



## بررسی دیدگاه مردم و کارشناسان بهداشتی در مورد نقش و عملکرد رسانه‌های محلی استان یزد در برنامه‌های سلامت عمومی

نویسندگان: علی احمدیان<sup>۱</sup>، محمودرضا مرتضوی<sup>۲</sup>

۱. نویسنده مسئول: کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، گروه علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

Gmail: Mali.ahmadian@gmail.com

یزد تلفن تماس: ۰۹۱۳۲۵۵۷۷۵۸

۲. استادیار گروه علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات یزد

### چکیده

**مقدمه:** از دیر باز اطلاع‌رسانی دقیق و سریع و ارائه آموزش‌های اثربخش در زمینه مسائل مرتبط با سلامت جسمی و روانی، وظیفه رسانه شمرده شده است. ولی ظاهراً رسانه‌ها بویژه رسانه‌های محلی از این وظیفه خود غافل شده‌اند. پژوهش به بررسی نگرش مردم عادی و کارشناسان بهداشت در زمینه نقش و اهمیت رسانه‌ها در حوزه سلامت و همچنین عملکرد آن‌ها در این زمینه پرداخته است.

**روش بررسی:** این مطالعه توصیفی-مقطعی است. جامعه مورد پژوهش، کارشناسان بهداشت و مردم عادی شهر یزد بودند که در دو نمونه ۲۱۱ نفری (کارشناسان) و ۲۴۶ نفری (مردم عادی) وارد مطالعه شدند. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته بوده است. پرسشنامه حاوی ۱۸ سؤال باز و بسته بود. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار آماری SPSS استفاده شد و از آمار توصیفی و آزمون‌های کای اسکویر و یومن ویتنی در سطح ۰/۰۵ استفاده شد.

**یافته‌ها:** کلیه شرکت‌کنندگان با نقش رسانه‌های محلی در زمینه موضوعات مختلف با بهداشت موافق بودند و از این حیث تفاوت معنی‌داری بین این دو گروه وجود نداشت. تنها در زمینه اصلاح تصورات ذهنی نادرست افراد جامعه در زمینه بهداشت، کارشناسان نقش رسانه‌های محلی را نسبت به مردم عادی بیشتر ارزیابی کردند ( $P = ۰/۰۳۸$ ). بین نگرش مردم عادی و کارشناسان در مورد عملکرد رسانه‌های محلی استان یزد در زمینه جلب مشارکت همگانی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد ( $P = ۰/۳۵۵$ ).

**نتیجه‌گیری:** کلیه شرکت‌کنندگان معتقد بودند که رسانه‌ها می‌توانند نقش مهمی در تحقق مشارکت همگانی در حوزه سلامت ایفا نمایند ولی هر دو گروه، عملکرد فعلی رسانه‌های محلی را ضعیف ارزیابی نمودند که نشان می‌دهد باید در این زمینه تدابیری اندیشیده شود.

**واژه‌های کلیدی:** سلامت، رسانه، دیدگاه

## طلوع بهداشت

دو ماهنامه علمی پژوهشی

دانشکده بهداشت یزد

سال سیزدهم

شماره: ششم

بهمن و اسفند ۱۳۹۳

شماره مسلسل: ۴۸

تاریخ وصول: ۱۳۹۲/۸/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۱/۷

**مقدمه**

در ورزش، توسعه ورزش همگانی و تفریحی، تقویت نگرش مثبت، بهبود سلامت عمومی بدن، تغییر رفتارهای اخلاقی و اجتماعی و پرکردن اوقات فراغت از متغیرهای مهم در بررسی سلامت می باشد (۱). البته بسیاری معتقد هستند، توسعه فناوری‌های رسانه‌ای باعث کم شدن کیفیت زندگی شده است. با این حال بسیاری نیز معتقد هستند ارتباطات جمعی تا ۸۷ درصد بر روی آگاهی مردم از امور مختلف زندگی تأثیر می‌گذارد به عنوان مثال اینترنت حجم وسیعی از اطلاعات را برای تعداد بی‌شماری از افراد بطور آسان و سریع فراهم می‌کند. از این رو ابزار بسیار خوبی برای اجرای برنامه‌های پیشگیرانه و برنامه‌های آموزشی در حوزه سلامت است (۲) علاوه بر این، ابزاری برای برقراری ارتباط پزشکان با بیماران است. همچنین بی‌نامی اینترنتی می‌تواند به جست‌وجوگر اطلاعات سلامت این امکان را بدهد تا بدون فاش ساختن هویت خود در فضای وب جست‌وجو کند و جواب سوالش را بیابد (۳). قطعاً رسانه‌ها جایگاه مهمی در انتقال دانش و ایجاد اعتقاد برای مردم دارند. آموزش رسانه‌ای به دلیل فراگیری عمومی و قدرت تکرار، توان الگوسازی و امکان پیگیری که از عوامل اصلی آموزش ماندگار و تغییر رفتار هستند، همیشه مورد توجه متخصصین امر سلامت بوده‌اند، بدیهی است رسانه‌های تصویری، صوتی و نوشتاری هر یک جایگاه ویژه خود را در آموزش فردی و عمومی دارند و باید با آگاهی از آنها استفاده کرد. اما در بهره‌گیری از رسانه‌ها برای ارتقاء حفظ سلامت اصولی باید مورد توجه قرار گیرد که برای تأمین هدف توانمند کردن مردم و جامعه در سلامت باید مورد عنایت قرار گیرد. منابع اطلاعات سلامت به دو گروه

بدون شک مسئله سلامت فردی و جمعی یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های انسان هاست. امروزه سلامت فردی و جمعی افراد، توجه متخصصان را به خود جلب کرده است. با توجه به اینکه نیل به این اهداف خارج از حوزه اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی نیست، مسئله ارتباطات و نقش رسانه‌ها در حوزه سلامت اهمیت ویژه‌ای یافته است. در واقع اکنون رسانه‌ها به چنان جایگاهی رسیده‌اند که نه تنها خوراک فکری مردم را فراهم می‌کنند، بلکه بر تفکرات و در نتیجه بر زندگی جوامع دیگر نیز تأثیر می‌گذارند. این تأثیر در مسائلی که با زندگی مردم پیوند بیشتری دارد و مردم به آن اقبال بیشتری نشان می‌دهند، صد چندان است. ارتباطات و نقش رسانه در ارتقای سطح سلامت روحی-روانی افراد جامعه و ارتقای سطح کیفی زندگی یکی از همین مباحث مهم است. یکی از کارکردهای اساسی رسانه، تبدیل موضوع‌های جزئی و فردی به موضوع‌های عمومی است. اما برای این تبدیل باید ظرفیت‌ها و قابلیت‌هایی را شناسایی کنیم تا بتوانیم مسائل را با مخاطب در میان بگذاریم. در جامعه ما که واحد عملکردی خانواده است، باید ارتباط درستی بین رسانه‌ها و خانواده برای بیان مطالب بهداشتی-درمانی برقرار شود. علاوه بر این باید رابطه مناسبی بین درمان‌گر و درمان‌پذیر، یعنی پزشک و بیمار برقرار شود که این نیز از دیگر وظایف رسانه‌ها است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که رسانه‌های جمعی، منبع بااهمیت و پیشرفته‌ای برای اطلاعات مربوط به موضوعات مهم مرتبط با سلامت نظیر کنترل وزن، ایدز، سوءمصرف مواد مخدر، آسم، ماموگرافی هستند. مولفه تأثیر رسانه



مربوط به خطرات مصرف بیش از حد سدیم منجر به افزایش مصرف محصولات غذایی کم‌نمک شده است (۸). در واقع اهمیت رسانه‌ها در زندگی مدرن به حدی است که پرداختن به مسئله سلامت نیز بدون توجه به نقش رسانه‌ها ناممکن شده و این مقوله استان یزد را نیز در بر گرفته است. در این راستا هر چند که جهت ارتقای سطح سلامت شهروندان در سطح استان یزد، آموزش‌های لازم از طرق مختلف نظیر؛ برگزاری کلاسها و کارگاههای آموزشی، تهیه و توزیع پمفلت، برنامه‌های آموزشی در صدا و سیما و ... انجام پذیرفته‌است، اما با نگاهی به رسانه‌های محلی استان یزد، می‌توان گفت که از ظرفیت و پتانسیل‌های رسانه‌های محلی این استان به نحو مناسب برای حوزه سلامت استفاده نشده است. در پژوهشی دیگر، فیروزی (۹) به بررسی نقش آموزش سلامت در شبکه‌های سراسری تلویزیون ایران پرداخته است. یافته‌ها نشان داد ۷۲/۸ تا ۸۹/۱۵ درصد برنامه‌های تلویزیون در مدت اجرای پژوهش، مربوط به آموزش سلامت بود. آموزش ورزش کمترین زمان، ۱۵ دقیقه در روز یا ۶ درصد کل برنامه‌های سه شبکه و برنامه‌های آشپزی بیشترین زمان، ۲ ساعت یا ۵/۵ درصد کل برنامه‌های سه شبکه، را به خود اختصاص داده بود (۹). حال این سوال مطرح می‌شود که نقش رسانه‌های محلی در ارتقای سلامت شهروندان این استان چیست؟ و از آنجا که کارشناسان دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد به عنوان دست‌اندرکاران امر سلامت در استان، بیشترین ارتباط و آگاهی را در این زمینه دارند، لذا به بررسی دیدگاه آنان و مقایسه آن با نگرش مردم عادی در این خصوص پرداخته می‌شود.

منابع رسمی و غیررسمی تقسیم می‌شوند. پزشکان و افرادی که فراهم کنندگان سلامت هستند از نمونه‌های منابع رسمی به شمار می‌آیند و از میان منابع غیر رسمی می‌توان به اعضای خانواده و رسانه‌های جمعی مرسوم و نوین اشاره کرد. در میان منابع غیر رسمی رسانه‌ها بویژه رسانه‌های نوین نقش مهمی را در گسترش اطلاعات سلامت ایفا می‌کنند (۴). نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که رسانه‌ها در زمره منابع ثانویه اطلاعات سلامت به شمار می‌آیند. در کشورهای پیشرفته از میان منابع ثانویه اطلاعات سلامت، وب سایت‌ها در جایگاه اول و رسانه‌های جمعی جایگاه‌های بعدی منبع سلامت را به خود اختصاص داده‌اند (۵). اگرچه برخی مطالعات به نقش منفی رسانه‌ها در حوزه سلامت اشاره دارند بررسی دالتون و همکاران قویاً ثابت کرد که تماشای سیگار کشیدن در فیلم‌ها، موجب ترویج مصرف سیگار در میان نوجوانان می‌شود (۶). بررسی مروتی و دیگران درخصوص تأثیر حضور کارشناسان بخش سلامت در برنامه‌های صدا و سیما مرکز یزد بر آگاهی‌های بهداشتی شهروندان نشان داد که حضور کارشناسان بهداشتی بر وضعیت آگاهی‌های شهروندان مؤثر می‌باشد اما میزان استفاده از رادیو و تلویزیون استانی در حد مطلوبی نمی‌باشد و لازم است مطالعاتی در رابطه با علت‌یابی این استقبال ناکافی انجام گیرد. رسانه‌های جمعی می‌توانند بر کاربرد خدمات بهداشتی یا سیاستگذاری سلامت نیز مؤثر باشند (۷). برای مثال در برخی کشورها پس از گزارش‌های مستمر در تلویزیون در مورد غذاهای حاوی کلسترول، مصرف گوشت، تخم‌مرغ، شیر و لبنیات پرچرب در میان مردم کاهش یافته است همچنان که گزارش‌های



## روش بررسی

این پژوهش از نوع توصیفی-مقطعی است. جامعه آماری این پژوهش دو گروه هستند که شامل کارشناسان دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد و شهروندان شهر یزد می‌باشند. برای محاسبه حجم نمونه در دو گروه مزبور، ابتدا یک پیش‌آزمون با حجم ۳۰ نفر در هر کدام از گروه‌های مزبور انجام شد تا پراکندگی صفت مورد مطالعه به دست آید. با توجه به اینکه حجم جامعه کارشناسان ۵۰۰ نفر بود و واریانس با توجه به پیش‌آزمون انجام شده ( $S^2 = 0/105$ ) به دست آمد. با سطح اطمینان ۹۵ درصد، حجم نمونه ۱۲۲ نفر محاسبه شد:

$$n = \frac{N t^2 S^2}{N d^2 + t^2 S^2}$$

$$n = \frac{500 \times (1/96)^2 \times (0/105)}{500 \times (0/05)^2 + (1/96)^2 \times (0/105)} = 122$$

با توجه به بزرگ بودن حجم جامعه آماری مردم عادی، از فرمول کوکران برای جامعه بزرگ استفاده شده است. واریانس با توجه به پیش‌آزمون انجام شده ( $S^2 = 0/160$ ) به دست آمد و با سطح اطمینان ۹۵ درصد، حجم نمونه برای شهروندان عادی، ۲۴۶ نفر محاسبه شد:

$$n = \frac{t^2 S^2}{d^2}$$

$$n = \frac{(1/96)^2 \times (0/160)}{(0/05)^2} = 246$$

در این تحقیق، نمونه کارشناسان به صورت تصادفی ساده انتخاب شده است و نمونه شهروندان به شیوه خوشه‌ای متناسب انتخاب گردیده‌اند. بدین صورت که ابتدا سه منطقه شهرداری یزد به‌عنوان سه خوشه اصلی در نظر گرفته شد و در مرحله‌ی بعد خیابان‌ها و میادین اصلی هر منطقه از شهرداری در حکم بلوک

برای خوشه‌ها در نظر گرفته شد و در مرحله‌ی آخر به روش تصادفی، پاسخگویان مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزار مورد استفاده در این مطالعه، پرسشنامه محقق ساخته بوده است. پرسشنامه پس از احراز اعتبار و پایایی آن در مراحل مقدماتی تحقیق، برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز در مرحله نهایی مورد استفاده قرار گرفت. پرسشنامه حاوی تعدادی سؤال باز و بسته بود که متغیرهای تحقیق را مورد اندازه‌گیری قرار داد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار آماری ورژن SPSS شده است. در سطح توصیفی از جداول یک بعدی، فراوانی، درصدستونی، انحراف معیار و ترسیم نمودار استفاده شده است. در سطح استنباطی از آزمون‌های کای اسکویر و یومن‌ویتنی استفاده شده است.

## یافته‌ها

از مجموع ۳۶۸ پاسخگوی این تحقیق ۴۸/۴ درصد را مردان و ۵۱/۶ درصد را زنان تشکیل داده‌اند که ۱۹/۶ درصد از این افراد، مجرد و ۸۰/۴ درصد آنها متأهل هستند.

همچنین ۳/۵ درصد نمونه‌ی مورد بررسی دارای تحصیلات در حد دوره راهنمایی و پایین‌تر هستند. ۳۸/۹ درصد در رشته علوم انسانی، ۱۵/۲ درصد در رشته علوم پایه، ۹/۲ درصد در رشته فنی مهندسی و ۳۳/۲ درصد در رشته پزشکی تحصیل کرده‌اند.

در مورد نقش رسانه‌های استان یزد (رادیو، تلویزیون، سایت‌های اینترنتی، مطبوعات و ...) در موضوعات مختلف مرتبط با بهداشت سؤال شد که نتایج آن در جدول ۲ منعکس شده است. همانگونه که در جدول ۲ مشخص است هم مردم و هم کارشناسان با نقش



رسانه‌های محلی در زمینه موضوعات مختلف با بهداشت موافق بودند و از این حیث تفاوت معنی‌داری بین این دو گروه وجود نداشت ( $P > 0/05$ ). تنها در زمینه اصلاح تصورات ذهنی نادرست افراد جامعه در زمینه بهداشت، کارشناسان نقش رسانه‌های محلی را نسبت به مردم عادی بیشتر ارزیابی کردند ( $P < 0/05$ ).

جدول ۱: توزیع فراوانی جنسیت و وضعیت تأهل پاسخگویان تحقیق

گروه‌ها	مرد		زن		وضعیت تأهل	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	متأهل	مجرد
مردم عادی	۱۳۲	۵۳/۷	۱۱۴	۴۶/۳	۱۹۴	۷۸/۹
کارشناسان	۴۶	۳۷/۷	۷۶	۶۲/۳	۱۰۲	۸۳/۶
کل	۱۷۸	۴۸/۴	۱۹۰	۵۱/۶	۲۹۶	۸۰/۴

جدول ۲: مقایسه نگرش مردم عادی و کارشناسان در مورد نقش رسانه‌های استان یزد در موضوعات مختلف مرتبط با بهداشت

نقش رسانه‌های محلی استان یزد در زمینه	گروه	نگرش افراد بر حسب درصد				شاخص Z	سطح معنی‌داری
		کاملاً موافق	بینابین	مخالف	کاملاً مخالف		
آگاهی‌سازی مردم در زمینه پیشگیری از بیماری‌ها	کارشناسان	۳۳/۶	۲۴/۶	۳/۳	۲/۵	۰/۶۴۸	۰/۵۱۷
	مردم عادی	۳۲/۲	۲۴/۹	۷/۳	۱/۶		
اصلاح تصورات ذهنی نادرست افراد جامعه در زمینه بهداشت	کارشناسان	۲۹/۵	۲۶/۲	۴/۱	۱/۶	-۲/۰۷۸	۰/۰۳۸
	مردم عادی	۲۳/۳	۳۲/۲	۱۰/۲	۰/۴		
کاهش مصرف خودسرانه دارو	کارشناسان	۲۴/۲	۲۶/۷	۹/۲	۱/۷	-۱/۱۶۲	۰/۲۴۵
	مردم عادی	۱۸/۸	۳۰/۲	۱۰/۲	۲/۰		
بهبود روش‌های تغذیه	کارشناسان	۱۹/۰	۴۴/۶	۲۸/۹	۰/۸	-۰/۶۲۵	۰/۵۳۲
	مردم عادی	۱۹/۷	۳۸/۱	۶/۳	۰/۸		



زمینه جلب مشارکت همگانی را در حد خیلی ضعیف ارزیابی کردند ولی تنها ۱/۶ درصد از کارشناسان و ۳/۳ درصد از مردم عادی عملکرد رسانه‌های محلی استان یزد در زمینه جلب مشارکت همگانی را در حد خیلی خوب ارزیابی نمودند. میزان کای اسکور محاسبه شده ( $\chi^2 = 7/676$ ) با درجه آزادی ۴ از خی دو جدول کوچکتر است ( $\text{Sig} = 0/104$ ). بنابراین بین نگرش مردم عادی و کارشناسان در مورد عملکرد رسانه‌های محلی استان یزد در زمینه جلب مشارکت همگانی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

یکی دیگر از موضوعاتی که از کارشناسان و مردم عادی پرسیده شد ایفای نقش رسانه‌های محلی در ارتقای مشارکت اجتماعی در زمینه مسائل بهداشتی بود. جدول ۳ نگرش دو گروه مورد مطالعه را در مورد عملکرد رسانه‌های محلی استان یزد در زمینه جلب مشارکت همگانی در زمینه موضوعات و مسائل بهداشتی نشان می‌دهد. داده‌های جدول بالا نشان می‌دهد ۱۵/۶ درصد از کارشناسان و ۱۲/۲ درصد از مردم عادی، عملکرد رسانه‌های محلی استان یزد در

جدول ۳: بررسی نگرش مردم و کارشناسان در مورد عملکرد رسانه‌های محلی استان یزد در زمینه جلب مشارکت همگانی

عملکرد رسانه‌های محلی استان یزد در زمینه جلب مشارکت همگانی										گروه مورد	
مطالعه		خیلی ضعیف		ضعیف		متوسط		خوب		خیلی خوب	
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۱۹	۱۵/۶	۲۴	۱۹/۷	۶۲	۵۰/۸	۱۵	۱۲/۳	۲	۱/۶		
۳۰	۱۲/۲	۷۹	۳۲/۱	۱۰۵	۴۲/۷	۲۴	۹/۸	۸	۳/۳		
						df = ۴		$\chi^2 = 7/676$		Sig = 0/104	

### بحث و نتیجه‌گیری

و پایین‌تر ارزیابی کردند. این یافته نیز با یافته‌های پژوهش مروتی و دیگران مبنی بر اینکه میزان استفاده از رادیو و تلویزیون استانی در حد مطلوبی نمی‌باشد و لازم است مطالعاتی در رابطه با علت‌یابی این استقبال ناکافی انجام گیرد همخوانی دارد. مردم و کارشناسان نقش رسانه‌ها در بهبود روش‌های تغذیه را مهم و زیاد ارزیابی کردند. رسانه، در بخش اطلاع‌رسانی و نمایش، تاثیر مهمی در اصلاح رفتارهای وابسته به تغذیه دارد. تغذیه نادرست علاوه بر تهدید سلامتی بزرگسالان، روند رشد نوزادان را

ضرورت آموزش مسائل بهداشت و سلامت به شهروندان یزد از نظر ۵۲/۲ درصد از پاسخگویان در حد خیلی زیاد و از نظر ۲۵/۸ درصد در حد زیاد بود. مروتی و دیگران در پژوهش خود نیز به این نتیجه رسیده بود که حضور کارشناسان بهداشتی در برنامه‌های صدا و سیما بر وضعیت آگاهی شهروندان و آموزش امور بهداشت و سلامت مؤثر می‌باشد (۱۰). از طرف دیگر، پاسخگویان، عملکرد رسانه‌های یزد در زمینه جلب مشارکت همگانی را در حد متوسط



می‌توانند راهگشای برخورد واقع‌بینانه با مشکلات و کاستی‌های موجود باشند (۱۴).

با توجه به اینکه عملکرد رسانه‌ها از نظر پاسخگوییان چندان مطلوب نبوده است پیشنهاد می‌شود رسانه‌های محلی استان با استفاده از نظرات کارشناسان، برنامه‌های پرمحتوایی در قالب‌های مختلف ارائه کنند تا میزان رضایت مخاطبان افزایش پیدا کند.

از آنجا که همراهی پیام‌های آموزشی با تصویر و جاذبه‌های دیداری، می‌تواند انتقال آن را با موفقیت بیشتری همراه کند (۱۵) و مناسب‌ترین روش عرضه پیام آموزشی، به ترتیب فیلم آموزشی و انیمیشن است، لازم است صداوسیما با استفاده از نظرات کارشناسان، نسبت به تهیه فیلم‌ها و انیمیشن اقدام نمایند.

رسانه‌های مختلف با تهیه گزارش‌های مستند از طریق مصاحبه با بیماران و استفاده از تجربیات آنها، پیام‌های آموزشی مطلوب‌تری ارائه نمایند.

### تشکر و قدردانی

این مقاله حاصل از پایان نامه دانشجویی بررسی تاثیر رسانه‌های محلی برای جلب مشارکت همگانی در تحقق برنامه‌های سلامت دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد می‌باشد که لازم است از آقای دکتر محمود رضا مرتضوی به عنوان استاد راهنما، دکتر مسعود حاجی زاده به عنوان استاد مشاور و دکتر سید علیرضا افشانی به عنوان استاد داور تقدیر و تشکر نمایم.

نیز مختل می‌کند. به عنوان نمونه، کمبود روی از عوامل مهمی است که بیش از یک سوم جمعیت جهان با آن رو به رو هستند و در کشورهای جهان سوم از جمله عوامل اصلی خطر محسوب می‌شود (۱۱)، همچنین کم خونی ناشی از فقر آهن که اثرات بلند مدتی بر کاهش ضریب هوشی و ایجاد حالت‌های اضطراب و افسردگی دارد (۱۲). موضوعاتی مانند مصرف روی و آهن و یا تغذیه با شیر مادر و نقش آن در رشد و تکامل کودکان از پیام‌های مهم رسانه‌ها محسوب می‌شود (۱۳).

بیشتر پاسخگوییان با این موضوع که «رسانه‌های استان یزد نقش مهمی در آگاه سازی مردم در زمینه پیشگیری از بیماری‌ها دارد» کاملاً موافق و موافق بودند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد رسانه‌هایی مانند رادیو و تلویزیون، به شکل گسترده‌ای عموم مردم و سراسر زندگی آنها را دربرمی‌گیرند. رسانه‌ها می‌توانند در کنار سایر برنامه‌های آموزشی برای ارتقای سطح دانستنی‌ها و معلومات عمومی و اعتلای سطح دانش فنی و مهارت‌های زندگی برنامه‌هایی تولید و پخش کنند که رسالت مهم آگاهی مردم نسبت به موضوعات مختلف را انجام دهد.

بیشتر پاسخگوییان با این موضوع که «رسانه‌های استان یزد نقش مهمی در اصلاح تصورات ذهنی نادرست افراد جامعه دارد» کاملاً موافق و موافق بودند. تحقیق عیوضی نشان می‌دهد رسانه‌ها می‌توانند مراودات و تعاملات فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی را دستخوش دگرگونی‌های اساسی بکنند به همین سبب رسانه‌ها نقش مهمی در بهبود وضعیت مردم در بخش سلامت و بهداشت دارند و



## References

- 1-Rowlound L,Dichinson E,Newman P,Ford D,Ebrahim S.look afteryour heart programme.impacton health stotus,exercise knowledge,attitudes,and behavior of retired women in England.epidemiol commun health 1994; 48:8-123
- 2- Eng TR. Emerging technologies for cancer prevention and other population health challenges. J Med Internet Res 2005;7(3):30.
- 3-Cotton Shelia R, Gupta Sipi S. Characteristics of online and offline health information seekers and factors that discriminate between them. Social Science & Medicine 2004; 59: 1795-1806.
- 4-Hardey M. Doctor in the houseThe Internet as a source of lay health knowledge and the challenge to expertise Sociology of Health and Illness 1999; 21(6): 820-35.
- 5-Global Health Survey. Experience & Perception in 28 countries. Intennational Research Instiates Available from <http://dynamic-search.com.my/wp-content/uploads/2012/02/IRIS-Global-Health-Survey-Final.pdf>. Accessed October 18 2012
- 6-Dalton MA, Sargent JD, Beach ML, Titus-Ernstoff L, Gibson JJ, Ahrens MB, et al. Effect of viewing smokingin movies on adolescent smoking initiation: a cohort study. Lancet 2003; 26(362):281-285
- 7-Domenighetti G. Effect of information campaign by the mass media on hysterectomy rates, lancet 1988; 332: 1470 –73.
- 8-Warner K E. Television and health education: stay tuned. American Journal of Public Health 1987; 77(2): 140-2.
- 9-Firozyi M. The role of health education on national television. Iranian Journal of Health & Care 2011; 13(2):1-10. [Persion]
- 10-Morovati MA, Noori Shadkam M, Amrollahi Sharif Abadi M, Mirkhalili SMJ. The Effect of Health Sector Experts Attendance in Yazd Broadcasting Programs On Health Knowledge of Citizens. Toloo-E- Behdasht 2007; 6(1): 11-19. [Persion]
- 11-Brown KH, Rivera JA, Bhutta Z, Gibson RS, King JC, Lönnerdal B, et al.International Zinc Nutrition Consultative Group (IZiNCG) technical document, Assessment of the risk of zinc deficiency in populations and options for its control. Food nutr Bull 2004; 25(1): 99-203.
- 12- Lazoff B. Behavior of infants with iron – deficiency anemia Child Dev 1998;69(1):24-36.





13-Bryan J. Nutrients for cognitive development in school – aged children. *Nutr Rev* 2004; 62(8):295-306.

14-Aivazi M. The role of satellite and Internet on cultural and political changes in developing countries. *Studies in Education and Psychology* 2006; 7(1): 195-214.[Persian]

15- Montgomery KC. Promoting health through entertainment television. *Mass communication and public health: Complexities and conflicts* 1990;8: 114-128.



## The Role And Function of Local Media Yazd in Public Health Programs

Ahmadian A(MA)<sup>1</sup>, Mortazavi M(Ph.D)<sup>2</sup>

1. Master of Science, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Yazd Social Communication, Faculty of Humanities, Department. Communications Sciences, Yazd, Iran
2. Science and Research Branch, Islamic Azad University, Yazd, Faculty of Humanities, Department. Communications Sciences, Yazd, Iran

### Abstract

**Introduction:** fast and accurate information about the effectiveness of training in physical and mental health issues are considered medium duty. But it seems the media; especially local media are unaware of their duty. Research aims to attitude of the general public and health professionals on the role of media in the health field as well as their performance in the areas of pay.

**Methods:** In this cross - sectional study population and public health experts Yazd who had 211 samples (experts) 246 people (ordinary people) were enrolled. Instrument was a questionnaire that collected information. Questionnaire After establishing the validity and reliability of the preliminary investigation stage to collect the required data was used in the final stage. Questionnaire contained a number of questions open and the study variables measure the. For analysis and statistical software SPSS By descriptive statistics and Chi-square test and U Whitney on 0/05 is used.

**Results:** A total of 368 participants in the study, 48/4% male and 51/6% female 19/6 cent singles and 80/4 percent of them are married. Both the public and professionals involved Local media on various topics such as health, agreed and there were no significant differences between the two groups. ( $P > 0.05$ ). The only improvement in individuals false imagery the media's role in the health of local experts who evaluated more than ordinary people ( $P < 0.05$ ). Between ordinary people and experts perspective on public participation in the local media Yazd, there was no significant difference ( $P > 0.05$ )

**Conclusions:** The people and experts believe that the media can play an important role in achieving public participation in the health field, but both groups had poor performance that shows current local media to assure in this area should be.

**Keywords:** Health. Media. Health expert Viewpoint