



بازآفرینی اطلاعات چیست؟

بازآفرینی اطلاعات، مفهومی بسیار مهم در صنعت آموزش است. قبل از آنکه به تعریف بازآفرینی اطلاعات بپردازیم بهتر است با چهار گروه از یادگیرندگان آشنا شویم!

دسته بندی افراد در یادگیری

۱. خواننده: این گروه بیشتر دوست دارند کتاب و متن بخوانند. اگر فقط به آموزش حضوری می‌پردازید این گروه را از دست خواهید داد. کتاب، کتاب الکترونیکی و مقالات سایت شما برای این گروه جذاب است.

۲. شنونده: این دسته دوست دارند سی‌دی‌های آموزشی گوش کنند. شاید این افراد را نتوانید قانع کنید که کتاب‌های شما را بخوانند. محصولات صوتی برای این گروه جذابیت خاصی دارد. آن‌ها دوست دارند هنگام انجام کارهای دیگر به آموزش‌های صوتی گوش کنند.

۳. بیننده: برای این افراد شنیدن و خواندن کافی نیست. آن‌ها بیشتر به ویدیو، فیلم‌های آموزشی و وبینار علاقه دارند. وبینار سمیناری است که از طریق وب برگزار می‌شود. در فصل دوم درباره وبینار و روش برگزاری آن صحبت کردیم.

۴. عمل‌کننده: این گروه ترجیح می‌دهند با تعامل و ایجاد ارتباط با دیگران به یادگیری بپردازند. پس بیشتر دوست دارند در کلاس‌های حضوری و همایش‌ها شرکت کنند یا در جلسات مشاوره حاضر شوند.

البته شاید فکر کنید خودتان را نمی‌توانید دقیقا در یکی از این چهار گروه قرار دهید، چون هم گاهی کتاب می‌خوانید و هم کتاب صوتی گوش می‌دهید. خیلی‌ها دقیقا همین‌طور هستند. موضوع آن است که احتمالا یکی از این چهار مورد را بیشتر ترجیح می‌دهید و حس بهتری نسبت به آن روش یادگیری دارید. پس اگر برای این چهار گروه، آموزش‌های مناسبی نداشته باشید بخشی از مخاطبان را از دست خواهید داد. مدرس مرجع به این نکته مهم پی برده است.

["message_box text_color="light]

بازآفرینی اطلاعات چیست؟

بازآفرینی اطلاعات یعنی تغییر فرمت محتوا، عمق آن یا هر دو، برای دسترسی به مخاطبان بیشتر و افزایش نرخ یادگیری.

[message_box/]

حالا این سوال مهم پیش می‌آید که چگونه به تمامی این چهار گروه آموزش بدهیم و هیچ‌کدام را از دست ندهیم. بهترین راهکار، «بازآفرینی اطلاعات» است.

فرض کنید قبلا یک مقاله نوشته‌اید و در سایت‌تان منتشر کرده‌اید. اگر مقاله را به صوت تبدیل کنید آن را بازآفرینی کرده‌اید. در این حالت فقط فرمت را تغییر داده‌اید.

اگر صوتی که تولید می‌کنید خلاصه نکات مهم مقاله باشد، در این حالت هم فرمت را تغییر داده‌اید و هم عمق را. در واقع عمق آن را کمتر کرده‌اید.

سه روش بازآفرینی اطلاعات

۱. تغییر فرمت

تغییر فرمت محتوا، یکی از ترفندهای مهم مدرس مرجع است. مدرس مرجع می‌داند همه به خواندن کتاب علاقه ندارند. پس نسخه صوتی کتاب خود را هم تولید می‌کند. همچنین می‌داند همه دوست ندارند ویدیوی آموزشی ببینند. پس شاید نسخه صوتی آموزش خود را هم تولید کند. با تغییر فرمت، گروه بیشتری از یادگیرندگان را به مطالب آموزشی خود علاقه‌مند می‌سازیم.

۲. تغییر عمق

حالت دیگر بازآفرینی اطلاعات آن است که بدون تغییر فرمت، عمق مطلب را تغییر دهیم.

فرض کنید یک آموزش ویدیویی یک‌ساعته تولید کرده‌اید. می‌توانید بخش‌های مهم و کلیدی ویدیو را انتخاب کرده، آن قسمت‌ها را جدا کنید و در کنار هم قرار بدهید. در این حالت شاید یک ویدیوی ۱۰ دقیقه‌ای درست کنید که تمام نکات کلیدی فیلم اصلی را در خود دارد. سپس می‌توانید این فیلم را به‌عنوان هدیه در کنار محصول اصلی خود قرار دهید.

آیا همیشه باید عمق را کاهش دهیم؟ خیر. گاهی می‌توان عمق مطلب را افزایش داد. اگر کارگاهی آموزشی برگزار کرده‌اید و از آن فیلم‌برداری کرده‌اید، اکنون شاید بتوانید در کنار فیلم کارگاه، چند فیلم کوتاه جداگانه ضبط کنید که مطالب کارگاه را با مثال‌های بیشتری بیان می‌کند. در این حالت عمق محتوا را بیشتر کرده‌اید.

۳. تغییر فرمت و عمق

یک حالت دیگر که مدرسان دنیا از آن زیاد استفاده می‌کنند تغییر هم‌زمان فرمت و عمق محتوا است؛ مثلاً یک کتاب ۲۳۲ صفحه‌ای نوشته‌ایم. اگر یک آموزش صوتی یک‌ساعته درست کنیم که نکات مهم کتاب در آن گفته شده است، در این حالت عمق و فرمت را تغییر داده‌ایم. بد نیست بدانید اگر کل یک کتاب ۲۳۲ صفحه‌ای را به صوت تبدیل کنیم، زمان آن چیزی حدود ۵ تا ۷ ساعت خواهد شد.

هر محصولی قابل بازآفرینی است!

وقتی محصولی را تولید کردید و آماده عرضه شد، قبل از اینکه سراغ تولید محصولات بعدی بروید، بررسی کنید که چگونه می‌توان همین محصول را بازآفرینی کرد. منظور ما از محصول همان ده موردی است که در فصل دوم توضیح دادیم. به نظر من یکی از مهم‌ترین بازآفرینی‌ها که می‌تواند باعث موفقیت سریع‌تر شما شود، بازآفرینی کارگاه‌ها و همایش‌ها است!

همیشه وقتی در همایش یا کارگاهی تدریس می‌کنید تجهیزات لازم را همراه داشته باشید تا بتوانید محتوا را ضبط کنید. می‌توانید از یک دوربین فیلم‌برداری یا حتی موبایل استفاده کنید تا کارگاه را ضبط کنید. همچنین همیشه همراهتان یک «وُیس رکورد» داشته باشید تا قبل از شروع تدریس، آن را روشن کنید و صدا را ضبط کنید. کاربرد این محتواهای ضبط‌شده خیلی زیاد است. بعدها می‌توانید در سایت‌تان، عضویت پولی درست کنید و بخش‌هایی از همین مطالب ضبط شده را در آن قرار دهید. همچنین می‌توان برای رسانه‌های اجتماعی محتوا آماده کرد. حتی به راحتی می‌توان صوت یک همایش یک‌روزه را تبدیل به متن کرد و در نهایت یک کتاب منتشر کرد!

اگر می‌خواهید از بازاریابی اطلاعات استفاده کنید مقاله «[۷ ایده خلاقانه برای بازآفرینی اطلاعات](#)» را مطالعه کنید.

