می‌تواند متفاوت باشد اما در هر صورت از اندازه کاغذ A4 بزرگتر نیست. موضوع آموزشی و اطلاع رسانی بکار رفته در بروشور بسیار ساده است زیرا گروه هدف آن اقشار مختلف جامعه می‌باشند. از مزایای بروشور یکی هم اینست که می‌توان آنرا بوسیله چرخبال (هلیکوپتر) بین مردم توزیع نمود. بروشور غالباً در رابطه با معرفی برنامه‌ها، وسایل و روشها تهیه

می‌شود و بدلیل تک‌لت بودن فاقد طرح روی جلد و پشت جلد است و ترتیب مندرجات آن نیز مانند صفحات داخلی پمفلت می‌باشد. عنوان و نام و نشان سازمان متبوعه در ابتدا و نام تهیه‌کننده و ناشر و شماره و تاریخ نشر در انتهای بروشور درج می‌گردد.

۴- استیکر (برچسب) Sticker - استیکر نیز بیشتر در بسیج‌های آموزشی مورد استفاده قرار می‌گیرد و در قطع کوچک طراحی شده و می‌تواند مدتها در انظار بینندگان باقی بماند. استیکر می‌تواند جنبه آموزشی، هشدار دهنده و تبلیغاتی داشته باشد.

۵- تراکت Tract - نشریه‌ایست تک‌برگی که گاهی دارای تصاویر می‌باشد و از عرض بصورت افقی طراحی می‌شود و اندازه آن معمولاً کاغذ A4 و دو برابر آن است ولی بزرگتر و کوچکتر از آن هم طراحی می‌شود. تراکت در آموزش بهداشت بیشتر برای ارائه پیامهای بهداشتی بکار می‌رود. تراکت باید در جای مناسب نصب شود.

۶- چارت Chart - چارت عبارت از تعدادی پوستر یا تصویر یا تراکت است که به ترتیب یکی بعد از دیگری نشان داده میشود و از این طریق می‌توان جنبه‌ها و مراحل مختلف یک موضوع را نشان داد. چارتها رسانه‌هایی هستند که حس دیدن را به کار می‌گیرند. در آنها از خط، تصاویر، کاریکاتور، عکس، نمودار، نقاشی و نوشته برای خلاصه کردن مفاهیم و اندیشه‌ها و نظم دادن به آنها استفاده می‌کنند. چون چارتها بیشتر به اطلاعات ارائه شده نظم می‌دهند پس می‌توان آنها را بر روی هر حامل ارتباطی مثل تخته‌سیاه، تابلو پارچه‌ای، تابلو مغناطیسی، طلق شفّاف یا مقوا رسم نمود.

چارت‌ها را از نظر نحوه ارائه مطالب، در دو دسته به شرح زیر می‌توان تقسیم‌بندی و مطالعه نمود:

- چارت‌هایی که مطالب را به صورت **مرحله به مرحله** ارائه می‌دهند، چارت‌های برگردان (فیلیپ چارت) و چارت‌های پوششی در این گروه قرار می‌گیرند.
- چارت‌هایی که مطالب را به صورت **همزمان** ارائه می‌دهند. چارت‌های جریانی، شاخه‌ای، درختی، جدولی، نقشه‌ای و تصویری جزء این گروه هستند.
- **چارتهای برگردان** - در این نوع از چارتها اطلاعات تقسیم شده و هر بخش یا مرحله بر روی یک صفحه قرار می‌گیرد. سپس یک طرف از این صفحه‌ها به هم وصل می‌شوند. هنگام ارائه مطالب در هر زمان بر حسب نیاز، صفحه‌ها به ترتیب برگردانده شده و در مقابل دید تماشاگران قرار داده می‌شوند.
- **چارتهای پوششی** - در چارتهای پوششی گرچه اطلاعات بر روی یک سطح قرار دارند اما هر بخش بوسیله کاغذ پوشانده شده است. هنگام ارائه مطالب، کاغذی که بر روی هر بخش قرار داده شده، یکی‌یکی برداشته می‌شوند و فقط بخشی که مورد نیاز است در مقابل دید بیننده قرار می‌گیرد.
- **چارتهای جریانی** - در این چارتها گامهایی که در تهیّه یک چیز طی می‌شود، یا رویدادهایی که به دنبال هم می‌آیند بر روی یک صفحه نمایش داده می‌شوند.
- **چارتهای جدولی** - در این نوع از چارتها، اطلاعات در دو ستون عمودی و افقی ارائه می‌شوند و ارتباط هر عامل در ستون افقی با عامل دیگر در ستون عمودی نشان داده می‌شود. برنامه هفتگی کلاس درسی ساده‌ترین

نوع اینگونه چارتهاست.

- **چارتهای شاخه‌ای** - به کمک این چارتها نحوه ترکیب چند رویداد و به وجود آمدن یک رویداد دیگر، یا ترکیب چند جزء و به وجود آمدن یک کل نشان داده می‌شود.
- **چارتهای درختی** - این چارتها برعکس چارتهای شاخه‌ای هستند و نشان می‌دهند چگونه از یک کل، جزء به وجود می‌آید.
- **چارتهای نقشه‌ای** - برای ارائهٔ منظم اطلاعات و خلاصه کردن آنها، از نقشه و انواع مختلف نمادها (سمبلها) استفاده می‌شود. مثلاً برای نشان دادن نقاط تحت پوشش که دارای خانه بهداشت می‌باشند از این نوع چارتها استفاده می‌شود.
- **چارتهای تصویری** - در این چارتها از تصاویر معمولی یا سمبولیک برای نشان دادن اجزای مختلف یک عضو یا انواع مختلف یک چیز استفاده می‌شود.

۷ـ فلانل‌گراف (تختهٔ ماهوتی) Flannel board (graph) - تخته‌ای است که با نوعی پارچه پشمی پوشانده شده و تصاویر و کلماتی روی آن نصب می‌شود تا پیام شما را تقویت نموده و یا نشان دهد. فلانل‌گراف کمک می‌کند تا مردم، سخنرانی شما را واضح‌تر درک کنند و اغلب در گروه‌های کوچک از آن استفاده می‌شود. فلانل‌گراف را خودتان می‌توانید با استفاده از ابزاری مانند تخته‌سه‌لا(فیبر)، پارچه ضخیم، میخ، چسب، و تصاویری که تهیه می‌کنید مانند عکس یا تصاویر مجلات یا نقّاشیها و کاریکاتورها و تراکتها بسازید.

۸ـ اطلاعیه، هشدار، آگهی - این نوع نشریات، تک برگی (یک‌رو) و در اندازه‌های کاغذ A4 و A3 تهیّه می‌شود و بر دیوارها و شیشه‌ها و بوردها نصب

می‌گردد. آگهی‌ها جنبهٔ جلب توجه، اطلاع‌رسانی، آموزشی، هشدار دهنده و تبلیغاتی داشته و در انتهای آن نام و نشانی مرکز ارائه‌کننده خدمات مورد آگهی ذکر می‌شود. در طراحی این نشریات خطوط، در انواع و اندازه‌ها و رنگهای مختلف به کار گرفته می‌شوند.

۹ـ عکس Photograph - عکس رسانهٔ کمک‌آموزشی مفیدی است که می‌تواند موقعیتها و اشیاء را دقیقاً به همان صورتی که هست نشان دهد. عکس حاوی ایده‌های جدید برای مردم بوده و مهارتهای جدید را جهت تمرین بر آنان نشان می‌دهد و می‌تواند برای حمایت و تشویق رفتاری جدید بکار گرفته شود. عکس به تنهایی و یا همراه با نوشته و توضیح به انتقال پیام کمک می‌کند. از امتیازات استفاده از عکس در آموزش، نشان دادن تجارب قبلی، مطالعه جزئیات (در صورتی که عکس بسیار درشت و بصورت آگراندیسمان باشد)، و رفع سوء تعبیرات آموزشی، مقایسه، نمایش مراحل تکامل و آشنایی با زیبایی‌ها می‌باشد. آسانترین راه دستیابی به عکس، بریدن آنها از جراید و نشریات می‌باشد. همچنین می‌توان عکس‌ها را از آرشیو سایر سازمان‌ها یا از میان عکس‌هایی که در سازمان خودتان تهیه شده، تأمین نمود.

خصوصیات یک عکس خوب در برنامه‌های آموزشی عبارت است از:

- مناسب با هدفهای آموزشی باشد و بر یک ایده روشن تأکید نماید.
- افراد و فضا برای بینندگان آشنا باشد.
- از فاصله نزدیک گرفته شده باشد (کلوزآپ) و یا بسیار درشت شده باشد (آگراندیسمان).
- روشن و واضح بوده و تار نباشد.
- در صورت نیاز دارای زیرنویس بوده و با اندازه واقعی، مقایسه شده باشد.

- خراب، پاره و رنگ و رو رفته نباشد. بهتر است برای نگهداری عکس‌ها آنها را روی مقوا بچسبانیم و در آلبوم و در مکانی دور از رطوبت نگهداری و طبقه‌بندی کنیم.

از عکسها در موارد زیر می‌توانیم استفاده کنیم:

- در نمایشگاه جنبی مراسم بهداشتی و یا نمایشگاه‌های مستقل در زمینه دستاوردها، مراحل مختلف تکمیل یک پروژه یا تمرین عملی یک کار.
- در مراکز ثابت مثل مراکز بهداشتی درمانی که عکس‌هایی از مراسم، مسابقات، بسیج‌های پاکسازی محیط، پروژه‌های منطقه‌ای و ... را می‌توان به نمایش گذاشت. مردم منطقه از دیدن عکس‌ها احساس غرور می‌کنند و تشویق می‌شوند که در سایر فعالیت‌های بهداشتی مشارکت داشته باشند.
- در کلاس‌های آموزشی از طریق **پروژکتور اوپک**. اوپک دستگاه برقی است که می‌تواند از مواد غیرشفاف، تصاویر روشن را بر روی پرده یا دیوار روشن نشان دهد و برای نمایش عکس، بریده روزنامه، نوشته‌ها، مطالب کتاب به کار برده می‌شود. مدارکی که از این طریق نمایش داده می‌شوند حداکثر باید ۳۰×۳۰ سانتی‌متر باشند و نیاز به اماکن کاملاً تاریک دارد.

۱۰ـ تصویر Picture – عکس، تصویر واقعی اشیاء می‌باشد که به وسیله دوربین عکاسی گرفته می‌شود، در حالیکه تصویر به صورت طراحی، نقاشی و یا کاریکاتور است که بیانگر ایده‌ها و احساس‌ها بوده و بر اساس ادراک ذهنی ترسیم می‌گردد. تصاویر نیز مانند عکسها می‌توانند به تنهایی یا همراه با نوشته، پیامها را منتقل نمایند و در تولید رسانه‌های آموزشی مختلف نظیر چارتها و پوسترها و پمفلت‌ها بکار گرفته می‌شوند. زمانیکه در یک سخنرانی، نیاز به استفاده از تصاویر باشد، باید

از تصاویر بزرگ استفاده شود و یا بوسیلهٔ پروژکتور اوپک، نمایش داده شود.

در طراحی و نقاشی و کاریکاتور، تصاویر دنیای پیچیده را با شکستن و تبدیل آن به اشکال ساده‌تر (فرم‌های ژئومتریک یا اشکال هندسی)، حتی اگر هنرمند و متخصص هم نباشیم می‌توانیم به طرز بهتری بازسازی کنیم. مهمترین موضوع تصاویر، انسانها هستند. و در تصویر انسان، **سر** (تمام‌رخ، سه‌رخ، نیمرخ)، **حالت چهره** (هماهنگی موقعیت مردمک چشم، ابرو و دهان)، **بدن** (هماهنگی تنه، پاها، بازوها، پنجه دست و پنجه پا) نقش اساسی دارند.

کاریکاتور دارای دو ویژگی است، یکی طنز و دیگری اغراق در نمایش واقعیت.

برای تهیه تصاویر نیاز به **قلم، کاغذ و رنگ** داریم.

قلم‌ها – قلم‌هایی که معمولاً به کار می‌روند عبارتند از: مداد سربی B و HB در اندازه‌های مختلف، کرایون ۶ـ۲ میلیمتری، مداد معمولی، قلم راپید و قلم‌مو در اندازه‌های مختلف، مداد شمعی، ماژیک، زغال.

کاغذها – کاغذ معمولی، مقوای ایلوستراسیون (کولد پرسد یا هات پرسد)، مقوای معمولی، کاغذ کوکیل، کاغذهای گلاسه یا نیمه گلاسه، کاغذ کالک، کاغذ کاهی، کاغذ اوزالیت.

رنگها – آبرنگ، رنگ روغن، مرکب، جوهر، گواش، مداد رنگی.

۱۱ـ اسلاید Slide – اسلاید با دوربین عکس و اسلاید گرفته می‌شود و به جای چاپ کردن که در عکاسی کاربرد دارد، تصاویر را بر روی قطعات پلاستیکی شفاف کوچک تهیه می‌کنند و برای محافظت، آنها را در قاب‌های مخصوصی قرار می‌دهند و به وسیلهٔ **پروژکتور اسلاید**، قطعات کوچک را به صورت بزرگ بر روی پرده یا دیوار روشن نمایش می‌دهند. اسلایدها را می‌توان با استفاده از جعبه مخصوص اسلاید، یکی پس از دیگری نمایش داد. مورد استفاده اسلاید مانند عکس است و آن را می‌توانید خودتان تهیه کنید و یا از سازمان‌های دیگر تأمین نمایید.

۱۲ـ طلق شفاف Transparency – صفحات پلاستیکی شفاف و در قطع کاغذ A4 بوده و به آن ترانس پارانسی می‌گویند. با ماژیک مخصوص نکات مورد بحث بر روی آن نوشته می‌شود و هنگام سخنرانی به وسیلهٔ **پروژکتور اورهد** بصورت بزرگ بر روی دیوار روشن یا پرده نمایش داده می‌شود. استفاده از طلق شفاف و پروژکتور اورهد در وزارتخانه‌ها و دانشگاه‌ها کاربرد زیادی دارد، بنابراین لازم است ترانس‌پارانسی‌ها با دقت و خط خوش تهیه شود.

در این مورد نکات زیر قابل توجه می‌باشد:

- بین ۵ تا ۱۰ ترانس پارانسی برای هر جلسه سخنرانی کافی است.
- عبارات باید ساده و کوتاه باشد. اگر اطلاعات زیادی بر روی آن نوشته و یا ترسیم شود، کلمات و تصاویر الزاماً کوچک و دچار اشکال می‌شود.
- بدون خط خوردگی، از نظر املایی صحیح و تمیز و مرتب باشد.
- از رنگها، طرحها، کادربندی و تصاویر برای جلب توجه و تفهیم بیشتر استفاده شود.
- از جملات و تصاویر زیبا و برجسته برای ایجاد تنوع در جلسه استفاده شود.

۱۳ـ نمودار Graph – در برنامه‌های آموزشی از نمودارها نیز به عنوان رسانه به مقدار زیادی استفاده می‌شود. نمودارها قادرند به سادگی و خیلی سریع با فراگیران ارتباط برقرار نموده و دربارهٔ کمیت، رابطه (مستقیم و غیرمستقیم)، اندازه و درصد، مقایسه ذهنی و عینی ایجاد نمایند.

نمودارها انواع مختلفی دارند که مبنای هر کدام از آنها در قالب یکی از چهار دسته زیر قرار می‌گیرد:

- **نمودار ستونی** – نمودار ستونی از نظر خواندن، ساده‌ترین نوع نمودارهاست. تهیه این نمودارها بسیار آسان است. به این ترتیب که هر

دسته از اطلاعات را در یک ستون قرار دهیم. این ستونها یا همگی افقی هستند یا عمودی، درازای ستون‌ها نشان دهنده درصد مقیاس اندازه‌گیری یا میزان اطلاعات است، در حالیکه پهنای ستونها همه به یک اندازه باقی می‌ماند. از نمودار ستونی برای مقایسه تعداد محدودی اطلاعات استفاده می‌شود. نمودار ستونی می‌تواند وسیله‌ای برای مقایسه مستقیم اطلاعات کمی در فاصله‌های زمانی مشخص باشد.

- **نمودار سطحی** – نمودار سطحی رابطه کل و جزء را بر حسب سطح(مربع، دایره، مثلث، مستطیل و غیره) نشان می‌دهد. معروفترین نوع نمودار سطحی نمودار دایره‌ای است. در این نوع نمودار، کل اطلاعات بر حسب تمام سطح دایره و اطلاعاتی که اجزای کل را تشکیل می‌دهند به صورت درصد یا بخشی از سطح دایره می‌باشند.

نمودارهای سطحی دارای دو ویژگی عمده هستند. اوّل اینکه همیشه کل مقدار را نشان می‌دهند. ثانیاً اجزاء همیشه درصد یا بخشی از کل هستند.

- **نمودار خطی** – در نمودار خطی برای نشان دادن رابطه بین دو مجموعه اطلاعات، از خط استفاده می‌نمایند. اطلاعاتی که برای نشان دادن آنها از نمودار خطی استفاده می‌شود معمولاً زیاد و پیوسته هستند. نمودارهای خطی، نحوهٔ گسترش و یا توسعه اطلاعات را در یک مدت زمان معین نشان می‌دهند.
- **نمودار تصویری** – در این نوع نمودار از شکل‌های ساده برای ارائه اطلاعات استفاده می‌شود. این نوع نمودار به وسیلهٔ همه مردم دنیا قابل درک است. اشکال خطی مورد استفاده در این نمودار، انسان، حیوان و یا اشیاء هستند. بر روی یک محور مقدار اطلاعات ارائه می‌شود و بر روی محور دیگر اشکال ساده خطی بصورت ستون در کنار هم (یا بالای یکدیگر) قرار می‌گیرند. این نوع نمودار بیشتر از سایر انواع نمودارها

توجه را جلب می‌کند و در حقیقت از نمودارهای ستونی گرفته شده است و در واقع همان اطلاعات را نیز ارائه می‌دهند. نمودارهای تصویری دقت و صحت انواع دیگر را دارا نیستند و میزان کمیت هر سری اطلاعات از راه تعداد شکلها بیان می‌شوند نه از طریق بزرگی و کوچکی آنها. یک نمودار باید ساده باشد و اطلاعات پیچیده عرضه نکند، روشن و خوانا باشد، مختصر باشد، خطوط اصلی نمودار پررنگ و غالب باشد و از چهار طرف حاشیهٔ کافی داشته باشد تا نمودار خود را در سطح، نشان دهد.

۱۴ـ نقشه Map – نقشه تصویری است از بخش‌های مختلف سطح زمین، کشورها، شهرها، بخش‌ها، روستاها، مسیرها، آبها، برجستگیها و... و در برنامه‌های آموزشی، کاربرد نقشه به تناسب وظایف و برنامه‌ها، مشخص کردن نقاط بروز و شیوع بیماری‌ها، گلوگاه‌ها، پایگاه‌های بهداشتی، خانه‌های بهداشت، مراکز بهداشتی درمانی، نقاط تحت پوشش برنامه، نقاطی که اقدامات بهداشتی در آنجا انجام شده، پایگاههای موقت امدادی و بهداشتی، مراکز مشاوره بهداشتی و... می‌باشد. هر بخش در نقشه مطابق اصل آن در طبیعت است ولی با مقیاس کوچکتر. مقیاس نقشه‌ها در پایین آن به صورت کسر یا میزان نوشته می‌شود. در رسم نقشه‌ها علاوه بر اصول نقشه‌برداری از رنگ و سمبلهایی نیز استفاده می‌شود.

۱۵ـ تخته سیاه، وایت‌بورد Black board, Whiteboard – تخته سیاه یک وسیله کمک آموزشی سنتی است و به همراه وایت‌بورد یا تابلوی سفید رایج‌ترین وسیله محسوب می‌شود و تمامی آموزش دهندگان و فراگیران با کاربرد و تکنیک آنها آشنایی دارند، با این وجود توجه به نکات زیر می‌تواند آموزش دهنده را در استفاده بهتر از آنها یاری دهد.

- پاکیزه و تمیز بودن آنها، آموزش را تسهیل می‌کند.
- چیزی که بر روی آنها نوشته یا ترسیم می‌شود باید انتخابی باشد، از جمله قواعد جدید، کلمات، نمودار، چارت، نقشه، خلاصه بحث، سرفصلهای بحث و نکات مهم.
- نوشته‌های قبلی که ارتباطی با موضوع بعدی ندارند باید پاک شوند، زیرا باعث انحراف توجه فراگیران می‌شوند.
- نوشته‌ها قابل خواندن بوده و در گروه کوچک و متوسط از آن استفاده شود.
- چیزی که باید بر روی آنها نوشته یا ترسیم شود از قبل آماده شود تا وقت کمتری صرف آن گردد.
- هرگز هنگام نوشتن بر آنها، صحبت یا سخنرانی انجام نشود، زیرا نوشتن و صحبت کردن با سرعت موازی پیش نمی‌روند و قوه تطبیق و ارتباط با فراگیران کم می‌شود.
- در پاک کردن آنها موازین بهداشتی رعایت گردد.
- از تمامی فضای تابلو و با نظم و قاعده استفاده شود.

۱۶ـ بورد تبلیغاتی Publicity board – تابلوهایی هستند که به صورت ثابت و با اشکال گوناگون در سازمانها، مراکز، مدارس و نمایشگاهها و ... تعبیه شده و بر روی آنها برخی اطلاعات و یا رسانه‌های دیداری نظیر پوستر، روزنامه دیواری، اطلاعیّه، تراکت و ... را نصب می‌نمایند. تابلوهای تبلیغاتی به صورت ماهوتی، فلزی، تخته‌ای، شیشه‌ای، یونولیتی،الکترونیکی و ... تهیه می‌شوند.

در نمایشگاه‌ها بیشتر از تابلوهای سیّار که دارای پایه‌های چرخدار است استفاده می‌شود و در تابلوهای الکترونیکی نوشته‌ها و تصاویر متحرک می‌باشند. تابلوهای بزرگ تبلیغاتی در میادین بزرگ و پرتردد تعبیه می‌گردند و به بیل‌بورد (Bill board) موسومند.

۱۷ـ پلاکارد تبلیغی Publicity Placard – استفاده از این رسانه، رایج است و بیشتر برای اطلاع‌رسانی و یا انتقال پیام‌های بهداشتی از آن استفاده می‌شود.

پلاکاردهای موقت به آسانی و از پارچه‌هایی به عرض ۹۰ـ۷۰ سانتیمتر تهیه و در قسمت‌های مرکزی و پر تردد نصب شده و با پایان یافتن مدت مناسبت آن برچیده می‌شوند. پلاکارد موقت را بصورت مقوایی و در اندازه‌های ۱۰۰×۷۰ سانتیمتر و یا نصف آن نیز تهیه نموده و در سازمانها، مراکز، تالارهای سرپوشیده و... به معرض نمایش می‌گذارند.

پلاکاردهای دائمی معمولاً فلزی هستند و شعارهای نوشته شده برآنها تا سال‌ها باقی می‌مانند، اما بهتر است حداکثر هر سال یکبار، شعارها تجدید و نو گردد. تابلوهای دائمی را در جاده‌ها، میادین ورودی و خروجی شهرها و روستاها، میادین بزرگ و مرکزی محل سکونت مردم نصب می‌نمایند.

۱۸ـ کارتهای نمایشی یا ترتیبی Flash cards – کارتهایی هستند که یک سری از تصاویر یا پیامها را نشان می‌دهند و در گروه‌های متوسط قابل استفاده می‌باشند و در موارد زیر بکار می‌روند:

- آموزش گام‌به‌گام مهارتها
- آموزش مفاهیم اصلی مراقبتهای بهداشتی
- در شروع بحثها
- در بازیهای آموزشی ـ در این موارد اندازه کارتها حداکثر ۱۰×۵ سانتیمتر بوده و برای گروه‌های کوچک قابل استفاده است.

اندازه کارتها معمولاً ۵۰×۵۰ سانتیمتر یا کمی بزرگتر است. برای استفاده بهتر، لازم است تصاویر گویا و پررنگ بوده و از کلمات کمتر استفاده شود، در حین آموزش باید کارتها به ترتیب در مقابل سینه آموزش دهنده قرار گیرد و به هر طرف توجه

شده و روی نکات مهم تأکید شود. از مزایای این روش قابل استفاده بودن آن برای بی‌سوادهاست و در هر آموزش تعداد ۲۰ عدد فلاش‌کارت کافی می‌باشد.

۱۹ـ نمونه‌های واقعی و مدلها True Samples & Models – **نمونه‌های واقعی**، آموزش را واقعی‌تر می‌کند. در برنامه‌های آموزشی می‌توان از نمونه‌های واقعی اشیاء استفاده نمود. به عنوان مثال وسایل پیشگیری از بارداری، انواع حبوبات، سبزی‌ها و میوه‌ها، غذاها، ابزار، داروها، نمونه‌های نشریات و رسانه‌ها را می‌توان برشمرد. زمانی که نمونه‌های واقعی اشیاء خیلی بزرگ یا خیلی کوچک هستند و یا تهیه آنها دور از دسترس می‌باشد. از **مدلها** در آموزش استفاده می‌شود، مدلها را فراگیران می‌توانند لمس کنند و یا خودشان آنها را ساخته یا تهیه کنند، همه نوع موادی در تهیه مدلها، مورد استفاده قرار می‌گیرد. ماکت‌ها و برش‌ها نیز نمونه‌ای از مدلها می‌باشند.

۲۰ـ روزنامه دیواری – یکی از رسانه‌های کاربردی در مدارس و خانه‌های بهداشت و مراکز بهداشتی درمانی، روزنامه دیواری است. این رسانه جاذبه خاصی دارد چون معمولاً توسط مردم محلی و دانش‌آموزان و برای خود آنان (توسط فراگیران برای فراگیران) و با توجه به سطح سواد و فرهنگ آنان و البته با هدایت و کمک کارمند بهداشتی تهیه می‌شوند. روزنامه دیواری بر روی مقوا و در اندازهٔ ۱۰۰×۷۰ سانتیمتر و یا کمی کوچکتر تهیه می‌شود و دارای نام یا عنوان با ذکر اسامی تهیه‌کنندگان می‌باشد. در تهیه روزنامه دیواری باید به موارد زیر توجه داشت:

- کلمات با خط خوانا و نسبتاً درشت و با قلم پررنگ نوشته شود.
- هر مطلب جداگانه در جدول مخصوص قرار گیرد (جدول‌بندی) و کل روزنامه، کادربندی شود.
- از طرح و رنگ و تصویر و عکس (نقاشی، طراحی، کاریکاتور، تصاویر

جدا شده از سایر نشریات) در آن استفاده شود.

- از شعر، ضرب‌المثل، طنز، معمّا، پرسش و شعار در آن استفاده شود.
- آیات و روایات و جملات بزرگان و توصیه‌ها در آن ملحوظ شود.
- مطالب علمی و آموزشی، گزارش و اخبار محلی به اختصار ذکر شود.
- آمار، هشدار، اطلاعات ضروری و جدول کلمات متقاطع نیز می‌تواند در روزنامه دیواری گنجانده شود.

۲۱ـ دفترچه یادداشت، تقویم، دفتر سالنما – برای ترغیب و تشویق فراگیران در برنامه‌های آموزشی، گاهی پیامهای آموزشی را از طریق تقویم، دفتر سالنما و دفترچه یادداشت و در اشکال گوناگون تهیه و منعکس نموده و بر هر برگ پیامی را همراه با عکس و تصویر درج می‌نمایند.

دفترچه یادداشت، معمولاً در قطع جیبی و یا در قطع دفترچه‌های مدرسه‌ای و در ۳۰ تا ۶۰ برگ و **دفتر سالنما** معمولاً در قطع وزیری و برای یکسال، با جلد مقوایی تهیه می‌شوند. **تقویم** نیز بصورت چارت برگردان و یا ساده(در قطع کاغذ A3) و برای ۴ فصل یا ۱۲ ماه و بر روی برگهای مقوایی، همراه با تصاویر فصول و تصاویر بهداشتی تهیه می‌شود و یا ممکن است بصورت تک برگی دورو مانند بروشور و در قطع جیبی باشد.

۲۲ـ کتابچه، جزوه Manual **و** Booklet – زمانی که حجم مطالب آموزشی که می‌بایست در شکل انواع رسانه‌ها ارائه گردد، زیاد است و در ظرف سایر رسانه‌های نوشتاری نمی‌گنجد، آنرا بشکل کتابچه (بوکلت) و یا جزوه تهیه می‌کنند. علاوه بر موضوعاتی که برای پمفلت، لیفلت و فولدر ذکر شد، موضوعات کتابچه و جزوه می‌تواند برخی از موارد زیر باشد:

دستورالعمل‌ها، گزارش عملکردها، پس‌خوراندها (فیدبکها)، پروپوزالها و نتایج مطالعات تحقیقی، مطالب تئوریک علمی، الگوهای عملی مهارتها (مدولهای آموزشی)، طرح جامع و برنامه تفصیلی واحدهای بهداشتی، طرح و برنامه‌های عملیاتی اجرایی و آموزشی، راهکارها و توصیه‌ها، فیلمنامه‌ها و نمایشنامه‌ها، مقاله‌ها و...

کتابچه در قطع B5 و A5 و جزوه در قطع A4، گاهی با جلد مقوایی تهیه می‌شوند. از آنجائی که جزوه در برنامه‌های آموزش بهداشت مورد استفاده زیادی دارد، در بخش طراحی رسانه‌های نوشتاری آموزشی، بیشتر آن را مدنظر قرار می‌دهیم.

۲۳ـ جراید (مطبوعات) Publications – روزنامه‌ها، مجلات، بولتن‌ها، ماهنامه‌ها، فصل‌نامه‌ها، خبرنامه‌ها و گاهنامه‌ها، چه بصورت محلی و یا منطقه‌ای و کشوری چاپ شوند، از جمله جراید محسوب می‌گردند. در برخی از حوزه‌های بهداشتی نیز جراید درون بخشی و یا محلی به طبع می‌رسد. این نشریات بصورت شماره مسلسل و پیاپی و با فاصله زمانی منظم برای مدت نامحدود منتشر می‌شوند و حاوی مطالب گوناگونی می‌باشند و از طراحی روی جلد و پشت جلد برخوردارند. در صفحات داخلی آنها از عکس و تصاویر و جدول و نمودار استفاده می‌شود و معمولاً مطالب آن شامل سرمقاله، پاورقی(مطالب دنباله‌دار از شماره‌های قبل)، پیام، اخبار و اطلاعات، گزارش، مصاحبه، داستان و خاطره و ... می‌باشد.

کارکنان بهداشتی علاوه بر اینکه خود می‌توانند نسبت به تهیه و انتشار برخی از آنها اقدام نمایند، در موارد زیر می‌توانند از آنها استفاده کنند:

- تهیه و ارسال پیام، مقاله و خبر بمنظور چاپ در جراید.
- مطالعه بمنظور ارتقای آگاهی، اطلاع از دستاوردهای تازه علمی و پژوهشی در سایر نقاط کشور و جهان، الگوبرداری از اقدامات منعکس

شده و استفاده از آنها در برنامه‌های آموزشی.

- استفاده از تصاویر جالب در برنامه‌های آموزشی و رسانه‌های تولیدی.
- بحث با سایر کارکنان در مورد مطالب مندرج در آنها.
- بایگانی شمارگان نشریات در کتابخانه جهت مطالعه همکاران و به عنوان منبع برای تولید نشریاتی که در حوزه مربوطه تهیه و تدوین می‌گردد.

۲۴ـ کتاب Book – مهم‌ترین رسانه آموزشی نوشتاری آکادمیک و غیر آکادمیک محسوب می‌شود. تألیف و ترجمه و نگارش کتاب به عشق و علاقه و تخصص و صرف مدّت طولانی نیاز دارد.

در بخش بهداشت، به کارکنان بهداشتی توصیه نمی‌شود که الزاماً به نگارش یا تألیف و ترجمه کتاب اقدام نمایند امّا همهٔ آنها و کل جامعه به مطالعه کتاب ترغیب و تشویق می‌شوند. بنابراین توصیه می‌شود بمنظور دستیابی به اطلاعات علمی تازه و تنفس در فضای نشاط‌آور معرفت و دانش ارتباط مستمر خود را با کتاب و کتابخانه حفظ نمائیم.

۲۵ـ بازدید از عرصه، گردش علمی – در بعضی از منابع از بازدیدها و گردش علمی نیز بعنوان رسانه آموزشی نام می‌برند، به این اعتبار که فراگیران شخصاً ناظر بر جنبه‌های بهداشتی و اقدامات واقعی در محیط کار و زندگی مردم بوده و می‌توانند با کارکنان بهداشتی در سطوح محیطی و مردم سؤال و جواب کنند، مشاهدات خود را یادداشت کنند، عکس بگیرند و در مراجعت راجع به آن بحث کنند و در نهایت گزارش کاملی از بازدید و گردش علمی خود تهیه و ارائه نمایند. این بازدیدها و گردشها، آموزش بهداشت را واقعی‌تر کرده و به فراگیران امکان می‌دهد که چیزهای تازه‌ای بیاموزند.

۲۶ـ رسانه‌های شنیداری Audio Aids – در برنامه‌های آموزشی از رسانه‌های شنیداری مانند بلندگوها (آمپلی‌فایر، میکروفون، بلندگوی دستی، دستگاه تقویت صدا یا پیج)، ضبط صوت، تلفن و رادیو استفاده می‌شود.

یکی از متداولترین رسانه‌های شنیداری، **اعلان با بلندگو از طریق وسایل نقلیه مجهز به سیستم صوتی** است که در برنامه‌های بسیج آموزشی، کارناوال‌ها و مانورها و بمنظور اطلاع‌رسانی به جامعه انجام می‌گیرد.

اعلان عمومی از طریق دستگاه‌های تقویت صدا در نمایشگاه‌ها، سازمانها و محل برگزاری مراسم برای کارکنان یا حضار نیز انجام می‌شود. اعلان با بلندگو همراه با موزیک، سرود و پیام می‌باشد. از **بلندگوی دستی** برای هدایت گروه و در مواقع اضطراری بمنظور انتقال پیام و سخنرانی نیز استفاده می‌شود. دستگاه‌های صوتی سالم، قوی و متناسب با ظرفیت تالارها، نقش بسیار مهمی در تفهیم مطالب آموزشی که با استفاده از شیوه‌های مختلف آموزشی ارائه می‌گردد، دارد. در صورت نامناسب بودن وضعیت آنها به اهداف آموزشی بطور کامل دست نخواهیم یافت.

ضبط صوت‌ها، برای ارائه اطلاعات و تقویت پیام بهداشتی بکار می‌روند. یکی از راههای استفاده از آن در برنامه‌های آموزشی، در گروهها می‌باشد که از آنها خواسته می‌شود که نواری را که تهیه شده گوش دهند. نوارها می‌توانند حاوی یک سخنرانی کوتاه(۱۵ ـ ۱۰ دقیقه) باشند، و یا یک بحث گروهی را ضبط کرده و پس از پایان بحث آنرا برای همان گروه و یا گروه‌های دیگر پخش نمایند. در هر حال در استفاده از این رسانه بهتر است از موزیک نیز در ابتدا و یا اواسط برنامه استفاده نمود. می‌توان بحث‌ها را همراه با بیانات کوتاه افراد مهم همراه نموده و یا بصورت نمایشنامه رادیویی تهیه کرده و برای پخش از رادیو(در صورتیکه با تکنیک قوی ضبط شده باشد) آنرا به صدا و سیمای منطقه خود ارسال نمائیم. علاوه بر آن، آنچه در مورد کاربرد اعلان با بلندگو گفته شد در مورد نوارهای ضبط شده نیز کاربرد دارد. لازم است برنامه‌های ضبط صدا در مکانهای مناسب و دور از سروصدا انجام شود و

پس‌از ضبط، بوسیلهٔ برچسب عنوان برنامه، تاریخ ضبط و نام سخنرانان ثبت و مشخص شود.

تلفن، به عنوان یک رسانه ارتباطی در آموزش بهداشت، در سالهای اخیر مورد استفاده قرار گرفته است. به این ترتیب که شماره تلفنهایی از طریق رسانه‌های همگانی بعنوان تلفن مشاور(بهداشتی) به مردم اعلام می‌گردد. در این رسانه که با سیستم رایانه‌ای اداره می‌شود اطلاعات بهداشتی بسیاری وجود دارد که با کدهای مشخص، زمینه مورد سؤال مخاطب را از طریق تلفن پخش می‌نماید.

رادیو، مهمترین وسیله ارتباطی از حیث وسعت انتقال پیام شناخته شده است. فرستنده‌های رادیویی منطقه بزرگی را تحت پوشش قرار می‌دهند. برنامه‌های آموزشی در رادیو به اشکال زیر مورد استفاده قرار می‌گیرد:

> سخنرانی، پیامهای کوتاه، موضوعات خبری و آموزشی، مصاحبه، میزگرد، سرود، داستان، نمایشنامه، و برنامه رادیویی که در فواصل زمانی منظم یا تک برنامه و در مدّت معینی مثلاً ۶۰-۳۰ دقیقه تولید و پخش می‌شود و در آن، **بصورت ترکیبی** از شیوه‌های مختلف استفاده می‌شود.

مهمترین امتیاز رادیو علاوه بر گستردگی انتقال پیام آن به آحاد جامعه، این است که در همه حال(در حین انجام کار) می‌توان به آن گوش کرد و مهمترین اشکال آن ارتباط یکطرفه با مخاطبین است. در هر حال برنامه‌های رادیویی باید همراه با موسیقی باشد.

۲۷-فیلم، ویدئو Film , vidio – مردم فیلم را دوست دارند زیرا فیلم دارای صدا، رنگ و حرکت است و آنان می‌توانند به راحتی با فیلم ارتباط برقرار کنند. فیلمهای ۸ میلیمتری، ۱۶ میلیمتری و ۳۵ میلیمتری (سینمایی) امروزه در برنامه‌های آموزشی کاربرد زیادی ندارند و آنچه رایج است و مورد استفاده قرار می‌گیرد نمایش فیلمهای

ویدئویی از طریق تلویزیون است. اگر چه می‌توان فیلمهای کوتاه ۱۶ میلیمتری را تهیه و تولید نمود و آنرا از طریق سینماهای شهر و قبل از پخش فیلم سینمایی - مانند فیلم‌های تبلیغاتی - به نمایش گذاشت اما آسان‌ترین و مناسب‌ترین راه همان فیلم‌های ویدئویی است زیرا در بسیاری از مراکز، مدارس و سازمان‌ها، تلویزیون و ویدیو وجود دارد و در صورت لزوم می‌توان این رسانه‌ها را به سایر مکانها حمل‌ونقل نمود.

برای ساخت یک فیلم ویدیویی باید به ترتیب **سوژه، طرح فیلم، طرح فیلم‌نامه و فیلم‌نامه**، توسط نویسنده فیلم‌نامه تهیّه شود و سپس **توسط کارگردان فیلم**، فیلمنامه تبدیل به سناریو شده و دکوپاژ (سکانس‌بندی) گردد و مجدداً هر سکانس، دکوپاژ (پلان‌بندی) گردد. چون ساخت فیلم و نوشتن فیلم‌نامه یک کار تخصصی است بنابراین **وظیفه کارمند بهداشتی تنها تهیه سوژه و طرح فیلم می‌باشد.** مونتاژ فیلم هم یک کار تخصصی است و به تجهیزات پیشرفته و مستقلی نیاز دارد. یک فیلم ویدیویی آموزشی نباید بیش از ۶۰-۳۰ دقیقه باشد در غیر این صورت (بویژه در سخنرانی و فیلمهای آموزشی صرف) بهتر است در چند نوبت نمایش داده شود. فیلم را باید برای گروه‌های کوچک و متوسط به نمایش گذاشت و در صورتی که از دستگاه ویدیو پروژکشن (دستگاهی که فیلمهای ویدیویی را به اندازه فیلمهای ۱۶ میلیمتری بزرگ نشان می‌دهد) استفاده شود، می‌توان آن را برای گروه‌های بزرگ هم نمایش داد. در برنامه‌های آموزش بهداشت و ارتقای سلامت، فیلم ویدیویی را می‌توان به شکلها و در زمینه‌های زیر تهیّه و تولید نمود:

- به شکل سخنرانی و در مورد موضوعات علمی و آموزشی
- مهارت در انجام دادن یک عمل با استفاده از انیمیشن (تصاویر متحرک یا کارتون) یا به صورت واقعی
- نمایشنامه‌ها (تأتر)
- برگزاری مراسم بهداشتی انجام شده

- برگزاری جلسات آموزشی در شیوه‌های مختلف بویژه کارگاه آموزشی و سمپوزیوم
- مراحل مختلف اجرای طرحهای بهداشتی (اجرایی، پژوهشی، آموزشی)
- به صورت فیلم مستند ترکیبی (خبری، گزارشی، آموزشی، هنری)
- به صورت فیلم داستانی یا مستند داستانی
- به صورت کلیپ(سرود همراه با تصاویر واقعی متحرک یا ثابت)
- به صورت جُنگ تصویری (فیلمی شامل سرود، میان‌پرده، سخنرانی کوتاه، دکلمه، شعر، موسیقی، کلیپ و...)

فیلمهای بهداشتی را می‌توان از مرکز بهداشت به امانت گرفت. در حین نمایش فیلم برای گروهها، راحتی و ظرفیت فراگیران و سایر جوانب را برای استفاده بهتر از فیلم باید در نظر گرفت. نمایش فیلم می‌تواند رفتارهای جدید را آموزش دهد و بر تغییر و ارتقای نگرش‌ها و ارزشها تأثیر بگذارد.

فیلم استریپ (Film Strip) نیز در حال حاضر کاربرد ندارد ولی ممکن است فیلم و پروژکتور آن در بعضی از مراکز بهداشت موجود باشد. فیلم استریپ نواری است به طول یک یا دو متر از فیلم ۳۵ میلیمتری با یکسری از تصاویر مرتبط به هم که ثابت بوده و مانند اسلاید با استفاده از کلمات، موضوعی را به ترتیب نشان می‌دهد.

۲۸ - تلویزیون Television - امروزه تلویزیون جذابترین وسیلهٔ ارتباطی بشمار می‌رود. تهیه برنامه‌های آموزشی بهداشت در این رسانهٔ همگانی از طریق معاونتهای ارشد سازمان صدا و سیما و وزارت بهداشت انجام می‌گیرد و در استانها در صورتی که سیمای محلی اجازهٔ تولید برنامه محلی داشته باشد می‌توان برنامه بهداشتی تولید نمود.

هر نوع فیلمی راکه بتوان به طریق فیلم ویدیویی تولید نمود ـ آنچنان که در قسمت

فیلم، ویدیو ذکر شد ـ در تلویزیون نیز قابل تولید و نمایش می‌باشد. علاوه بر آن فیلم تلویزیونی را به شکلها و در زمینه‌های زیر نیز می‌توان تهیه و تولید نمود:

- برگزاری جلسات آموزشی با استفاده از شیوه‌های آموزشی نظیر پانل (میزگرد)، فوروم (مناظره)، مصاحبه (گفت و شنود)، پرسش و پاسخ و کنفرانس.
- تهیه تیزر تلویزیونی ـ برنامه‌های کوتاه مدت (کمتر از دو دقیقه) در رابطه با اطلاع‌رسانی و بسیجهای آموزشی نظیر تیزرهای تبلیغاتی کالاهای تجاری.
- ارسال پیام بوسیلهٔ یک شخصیت مهم، تیپ (پزشک، پرستار، کارمند بهداشتی، سالمند، کودک، مادر و ...) و یا یک فرد عادی.
- ارسال پیام بوسیلهٔ زیرنویس در برنامه‌های پر بیننده مثل اخبار یا سریالهای موفق یا فیلم‌های سینمایی در حال پخش.
- فیلم سینمایی یا سریال که موضوع آن دارای پس زمینهٔ بهداشتی باشد.
- فیلمهای ویژه کودک و نوجوان (انیمیشن، عروسکی، کاریکلماتور، مسابقه، نظرخواهی و ...)
- گونه‌های ترکیبی دیگر.

۲۹ـ رایانه‌ها - در قرن حاضر که آن را قرن رایانه‌ها نامیده‌اند، کامپیوترها با سرعتی سرسام‌آور، عرصه اطلاع‌رسانی را در زمینه‌های مختلف از جمله بهداشت و سلامت بنحو عالمگیری به تسخیر خود در آورده‌اند و این انتظار می‌رود که در زمانی نه چندان طولانی با استفاده از تکنیکها و سیستمهای جدید، جذاب و چندوجهی (Multimedia)، این عرصه را منحصر به خود نمایند. زمانی که هر خانواده و هر فراگیر بتواند به کامپیوتر و برنامه‌های آن دسترسی داشته باشد و قادر به استفاده از آن باشد، سایر تکنولوژی‌های آموزشی، قدیمی و از رده خارج می‌شوند. در حال

حاضر نیز برخی از قشرهای تحصیل کرده مردم کشور ما از طریق رایانه، به تازه‌ترین اطلاعات علمی در زمینه‌های حرفه‌ای و تخصصی خود دست می‌یابند.

□□□

در بحث معرفی شیوه‌ها و رسانه‌های آموزشی در این جزوه، ممکن است تعدادی از آنها از قلم افتاده باشند. برای بکارگیری و تسلط بر اجرای هر یک از شیوه‌های آموزشی و تولید و استفاده از هر یک از رسانه‌های آموزشی، مجدداً بر وجود سه شرط لازم تأکید می‌گردد:

۱ـ شرکت در کلاسهای آموزشی ـ تخصصی مربوط به هر یک از شیوه‌ها و رسانه‌های آموزشی با توجه به این نکته که برای احراز تخصص در برخی از آنها، طی مدارج دانشگاهی لازم می‌باشد.

۲ـ مطالعه عمیق و دقیق منابع مستقل و اختصاصی مربوط به هر یک از آنها.

۳ـ حضور در کمیته‌های برنامه‌ریزی و اجرایی برگزاری هر یک از شیوه‌ها و حضور در گروه تهیه و تولید هر یک از رسانه‌ها و تمرین و تکرار.

طراحی رسانه‌های نوشتاری آموزشی

تعدادی از رسانه‌ها بویژه رسانه‌های نوشتاری نظیر پمفلت، لیفلت، فولدر، اطلاعیه، بروشور، کتابچه، جزوه، بولتن، مجله، ماهنامه، خبرنامه، فیلمنامه، نمایشنامه و... کاربرد بیشتری در برنامه‌های آموزشی دارند. بعنوان آخرین مطلب در این جزوه، اختصاراً به طراحی این نوع رسانه‌ها خواهیم پرداخت. اگر چه رسانه‌های نوشتاری تفاوتهای آشکاری با یکدیگر دارند اما هدف همه آنها جلب توجه فراگیران بمنظور خوانده شدن و درک بهتر و بیشتر مفاهیم است. بنابراین اصولی که در طراحی همه آنها باید رعایت شود کم‌وبیش مشابه و مشترک می‌باشد.

جـــزوه، یکی از کامل‌ترین رسانه‌های نوشتاری آموزشی است و انواع گزارش‌ها (گزارش عملکرد، بازدید و ...)، مطالب تئوریک آموزشی و علمی، طرح‌ها و برنامه‌ها و... در قالب جزوه تهیه می‌شود. بنابراین بحث طراحی رسانه‌های نوشتاری آموزشی با نظر کلی به این رسانه صورت می‌گیرد.

نسخه دست‌نویس یک رسانه نوشتاری اعم از اینکه تألیف باشد یا نگارش، ترجمه باشد یا تحقیق، مراحلی را طی می‌نماید تا به شکل کامل و نهایی خود برسد. بررسی این مراحل موضوع بحث ما نیست.

نسخه دست‌نویس نهایی باید دارای شرایط زیر باشد:

۱ـ بر روی یک طرف کاغذ نوشته شده باشد.

۲ـ دست‌نویس، چک‌نویس، نیست بنابراین باید تمیز و بدون خط خوردگی و پاک‌نویس شده باشد.

۳ـ با قلم یک اندازه و یک رنگ (آبی یا مشکی) و با خط خوانا نوشته شده باشد(نه خیلی ریز و نه خیلی درشت ـ بویژه اصطلاحات و کلمات خارجی که به فارسی یا خارجی نوشته می‌شود).