

رسانه های الکترونیکی

ویدئوکلیپ آموزشی (شامل برنامه و تیزر تلویزیونی و فیلم های آموزشی)

تعریف

ابزاری مفید برای بالا بردن سطح آگاهی مخاطب و ایجاد تغییر رفتار ساده در بین افراد جامعه است. فیلم عبارتست از یک نمایش حاوی تصاویر متحرک و صدا دار که از قرارگیری تصاویر ثابت پشت سرهم و با سرعت بالا در مقابل چشم ایجاد می گردد. فیلم دارای انواع تعریف شده ای از جمله فیلم داستانی، فیلم مستند، فیلم بوم شناسی و فیلم آموزشی است. فیلم داستانی که اکثر فیلم های تجاری نیز در این گروه قرار می گیرند، دارای یک داستان می باشد و سازندگان فیلم تمام شرایط را برای روایت این داستان به دلخواه خود تغییر می دهند. فیلم مستند به تصویر کشیدن جریان طبیعی زندگی است که در آن سازنده فیلم فقط زاویه دید خود را با یک واقعیت تنظیم می کند. فیلم بوم شناسی عبارتست از فیلم هایی که برای آشنایی با فرهنگ های مختلف معمولاً ناشناخته جهان ساخته می شود و می تواند ماهیت مستند یا داستانی داشته باشد.

فیلم آموزشی که رسالت اصلی آن آموزش مخاطب می باشد از مصاحبه با افراد صاحب نظر، داستانی که توسط فردی آگاه نوشته شده باشد و تصاویر و اشکال گرافیکی برای مفهوم نمودن موضوع مورد آموزش حداکثر استفاده را بعمل می آورد. برنامه تلویزیونی نیز در این دسته از رسانه های آموزشی قرار می گیرد. یک برنامه تلویزیونی نیز می تواند سریال، فیلم داستانی و مصاحبه هایی باشد که دانشگاه ها و مراکز آموزش سلامت، با قصد آموزش بهداشت تهیه نموده اند.

محیطی که یک فیلم آموزشی در آن اتفاق می افتد معمولاً با موضوع مورد آموزش مرتبط می باشد و برحسب طبیعت موضوع می تواند از هر یک از انواع ذکر شده فیلم برای آموزش بهره گیرد.

ویژگی ها

به طور کلی فیلم های آموزشی به دلیل کاربرد تصاویر متحرک، صدا و معمولاً محتواهای سرگرم کننده، برای مخاطب جذاب هستند. امکان تکثیر و توزیع در حجم گسترده دارند و طیف وسیعی از افراد از سنین مختلف و با توانایی های مختلف تحصیلی را پوشش می دهند. در فیلم آموزشی یا کلیپ های ویدئویی، زمان انتقال پیام توسط مخاطب تعیین می شود.

فیلم های آموزشی و برنامه های تلویزیونی، عمدتاً هزینه بر و گران بوده و به امکانات دیداری و شنیداری و دقت بالا در تولید نیاز دارند. در فیلم های آموزشی امکان تعامل بین مخاطب و محتوای پیام وجود ندارد.

در مورد برنامه های تلویزیونی که بخشی از این دسته رسانه ها محسوب می شوند، ویژگی های کلی همانند سایر ویدئوکلیپ ها می باشد. یک برنامه تلویزیونی مخاطبین بسیاری در جامعه را تحت پوشش قرار می دهد و جنبه های مختلفی از موضوعات را مورد بحث قرار داده و با استفاده از پیام های شنیداری و دیداری اثربخشی بیشتری در مخاطبان خود خواهد داشت و توانایی تغییر رفتارهای ساده در مخاطبان خود دارد.

دو ویژگی برنامه های تلویزیونی این است که ممکن است در طول برنامه پیام ار سالی کمرنگ شده و چون انتقال پیام یک سوپه است، برای اطمینان از دریافت مطلب از سوی مخاطب، نیاز به پیگیری مخاطب دیده می شود.

1-1-3 معیار ارزشیابی

برای ارزشیابی یک ویدئو کلیپ آموزشی، از هر نوع برنامه های تلویزیونی یا فیلم های ویدئویی و یا تیزرهای تلویزیونی به سه بعد مفاهیم، ساختار و اجرای برنامه دقت می شود؛

نکات مهم در ارزشیابی	موضوعات	بعد ارزشیابی
<p>تعیین اهداف، تهیه پیش نویس یا طرح تیزر یا برنامه، نوشتن جملات و ویرایش</p> <p>اگر 4 مورد فوق توسط افراد صاحب نظر در امر سلامت و بهداشت انجام شده: 5</p> <p>اگر 3 مورد فوق توسط افراد صاحب نظر در امر سلامت و بهداشت انجام شده: 4</p> <p>اگر 2 مورد فوق توسط افراد صاحب نظر در امر سلامت و بهداشت انجام شده: 3</p> <p>اگر 1 مورد فوق توسط افراد صاحب نظر در امر سلامت و بهداشت انجام شده: 2</p> <p>اگر افراد صاحب نظر فقط در مقام مشاوره (غیرحضور ی یا حضوری) برای تهیه تیزر مشارکت داشته اند: 1</p> <p>1- متن تیزر تا چه حد با مطالب علمی به صورت عام (مفاهیم و حقایق پزشکی و بهداشت) انطباق دارد؟ (زیر 50٪ امتیاز 1 و 2، 50 تا 75٪؛ 3 و 4، بیش از 75٪؛ 5).</p> <p>2- متن تیزر و مفاهیم آن تا چه حد با مطالب موجود در آخرین رفرنس های علمی موجود مطابقت دارند؟ (زیر 50٪ امتیاز 1 و 2، 50 تا 75٪؛ 3 و 4، بیش از 75٪؛ 5).</p>	دقت	ارزشیابی
<p>1. منظور این است که در طول برنامه اطلاعات یک دست و بدون تناقض ارائه شود.</p> <p>2. مطالبی که هنوز از نظر علمی قطعیت نیافته اند، در برنامه ارائه می شوند یا خیر؟</p> <p>3. توالی و ترتیب منطقی بین مطالب مطرح شده در برنامه را ارزیابی کنید.</p>	عدم تناقض و یکپارچگی	ارزیابی مفاهیم
<p>1. ارزیابی برنامه از نظر عدم ارائه مطالب مبهم و گنگ ارزیابی می شود.</p> <p>2. هم متن وهم بیان پیام مبنای اعمال ارزشیابی قرار می گیرند.</p> <p>3. در مورد گویا بودن تصاویر قضاوت شود.</p>	شفافیت	برنامه
<p>جذابیت پیام منوط است به این که کیفیت تولید مناسب با تاکید بر جاذبه های مثبت داشته باشد. جاذبه هایی که برای مخاطب دلپذیر باشد صدای زیبا، همکاری با افراد حرفه ای یا موسیقی مناسب در ایجاد جذابیت مؤثرند. ارائه راه حل برای مشکل مطرح شده نیز در جذاب شدن محتوای پیام مؤثر خواهد بود.</p> <p>a. به هریک از آیتم های زیر 1 نمره تعلق می گیرد:</p> <ul style="list-style-type: none"> • موسیقی متناسب • ترجیح جاذبه مثبت به منفی • کیفیت تولید • همکاری با افراد حرفه ای <p>b. اگر راهکار ارائه شده ← 5 امتیاز؛ اگر نشده ← 1 امتیاز</p> <p>c. استفاده از افراد سرشناس ورزشی، سینمایی، موسیقی و سیاسی می تواند پایه ارزیابی این سؤال قرار گیرد.</p>	جذابیت	تلویزیونی
<p>1- در صورت استفاده از افراد سرشناس به سؤال زیر پاسخ دهید. در غیر این صورت از پاسخ دادن صرف نظر شود.</p> <p>2- هر یک از آیتم های زیر 1 نمره کسب می کند:</p>	مقبولیت	

		<ul style="list-style-type: none"> • خوش نام بودن • معروف بودن (به نیکی)، مقبولیت عام از نظر مخاطب • نداشتن نفع مالی
	خلاقیت	ارزیاب میتواند برحسب این که برنامه تا چه حد از نظر ساختاری، تازه و ابتکاری است و شیوه های بیان مطلب جذاب و بدون سابقه است، ارزیابی را انجام دهد.
	مناسبت داشتن	میزان پیچیده بودن مطالب ارائه شده با توجه به این که گروه هدف برنامه، چه گروهی هستند باید ارزیابی شود.
ساختار	کیفیت ساخت	<ol style="list-style-type: none"> 1. ارزیاب باید شکل برنامه تولید شده را با اهداف و گروه هدف برنامه سنجش کنید. 2. کیفیت وضوح و مشخص بودن تمام کلمات برنامه تلویزیونی ارزیابی شود. 3. کیفیت از نظر وضوح تصویر و شفافیت آن، نرمال بودن تیم حرکت و سینک بودن صدا و تصویر، مبنای ارزیابی است.
	جذابیت	ارزیاب با استفاده از معیارهایی مانند استفاده از شخصیت های محدود، استفاده از موسیقی، هیجان و افراد معروف (در حدی که پیام اصلی را کمرنگ نکند)، برنامه را ارزشیابی می کند.
	خلاقیت	ارزیاب میتواند برحسب این که برنامه تا چه حد از نظر ساختاری، تازه و ابتکاری است و شیوه های بیان مطلب جذاب و بدون سابقه است، ارزیابی را انجام دهد. (امتیاز بر اساس طیف خیلی کم-1، کم-2، متوسط-3، زیاد-4، خیلی زیاد-5)
	پیش آزمون	انجام پیش آزمون و استفاده از نتایج آن در ارزیابی برنامه، کاربرد اساسی دارد: 1- اگر پیش آزمون نشده، از پاسخ گویی به سؤالات زیر خودداری شود. اگر انجام شده : - کیفیت انجام آن از نظر اصول متدولوژیک و آماری بررسی شود. - پاسخ دادن به این سؤال مبتنی بر میزان تاثیر نتایج پیش آزمون در تولید نهایی تیزر یا برنامه است
اجرا	ارزیابی اجرا	<ol style="list-style-type: none"> 1- با توجه به این که هر شبکه تیپ خاص بینندگان خود را دارد، ارزیاب تناسب برنامه و شبکه ی پخش کننده را بررسی می کند. 2- برای تشخیص تناسب زمان پخش تیزر می توان از آیتم های زیر استفاده کرد: <ul style="list-style-type: none"> • روزی که تیزر پخش شده • ساعتی که تیزر پخش شده • تعداد روزها یا دفعاتی که تیزر پخش شده 3- نحوه اطلاع رسانی برای جلب توجه مخاطب باید ارزیابی شود.

نکات مهم در ارزشیابی	موضوعات	بعد ارزشیابی
<p>1- متن تیزر تا چه حد با مطالب علمی به صورت عام (مفاهیم و حقایق علم پزشکی و بهداشت) انطباق دارند؟ (امتیاز بر اساس طیف خیلی کم-1، کم-2، متوسط-3، زیاد-4، خیلی زیاد-5)</p> <p>2- دقت در نگارش از نظر ادبی و بدون اشکال بودن از نظر دستور زبان و هم از نظر رسا بودن و توانایی در انتقال پیام به مخاطب بررسی می شود. (هر آیت 1 نمره)</p> <p>3- متن تیزر و مفاهیم آن تا چه حد با مطالب موجود در آخرین منابع علمی موجود مطابقت دارند؟ (امتیاز بر اساس طیف خیلی کم-1، کم-2، متوسط-3، زیاد-4، خیلی زیاد-5)</p>	دقت	
<p>1- منظور هماهنگی فعالیت های انجام شده توسط سیستم سلامت (وزارت بهداشت) و سایر نهادهای اجرایی در کشور است.</p> <p>2- اطلاعاتی که از سایر قسمت های نظام سلامت یا رسانه ها منتشر می شوند تا چه حد با پیام فیلم هماهنگی دارند؟ (امتیاز بر اساس طیف خیلی کم-1، کم-2، متوسط-3، زیاد-4، خیلی زیاد-5)</p>	عدم تناقض و یکپارچگی	ارزیابی
<p>جذابیت پیام منوط است به این که کیفیت تولید مناسب و تاکید بر جاذبه های مثبت داشته باشد. جاذبه هایی که برای مخاطب دلپذیر باشد صدای زیبا، همکاری با افراد حرفه ای یا موسیقی مناسب در ایجاد جذابیت مؤثرند. ارائه راه حل برای مشکل مطرح شده نیز در جذاب شدن محتوای پیام مؤثر خواهد بود.</p> <p>a. معیارهای مورد بررسی می تواند تازه بودن موضوع، گستردگی ابعاد یا عوارض آن و تاثیر گسترده ی آن بر سلامت جامعه یا مناسبت داشتن زمانی آن باشد. (هر مورد 1 امتیاز)</p> <p>b. استفاده از جلوه های ویژه صوتی و تصویری مبنای مقایسه و امتیازدهی خواهد بود.</p> <p>c. استفاده از مکان ها و تجهیزات واقعی، معیار امتیازدهی است.</p>	جذابیت	مفاهیم و محتوا فیلم
<p>ساده بودن و پرهیز از اصطلاحات تخصصی و پیچیده علمی و ادبی، بیان نحوه ی کمک کردن اطلاعات ارائه شده به افراد، پرهیز از تکرار و طولانی کردن جملات، تاکید بر بیان پیام با ارائه توضیحات و مثال های مناسب برای فهم راحت تر مخاطب.</p> <p>1- ارزیاب ساده بودن، عدم وجود اصطلاحات پیچیده علمی و ادبی و تکراری و پیچیده نبودن جملات را ارزیابی می کنند.</p> <p>2- بر مبنای این که تا چه حد توضیح و مثال در مورد موضوع اصلی فیلم ارائه شده نمره داده می شود. (امتیاز بر اساس طیف خیلی کم-1، کم-2، متوسط-3، زیاد-4، خیلی زیاد-5)</p>	شفافیت	آموزشی
<p>این که سازندگان تا چه اندازه از افراد مورد قبول مخاطبان و منابع مورد اعتماد (معروف و خوشنام بودن) در ساخت فیلم استفاده کرده اند مبنای امتیازدهی خواهد بود.</p>	مقبولیت	
<p>میزان پیچیده بودن مطالب ارائه شده با توجه به این که گروه هدف برنامه، چه گروهی هستند باید ارزیابی شود.</p>	مناسبت داشتن	
<p>شناسنامه فیلم همان مشخصات فیلم است که در تیتراژ ابتدا و پایانی فیلم درج می شود. در این شناسنامه اطلاعاتی در مورد سازندگان، سفارش دهندگان، تاریخ و مکان تولید، حامیان مالی و معنوی و احتمالاً مشخصاتی برای تماس مخاطب با تولیدکنندگان ارائه می گردد.</p>	شناسنامه	

		<p>1- مشخص بودن هریک از آیتم های ذکرشده در متن سؤال، 1 نمره دارد.</p> <p>2- مشخص بودن هریک از مواردی که در متن سؤال ذکرشده، معادل 1 نمره در نظر گرفته می شود.</p> <p>3- هریک از موارد زیر در صورت ارائه شدن 1 نمره خواهند داشت:</p> <p>4- آدرس یا صندوق پستی - تلفن یا فاکس - آدرس پست الکترونیک - وب سایت</p> <p>5- بسته به ارائه میزان توضیحات برای گروه سنی مناسب یا نحوه استفاده از فیلم، به فیلم نمره داده می شود.</p>
<p>ساختار فیلم آموزشی</p>	<p>کیفیت فیلم</p>	<p>کیفیت فیلم آموزشی:</p> <p>در این آیتم فاکتورهای کیفی فیلم مورد بررسی قرار می گیرند، به دلیل تخصصی بودن بحث کیفیت ساخت، سؤالات جنبه‌ی عام داشته و با دید ارزیاب، ارزیابی می شوند.</p> <p>1- 1. میزان انطباق محصول تولید شده با اهداف طرح شده در ابتدای پروژه. این که آیا اهدافی که از تولید فیلم مد نظر بوده، برآورده شده اند یا خیر.</p> <p>2- 2. وضوح صداها و مکالمات و مناسب و زیبا بودن تن صدای گویندگان، مقیاس امتیاز دهی خواهند بود.</p> <p>3- 3. مناسب و زیبایی و جذابیت موسیقی فیلم مبنای نمره دهی است.</p> <p>4- 4. کیفیت تصویر از نظر وضوح و شفافیت و بدون خش بودن، معیار امتیازدهی این سؤال است.</p>
	<p>خلاقیت</p>	<p>1- 1- ارزیاب با سابقه ی ذهنی یا عینی از نمونه های مشابه، در مورد تفاوت فیلم حاضر قضاوت کرده و نمره می دهد.</p> <p>2- 2- اینکه ساختار فیلم تا چه حد بدیع و غیر تکراری است و ایده های بصری و صوتی و نمایشی جدیدی ارائه شده یا خیر، مبنای امتیازدهی به این سؤال است (هرآیتم فوق 1 نمره). (امتیاز بر اساس طیف خیلی کم-1، کم-2، متوسط-3، زیاد-4، خیلی زیاد-5)</p>
	<p>منابع</p>	<p>1- 1- آیا منابع مورد استفاده در تهیه فیلم اعلام شده و اگر شده تمام آنها اعلام شده یا خیر. امتیاز بر حسب نسبت مبلغی که استفاده و اعلام شده اند تعیین می شود.</p> <p>2- 2- منابع ذکر شده تا چه حد به تاریخ ساخت فیلم نزدیک بوده اند؟ با گذشت هر 3 سال از انتشار منبع مورد استفاده، 1 امتیاز کم می شود. (تا 2 سال پیش از تولید ← 5، تا 4 سال ← 4، تا 6 سال ← 3، تا 8 سال ← 2، بیش از 8 سال ← 1 امتیاز).</p>
	<p>پیش تولید و تولید</p>	<p>3- 3- پیش تولید، ساخت نمونه اولیه از فیلمنامه است که مورد پیش آزمون قرار می گیرد. گاهی به دلیل محدودیت های اجرایی یا زمانی این مرحله حذف شده و فیلمنامه ابتدایی، مستقیماً نهایی می شود. پیش آزمون معمولاً نمایش خصوصی برای افراد صاحب نظر است که می تواند منجر به ایجاد تغییراتی در محصول نهایی گردد.</p> <p>4- 1- نیازی به توضیح ندارد.</p> <p>5- 5- اگر نمونه گیری منطبق بر روش علمی آن باشد ← 5 و اگر نباشد ← 1</p> <p>6- 6- ارزیابی کیفیت فیلم پیش تولید شده بر مبنای کیفیت صوتی، تصویری، منطبق بودن بر اهداف و خلاقیت (نوآوری) انجام می شود (هرآیتم 1 امتیاز).</p> <p>7- 7- زمانبندی که در ابتدا برای تولید پیش بینی شده معیار مقایسه با فیلم تولید شده است.</p>
<p>ارزیابی</p>		<p>این ارزیابی، پس از تولید و پخش فیلم از مخاطبان آن انجام می شود.</p> <p>1- 1- نیاز به توضیح ندارد.</p> <p>2- 2- در ارزیابی فیلم آموزشی ویدیویی آیا دست یابی به اهداف آموزشی مورد سنجش قرار گرفته است؟ میزان دست یابی به این اهداف را می توان ارزیابی کرد. (امتیاز بر اساس طیف خیلی کم-1، کم-2، متوسط-3، زیاد-4، خیلی زیاد-5)</p> <p>3- 3- آیا تأثیر بر تغییر دانش، نگرش و رفتار مخاطب در ارزیابی مورد سنجش قرار گرفته است. میتوان رسیدن به این اهداف راسنجید.</p>

4- آیا ارزیابی، نکات ضعف فنی فیلم (صدابرداری، صداگذاری، تصویربرداری، دوبله، کیفیت رنگ و....) را نیز مورد پرسش قرار داده است می‌توان درصد دست‌یابی به اهداف را ارزیابی کرد و بر آن مبنا نمره داد.		
--	--	--

در جدول زیر خلاصه ای از معیارهای ارزشیابی ویدئوکلیپ آموزشی ذکر شده است.

معیارهای ارزشیابی ویدئوکلیپ آموزشی				
معیار امتیاز	1	2 و 3	4	5
توجه به نیاز مخاطب در تهیه ویدئوکلیپ	عدم توجه	توجه کم	توجه به نیاز برخی مخاطبان	کاملاً منطبق با نیاز مخاطبان
دارا بودن پیام اثرگذار در ویدئوکلیپ	عدم وجود پیام اثرگذار	دارا بودن پیام اثرگذار اما برای برخی مخاطبان	دارا بودن پیام اثرگذار برای اکثر مخاطبان	دارا بودن پیام اثرگذار برای همه مخاطبان
توجه به داشتن یک محتوی آموزشی منسجم در ویدئوکلیپ	عدم وجود انسجام در محتوی آموزشی	ضعف در انسجام محتوی آموزشی	انسجام نسبی در محتوی آموزشی	انسجام کامل در محتوی آموزشی
طراحی ویدئوکلیپ بر مبنای بالا بردن آگاهی و ایجاد تغییر رفتار ساده	عدم توجه	تنها توجه به بالا بردن آگاهی	توجه کافی به بالا بردن آگاهی و ایجاد تغییر رفتار ساده	بر اساس توجه کافی به بالا بردن آگاهی و ایجاد تغییر رفتار ساده
انطباق محتوا و زمان ویدئوکلیپ با آگاهی و حوصله مخاطبان	عدم انطباق	انطباق کم	انطباق قابل قبول	کاملاً منطبق
جذابیت ویدئوکلیپ	عدم جذابیت	جذابیت کم	جذابیت قابل قبول	کاملاً جذاب
نحوه پوشش دهی ویدئوکلیپ برای مخاطبان	نامناسب	تا حدودی قابل قبول	قابل قبول	کاملاً مناسب برای همه مخاطبان