

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی اصفهان

مرکز آموزشی درمانی الزهرا(س)

دستورالعمل انتشارات رسانه های علمی و فرهنگی

عنوان

معرفی دستورالعمل :

این دستورالعمل در راستای اهداف استراتژیک مرکز آموزشی درمانی الزهرا (س) و به منظور توسعه و پیشبرد اهداف آموزشی و پژوهشی توسط کارشناسان صاحب نظر در این زمینه تهیه و تدوین گردیده است.

حوزه خط مشی:	افزایش کیفیت رسانه های داخل بیمارستانی	شماره نسخه:	نسخه اول	تعداد صفحات:	9 صفحه
تاریخ تدوین:	اسفند ماه 1390	مدیریت / گروه تأیید کننده:	معاونت آموزشی و پژوهشی / معاونت درمان / مدیریت خدمات پرستاری / مدیریت روابط عمومی و ارتباطات مردمی	ضمائم	دارد
تاریخ آخرین ویرایش:		نویسنده / تهیه کننده:	دفتر آموزش سلامت به بیمار گروه حاکمیت بالینی و مدیریت برنامه ریزی و ارزیابی عملکرد		
تاریخ ویرایش مجدد:	اسفند ماه 1391				

منابع: طرح اجرایی کمیته انتشارات مرکز بهداشت استان اصفهان، زمستان 1383

مدیر عامل مرکز (ابلاغ کننده)	رئیس گروه حاکمیت بالینی	کارشناس حاکمیت بالینی	افراد مشاور:				
دکتر پرویز کاشفی مهر و امضاء	دکتر سعید عباسی مهر و امضاء	شیما صفازاده	دکتر کامیار مصطفوی زاده قائم مقام معاون آموزشی و پژوهشی		دکتر حمید گنجی معاون پشتیبانی و توسعه		
		مهر و امضاء	مهر و امضاء		مهر و امضاء		
		احمد زارعی	محمود نصر اصفهانی مسئول دفتر آموزش سلامت	شیرین السادات هادیان مدیر برنامه ریزی و ارزیابی عملکرد	محسن موفق مدیر روابط عمومی و ارتباطات مردمی	مهناز رحمانی منش مدیر خدمات پرستاری و مراقبتی	
		مهر و امضاء	مهر و امضاء	مهر و امضاء	مهر و امضاء	مهر و امضاء	
		هاجر فدایی	دکتر منصور شیرینی کارشناس مسئول واحد آموزش سلامت مرکز بهداشت		کوکب شریفی سوپروایزر آموزشی		
مهر و امضاء	مهر و امضاء		مهر و امضاء				

مقدمه:

انتخاب رسانه آموزشی مناسب جهت ارتقای سطح علمی کارکنان و فراگیران در مراکز آموزشی درمانی از اهمیت بالایی برخوردار است. این رسانه ها باید بر اساس نیاز مخاطب و با توجه به خصوصیات و ویژگی های آنها از جمله مسائل فرهنگی، سن، جنس، سطح سواد و غیره تهیه شده و محتوی آنها از لحاظ علمی، صحیح، قابل درک، قانع کننده و قابل پذیرش باشند. لذا پیش از آزمون رسانه ها قبل از تولید نهایی اهمیت بسزایی در ارتقاء کیفیت آنان دارد و بدون شک با یک برنامه ریزی دقیق و همچنین نظارت صحیح بر تولید رسانه های داخلی می توان انتظار داشت رسانه هایی استاندارد و با حداکثر اثربخشی تهیه و توزیع گردند. از این رو مرکز آموزشی درمانی الزهرا (س) به منظور ارتقاء سطح کمی و کیفی رسانه های داخلی خود اقدام به تشکیل کمیته انتشارات و تدوین دستورالعمل ذیل نموده است.

خط مشی :

مرکز آموزشی درمانی الزهرا(س) با تدوین این دستورالعمل در راستای ارتقاء و اثربخشی رسانه های علمی و فرهنگی منتشره داخل بیمارستانی و در نهایت بهبود کیفیت آنها گام برمی دارد.

حوزه خط مشی :

راهنمایی و هدایت کلیه ارائه دهندگان رسانه های علمی و فرهنگی و افراد مسئول در امر بررسی کیفیت و اثربخشی آنها در مرکز آموزشی درمانی الزهرا(س) به نحوی که از نتایج آن در حیطه آموزش کارکنان و تعامل با بیمار و جامعه استفاده گردد.

اهداف و نتایج مورد انتظار :

- نظارت بر تهیه و انتشار هر گونه رسانه در مرکز
- تولید رسانه های استاندارد با حداکثر اثربخشی
- بهبود کیفیت رسانه های منتشر شده
- جلوگیری از هدر رفتن منابع انسانی و مالی مؤثر در تولید رسانه

افراد مسئول:

کلیه ی ارائه دهندگان خدمات با تأکید بر مدیر عامل، معاونین، مدیران، سوپروایزرهای آموزشی، واحد آموزش سلامت و مسئول کتابخانه مرکز

تعریف واژه ها :

رسانه: منظور از رسانه مجموعه ابزارها و روش هایی است که برای ایجاد ارتباط با مخاطبان انبوه، جهت دستیابی به مقاصد آموزشی بکارگرفته می شود که شامل: پوستر، پمفلت، جزوه، کتاب تألیفی، کتاب ترجمه ای و فیلم است.

فراگیران: به کلیه دانشجویان رشته های مختلف پزشکی و پیراپزشکی مرکز که در حال گذراندن دوره های آموزشی و کسب مهارت های لازم می باشند، گفته می شود.

اثر بخشی: به میزان تأثیرگذاری رسانه منتشر شده بر روی گروه هدف که منجر به دستیابی به هدف اصلی تهیه کننده رسانه می گردد، اطلاق می شود.

انتشار: به مجموعه ی فعالیتهایی که منجر به ایجاد و توزیع هر یک از انواع رسانه های موجود می گردد، گفته می شود.

پمفلت: نوعی رسانه آموزشی است که در ابعاد کاغذ A4 تهیه می شود، به طور معمول به سه قسمت تقسیم شده و تقویت کننده یادگیری برای جلسات گروهی و آموزشهای فردی می باشد.

کتابچه: یکی از انواع رسانه های آموزشی است که مطالب آموزشی موجود در آن در حجمی کمتر از مطالب به کار رفته در کتاب بیان می شود.

فیلم آموزشی: یکی از انواع رسانه های تأثیرگذار است که ضمن جذب مخاطب به طرق مستقیم و غیر مستقیم، آموزش را امکان پذیر میکند. در این دستورالعمل منظور فیلم هایی است که با هدف آموزش مستقیم یا غیر مستقیم اعضای هیئت علمی، کارکنان، فراگیران و بیماران مرکز تهیه و تولید می گردد.

پوستر: یکی از انواع رسانه های آموزشی است که درباره ی یک رویداد به طیف وسیعی از مخاطبین آگاهی میدهد و در آن اطلاعات یا شرح تصویر بسیار محدود و کم حجم به کار برده شده است.

دسترسی های (لینک های) آموزشی وب سایت مرکز آموزشی درمانی الزهرا(س): منظور (دسترسی های) لینک های سوپروایزر آموزشی، آموزش کارکنان و آموزش سلامت به بیمار است که امکان دسترسی به آنها از طریق سایت مرکز آموزشی درمانی الزهرا(س) فراهم شده است.

تیزر تلویزیونی: در این دستورالعمل منظور پیام های آموزشی یا تبلیغاتی است که با استفاده از صدا و تصویر از طریق شبکه تلویزیونی داخلی مرکز به مخاطبان ارائه می گردد.

اعضاء کمیته انتشارات:

اعضای کمیته انتشارات شامل معاون درمان، معاون پشتیبانی و توسعه، معاون آموزشی و پژوهشی، مدیر خدمات آموزشی و پژوهشی، مدیر خدمات پرستاری و مراقبتی، مدیر برنامه ریزی و ارزیابی عملکرد، مدیر روابط عمومی و ارتباطات مردمی، کارشناس مسئول حاکمیت بالینی، مسئول واحد آموزش سلامت به بیمار، سوپروایزر آموزشی، سوپروایزر مامایی و مسئول کتابخانه می باشند که با ابلاغ از طرف مدیر عامل مرکز تعیین می گردند.

زمان و مکان برگزاری جلسات کمیته انتشارات:

۱. زمان برگزاری جلسات کمیته به صورت ماهیانه و بر حسب نیاز می باشد.
۲. مسئول دبیرخانه کمیته های مرکز موظف است یک هفته قبل از برگزاری کمیته، زمان و مکان برگزاری را به صورت تلفنی و یا ارسال پیام کوتاه به کلیه اعضای کمیته اطلاع رسانی نماید.
۳. مکان برگزاری جلسات در سالن جلسات حوزه ریاست می باشد.

اصول کلی انتشارات:

۱. ریاست کمیته انتشارات برعهده ی معاون درمان مرکز بوده و مسئول دفتر آموزش سلامت به بیمار، دبیر این کمیته می باشد.
۲. محل دائمی دبیرخانه کمیته انتشارات در دفتر آموزش به سلامت بیمار در مرکز می باشد.
۳. رسانه های مطرح شده در کمیته برحسب نوع آن، از لحاظ محتوی علمی زیر نظر حداقل یک کارشناس منتخب بررسی و امتیازدهی می شوند.
- تذکر: کارشناس منتخب می بایست از نظر علمی متناسب با نوع رسانه مطرح شده مورد تأیید دبیر کمیته انتشارات قرار گیرد.
۴. رسانه ها از لحاظ تکنیکی (رنگ، فونت، استفاده مناسب از تصاویر، رساندن پیام به گروه هدف و ...) توسط اعضای کمیته انتشارات مورد بررسی و تأیید قرار می گیرند.
۵. وجود اطلاعات لازم و کافی در زمینه ضرورت تولید رسانه (ترجیحاً با آمار)، اعتبار منابع، فواید رسانه و اطلاعاتی در مورد جمعیت هدف جهت تعیین تعداد تیراژ الزامی است.
۶. رسانه ای که مورد تأیید شورای انتشارات قرار می گیرد ضروری است حداکثر تا یک سال پس از تاریخ تصویب، انتشار یابد، در غیر اینصورت مجوز مجدد شورا برای انتشار آن الزامی است.
۷. موضوع رسانه باید منطبق با نیازهای آموزشی اولویت دار واحد ذیربط باشد.
۸. موضوع رسانه باید در راستای رشته تحصیلی یا رشته کاری (واحد محل اشتغال) تهیه کننده رسانه باشد.
۹. در خصوص ذکر اسامی افرادی که در تهیه رسانه های مکتوب نقش داشته اند، ضروری است تنها نام افراد کلیدی نظیر مؤلف، گردآورنده و ویراستار بر روی جلد ثبت گردد و برای درج نام سایر افراد از صفحات داخلی رسانه استفاده شود.
۱۰. کلیه ی رسانه های تولید شده می بایست بعد از اخذ شرایط اولیه رسانه جهت طرح در کمیته انتشارات توسط تهیه کننده به دبیر کمیته انتشارات تحویل داده شوند.
۱۱. ضروری است در تهیه مطالب رسانه ها از منابع معتبر و جدید استفاده نمود و از استفاده از منابعی نظیر مجلات غیرمعتبر پرهیز شود.

۱۲. ضروری است ذکر منابع براساس الگوی ونکوور باشد (اسم فامیل، حرف اول اسم کوچک، عنوان کتاب یا مقاله، شماره چاپ، محل انتشار، ناشر، سال انتشار، شماره جلد، صفحات مورد استفاده).

۱۳. رسانه های ارسالی به کمیته انتشارات (رسانه هایی که شرایط اولیه جهت طرح در کمیته انتشارات را اخذ نمودند) بر اساس فرم ارزیابی رسانه توسط کارشناسان مربوطه مورد بررسی قرار می گیرند و نتیجه بررسی حداکثر ظرف مدت یک ماه توسط دبیر کمیته به تهیه کننده رسانه ارجاع می گردد.

ویژگی رسانه هایی که در کمیته انتشارات مورد بررسی قرار می گیرد (شرایط اولیه جهت بررسی رسانه):

الف - شناسنامه رسانه بصورت دقیق و کامل تکمیل شده باشد.

ب- نام تهیه کننده یا تهیه کنندگان اصلی در آن قید شده باشد. (به کار بردن اسامی اشخاصی که در تهیه رسانه نقش مؤثر نداشته اند تحت عناوینی مثل "با مشارکت"، "تحت نظارت" و امثال آن به هیچ وجه مجاز نمی باشد). در صورتی که ذکر اسامی تولیدکنندگان در رسانه به شکل اصلی آن خدشه وارد ننماید، میتوان اسامی تولیدکننده یا تولیدکنندگان رسانه هایی که مورد تأیید قرار گرفته را ترجیحاً در قسمت انتهایی رسانه عنوان نمود و تنها این گواهی ملاک اعطای امتیازات مربوط به تولیدکنندگان می باشد.

حداکثر تعداد افراد تولید کننده یک رسانه:

- | | |
|---|--|
| (1) پوستر حداکثر 2 نفر | (2) پمفلت حداکثر 1 نفر |
| (3) کتابچه حداکثر 3 نفر | (4) کتاب ترجمه شده به ازاء هر 50 صفحه حداکثر 1 نفر |
| (5) کتاب تألیفی به ازاء هر 50 صفحه حداکثر 2 نفر | |

نکات قابل توجه در تهیه رسانه:

الف) نکات قابل توجه در ارزیابی فیلم آموزشی ویدئویی:

- محتوی فیلم می بایست از دقت، یکپارچگی، جذابیت، عدم تناقض، شفافیت و سادگی برخوردار باشد.
- محتوی فیلم می بایست متناسب با زمان فیلم و خصوصیات مخاطب و قابل کاربرد برای مخاطب باشد.
- محتوی فیلم می بایست دارای خلاقیت و نوآوری باشد.

- فیلم می بایست شامل تاریخ، محل تولید، مؤسسه تولیدکننده، مشخصات کارگردان، مشخصات نویسنده و مشخصات تهیه کننده آن باشد.
- فیلم آموزشی می بایست اهداف آموزشی خود را برای مخاطب تشریح نماید.
- فونتهای متنی فیلم (نوع و اندازه)، وضوح و شفافیت تصویر می بایست برای استفاده مخاطب مناسب باشد.
- در فیلم آموزشی می بایست گفتار و تصویر همراه و همزمان باشد.
- ضروری است جهت تولید فیلم آموزشی، مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی استان، روابط عمومی و حراست مرکز اخذ گردد.

ب) نکات قابل توجه در ارزیابی پوستر:

- ابعاد مناسب پوستر 60*90 سانتی متر می باشد.
- تعداد رنگهای مورد استفاده در پوستر می بایست حداقل 2 رنگ و حداکثر 4 رنگ باشد.
- در زمینه پوستر می بایست از رنگ سفید استفاده شود.
- برای افزایش کارایی و تأثیر پوستر می بایست از رنگهای تند و متضاد استفاده شود.
- پوستر می بایست تنها حالت شعار داشته باشد و شعار آن کوتاه و به اندازه کافی درشت باشد.
- شعار پوستر می بایست پرمعنی و باعث جلب توجه مخاطب شود، بطوری که با حداقل کلمات، حداکثر انتقال پیام را در برداشته باشد.
- تصویر پوستر می بایست واضح، مطابق با پیام نوشتاری، جذاب و روشن باشد.
- تعداد عکس و نقاشی های پوستر می بایست محدود باشد.
- پس زمینه پوستر می بایست با محتوی آن ارتباط مناسب داشته باشد.
- برای درک بهتر افراد کم سواد می بایست از سمبل ها و نمادها استفاده شود.
- در ارائه پیام نوشتاری پوستر می بایست از کلمات کم، ساده و قابل درک استفاده شود.
- نام سازمان یا مؤسسه تهیه کننده و نام تهیه کننده/تهیه کنندگان پوستر (گوشه پوستر بصورت ریز) بیان شود.
- کارشناس مربوط به ارزیابی پوستر 1 نفر می باشد و مدت ارزیابی آن 1 هفته است.

ج) نکات قابل توجه در ارزیابی کتابچه:

- اهداف آموزشی در هر فصل کتابچه می بایست به تفکیک بیان شود.
- جلد کتابچه می بایست جذاب و مرتبط با عنوان آن باشد.
- تعداد صفحات کتابچه می بایست حداقل 12 و حداکثر 32 صفحه باشد.
- منابع کتابچه می بایست مشخص باشد.
- محتوا کتابچه می بایست ساده، مرتبط با اهداف آموزشی، قابل فهم و متناسب برای گروه هدف باشد.

- اطلاعات کتابچه می بایست ساده و قابل فهم و شامل جملات کوتاه باشد.
- تصاویر موجود در کتابچه می بایست به تفکیک هر صفحه متناسب با متن آن و ساده، جذاب و معرف محتوای کتابچه باشد.
- نام تهیه کننده/تهیه کنندگان می بایست روی جلد یا صفحه اول یا صفحه آخر کتابچه به گونه ای مشخص درج گردد.
- کارشناس مربوط به ارزیابی کتابچه حداکثر 3 نفر می باشد و مدت ارزیابی آن 2 هفته است.

د) نکات قابل توجه در ارزیابی پمفلت:

- مطالب و تصاویر موجود در پمفلت می بایست با شرایط محلی منطبق باشد.
- تصاویر موجود در پمفلت می بایست از جذابیت لازم برخوردار باشد.
- مطالب موجود در پمفلت می بایست با زبانی ساده و قابل فهم بیان شود.
- پیام های ارائه شده در پمفلت می بایست کوتاه و مرتبط با موضوع باشد.
- از ارائه پیام های منفی حتی الامکان می بایست خودداری شود.
- صفحه آرای و طراحی متن پمفلت می بایست از مطلوبیت لازم برخوردار شود.
- در صفحه روی جلد می بایست نام و نشان سازمان متبوع، عنوان، تصویر متناسب با موضوع، نام فرد، نام واحد یا مرکز تهیه کننده و تاریخ انتشار آن قید گردد.
- ذکر نام تهیه کننده/تهیه کنندگان پمفلت در روی جلد یا صفحه آخر آن و ذکر نشانی و شماره تماس جهت کسب اطلاعات بیشتر در صفحه پشت جلد پمفلت الزامی است.
- کارشناس مربوط به ارزیابی پمفلت 1 نفر می باشد و مدت ارزیابی آن 1 هفته است.

ه) نکات قابل توجه در ارزیابی تیزر تلویزیونی:

- زمان بندی تیزر تلویزیونی مناسب، می بایست بین 10 ثانیه تا 3 دقیقه باشد.
- مطالب به کار رفته در تیزر تلویزیونی می بایست معتبر، ساده و روشن باشد.
- در انتخاب کلمات پیام تیزر تلویزیونی می بایست دقت کافی به کاربرده شود.
- محتوی پیام تیزر تلویزیونی می بایست منافع مطالب را برای مخاطب بیان کند.
- محتوی تیزر تلویزیونی می بایست کاربردی و مطابق با شرایط فرهنگی جامعه باشد.
- کیفیت تیزر تلویزیونی می بایست از نظر صدا و تصویر مطلوبیت کافی داشته باشد.

و) نکات مطرح در ارزیابی لینک های آموزشی سایت:

- سازماندهی صفحه اول لینک آموزشی سایت می بایست متناسب باشد.
- رسالت و اهداف لینک آموزشی سایت می بایست به صورت شفاف بیان شود.

- منابع اطلاعات ارائه شده در لینک آموزشی سایت می بایست معتبر باشد.
- عبارات به کار رفته در متن های موجود در لینک آموزشی سایت می بایست از نظر آیین نامه نگارش و املائی صحیح نوشته شده باشد.
- تناسب محتوا و مطالب ارائه شده در لینک آموزشی سایت می بایست با خصوصیات مخاطبین تناسب داشته باشد.
- محتوا و مطالب موجود در لینک آموزشی سایت برای مخاطبین جذاب باشد.
- مطالب ارائه شده در لینک آموزشی سایت می بایست مورد پذیرش مخاطبین باشد.