



سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی
معاونت آموزش و ترویج



دستورالعمل فنی تولید رسانه‌های آموزشی - ترویجی

جلد ۲- رسانه‌های دیداری - شنیداری

(برنامه رادیویی، برنامه تلویزیونی، فیلم، انیمیشن، موشن گرافیک و پادکست)

نویسندگان:

عرفان علی میرزایی، امید مهرباب قوچانی، پیام‌رضا محمدی، احمد صادقی، حسین منافی،
جواد قاسمی، ارکیده حیدرنژاد، فتح‌اله بهرامی

تهیه شده در: دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی

۱۴۰۴



شناسنامه

عنوان: دستورالعمل فنی تولید رسانه‌های آموزشی - ترویجی؛ جلد ۲. رسانه‌های دیداری - شنیداری (برنامه رادیویی، برنامه تلویزیونی، فیلم، انیمیشن، موشن گرافیک و پادکست)

نویسندگان: عرفان علی‌میرزایی، امید مهرباب قوچانی، پیام‌رضا محمدی، احمد صادقی، حسین منافی، جواد قاسمی، ارکیده حیدرنژاد، فتح‌اله بهرامی

طراح و صفحه‌آرا: فتح‌اله بهرامی

تهیه شده در: دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی

ناشر: نشر آموزش کشاورزی

نوبت چاپ اول: ۱۴۰۴

شمارگان: محدود

مسئولیت درستی محتوا با نویسندگان است.

شماره ثبت در مرکز فن‌آوری اطلاعات و اطلاع‌رسانی کشاورزی ۶۷۴۹۶ به تاریخ ۱۹ / ۳ / ۱۴۰۴ است.

برای غنا بخشیدن به محتوای این گزارش عملکرد، لطفاً نظرها، انتقادات و پیشنهادهای خود را از طرق زیر با ما در میان بگذارید.
شماره تماس ۰۶۶۴۳۰۴۴۱-۰۲۱ دورنگار ۰۶۶۴۳۰۴۴۵-۰۲۱

نشانی: تهران، خیابان آزادی، بین نواب و رودکی، پلاک ۲۰۵، مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی

تلفن: ۰۶۶۴۳۰۴۴۵ | تلفکس: ۰۶۶۴۳۰۴۴۴ | کد پستی: ۱۴۵۷۸۹۶۶۸۱

فهرست

عنوان	صفحه
پیشگفتار.....	۴
فصل ۱ - کلیات	۷
تعاریف و اختصارات	۷
مقدمه و اهداف	۱۰
نکات مهم قابل توجه برای تولید و نشر رسانه‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی	۱۱
فصل ۲- ممیزی و انتشار آثار رسانه‌ای دیداری - شنیداری از طریق اداره کل شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی	۱۵
فصل ۳- آثار رسانه‌ای دیداری - شنیداری قابل دریافت و بررسی در دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی	۲۵
۱-۳- قالب‌های رسانه‌ای آثار دیداری - شنیداری	۲۵
۲-۳- مشخصات فنی انواع رسانه‌های آموزشی - ترویجی در طبقه دیداری - شنیداری	۲۶
برنامه‌های رادیویی آموزشی - ترویجی کشاورزی	۲۶
برنامه‌های تلویزیونی آموزشی - ترویجی کشاورزی	۳۱
فیلم آموزشی - ترویجی	۳۶
انیمیشن آموزشی - ترویجی	۴۶
موشن گرافیک آموزشی - ترویجی	۵۲
پادکست آموزشی - ترویجی	۵۸

پیشگفتار

انواع رسانه‌های آموزشی - ترویجی به‌عنوان ابزار انتقال پیام و ارتقای سطح دانش، بینش و مهارت بهره‌برداران، نقشی بسیار حائز اهمیت در توانمندسازی منابع انسانی بخش کشاورزی ایفا می‌کنند. بر این اساس، تولید و نشر آثار رسانه‌ای آموزشی - ترویجی، یکی از مهم‌ترین و حساس‌ترین حوزه‌های کارکردی نظام آموزش و ترویج کشاورزی، به‌عنوان موتور پیشران توسعه کشاورزی دانش‌بنیان، به‌شمار می‌رود. در این میان، رسانه‌های دیداری - شنیداری نظیر برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی، فیلم، انیمیشن و موشن گرافیک، به‌واسطه قابلیت دسترسی فراگیر، پوشش گسترده مخاطبان، فارغ از محدودیت‌های زمانی و مکانی، و نیز ماندگاری و قابلیت بازنشر، از جایگاهی ممتاز برخوردارند.

جلد دوم «دستورالعمل فنی تولید رسانه‌های آموزشی - ترویجی» که بر مفهوم‌پردازی و معرفی رسانه‌های دیداری - شنیداری تمرکز دارد، حاصل تلاش ارزنده جمعی از همکاران این معاونت است که با هدف شأن‌دهی هرچه بیشتر به گنجینه غنی دانش و اطلاعات بخش کشاورزی، ارتقای سطح کیفی و کمی رسانه‌های دیداری - شنیداری آموزشی - ترویجی و نیز یکپارچه‌سازی استانداردهای فنی و محتوایی، به‌منظور اعمال مدیریت مؤثرتر بر فرایندهای تولید، ممیزی و نشر آثار رسانه‌ای، تدوین شده است. این دستورالعمل، راهنمایی جامع و کاربردی برای تمامی همکاران، پژوهشگران، آموزشگران، کارشناسان، دانش‌پژوهان، مروجان و دیگر علاقه‌مندان به تولید محتوای آموزشی - ترویجی در بخش کشاورزی خواهد بود. امید است بهره‌گیری از مفاد این دستورالعمل، زمینه‌ساز تولید رسانه‌هایی غنی‌تر، جذاب‌تر، روزآمدتر و اثربخش‌تر شود و گامی مؤثر در راستای ارتقای بهره‌وری در کشاورزی دانش‌بنیان به‌شمار آید.

محمد مهدی قاسمی

معاون سازمان تات و رئیس مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی

فرم تأیید دستورالعمل فنی تولید رسانه‌های آموزشی - ترویجی

جلد ۲: رسانه‌های دیداری - شنیداری

ردیف	نام و نام خانوادگی	امضاء
۱	عرفان علی میرزایی	
۲	پیام‌رضا محمدی	
۳	احمد صادقی	
۴	حسین منافی	
۵	ارکیده حیدرنژاد	
۶	جواد قاسمی	
۷	امید مهرباب قوچانی	
۸	فتح‌اله بهرامی	

فصل ۱. کلیات

تعاریف و اختصارات

به منظور یکسان‌سازی برداشتها و تسهیل امور فرآیندی، واژگانی که در این نوشتار استفاده شده‌اند به شرح ذیل تصریح می‌گردد:

دفتر: منظور اداره کل شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی مستقر در مجموعه سازمانی معاونت آموزش و ترویج کشاورزی سازمان تات است که به عنوان واحد تخصصی حاکمیتی ذیل وزارت جهاد کشاورزی در حوزه سیاستگذاری، برنامه‌ریزی، ممیزی، تولید و نشر انواع رسانه‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی فعالیت دارد.

سامانه انتشارات: منظور سامانه انتشارات مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی به نشانی اینترنتی <https://press-extension.areeo.ac.ir> می‌باشد. فرآیندهای بارگذاری و پیگیری آثار رسانه‌ای جهت طی امور اجرایی ممیزی، دریافت کد ثبت و نشر از طریق این سامانه مدیریت می‌گردد.

مدارک علمی: شامل تمامی آثاری است که به موجب این دستورالعمل (همچنین دستورالعمل فنی تولید رسانه‌های آموزشی - ترویجی؛ جلد ۱- رسانه‌های نوشتاری)، فرایندهای ممیزی و انتشار آن از طریق کمیته انتشارات مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی و سامانه اختصاصی مربوطه عملیاتی می‌شود.

فروست: شماره ثبتی است که توسط مرکز فناوری اطلاعات و اطلاع‌رسانی کشاورزی سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، به اسناد و مدارک علمی مورد تأیید کمیته انتشارات (یا مقام مجاز^۱) اختصاص می‌یابد.

صاحب اثر: شخص حقیقی یا حقوقی است که اثر خود را برای طی فرآیندهای ممیزی و انتشار، در سامانه انتشارات بارگذاری می‌کند. خاطر نشان می‌گردد که مسئولیت‌های مترتب بر اصالت و صحت موضوعی - محتوایی و رعایت حقوق مادی و معنوی هر اثر با صاحب اثر خواهد بود.

شناسنامه اثر: صفحه‌ای شامل مشخصات اثر از جمله عنوان، دست‌اندرکاران، سال تولید، شماره ثبت و موارد مشابه می‌باشد که اطلاعات مربوطه را با فرمت مشخص نشر آموزش کشاورزی و اغلب در بخش ابتدایی یا پایانی اثر در خود جای داده است.

کمیته انتشارات: کمیته‌ای است متشکل از هفت نفر عضو هیأت علمی متخصص که با ابلاغ رسمی معاون سازمان تات و رئیس مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی منصوب می‌شوند و مرجع ممیزی، تأیید و یا رد آثار ارسالی به سامانه انتشارات می‌باشد. مدیرکل دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی نیز توسط معاون سازمان تات و رئیس مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی به عنوان رئیس این کمیته منصوب می‌شوند.

دبیر علمی سامانه انتشارات: یک عضو هیأت علمی است که از طرف

۱- منظور از مقام مجاز، معاون سازمان تات و رئیس مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی یا نماینده رسمی وی در کمیته انتشارات می‌باشد.

مدیرکل دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی منصوب می‌شود. دبیر علمی سامانه انتشارات به عنوان مدیر اجرایی، آثار را از طریق سامانه انتشارات دریافت کرده و پس از بررسی و ممیزی اولیه، چنانچه با شرایط و ضوابط انتشارات انطباق داشته باشد، برای تصمیم‌گیری‌های بعدی در فرآیندهای ممیزی در نوبت جلسات کمیته انتشارات قرار می‌دهد.

سامانه تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی: بزرگترین بانک دیجیتال آثار رسانه‌ای آموزشی - ترویجی و اطلاعات تخصصی کاربردی کشاورزی کشور است که انواع آثار رسانه‌ای تولید شده به تفکیک قالب رسانه‌ای و محتوای موضوعی - محصولی، به صورت برخط و از طریق نشانی اینترنتی <https://agrilib.areeo.ac.ir/> در آن برای عموم بهره‌برداران و دیگر علاقه‌مندان قابل دسترسی می‌باشد.

هدف رفتاری: به هدفی معطوف بر سه بُعد دانشی، نگرشی و یا مهارتی گفته می‌شود که انتظار می‌رود پس از فرایند یاددهی - یادگیری (دیدن یا شنیدن اثر رسانه‌ای)، فراگیران به آن هدف دست یابند. این اهداف با واضح‌ترین عبارات و با دقت بالا، آنچه فراگیران باید در جریان یادگیری ببینند، بشنوند و یا انجام دهند را مشخص می‌سازند. هر هدف رفتاری باید دارای سه ویژگی خاص به شرح ذیل باشد:

✓ رفتار مورد انتظار از فراگیر را دقیقاً مشخص نماید و از به کار بردن افعال و کلمات مبهم در تعریف آن پرهیز شود.

✓ موقعیت یا شرایطی که رفتار مورد انتظار باید در آن انجام پذیرد یا مشاهده شود را مشخص نماید.

✓ معیار ارزیابی رفتار مورد انتظار (تعیین درجه موفقیت یا دستیابی به هدف) را مشخص نماید^۲.

۲- توجه به این سه ویژگی در برنامه‌های ارزیابی اثربخشی آثار رسانه‌ای آموزشی - ترویجی از اهمیت برخوردار است و تعیین کننده خواهد بود.

مقدمه و اهداف

تولید و نشر آثار علمی و آموزشی - ترویجی کشاورزی، یکی از مهم‌ترین و حساس‌ترین حوزه‌های کارکردی مرتبط با پیشبرد توسعه دانش‌بنیان کشاورزی و تسهیل کاربردی یافته‌های تحقیقاتی در راستای بهبود و ارتقای عملکرد و بهره‌وری بخش کشاورزی است. در همین راستا «کمیته انتشارات مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی»، در جایگاه متولی ممیزی و نشر آثار آموزشی - ترویجی پژوهشگران، آموزشگران، کارشناسان، دانش‌پژوهان و مروجان بخش کشاورزی، نقش خطیری را در سازگارسازی و در دسترس قرار دادن آثار رسانه‌ای برای گروه‌های هدف بر عهده دارد. در این میان بدیهی است وجود دستورالعمل‌های فنی مشخص و تصریح استانداردهای کمی و کیفی، باعث بهبود اثربخشی و نیز تسهیل فرایندهای تولید، ثبت، ممیزی و نشر آثار مربوطه خواهد شد. به بیان دیگر برای نظام‌مندسازی و ارتقای سطح کیفی و کمی نشر آثار و همچنین بهبود و استانداردسازی مناسبات کاری مرتبط با تولید، ممیزی و انتشار انواع رسانه‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی، تدوین دستورالعمل اجرایی روزآمد، ضرورتی انکارناپذیر به شمار می‌رود. در همین راستا، دستورالعمل فنی حاضر با اهداف زیر تهیه و تدوین شده است:

تصریح استانداردهای فنی تولید انواع آثار آموزشی - ترویجی کشاورزی (رسانه‌های دیداری - شنیداری) به عنوان معیارهای مهم ممیزی آثار؛

تصریح فرایندهای اجرایی ارسال، ثبت اولیه، ممیزی و انتشار آثار رسانه‌ای آموزشی - ترویجی کشاورزی در راستای پاسخگویی به دغدغه‌های محققان و کارشناسان بخش کشاورزی و منابع طبیعی همراه با تسهیل و تسریع امور مربوطه؛

ارتقا و تسهیل فرایندهای اجرایی مرتبط با سامانه انتشارات؛ و تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی؛ در مسیر نشر و نمایه‌سازی آثار آموزشی - ترویجی روزآمد و کاربردی همراه با معرفی فناوری‌های نوین در راستای تسهیل توسعه کشاورزی دانش‌بنیان؛

هدایت و تسهیل فرایندهای مهندسی رسانه‌ای برای تهیه و تدوین انواع رسانه‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی به ویژه در سطح مراکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی و مدیریت‌های هماهنگی ترویج کشاورزی استان‌های کشور؛

کمک به جاری‌سازی برنامه‌های عملیاتی سالانه در حوزه تولید و نشر آثار رسانه‌ای آموزشی - ترویجی کشاورزی به عنوان ملاک کلی قضاوت.

نکات مهم قابل توجه برای تولید و نشر رسانه‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی

۱- تمامی آثار رسانه‌ای ارسالی برای قرار گرفتن در دستور کار ممیزی و نشر، می‌بایست دارای افزوده مشخص آموزشی - ترویجی کشاورزی و کاربردی باشند (تشخیص این ویژگی با کمیته انتشارات یا مقام مجاز خواهد بود)؛

۲- مسئولیت صحت، اصالت محتوایی و رعایت حقوق مادی و معنوی اثر ارسالی به سامانه انتشارات مؤسسه و یا دیگر سامانه‌های دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی، با صاحب اثر یا مرجع رسمی تأیید کننده آن خواهد بود؛

۳- آثاری که دارای محتوای مغایر با قوانین و مقررات جاری کشور؛ سیاست‌های حاکمیت در بخش کشاورزی؛ و برنامه‌های کلان وزارت جهاد کشاورزی باشند، از دستور کار بررسی کمیته انتشارات کنار گذاشته خواهند شد؛

۴- آن دسته از آثار دیداری - شنیداری که دارای محتوای علمی - تخصصی محض بوده و افزوده مشخص آموزشی - ترویجی کشاورزی قابل استفاده برای بهره‌برداران حوزه موضوعی - محصولی یا عموم کارشناس مروجان نداشته باشند، از دستور کار کمیته انتشارات کنار گذاشته خواهند شد؛

۵- آثاری که دارای محتوای گزارش عملکردی، خبر، شرح بازدید علمی - اجرایی، آمارهای سالیانه و گزارش‌های تحقیقاتی باشند، از دستور کار کمیته کنار گذاشته خواهند شد و در سامانه تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی نیز بارگذاری نخواهند شد (حسب مورد به دستور مقام مجاز یا نماینده رسمی وی، آثار رسانه‌ای دیداری - شنیداری مرتبط با رویدادهای علمی - ترویجی یا نظایر آن که دارای افزوده آموزشی - ترویجی نیز باشد، می‌توانند مورد پذیرش و نشر قرار گیرند)؛

۶- لازم است در محتوای آثار رسانه‌ای، حتی‌المقدور از ارائه توصیه‌های فنی مرتبط با میزان مصرف انواع کودهای شیمیایی، سموم، واکسن‌ها، داروها و موارد مشابه؛ همچنین توصیه‌های مرتبط با سلامت و بهداشت انسان - که در حوزه مأموریت‌های تخصصی دیگر دستگاه‌های اجرایی نظیر وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی قرار دارد - اجتناب گردد؛ مگر با نامه رسمی یا تأییدیه مراجع حاکمیتی ذیصلاح و یا با ارجاع به مستندات معتبر علمی - اجرایی روزآمد و قابل دفاع (مثلاً دستورالعمل‌های روزآمد سازمان حفظ

نباتات کشور؛ سازمان دامپزشکی و موارد مشابه)؛

۷- آثار دارای محتوای تکراری و عناوین مشابه به ویژه با آثار قبلی نمایه شده در سامانه تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی که افزوده آموزشی - ترویجی کشاورزی مشخص جدیدی نداشته باشند (حداقل به مقدار ۳۰ درصد محتوا)، از دستور کار بررسی کنار گذاشته خواهند شد. تصمیم کمیته انتشارات یا مقام مجاز در این رابطه صائب و نافذ خواهد بود؛

۸- در صورت عدم رعایت برنامه زمان‌بندی تعیین شده برای طی فرایندهای اجرایی مرتبط با ارسال و پیگیری وضعیت اثر نظیر پاسخ به نظرات داوران، انجام اصلاحات درخواستی و موارد مشابه، دبیر علمی سامانه انتشارات مجاز خواهد بود پس از دو مرحله پیگیری در سامانه انتشارات با فاصله زمانی حداقل ده روزه و در صورت عدم دریافت پاسخ مناسب از سوی صاحب اثر، ادامه بررسی اثر را از دستور کار کمیته انتشارات خارج نماید؛

۹- در صورت عدم رعایت برنامه زمان‌بندی فرایند ارزیابی آثار توسط داور، دبیر علمی سامانه انتشارات مجاز خواهد بود پس از دو مرحله پیگیری از طریق سامانه انتشارات با فاصله زمانی حداقل پنج روزه - در هر مرحله از فرایند داوری اثر - اقدام به تغییر داور نماید^۳؛

۱۰- از تاریخ ابلاغ این دستورالعمل، تنها آن دسته از آثار رسانه‌ای در سامانه تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی نمایه‌سازی خواهند شد که کد ثبت^۴ (شناسه فروست) از مرکز فناوری اطلاعات و اطلاع‌رسانی کشاورزی سازمان تات^۵ یا مستند دیگری مبنی بر تأیید اصالت علمی - ترویجی داشته باشند. در صورت دریافت درخواست نمایه‌سازی آثار بدون

۳- داوران همکار با کمیته انتشارات با عنایت به تخصص اعضای هیأت علمی و غیر هیأت علمی معاونت علمی و فناوری مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی و همچنین با استعلام ادواری از مؤسسات تحقیقات ملی کشاورزی و مراکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان‌ها و مدیریت‌های هماهنگی ترویجی کشاورزی انتخاب می‌گردند. حسب مورد و به تشخیص مقام مجاز یا نماینده وی، جلب همکاری داوران منتخب از سایر بخش‌های درون و برون سازمانی نیز وجود خواهد داشت.

۴- آثاری که در حال حاضر روی سامانه تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی نمایه شده و دارای شناسه فروست نیستند، به مرور زمان و بنا به تشخیص کمیته انتشارات حسب مورد در دستور کار وجین قرار خواهند گرفت.

۵- کد ثبت اختصاص یافته به آثار از طریق شورای انتشارات یا سایر عناوین منتسب به کمیته‌های مشابه در برخی از سازمان‌های جهاد کشاورزی استان‌ها، جهت پذیرش و بارگذاری آثار رسانه‌ای در سامانه تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی ملاک عمل نخواهد بود.

کد فروست در سامانه تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی، تصمیم‌گیری نهایی در این خصوص در صلاحیت کمیته انتشارات مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی یا مقام مجاز^۶ خواهد بود. شایان ذکر است در موارد خاص نیز، نظر مقام مجاز برای پذیرش و بارگذاری آثار در سامانه تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی صائب و نافذ خواهد بود؛

۱۱- کمیته انتشارات مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی مجاز خواهد بود، به طور ادواری نسبت به وجین آثار نمایه شده در سامانه تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی اقدام نموده و موارد فاقد اولویت را در مخزن دیجیتال مربوطه بایگانی و یا به طور کلی از سامانه تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی حذف نماید؛

۱۲- آثار آموزشی - ترویجی ارسال شده به سامانه انتشارات مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی از سه منظر اعتبار محتوای علمی - فنی؛ قالب‌بندی - رسانه‌ای؛ و افزوده آموزشی - ترویجی کشاورزی که در عمل نیز قابل استفاده و کاربردی باشد مورد بررسی قرار می‌گیرند. شایان ذکر است آثاری که محتوای علمی - فنی آن‌ها از طریق نامه رسمی رییس یا معاون پژوهشی مؤسسات تحقیقات ملی کشاورزی مورد تأیید قرار گرفته باشند، مجدداً ممیزی علمی - فنی نخواهند شد (مگر در موارد خاص و به تشخیص کمیته انتشارات یا مقام مجاز). در عین حال این دسته از آثار نیز از دو منظر مناسبت قالب‌بندی - رسانه‌ای؛ و افزوده آموزشی - ترویجی کاربردی مورد بررسی و ممیزی قرار خواهند گرفت. بر این اساس نظر کمیته انتشارات یا مقام مجاز در ارتباط با برآیند سه حوزه کلان صدرالاشاره به‌ویژه قالب‌بندی - رسانه‌ای و رعایت اصول آموزشی - ترویجی در تولید محتوا، جهت پذیرش یا رد آثار رسانه‌ای، صائب و نافذ خواهد بود.

نکته: لازم به ذکر است با عنایت به محتوای دستورالعمل فروست سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، آثاری که همراه با نامه مدیریت‌های هماهنگی ترویج و یا مراکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان‌ها جهت نشر به دفتر واصل می‌گردند، از منظر علمی - فنی نیز مورد ارزیابی قرار خواهند گرفت.

۱۳- آثاری که از طریق سایر مراجع علمی، کد شناسه معتبری (مشابه کد فروست سازمان تات) دریافت نمایند، در صورت درخواست رسمی صاحب اثر و یا نهاد رسمی

۶- منظور از مقام مجاز، معاون سازمان تات و رییس مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی یا نماینده رسمی وی در کمیته انتشارات می‌باشد.

بالادستی مربوطه و به تشخیص کمیته انتشارات، در سامانه تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی قابل نمایه‌سازی خواهند بود؛

۱۴- برای بررسی و نشر آن دسته آثار آموزشی - ترویجی کشاورزی که به معرفی ارقام محصولی جدید (یا نظایر آن) می‌پردازند، تأییدیه رسمی مؤسسه تحقیقات ملی مربوطه الزامی خواهد بود؛

۱۵- با توجه به آنکه تمرکز همزمان روی دو یا چند حوزه موضوعی یا محصولی ممکن است منجر به سردرگمی مخاطبان شود، هر اثر رسانه‌ای آموزشی - ترویجی حتی‌المقدور می‌بایست بر یک حوزه موضوعی - محصولی خاص تمرکز داشته باشد؛

۱۶- بارگذاری اولیه و پیگیری وضعیت اثر در سامانه انتشارات مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی می‌بایست صرفاً توسط شخص صاحب اثر یا حساب کاربری رسمی مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان (حساب کاربری رسمی مجموعه سازمانی) همراه با درج کامل اسامی همکاران صورت پذیرد. خاطر نشان می‌شود انجام این کار از طریق شخص ثالث (از جمله سایر همکاران اثر) مجاز نبوده و در این صورت، مسئولیت تمام عواقب بر عهده ایشان خواهد بود؛

۱۷- اداره کل شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی مجاز خواهد بود آثار دیداری - شنیداری ارسالی به دفتر از جمله آثار دریافتی از طریق سامانه انتشارات را به صورت کلی یا جزئی برای تولید محتواهای رسانه‌ای آموزشی - ترویجی کشاورزی از جمله در تولید برنامه‌های رادیویی؛ تلویزیونی؛ ویدیو کلیپ‌ها و موارد مشابه؛ به دفعات مورد استفاده قرار دهد.

تبصره: در مواردی که در این دستورالعمل تصریح نشده‌اند، نظر کمیته انتشارات مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی و یا مقام مجاز صائب و نافذ خواهد بود.

فصل ۲- همیزی و انتشار آثار رسانه‌ای دیداری. شنیداری از طریق اداره کل شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی

ثبت اولیه، همیزی و انتشار آثار دیداری - شنیداری از طریق اداره کل شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی به دو صورت کلی قابل عملیاتی شدن است:

الف - ارسال آثار از طریق حساب کاربری اشخاص حقیقی و حقوقی شامل اعضای هیأت علمی، پژوهشگران، کارشناسان و سایر علاقه‌مندان و همچنین حساب کاربری رسمی مؤسسات تحقیقات ملی؛

ب - ارسال آثار از طریق حساب کاربری رسمی مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان‌ها (با عنایت به برنامه عملیاتی سالیانه).

الف - ثبت و پیگیری آثار از طریق اشخاص حقیقی و حقوقی شامل اعضای هیأت علمی، پژوهشگران، کارشناسان و سایر علاقه‌مندان و همچنین حساب رسمی مؤسسات تحقیقات ملی

ثبت و همیزی آن دسته از آثار دیداری - شنیداری که توسط اشخاص حقیقی و یا حساب کاربری رسمی مؤسسات تحقیقات ملی از طریق سامانه انتشارات مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی ارسال می‌شوند، به طور کلی مراحل زیر را شامل می‌گردد. این مراحل در فلوچارت فرایندی (تصویر ۱) با جزئیات بیشتر به تصویر کشیده شده است:

- ۱- بارگذاری اولیه اثر و فایل‌های همراه^۷ در سامانه انتشارات توسط صاحب اثر؛
- ۲- بررسی اولیه اثر و غربال‌گری مدارک ارسالی توسط دبیر علمی سامانه انتشارات و ارایه بازخورد به صاحب اثر جهت اصلاح مدارک در صورت وجود نقص (یا رد اثر در صورت

۷- فایل‌های همراه آثار دیداری - شنیداری بر حسب نوع قالب رسانه‌ای ارسالی متفاوت خواهد بود. اما به صورت کلی، بارگذاری فایل‌های متن اثر؛ شناسنامه شامل مشخصات دست‌اندرکاران اثر؛ نامه تأییدیه محل خدمت - با امضای مقام مسئول مجموعه سازمانی (معاون پژوهشی یا رئیس مؤسسه/ مرکز و یا مدیر هماهنگی ترویج) خطاب به رئیس مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی و یا مدیرکل دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی؛ هنگام ثبت اثر در سامانه انتشارات مورد انتظار است.

عدم دارا بودن شرایط الزام‌آور؛

۳- بررسی اثر از نظر مناسبت قالب رسانه‌ای و افزوده آموزشی - ترویجی کشاورزی مشخص و کاربردی در گروه ممیزی و پایش محتوا و نوآوری (حسب نیاز از نمایندگان دیگر گروه‌های تخصصی دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی نیز دعوت به عمل خواهد آمد)؛

۴- اعلام نتیجه ممیزی اولیه گروه ممیزی و پایش محتوا به صاحب اثر و درخواست برای اصلاح اثر حسب مورد. لازم به ذکر است ممیزی اولیه می‌تواند به سه نتیجه «رد اثر»، «درخواست برای اصلاح اثر»، و یا «ارسال اثر به کمیته انتشارات به منظور طی فرآیندهای داوری و ...» منتهی گردد. این کار با توجه به مواردی نظیر تطبیق محتوای اثر با قوانین و مقررات جاری کشور؛ هم‌سویی با سیاست‌ها و برنامه‌های کلان بخش کشاورزی؛ اولویت موضوعی - محصولی؛ برخورداری از افزوده آموزشی - ترویجی کشاورزی مشخص؛ مخاطب‌محوری و سازگاری با نیاز جامعه هدف؛ خلاقیت و نوآوری؛ اولویت موضوعی - محصولی؛ مناسبت ساختار قالب رسانه‌ای؛ رعایت اصول فنی تولید؛ انسجام و ترکیب محتوایی و موارد مشابه صورت می‌پذیرد؛

۵- ثبت نسخه اصلاح شده اثر در سامانه انتشارات توسط صاحب اثر؛

۶- قرار گرفتن اثر در نوبت جلسات کمیته انتشارات مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی جهت بررسی اولیه؛

۷- بررسی اولیه اثر در جلسه مقدماتی کمیته انتشارات و ممیزی از منظر محتوا، قالب رسانه‌ای و موارد مشابه. لازم به ذکر است ممیزی اولیه در کمیته نیز به نوبه خود می‌تواند به سه نتیجه «رد اثر»، «درخواست برای اصلاح اثر»، و یا «ارسال اثر جهت داوری علمی» منتهی گردد. این تصمیم‌گیری نیز با توجه به مواردی نظیر تطبیق محتوای اثر با قوانین و مقررات جاری کشور؛ هم‌سویی با سیاست‌ها و برنامه‌های کلان بخش کشاورزی؛ اولویت موضوعی - محصولی؛ اصالت و مرجعیت علمی؛ و رعایت اصول فنی تولید اثر؛ و موارد مشابه صورت می‌پذیرد؛

۸- اعلام نتیجه ممیزی اولیه کمیته انتشارات از طریق سامانه انتشارات به صاحب اثر و درخواست برای اصلاح اثر حسب مورد؛ و یا ارسال اثر برای داوری علمی - ترویجی (آثار مورد تأیید مؤسسات تحقیقاتی ملی مگر در موارد خاص برای داوری علمی ارسال

نمی‌شوند)؛

نکته: داوران آثار از فهرست موجود در بانک داوران سامانه انتشارات مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی انتخاب می‌شوند. هر یک از آثار دیداری - شنیداری شامل فیلم آموزشی - ترویجی؛ انیمیشن و موشن گرافیک؛ و پادکست به دو داور؛ و عکس یا مجموعه عکس آموزشی - ترویجی به یک داور ارجاع می‌گردد. در صورت بروز اختلاف نظر میان داوران آثار طبقه نخست، اثر مربوطه جهت تصمیم‌گیری نهایی به داور سوم ارجاع خواهد شد. در عین حال نظر کمیته انتشارات برای تصمیم‌گیری نهایی در موارد خاص و محل اختلاف داوران، صائب و نافذ خواهد بود.

۹- ارزیابی علمی - ترویجی اثر توسط داور/ داوران منتخب و ثبت نتیجه ارزیابی در سامانه انتشارات؛

۱۰- اعلام نتایج داوری (اعم از رد، پذیرش و یا بازنگری) به صاحب اثر از طریق سامانه انتشارات و درخواست برای اعمال اصلاحات در صورت نیاز (حسب مورد ممکن است این فرایند در چند نوبت تکرار شود)؛

۱۱- اعمال اصلاحات درخواستی داوران توسط صاحب اثر (در صورتی که اثر نیاز به بازنگری داشته باشد) و ارسال نسخه اصلاح شده از طریق سامانه انتشارات توسط وی برای طی ادامه فرآیند؛

۱۲- بررسی کلی اثر اصلاح شده و تطبیق محتوای آن با نظرات داوران توسط دبیر علمی سامانه و ارجاع نسخه اصلاح شده به داور/داوران جهت انجام مرحله تطبیق در صورت نیاز (حسب مورد ممکن است این فرایند در چند نوبت تکرار شود)؛

۱۳- انجام تطبیق توسط داور و ثبت نظر در سامانه انتشارات؛

۱۴- اعلام نتیجه داوری (اعم از رد، پذیرش و یا بازنگری) به صاحب اثر از طریق سامانه انتشارات و درخواست برای اعمال اصلاحات در صورت نیاز (حسب مورد ممکن است این فرایند در چند نوبت تکرار شود)؛

۱۵- ارائه گزارش نتیجه فرایند داوری اثر در کمیته انتشارات توسط دبیر علمی سامانه و دریافت نظر کمیته مبنی بر پذیرش، رد و یا نیاز به ارسال اثر برای داوری مجدد (حسب مورد و در خصوص آثار نیازمند داوری مجدد، فرایندهای ردیف ۹ الی ۱۴ مجدداً تکرار خواهد شد و نظر کمیته در این خصوص صائب و نافذ است)؛

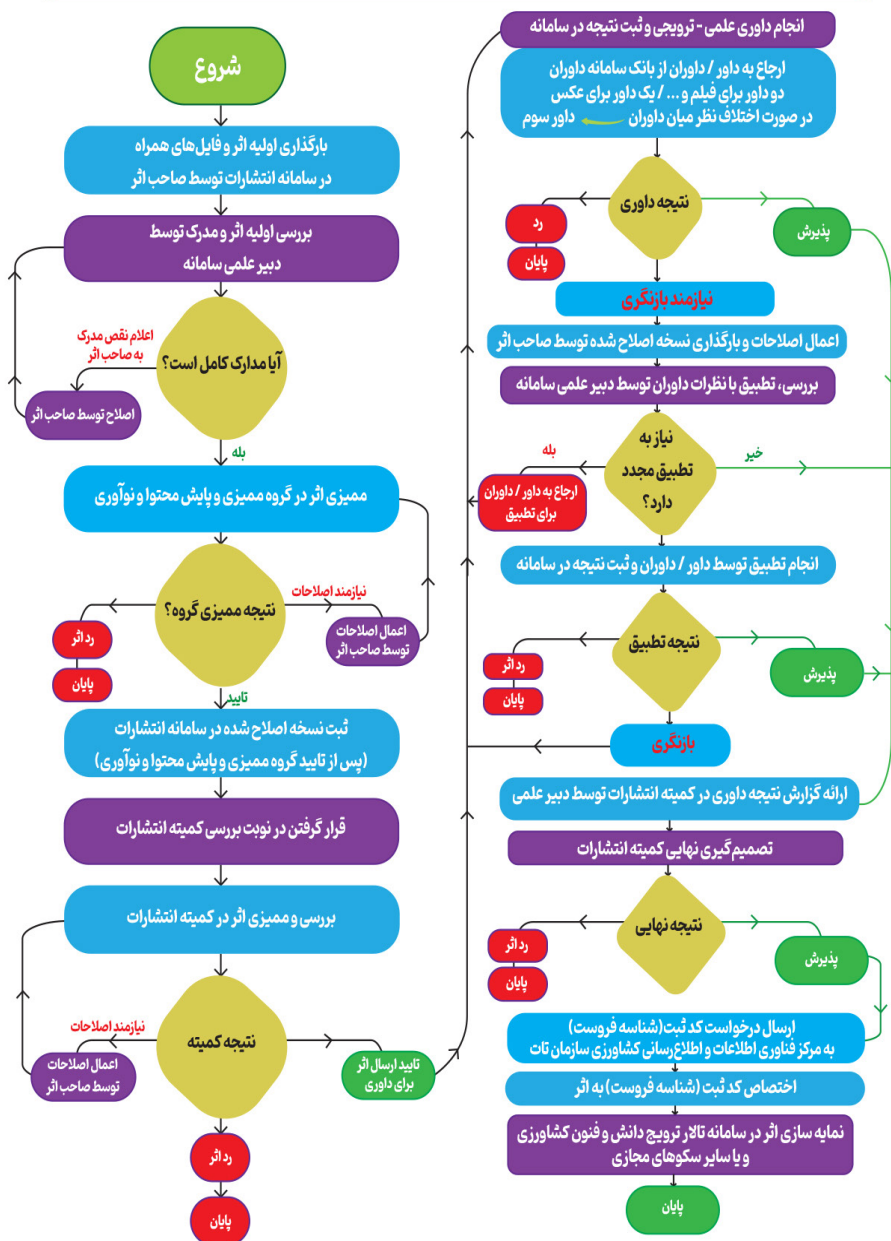
۱۶- ارسال درخواست رسمی به مرکز فناوری اطلاعات و اطلاع‌رسانی کشاورزی سازمان تات توسط دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی مبنی بر تقاضای اختصاص کد ثبت (شناسه فروست) برای آثار تأیید شده؛

۱۷- اختصاص کد ثبت به اثر توسط مرکز فناوری اطلاعات و اطلاع‌رسانی کشاورزی سازمان تات؛

۱۸- نمایه‌سازی اثر در سامانه تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی و یا سایر سکوهاى بهره‌برداری فضای مجازی حسب نظر مدیرکل دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی.

نکته مهم: دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی مجاز خواهد بود آثار دیداری - شنیداری را به صورت کلی یا جزئی برای تولید محتواهای رسانه‌ای آموزشی - ترویجی کشاورزی از جمله برای تولید برنامه‌های رادیویی؛ برنامه‌های تلویزیونی؛ ویدیو کلیپ‌ها و موارد مشابه؛ هرچند به دفعات مورد استفاده قرار دهد.

فرآیند ثبت و پیگیری آثار از طریق اشخاص حقیقی و حقوقی (حساب کاربری رسمی مؤسسات تحقیقات ملی)



ب - تولید، ممیزی و ارسال آثار از طریق حساب کاربری رسمی مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان‌ها

فرآیند تولید، ثبت و ممیزی آثار دیداری - شنیداری که به منظور انتشار و در قالب تعهدات رسانه‌ای مدیریت‌های هماهنگی ترویج کشاورزی استان‌ها تولید می‌شود، به طور کلی مراحل زیر را در بر دارد. این مراحل در فلوچارت فرایندی (تصویر ۲) با جزئیات بیشتر به تصویر کشیده شده است.

۱- ابلاغ برنامه عملیاتی سالیانه از سوی دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی (یا مؤسسه آموزش و ترویج) به مدیریت‌های هماهنگی ترویج کشاورزی استان‌ها از منظر حجم تعهدات و نوع رسانه‌های دیداری - شنیداری مربوطه؛

۲- تدوین پیشنهاد رسانه‌ای^۸ توسط مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی با عنایت به برنامه سالیانه ابلاغی و اولویت‌های موضوعی استان و ارسال رسمی آن در قالب مکاتبه با دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی (در صورت عدم مکاتبه استان، برنامه ابلاغی ستاد ملاک عمل خواهد بود)؛

۳- ممیزی پیشنهاد رسانه‌ای استان توسط دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی و بررسی انطباق آن با سیاست‌های کلان و برنامه‌های وزارت متبوع و همچنین پیشنهادات سایر مدیریت‌های استانی و پروژه‌های جاری در ستاد ملی به منظور جلوگیری از موازی کاری؛ دوباره کاری؛ و هدر رفت منابع؛

۴- ارایه تأییدیه (یا پیشنهاد اصلاحات احتمالی) توسط دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی به مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان برای عملیاتی نمودن پیشنهاد رسانه‌ای ارسالی؛

۵- در دستور قرار گرفتن تولید اثر رسانه‌ای مورد تأیید دفتر ستادی در سطح مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان^۹؛

۸- منظور از پیشنهاد رسانه‌ای، عناوین موضوعات پیشنهادی و قالب رسانه‌ای در نظر گرفته شده برای تولید هر یک از آن‌ها توسط مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان می‌باشد.

۹- ارسال گزارشات پیشرفت کار هر یک از آثار رسانه‌ای تولیدی به گروه ممیزی و پایش محتوا و نوآوری دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی و به دنبال آن دریافت بازخورد و نقطه‌نظرات اصلاحی؛ احتمال تأیید آثار در کمیته انتشارات

۶- ارسال نسخه نهایی برخوردار از کیفیت بالای اثر تولید شده از طریق پروتکل انتقال فایل (FTP) دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی همراه با نامه رسمی توسط مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان (در صورت محدودیت FTP می‌توان فایل‌ها را از طریق لوح فشرده و یا حافظه قابل حمل در هماهنگی با دفتر ارسال نمود)؛

۷- بررسی اثر در گروه ممیزی و پایش محتوای دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی و اعلام اصلاحات مد نظر به صاحب اثر (مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی) حسب مورد؛ و یا گزارش اثر مورد تأیید به مدیرکل دفتر توسط گروه یاد شده؛

۸- ارائه گزارش آثار تأیید شده مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان به مدیرکل دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی توسط گروه ممیزی و پایش محتوا و نوآوری؛

۹- تأییدیه مدیرکل دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی مبنی بر انجام تعهدات سالیانه استانی و نمایه‌سازی اثر در سامانه تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی و یا سایر سکوه‌ای فضای مجازی؛

نکته: در صورت درخواست صاحب اثر (مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان) مبنی بر تمایل برای دریافت کد فروست؛ ضروری است که مراحل ذیل نیز پیگیری شود:

۱۰- ثبت نسخه اثر تولیدی در سامانه انتشارات مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی (توسط حساب کاربری رسمی مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان)؛

۱۱- قرار گرفتن اثر در نوبت جلسات کمیته انتشارات مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی جهت بررسی اولیه؛

۱۲- ممیزی اولیه اثر در جلسه کمیته انتشارات. لازم به ذکر است ممیزی اثر در جلسه کمیته ممیزی و پایش محتوا می‌تواند به سه نتیجه «رد اثر»، «درخواست اصلاح» و یا «ارسال جهت داوری» منتهی گردد. این تصمیم‌گیری نیز با توجه به مواردی نظیر تطبیق محتوای اثر با قوانین و مقررات جاری کشور؛ هم‌سویی با سیاست‌ها و برنامه‌های کلان بخش کشاورزی؛ اولویت موضوعی - محصولی؛ اصالت و مرجعیت علمی؛ رعایت اصول فنی تولید اثر؛ و موارد مشابه صورت می‌پذیرد؛

۱۳- اعلام نتیجه ممیزی اولیه کمیته انتشارات به حساب کاربری رسمی مدیریت

هماهنگی ترویج کشاورزی استانی و درخواست برای اصلاح اثر حسب مورد؛ و یا ارسال اثر برای داوری علمی - ترویجی؛

نکته: داوران آثار این بخش نیز از فهرست موجود در بانک داوران سامانه انتشارات مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی انتخاب می‌شوند. هر یک از آثار دیداری - شنیداری شامل فیلم آموزشی - ترویجی؛ انیمیشن و موشن گرافیک؛ و پادکست به دو داور؛ و مجموعه عکس آموزشی - ترویجی به یک داور ارجاع می‌گردد. در صورت بروز اختلاف نظر میان داوران آثار طبقه نخست، اثر مربوطه جهت تصمیم‌گیری نهایی به داور سوم ارجاع خواهد شد. در عین حال نظر کمیته ممیزی و پایش محتوا برای تصمیم‌گیری نهایی در موارد خاص و محل اختلاف، صائب و نافذ خواهد بود.

۱۴- ارزیابی علمی - ترویجی اثر توسط داور/ داوران منتخب و ارسال نتیجه داوری برای دبیر علمی از طریق سامانه انتشارات؛

۱۵- اعلام نتایج داوری (اعم از رد، پذیرش و یا نیاز به بازنگری) به صاحب اثر و درخواست برای اعمال اصلاحات در صورت نیاز (حسب مورد ممکن است این فرایند در چند نوبت تکرار شود)؛

۱۶- اعمال اصلاحات درخواستی داوران توسط صاحب اثر (در صورتی که اثر نیاز به بازنگری داشته باشد) و ارسال نسخه اصلاح شده از طریق سامانه انتشارات توسط وی برای طی ادامه فرآیند؛

۱۷- بررسی کلی اثر اصلاح شده و تطبیق محتوای آن با نظرات داوران توسط دبیر علمی سامانه و ارجاع نسخه اصلاح شده به داور/ داوران جهت انجام مرحله تطبیق در صورت نیاز (حسب مورد ممکن است این فرایند در چند نوبت تکرار شود)؛

۱۸ انجام مرحله تطبیق توسط داور و ثبت نظر در سامانه انتشارات؛

۲۰- ارائه گزارش نتیجه فرایند داوری اثر در کمیته انتشارات توسط دبیر علمی سامانه انتشارات و دریافت نظر کمیته مبنی بر پذیرش، رد و یا نیاز به ارسال اثر برای داوری مجدد (حسب مورد و در خصوص آثار نیازمند داوری مجدد، فرایندهای ردیف ۱۴ الی ۱۸ مجدداً تکرار خواهد شد و نظر کمیته در این خصوص صائب و نافذ است)؛

۱۹- ارسال درخواست به مرکز فناوری اطلاعات و اطلاع‌رسانی کشاورزی سازمان تات

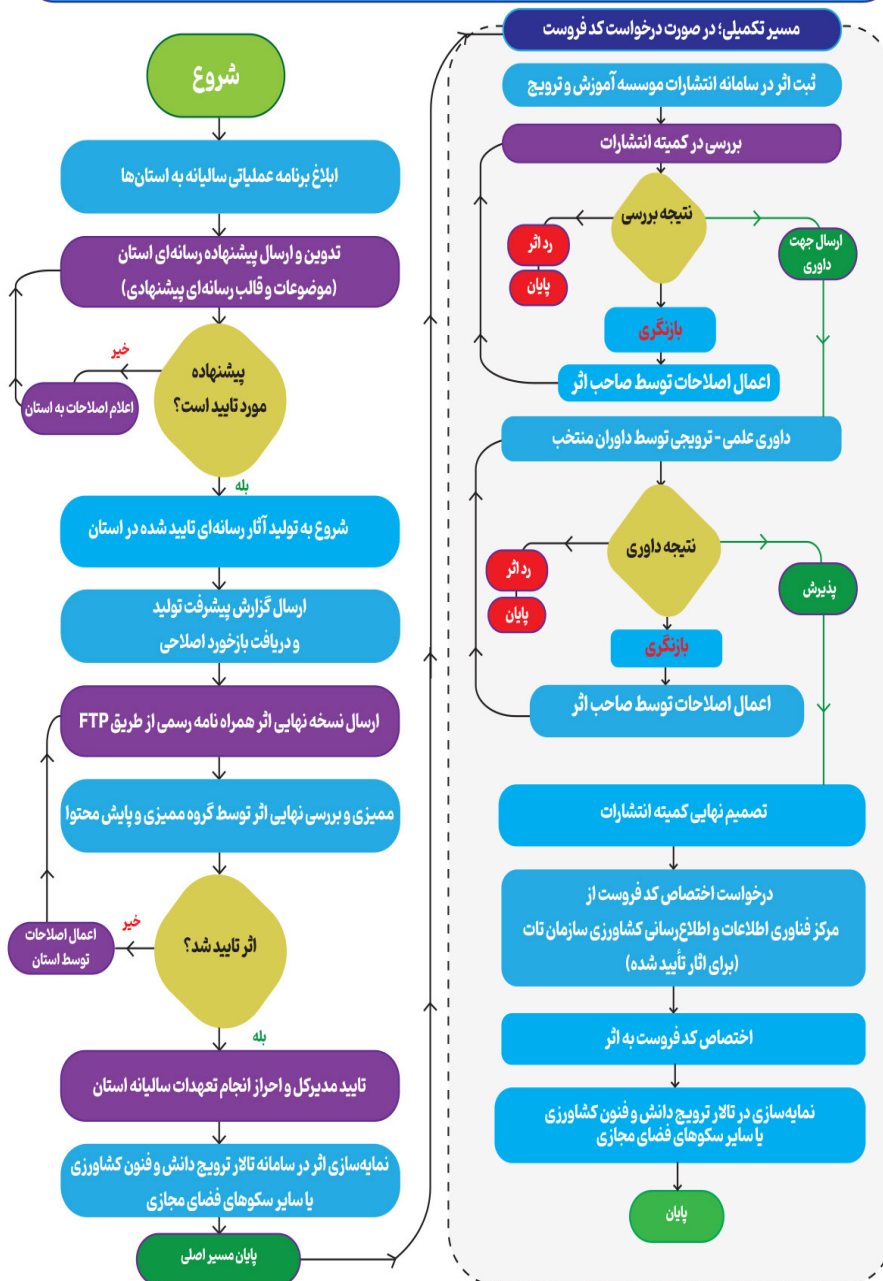
توسط دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی مبنی بر تقاضای اختصاص کد ثبت (شناسه فروست) برای آثار تأیید شده؛

۲۰- اختصاص کد ثبت به اثر توسط مرکز فناوری اطلاعات و اطلاع‌رسانی کشاورزی سازمان تات؛

۲۱- نمایه‌سازی اثر در سامانه تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی و یا سایر سکوهایی فضای مجازی حسب نظر مدیرکل دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی.

نکته: آن دسته از آثار رسانه‌ای آموزشی - ترویجی کشاورزی که بنا به نیاز فوری (مثل ابلاغیه‌های بالادستی)؛ یا حسب درخواست رئیس مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی؛ دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی؛ کمیته انتشارات مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی؛ و یا بنا به شرایط خاص مانند نیاز ناشی از بحران‌ها با قید فوریت زمانی در دستور کار تولید و نشر قرار می‌گیرند، الزامی برای طی کردن فرآیندهای معمول داوری در سامانه انتشارات نخواهند داشت. بدیهی است که در این موارد نیز، تأییدیه رئیس مؤسسه یا نماینده قانونی وی (مدیرکل دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی) برای ثبت و نشر آثار رسانه‌ای صائب و نافذ خواهد بود.

فرآیند تولید، ممیزی و ارسال آثار از طریق حساب کاربری رسمی مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان‌ها



فصل ۳. آثار رسانه‌ای دیداری - شنیداری قابل دریافت و بررسی در دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی

۳-۱- قالب‌های رسانه‌ای آثار دیداری - شنیداری

با عنایت به ویژگی‌های جوامع گروه هدف، برنامه‌های جاری سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی؛ منابع موجود از جمله تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری ستادی و استانی؛ و سوابق اجرایی مرتبط با تولید و نشر رسانه‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی؛ قالب‌های ذیل در طبقه رسانه‌های دیداری - شنیداری قابل بررسی و انتشار خواهند بود.

✓ برنامه رادیویی آموزشی - ترویجی؛

✓ برنامه تلویزیونی آموزشی - ترویجی؛

✓ فیلم آموزشی - ترویجی (اعم از کوتاه و بلند)؛

✓ ویدیو کلیپ آموزشی - ترویجی؛

✓ موشن گرافیک آموزشی - ترویجی؛

✓ انیمیشن آموزشی - ترویجی؛

✓ پادکست آموزشی - ترویجی؛

✓ عکس آموزشی - ترویجی؛

✓ مجموعه عکس آموزشی - ترویجی؛

✓ اسلایدویژن آموزشی - ترویجی؛ و

✓ برنامه‌های شبکه مجازی برکت.

۲-۳- مشخصات فنی انواع رسانه‌های آموزشی - ترویجی در طبقه دیداری - شنیداری

برنامه‌های رادیویی آموزشی - ترویجی کشاورزی

تعریف برنامه رادیویی

برنامه رادیویی، یک اثر رسانه‌ای شنیداری است که به عنوان یک ابزار آموزشی - ترویجی برای دستیابی به اهداف رفتاری خاصی در حوزه کشاورزی و منابع طبیعی تولید و پخش می‌شود. این برنامه‌ها متمرکز بر یک حوزه موضوعی - محصولی مشخص هستند و با رعایت اصول آموزش‌های ترویجی در کشاورزی (مثل مبانی آموزش بزرگسالان) و به درخواست واحدهای تابعه وزارت متبوع (از جمله دفتر ستادی و مدیریت‌های هماهنگی ترویج کشاورزی استان‌ها)، در قالب برنامه‌های تخصصی تولید و پخش می‌گردند.

برنامه رادیویی بایستی ضمن رعایت استانداردهای فنی سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، از یکی از شبکه‌های رادیویی ملی یا استانی سازمان یاد شده به مدت زمان حداقل ۱۰ دقیقه^{۱۰} پخش شود و از تأییدیه پخش شبکه ملی یا استانی (یا دیگر مستندات رسمی از جمله قرارداد حقوقی مربوطه) برخوردار باشد.

برای اینکه برنامه رادیویی در ارتباط با تعهدات عملکردی واحدهای سازمانی مورد پذیرش قرار گیرد، می‌بایستی از عنوان مشخص آموزشی - ترویجی کشاورزی برخوردار بوده و در تیتراژ برنامه به واحد سازمانی سفارش دهنده اشاره شود. برنامه‌های رادیویی آموزشی - ترویجی با عنوان مشخص، می‌بایست با اطلاع‌رسانی قبلی به جامعه مخاطب (ترجیحاً ۲۴ ساعت قبل از پخش برنامه) به روی آنتن روند. بهتر آن است که این برنامه‌ها در ساعات پرسننده از شبکه‌های رادیویی پخش گردند. افزون بر این ضروری است که از هر برنامه رادیویی، یک نسخه کامل برخوردار از بالاترین کیفیت فنی تهیه؛ و همراه با مستندات

۱۰- شایان ذکر است که به تشخیص گروه ممیزی و پایش محتوا و نوآوری و در صورت تأیید مدیرکل دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی، برنامه‌های رادیویی با مدت زمان کمتر از ۱۰ دقیقه نیز می‌توانند به صورت مستقل و یا در ترکیب با موارد مشابه، در شمار عملکرد قابل قبول در این قالب رسانه‌ای قرار گیرند.

مربوطه در آرشیو استانی و ستادی ثبت و ضبط گردد^{۱۱}. یادآور می‌گردد که حاکمیت فنی - محتوایی از جمله تعیین عناوین موضوعی و همچنین انتخاب کارشناسان متخصص برای حضور در برنامه‌های رادیویی، می‌بایست در اختیار واحد سازمانی سفارش دهنده برنامه (در زیرمجموعه‌های وزارت جهاد کشاورزی) باشد.

مخاطبان برنامه رادیویی

با توجه به این که برنامه‌های رادیویی از شبکه‌های ملی یا استانی رادیو - به عنوان یک رسانه انبوهی - پخش می‌شوند، می‌توانند طیف گسترده‌ای از آحاد جامعه به ویژه علاقه‌مندان به حوزه‌های موضوعی - محصولی کشاورزی مورد بحث در هر عنوان برنامه را پوشش دهند. اما به صورت خاص، گروه هدف اصلی و مستقیم برنامه‌های رادیویی آموزشی - ترویجی، بهره‌برداران بخش کشاورزی، کارشناسان مروج پهنه و همچنین کارشناسان فنی و اجرایی که زمینه کاری آن‌ها مرتبط با موضوع برنامه بوده و می‌توانند از محتوای آموزشی - ترویجی ارایه شده در برنامه به شکل کاربردی بهره ببرند را شامل می‌گردد.

نوع و ساختار برنامه رادیویی

برنامه‌های رادیویی آموزشی - ترویجی می‌توانند به دو صورت کلی برنامه زنده و یا برنامه تولیدی (ضبطی) تهیه و پخش شوند. افزون بر این برنامه‌های رادیویی می‌توانند در استودیوهای حرفه‌ای و یا در فضای خارج از استودیو (مثلاً از طریق گفتگوی تلفنی به شرط رعایت استانداردهای کیفی صدا) تولید گردند.

ساختار برنامه رادیویی از نظر ترکیب‌بندی می‌تواند شامل یک یا مجموعه‌ای از آیتم‌های زیر باشد:

✓ گفتگوهای کارشناسی؛

✓ ارایه بسته‌های آموزشی شنیداری (مانند تشریح گام به گام انجام یک فعالیت حرفه‌ای کشاورزی)؛

۱۱- لازم به ذکر است که برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی برای قرار گرفتن در شمار عملکرد قابل قبول سالیانه نیازی به دریافت کد فروست ندارند.

- ✓ میان‌برنامه از قبیل بسته ویژه خبری کشاورزی (مانند هواشناسی کشاورزی؛ و اطلاع‌رسانی بخش‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های تخصصی ذیربط)
- ✓ مسابقه و سرگرمی کشاورزی- محور (تلفیق آموزش با بخش‌های جذاب شنیداری)؛
- ✓ داستانی - روایت‌گری (مانند معرفی برترین‌های بخش کشاورزی و روایت‌گری تجارب موفق کشاورزان)؛
- ✓ مشاوره‌ای (پاسخ به پرسش‌های کشاورزی- محور بهره‌برداران از جمله در قالب تماس تلفنی)؛
- ✓ میزگرد تخصصی کشاورزی- محور؛
- ✓ گزارش‌های مرحله‌ای کشاورزی- محور؛
- ✓ معرفی نوآوری‌ها و تازه‌های کشاورزی؛ و
- ✓ معرفی خدمات، رویدادها و دستاوردهای آموزشی - ترویجی کشاورزی.

محتوای برنامه رادیویی

- محتوای یک برنامه رادیویی آموزشی - ترویجی کشاورزی باید پاسخگوی نیازهای دانشی و اطلاعات ضروری برای مخاطبان جامعه گروه هدف بوده و از ویژگی‌های ذیل برخوردار باشد:
- ✓ محتوا باید هم‌راستا با موضوعات اولویت‌دار و سیاست‌های بالادستی وزارت متبوع، شرح مأموریت‌ها و تکالیف مورد انتظار از مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی باشد؛
- ✓ محتوا باید حول یک محور موضوعی - محصولی مشخص کشاورزی-محور و هم‌راستا با عنوان انتخاب شده برای برنامه سازماندهی شود؛
- ✓ محتوا باید با توجه به اهداف رفتاری مشخص آموزشی - ترویجی کشاورزی-محور تدوین شده باشد. به گونه‌ای که به تصمیم‌گیری کاربران در مراحل مختلف انجام یک کار مشخص در میدان عمل کشاورزی کمک نماید؛
- ✓ محتوای برنامه باید به‌هنگام و منطبق بر تقویم فعالیت‌های کشاورزی باشد؛
- ✓ محتوای برنامه باید روزآمد؛ و بر جدیدترین یافته‌های علمی - تحقیقاتی و یا تجربه‌های اجرایی مؤثر مبتنی باشد؛

✓ در تولید محتوا باید به ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی و دانش بومی جامعه کشاورزی و روستایی توجه شود و از درج محتوایی که مغایر با این ارزش‌ها و تجارب باشد، خودداری گردد؛

✓ محتوای برنامه باید دارای سیر منطقی، منسجم و مرحله‌ای باشد؛ به نحوی که شروع برنامه، طرح مسئله یا ضرورت موضوع، توضیح مفاهیم، ارائه روش / راهکار و جمع‌بندی پایانی به صورت روشن و قابل فهم ارائه شود؛

✓ محتوای برنامه باید ساده، روان و قابل فهم باشد و از بکارگیری عبارات غیررایج یا اصطلاحات نامأنوس و صرفاً آکادمیک در آن پرهیز گردد. همچنین در صورت نیاز به معرفی مقیاس‌های متریک و یا استانداردهای فنی در برنامه، باید از معادل‌های قابل درک برای عموم استفاده شود؛

✓ محتوا باید جذاب و متناسب با سطح تحصیلات مخاطبان گروه هدف آن برنامه باشد تا شنونده در طول برنامه، به ادامه شنیدن آن جذب شود؛

✓ برنامه رادیویی باید تیتراژ ابتدایی و پایانی داشته باشد و در بخش انتهایی آن به مجموعه سازمانی ذیربط در وزارت متبوع اشاره گردد (برخورداری برنامه از هویت سازمانی)؛

✓ در طراحی محتوا، ترجیحاً از بخش‌های متنوع برای انتقال مؤثرتر پیام (مانند پرسش و پاسخ، گزارش میدانی، مصاحبه و موارد مشابه) جهت حفظ پویایی برنامه استفاده شود؛
✓ محتوا نباید حاوی آیتم‌ها یا جهت‌گیری تبلیغاتی باشد (نام بردن از افراد یا برندهای مختلف در برنامه رادیویی - مگر در شرایط خاص و با کسب مجوزهای لازم - مجاز نخواهد بود)؛ و

✓ رعایت ملاحظات پایداری نظیر سلامت محیط‌زیست و توجه به اصول بهداشت کار در تهیه محتوای برنامه‌های رادیویی ضروری است.

نکته مهم: برنامه‌های رادیویی می‌بایست شامل محتوای مشخص آموزشی - ترویجی در حوزه‌های موضوعی یا محصولی کشاورزی باشند. لذا گزارش‌های تولیدی واحدهای خبری سازمان صدا و سیما که از ماهیت اطلاع‌رسانی برخوردارند نمی‌تواند به عنوان یک برنامه رادیویی آموزشی - ترویجی کشاورزی محسوب گردند.

مشخصات فنی فایل ارسالی

مشخصات فنی مورد انتظار برای فایل ارسالی برنامه رادیویی آموزشی - ترویجی کشاورزی به دفتر ستادی به شرح ذیل است:

✓ فایل ارسالی باید دارای شناسنامه همراه از جمله عنوان برنامه؛ تاریخ پخش؛ نام کارشناس متخصص؛ و موارد مشابه باشد؛

✓ فایل ارسالی برنامه رادیویی می‌بایست در فرمت MP3 یا WAV ارائه شود؛

✓ کیفیت فایل ارسالی بایستی حداقل ۱۲۸ کیلوبیت بر ثانیه و به صورت شفاف و بدون پارازیت باشد؛

✓ فایل ارسالی برنامه رادیویی نبایستی در بر دارنده بخش‌های اضافی پیش یا پس از برنامه تخصصی کشاورزی مورد نظر باشد؛

تبصره: در صورتی که مدت زمان یک برنامه رادیویی ارسالی کمتر از میزان تعیین شده در این دستورالعمل (۱۰ دقیقه) باشد، مجموعه‌ای از برنامه‌های ارسالی از سوی واحد سازمانی مربوطه - به شرط رعایت سایر استانداردها و بنا به تشخیص گروه ممیزی و پایش محتوا و نوآوری دفتر - می‌توانند در قالب یک عنوان برنامه رادیویی لحاظ شوند. در همین رابطه نظر اداره کل شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی در پذیرش برنامه‌های کوتاه‌تر از ۱۰ دقیقه در قالب تعهدات برنامه‌ای سال عملیاتی، صائب و نافذ خواهد بود.

برنامه‌های تلویزیونی آموزشی - ترویجی کشاورزی

تعریف برنامه تلویزیونی

برنامه تلویزیونی یک اثر رسانه‌ای آموزشی - ترویجی است که با در بر گرفتن محتوای ترکیبی دیداری - شنیداری، در جهت دستیابی به اهداف رفتاری خاصی در حوزه کشاورزی و منابع طبیعی تولید و پخش می‌شود. برنامه تلویزیونی با تمرکز بر یک حوزه موضوعی - محصولی مشخص کشاورزی و به درخواست واحدهای تابعه وزارت متبوع (از جمله دفتر ستادی و مدیریت‌های هماهنگی ترویج کشاورزی استان‌ها)، می‌بایست ضمن رعایت اصول آموزش‌های ترویجی در کشاورزی (مثل مبانی آموزش بزرگسالان)؛ با اولویت‌ها و برنامه‌های جاری وزارت متبوع مطابقت داشته باشد و در قالب برنامه‌ای تخصصی تولید و پخش گردد. برنامه تلویزیونی آموزشی - ترویجی کشاورزی همچنین می‌بایست استانداردهای فنی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران را رعایت نموده و از یکی از شبکه‌های تلویزیونی ملی یا استانی آن سازمان به مدت زمان حداقل ۱۵ دقیقه پخش شود و از تأییدیه پخش از رسانه ملی یا استانی (یا دیگر مستندات رسمی از جمله قرارداد حقوقی مربوطه) برخوردار باشد. برای اینکه برنامه تلویزیونی در ارتباط با تعهدات عملکردی واحدهای سازمانی مورد پذیرش قرار گیرد، می‌بایست از عنوان مشخص آموزشی - ترویجی برخوردار بوده و در تیتراژ برنامه به واحد سازمانی سفارش دهنده اشاره شود. برنامه‌های تلویزیونی آموزشی - ترویجی کشاورزی با عنوان مشخص، می‌بایست با اطلاع‌رسانی قبلی به جامعه مخاطب (ترجیحاً ۲۴ ساعت قبل از پخش برنامه) به روی آنتن رود. بهتر آن است که این برنامه‌ها در ساعات پربیننده از شبکه‌های تلویزیونی پخش گردد.

افزون بر این ضروری است که از هر برنامه تلویزیونی، یک نسخه کامل برخوردار از بالاترین کیفیت فنی تهیه شود و همراه با مستندات مربوطه در آرشیو استانی و ستادی ثبت و ضبط گردد^{۱۲}. یادآور می‌گردد که حاکمیت فنی - محتوایی از جمله تعیین عناوین موضوعی و همچنین انتخاب کارشناسان متخصص برای حضور در برنامه‌های تلویزیونی آموزشی - ترویجی کشاورزی نیز، می‌بایست در اختیار واحد سازمانی سفارش دهنده برنامه (در زیرمجموعه‌های وزارت جهاد کشاورزی) باشد.

۱۲- لازم به ذکر است که برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی برای قرار گرفتن در شمار عملکرد قابل قبول سالیانه نیازی به دریافت کد فروست ندارند.

مخاطبان برنامه تلویزیونی

با توجه به این که برنامه‌های تلویزیونی آموزشی - ترویجی کشاورزی از شبکه‌های ملی یا استانی تلویزیون - به عنوان یک رسانه انبوهی - پخش می‌شوند، طیف گسترده‌ای از آحاد جامعه به ویژه علاقه‌مندان به حوزه‌های موضوعی - محصولی مورد بحث را پوشش می‌دهند. در عین حال به صورت خاص، گروه هدف اصلی این نوع برنامه‌ها، بهره‌برداران بخش کشاورزی، کارشناسان مروج پهنه و همچنین کارشناسان فنی - اجرایی را شامل است که زمینه کاری و حرفه‌ای آن‌ها مرتبط با موضوع برنامه بوده و بتوانند از محتوای آموزشی - ترویجی ارائه شده در برنامه‌ها به شکل کاربردی در میدان عمل بهره ببرند.

محتوای برنامه تلویزیونی

محتوای برنامه تلویزیونی باید پاسخگوی نیازهای آموزشی - ترویجی مخاطبان بوده و دارای ویژگی‌های ذیل باشد:

- ✓ محتوا باید هم‌راستا با موضوعات اولویت‌دار و سیاست‌های بالادستی وزارت متبوع، شرح مأموریت‌ها و تکالیف مورد انتظار از مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی باشد؛
- ✓ محتوا باید حول یک محور موضوعی - محصولی مشخص کشاورزی-محور و هم‌راستا با عنوان انتخاب شده برای برنامه سازماندهی شود؛
- ✓ محتوا باید با توجه به اهداف رفتاری مشخص آموزشی - ترویجی کشاورزی-محور تدوین شده باشد. به گونه‌ای که به تصمیم‌گیری کاربران در مراحل مختلف انجام یک کار مشخص در میدان عمل کشاورزی کمک نماید؛
- ✓ محتوای برنامه باید دارای سیر منطقی، منسجم و مرحله‌ای باشد؛ به نحوی که شروع برنامه، طرح مسئله یا ضرورت موضوع، توضیح مفاهیم، ارائه روش/ راهکار و جمع‌بندی پایانی به صورت روشن و قابل فهم ارائه شود؛
- ✓ در تدوین برنامه تلویزیونی، استفاده از تصاویر و عناصر بصری گویا و مرتبط با موضوع - به ویژه از مزارع الگویی بهره‌برداران - بسیار کلیدی و مهم است. این عناصر باید مکمل محتوای گفتاری باشند و در راستای درک بهتر مفاهیم به کار روند؛

- ✓ برنامه تلویزیونی باید شامل توضیح کاربردی و عملی؛ مانند نمایش مراحل انجام کار، بیان نکات کلیدی و ارائه توصیه‌های لازم باشد؛
- ✓ محتوای برنامه باید به‌هنگام، کاربردی، غیرتکراری بوده؛ و همچنین بر جدیدترین یافته‌های علمی - تحقیقاتی و یا تجربه‌های اجرایی مؤثر در حوزه کشاورزی مبتنی باشد؛
- ✓ محتوای برنامه باید ساده، روان و قابل فهم باشد و از بکارگیری عبارات غیررایج یا اصطلاحات نامأنوس و صرفاً آکادمیک در آن پرهیز گردد. همچنین در صورت نیاز به معرفی مقیاس‌های متریک و یا استانداردهای فنی در این برنامه‌ها، باید از معادل‌های قابل درک برای عموم بهره‌برداران و مروجان استفاده شود؛
- ✓ در صورت تولید برنامه به زبان محلی، لازم است معادل فارسی توضیحات و گفتگوها در قالب زیرنویس در برنامه درج گردد؛
- ✓ محتوا باید جذاب و متناسب با سطح تحصیلات مخاطبان گروه هدف برنامه باشد تا بیننده در طول برنامه به تماشای آن مداومت نماید؛
- ✓ در تولید محتوای برنامه تلویزیونی می‌بایست به ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه کشاورزی و روستایی توجه شود و از درج محتوایی که مغایر با این ارزش‌ها باشد خودداری گردد؛
- ✓ محتوا نباید حاوی آیت‌ها یا جهت‌گیری‌های تبلیغاتی باشد (نمایش و یا نام بردن از اشخاص یا برندهای تجاری مختلف در برنامه تلویزیونی - مگر در شرایط خاص و کسب مجوزهای لازم - مجاز نخواهد بود)؛ و
- ✓ رعایت ملاحظات پایداری نظیر سلامت محیط‌زیست و توجه به اصول بهداشت کار در تهیه محتوای برنامه‌های تلویزیونی ضروری است.

نوع و ساختار برنامه تلویزیونی

برنامه‌های تلویزیونی آموزشی - ترویجی کشاورزی می‌توانند به دو صورت کلی برنامه زنده و یا برنامه تولیدی (ضبطی) تهیه و پخش شوند. افزون بر این، برنامه‌های تلویزیونی می‌توانند حسب شرایط و نیاز برنامه‌ساز، در استودیوهای حرفه‌ای و یا در فضای خارج از آن (استودیوی مزرعه‌ای - عرصه‌ای) تولید گردند. افزون بر این

یک برنامه تلویزیونی باید تیتراژ ابتدایی و پایانی داشته باشد و در بخش انتهایی آن می‌بایست به مجموعه سازمانی ذیربط در وزارت متبوع اشاره گردد (برخورداری برنامه از هویت سازمانی)؛

ساختار یک برنامه تلویزیونی آموزشی - ترویجی کشاورزی از نظر ترکیب‌بندی آیتم‌ها می‌تواند شامل یکی از قالب‌های زیر یا ترکیبی از آن‌ها باشد:

- ✓ گفتگو - محور کارشناسی (مانند گفتگو با کارشناسان و متخصصان مرتبط)؛
- ✓ ارایه بسته‌های آموزشی دیداری - شنیداری (مانند تشریح گام به گام انجام یک فعالیت حرفه‌ای کشاورزی به صورت تصویری)؛
- ✓ بسته‌های ویژه خبر کشاورزی (مانند اطلاع‌رسانی رویدادهای مهم ترویجی؛ اخبار هواشناسی کشاورزی؛ و اطلاع‌رسانی بخش‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های تخصصی ذیربط)؛
- ✓ داستانی - روایت‌گری (مانند بازنمایی تجربه‌های واقعی؛ معرفی برترین‌های بخش کشاورزی؛ و روایت‌گری تجارب موفق کشاورزان همراه با درس‌آموخته‌ها)؛
- ✓ مشاوره‌ای (مانند پاسخ به سؤالات فنی و کشاورزی- محور مخاطبان از جمله در قالب تماس تلفنی)؛

- ✓ میزگرد تخصصی کشاورزی-محور؛
- ✓ گزارش‌های مرحله‌ای و فرایندی کشاورزی-محور؛
- ✓ معرفی نوآوری‌ها و تازه‌های کشاورزی؛
- ✓ معرفی خدمات و رویدادهای آموزشی - ترویجی کشاورزی؛ و
- ✓ مسابقه و سرگرمی - آموزشی (ترکیب آموزش‌های کشاورزی با قالب‌های جذاب و سرگرم‌کننده تصویری).

نکته: برنامه‌های تلویزیونی می‌بایست شامل محتوای مشخص آموزشی - ترویجی در حوزه‌های موضوعی یا محصولی کشاورزی باشند. لذا گزارش‌های تولیدی واحدهای خبری سازمان صدا و سیما که از ماهیت اطلاع‌رسانی صرف برخوردارند نمی‌تواند به عنوان یک برنامه تلویزیونی آموزشی - ترویجی کشاورزی محسوب گردند.

مشخصات فنی فایل ارسالی برنامه تلویزیونی

- مشخصات فنی مورد انتظار برای فایل ارسالی برنامه تلویزیونی آموزشی - ترویجی کشاورزی به دفتر ستادی به شرح ذیل است:
- ✓ فایل ارسالی باید دارای شناسنامه همراه از جمله عنوان برنامه؛ تاریخ پخش؛ نام کارشناس متخصص؛ و موارد مشابه باشد؛
 - ✓ فایل ارسالی می‌بایست در فرمت MP4 ارائه شود؛
 - ✓ فایل ارسالی از نظر کیفیت صوتی و تصویری بایستی در حد مطلوب باشد. فایل ارسالی می‌بایست از وضوح تصویر بالا با حداقل ۷۲۰*۱۲۸۰ پیکسل و کیفیت HD برخوردار باشد؛
 - ✓ فایل ارسالی برنامه تلویزیونی نبایستی در بر دارنده بخش‌های اضافی پیش یا پس از برنامه تخصصی کشاورزی مورد نظر باشد؛
- تبصره:** در صورتی که مدت زمان برنامه تلویزیونی ارسالی کمتر از میزان تعیین شده در این دستورالعمل (۱۵ دقیقه) باشد، مجموعه‌ای از برنامه‌های ارسالی از سوی واحد سازمانی مربوطه - به شرط رعایت سایر استانداردها و بنا به تشخیص گروه ممیزی و پایش محتوا و نوآوری دفتر - می‌توانند در قالب یک عنوان برنامه تلویزیونی لحاظ شوند. در همین رابطه نظر اداره کل شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی در پذیرش برنامه‌های کوتاه‌تر از ۱۵ دقیقه در قالب تعهدات برنامه‌ای سال عملیاتی، صائب و نافذ خواهد بود.

فیلم آموزشی - ترویجی

تعریف فیلم آموزشی - ترویجی

فیلم آموزشی - ترویجی کشاورزی، یک رسانه دیداری - شنیداری قدرتمند است که با هدف معرفی و نشر دانش کاربردی، بهبود نگرش‌ها و مهارت‌افزایی بهره‌برداران، کارشناسان و سایر علاقه‌مندان؛ همچنین به منظور روایت‌گری تجارب موفق عرصه‌های کشاورزی و مستندسازی دانش بومی و تجارب زیسته افراد پیشرو و صاحب‌نظر تهیه و تولید می‌شود. این دسته از فیلم‌ها که از تنوع بالایی در ساختار و محتوا برخوردارند، با بهره‌گیری از زبان ساده؛ بکارگیری تصاویر گویا و آشنا برای مخاطب؛ به تصویر کشیدن مثال‌های علمی و در عین حال عملی در محیط‌های واقعی کار؛ و اغلب همراه با توضیحات متخصصان موضوعی - محصولی و ارایه تجربیات کشاورزان پیشرو؛ تلاش می‌کنند تا مفاهیم تخصصی کشاورزی را به شیوه‌ای قابل درک و استفاده برای گروه‌های هدف برنامه‌های آموزش و ترویج کشاورزی ارایه دهند.

فیلم‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی می‌توانند به صورت مجزا و تک مقطعی؛ مجموعه‌ای مستقل؛ و یا دنباله‌دار (سریالی)؛ با استفاده از امکانات درون سازمانی و یا در قالب قراردادهای برون‌سپاری با مشارکت بخش خصوصی تهیه و تولید شوند. آنچه در اینجا مهم است آنکه چنین آثاری، حتی‌المقدور می‌بایست در عرصه‌های واقعی کشاورزی و مکان تخصصی مرتبط نظیر کلینیک‌ها و آزمایشگاه‌های کشاورزی، ایستگاه‌های تحقیقات کشاورزی و به ویژه مزارع الگویی کشاورزان پیشرو تولید شوند تا از احتمال اثرگذاری بالاتری در جامعه مخاطب برخوردار باشند.

نکته مهم: انواع فیلم‌های کوتاه (از جمله ویدیو کلیپ‌ها) تهیه شده از مناسبت‌ها، جلسات سازمانی، بازدیدها و نظایر آن - اعم از باکلام و یا بی‌کلام - که افزوده مشخص کاربردی برای جامعه بهره‌برداران بخش کشاورزی و یا کارشناسان مروج پهنه نداشته و از ماهیت گزارش عملکردی برخوردار می‌باشند، در شمار فیلم‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی قرار نمی‌گیرند.

مخاطبان فیلم آموزشی - ترویجی

طیف گسترده‌ای از علاقه‌مندان به حوزه‌های موضوعی - محصولی مورد نظر، به عنوان مخاطبان بالقوه یک فیلم آموزشی - ترویجی کشاورزی در نظر گرفته می‌شوند. در عین حال به صورت خاص و در راستای تحقق اهداف سازمانی، گروه هدف اصلی این رسانه قدرتمند دیداری - شنیداری شامل آن دسته از بهره‌برداران بخش کشاورزی، کارشناسان مروج پهنه و کارشناسان فنی - اجرایی است که حوزه فعالیت حرفه‌ای آن‌ها با موضوع اصلی مورد بحث و پیام مشخص فیلم آموزشی - ترویجی مرتبط بوده و می‌توانند محتوای آموزشی - ترویجی ارایه شده را به شکل کاربردی در میدان عمل به کار گیرند. در عین حال برخی فیلم‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی با توجه به حوزه موضوعی مورد تمرکز و پیام اصلی، ممکن است طیف گسترده‌ای از آحاد جامعه روستایی، عشایری و حتی شهری را - مثلاً در زمینه فرهنگ‌سازی برای کاهش ضایعات محصولات کشاورزی و مواد غذایی - در بر گیرند.

محتوای فیلم آموزشی - ترویجی

محتوای یک فیلم آموزشی - ترویجی کشاورزی می‌بایست بر اساس اهداف رفتاری مشخص طراحی و تدوین شود و دارای ویژگی‌های زیر باشد:

- ✓ محتوا باید هم‌راستا با موضوعات اولویت‌دار، سیاست‌های بالادستی و برنامه‌های کلان وزارت متبوع، همچنین شرح مأموریت‌ها و تکالیف مورد انتظار از مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی سازمان تات باشد؛
- ✓ محتوا باید حول یک محور موضوعی - محصولی مشخص کشاورزی-محور و هم‌راستا با عنوان انتخاب شده برای فیلم سازماندهی شود؛
- ✓ محتوا باید بر اهداف رفتاری مشخص متمرکز بوده و افزوده آموزشی - ترویجی کشاورزی کاربردی داشته باشد. به گونه‌ای که به واسطه افزایش دانش، مهارت‌های کاربردی و یا بهبود نگرش‌ها، به تصمیم‌گیری مخاطبان برای انجام یک کار مشخص در میدان عمل کشاورزی کمک نماید؛
- ✓ محتوا باید به‌هنگام، کاربردی، غیرتکراری در قالب فیلم؛ و همچنین بر جدیدترین یافته‌های علمی - تحقیقاتی و یا تجربه‌های اجرایی مؤثر در حوزه کشاورزی مبتنی بوده و از این منظر قابل دفاع باشد؛

- ✓ محتوای فیلم باید دارای انسجام و خط سیر منطقی باشد؛ به نحوی که مسئله و ضرورت آن را توضیح دهد و با اشاره به اصول و مفاهیم پایه، راهکارهایی عملی و قابل فهم را در مسیر دستیابی به اهداف رفتاری تعیین شده ارائه دهد؛
- ✓ محتوای فیلم باید ساده، روان و برای عموم بهره‌برداران و مروجان کشاورزی قابل درک باشد. لذا باید از بکارگیری عبارات غیررایج یا اصطلاحات نامأنوس و صرفاً آکادمیک در محتوای فیلم پرهیز گردد. همچنین در صورت نیاز به معرفی مقیاس‌های متریک و یا استانداردهای فنی، باید از معادل‌های قابل درک برای عموم استفاده شود؛
- ✓ محتوا باید تصاویر واضح، گویا و مرتبط با موضوع و پیام اصلی فیلم از جمله توضیحات کاربردی و عملی مانند نمایش مراحل انجام یک کار در مزارع الگویی بهره‌برداران پیشرو؛ بیان نکات کلیدی؛ و ارائه توصیه‌های کاربردی ضروری را شامل باشد؛
- ✓ در صورت تولید فیلم به زبان محلی، لازم است معادل فارسی توضیحات و متن گفتگوها در قالب زیرنویس در فایل فیلم درج گردد تا محتوا برای افراد غیرمحلی نیز قابل استفاده و البته در ستاد قابل ممیزی باشد؛
- ✓ محتوا باید برای مخاطبان جذاب و اولویت‌دار بوده؛ و با ویژگی‌های گروه‌های هدف فیلم از جمله سطح تحصیلات رسمی آنان متناسب باشد؛
- ✓ محتوای فیلم نباید حاوی آیتم‌ها یا جهت‌گیری‌های تبلیغاتی باشد (نمایش و یا نام بردن از اشخاص یا برندهای تجاری مختلف در فیلم آموزشی - مگر در شرایط خاص و پس از کسب مجوزهای لازم - مجاز نخواهد بود)؛
- ✓ خلاقیت، نوآوری و بکارگیری عناصر فرهنگ محلی در طراحی و ساخت فیلم‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی (در هماهنگی با دفتر ستادی) توصیه می‌گردد؛
- ✓ محتوای فیلم می‌بایست با ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه کشاورزی و روستایی مطابقت داشته و در تعارض با آن‌ها نباشد؛
- ✓ رعایت حقوق مادی و معنوی صاحبان آثار در انتخاب و تهیه محتوای فیلم‌ها نیز همانند دیگر آثار رسانه‌ای آموزشی - ترویجی کشاورزی الزامی است؛ و
- ✓ محتوا باید با ملاحظات پایداری نظیر سلامت محیط‌زیست و اصول بهداشت کار مطابقت داشته و در تعارض با آن‌ها نباشد.

نکته: با هدف اثرگذاری هر چه بیشتر و جلوگیری از تحمیل هزینه دوباره‌کاری، فیلم آموزشی - ترویجی کشاورزی بایستی بر اساس یک سناریوی اختصاصی با رعایت جنبه‌های فنی، ترویجی و هنری تهیه شود. در همین رابطه سناریوی یاد شده می‌بایست قبل از تولید اثر نهایی، توسط متخصص موضوعی، ویراستار ادبی و ویراستار ترویجی؛ مورد ارزیابی و در صورت نیاز مورد اصلاح قرار گیرد. یک سناریوی علمی - ترویجی خوب، نوشتاری است که با به کار بردن کمترین کلمات، بیشترین پیام و محتوای علمی - ترویجی را به مخاطب منتقل نموده و به حل مسأله‌ای در دنیای عمل بیانجامد. جمله‌های ساده، گویا و صحیح، از ضروریات یک سناریوی علمی است. باید در نظر داشت که اگر جملاتی از متن سناریو به لحاظ دستوری یا علمی صحیح نباشد، همین ایراد کوچک تأثیر ناخوشایندی بر نگرش مخاطب داشته و با سلب اعتماد او نسبت به مرجعیت دانشی منبع اثر، روایی متن و اثربخشی کل آن را زیر سؤال می‌برد. لذا مهارت در جمله‌سازی و عبارت‌پردازی برای تولید سناریوی یک اثر علمی - ترویجی به تنهایی کافی نیست؛ بلکه شناخت اصول ترکیب‌بندی، توالی جملات و نحوه ارایه مطالب نیز بسیار کلیدی خواهد بود.

نوع و ساختار فیلم آموزشی - ترویجی

ساختار فیلم‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی با توجه به هدف اصلی تهیه آن‌ها؛ زمینه‌های موضوعی - محصولی و اهداف رفتاری مورد تمرکز؛ مشخصات جامعه گروه هدف اصلی؛ بازه زمانی؛ و همچنین امکانات فنی - تولیدی در دسترس؛ می‌تواند تا حد زیادی متفاوت و ناهمگون باشد.

از منظر طول مدت زمان اثر، قاعده جهان‌شمول و مشخصی برای دسته‌بندی فیلم‌ها وجود ندارد. چنانکه در برخی جشنواره‌های معتبر بین‌المللی، فیلم‌های کوتاهی با طول مدت زمان یک دقیقه هم به جشنواره ارسال و به مرحله داوری و حتی کسب جوایز راه می‌یابند. در عین حال در این دستورالعمل و به شکل قراردادی، فیلم‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی بر اساس بازه‌های زمانی به انواع کوتاه (کمتر از ۱۵ دقیقه)؛ متوسط (بین ۱۵ تا ۴۵ دقیقه)؛ و یا بلند (بیشتر از ۴۵ دقیقه)؛ دسته‌بندی می‌شوند. به این ترتیب ویدیو کلیپ‌ها نیز در صورتی

که از ماهیت مشخص آموزشی - ترویجی کشاورزی برخوردار باشند، علی‌رغم برخورداری از مدت زمان اندک و محتوای مختصر، اساساً در طبقه فیلم‌های کوتاه قرار خواهند گرفت. از نظر ساختار محتوایی و دامنه اهداف رفتاری مورد تمرکز نیز، فیلم‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی می‌توانند به انواع مستندهای کارشناس‌محور؛ مستندهای روایتی (یا روایی)؛ و فیلم‌های داستانی؛ دسته‌بندی شوند. در فیلم‌های مستندهای کارشناس‌محور که در نظام ترویج کشاورزی ایران از عمومیت بالایی نیز برخوردار هستند، پیام‌های اختصاصی معطوف به هدف یا اهداف رفتاری مد نظر (مثلاً نحوه کالیبره کردن یک سمپاش دستی یا هرس سبز درختان میوه) به وسیله کارشناس متخصص و با استفاده از تجهیزات مورد نیاز، به صورت گام به گام و عملی در عرصه واقعی کشاورزی توضیح داده شده و ثبت می‌شود. در عین حال در ساختار این نوع فیلم‌های آموزشی که اغلب در یک نوبت تصویربرداری می‌شوند، ممکن است راوی یا بهره‌برداران پیشرو هم حضور و نقش پررنگی داشته باشند. همچنین استفاده از تصاویر اینسرتی و کمکی واقعی؛ کاربرد انواع افزوده‌های گرافیکی؛ کپشن‌گذاری؛ و موارد مشابه برخورداری از کیفیت مناسب در ساختار این نوع فیلم‌ها که با هدف انتقال هر چه بهتر پیام‌های اختصاصی صورت می‌گیرد، در حد معقول و منطقی امکان‌پذیر و البته مطلوب خواهد بود. به این ترتیب هدف اصلی از تهیه و نشر این نوع از فیلم‌های مستند، افزایش سطح دانش و ارتقای مهارت‌های جامعه مخاطب است. از نظر طول مدت فیلم هم، این نوع از آثار آموزشی - ترویجی اغلب در طبقه زمانی کوتاه تا متوسط قرار می‌گیرند.

در فیلم‌های مستند روایتی، اغلب دانش بومی اشخاص در یک حوزه موضوعی خاص و یا تجارب زیسته افراد پیشرو مثلاً کشاورزان برگزیده در مسیر دستیابی به یک هدف ارزشمند از جمله عملکرد کمی و کیفی بالا در تولید محصولات و یا کسب یک افتخار ویژه به تصویر کشیده می‌شود. این گونه مستندها می‌توانند در لوکیشن‌های مختلف مثل خانه و مزرعه شخص روایت‌گر تجربه؛ و دیگر عرصه‌های زندگی وی در جامعه محلی از جمله مرکز جهاد کشاورزی دهستان؛ بازارهای محلی؛ و موارد مشابه؛ تואم با حضور مصاحبه‌گر و یا بدون آن ثبت و ضبط شوند. به این ترتیب هدف اصلی از تهیه و نشر این نوع از فیلم‌های مستند که ممکن است تصویربرداری آن‌ها به دفعات و در طول زمان هم صورت پذیرد، تسهیم دانش و تجربه اختصاصی افراد پیشرو با دیگر هم‌قطاران خود در سطح جامعه روستایی و بخش

کشاورزی است. خاطر نشان می‌شود که در فیلم‌های مستند روایتی، شخصیت اصلی فیلم واقعی می‌باشد. از نظر طول مدت فیلم هم، این نوع از آثار آموزشی - ترویجی اغلب در طبقه زمانی متوسط قرار می‌گیرند.

در فیلم‌های داستانی همان گونه که از نام این طبقه از آثار نیز استنباط می‌گردد، پیام اصلی و محتوای آموزشی - ترویجی مد نظر سفارش دهنده از طریق داستان‌پردازی و با انعکاس در زندگی حرفه‌ای و حتی خانوادگی شخصیت یا شخصیت‌های فیلم که ممکن است اساساً واقعی نیز نباشند، به منظور افزایش احتمال اثرگذاری پیام بر جامعه مخاطب ساخته و پرداخته می‌شود. هدف اصلی از تهیه و نشر این نوع فیلم‌های بعضاً دراماتیک و مهندسی شده در قالب سناریوهای فنی - هنری، بیشتر اثرگذاری بر عواطف و نگرش افراد و هدایت آن‌ها در جهت مطلوب تولید کننده است (به عنوان مثال به تصویر کشیدن اثرات مخرب ناشی از بی‌توجهی روستاییان به محیط زیست؛ و یا هشداردهی در مورد پیامدهای اجتماعی شوم به جا مانده از تغییر غیرمجاز در کاربری اراضی کشاورزی؛ می‌تواند بسترهای مناسبی برای ساخت این نوع از فیلم‌های آموزشی - ترویجی به شمار روند). این نوع از فیلم‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی که مراحل مختلف تولید و از جمله تصویربرداری آن‌ها ممکن است طولانی بوده و در لوکیشن‌های مختلف واقعی و تصنعی اتفاق بیافتد، از نظر بازه زمانی اغلب در طبقه آثار بلند و گاهی هم متوسط قرار می‌گیرند.

توصیه‌های کاربردی مهم برای ساخت فیلم آموزشی - ترویجی

رعایت نکات و توصیه‌های کاربردی ذیل در هنگام ساخت فیلم‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی، به ارتقای کیفیت و اثربخشی این آثار کمک شایانی خواهد نمود:

✓ عنوان‌گزینی فیلم می‌بایست بر اساس نیازهای اولویت‌دار گروه هدف مشخص و به ویژه با محوریت حوزه‌های موضوعی - محصولی استراتژیک باشد؛

✓ حوزه موضوعی مورد تمرکز فیلم می‌بایست از مابه‌ازای تصویری غنی و متنوع در دنیای واقعی برخوردار باشد (برخی حوزه‌های موضوعی کشاورزی که از سطح بالایی از انتزاع برخوردار هستند و مصادیق عینی زیادی ندارند، مناسبت چندانی برای ترویج از طریق فیلم آموزشی نخواهند داشت)؛

✓ هر فیلم آموزشی - ترویجی کشاورزی می‌بایست از یک سناریوی علمی - هنری با بهره‌گیری توانمند از تخصص کارشناسان رشته‌های کشاورزی و هنرمندان عرصه‌های رسانه‌ای برخوردار باشد (ترتیب منطقی ارایه محتوا شامل مقدمه مساله‌مند و پیش‌درآمدی جذاب برای مخاطب؛ شرح و بحث موضوع و ارایه پیام اصلی؛ و در نهایت جمع‌بندی و نتیجه‌گیری؛ باید به صورت گام به گام در آن رعایت گردد)؛

✓ در تولید یک فیلم آموزشی - ترویجی کشاورزی، الزامی برای ثبت تصویر فعالیت‌ها در حالت کاملاً عادی و روزمره وجود ندارد. بلکه تیم تولید می‌تواند حسب شرایط و به منظور انتقال بهتر پیام اصلی فیلم، روند امور را مدیریت و کارگردانی نموده و از تکنیک «زنده‌نمایی» استفاده کند؛

✓ قویاً توصیه می‌گردد که در زمان تصویربرداری فیلم، کارشناس متخصص موضوعی نیز در لوکیشن تولید حضور داشته باشد و از نظرات تخصصی و مشورتی وی به هنگام ثبت تصاویر فنی استفاده گردد؛

✓ بهتر است در تولید هر فیلم آموزشی - ترویجی، مشارکت فعال کشاورزان به ویژه افراد پیشرو و برخوردار از تعاملات اجتماعی قوی جلب شود. به گونه‌ای که مزارع الگویی و شرایط واقعی دنیای کار کشاورزان محلی، در صورت امکان بخش مهمی از لوکیشن‌های تصویربرداری را شامل شوند؛

✓ تولید فیلم می‌بایست بر اساس برنامه زمان‌بندی دقیق و با توجه به تقویم فعالیت‌های کشاورزی برنامه‌ریزی گردد. رعایت این اصل به ویژه در مرحله تصویربرداری اثر، بسیار کلیدی و تعیین کننده خواهد بود؛

✓ فرایندهای تولید یک فیلم - مانند هر رسانه دیگری - می‌بایست به طور مستمر پایش و ممیزی شود. به ویژه کسب بازخورد مرحله‌ای از دفتر ستادی همزمان با پیشرفت مراحل پروژه، به ارتقای کیفیت محصول نهایی کمک شایانی خواهد نمود؛

✓ یک فیلم آموزشی - ترویجی کشاورزی می‌بایست از پلان‌های متنوع مرتبط با موضوع اصلی؛ پویایی بصری؛ و اصطلاحاً ریتم منطقی و جذاب برخوردار باشد. در همین رابطه، یکنواختی فیلم و ریتم خسته کننده (مثلاً ثبت تصاویر طولانی مشابه از یک کارشناس در حال توضیح دادن مطالب) به هیچ وجه در محتوای فیلم مطلوب نبوده و

مگر به ضرورت توصیه نمی‌شود؛

✓ در مواردی که بنا به ضرورت، برخی سکانس‌های یکنواخت طولانی در تصاویر ثبت شده وجود دارد (مثلاً توضیحات طولانی یک کارشناس در ارتباط با یک موضوع خاص)، می‌بایست با استفاده از تکنیک‌های تدوین مثل «دو قاب کردن» و یا استفاده از تصاویر «اینسرتی» مرتبط با موضوع اصلی، بر پویایی و ریتم فیلم افزود (به عنوان یک قاعده کلی نباید بیشتر از ۱۵ ثانیه روی یک سوژه ثابت ماند؛ مگر به ضرورت)؛

✓ در حالی که استفاده از عناصر فرهنگ محلی و المان‌های واقعی کشاورزی می‌تواند حسب شرایط و با توجه به موضوع فیلم ارزشمند تلقی گردد؛ در عین حال بکارگیری تصاویری که با موضوع و روند پیشرفت سناریوی یک فیلم آموزشی - ترویجی ارتباط منطقی و معقولی نداشته باشند به هیچ وجه توصیه نمی‌گردد (ضرورت عدم استفاده از تصاویر بلا تکلیف و بی‌ربط با موضوع فیلم)؛

✓ دقت در ترکیب پس‌زمینه تصویر فیلم به منظور عدم وجود عناصر بصری مزاحم در آن که می‌توانند پرت شدن حواس مخاطب را به دنبال داشته باشند بسیار ضروری است. به عنوان یک قاعده کلی، پس‌زمینه تصویر می‌بایست کاملاً مرتبط با موضوع فیلم و یا خنثی باشد؛

✓ در صورت استفاده بیش از یک دوربین برای تصویربرداری از سکانس‌های فیلم - که در صورت امکان توصیه نیز می‌شود - نوع دوربین‌های به کار رفته می‌بایست مشابه باشد تا کیفیت تصاویر نهایی متفاوت و نامتجانس نباشد (در غیر اینصورت بهتر است که حتی‌المقدور از یک دوربین استفاده شود)؛

✓ برای افزایش کیفیت نور فیلم، بهتر است تصویربرداری از فضاهای باز در روزهای آفتابی و زمانی انجام شود که زاویه تابش خورشید مایل و شدت نور آفتاب مناسب است (صبح و عصر)؛

✓ در صورت استفاده از موسیقی زمینه‌ای برای ساخت فیلم، موسیقی متن می‌بایست ملایم، ترجیحاً منطبق بر عناصر فرهنگ جامعه محلی و کیفیت صدای آن مطلوب باشد. همچنین توجه شود که صدای موسیقی بالاتر از صدای راوی و دیگر شخصیت‌های حاضر در فیلم نباشد؛

✓ رعایت دیگر استانداردهای فنی تولید فیلم از جمله تنظیمات مرتبط با قاب، بالانس و استقرار مناسب دوربین؛ رعایت محل قرار گرفتن سوژه در قاب؛ طراحی صحنه؛ وضوح صدا؛ و مواردی نظیر آن نیز ضروری خواهد بود؛

نکته: هر فیلم آموزشی - ترویجی کشاورزی می‌بایست یک عنوان مشخص؛ تیتراژ ابتدایی؛ و تیتراژ پایانی داشته باشد. در همین رابطه، در تیتراژ انتهایی فیلم می‌بایست به مشخصات دست‌اندرکاران تهیه اثر و مجموعه سازمانی ذیربط در وزارت متبوع اشاره گردد (ضرورت برخورداری فیلم از هویت سازمانی).

مشخصات فنی فایل ارسالی فیلم

مشخصات فنی مورد انتظار برای فایل ارسالی فیلم آموزشی - ترویجی کشاورزی به دفتر ستادی به شرح ذیل است:

✓ فایل ارسالی می‌بایست دارای شناسنامه همراه از جمله عنوان فیلم؛ تاریخ و مکان تولید؛ دست‌اندرکاران تهیه؛ نام کارشناس متخصص؛ و موارد مشابه باشد (علاوه بر تیتراژ فیلم)؛

✓ فایل ارسالی می‌بایست در فرمت MP4 ارائه شود؛

✓ فایل ارسالی می‌بایست از وضوح تصویر بالا با حداقل ۱۰۸۰*۱۹۲۰ پیکسل و کیفیت Full HD برخوردار باشد؛

✓ فایل ارسالی می‌بایست از کیفیت صدای حداقل ۱۲۸ کیلو بیت بر ثانیه برخوردار باشد؛ و

✓ فایل ارسالی می‌بایست عاری از هرگونه افزوده شامل آرم، واترمارک و موارد مشابه باشد.

نکته: فایل ارسالی فیلم جهت نمایه‌سازی در سامانه تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی، بایستی به صورت افقی تهیه و ارسال گردد. اما در صورتی که هدف از تولید فیلم آموزشی - ترویجی صرفاً انتشار آن در شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی باشد، ارایه خروجی اثر به شکل عمودی در ساختار رسانه‌ای «ویدیو کلیپ» بلامانع خواهد بود. افزون بر این پیشنهاد می‌گردد راش‌های هر فیلم با ثبت دقیق مشخصات هر فایل، برای استفاده‌های احتمالی بعدی آرشیو

شود و یک نسخه با کیفیت اصلی از آن‌ها برای دفتر ستادی نیز ارسال گردد.
✓ فرمت پیشنهادی تیتراژ پایانی فیلم به شکل زیر خواهد بود:



انیمیشن آموزشی - ترویجی

تعریف انیمیشن آموزشی - ترویجی

انیمیشن آموزشی - ترویجی، یک اثر رسانه‌ای قدرتمند برای جلب توجه گروه‌های سنی مختلف است که با استفاده از توالی تصاویر، القای حس متحرک بودن آن‌ها و ترکیب تصاویر با صداها، موسیقی متن و افکت‌های جذاب و نوآورانه، اطلاعات حرفه‌ای مرتبط با مشاغل، عناصر دانشی و مهارتی مرتبط با حوزه‌های گوناگون موضوعی - محصولی کشاورزی را به شیوه‌ای داستانی بیان می‌کند و در سطح جامعه هدف نشر می‌دهد.

یکی از قابلیت‌های ممتاز این قالب رسانه‌ای که بر پایه سناریویی فنی - هنری تولید می‌گردد، توان آن در خلق شخصیت‌های داستانی در دنیای آموزش است. قابلیت‌هایی که همراه با همه‌پسندی، به ویژه برای تغییر در نگرش‌ها و فرهنگ‌سازی و جریان‌سازی آموزشی - ترویجی در جامعه از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار خواهد بود.

در حالی که انواعی از انیمیشن‌های دو بعدی و سه بعدی در دنیای رسانه‌ای امروز یافت می‌شوند، هم‌اکنون نسخه‌های هوش مصنوعی نیز با قدرت در آفرینش انیمیشن‌های آموزشی فعال هستند. همچنان که این موضوع، با اقبال گسترده‌ای از سوی آحاد جامعه و البته کنشگران توسعه نیز مواجه شده‌اند. در همین رابطه ضمن تأکید بر لزوم رعایت ملاحظات فنی - اجتماعی و اذعان به آن که هنوز برای قضاوت متقن در ارتباط با نحوه و نوع تأثیرات کاربست هوش مصنوعی در دنیای رسانه‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی اطلاعات کافی در اختیار نیست؛ به نظر می‌رسد استفاده معقول و منطقی از این ظرفیت فناورانه نوین، در نظام‌های ترویج و آموزش کشاورزی نیز فرصتی ارزنده به دست داده است.

این قالب رسانه‌ای قوی با شخصیت‌پردازی و جاری‌سازی زندگی آن‌ها در دنیایی خیالی اما برآمده از واقعیات، به ویژه در ساده‌سازی مباحث پیچیده؛ انتقال مفاهیم برخوردار از سطح بالای انتزاع؛ و باورپذیر کردن این مفاهیم در جامعه مخاطبان نظام آموزش و ترویج کشاورزی از قابلیت‌های بسیار ارزنده‌ای برخوردار است.

افزون بر این انیمیشن‌ها به عنوان رسانه‌های دیداری - شنیداری جذاب، از قابلیت بالایی برای شخصی‌سازی برنامه‌های آموزشی و ترویجی کشاورزی به ویژه در بین بزرگسالان برخوردارند و اطلاعات تخصصی و عمومی کشاورزی-محور را در قالب محتواهایی قابل درک

برای گروه‌های هدف مختلف رایج می‌دهند. قابلیت اجرای انیمیشن‌های آموزشی از طریق وسایل مختلف ارتباطی از جمله رایانه و به ویژه گوشی‌های تلفن همراه به موازات سهولت بهره‌گیری از آن‌ها در مکان‌ها و زمان‌های مختلف؛ امکان ذخیره‌سازی و مراجعات متعدد بعدی؛ همچنین امکان نشر آن‌ها در بین گروه‌های مختلف و اشتراک‌گذاری میان هم‌قطاران در شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی با اثر هم‌افزایانه؛ از مزیت‌های مهم بکارگیری این قالب رسانه‌ای در جامعه بزرگ کشاورزی، روستایی و عشایری به شمار می‌آید.

مخاطبان انیمیشن آموزشی - ترویجی

انیمیشن‌های آموزشی - ترویجی با توجه به قابلیت‌های ممتازی که دارند، قادرند طیف گسترده‌ای از علاقه‌مندان به حوزه‌های موضوعی - محصولی کشاورزی و حتی عموم مردم جامعه در گروه‌های سنی مختلف از خردسالان گرفته تا کهنسالان را به عنوان مخاطبان بالقوه به خود جلب نمایند و تحت تأثیر قرار دهند. ویژگی‌های فنی - رسانه‌ای ممتاز انیمیشن، به خصوص برای جذب گروه‌های سنی کودکان و نوجوان و جامعه‌پذیر کردن مفاهیم پایداری کشاورزی در خلال نسل‌ها، بسیار قابل توجه و در نوع خود کم‌نظیر به شمار می‌رود. در عین حال به صورت خاص و در راستای تحقق اهداف سازمانی، گروه هدف غالب این رسانه قدرتمند دیداری - شنیداری نیز آن دسته از بهره‌برداران بخش کشاورزی، کارشناسان مروج پهنه و کارشناسان فنی - اجرایی را در بر می‌گیرد که حوزه فعالیت حرفه‌ای آن‌ها با موضوع اصلی مورد بحث و پیام مشخص این اثر مرتبط بوده و می‌توانند محتوای آموزشی - ترویجی رایج شده در آن را به شکل کاربردی در میدان عمل به کار گیرند. در عین حال بسیاری از انیمیشن‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی مثل انیمیشن «ماجرای انرژی و هدرکرد» که به فرهنگ‌سازی برای مصرف بهینه انرژی کشاورزی می‌پردازد، با توجه به حوزه موضوعی مورد تمرکز و پیام اصلی ممکن است طیف گسترده‌ای از احاد جامعه روستایی، عشایری و حتی شهری را در بر گیرند.

محتوای انیمیشن آموزشی - ترویجی

محتوای یک انیمیشن آموزشی - ترویجی کشاورزی می‌بایست بر اساس اهداف رفتاری

مشخص طراحی و تدوین شود و دارای ویژگی‌های زیر باشد:

✓ محتوا باید هم‌راستا با موضوعات اولویت‌دار، سیاست‌های بالادستی و برنامه‌های کلان وزارت متبوع، همچنین شرح مأموریت‌ها و تکالیف مورد انتظار از مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی سازمان تات باشد؛

✓ محتوا باید حول یک محور موضوعی - محصولی مشخص کشاورزی-محور و هم‌راستا با عنوان انتخاب شده برای اثر (انیمیشن) سازماندهی شود و دارای انسجام و خط سیر منطقی باشد؛

✓ محتوا باید بر اهداف رفتاری مشخص متمرکز بوده و افزوده آموزشی - ترویجی کشاورزی کاربردی داشته باشد. به گونه‌ای که به واسطه افزایش دانش، مهارت‌های کاربردی و یا بهبود نگرش‌ها، به تصمیم‌گیری مخاطبان برای انجام یک کار مشخص در میدان عمل کشاورزی کمک نماید؛

✓ محتوا باید به‌هنگام، کاربردی، غیرتکراری در قالب انیمیشن؛ و همچنین بر جدیدترین یافته‌های علمی - تحقیقاتی و یا تجربه‌های اجرایی مؤثر در حوزه کشاورزی مبتنی بوده و از این منظر قابل دفاع باشد؛

✓ محتوا باید ساده، روان و برای عموم بهره‌برداران و مروجان کشاورزی قابل درک باشد. لذا می‌بایست از بکارگیری عبارات غیررایج یا اصطلاحات نامأنوس آکادمیک در محتوای انیمیشن پرهیز گردد. همچنین در صورت نیاز به معرفی مقیاس‌های متریک، بهتر است از معادل‌های قابل درک برای عموم استفاده شود؛

✓ محتوای انیمیشن شامل عناصر بصری و صوتی از جمله شخصیت‌ها؛ آیکون‌ها؛ رنگ‌ها؛ فونت‌ها؛ افکت‌ها؛ و غیره می‌بایست باید به گونه‌ای طراحی و انتخاب شوند که با ویژگی‌های جامعه هدف اصلی سازگار باشد؛

✓ محتوای انیمیشن نباید حاوی آیتم‌ها یا جهت‌گیری‌های تبلیغاتی باشد (نمایش و یا نام بردن از اشخاص یا برندهای تجاری مختلف - مگر در شرایط خاص و پس از کسب مجوزهای لازم - مجاز نخواهد بود)؛

✓ محتوا می‌بایست با ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه کشاورزی و روستایی مطابقت داشته و در تعارض با آن‌ها نباشد؛

- ✓ خلاقیت، نوآوری و بکارگیری عناصر فرهنگ محلی در طراحی و ساخت محتوای انیمیشن (در هماهنگی با دفتر ستادی) توصیه می‌گردد؛
 - ✓ رعایت حقوق مادی و معنوی صاحبان آثار در طراحی و انتخاب محتوای انیمیشن‌ها نیز همانند دیگر آثار رسانه‌ای آموزشی - ترویجی کشاورزی الزامی است؛ و
 - ✓ محتوا باید با ملاحظات پایداری نظیر سلامت محیط‌زیست و اصول بهداشت کار مطابقت داشته و در تعارض با آن‌ها نباشد.
- نکته:** با هدف اثرگذاری هر چه بیشتر و جلوگیری از تحمیل هزینه دوباره‌کاری، انیمیشن آموزشی - ترویجی کشاورزی بایستی بر اساس یک سناریوی اختصاصی با رعایت جنبه‌های فنی، ترویجی و هنری تهیه شود. در همین رابطه سناریوی یاد شده می‌بایست قبل از تولید اثر نهایی، توسط متخصص موضوعی، ویراستار ادبی و ویراستار ترویجی؛ مورد ارزیابی و در صورت نیاز مورد اصلاح قرار گیرد.

نوع و ساختار انیمیشن آموزشی - ترویجی

اگرچه نوع و ساختار انیمیشن‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی از تفاوت‌های کمتری در مقایسه با قالب فیلم برخوردار است، در عین حال اینگونه آثار رسانه‌ای نیز با توجه به هدف اصلی؛ زمینه‌های موضوعی - محصولی؛ اهداف رفتاری مورد تمرکز؛ مشخصات جامعه گروه هدف؛ و همچنین امکانات فنی - تولیدی در دسترس؛ می‌توانند تا حدی ناهمگون و متفاوت از همدیگر باشند.

انیمیشن‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی اعم از انواع کلاسیک آن و یا تولید شده با کمک نسخه‌های هوش مصنوعی؛ اغلب به شکل آثار کوتاه و فشرده ساخته می‌شوند. این موضوع هم از نظر هزینه ساخت اثر؛ و هم از منظر تأثیر اختصار و موجزگویی در ارتقای درجه اثربخشی این قالب رسانه‌ای توجیه‌پذیر است. به طور کلی و بر اساس تجارب به دست آمده طی سنوات اخیر، مدت زمان ایده‌آل برای ساخت و ارایه هر اثر از این قالب رسانه‌ای برای انتقال مؤثر پیام‌ها به مخاطبان در حوزه فعالیت‌های آموزش و ترویج کشاورزی، بین یک تا دو دقیقه است. در عین حال تأکید می‌گردد که زمان مورد اشاره به هیچ وجه مطلق و جهان‌شمول نیست و بسته به ماهیت موضوع، هدف تولید، ویژگی‌های مخاطبان و امکانات

در دسترس، متفاوت و اقتضایی خواهد بود.

انیمیشن‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی می‌توانند به صورت مجزا و تک نسخه‌ای؛ مجموعه‌ای مستقل؛ و یا دنباله‌دار (سریالی)؛ با استفاده از امکانات درون سازمانی و یا در قالب قراردادهای برون‌سپاری با مشارکت بخش خصوصی تهیه و تولید شوند. آنچه در اینجا مهم است آن که خلق و استفاده از شخصیت‌های جذاب در طراحی و ساخت چنین آثاری، احتمال اثرگذاری آن‌ها در میان جامعه مخاطب و در نتیجه اثربخشی پیام‌ها را بالا خواهد بود. استفاده از تصاویر واقعی؛ موسیقی متن؛ کپشن‌گذاری؛ نریشن؛ و افکت‌های صدا نیز می‌تواند کیفیت و اثربخشی این گونه آثار رسانه‌ای را تا حد زیادی ارتقا بخشد. افزون بر این هر انیمیشن می‌بایست در ساختار خود یک عنوان اختصاصی، تیتراژ ورودی و یک تیتراژ پایانی داشته باشد. همچنین در بخش انتهایی اثر می‌بایست به مجموعه سازمانی ذیربط در وزارت متبوع اشاره گردد (برخورداری اثر از هویت سازمانی)؛

مشخصات فنی فایل ارسالی

مشخصات فنی مورد انتظار برای فایل ارسالی انیمیشن آموزشی - ترویجی کشاورزی به دفتر ستادی به شرح ذیل است:

✓ فایل ارسالی می‌بایست دارای شناسنامه همراه از جمله عنوان انیمیشن؛ تاریخ و مکان تولید؛ دست‌انکاران تهیه؛ و موارد مشابه باشد (علاوه بر تیتراژ موجود در ساختار اثر)؛

✓ فایل ارسالی می‌بایست در فرمت MP4 ارائه شود؛

✓ فایل ارسالی می‌بایست از وضوح تصویر بالا با حداقل ۱۰۸۰*۱۹۲۰ پیکسل و کیفیت Full HD برخوردار باشد؛

✓ فایل ارسالی می‌بایست از کیفیت صدای حداقل ۱۲۸ کیلو بیت بر ثانیه برخوردار باشد؛ و

✓ فایل ارسالی می‌بایست عاری از هرگونه افزوده شامل آرم، واترمارک و موارد مشابه باشد.

نکته: فایل ارسالی انیمیشن جهت نمایه‌سازی در سامانه تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی، بایستی به صورت افقی تهیه و ارسال گردد. اما در صورتی که هدف از تولید انیمیشن آموزشی - ترویجی صرفاً انتشار آن در شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی باشد، ارائه خروجی اثر به شکل عمودی بلامانع خواهد بود.

✓ فرمت پیشنهادی تیتراژ پایانی انیمیشن به شکل زیر خواهد بود:



موشن گرافیک آموزشی - ترویجی

تعریف موشن گرافیک آموزشی - ترویجی

موشن گرافیک آموزشی - ترویجی، یک اثر رسانه‌ای جذاب است که طیف گسترده‌ای از مخاطبان را در گروه‌های سنی و تحصیلی مختلف می‌تواند در بر گیرد. این قالب رسانه‌ای اغلب کوتاه مدت که در سالیان اخیر با استقبال زیادی از سوی جوامع برخوردار بوده است و بیشتر برای اطلاع‌رسانی و انتقال سریع پیام‌های اولویت‌دار به کار می‌رود، می‌تواند دامنه وسیعی از حوزه‌های موضوعی را از جمله در دنیای تبلیغات، تجارت و البته آموزش، پوشش دهد. این قالب رسانه‌های نسبتاً جدید، همچنین برای معرفی پویای‌های تخصصی و جریان‌سازی‌های اجتماعی - فرهنگی، از قابلیت ارزشمندی در نظام‌های آموزش و ترویج کشاورزی برخوردار است.

با دارا بودن مشابهت‌های ساختاری نسبی با قالب رسانه‌ای انیمیشن، موشن گرافیک آموزشی - ترویجی نیز با تکیه بر حرکت‌بخشی به عناصر گرافیکی ثابت مانند تصاویر واقعی، عناصر متنی، آیکون‌ها، آرم‌ها، نمودارها، آمار و ارقام، اشکال هندسی، ایموجی‌ها؛ و از طریق ترکیب نمودن خلاقانه چنین عناصری با افکت‌های مختلف تصویری، صدا، موسیقی و روایت‌گری (نریشن)؛ بر پایه یک سناریوی فنی - هنری به انتقال هر چه بهتر اطلاعات و مفاهیم در یک حوزه موضوعی - محصولی مشخص کشاورزی می‌پردازد.

در حالی که تمرکز اصلی موشن گرافیک آموزشی - ترویجی نیز همانند انیمیشن بر بصری‌سازی داده‌ها، فرآیندها، ایده‌های انتزاعی و به ویژه حرکت‌بخشی - یا به بیان دیگر جان‌بخشی به عناصر بصری - برای بالا بردن سرعت انتقال اطلاعات؛ درک هر چه بهتر مفاهیم؛ و ماندگاری بیشتر آن‌ها در ذهن مخاطبان است؛ این دو قالب رسانه‌ای تفاوت‌هایی نیز با هم دارند. در مقایسه با انیمیشن که پویایی‌بخشی تصاویر را در حد غایی به شکل کاملاً طبیعی دنبال می‌کند، حرکت‌بخشی در موشن گرافیک اغلب به طور معنی‌داری ساده‌تر است. گرافیک اثر نیز در موشن گرافیک اغلب ساده‌تر و دو بعدی است. افزون بر این در حالی که هر دو قالب رسانه‌ای می‌بایست از سناریو برخوردار باشند، انیمیشن‌های آموزشی - ترویجی اغلب روی خلق شخصیت‌های جذاب با هدف اثرگذاری هر چه بیشتر متمرکز خواهند بود.

در هر حال موشن گرافیک هم می‌تواند در دنیای آموزش و ترویج کشاورزی به عنوان یک قالب رسانه‌ای قدرتمند و جذاب به ویژه برای دستیابی به اهدافی مانند ساده‌سازی و قابل

درک کردن مباحث پیچیده؛ انتقال مفاهیم برخوردار از سطح بالای انتزاع؛ آشنا نمودن افراد با فرایندهای کاری؛ و فرهنگ‌سازی در جوامع گروه هدف؛ بسیار راه‌گشا و ارزشمند تلقی گردد. افزون بر این، موشن گرافیک نیز به عنوان یک رسانه دیداری - شنیداری جذاب، از قابلیت بالایی برای شخصی‌سازی برنامه‌های آموزشی و ترویجی کشاورزی به ویژه در بین بزرگسالان برخوردار است. امکان اجرای موشن گرافیک از طریق وسایل مختلف ارتباطی از جمله رایانه و به ویژه گوشی‌های تلفن همراه به موازات سهولت بهره‌گیری از آن در مکان‌ها و زمان‌های مختلف؛ امکان ذخیره‌سازی و مراجعات متعدد بعدی؛ همچنین امکان نشر آن در بین گروه‌های مختلف و اشتراک‌گذاری میان هم‌قطاران در شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی؛ از مزیت‌های مهم کاربرد این قالب رسانه‌ای در جامعه کشاورزی، روستایی و عشایری به شمار می‌آید.

مخاطبان موشن گرافیک آموزشی - ترویجی

تولید موشن گرافیک‌ها نیز با توجه به قابلیت‌های فرمی - محتوایی این گونه آثار رسانه‌ای و جذابیت‌های بصری بالا، می‌تواند برای طیف گسترده‌ای از گروه‌های جامعه هدف خدمات نظام آموزش و ترویج کشاورزی در دستور کار قرار گیرد. به گونه‌ای که افراد در طبقات مختلف جمعیتی اعم از خردسال تا کهنسال؛ زنان روستایی و عشایری؛ افراد برخوردار از سطوح تحصیلی اندک تا دانشگاهیان؛ مروجان کشاورزی و دیگر کارشناسان اجرایی؛ و البته آحاد جامعه برای مثال در حوزه‌های نظیر ارتقای فرهنگ مصرف و جلوگیری از ضایعات غذا؛ همگی می‌توانند مخاطب موشن گرافیک‌ها به شمار آیند.

در عین حال به صورت خاص و در راستای تحقق اهداف سازمانی آموزش و ترویج کشاورزی، گروه هدف غالب این رسانه ارزشمند و قوی دیداری - شنیداری نیز آن دسته از بهره‌برداران بخش کشاورزی، کارشناسان مروج پهنه، تسهیلگران روستایی و کارشناسان فنی - اجرایی را در بر می‌گیرد که حوزه فعالیت حرفه‌ای آن‌ها با موضوع اصلی مورد بحث و پیام مشخص هر موشن گرافیک مرتبط بوده و می‌توانند محتوای آموزشی - ترویجی ارایه شده در آن اثر را به شکل کاربردی در میدان عمل به کار گیرند. اگرچه همان گونه که پیش‌تر نیز گفته شد، ممکن است طیف گسترده‌ای از آحاد جامعه روستایی، عشایری و حتی شهری را در بر گیرند.

محتوای موشن گرافیک آموزشی - ترویجی

محتوای یک موشن گرافیک آموزشی - ترویجی کشاورزی می‌بایست بر اساس اهداف رفتاری مشخص و یا در جهت اطلاع‌رسانی یک موضوع مهم در بین جوامع گروه هدف اختصاصی طراحی و تدوین شود و به طور کلی دارای ویژگی‌های زیر باشد:

✓ محتوا باید هم‌راستا با موضوعات اولویت‌دار، سیاست‌های بالادستی و برنامه‌های کلان وزارت متبوع، همچنین شرح مأموریت‌ها و تکالیف مورد انتظار از مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی سازمان تات باشد؛

✓ محتوا باید حول یک محور موضوعی - محصولی مشخص کشاورزی-محور و هم‌راستا با عنوان انتخاب شده برای اثر سازماندهی شود و دارای انسجام و خط سیر منطقی در ارایه مطالب باشد؛

✓ محتوا باید بر اطلاع‌رسانی یک موضوع مهم کشاورزی-محور و یا اهداف رفتاری مشخص متمرکز بوده؛ و افزوده آموزشی - ترویجی کشاورزی کاربردی داشته باشد. به گونه‌ای که به واسطه افزایش سطح آگاهی افراد، انجام امور و رویه‌های کاری حرفه‌ای را تسهیل نمایند و یا با ارتقای دانش، مهارت‌های کاربردی و یا بهبود نگرش‌ها، به تصمیم‌گیری مخاطبان برای انجام هر چه بهتر یک کار مشخص در میدان عمل کشاورزی کمک نماید؛

✓ محتوا باید به‌هنگام، کاربردی، حتی‌المقدور غیرتکراری در قالب رسانه‌ای موشن گرافیک (با توجه به آثار قبلی)؛ و همچنین بر جدیدترین بخش‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی کشاورزی-محور و یا یافته‌های علمی - تحقیقاتی و تجربه‌های اجرایی مؤثر در حوزه کشاورزی مبتنی بوده و از این منظر قابل دفاع باشد؛

✓ محتوا باید موجز، ساده، روان و برای عموم بهره‌برداران و مروجان کشاورزی حوزه ذیربط قابل درک باشد. لذا می‌بایست از بکارگیری عبارات غیررایج یا اصطلاحات نامأنوس آکادمیک در محتوای موشن گرافیک پرهیز گردد. همچنین در صورت نیاز به معرفی مقیاس‌های متریک، بهتر است از معادل‌های قابل درک برای عموم استفاده شود؛

✓ محتوای موشن گرافیک شامل عناصر بصری و صوتی از جمله شخصیت‌های احتمالی؛ آیکون‌ها؛ رنگ‌ها؛ فونت‌ها؛ افکت‌ها؛ و غیره می‌بایست باید به گونه‌ای طراحی و

- انتخاب شوند که با ویژگی‌های جامعه گروه هدف اصلی سازگار باشد؛
- ✓ محتوای موشن‌گرافیک نباید حاوی آیتم‌ها یا جهت‌گیری‌های تبلیغاتی باشد (نمایش و یا نام بردن از اشخاص یا برندهای تجاری مختلف - مگر در شرایط خاص و پس از کسب مجوزهای لازم - مجاز نخواهد بود)؛
 - ✓ محتوا می‌بایست با ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه کشاورزی و روستایی مطابقت داشته و در تعارض با آن‌ها نباشد؛
 - ✓ خلاقیت، نوآوری و بکارگیری عناصر فرهنگ محلی در طراحی و ساخت محتوای موشن‌گرافیک (در هماهنگی با دفتر ستادی) توصیه می‌گردد؛
 - ✓ رعایت حقوق مادی و معنوی صاحبان آثار در طراحی و انتخاب محتوای موشن‌گرافیک‌ها نیز همانند دیگر آثار رسانه‌ای آموزشی - ترویجی کشاورزی الزامی است؛
- و
- ✓ محتوا باید با ملاحظات پایداری نظیر سلامت محیط‌زیست و اصول بهداشت کار مطابقت داشته و در تعارض با آن‌ها نباشد.
- نکته:** با هدف اثرگذاری هر چه بیشتر و جلوگیری از تحمیل هزینه دوباره‌کاری، موشن‌گرافیک آموزشی - ترویجی کشاورزی بایستی بر اساس یک سناریوی اختصاصی با رعایت جنبه‌های فنی، ترویجی و هنری تهیه شود. در همین رابطه سناریوی یاد شده می‌بایست قبل از تولید اثر نهایی، توسط متخصص موضوعی، ویراستار ادبی و ویراستار ترویجی؛ مورد ارزیابی و در صورت نیاز مورد اصلاح قرار گیرد.

نوع و ساختار موشن‌گرافیک آموزشی - ترویجی

- موشن‌گرافیک‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی هم با توجه به هدف اصلی تولید؛ زمینه‌های موضوعی - محصولی؛ اهداف رفتاری مورد تمرکز؛ مشخصات جامعه گروه هدف؛ محل نشر و نمایه‌سازی؛ و همچنین امکانات فنی - تولیدی در دسترس؛ می‌توانند متنوع و متفاوت از یکدیگر باشند.
- موشن‌گرافیک‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی اغلب به شکل آثار کوتاه و فشرده با تکیه سناریو محور بر رؤس محتوایی اسناد علمی - اجرایی اولویت‌دار ساخته می‌شوند. به گونه‌ای

که در کوتاه‌ترین زمان ممکن، بتوانند بیشترین اثرگذاری را برای انتقال پیام‌ها به همراه داشته باشند. به طور کلی و بر اساس تجارب به دست آمده طی سنوات اخیر، مدت زمان ایده‌آل برای ساخت و ارایه هر اثر از این قالب رسانه‌ای دیداری - شنیداری جهت انتقال مؤثر پیام‌ها به مخاطبان در حوزه برنامه‌های آموزش و ترویج کشاورزی، بین دو تا سه دقیقه است. در عین حال تأکید می‌گردد که مدت زمان مورد اشاره به هیچ وجه مطلق و جهان‌شمول نیست و بسته به ماهیت موضوع، هدف تولید، ویژگی‌های مخاطبان و امکانات در دسترس، متفاوت و اقتضایی خواهد بود.

موشن گرافیک‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی که اغلب به صورت مجزا، تک نسخه‌ای و دو بعدی تهیه و تولید می‌شوند، می‌توانند با استفاده از امکانات درون سازمانی و یا در قالب قراردادهای برون‌سپاری با مشارکت بخش خصوصی در دستور کار قرار گیرند. البته تولید موشن گرافیک‌ها به صورت دنباله‌دار نیز دور از ذهن نمی‌باشد. آنچه در اینجا مهم است، آن که رعایت استانداردهای فنی و کیفی در طراحی و ساخت چنین آثاری، احتمال اثرگذاری آن‌ها در میان جامعه مخاطب و در نتیجه اثربخشی پیام‌های مربوطه را بالا خواهد بود.

استفاده از تصاویر واقعی؛ آیکون‌های مرتبط و متناسب؛ نمودارهای گرافیکی؛ آمار و ارقام دقیق؛ فونت‌ها و رنگ‌های جذاب؛ موسیقی متن مناسب؛ کپشن‌گذاری؛ نریشن؛ تنوع بصری بالا؛ حرکت‌ها و جابجایی‌های بجا و منطقی؛ و افکت‌های تصویری و صوتی نیز؛ می‌تواند کیفیت و اثربخشی این گونه آثار رسانه‌ای را تا حد زیادی ارتقا بخشد. افزون بر این هر موشن گرافیک می‌بایست در ساختار خود یک عنوان اختصاصی، تیتراژ ورودی و یک تیتراژ پایانی داشته باشد. همچنین در بخش انتهایی اثر، می‌بایست به مجموعه سازمانی ذیربط در وزارت متبوع اشاره گردد (برخورداری اثر از هویت سازمانی)؛

مشخصات فنی فایل ارسال

مشخصات فنی مورد انتظار برای فایل ارسالی موشن گرافیک آموزشی - ترویجی کشاورزی به دفتر ستادی به شرح ذیل است:

✓ فایل ارسالی می‌بایست دارای شناسنامه همراه از جمله عنوان انیمیشن؛ تاریخ و مکان تولید؛ دست‌اندرکاران تهیه اثر؛ و موارد مشابه باشد (علاوه بر تیتراژ موجود در ساختار اثر)؛

- ✓ فایل ارسالی می‌بایست در فرمت MP4 ارائه شود؛
 - ✓ فایل ارسالی می‌بایست از وضوح تصویر بالا با حداقل ۱۰۸۰ * ۱۹۲۰ پیکسل و کیفیت Full HD برخوردار باشد؛
 - ✓ فایل ارسالی می‌بایست از کیفیت صدای حداقل ۱۲۸ کیلو بیت بر ثانیه برخوردار باشد؛ و
 - ✓ فایل ارسالی می‌بایست عاری از هرگونه افزوده شامل آرم، واترمارک و موارد مشابه باشد.
- نکته:** فایل ارسالی موشن گرافیک جهت نمایه‌سازی در سامانه تالار ترویج دانش و فنون کشاورزی، بایستی به صورت افقی تهیه و ارسال گردد. اما در صورتی که هدف از تولید اثر آموزشی - ترویجی صرفاً انتشار آن در شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی باشد، ارایه خروجی اثر به شکل عمودی نیز بلامانع خواهد بود.
- ✓ فرمت پیشنهادی تیتراژ پایانی موشن گرافیک به شکل زیر خواهد بود:



پادکست آموزشی - ترویجی

تعریف پادکست آموزشی - ترویجی

پادکست آموزشی - ترویجی یک اثر رسانه‌ای شنیداری جمعی است که به عنوان یک ابزار کمک آموزشی، در جهت دستیابی به یک یا چند هدف رفتاری خاص؛ از جمله معرفی و نشر دانش کاربردی و بهبود نگرش بهره‌برداران، کارشناسان و سایر علاقه‌مندان؛ همچنین به منظور روایت‌گری تجارب موفق عرصه‌های کشاورزی و مستندسازی دانش بومی و تجارب زیسته افراد پیشرو و صاحب‌نظر تهیه و تولید می‌شود.

این رسانه شنیداری که از قابلیت بالایی برای شخصی‌سازی برنامه‌های آموزشی و ترویجی کشاورزی به ویژه در بین بزرگسالان برخوردار است، اطلاعات تخصصی و عمومی کشاورزی-محور را در قالب محتواهای صوتی و به شیوه‌ای قابل درک برای گروه‌های هدف ارایه می‌دهد. قابلیت پخش پادکست‌های آموزشی از طریق وسایل مختلف ارتباطی از جمله رایانه و به ویژه گوشی‌های تلفن همراه به موازات سهولت بهره‌گیری از آن‌ها در مکان‌ها و زمان‌های مختلف؛ امکان ذخیره‌سازی و مراجعات متعدد بعدی؛ همچنین امکان نشر آن‌ها در بین گروه‌های مختلف و اشتراک‌گذاری میان هم‌قطاران در شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی؛ از مزیت‌های مهم بکارگیری این قالب رسانه‌ای در جامعه بزرگ کشاورزی، روستایی و عشایری به شمار می‌آید.

مخاطبان پادکست آموزشی - ترویجی

پادکست آموزشی - ترویجی نیز با توجه به مختصات فنی و سادگی استفاده، طیف گسترده‌ای از علاقه‌مندان و فعالان حوزه‌های موضوعی - محصولی کشاورزی ذیربط را شامل می‌شود. اما به صورت خاص، گروه هدف اصلی و مستقیم این رسانه، بهره‌برداران بخش کشاورزی، کارشناسان مروج پهنه و همچنین کارشناسان فنی و اجرایی که زمینه کاری آن‌ها مرتبط با موضوع پادکست بوده و می‌توانند از محتوای آموزشی - ترویجی ارایه شده در آن به شکل کاربردی بهره ببرند را شامل می‌گردد.

محتوای پادکست آموزشی - ترویجی

محتوای یک پادکست آموزشی - ترویجی کشاورزی می‌بایست بر اساس اهداف رفتاری

- مشخص و یا در جهت اطلاع‌رسانی یک موضوع مهم در بین جوامع گروه هدف اختصاصی طراحی و تدوین شود و به طور کلی دارای ویژگی‌های زیر باشد:
- ✓ محتوا باید هم‌راستا با موضوعات اولویت‌دار، سیاست‌های بالادستی و برنامه‌های کلان وزارت متبوع، همچنین شرح مأموریت‌ها و تکالیف مورد انتظار از مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی سازمان تات باشد؛
 - ✓ محتوا باید حول یک محور موضوعی - محصولی مشخص کشاورزی-محور و هم‌راستا با عنوان انتخاب شده برای اثر سازماندهی شود؛
 - ✓ محتوا باید بر اهداف رفتاری مشخص متمرکز بوده و افزوده آموزشی - ترویجی کشاورزی کاربردی داشته باشد. به گونه‌ای که به واسطه افزایش آگاهی‌ها، ارتقای دانش و یا بهبود نگرش‌ها، به تصمیم‌گیری بهتر مخاطبان برای انجام یک کار مشخص در میدان عمل کشاورزی کمک نماید؛
 - ✓ محتوا باید به‌هنگام، کاربردی، ترجیحاً غیرتکراری در قالب پادکست؛ و همچنین بر جدیدترین یافته‌های علمی - تحقیقاتی و یا تجربه‌های اجرایی مؤثر در حوزه کشاورزی مبتنی بوده و از این منظر قابل دفاع باشد؛
 - ✓ محتوای پادکست باید دارای انسجام، جامعیت نسبی و خط سیر منطقی در ارایه مطالب باشد؛ به نحوی که مسئله و ضرورت آن را توضیح دهد و با اشاره به اصول و مفاهیم پایه، راهکارهایی عملی و قابل فهم را در مسیر دستیابی به اهداف رفتاری تعیین شده ارایه نماید؛
 - ✓ محتوای پادکست باید ساده، روان و برای عموم بهره‌برداران و مروجان کشاورزی قابل درک باشد. لذا باید از بکارگیری عبارات غیررایج یا اصطلاحات نامأنوس و صرفاً آکادمیک در محتوای پادکست پرهیز گردد. همچنین در صورت نیاز به معرفی مقیاس‌های متریک و یا استانداردهای فنی، باید از معادل‌های قابل درک برای عموم استفاده شود؛
 - ✓ محتوا باید برای مخاطبان جذاب و اولویت‌دار بوده؛ و با ویژگی‌های گروه‌های هدف اثر از جمله سطح تحصیلات رسمی آنان متناسب باشد؛
 - ✓ محتوای پادکست نباید حاوی آیت‌ها یا جهت‌گیری‌های تبلیغاتی باشد (مثلاً نام بردن از اشخاص یا برندهای تجاری مختلف در پادکست آموزشی - مگر در شرایط خاص

و پس از کسب مجوزهای لازم - مجاز نخواهد بود؛

✓ خلاقیت، نوآوری و بکارگیری عناصر فرهنگ محلی در تولید پادکست‌های آموزشی

- ترویجی کشاورزی (در هماهنگی با دفتر ستادی) توصیه می‌گردد؛

✓ محتوای پادکست می‌بایست با ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه کشاورزی و روستایی مطابقت داشته و در تعارض با آن‌ها نباشد؛

✓ رعایت حقوق مادی و معنوی صاحبان آثار در انتخاب و تهیه محتوای پادکست نیز همانند دیگر آثار رسانه‌ای آموزشی - ترویجی کشاورزی الزامی است؛ و

✓ محتوا باید با ملاحظات پایداری نظیر سلامت محیط‌زیست و اصول بهداشت کار مطابقت داشته و در تعارض با آن‌ها نباشد.

نکته: با هدف اثرگذاری هر چه بیشتر و جلوگیری از تحمیل هزینه دوباره‌کاری، پادکست آموزشی - ترویجی کشاورزی بایستی بر اساس یک سناریوی علمی اختصاصی با رعایت جنبه‌های فنی، ترویجی و هنری تهیه شود. در همین رابطه سناریوی یاد شده می‌بایست قبل از تولید اثر نهایی، توسط متخصص موضوعی، ویراستار ادبی و ویراستار ترویجی؛ مورد ارزیابی و در صورت نیاز مورد اصلاح قرار گیرد.

نوع و ساختار پادکست آموزشی - ترویجی

پادکست آموزشی - ترویجی، بیشتر به عنوان یک قالب رسانه‌ای اغلب کوتاه مدت به کار گرفته می‌شود. به طور کلی در این دستورالعمل - اما نه به شکل مطلق و جهان‌شمول - بازه زمانی مناسب برای یک پادکست آموزشی - ترویجی کشاورزی بین سه تا هفت دقیقه در نظر گرفته می‌شود. اصلی‌ترین عامل تعیین کننده در این خصوص نیز، فرصت مورد نیاز برای انتقال پیام اصلی به مخاطب خواهد بود.

پادکست‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی می‌توانند به صورت مجزا؛ مجموعه‌ای مستقل؛ و یا به شکل سریالی در قالب قسمت‌های مختلف (اپیزودهای دنباله‌ای) تولید و منتشر شوند. در مورد اخیر، ارتباط قسمت‌های مختلف پادکست بایستی شفاف، قابل درک و دارای ارتباط منطقی با یکدیگر باشند تا موجب سردرگمی مخاطب نگردند. در این مجموعه پادکست‌ها بهتر آن است که در ابتدای هر یک از اپیزودها، خلاصه‌ای از محتوای قسمت قبل و نتیجه مهم آن

نیز بیان گردد.

تنالیته و حجم صدای گوینده یک پادکست آموزشی - ترویجی کشاورزی؛ همچنین آوای کلام و نحوه بیان وی می‌بایست از قدرت و کیفیت لازم و مطلوب برخوردار باشد. در صورت عدم امکان بهره‌گیری از گوینده حرفه‌ای برای تولید پادکست به دلیل محدودیت‌های اجرایی، موکداً پیشنهاد می‌گردد که همکاران با اصول و مبانی گویندگی برای تولید پادکست‌ها آشنا گردند. همچنین بهتر است که گوینده متن پادکست به موضوع فنی مورد بحث نیز تسلط نسبی داشته باشد.

در حالی که استفاده از موسیقی در ساختار پادکست‌های آموزشی - ترویجی کشاورزی توصیه می‌گردد، رعایت چند نکته کلیدی در این خصوص ضروری است. نخست آنکه بهتر است یک قطعه موسیقایی - به ویژه قطعات معروف - به طور کامل در ساخت پادکست مورد استفاده قرار نگیرند. چرا که موجب جلب حواس مخاطب به خط سیر موسیقی و پرت شدن حواس از محتوای آموزشی خواهد شد. در همین رابطه می‌بایست قسمت‌های کوچکی از قطعه موسیقی در حد ۱۰ یا ۱۵ ثانیه، به شکل تکرار شوند (لوپ شده) مورد استفاده قرار گیرد. قدرت موسیقی زیرصدا نیز نباید به قدری باشد که مانع شنیدن صدای گوینده به طور کامل شود. همچنین می‌توان در ساختار پادکست از جلوه‌های صوتی و جینگل‌های^{۱۳} موسیقی مناسب بهره گرفت. ساختار یک پادکست آموزشی - ترویجی می‌بایست حداقل سه بخش مقدمه، بحث و نتیجه‌گیری را در ر داشته باشد. مقدمه بایستی بیانگر هدف اصلی تولید پادکست و اهمیت موضوع مورد بحث باشد. افزون بر این، مقدمه بایستی تا حد امکان برای شنونده پادکست جذاب و گیرا بوده و دارای قلاب‌های^{۱۴} هم‌ذات‌پندارانه با توجه به دغدغه‌ها، مسایل و نیازهای جامعه هدف باشد. زمان مناسب برای بخش مقدمه، به طور قراردادی در این دستورالعمل حدود ۱۰ درصد از زمان کل پادکست آموزشی - ترویجی را در بر خواهد داشت. بخش بحث، قسمت اصلی یک پادکست آموزشی - ترویجی کشاورزی به شمار می‌رود که در

۱۳- جینگل به طور کلی به صوت یا آهنگ خاصی گفته می‌شود که در معرفی یا تبلیغات موضوع یا محصولی استفاده می‌شود. به طور کلی هدف جینگل، ماندگار کردن محتوا در ذهن مخاطب است.

۱۴- منظور از قلاب در اینجا، ترفندی است که در ثانیه‌های اول شروع اثر همانند یک ضربه کارآمد به جان مخاطب برخورد می‌کند و او را عمیقاً تحت تأثیر قرار می‌دهد. اگر در فرایند تولید محتوای رسانه‌ای بتوان با چنین ضربه‌ای نظر مخاطب را جلب کرد و او را به چالش کشید، احتمال این که وی پادکست را تا انتها گوش دهد بسیار بالاتر خواهد بود.

آن به صورت تفصیلی به مسایل اصلی مورد نظر پرداخته و به سوالات پاسخ داده می‌شود. بهتر آن است که بخش بحث، شامل چند قسمت مجزا و در عین حال متوالی و مرتبط با یکدیگر باشد. فصل‌بندی محتوایی در پادکست، از طریق جاگذاری موسیقی یا افکت‌های مناسب صدا جهت ایجاد حس جدایی بین فصول^{۱۵} قابل انجام است. زمان مناسب برای بخش بحث، به طور قراردادی در این دستورالعمل حدود ۸۰ درصد از زمان کل پادکست آموزشی - ترویجی را در بر خواهد داشت.

در بخش نتیجه‌گیری پادکست نیز، جمع‌بندی مختصر و مفیدی از هدف اصلی تولید اثر، نکات کلیدی مطرح شده در آن، اهمیت رعایت این نکات برای کمک به حل مسأله و دعوت از مخاطب برای عمل به موارد مطروحه، ارائه می‌شود. زمان مناسب برای بخش نتیجه‌گیری، به طور قراردادی در این دستورالعمل حدود ۱۰ درصد از زمان کل پادکست آموزشی - ترویجی را در بر خواهد داشت.

مشخصات فنی فایل ارسالی پادکست

مشخصات فنی مورد انتظار برای فایل ارسالی پادکست آموزشی - ترویجی کشاورزی به دفتر ستادی به شرح ذیل است:

- ✓ فایل ارسالی باید دارای یک روکش شناسنامه حاوی اطلاعاتی نظیر عنوان اثر؛ تاریخ تولید؛ نام کارشناس متخصص؛ و موارد مشابه باشد؛
- ✓ فرمت فایل ارسالی بایستی mp4 و یا mp3 باشد؛
- ✓ کیفیت فایل ارسالی بایستی حداقل ۱۲۸ کیلوبیت بر ثانیه و به صورت شفاف و بدون پارازیت باشد؛

نکته: فایل‌های متفرقه‌ای که با استفاده از تجهیزات فنی غیرتخصصی تولید می‌شوند (نظیر محتوای صوتی ضبط شده با گوشی‌های تلفن همراه)، اغلب از استانداردهای فنی - کیفی فوق‌الذکر برخوردار نبوده و در نتیجه به عنوان یک پادکست آموزشی - ترویجی کشاورزی پذیرفته و منتشر نخواهند شد (مگر در موارد خاص غیر قابل تکرار و به تشخیص کمیته انتشارات).

۱۵- ایجاد فاصله منطقی بین فصول محتوایی یک پادکست، باعث افزایش قدرت تمرکز شنونده و همچنین ارائه فرصت لازم به وی جهت سازمان دادن به مطالب و به ذهن‌سپاری آن می‌شود.