

رسانه سلامت محور در کشورهای در

حال توسعه

(فرصت یا تهدید)

بررسی نقش رسانه در ارتقاء و چالش سلامت
و جایگاه روابط عمومی سلامت محور (ابزار همکاری بین بخشی) در تعامل و تقابل

دکتر آرش یک خلق



انتشارات رازنهان

۱۳۹۵

۱۴۴۸۲۷۲
۲۵,۸۵۲

سرشناسه	: نیک خلق، آرش، ۱۳۴۷ -
عنوان و نام پدیدآور	: رسانه سلامت محور در کشورهای در حال توسعه (فرصت یا تهدید): بررسی نقش رسانه در ارتقای و چالش سلامت و جایگاه روابط عمومی سلامت محور (ابزار همکاری بین بخشی) در تعامل و تقابل / تالیف آرش نیک خلق.
مشخصات نشر	: تهران: راز نهان، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۱۸۴ ص.
ردک	: ۹۷۸-۶۰۰-۴۴۸-۰۳۸-۳
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص ۱۸۱ - ۱۸۴.
عنوان دیگر	: بررسی نقش رسانه در ارتقای و چالش سلامت و جایگاه روابط عمومی سلامت محور (ابزار همکاری بین بخشی) در تعامل و تقابل.
موضوع	: سلامتی در رسانه های گروهی
موضوع	: Health in mass media
موضوع	: رسانه های گروهی در آموزش بهداشت
موضوع	: Mass media in health education
موضوع	: آموزش بهداشت - کشورهای در حال رشد
موضوع	: Health education-- Developing countries
موضوع	: رسانه های گروهی - تاثیر
موضوع	: Mass media-- Influence
موضوع	: رسانه های رقمی - تاثیر
موضوع	: Digital media-- Influence
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۵ رن اس/ ۴۶۰
رده بندی دیویی	: ۰۷۰/۴۴۹۶۱۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۴۱۶۴۲۲

آدرس: میدان انقلاب، اول جمال زاده جنوبی، ک۲، چپ، پلاک ۱۲، واحد ۲ شماره تماس: ۰۲۱۶۶۹۰۱۸۴۱ - ۰۲۱۳۲۲۰۲۶۱ آدرس الکترونیکی: raznahanbook@gmail.com آدرس سایت: www.raznahanbook.com	
--	---

که عنوان کتاب..... رسانه سلامت محور در کشورهای در حال توسعه
 که مولف..... دکتر آرش نیک خلق
 که صفحه آرا و طراح جلد..... رضا کاوه
 که ناشر..... راز نهان
 که شمارگان..... ۱۰۰۰ نسخه
 که نوبت چاپ..... اول ۱۳۹۵
 که قیمت..... ۱۴۷۰۰ تومان

ISBN: 978-600-448-038-3

فهرست مطالب

۹.....	مقدمه
۱۱.....	تاریخچه
۱۳.....	فصل اول: جایگاه سلامت در رسانه کشورهای در حال توسعه
۱۶.....	تکوین سلامت در رسانه‌های در حال توسعه
۱۸.....	چالش در تعامل مخاطب و سلامت و رسانه
۲۰.....	ظرفیت پذیرش اطلاعات مرتبط با بهداشت و سلامت در مخاطب
۲۲.....	مخاطب پنداری
۲۴.....	شکاف آگاهی
.....	راهکارهای کاهش شکاف اجتماعی در مقابل اصلاحی با چالش مخاطب
۲۵.....	ناهمگن
۳۱.....	پیام‌های متضاد در رسانه مخاطب پندار
.....	مخاطب شناسی و شیوه‌های برخورد با مخاطب ناهمگن در رسانه در حال
۳۲.....	توسعه
۳۷.....	فصل دوم: رسانه سلامت و سازمان‌های مردم نهاد
۳۹.....	سازمان‌های غیر دولتی مردم نهاد سلامت محور
۴۱.....	سازمان‌های مردم نهاد کلید حل چالش‌های سلامت
۴۳.....	تسهیل در تعامل دولت سلامت محور و مردم در سایه سازمان‌های مردم نهاد
۴۵.....	قانون و سازمان‌های مردم نهاد در کشور

سازمان‌های مردم‌نهاد غیر دولتی اهرم‌های فشار قانون‌گذار برای پیشبرد
مسیرهای سلامت محور ۴۶

بررسی فرایند اقامه دعوی از شرکت‌های مخل سلامت (مثلاً شرکت‌های
دخانی) توسط سازمان‌های مردم‌نهاد غیر دولتی ۴۸

سازمان‌های مردم‌نهاد و راه کارهای اجتماع محور، نقطه عطفی در مبارزه با
تأثیرات ۵۰

فصل سوم: رسانه سلامت و آموزش بهداشت ۵۹

اصول انتخاب رسانه آموزش سلامت ۶۱

استفاده بهینه از حواس توسط رسانه آموزش سلامت ۶۲

روش‌های نوین آشنایی در حوزه رسانه ۶۵

الگوهای آموزش سلامت در رسانه ۶۷

ارزیابی سطح بهداشت و سلامت در جامعه، الزامی در نظام هدفمند و مدون
آموزش سلامت ۶۸

مداخله رسانه سلامت بر مبنای «فرایند» جامع آموزش بهداشت ۶۹

انتخاب رسانه ارجح در آموزش بهداشت ۷۱

فصل چهارم: تبلیغات در رسانه سلامت محور ۷۳

فصل پنجم: سلامت روان و رسانه ۷۹

فصل ششم: نقش رسانه در تکوین الگوهای تغذیه ای ۸۳

فصل هفتم: رسانه - کودک - سلامت ۸۹

نقش آگهی‌های بازرگانی در سلامت کودک ۹۳

تفاوت در تاثیر پذیری از رسانه در کودکان ۹۴

بررسی یک چالش در سلامت کودکان ۹۷

فصل هشتم: سلامت در رسانه مجازی ۱۰۱

شهر الکترونیک سلامت محور آرمانی ۱۰۳

سلامت الکترونیک مقوله ای فراتر از توسعه فناوری ۱۰۵

شهر الکترونیک سلامت محور و اهداف رسانه	۱۰۷
نگاهی متفاوت به پزشکی الکترونیک و سلامت و رسانه	۱۰۹
بهینه سازی اطلاع رسانی کاربردی در حوزه سلامت الکترونیک	۱۱۱
تعامل خانواده و رسانه در شهر الکترونیک	۱۱۳
رسانه و شهروند آرمانی شهر الکترونیکی سلامت	۱۱۴
رسانه شهر الکترونیک سلامت محور	۱۱۵
رسانه و چالش‌های آموزش در حوزه سلامت الکترونیکی	۱۱۷
رایه آموزش و اطلاع رسانی الکترونیک بهداشت در مقایسه با آموزش سنتی	۱۱۹
رسانه و تبلیغات و تجارت الکترونیک در شهر سلامت محور	۱۲۰
نقش رسانه در انتقال سلامت جامعه در فضای مجازی	۱۲۲
چالش رسانه مجازی در نظام الکترونیک سلامت مدار	۱۲۵
بازبهای رایانه ای برنامه های سلامت در جامعه الکترونیک	۱۲۷
راهکارهای بهینه سازی فن آوری اطلاعات در حوزه سلامت	۱۲۹
فصل نهم: فیلم عاری از دخانیات	۱۳۳
نقش انکارناپذیر سینما در انتقال به دیگران	۱۳۸
سینما شاخص ترین تبلیغات دجانی	۱۴۴
بررسی وضعیت فیلم و سینما در جهان	۱۴۵
راه کارهای پیشنهادی برای کنترل دخانیات	۱۵۱
ارائه وضعیت چهار کشور در نحوه برخورد با دخانیات در فیلم‌ها	۱۵۲
فصل دهم: رسانه سلامت و مداخله در بحران و اپیدمی	۱۵۹
کدام رسانه‌ها در بحران‌ها موفق تر هستند	۱۶۳
تفاوت عملکرد رسانه در بحران	۱۶۴
وظایف رسانه در بحران‌های سلامت	۱۶۵
نتیجه و راهکارها	۱۷۱
منابع	۱۸۱

مقدمه

با توجه به حضور فعال و دائمی رسانه‌های جمعی به عنوان منابع اصلی اطلاع رسانی حوزه سلامت در جامعه، تأثیر بی‌مانند آنها بر پویایی سلامت عمومی بر کسی پوشیده نیست. این اثرات تنها از تعاملات معمول، بلکه به قصد کاربرد برنامه ریزی شده رسانه سلامت در مسیرات بهداشتی جامعه مورد مطالعه قرار می‌گیرد و اکثر صاحب نظران بر این عقیده متفق‌القولند که راهبردهای منجر به ارتباط در رسانه به گونه‌ای طراحی می‌شود تا برآورد آن منجر به تغییر رفتار سلامت گردد.

تحلیل عمیق نیازهای سلامت در کشورهای در حال توسعه اینگونه نشان داده که شرط دارا بودن کشوری با جامعه دارای دانش سلامت بالا وجود نگرشی راهبردی و برنامه ریزی شده و مستمر از رسانه سلامت خوب در کنار مدیریت سلامت می‌باشد. چراکه رسانه پس زمینه ثابت زندگی بشری است که توسط اجزایی مانند تلویزیون، رادیو، روزنامه و اینترنت مستقیم و یا تلویحی با هم‌پای متعدد و متنوعی را در زمینه ارتقای سلامت و بهداشت جامعه به مخاطب القاء کرده و جزء مهمترین منابع اطلاعات مورد اعتماد در مورد مطالب بهداشتی در سراسر زندگی او می‌باشد.

همانطور که سلامت یک موضوع مهم برای رسانه می‌باشد، مدیریت سلامت نیز با توجه به نقش اطلاع رسانی و ارتقای سلامت جامعه به رسانه نیازمند است.

این ارتباط دو سویه از طرفی باعث شکل‌گیری یک جایگاه کلیدی برای رسانه در حوزه سلامت شده و از طرفی سوژه‌ای برای تولید و برنامه‌سازی برای اصحاب رسانه می‌شود و خواسته یا ناخواسته فن‌آوری‌های این دو نهاد لازم و ملزوم یکدیگر باقی می‌مانند.

لزوم حضور رسانه‌ها در کنار نیز لزوم تدوین و مشخص شدن حدود را در دو سو، امری ضروری می‌نمایاند.

به طوریکه اگر رسانه‌ها به سلامت و هشدار دهنده بیماری را نتوان در کنترل دانش به روز قابل اطمینان، مستعد، قرار داد، گاهی شاهد عواقبی خواهیم بود که حتی از سوژه اصلی آسیب رسان به سلامت نیز چالش برانگیزتر می‌شود.

کتاب حاضر در ده فصل نوشته شده که در هر فصل، تلاش شد تا به یک موضوع اختصاصی درباره تعامل رسانه و سلامت پرداخته شود. در پایان لازم است که از کلیه عزیزانی که در تکمیل کتاب ما را یاری کردند به ویژه خانم متینه سلیمانی که در تطبیق فصل‌های سه و پنج و هفت در کشورهای در حال توسعه همراه ما بوده‌اند، کمال تشکر را دارم.

بی‌تردید این کتاب به دور از کاستی و نقص نمی‌باشد، امید است تا در چاپ‌های بعدی نظرات شما ما را در اصلاح و بهبود کتاب یاری نماید.

دکتر آرش نیک خلق

دکترای تخصصی عصب‌شناسی و مطالعات اعتیاد