

# طراحی پیام سلامت

شما در پایان فصل می توانید به سؤال زیر پاسخ دهید:

مراحل طراحی پیام سلامت و ارسال آن چگونه است؟



[aparat.com/samingroup](https://aparat.com/samingroup)

# طراحی پیام سلامت

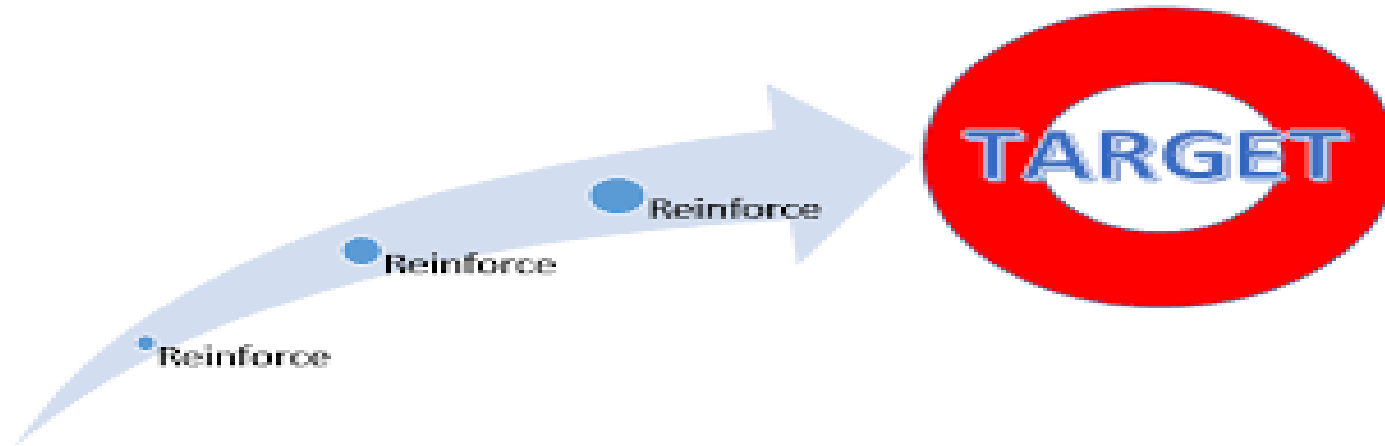


- ۱- تعیین هدف کلی برنامه
- ۲- تعیین اهداف اختصاصی
- ۳- تحلیل وضعیت موجود
- ۴- درگیر کردن ذینفعان
- ۵- تحلیل مخاطبان
- ۶- کانال ارتباطی
- ۷- تعیین تاکتیک مناسب
- ۸- طراحی و به کارگیری پیام
- ۹- پیش آزمون پیام
- ۱۰- ارزشیابی

# طراحی پیام سلامت

1. تعیین هدف کلی برنامه

مثال: کاهش میزان ابتلا به بیماریهای تنفسی ناشی از مصرف سیگار



# طراحی پیام سلامت

## ۲- تعیین اهداف اختصاصی

قابل اندازه گیری، قابل دستیابی، واقع گرایانه و زمان دار

مثلاً فردی که زندگی بدون تحرک دارد در روز حداقل 30 دقیقه پیاده روی کند

مثلاً پارکینگ خودروهای افراد شاغل دورتر از محل کار باشد تا افراد مجبور شوند قسمتی از مسیر را پیاده بروند.

(اهداف اختصاصی رفتاری)

(اهداف اختصاصی اجتماعی)

(اهداف اختصاصی سازمانی)







# طراحی پیام سلامت

## ۳- تحلیل وضعیت موجود

الف: تحلیل وضعیت از نظر سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فناوری

ب: تهدیدها، فرصت ها، نقاط ضعف و قدرت



# طراحی پیام سلامت

## ۴- درگیر کردن ذینفعان

معمولاً این افراد، صاحب‌بنظران و افراد برجسته‌ای می‌باشند که بر جامعه تأثیر می‌گذارند. پس برای افزایش اثربخشی پیام‌ها بر جامعه، این افراد باید شناسایی شده و مورد استفاده قرار گیرند.

مثال: جهت تشویق افراد به داشتن فعالیت بدنی، می‌توان از مربیان و ورزشکاران صاحب نام و محبوب جهت آموزش استفاده کرد.



# طراحی و ارسال پیام



## ۵- تحلیل مخاطبان

### مخاطبان اولیه


مخاطب اصلی پیام‌ها محسوب شده و پیام‌ها برای تأثیرگذاری بر آن‌ها طراحی می‌شوند. بر طور مثال مخاطب اولیه در طراحی پیام برای تشویق به داشتن فعالیت بدنی، افراد کارمند بالای ۴۰ سال هستند که زندگی بدون تحرک یا کم تحرک دارند.

### مخاطبان ثانویه

افراد یا گروه‌هایی هستند که بیشترین تأثیر را بر تصمیمات و رفتارهای مخاطبان اولیه می‌گذارند. نمونه‌هایی از مخاطبان ثانویه را اعضای خانواده ارائه‌دهندگان خدمات سلامت، همسالان و رهبران اجتماعی تشکیل می‌دهند.



 [@aghayetablighat](https://www.instagram.com/aghayetablighat)

 [@aghaye\\_tablighat](https://www.telegram.com/@aghaye_tablighat)

[aparat.com/samingroup](https://www.aparat.com/samingroup)



## ۶- کانال ارتباطی

### کانالهای بین فردی:

شامل پزشکان، دوستان و اعضای خانواده.

### کانالهای گروهی:

شامل بحث های گروهی، سمینارها و کارگاه ها، نشست ها، مراسم ورزشی.

### کانالهای سازمانی و اجتماعی:

سازمان ها و مدیران سیاست گذار و همچنین گروههای مردم نهاد.

### کانالهای ارتباط جمعی

مانند رادیو، تلویزیون، روزنامه.



# طراحی و ارسال پیام

۷- تعیین تاکتیک مناسب

شیوه ای که قرار است پیام با آن به مخاطب منتقل شود

-برقراری ارتباط با رسانه های دیداری و شنیداری

-تشکیل سمینارها و همایش های مرتبط با موضوع

-استفاده از اجتماع ها و گروه های مختلف

-استفاده از وب سایت ها و بستر سلامت الکترونیک



سازمان آتش نشانی  
و خدمات ایمنی شهرداری تهران



# طراحی و ارسال پیام

## ۸- طراحی و به کارگیری پیام

۱- مخاطبان بیشتر به داستان توجه می کنند تا شواهد آماری.

۲- جوان ترها هنگام تصمیم گیری، ارزش و بهای بیشتری به نتایج زودرس رفتار می دهند و آینده دور را کمتر لحاظ می کنند.

۳- هنگام ارائه پیام (مثلاً برای تغییر رفتار سیگار کشیدن) باید گزینه های متعددی در اختیار مخاطب خود بگذارید.

۴- نشانه های تصویری می توانند حجم نسبتاً زیادی از اطلاعات را به سرعت به بیننده منتقل کرده و یادآوری پیام را افزایش می دهند.

۵- از تصاویر واقعی استفاده شود.





چند معیار مهم در طراحی پیام:

- پیام باید توجه مخاطب را جلب و حفظ نماید.
- پیام باید واضح و روشن باشد.
- آنچه در پیام توصیه شده باید قابل باور و قابل انجام باشد.
- مفهوم کلیدی را باید در شروع پیام ارائه نمود مانند: سیگار عامل ابتلا به حداقل ۱۴ نوع سرطان است.
- بایستی در پیام شواهد و مدارک کافی برای تهدیدات و مزایای انجام دادن یا ندادن رفتار، ارائه شود.
- پیام نباید سبب ملامت فرد شود.
- ارائه دهنده پیام باید یک منبع معتبر اطلاعات باشد.
- پیام باید مبتنی بر نظریه‌ها و الگوهای تغییر رفتار باشد (مانند مدل SOC).





Pre-Test  
Check your progress!



# طراحی و ارسال پیام

**مهم** - پیش آزمون پیام

از طریق پیش آزمون مواردی از قبیل جامعیت، نقاط قوت و ضعف، مرتبط بودن بامخاطب، و نیز اجزای گیج کننده، حساسیت برانگیز یا بحث برانگیز پیام مشخص می شود.

مثال: مصاحبه فردی - مصاحبه گروهی - ارائه در موقعیت های واقعی





# طراحی و ارسال پیام

## ♦ ۱- ارزشیابی

بررسی میزان تغییر در مخاطب، بر حسب اقدامات انجام شده جهت رفع معایب و بهبود فرایند.





