

تولید محتوای آموزشی - اطلاع رسانی

مخاطب محور در حوزه سلامت

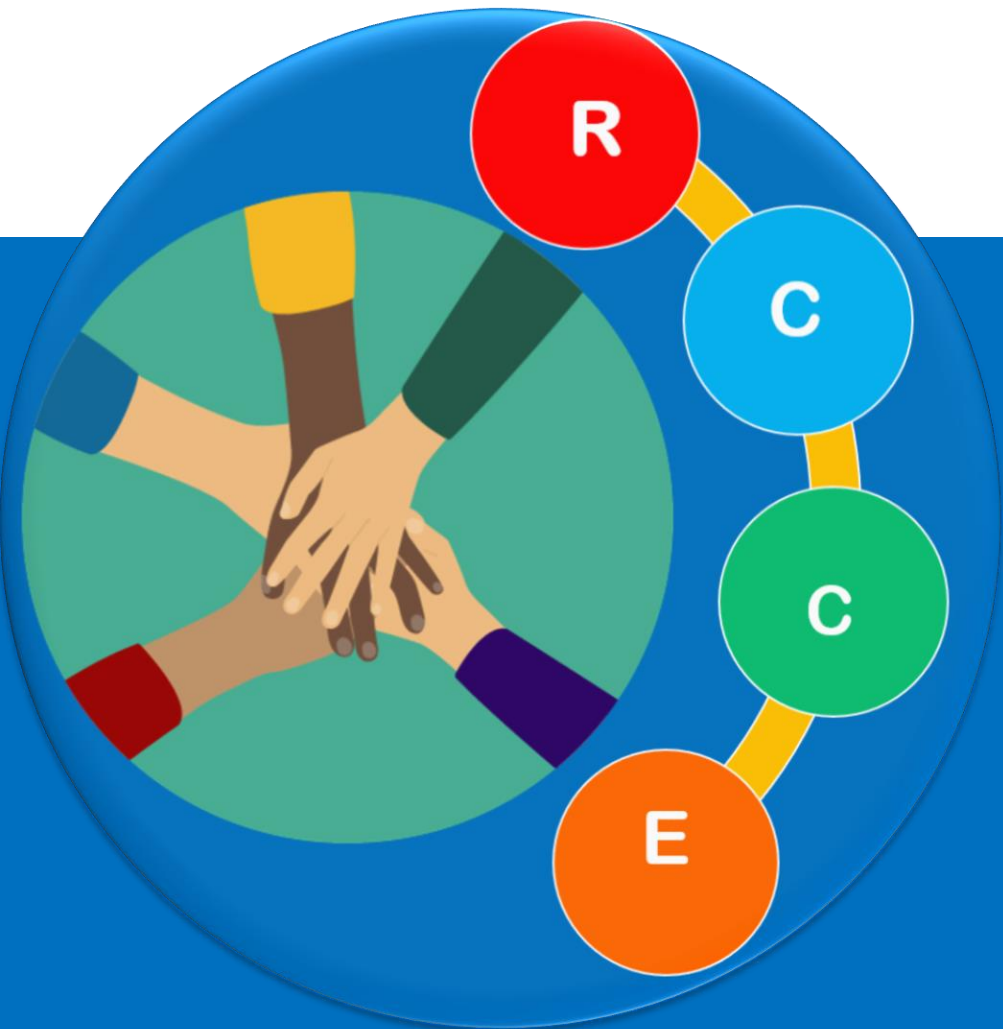
فناوری های نوین مدیریت اطلاعات و ارتباطات در بحران

فاطمه زارعی

هیات علمی دانشکده علوم پزشکی، تربیت مدرس
عضو کمیته کشوری دفتر آموزش و ارتقای سلامت وزارت بهداشت



در پایان این جلسه، باید بتوانیم:



با نحوه پیام نگاشت مخاطبین و پاسخ به نیازهای پیام‌رسانی آنها آشنا شویم

با توجه به مخاطب، موضوع قالب تدوین پیام‌ها را بشناسیم.



سه کلید واژه مهم

ارتباط نادرست (Miscommunication): ارتباط اشتباه، نامشخص یا ناکافی.

سوء تفاهم (Misunderstanding): عدم درک صحیح؛ اشتباه در معنا یا قصد.

تفسیر نادرست (Misconception): تفسیر، توضیح یا درک نادرست.



ماتریکس تولید پیام

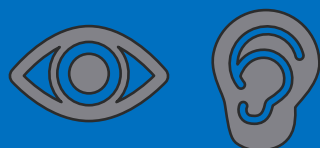


تعریف مخاطب



انتظار ما از مخاطب

درک دغدغه مخاطب



تدوین محتوا (SOCO)

انتخاب لحن مناسب

انتخاب رسانه



پیام های عملی و مرتبط تهیه کنیم



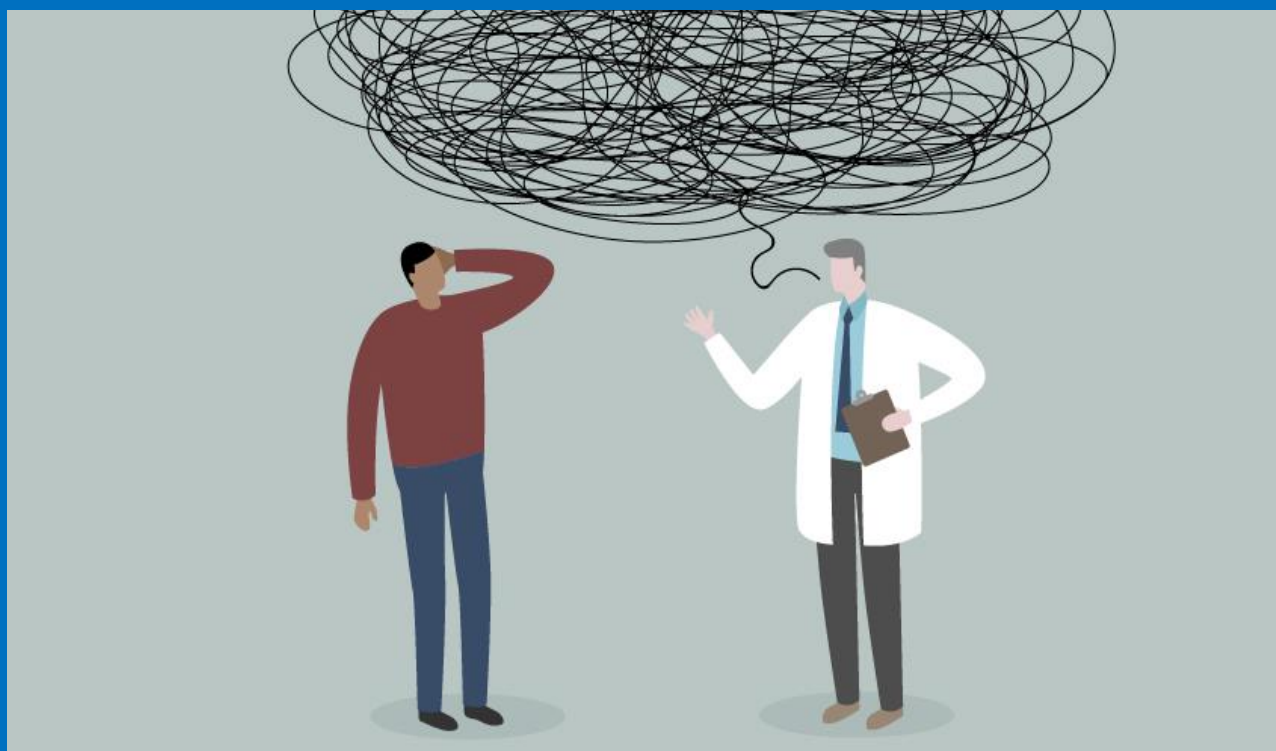
تغییری است که شما می خواهید در نتیجه ارتباط خود در مخاطبان خود مشاهده کنید.

Single

Over-riding

Communications

Objective





SOCO

هدف اصلی ارتباط با مخاطب

پیام اصلی به مخاطبان هدف شما است که از طریق آن می خواهید به هدف ارتباطی خود برسید.

تنها پیامی که می خواهید مخاطبان از این آموزش / گزارش / مشاوره / ارتباط بگیرند چیست؟

پیام یا اقدامی که کسی باید بفهمد چیست؟

یک SOCO خوب باید عینی، مختصر و دقیق باشد.



نمونه ای از SOCO های مختلف برای فرآیندهای ارتباطی مختلف

Basis of the communication

The issue: A public health problem that the study addresses: Notification delay (from physicians to local public health agencies) hinders timely public health measurements. Law states that notifications should be done within one day.

Study objective: Evaluate the number of notifications done within one day

Results: 1/3 of notifications take longer than one day

SOCO: Stakeholders of the surveillance system should strive to improve the number of notifications done within one day.

اساس ارتباطات

مسئله: تأخیر اطلاع رسانی یک بحران / یک خطر (از پزشکان به مراکز بهداشت عمومی محلی) مانع از اندازه گیری به موقع سلامت عمومی می شود. قانون می گوید که ابلاغ باید ظرف یک روز انجام شود

هدف مطالعه: تعداد اعلان های انجام شده در یک روز را ارزیابی کنید

نتایج: 1/3 اعلان ها بیش از یک روز طول می کشد

SOCO ذینفعان سیستم نظارت باید تلاش کنند تا تعداد اعلان های انجام شده در یک روز را بهبود بخشند.



تمرین ۲

- موضوع فرایند ارتباط مراقبین سلامت کشور با مردم
- مسئله: اصول ارتباطات در خطر اطلاع رسانی باید شفاف و مبتنی بر شواهد علمی باشد، مطالعات نشان داده است که بسیاری از مطالب آموزشی که در اختیار مردم قرار می گیرد دارای اعتبار علمی نیست و موجب بی اعتمادی می شوند / پیشنهاد می شود مطالب آموزشی با ذینفعان از یک منبع معتبر دریافت و انتشار یابد.

▪ هدف ارتباطی:

▪ مخاطب:

▪ SOCO:



استفاده از الگوی اجزای شش گانه SUCCES

• فقط یک پیام و اقدام را ارائه کنید، تعداد را کاهش دهید و از عبارات تخصصی اجتناب کنید.

ساده

Simple

• تعجب، علاقه، شوک، نمایان سازی یا کنجکاوی را به کار ببرید.

غیر مترقبه

Unexpected

• عینی و واقعیت پذیر از زبان خاص، قیاس و نمونه استفاده کنید.

منجسم

Concrete

• قابل اعتماد و صادق باشید.

معتبر

Credible

• از عواطف مثبت و منفی که محرک قوی عمل هستند استفاده کنید.

عاطفی

Emotional

• تصویر بصری ایجاد کنید تا افراد بتوانند پیامها را به پدیده‌ای متصل کنند /

روایت ها

Stories



در بحران پیری جمعیت چه پیام های آموزشی باید به مردم برسد؟

- بیماری های ناشی از سالمندی ؟
- کاهش فرزند آوری ؟
- مسایل مربوط به حمایت اجتماعی سالمندان ؟
- سبک زندگی سالم سالمندان ؟
- سلامت معنوی سالمندان ؟
- و ...



MESSAGE MAPPING

پیام نگاشت



نقشه پیام چارچوبی است که برای ایجاد پیام های قانع کننده و مرتبط برای انواع مخاطب استفاده می شود.
ابزاری برای همسویی سازمانی جهت ایجاد اطمینان از ثبات پیام است

نگاشت پیام یک فرآیند مبتنی توسعه علم است که کمک می کند یک سازمان عبارات پیام های اصلی را در یک چارچوب منسجم جمع آوری کند

Message Map Layout



قالب ۱ نگاشت پیام



This slide is 100% editable.
Adapt it to your needs and capture your audience's attention.

This slide is 100% editable.
Adapt it to your needs and capture your audience's attention.

This slide is 100% editable.
Adapt it to your needs and capture your audience's attention.

This slide is 100% editable.
Adapt it to your needs and capture your audience's attention.



قالب ۲ نگاشت پیام

Building Your Message Map

Evidence 1

- A
- B
- C



Evidence 2

- A
- B
- C



Evidence 3

- A
- B
- C

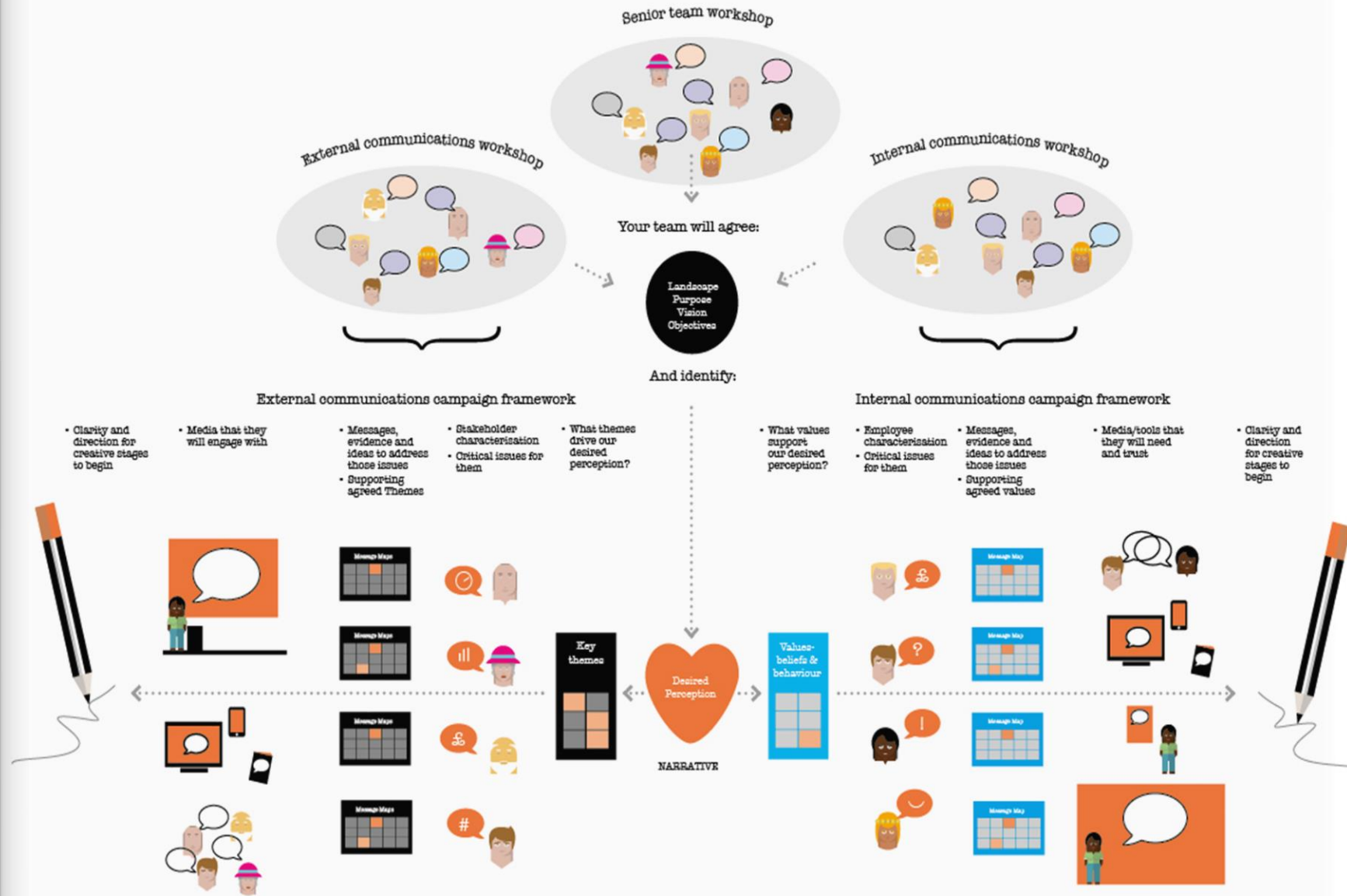
Evidence 4

- A
- B
- C



قالب ۳ نگاشت پیام

Message Mapping





Message Mapping Steps



مراحل نگاشت پیام

01

دغدغه
مخاطب



02

پیدا کردن
راه حل



03

نوشتن یک پیام
اصلی و کلیدی



04

آزمون
پیام





Message Mapping Steps

دغدغه ها وانگیزه های مخاطب



پیام اصلی

ما چه انجام بدیم؟

چه سودی آنها می برند؟



پیام های کلیدی

--	--	--	--

پیام های پشتیبان

--	--	--	--

مثال، واقعیت، شواهد



موضوع، دغدغه

مخاطب

پیام کلیدی

- اطلاعات پشتیبان
- اطلاعات پشتیبان

پیام کلیدی

- اطلاعات پشتیبان
- اطلاعات پشتیبان

پیام کلیدی

- اطلاعات پشتیبان
- اطلاعات پشتیبان

نگاشت پیام
Message Mapping



نگاشت پیام

MESSAGE MAPPING



مخاطب کلیدی را شناسایی کنید

1. در مورد اهداف سطح بالا با مخاطب بحث کنید
1. (ما از مخاطب چه می‌خواهیم؟ و چه سودی برای مخاطب مورد انتظار است؟)
2. در مورد پیام‌های اصلی و نکات گفتاری بحث کنید
3. پیام کلیدی را برای مخاطبین ترسیم کنید
4. ایجاد تم و سرفصل



سناریو اول

گزارشی دریافت کردید درباره افزایش مشکلات اسکلتی
عضلانی شایع درخانه های سالمندان کلان شهر های ایران
پیام نگاشت شما چیست؟



سناریو دوم

گزارشی دریافت کردید که دانش آموزان مقطع دبیرستان شهر X
شاخص DMFT معادل ۳ دارند. این دبیرستان در یک شهر با
بافتار مذهبی/مهاجر پذیر/
پیام نگاشت شما چیست؟



سناریوی سوم

گزارشی دریافت کردید واکنش نوبت چهارم شده است و

استقبال نمی شود

پیام نگاشت شما چیست؟



سناریوی چهارم

گزارشی دریافت کردید که استان شما تصادف خیز است
بیشتر تصادفات در جاده های بین شهری است
پیام نگاشت شما چیست؟



سناریوی پنجم

گزارشی دریافت کردید که فرزند آوری در استان شما
بسیار کم است / بافتار استان شما خیلی مذهبی نیست /
استان شما یک قطب علمی و دانشجو پذیر است
پیام نگاشت شما چیست؟



خلاصه مطالب

1. SOCO یعنی شما بتوانید پیام اصلی به مخاطبان برسانید
2. یک SOCO خوب باید عینی، مختصر و دقیق باشد.
3. پیام نگاشت چارچوبی است که برای ایجاد پیام های قانع کننده و مرتبط برای انواع مخاطب
4. پیام نگاشت یک ابزاری برای همسویی سازمانی و برای اطمینان از ثبات پیام