



دانشگاه پیام نور

دانشکده علوم اجتماعی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد

عنوان:

**بررسی کیفیت مطالب چاپ شده مرتبط با سلامت در ۳ روزنامه کثیرالانتشار
کشور**

استاد راهنما: دکتر غلامرضا ارجمندی

استاد مشاور: دکتر احمد بخارایی

پژوهش و نگارش: عهدیه چینه کش

بهار ۱۳۹۱



دانشگاه پیام نور
دانشکده علوم اجتماعی
تهران مرکز

پایان نامه
برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد
رشته جامعه‌شناسی
گروه جامعه‌شناسی

عنوان پایان نامه:

بررسی کیفیت مطالب چاپ شده مرتبط با سلامت در ۳ روزنامه کثیرالانتشار کشور

عهدیه چینه کش

استاد راهنما: دکتر غلامرضا ارجمندی

استاد مشاور: دکتر احمد بخارایی

اردیبهشت ۱۳۹۱

(گواهی اصالت، نشر و حقوق مادی و معنوی اثر)

اینجانب عهدیه چینه کش دانشجوی ورودی سال ۱۳۸۷ مقطع کارشناسی ارشد رشته جامعه شناسی گواهی می نمایم چنانچه در پایان نامه خود از فکر، ایده و نوشته دیگری بهره گرفته ام با نقل قول مستقیم یا غیر مستقیم منبع و ماخذ آن را نیز در جای مناسب ذکر کرده ام. بدیهی است مسئولیت تمامی مطالبی که نقل قول دیگران نباشد بر عهده خویش می دانم و جوابگوی آن خواهم بود.

دانشجو تأیید می نماید که مطالب مندرج در این پایان نامه (رساله) نتیجه تحقیقات خودش می باشد و در صورت استفاده از نتایج دیگران مرجع آن را ذکر نموده است.

نام و نام خانوادگی دانشجو

عهدیه چینه کش

تاریخ و امضاء

اینجانب عهدیه چینه کش دانشجوی ورودی سال ۱۳۸۷ مقطع کارشناسی ارشد رشته جامعه شناسی گواهی می نمایم چنانچه براساس مطالب پایان نامه خود اقدام به انتشار مقاله، کتاب، و نمایم ضمن مطلع نمودن استاد راهنما، با نظر ایشان نسبت به نشر مقاله، کتاب، و و به صورت مشترک و با ذکر نام استاد راهنما مبادرت نمایم.

نام و نام خانوادگی دانشجو

عهدیه چینه کش

تاریخ و امضاء

کلیه حقوق مادی مترتب از نتایج مطالعات ، آزمایشات و نو آوری ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه متعلق به دانشگاه پیام نور می باشد.

اردیبهشت ۱۳۹۱

چکیده:

تصور و ادراک ما از رویدادهای کشور و جهان تا حدود زیادی بستگی به تصویری دارد که از طریق وسایل ارتباط جمعی به ما منتقل می شود. وسایل ارتباط جمعی از جمله مطبوعات با ارائه اخبار و اطلاعات گوناگون مستقیم و غیر مستقیم به شکل گیری ذهنیات ما از محیط اطراف کمک می کنند. در این میان جراید کثیر الانتشار به جهت توزیع وسیع، قیمت مناسب، دسترسی سریع و به روز بودن از اهمیت ویژه ای برخوردارند. انتشار اخبار مقالات مرتبط با سلامت وظیفه مهمی است که بار آن بر دوش رسانه ها سنگینی می کند. هدف این تحقیق بررسی کیفی مقالات مرتبط با سلامت در سه روزنامه کثیر الانتشار کشور بوده است. روش انجام تحقیق در این مطالعه از نوع مقطعی (توصیفی - تحلیلی) بوده و سه روزنامه کثیر الانتشار همشهری، کیهان و ایران به تعداد ۴۵ نسخه در ۲ ماه پیاپی از هر روزنامه انتخاب گردید. کلیه روزنامه ها از لحاظ وجود مقالات مرتبط با سلامت بررسی و به ازای هر مقاله پرسشنامه ای تکمیل گردید. در این مطالعه ۶۳۶ مقاله مرتبط با سلامت استخراج و مورد بررسی قرار گرفتند، مقالات در بیش از ۸۸ درصد موارد از نوع خبری بوده و فقط ۳/۲ آنها حاصل تحقیقات داخلی و خارجی بوده اند و منبع مقالات در بیشتر موارد نامشخص می باشد. محل درج مقالات مرتبط با سلامت در هر سه روزنامه در اکثر موارد بخش علم و تکنولوژی بوده و مقالات مرتبط با سلامت در بیش از ۵۰ درصد موارد از نوع مقالاتی بود که با ارائه اطلاعات بهداشتی سعی در حفظ و تقویت سلامت مردم دارد. در مورد مقالات تحقیقاتی در ۴۵/۵ درصد موارد این پژوهشها حاصل طرحهای تحقیقاتی جدید در حال اجرا یا پایان یافته بوده که در بیش از ۶۴ درصد موارد در کشورهای توسعه یافته خارجی اجرا گردیده است. لازم به ذکر است که فقط ۲۳/۲ درصد از مقالات تحقیقاتی مرتبط با سلامت چاپ شده در این سه روزنامه در راستای اولویتهای سلامت کشور بوده است.

کلمات کلیدی: سلامت، روزنامه، مقاله مرتبط با سلامت، مقاله تحقیقاتی مرتبط با سلامت

فصل اول: کلیات تحقیق

۱-۱ مقدمه و بیان مسأله.....	۲
۲-۱ اهمیت و ضرورت تحقیق.....	۴
۳-۱ اهداف تحقیق.....	۸

فصل دوم: تعاریف و پیشینه پژوهش

بخش اول: تعریف مفاهیم

۱-۲ تعریف سلامت.....	۱۱
۲-۲ ابعاد سلامت.....	۱۱
۱-۲-۲ سلامت جسمی.....	۱۲
۲-۲-۲ سلامت روانی.....	۱۲
۳-۲-۲ سلامت اجتماعی.....	۱۳
۴-۲-۲ سلامت معنوی.....	۱۴
۳-۲ عوامل موثر بر سلامت.....	۱۵
۱-۳-۲ عوامل ژنتیکی و فردی.....	۱۵
۲-۳-۲ عوامل محیطی.....	۱۶
۳-۳-۲ شیوه های زندگی مردم.....	۱۶
۴-۳-۲ وسعت و کیفیت ارائه خدمات.....	۱۶
۴-۲ تعریف بیماری و پیشگیری.....	۱۷
۵-۲ شاخصهای برنامه موفق انتقال پیام سلامت.....	۱۸
۶-۲ اولویتهای ملی سلامت.....	۱۹
۷-۲ نقش رسانه در انتقال پیام بهداشتی.....	۲۶
۸-۲ تاریخچه مطبوعات.....	۲۸
۱-۸-۲ وظایف رسانه های خبری.....	۲۹
۲-۸-۲ دگرگونیهای روزنامه نگاری.....	۳۰
۳-۸-۲ ارزشهای خبری رویدادها.....	۳۳
۴-۸-۲ کارکرد های ارزشهای خبری.....	۳۵
۵-۸-۲ عوامل تغییر دهنده ارزشهای خبری.....	۳۵

- ۳۵..... ۲-۸-۶ از رویداد تا خواننده.....
- ۳۷..... ۲-۹-۹ تعریف برنامه ریزی.....
- ۳۷..... ۲-۹-۱ تحولات برنامه ریزی در زمینه سلامت.....
- ۳۸..... ۲-۹-۲ برنامه ریزی استراتژیک.....
- ۳۹..... ۲-۹-۳ مدل برایسون.....

بخش دوم: پیشینه تحقیق

۲-۱۰ مروری بر مطالعات پیشین

- ۴۲..... ۲-۱۰-۱ تحقیقات انجام شده در خارج کشور.....
- ۴۴..... ۲-۱۰-۲ تحقیقات انجام شده در داخل کشور.....

فصل سوم: مبانی و چارچوب نظری طرح

- ۴۷..... ۳-۱ مبانی نظری.....
- ۴۷..... ۳-۱-۱ مروری بر رویکردهای نظری در جامعه شناسی پزشکی.....
- ۴۸..... ۳-۱-۱-۱ کارکرد گرایی.....
- ۴۹..... ۳-۱-۱-۲ تضاد.....
- ۴۹..... ۳-۱-۱-۳ اقتصاد سیاسی.....
- ۵۰..... ۳-۱-۱-۴ بعد ساختار گرایی.....
- ۵۱..... ۳-۱-۱-۵ تعامل گرایی نمادین.....
- ۵۲..... ۳-۱-۲ مروری بر رویکردهای نظری در جامعه شناسی ارتباطات.....
- ۵۲..... ۳-۱-۲-۱ مروری بر نظریه های انتقادی و رادیکال.....
- ۵۲..... ۳-۱-۲-۱-۱ مارکسیسم.....
- ۵۳..... ۳-۱-۲-۱-۲ اقتصاد سیاسی.....
- ۵۴..... ۳-۱-۲-۱-۳ مطالعات فرهنگی.....
- ۵۵..... ۳-۱-۲-۱-۴ مکتب فرانکفورت.....
- ۳-۱-۲-۲ مروری بر نظریه های مربوط به تاثیر پیام های ارتباطی
- ۵۶..... ۳-۱-۲-۲-۱ نظریه تزریقی.....
- ۵۷..... ۳-۱-۲-۲-۲ نظریه استحکام.....
- ۵۸..... ۳-۱-۲-۲-۳ نظریه دو مرحله ای.....
- ۵۹..... ۳-۱-۲-۲-۴ نظریه برجسته سازی.....
- ۶۴..... ۳-۱-۲-۲-۵ نظریه نیاز جویی.....
- ۶۵..... ۳-۱-۲-۲-۶ نظریه وابستگی مخاطبان.....
- ۶۶..... ۳-۱-۳ نظریه اشاعه.....

۶۷	۲-۳ چارچوب نظری تحقیق.....
۶۷	۱-۲-۳ رسانه و نقش آن در روابط اجتماعی.....
۷۰	۲-۳ رویکرد نظری استفاده شده (نظریه برجسته سازی).....
۷۳	۳-۲-۳ سوالات پژوهش.....

فصل چهارم: روش تحقیق

۷۶	۱-۴ روش تحقیق.....
۸۰	۲-۴ تکنیک پژوهش.....
۸۱	۳-۴ روش انجام پژوهش.....
۸۲	۴-۴ واحد تحلیل.....
۸۳	۵-۴ نوع پژوهش.....
۸۳	۶-۴ جامعه آماری.....
۸۳	۷-۴ نمونه آماری.....
۸۳	۸-۴ روش نمونه گیری.....
۸۳	۹-۴ ابزار گردآوری اطلاعات.....
۸۴	۱۰-۴ اعتبار و اعتماد ابزار.....
۸۵	۱۱-۴ روش تجزیه و تحلیل داده ها.....
۸۵	۱۲-۴ تعریف مفهومی و عملیاتی مفاهیم.....

۸۹	فصل پنجم: تجزیه و تحلیل آماری.....
----	------------------------------------

۱۱۲	فصل ششم: بحث و بررسی یافته ها.....
-----	------------------------------------

۱۱۸	پیشنهادات.....
-----	----------------

۱۱۹	فهرست منابع.....
-----	------------------

۱۲۲	ضمائم.....
-----	------------

فهرست جداول

- جدول ۵-۱: توزیع فراوانی مقالات مرتبط با سلامت بر حسب نسخ روزنامه..... ۱۲۳
- جدول ۵-۲: توزیع فراوانی مقالات تحقیقاتی و غیر تحقیقاتی مرتبط با سلامت بر حسب نوع روزنامه..... ۱۲۳
- جدول ۵-۳: توزیع فراوانی مقالات مرتبط با سلامت بر حسب منبع مقاله و نوع روزنامه..... ۱۲۶
- جدول ۵-۴: توزیع فراوانی مقالات مرتبط با سلامت بر حسب منبع و نوع مقاله..... ۱۲۷
- جدول ۵-۵: توزیع فراوانی محل درج مقالات مرتبط با سلامت بر حسب نوع روزنامه..... ۱۲۸
- جدول ۵-۶: توزیع فراوانی توام نوع روزنامه، نوع مقاله بر حسب محل درج مقاله..... ۱۲۸
- جدول ۵-۷: توزیع فراوانی محل درج مقالات مرتبط با سلامت به تفکیک نوع مقاله..... ۱۲۹
- جدول ۵-۸: توزیع فراوانی مقالات مرتبط با سلامت بر حسب نوع مقاله و روزنامه..... ۱۳۰
- جدول ۵-۹: توزیع فراوانی نوع مقالات مرتبط با سلامت به تفکیک تحقیقاتی و غیر تحقیقاتی بودن.. ۱۳۰
- جدول ۵-۱۰: توزیع فراوانی عکسها، اشکال موجود در مقالات مرتبط با سلامت بر حسب نوع روزنامه. ۱۳۲
- جدول ۵-۱۱: توزیع فراوانی عکسها، اشکال موجود در مقالات تحقیقاتی و غیر تحقیقاتی مرتبط با سلامت ۱۳۲
- جدول ۵-۱۲: توزیع فراوانی موضوعات اصلی مقالات مرتبط با سلامت بر حسب نوع روزنامه..... ۱۳۴
- جدول ۵-۱۳: توزیع فراوانی موضوعات اصلی در مقالات مرتبط با سلامت بر حسب نوع مقاله..... ۱۳۵
- جدول ۵-۱۴: توزیع فراوانی ترجمه لغات اختصاصی موجود در مقالات بر حسب نوع روزنامه..... ۱۳۶
- جدول ۵-۱۵: توزیع فراوانی مقالات تحقیقاتی مرتبط با سلامت بر حسب نوع پیام کلیدی و روزنامه..... ۱۳۷
- جدول ۵-۱۶: توزیع فراوانی مقالات تحقیقاتی مرتبط با سلامت بر حسب محل انجام پژوهش و نوع روزنامه..... ۱۳۸
- جدول ۵-۱۷: توزیع فراوانی مقالات تحقیقاتی مرتبط با سلامت بر حسب جمعیت هدف..... ۱۳۹
- جدول ۵-۱۸: توزیع فراوانی مقالات تحقیقاتی مرتبط با سلامت بر حسب در راستای اولویت بودن... ۱۴۰
- جدول ۵-۱۹: توزیع فراوانی مقالات تحقیقاتی مرتبط با سلامت بر حسب نوع اولویت..... ۱۴۱

فصل اول:

کلیات تحقیق

- مقدمه و بیان مساله:
- اهمیت و ضرورت تحقیق:
- اهداف تحقیق:

۱-۱ مقدمه و بیان مسئله:

تصور و ادراک ما از رویدادهای کشور و جهان تا حدود زیادی بستگی به تصویری دارد که از طریق وسایل ارتباط جمعی به ما منتقل می شود. همانطور که والتر لیپمن، از پیشگامان علوم ارتباطات و روزنامه نگاری، نوشته است: جهانی که باید با آن از جنبه های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و غیره روبرو شویم، غیر قابل دسترسی، غیر قابل مشاهده مستقیم و در بسیاری از موارد دور از ذهن ماست. این جهان باید از طریق وسایل ارتباط جمعی برای ما شناخته و تبیین شود. (Walter Lipman, 1971)

وسایل ارتباط جمعی از جمله مطبوعات با ارائه اخبار و اطلاعات گوناگون مستقیم و غیر مستقیم می کوشند به شکل گیری ذهنیات ما از محیط اطراف کمک کنند. در این میان جراید کثیر الانتشار به جهت توزیع وسیع، قیمت مناسب، دسترسی سریع و به روز بودن از اهمیت ویژه ای برخوردار می باشد. انتشار اخبار مقالات مرتبط با سلامت وظیفه مهمی است که بار آن بر دوش رسانه ها سنگینی می کند و ضرورتی اجتناب ناپذیر است.

در سالهای اخیر، برساخت حاصل از پیام های ارتباطی مورد توجه پژوهشگران علوم ارتباطات قرار گرفته است (Alexis s. Tan, 1971). امروز سوال این نیست که پیامهای ارتباطی چگونه بر نگرشها، باورها و رفتارهای مخاطبان تاثیر می گذارند، بلکه سوال این است که رسانه ها چه کمکی به مخاطبان در تبیین از محیط اطراف خود می کنند. در اینجا فرض بر این است که رسانه ها می توانند با تاکید و برجسته کردن ارزشها، هنجارها و رویدادهای گوناگون، به شکل گیری ادراکات ما از محیط اطراف کمک کنند. (Donald L. Shaw & Maxwell E. McCombs, 1977).

تحقیقاتی که در زمینه برجسته سازی پیامهای خبری انجام شده است، اکثراً موید این واقعیت است که رسانه ها با تاکید و برجسته کردن خبرها و موضوعات مختلف، اولویت های ذهنی مخاطبان را شکل می دهند. ماکسول کومز و دونالد شاو این رابطه را به صورت علی بیان کرده اند: افزایش برجسته کردن موضوعات و مسایل در وسایل ارتباط جمعی، باعث افزایش اهمیت آن موضوعات و مسایل در بین مخاطبان می شود. (Donald L. Shaw & Maxwell E. McCombs, 1977) بر اساس دیدگاه نظریه پردازان برجسته سازی مطبوعات (The agenda-setting theory of the press) پیامهای ارتباطی قادرند تاثیر مهمی بر شناخت و تجربه افراد بگذارند. رسانه های جمعی نمی توانند به افراد بگویند "چگونه" فکر کنند، بلکه می توانند به آنان بگویند "درباره" چه موضوعاتی بیندیشند.

وضعیت حاکم بر فرایند خبر، از رویداد تا خواننده، نظیر فرایند مواد غذایی، از تولید تا مصرف است. بدین گونه که در فرایند خبر نیز اعمال نظرهای گوناگون توسط گزینشگران مختلف صورت می گیرد و آن چه به نام "خبر" در روزنامه، برنامه اخبار رادیو و تلویزیون و شبکه های اطلاعاتی به مخاطبان ارائه می شود، حاصل انتخاب ها، تصمیم گیریها و اعمال نظرهای افراد گوناگون است که طی یک فرایند پیچیده بازنمود رویداد را شکل میدهد.

پژوهشگران علوم ارتباطات در طی پنجاه سال اخیر سعی کرده اند، به گونه های مختلف رسالت و وظایف وسایل ارتباط جمعی را تبیین کنند. (Harold Lasswell, 1981) از نظر این پژوهشگران، ارتباط موفق در صورتی انجام می گیرد که بین اهداف پیام دهندگان و پیامگیران وجوه مشترکی وجود داشته باشد. (ملک افضلی، حسین، ۱۳۸۴)

اهداف پیام دهندگان	اهداف پیام گیران
۱- اطلاع و آگاهی (To inform)	۱- آگاهی از تهدیدها و فرصتها، شناخت محیط اطراف، شناخت واقعیتها، دستیابی به تصمیم گیری
۱- آموزش (To educate)	۲- کسب مهارتها و دانش لازم برای انجام وظیفه در جامعه، یادگیری ارزشها، رفتارها و نقشهای مناسب برای پذیرش در جامعه
۲- ترغیب و اقناع (To persuade)	۳- رسیدن به تصمیم گیری، انطباق ارزشها، رفتار و نقشهای قابل پذیرش در جامعه
۳- تفریح و سرگرمی (To entertain)	۴- لذت بردن، استراحت و سرگرمی، گریز از مسایل روز

هنگامی که پیام دهندگان و پیام گیران را با یکدیگر مقایسه کنیم، ملاحظه می کنیم که اهداف رسانه ها در تامین نیاز های مخاطبان یکسان نیست. مطبوعات با ارایه اطلاعات درست می تواند آگاهی های لازم را برای شناخت مخاطبان از دنیای پیرامون آنان فراهم سازند تا افراد بتوانند تصمیمهای درستی را در زمینه های مختلفی که به زندگیشان مربوط است، اتخاذ کنند.

در همین راستا، در پژوهش حاضر سعی شده است تا با تحلیل مقالات چاپ شده مرتبط با سلامت در ۳ روزنامه کثیرالانتشار کشور یعنی همشهری، ایران و کیهان، به میزان پوشش موضوع سلامت در کشور پردازیم.

۱-۲ اهمیت و ضرورت تحقیق:

از نظر تاریخی، بسیاری از مطالعات نشان داده اند که دادن اطلاعات به عموم یک فاکتور مهم در کاهش اضطراب و تقویت رضایت در درمان پزشکی است. فراهم ساختن کافی اطلاعات بهداشتی برای عموم بطور قابل ملاحظه ای در حال افزایش است و بعنوان یک فاکتور مهم در تقویت افراد به منظور تصمیم گیری در مورد درمان پزشکی خودشان و حفظ سلامتی مطلوب، شناخته شده است. در سال ۱۹۷۸ در اعلامیه آلماتا، یکی از مهمترین اسناد در ارتقاء سلامت به این صورت بیان شده: مردم حق دارند و وظیفه دارند که بصورت انفرادی و جمعی در برنامه ریزی و اجرا مراقبتهای بهداشتی مربوط به خودشان مشارکت کنند. در سال ۱۹۸۶ منشور اتاوا اشاره می کند که: دسترسی به اطلاعات یکی از فاکتورهایی است که همه مردم را قادر می سازد تا به سلامتی بالقوه و کامل دستیابند. Booth & Walton (2000)

دکتر احمد فیاض بخش در فصل سوم کتاب مدیریت دانش شخصی در علوم سلامت، مصرف کننده ی مراقبتهای بهداشتی ایده ال را به این صورت توصیف کرده است: کسانی که به اندازه کافی اطلاعات در مورد هزینه ها و کیفیت مراقبت بهداشتی دارند و براساس چنین اطلاعاتی تقاضا و توانایی انتخاب گزینه های مراقبت بهداشتی را داشته و میتوانند در مورد هزینه ها و کیفیت مراقبتهای بهداشتی تصمیم گیری کنند. (فیاض بخش، ۱۳۸۴)

بستری که ارتباطات برای سلامت فراهم می کند، روز به روز در حال تکامل است. وسایل ارتباط جمعی نیز یک منبع مهم اطلاعات بهداشتی هستند. اطلاعات چاپ شده در روزنامه ها در ارتباط با ویژگیهای سلامتی و توصیه های مهم و مستمر در مورد سلامتی بسیار موثر می باشد. با توجه به این نقطه نظر که آگاهیهای اجتماعی در یک جامعه وقتی به صورت یک فرهنگ عمومی در می آید که به طور مستمر از طریق وسایل ارتباط جمعی و در مجامع مختلف مطرح شود ضرورت این تحقیق برای مردم و برای بخش سلامت نمایان می گردد. وسایل ارتباط جمعی بویژه روزنامه و رادیو و تلویزیون با داشتن سطح پوشش وسیع در جامعه می توانند بیشترین میزان آگاهیهای اجتماعی را به پیامگیران خود انتقال دهند، چنان که ژان استوتزل در کتاب روانشناسی اجتماعی می نویسد:

"ارتباط جمعی یا بهتر بگوییم ارتباطات در میان توده‌ها، عبارت است از: انتقال اندیشه‌ها به تعداد فراوانی از افراد در آن واحد."

در میان وسایل ارتباط جمعی، روزنامه، رادیو و تلویزیون بیش از هر رسانه دیگری وقت افراد جامعه را به خود اختصاص می‌دهند و این به خاطر ویژگی‌هایی است که آن‌ها دارا هستند. روزنامه رسانه‌ای است که هر روز چاپ شده، در اختیار مخاطبان قرار می‌گیرد و دارای ویژگی‌های ذیل است:

۱- به خاطر چاپ روزانه، تازگی خود را همیشه حفظ می‌کند.
۲- از لحاظ شمارگان، در تعداد زیادی منتشر می‌شود، برخلاف کتاب و مجله که تعدادشان محدود است.

۳- مخاطبان خود را روزانه از اخبار و وقایع داخلی و خارجی باخبر می‌کند.

۴- علاوه بر مطالب علمی و فکری، به داستان و سرگرمی هم می‌پردازد.

۵- ارزان‌تر از سایر مطبوعات است. از این نظر، تعداد بیشتری قدرت خرید آن را دارند.

۶- قادرند به جزئیات بیشتری از خبر یا هر موضوعی که درباره اش صحبت می‌کنند، بپردازند.

۷- هر روزنامه از زاویه خاصی به واقعیت‌های بیرونی نگاه می‌کند و لاجرم بازتاب دهنده دیدگاه‌های متفاوتی است که در نهایت با مطالعه روزنامه‌های بیشتر با ابعاد مختلف واقعیت‌های مورد نظر آشنا می‌شویم.

باید توجه داشت که ارتباط نه تنها یکی از عناصر مهم و اساسی زندگی گروهی انسان است، بلکه سنگ‌بنای جامعه و هسته اصلی تشکیل ساختمان اجتماعی است. از این رو، در نظام‌های اجتماعی کوچک و بزرگ همانند خانواده، اجتماعات روستایی، شهری، کشوری و بین‌المللی، ارتباط در انتقال دانش‌ها و مهارت‌ها و نگرش و باورها و ارزش‌ها، نقش برجسته داشته است و می‌تواند به شکل‌گیری و تغییر شناخت‌ها، عقاید، ارزش‌ها و رفتار انسان منجر گردد. به همین دلیل، ارتباط به عنوان یکی از ابزارهای اصلی تغییرات اجتماعی و سیاسی مطرح است. روشن است که ارتباط خود به خود صورت نمی‌گیرد، بلکه نیاز به ابزار است. رسانه را ابزار ارتباط دانسته‌اند و در تعریف آن چنین گفته‌اند: رسانه وسیله‌ای است که فرستنده سعی می‌کند به کمک آن معنا و مفهوم موردنظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می‌کند. به عبارت دیگر، رسانه، وسیله حامل پیام از فرستنده به گیرنده است. کتاب، روزنامه، مجله، عکس، فیلم، نوار صوتی و تصویری، رادیو، تلویزیون، ماهواره و... نمونه‌هایی از رسانه هستند.

در زمینه بررسی اطلاع رسانی موضوعات مرتبط با سلامت از طریق رسانه های عمومی، مطالعات و تحقیقات بسیار محدودی صورت پذیرفته است. در ایران نیز مطالعات اندکی در زمینه فرآیند انتقال دانش بخصوص در زمینه سلامت صورت گرفته است. دیویس و همکاران در سال ۱۹۹۳، بحث آموزش بهداشت از طریق رسانه ها را مورد توجه قرار داده اند. آنان در مطالعه خود فرآیند انتقال دانش در حوزه سلامت را مورد توجه قرار دادند. و نتیجه مشارکت آنان نشان داد که چگونه می توان دانش را در جهت ارتقاء سلامت جامعه به کار گرفت. باید همواره در نظر داشت که نحوه انتقال پیام های مرتبط با سلامت از طریق رسانه ها، نیازمند دقت فراوان است و آموزش دهندگان بهداشت باید شناخت کاملی درباره این موضوع داشته باشند. در واقع از آنجایی که تمامی افراد به نحوی از رسانه های مختلف استفاده می کنند، چگونگی انتقال پیام از طریق آنها هم حائز اهمیت است و هم پیچیدگی خاص خود را دارد.

سالانه پژوهش های بسیاری انجام می شود که از نتایج آنها به نحو شایسته ای بهره برداری نمی شود. بسیار مشاهده شده در سطوح مختلف تصمیم گیری، از متخصصین بالینی تا سیاست گذاران و مدیران، برخی از تصمیم گیری ها بدون توجه به شواهد علمی موجود در سطح جهان صورت گرفته و یا در جریان استفاده از این شواهد به بومی سازی آنها توجه نشده و این در حالی است که تولید دانش و بکارگیری درست آن در صحنه عمل و تصمیم گیری ها است که بزرگترین سرمایه دولت ها و ملت هاست. این موضوع در سلامت اهمیت بیشتری دارد چرا که فاصله زمانی بین تولید دانش و به کارگیری آن می تواند برای جامعه به خصوص بیماران نتایج ناگواری در پی داشته باشد. بر این اساس لازم است که به نتیجه رسیدن پژوهش ها بسیار شفاف باشد و اطمینان حاصل شود که به بهره برداری می رسند.

فکر پیوند "پژوهش" و "عمل"، حداقل از اواسط قرن بیستم قدمت دارد و این فرآیند با عناوین مختلفی مطرح شده است که یکی از مهمترین آنها انتقال دانش است. "انتقال دانش" (Knowledge Transfer) در واقع فرآیندی است که دانش را به عرصه عمل منتقل کرده است. به بیان دیگر انتقال دانش به معنای کاربردی کردن آن چیزی است که می دانیم (مجدزاده، ۱۳۸۸). تعریف "انتقال دانش" آن را به مراتب فراتر از در دسترس قرار دادن پژوهشها از طریق مجاری معمول چون مجلات علمی و ارائه مطلب در همایش ها دانسته است که شامل استخراج پیامهای اصلی یا مفاهیم اساسی از دل نتایج تحقیق و رساندن آنها به گروههای مخاطب مشخص است.

پژوهش لزوماً به انتشار عام مطالب و یا تولید محصولات منجر نمی شود، بلکه ممکن است در پی پاسخ دادن به سوال سازمانی خاص باشد، لذا گروه مخاطب خاص داشته باشد. در مقابل بسیاری از پژوهش ها

نیز میتوانند پاسخ گوی نیازهای عموم مردم باشند و لازم است در رسانه های گروهی منعکس گردند. در نتیجه پیام حاصل از پژوهش باید متناسب با موضوع و کاربرد با استفاده از کانال های متفاوت به مخاطبین خاص آن ها منتقل شود. تظاهر مشهود پدیده انتقال دانش، تغییری است که در سطح آگاهی و نحوه عملکرد دریافت کنندگان بوجود می آید و می توان این تغییر را ملاک سنجش میزان انتقال دانش قرار داد. برخی از محققین معتقدند که انتقال دانش، قدرت رقابت سازمانها را بیشتر میکند و به آنها امکان می دهد که خود را سریعتر با تغییرات و نوآوریها هماهنگ سازد. (مجدزاده، و همکاران، ۱۳۸۸)

امروزه انتقال دانش یا Knowledge Transfer به عنوان یکی از اولویتهای دانشگاهها و مراکز تحقیقاتی مطرح است.

۱-۲-۱- تعریف مفهوم انتقال دانش: "موسسه کانادایی تحقیقات سلامتی - CIHR" معتقد است که انتقال دانش به معنای تبادل، سنتز و کاربرد یافته های تحقیق با واسطه سیستم پیچیده ای از ارتباطات بین محققین و استفاده کنندگان از دانش است.

در واقع انتقال دانش به معنای فرآیندی است که اطلاعات را از مبدا به سوی استفاده کنندگان از تحقیق حرکت می دهد. به دنبال مطرح شدن موضوع «انتقال دانش» موضوع «واسطه گری دانش» (Knowledge Brokering) توسط «موسسه کانادایی تحقیقات سلامتی» مطرح شد که اشاره به چهره های انسانی در پی پدیده انتقال دانش دارد (CHSRF ۲۰۰۳). دیگر اینکه همین منابع انسانی (افراد) که الزاماً جزو محققین و استفاده کنندگان نیستند) ارتباط بین محققین و تصمیم گیران را برقرار کرده و تعامل بین این دو گروه را آسان می کنند تا بتوانند نتایج حاصل از تحقیق را استفاده نمایند.

۱-۲-۲- عوامل موثر و موانع انتقال دانش: به عقیده محققین موانع ساختاری مهمی در جهت فعالیتهای انتقال دانش وجود دارد که در ذیل مختصراً توضیح داده می شود. (حسینی، و همکاران، ۱۳۸۸)

۱-۲-۲-۱- دسترسی به فناوری اطلاعات: فناوری اطلاعات فقط یک عامل تسهیل کننده در ذخیره و انتقال دانش است و هرگز نمی تواند جانشینی برای ارتباطات انسانی و همچنین آموزش باشد. چهار نوع فناوری مهم در این زمینه نقش برجسته تری دارند: ۱- بانک های اطلاعاتی ۲- هوش مصنوعی و ابزارهای کمک کننده به امر تصمیم سازی ۳- فناوری های گروهی مثل پست الکترونیک و کنفرانس های ویدئویی و ۴- فناوری شبکه مثل اینترنت و شبکه های محلی (intranet)

کاربردهای عمده فناوری اطلاعاتی به شرح ذیل است: ۱- افزایش قابلیت دسترسی به دانش و تسریع در انتقال ۲- تسهیل در امکان استخراج دانش از ذهن افراد ۳- تسهیل در مبادله اطلاعات و تجارب در

داخل و خارج سازمان ۴- تسهیل کاربردهای دانش مبتنی بر شبکه های جهانی ۵- ارتباط دادن کاربردهای مبتنی بر اینترنت (ارتباط با بیرون سازمان و دست یابی به اطلاعات) ۶- تسهیل در ارتباط سامانه های مدیریت پایگاههای اطلاعاتی

۱-۲-۲-۲- عوامل فرهنگی: فرهنگ از مهمترین عواملی است که فرایند یادگیری را تحت تأثیر قرار می دهد. اغلب محققین بر نقش مهم فرهنگ حاکم بر سازمان در فراهم ساختن امکان انتقال دانش تأکید کرده اند.

"داونپورت و پروزاک" (Davenport and Prusak 1998) به نقش عوامل فرهنگی در ایجاد مانع بر سر راه انتقال دانش اشاره کرده اند. به عقیده ایشان، عوامل فرهنگی زیر می توانند از انتقال مؤثر دانش جلوگیری نمایند: عدم اعتماد افراد به یکدیگر، تفاوت های فرهنگی بین افراد مختلف، نبودن فرصت و فضای کافی برای معاشرت بین افراد، سیاست های سازمانی (بجای تشویق افراد به تبادل دانش، آنها را به سوی فردگرایی سوق می دهد)، نبودن ظرفیتهای لازم برای یادگیری در افراد مخاطب، عدم تحمل اشتباهات دیگران و یاری نکردن آنها. به عقیده ایشان در اغلب سازمانها مؤثرترین طریقه انتقال دانش، استفاده از فناوری پیشرفته یا جلسات رسمی تبادل اطلاعات نیست، بلکه تماسهای اجتماعی غیر رسمی بین افراد است که در محیط های کوچک و صمیمی رخ می دهد. بنابر این، سازمانها علاوه بر تقویت مکانیسم های کلاسیک تبادل اطلاعات باید زمینه را نیز برای ایجاد هر چه بیشتر ارتباطات غیر رسمی هم فراهم سازند. سازمان ها نیازمند خلق فرهنگ سازمانی مناسب و زیرساختی هستند که در آن دانش بتواند خلق و منتقل بشود.

۱-۲-۲-۳- عوامل فردی: عدم وجود وقت کافی، نداشتن قدرت برای انجام تغییرات و عدم وجود حمایت مدیران و همکاران برای انجام تغییرات مورد نیاز، نداشتن مهارت برای ارزیابی تحقیقات و عدم درک آزمون های آماری و ... می توانند از جمله عوامل فردی تأثیرگذار بر انتقال دانش باشند.

۱-۳ اهداف تحقیق:

هدف کلی: بررسی کیفیت پیام های مرتبط با سلامت در جراید کشور

اهداف فرعی این طرح شامل:

۱. بررسی مقالات چاپ شده مرتبط با سلامت در روزنامه های ایران، همشهری، کیهان از نظر منبع مقاله
۲. بررسی مقالات مرتبط با سلامت چاپ شده در روزنامه های کثیرالانتشار ایران، همشهری، کیهان از نظر نوع مقاله
۳. بررسی مقالات مرتبط با سلامت چاپ شده در روزنامه های کثیرالانتشار ایران، همشهری، کیهان از نظر محل درج مقاله
۴. بررسی مقالات چاپ شده مرتبط با سلامت در روزنامه های کثیرالانتشار ایران، همشهری، کیهان از نظر موضوعات اساسی مطروحه در مقالات
۵. بررسی مقالات مرتبط با سلامت چاپ شده در روزنامه های کثیرالانتشار ایران، همشهری، کیهان از نظر تعداد عکسها و نمودارهای بکار گرفته شده
۶. بررسی مقالات مرتبط با سلامت چاپ شده در روزنامه های کثیرالانتشار ایران، همشهری، کیهان از نظر جامعه مورد هدف
۷. بررسی مقالات مرتبط با سلامت چاپ شده در روزنامه های کثیرالانتشار ایران، همشهری، کیهان از نظر محل اجرای طرحهای تحقیقاتی
۸. بررسی مقالات مرتبط با سلامت چاپ شده در روزنامه های کثیرالانتشار ایران، همشهری، کیهان از نظر پیام کلیدی حاصل از مقالات
۹. بررسی مقالات مرتبط با سلامت چاپ شده در روزنامه های کثیرالانتشار ایران، همشهری، کیهان از نظر همسو بودن با الویت های علوم پزشکی کشور
۱۰. بررسی مقالات مرتبط با سلامت چاپ شده در روزنامه های کثیرالانتشار ایران، همشهری، کیهان از نظر انتقال دانش (قابل فهم برای مخاطب)
۱۱. آگاه سازی جراید از اولویتهای سلامت کشور
۱۲. مقایسه کلی نتایج تحقیق با نتایج بدست آمده در تحقیق انجام شده در ایران در سال ۱۳۸۲
۱۳. مقایسه کلی نتایج تحقیق با نتایج بدست آمده در تحقیق انجام شده توسط سازمان جهانی بهداشت در ۱۳ کشور در سال ۲۰۰۵
۱۴. بررسی میزان توجه رسانه های مکتوب به موضوع سلامت باتوجه به تحقیقاتی بودن یا نبودن مقالات

در توضیح هر کدام از اهداف فوق مطالب ذیل بیان می گردد:

- ۱- تحلیل محتوای کمی مطالب مرتبط با سلامت در ۳ روزنامه کثیرالانتشار کشور از نظر:
 - نوع مقالات: مقالات خبری - مقالات دنباله دار- مقاله سر دبیر- مقالات رسیده - نامه به سردبیر
 - منبع مقاله: روزنامه نگاران داخلی- آژانس ها و انجمن های خبری داخلی- روزنامه نگاران خارجی- آژانس ها و انجمن های خبری خارجی- نویسندگان آزاد - نامشخص
 - محل درج مقاله در روزنامه: اخبار داخلی- اخبار خارجی- سلامت - تغذیه- علوم و تکنولوژی
 - موضوعات اساسی مطرح شده در مقالات: اطلاعات بهداشتی عمومی- بالینی- اورژانس- سیاستگذاری سلامت - بیمه - تازه های علمی و اکتشافات - جنبه های اجتماعی سلامت و....
 - محل اجرای تحقیقات در مقالات تحقیقاتی مرتبط با سلامت: داخل کشور - داخل کشور با همکاری سایر کشورها - کشورهای پیشرفته - کشورهای در حال توسعه- غیر مشخص
- بررسی کیفیت در این تحقیق در واقع بررسی کیفیت مقالات درج شده در روزنامه ها می باشد. و از طریق برخی آیتم ها در پرسشنامه قابل دستیابی می باشد. با توجه به Source مقاله (پرسش شماره ۲۱۰۳ پرسشنامه) موضوعات کلیدی و اساسی مطرح شده در آن (پرسش شماره ۲۱۰۸ پرسشنامه) مستخرج از تحقیقات کلینیکی بودن یا نبودن آن (پرسش شماره ۲۱۰۹ پرسشنامه) و انطباق مقالات با نیاز روز جامعه و تداوم بررسی یک موضوع تا حد اقناع مخاطب، و پیام کلیدی آن میتوان به ارزش یا اعتبار کیفی مقاله پی برد و در واقع این آیتم ها در مقاله می تواند بصورت مستقیم و غیر مستقیم کیفیت مقالات ارائه شده را ارزیابی نماید.

فصل دوم:

تعاریف و پیشینه پژوهش

- تعریف سلامت:
- انواع سلامت:
- عوامل مؤثر بر سلامت:
- تفاوت پیشگیری و درمان:
- نقش رسانه ها در پیشگیری:
- تاریخچه مطبوعات:
- وظایف رسانه های خبری:
- دگرگونی های روزنامه نگاری:
- ارزشهای خبری رویدادها:
- کارکردهای ارزشهای خبری:
- عوامل تغییر دهنده ارزشهای خبری:
- پیشینه پژوهش
- تحقیقات انجام شده در خارج کشور
- تحقیقات انجام شده در داخل کشور