

عنوان مقاله:

بازنمایی پیام های سلامت محور در مطبوعات- تحلیل مضمونی مطالب روزنامه های ایران، همشهری و جام جم

محل انتشار:

فصلنامه رسانه، دوره 29، شماره 1 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

ثریا احمدی - دکتری علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

فریبا المطهری - کارشناس ارشد جامعه شناسی

خلاصه مقاله:

رسانه ها در قالب پیام، نکته های بسیاری را به مردم معرفی می کنند که یکی از مهمترین آنها مسایل مربوط به سلامتی است. پیام های بهداشتی آن دسته از پیام ها هستند که برای تغییر رفتار افراد در حوزه سلامت طراحی می شوند. این پیام ها باید به افراد اطلاعات را متناسب با دغدغه های آنان ارائه دهند. افراد باید پیام را متناسب با وضعیت خود بدانند، و به رفتارهای توصیه شده در آن نیز عمل کنند. بنابراین، توجه به این نکته مهم است که پیام های سلامت بر اساس اصول و قواعد خاصی طراحی می شوند، یا فقط بر اساس پاره ای از مفروضات ذهنی طراح پیام قرار دارند در این نوشتار که با هدف شناسایی انواع پیام های سلامت محور و قالب بندی پیام ها انجام شده است از روش تحلیل محتوا استفاده شده و 145 مطلب روزنامه های ایران، جام جم و همشهری طی بازه زمانی اردیبهشت 1393 تا شهریور 1394 مورد بررسی قرار گرفته است. یافته ها نشان داد از میان موضوعات مختلف سلامت، روزنامه ها با 19/8 درصد، موضوع منافع مرتبط با سلامت مثل تغذیه مناسب، ورزش، واکسیناسیون و... را بیش از سایر موضوعات مورد توجه قرار داده اند. خبرهای آگاهی بخش روزنامه ها، با 74/3 درصد درباره ایجاد شناخت درباره موضوع یا رفتار خاص است. پیام های آموزشی روزنامه ها، با 50/8 درصد با هدف ارائه اطلاعات درباره سلامت است؛ بالاخره آرایه یک یا چند راه حل یا رفتار ساده برای کاهش تهدید با 33/7 درصد، بیشترین هدف انتشار پیام های ترغیب کننده را در این روزنامه ها دنبال می کند.

کلمات کلیدی:

ارتباطات سلامت، پیام آگاه بیخس، پیام ترغیب کننده، پیام آموزشی، قالب بندی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/793335>

