

بررسی میزان اطلاع‌رسانی درباره‌ی موضوعات مرتبط با سلامت دهان و دندان در برخی رسانه‌های عمومی کشور در سال ۱۳۹۰-۱۳۹۱

دکتر شیمای سهیلی پور^۱، دکتر زهرا سید معلمی*^۲، مریم السادات احمدی^۲

چکیده

مقدمه: رسانه یک منبع مهم جهت انتقال پیام‌های سلامت به عموم مردم می‌باشد. این مطالعه به منظور بررسی میزان اطلاع‌رسانی درباره‌ی موضوعات سلامت دهان و دندان در رسانه‌های عمومی و تخصصی سلامت با مخاطب عام در سال ۱۳۹۰-۱۳۹۱ انجام گرفت.

مواد و روش‌ها: در این مطالعه‌ی مقطعی و توصیفی، دو روزنامه‌ی عمومی، یک مجله‌ی تخصصی سلامت با مخاطب عام و یک برنامه‌ی تلویزیونی مرتبط با سلامت که همگی به صورت کشوری توزیع یا پخش می‌شوند، در بازه زمانی ۹۱-۱۳۹۰ بررسی شدند. مقالات و برنامه‌هایی که محتوای اطلاعات مرتبط با عناوین مختلف سلامت دهان و دندان بودند، جمع‌آوری شدند. یک شاخص ۷ آیتمی به منظور بررسی کیفیت اطلاعات پیشگیری از بیماری‌های دهان به طور جداگانه طراحی شد (با نمره دهی از صفر تا ۱۴). داده‌ها با استفاده از روش‌های آماری توصیفی تحلیل گردید.

یافته‌ها: از میان ۸۵۳ مورد بررسی شده، در مجموع تعداد ۱۰۲ مقاله و برنامه مرتبط با سلامت دهان و دندان به دست آمد. پوسیدگی دندان و مراقبت از دندان‌های شیری بیشترین عنوان‌هایی بودند که در ۳۷ درصد مطالب وجود داشتند و پس از آن درمان‌های ارتودنسی و تغذیه (هر کدام با ۱۶ درصد) و مسواک زدن و نخ دندان (با ۱۴ درصد) قرار داشتند. سایر عنوان‌ها میزان کمتر از ۱۰ درصد داشتند. برای تعداد ۲۸ مقاله پیشگیری به دست آمده در مجموع، میانگین نمره کیفیت ۱۲/۵ به دست آمد.

نتیجه‌گیری: مطالب مرتبط با سلامت دهان و دندان در درصد پائینی از مطالب رسانه‌های جمعی در کشور ایران به چشم می‌خورند و در عین حال کلیه عنوان‌های مورد نیاز را نیز تحت پوشش قرار نمی‌دهند. انتظار می‌رود به منظور ارتقا سلامت دهان و دندان افراد جامعه، رسانه‌ها با ارایه اطلاعات مرتبط با سلامت دهان در سطح وسیع‌تر، نقش مؤثرتری ایفا نمایند.

کلیدواژه‌ها: رسانه‌های عمومی، روزنامه‌ها، آموزش سلامت، دندان‌پزشکی پیشگیری، سلامت دهان

* استادیار، مرکز تحقیقات دندان‌پزشکی ترابی‌نژاد، گروه دندان‌پزشکی اجتماعی، دانشکده دندان‌پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، اصفهان، ایران (مؤلف مسؤول)
smoallemi@mui.ac.ir

۱: استادیار، مرکز تحقیقات دندان‌پزشکی ترابی‌نژاد، گروه دندان‌پزشکی اجتماعی، دانشکده دندان‌پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، اصفهان، ایران

۲: دانشجوی دندان‌پزشکی، کمیته پژوهش‌های دانشجویان، دانشکده دندان‌پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، اصفهان، ایران

این مقاله حاصل پایان‌نامه عمومی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان به شماره ۳۹۲۰۷۴ می‌باشد.

این مقاله در تاریخ ۹۲/۸/۹ به دفتر مجله رسیده. در تاریخ ۹۲/۱۱/۵ اصلاح شده و در تاریخ ۹۲/۱۲/۲۰ تأیید گردیده است.

مجله دانشکده دندان‌پزشکی اصفهان
۱۳۹۳، ۱۰(۳): ۲۶۲ تا ۲۷۵

مقدمه

بدیهی است که سلامتی یک نگرانی اولیه برای همه ماست و دستیابی به سلامتی و نگهداری آن مستلزم همکاری کلیه ارگان‌های مؤثر در این زمینه در یک جامعه است. امروزه بیش از هر زمان دیگر، بهداشت و درمان یکی از موضوعات اصلی است که رسانه‌های جمعی به آن می‌پردازند [۱، ۲]. منابع اطلاعاتی زیادی از جمله رسانه‌های مختلف شامل رادیو، تلویزیون، روزنامه‌ها و مجلات تلاش دارند اطلاعات مربوط به سلامت و سالم بودن را در اختیار افراد قرار دهند. برنامه‌های تدوین شده در جهت ارتقا سلامت افراد جامعه می‌توانند نقش مهمی در بالا بردن آگاهی افراد و بهبود سلامت آنان ایفا نمایند. ارتقا سلامت فرایند توانمند کردن افراد به منظور افزایش پیگیری و کنترل در زمینه سلامتی و بهبود سلامتشان می‌باشد. سلامتی سرمنشاء حیات روزانه است نه هدف از زندگی. بنابراین، ارتقا سلامت تنها وظیفه‌ی بخش بهداشت و درمان نیست [۳].

اخبار و وسایل ارتباط جمعی نیروی قدرتمند و تأثیرگذار در جوامع مدرن امروزی است. افکار و نگرش‌های عمومی از طریق رسانه‌ها شکل می‌گیرد که می‌تواند در اتخاذ سیاست و تصمیم‌گیری‌ها در سطوح مختلف تأثیر بگذارد و تمام جوانب زندگی را متحول کند [۴]. بهبود بخشیدن مهارت‌های فردی یکی از پنج جزء مهم ذکر شده در توافق‌نامه اوتاوا می‌باشد که رسانه‌های جمعی از این طریق می‌توانند نقش مؤثری در رسیدن به اهداف این توافق‌نامه بازی کنند. برقراری یک ارتباط سازنده با رسانه‌ها از طریق ارسال پیام‌های بهداشتی به‌طور مداوم و مستمر برای آنان، به‌عنوان یکی از استراتژی‌های مهم اتخاذ شده در زمینه ارتقا سلامت دهان و دندان، می‌تواند مؤثر باشد [۵]. رسانه می‌تواند با توجه به نقشی که در امر تبلیغات و ارایه اطلاعات دارد، فرصت‌های زیادی را برای ارتقا سلامت دهان و دندان فراهم کند [۴]. رسانه‌های گروهی خصوصاً رسانه‌های چاپی مانند روزنامه‌ها و مجلات می‌توانند در زمینه بیماری‌های دهان و دندان اطلاعات علمی زیادی را در اختیار عموم قرار دهند [۶]. روزنامه‌ها منبع اصلی ارایه اطلاعات به عموم مردم در بعضی از کشورها محسوب می‌شوند [۷].

پخش برنامه‌های تلویزیونی با ارایه مطالب علمی مبتنی بر شواهد در ارتباط با ارتقا سلامت دهان و دندان می‌تواند موجب افزایش اطلاعات و آگاهی مردم در این زمینه شود [۴]. استفاده

مناسب از رسانه می‌تواند نتایج مثبتی در بهبود وضعیت سلامت دهان و دندان افراد جامعه داشته باشد [۸]. به همین سبب، لزوم تحقیق در زمینه بررسی کیفیت و کمیت پیام‌های ارایه شده توسط ارتقا دهندگان سلامت و سایر نویسندگان از اهمیت بالایی برخوردار است [۹].

در مطالعه انجام شده توسط Hattersley و همکاران [۱۰] در کشور استرالیا در سال ۲۰۱۱ میزان پوشش‌دهی و چگونگی ارایه خبرها در زمینه مصرف نوشیدنی‌های شیرین و تأثیر آن‌ها بر چاقی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این مطالعه نشان داد که بررسی کیفی و کمی پیام‌های ارایه شده از طریق رسانه‌ها در دوره‌های زمانی مختلف ابزار مناسبی جهت ارزیابی تأثیرات آن‌ها بر دیدگاه و عملکرد افراد جامعه می‌باشد.

در مطالعه انجام شده توسط Carducci و همکاران [۱۱] در دانشگاه Pisa در کشور ایتالیا مقالات منتشر شده در زمینه امنیت غذایی در سه روزنامه پرمخاطب در بازه زمانی سال ۱۹۹۹ تا ۲۰۱۱ از نظر کیفی و کمی و تأثیر آن بر آگاهی افراد جامعه مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این مطالعه نشان داد که بررسی مداوم پیام‌های سلامت در روزنامه‌ها روش مناسبی جهت بررسی تأثیر رسانه‌های عمومی بر دیدگاه و عملکرد افراد جامعه می‌باشد.

Bakdash و همکاران [۱۲] تأثیر برنامه‌های تلویزیون بر درک رابطه بین بیماری‌های پریدنشیوم (بافت‌های اطراف دندان) و از دست دادن دندان را بررسی کرده‌اند که نشان می‌دهد ۴۳ درصد از افرادی که این برنامه‌ها را مشاهده نکرده‌اند بیماری پریدنشیوم را به‌عنوان دلیل اصلی از دست دادن دندان نمی‌دانند، اما ۶۳ درصد از افرادی که این برنامه‌ها را دیده‌اند، ارتباط این دو موضوع را به خوبی درک کرده‌اند. علاوه بر این تنها سه درصد از گروه اول تمایل به مراجعه به دندان‌پزشک داشته‌اند و تمایل به مراجعه به دندان‌پزشک در ۳۹ درصد از افراد گروه دوم دیده شده است.

Liaguno-Aguilar و همکاران [۱۳] میزان پرداختن مطبوعات مکتوب به مسأله مصرف تنباکو در مکزیک را مورد بررسی قرار دادند. این محققان نیز اهمیت مشارکت و همکاری بین حامیان سلامت دهان و دندان و نویسندگان بخش سلامت و تنظیم‌کنندگان ستون‌های رسانه‌ها را خاطر نشان کردند.

مطالعه‌ای که به بررسی میزان استفاده مردم ایران از رسانه‌های مختلف پرداخته باشد و بتواند به‌عنوان منبع معتبری در انتخاب نوع رسانه‌های مورد بررسی به ما کمک کند، یافت نشد. لذا تلاش‌های انجام شده در انتخاب رسانه‌ها بر این استوار بود که به‌گونه‌ای رسانه‌هایی که بیش‌تر از جانب افراد جامعه مورد استقبال بوده‌اند و یا به‌طور اختصاصی به مطالب مربوط به سلامت می‌پردازند انتخاب شوند.

با توجه به وجود روزنامه‌ها و مجلات متعدد در کشور ایران، روزنامه‌هایی برای ورود به مطالعه انتخاب شدند که از نظر تیراژ، فروش، توزیع کشوری، امکان دسترسی به آرشیو و دارا بودن یک ستون مرتبط با سلامت، مناسب بودند. همچنین پرتیراژترین مجله تخصصی سلامت با مخاطب عام جهت جمع‌آوری داده‌ها انتخاب گردید.

با توجه به مشکلات زیادی که در زمینه دسترسی به آرشیو برنامه‌های تلویزیونی وجود داشت نهایتاً یک برنامه تلویزیونی مرتبط با سلامت برای بررسی انتخاب گردید. برنامه تلویزیونی انتخاب شده (سلامت باشید- شبکه سه) اختصاصاً به موضوع سلامت می‌پردازد و به‌صورت روزانه در ساعت مشخصی از تلویزیون پخش می‌شود.

مقالات و برنامه‌هایی که محتوای اصلی آن‌ها راجع به دهان و دندان نبود و تنها اشاراتی به مباحث دهان و دندان داشتند از مطالعه حذف گردیدند. همچنین کلیه مطالبی که به نظر می‌رسید به‌منظور تبلیغات در رسانه‌ها منتشر شده‌اند، از مطالعه حذف گردیدند و تنها مطالبی که با هدف آموزش و افزایش آگاهی ارایه شده بودند مورد بررسی قرار گرفتند.

به‌منظور بررسی میزان اطلاع‌رسانی درباره‌ی سلامت دهان و دندان، مقالات و برنامه‌هایی که محتوای اطلاعات مرتبط با عناوین مختلف سلامت دهان و دندان مانند: روش‌های رعایت بهداشت دهان و دندان در گروه‌های سنی مختلف، اقدامات لازم جهت پیشگیری از پوسیدگی دندان‌ها و مشکلات دهان و دندان در گروه‌های سنی مختلف، اهمیت مراجعات دوره‌ای دندان‌پزشکی، تغذیه مناسب برای سلامت دندان‌ها، بیماری‌های دهان و دندان و سرطان دهان، دندان‌پزشکی زیبایی، انواع درمان‌های دندان‌پزشکی و... بودند، جدا شده و از لحاظ کمی (تعداد دفعات تکرار) با استفاده از چک لیست تهیه شده به‌همین منظور بررسی شدند (پیوست ۱). این چک لیست بر اساس چک

مطالعه مشابه انجام شده توسط Rise و Sogaard [۱۴] در نورژ نشان داد که افرادی که پیام‌های تلویزیونی را دریافت کرده‌اند نسبت به افرادی که این پیام‌ها را ندیده‌اند می‌توانند ۲۱-۱۳ درصد بیش‌تر شیوه پیشگیری را تشخیص دهند. در این بررسی بر نیاز به افزایش استفاده از آموزش‌های ارایه شده از طریق رسانه‌های گروهی به‌عنوان استراتژی عملی مهم در بهداشت عمومی به‌منظور افزایش ارتقا سطح بهداشت و پیشگیری از بیماری‌ها توجه ویژه شده است [۱۴].

در حیطه‌ی دندان‌پزشکی تحقیقات کمی در زمینه میزان پوشش‌دهی و بررسی کیفیت اطلاعات ارایه شده در رسانه‌های چاپی در زمینه سلامت دهان و دندان وجود دارد. یکی از این تحقیقات توسط Abe و همکاران [۱۵] انجام شده است که در آن حجم پیام‌های بهداشتی در زمینه پیشگیری از پوسیدگی دندان در روزنامه‌های ژاپنی مورد بررسی قرار گرفته است. این محققان مقالات ۵ روزنامه مهم را در طول ده سال از سال ۱۹۹۳ تا ۲۰۰۳ مورد ارزیابی قرار داده بودند. در جنوب کشور چین رادیو و تلویزیون رایج‌ترین روش‌هایی بودند که از طریق آن مردم می‌توانستند پیام‌های مربوط به سلامت دهان و دندان را دریافت کنند [۱۶].

با توجه به عدم بررسی میزان اطلاع‌رسانی درباره موضوعات سلامت دهان و دندان توسط رسانه‌ها در ایران، هدف از این مطالعه بررسی میزان اطلاع‌رسانی درباره موضوعات سلامت دهان و دندان در تعدادی از رسانه‌های عمومی و تخصصی سلامت با مخاطب عام در سال ۱۳۹۱-۱۳۹۰ بوده است.

مواد و روش‌ها

مطالعه‌ی حاضر یک مطالعه‌ی مقطعی و توصیفی- تحلیلی می‌باشد. دو روزنامه عمومی (کیهان و جام جم)، یک مجله تخصصی سلامت با مخاطب عام (هفته‌نامه سلامت) و یک برنامه تلویزیونی مرتبط با سلامت (برنامه سلامت باشید شبکه سه) که همگی به‌صورت کشوری توزیع یا پخش می‌شوند، جهت بررسی انتخاب شدند. در مجموع ۸۵۳ شماره روزنامه و برنامه تلویزیونی مورد بررسی قرار گرفت که از بین آن‌ها تعداد ۱۰۲ مطلب مرتبط با سلامت دهان و دندان در ۸۴ شماره و برنامه به‌دست آمد. با وجود بررسی منابع الکترونیکی مختلف،

به‌منظور بررسی میزان توافق بین مجریان طرح (Inter-examiner agreement)، تعداد هشت مقاله و برنامه به صورت تصادفی انتخاب شدند و به‌صورت جداگانه به‌وسیله سه نفر از مجریان طرح با روش تحلیل محتوا بررسی گردیده، در چک لیست نمره‌دهی شدند. میزان توافق بین مجریان طرح اندازه‌گیری شد و ضریب توافق برای تمام سؤالات بین ۰/۸ تا ۱ به‌دست آمد که نشان دهنده میزان بالای توافق است.

به‌منظور بررسی Intra-examiner agreement، چک لیست برای ۱۰ مقاله به‌وسیله مجریان اصلی طرح در فاصله زمانی دو هفته بررسی و ضریب توافق برای همه سؤالات عددی بین ۰/۸ تا یک به‌دست آمد. به‌منظور ارزشیابی کیفی، مطالب پیشگیری موجود در این چهار رسانه در بازه زمانی یک سال (۹۱-۹۰)، توسط دو نفر از مجریان طرح بررسی و نمره‌دهی گردید. مواردی که دو مجری با هم توافق نظر نداشتند به بحث گذاشته شد و نمره نهایی با توافق دو مجری در نظر گرفته شد و در صورت عدم توافق، از نظر مجری سوم طرح استفاده شد.

یافته‌ها

به منظور بررسی میزان اطلاع‌رسانی درباره موضوعات مرتبط با سلامت دهان و دندان در رسانه‌های عمومی در کشور ایران در سال ۱۳۹۱-۱۳۹۰ تعداد دو روزنامه (کیهان و جام جام)، یک هفته‌نامه (سلامت) و یک برنامه تلویزیونی (سلامت باشید) که در بازه زمانی یک سال منتشر یا پخش شده بودند مورد ارزیابی قرار گرفتند. در مجموع ۸۵۳ شماره روزنامه و برنامه تلویزیونی مورد بررسی قرار گرفت که از بین آن‌ها تعداد ۱۰۲ مطلب مرتبط با سلامت دهان و دندان در ۸۴ شماره و برنامه به‌دست آمد. از این تعداد بیش‌ترین مربوط به روزنامه جام جم (۴۱ مطلب) و کم‌ترین مربوط به برنامه سلامت باشید (۷ برنامه) بود. بیش‌ترین گروه هدف مورد توجه در این مطالب گروه عام (۶۶ درصد) و کم‌ترین آن‌ها گروه‌های جوانان و نوجوانان (صفر درصد) بودند. منظور از گروه عام این است که مطلب ارایه شده اختصاص به گروه خاصی ندارد و برای همه افراد قابل استفاده است. از تعداد ۱۰۲ مطلب منتشر یا پخش شده در طول یک سال ۳۸ مطلب (۳۷ درصد) دارای موضوعات پیشگیری بودند (جدول ۱). از میان کل عناوین به عنوان‌های مراقبت از دندان‌های شیری (۱۹ درصد)،

لیستی که در یک مطالعه در سال ۲۰۱۱ در استرالیا به‌منظور بررسی میزان پوشش‌دهی و چگونگی ارایه خبرها در زمینه مصرف نوشیدنی‌های شیرین طراحی شده بود، با تغییراتی به‌منظور متناسب نمودن آن با موضوع پژوهش طراحی گردید [۱۰]. میزان توافق بین فردی و بین گروهی ۱۰۰ درصد به‌دست آمد.

به‌منظور بررسی کیفیت اطلاعات، مطالب ارایه شده مرتبط با مباحث پیشگیری در این مطالعه سطح اول پیشگیری و همچنین مراقبت‌هایی که در خانه و بدون حضور دندان‌پزشک قابل انجام می‌باشند در نظر گرفته شد. بر اساس این تعریف مطالب با عنوان‌های: ۱. مسواک زدن و نخ دندان، ۲. فلوراید، ۳. فیشور سیلانت، ۴. مراقبت از دندان‌های شیری، ۵. تغذیه، ۶. اهمیت مراجعات دندان‌پزشکی به‌عنوان مطالب پیشگیری در نظر گرفته شدند. مطالب مربوط به پیشگیری در سؤال ۵ از چک لیست اول مشخص شدند و به‌طور جداگانه از لحاظ کیفی با استفاده از چک لیستی (پیوست ۲) که بر اساس یک چک لیست استاندارد که در دانشگاه Mc Master کانادا به‌عنوان یک شاخص برای بررسی خبرهای مرتبط با سلامت طراحی شده بود [۱۷] و همچنین مقاله دیگری که در این زمینه وجود داشت [۱۰] و با در نظر گرفتن هدف پژوهش تهیه شده است، مورد بررسی قرار گرفتند. پس از تنظیم و بازبینی مکرر چک لیست‌ها توسط سه مجری طرح، به‌منظور بررسی روایی محتوایی و صوری هر دو چک لیست، چک لیست‌ها توسط پنج نفر از متخصصان دندان‌پزشکی جامعه‌نگر بررسی شده و پیشنهادات ارایه شده اعمال گردید. (پیوست ۱ و ۲)

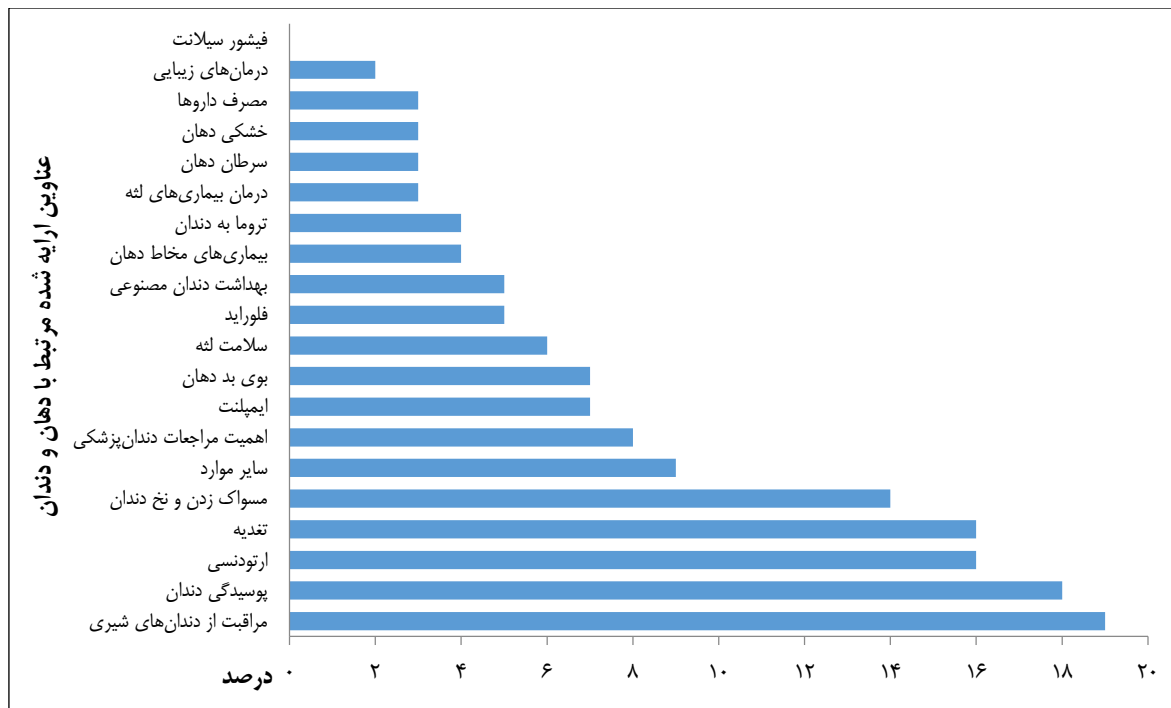
کیفیت هر یک از مطالب پیشگیری با در نظر گرفتن ۷ آیتم، مورد بررسی قرار گرفت که این آیتم‌ها عبارتند از: ۱. کاربردی و قابل فهم بودن، ۲. روان بودن مطلب برای خواننده، ۳. هماهنگی عنوان و متن، ۴. توافق و ثبات، ۵. تبیین اهمیت موضوع، ۶. اعتبار، ۷. سؤال کلی (overall).

شیوه نمره‌دهی در شش آیتم اول به این صورت بود که در هر آیتم نمره ۲ به پاسخ بلی، نمره ۱ به پاسخ تقریباً، و نمره صفر به پاسخ خیر تعلق گرفت. در آیتم ۷ بین نمرات صفر، یک و دو از دیدگاه کلی یک نمره به هر مطلب اختصاص داده شد. سپس نمرات هفت سؤال برای هر مطلب با هم جمع شده، میانگین گرفته شد.

پوسیدگی دندان (۱۸ درصد)، ارتودنسی و تغذیه (هر کدام ۱۶ درصد) بیش‌تر پرداخته شده بود (نمودار ۱).

جدول ۱. خصوصیات عمومی مطالب مرتبط با سلامت دهان و دندان در منابع مورد مطالعه

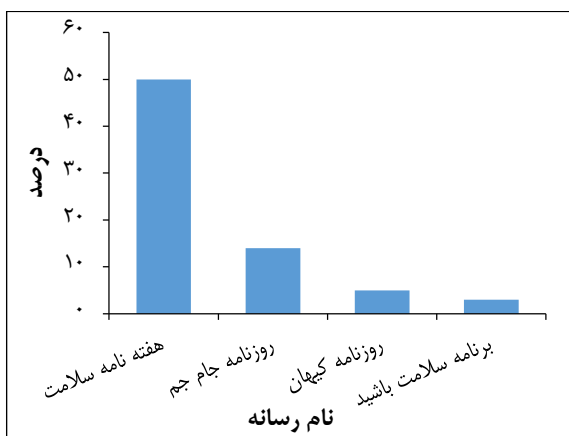
درصد	تعداد	مشخصات مقاله
		نام رسانه
۴۱	۴۱	روزنامه جام جم (۲۹۰ شماره)
۳۵	۳۶	هفته نامه سلامت (۳۶ شماره)
۱۸	۱۸	روزنامه کیهان (۲۹۰ شماره)
۷	۷	برنامه سلامت باشید (۲۳۷ برنامه)
		گروه هدف مورد توجه
۲۵/۵	۲۶	کودکان
۰	۰	نوجوانان
۰	۰	جوانان
۷	۶	سالمنان
۱	۱	زنان باردار و شیرده
۱	۱	بیماریهای خاص
۶۶	۶۷	عام
۱	۱	دندانپزشکان
		آیا موضوع مقاله پیشگیری است؟
۳۷	۳۸	بلی
۶۳	۶۴	خیر
		آیا مقاله منبع علمی دارد؟
۷	۷	بلی
۹۳	۹۵	خیر



نمودار ۱. درصد فراوانی عناوین آرایه شده مرتبط با سلامت دهان و دندان در کل رسانه‌ها در یک سال

برنامه «سلامت باشید» در روزهای غیر تعطیل از شنبه تا چهارشنبه در ساعت ۱۰ صبح از شبکه سه سیما پخش می‌شود. محتوای کلی تمام برنامه‌ها در رابطه با سلامت است. دسترسی به آرشیو برنامه از طریق سایت مربوط به این برنامه صورت پذیرفت. تعداد ۲۳۷ برنامه تلویزیونی در بازه زمانی یک سال به‌دست آمد که تعداد برنامه‌های با موضوع سلامت دهان و دندان و در حیطه دندان‌پزشکی ۷ برنامه (۳ درصد از کل برنامه‌های پخش شده در یک سال) بود. بیش‌ترین تعداد مطالب پرداخته به موضوعات دهان و دندان در این برنامه مربوط به گروه هدف عام (۴ برنامه) و سپس کودکان (۳ برنامه) بود. بیش‌ترین مطالب عنوان شده در این برنامه‌ها مربوط به پوسیدگی دندان (۵ مورد) و پس از آن مسواک زدن و نخ دندان و اهمیت مراجعات دندان‌پزشکی (هر کدام با ۴ مورد) بود. تعداد ۴ مطلب (۵۷ درصد از کل برنامه‌های مرتبط با دهان و دندان) مربوط به موضوعات پیشگیری بود. (نمودار ۲)

به‌منظور بررسی کیفیت مطالب در نهایت تعداد ۳۸ مطلب که با توجه به معیارهای ورودی دارای محتوای پیشگیری بودند جهت بررسی کیفیت مطالب انتخاب شدند و فاکتورهای کیفیت برای آن‌ها نمره دهی شد. میانگین و انحراف معیار مربوط به هر آیتم در کل مقالات و همچنین به تفکیک در مقالات مربوط به هر رسانه در جدول ۲ نشان داده شده است. مقایسه فراوانی مقالات مربوط به دهان و دندان نسبت به کل برنامه‌ها یا شماره‌های هر رسانه در مدت مورد نظر بر حسب درصد در نمودار ۲ نشان داده شده است.



نمودار ۲. نمودار مقایسه فراوانی مقالات مربوط به دهان و دندان نسبت به کل برنامه‌ها یا شماره‌های هر رسانه در مدت مورد نظر بر حسب درصد

تعداد ۲۹۰ شماره از روزنامه جام جم از طریق سایت مربوط به روزنامه در بازه زمانی یک سال به‌دست آمد. تعداد مطالب منتشر شده مرتبط با سلامت دهان و دندان ۴۱ عدد (۱۴ درصد از کل شماره‌های منتشر شده در یک سال) بود. بیش‌ترین تعداد مطالب مربوط به گروه هدف عام (۲۴ مطلب) و پس از آن گروه کودکان (۱۴ مطلب) بود. بیش‌ترین مطالب مربوط به موضوع مراقبت از دندان‌های شیری (۲۹ درصد) و پس از آن تغذیه، پوسیدگی دندان و ارتودنسی (هر کدام با ۱۹/۵ درصد) می‌شد. تعداد ۲۱ مطلب (۵۱ درصد از کل مطالب مرتبط با دهان و دندان) مربوط به موضوعات پیشگیری بود.

شماره ۲۹۰ از روزنامه کیهان از طریق سایت مربوط به روزنامه در بازه زمانی یک سال به‌دست آمد که تعداد مطالب منتشر شده مرتبط با سلامت دهان و دندان در این روزنامه ۱۸ عدد (۵ درصد از کل شماره‌های منتشر شده در یک سال) بود. بیش‌ترین تعداد مطالب مربوط به گروه هدف عام (۱۴ مطلب) بود. بیش‌ترین مطالب مربوط به تغذیه و بوی بد دهان (هر کدام با ۱۷ درصد) می‌شد. تعداد ۹ مطلب (۵۰ درصد از کل مطالب مرتبط با دهان و دندان) مربوط به موضوعات پیشگیری بود.

هفته نامه سلامت پرتیراژترین هفته نامه سلامت با مخاطب عام در کشور ایران است. این هفته نامه مطالب مربوط به سلامت دهان و دندان خود را در بخشی مجزا با عنوان دهان و دندان به چاپ می‌رساند. دسترسی به آرشیو هفته نامه به‌دلیل مشکلات سایتی از طریق سایت هفته نامه امکان پذیر نشد و در یکی از کتابخانه‌های سطح شهر آرشیو چاپی نه ماهه‌ای از هفته نامه به‌دست آمد. تعداد ۳۶ هفته نامه در بازه زمانی نه ماه به‌دست آمد که ۱۸ شماره (۵۰ درصد از کل شماره‌های منتشر شده در بازه زمانی نه ماه) از این هفته نامه‌ها دارای بخش دهان و دندان بودند و از این ۱۸ شماره تعداد ۳۶ مطلب به‌دست آمد. بیش‌ترین تعداد مطالب مربوط به گروه هدف عام (۲۵ مطلب) بود. بیش‌ترین مطالب مربوط به گزینه سایر موارد (۱۹ درصد) و پس از آن ارتودنسی (۱۴ درصد) می‌شد. این هفته نامه تنها رسانه‌های بود که به موضوع بیماری‌های مخاط دهان پرداخته بود. تعداد ۴ مطلب (۲۲ درصد از کل مطالب مرتبط با دهان و دندان) مربوط به موضوعات پیشگیری بود.

جدول ۲. نتایج آنالیز کیفی مقالات مرتبط با پیشگیری از سلامت دهان و دندان

سلامت n = ۴	سلامت باثبید n = ۴	کیهان n = ۹	جام جم n = ۲۱	کل مقالات n = ۳۸	بررسی کیفیت مقالات پیشگیری
					کاربردی و قابل فهم بودن
۱/۵	۰/۲	۱/۸	۱/۹	۱/۹	میانگین
۰/۶	۰/۰	۰/۴۵	۰/۳	۰/۴	انحراف معیار
					روان بودن
۱/۷۵	۱/۷۵	۲/۰	۲/۰	۱/۹۵	میانگین
۰/۵	۰/۵	۰/۰	۰/۰	۰/۲	انحراف معیار
					هماهنگی عنوان و متن
۲/۰	۲/۰	۱/۸	۱/۹	۱/۹	میانگین
۰/۰	۰/۰	۰/۴۵	۰/۴	۰/۳	انحراف معیار
					توافق و ثبات
۱/۷۵	۱/۷۵	۱/۹	۲/۰	۱/۹	میانگین
۰/۵	۰/۵	۰/۳	۰/۰	۰/۳	انحراف معیار
					تبیین اهمیت موضوع
۱/۰	۲/۰	۱/۶	۱/۷	۱/۶	میانگین
۰/۰	۰/۰	۰/۵	۰/۵	۰/۵	انحراف معیار
					مطابق بودن با آموخته‌های دانشگاهی
۱/۵	۲/۰	۱/۷	۱/۹۵	۱/۸	میانگین
۰/۶	۰/۰	۰/۵	۰/۲	۰/۴	انحراف معیار
					کیفیت کلی
۱/۲۵	۲/۰	۱/۴	۱/۵	۱/۵	میانگین
۰/۵	۰/۰	۰/۵	۰/۷۵	۰/۶۵	انحراف معیار
					مجموع نمره
۱۰/۷۵	۱۳/۵	۱۲	۱۳	۱۲/۵	میانگین
۱/۵	۱/۰	۱/۵	۱/۵	۱/۵	انحراف معیار

بحث

ارایه اطلاعات صحیح و به روز برای آموزش مؤثر بهداشت و ارتقا سلامت ضروری است. اگرچه ارایه اطلاعات به منظور افزایش آگاهی افراد جامعه به تنهایی ممکن است برای تغییر رفتار و عملکرد کافی نباشد، اما بدون وجود اطلاعات دقیق و مبتنی بر شواهد، افراد نمی‌توانند انتخاب و تصمیم‌گیری درستی داشته باشند. نتایج به‌دست آمده از این مطالعه نشان داد که از مجموع ۸۵۳ برنامه‌ی پخش شده یا شماره‌ی چاپ شده در طول یک سال تنها در ۱۰ درصد آن‌ها (۸۴ برنامه و شماره) مطالب مرتبط با سلامت دهان و دندان یافت شد که از این تعداد تنها ۳۷ مطلب (۴ درصد) به مطالب پیشگیری پرداخته بودند. این در حالی است که تنها روزنامه‌ها در ژاپن در هر سال بین ۴۰ تا ۶۰ مطلب در زمینه پیشگیری از پوسیدگی منتشر

می‌نمایند [۱۵]. با توجه به اینکه رسانه‌های بررسی شده خصوصاً روزنامه‌ها از نمونه‌های متداول بین مردم می‌باشند، می‌توان گفت اطلاعات سلامت دهان و دندان از طریق رسانه‌ها در حال حاضر به میزان کافی در اختیار افراد جامعه قرار نمی‌گیرد و فضای کمی در رسانه‌های کشور به سلامت دهان و دندان و به طور اختصاصی به آموزش و پیشگیری از بیماری‌های دهان و دندان اختصاص داده شده است.

بیش‌ترین گروه هدف مورد توجه در این مطالعه گروه عام با ۶۶ درصد فراوانی و پس از آن گروه کودکان با ۲۵ درصد فراوانی بودند. در مطالعه‌ای که توسط Abe و همکاران [۱۵] انجام شده است نیز بیش‌ترین گروه هدف مورد توجه گروه عام با ۸۱ درصد فراوانی و پس از آن گروه کودکان با ۱۲ درصد فراوانی بوده‌اند.

تحت پوشش قرار نگرفته است و با پرداختن به مطالب دیگری مانند ارتودنسی که نقش بیش‌تری در زیبایی ظاهری دارند و یا مواردی که کم‌تر در رسانه‌های دیگر به آن‌ها پرداخته می‌شود سعی در جذب خواننده نموده است.

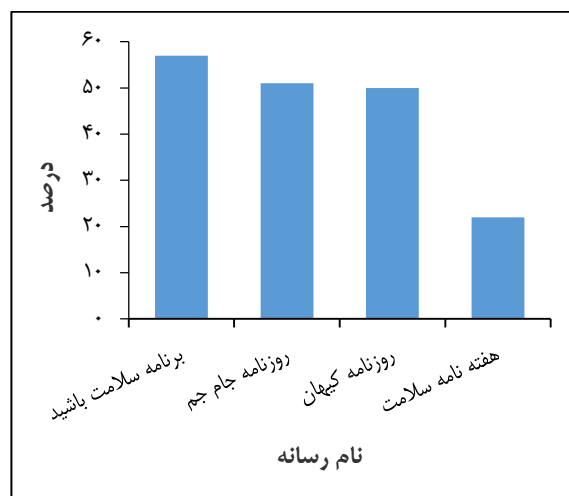
روزنامه‌های جام جام و کیهان به‌عنوان دو نمونه از روزنامه‌هایی که خوانندگان زیادی دارند می‌توانند تصویری از کل روزنامه‌ها در اختیار ما قرار دهند. بر خلاف برنامه‌ها و مجلاتی که به‌طور کامل به موضوعات سلامت می‌پردازند و خوانندگان آن‌ها ممکن است گروه خاصی از افراد جامعه باشند، روزنامه‌ها چون موضوعات متعددی مانند سیاست، ورزش، فرهنگ و... را تحت پوشش قرار می‌دهند، این انتظار وجود دارد که خوانندگان آن‌ها گروه وسیع‌تری از افراد جامعه را شامل شوند. بنابراین می‌توانند منابع مؤثرتری در زمینه اطلاع‌رسانی به افراد جامعه در موضوعات سلامت باشند. لذا پوشش دهی مناسب آن‌ها از اطلاعات مورد نیاز افراد جامعه در پیشگیری از بیماری‌های دهان و دندان می‌تواند گام مؤثری در ارتقا آگاهی قشر وسیعی از افراد جامعه باشد.

روزنامه جام جم پرتیراژترین روزنامه ایران است. بر اساس نتایج مطالعه‌ی حاضر ۱۴ درصد شماره‌های روزنامه جام جم در طول یک سال مطالب مرتبط با دهان و دندان را منتشر نموده‌اند. با وجودی که این روزنامه بعد از هفته نامه سلامت بیش‌ترین درصد پرداختن به مطالب مرتبط با دهان و دندان را در بین رسانه‌های بررسی شده به خود اختصاص داد، ولی با در نظر گرفتن حجم اطلاعات منتشر شده در این روزنامه، تیراژ بالا و تعداد مخاطبین بالا انتظار می‌رود بتواند با افزایش حجم اطلاعات مرتبط با سلامت دهان و دندان نقش مؤثری در ارتقا آگاهی افراد جامعه ایفا نماید.

در روزنامه کیهان از تعداد ۲۹۰ روزنامه منتشر شده در یک سال، تنها ۵ درصد دارای مطالب مرتبط با سلامت دهان و دندان بودند که این میزان اصلاً کافی نیست و انتظار می‌رود در آینده بیش‌تر به موضوعات مرتبط با سلامت دهان و دندان پرداخته شود.

در مطالعه مشابهی در ژاپن توسط Abe و همکاران [۱۵]، میزان اطلاع‌رسانی و کیفیت مطالب چاپ شده در روزنامه‌ها که درباره پیشگیری از پوسیدگی دندان در طول ۱۰ سال ۱۹۹۳ تا

نتایج نشان داد که برنامه «سلامت باشید» با وجود این که به صورت اختصاصی مطالب مرتبط با سلامت را ارائه می‌نماید و از تلویزیون که یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین رسانه‌های عمومی است پخش می‌شود، ولی کم‌ترین میزان پوشش دهی مطالب مرتبط با سلامت دهان و دندان را به خود اختصاص داده بود. ولی نکته قابل توجه این بود که مطالب این برنامه بالاترین نمره کیفیت را در کل و به‌طور اختصاصی در آیتیم کاربردی و قابل فهم بودن مطلب به‌دست آورده بود. ماهیت این برنامه به صورت پرسش و پاسخ می‌باشد که این موضوع نشان می‌دهد که این برنامه توانسته است به میزان مناسبی مطالب مورد نیاز مردم را به صورت ساده و قابل فهم توسط کارشناسان متخصص، در اختیار افراد جامعه قرار دهد. بنابراین در صورت عدم وجود آگاهی از نیاز آموزشی در مورد موضوعات سلامت، استفاده از برنامه‌های پرسش و پاسخ تلویزیونی می‌تواند روش مناسبی در جهت شناخت و پاسخ دهی سریع به این نیاز باشد. (نمودار ۳)



نمودار ۳. نمودار مقایسه فراوانی مقالات پیشگیری نسبت به کل مطالب دهان و دندان در هر رسانه بر حسب درصد

هفته نامه سلامت پرتیراژترین هفته نامه‌ی ایران می‌باشد. این هفته نامه که مطالب سلامت دهان و دندان در حدود ۵۰ درصد شماره‌های آن یافت شده بود، کم‌ترین سهم را در پرداختن به مطالب پیشگیری نشان داد (۱۱ درصد) و از نظر کیفیت هم پایین‌ترین نمره را به‌دست آورد. به‌نظر می‌رسد موضوعات مهم و مورد نیاز افراد جامعه به خوبی در این رسانه

بیش‌تر از طریق برنامه‌های تبلیغاتی به‌جای برنامه‌های اختصاصی مربوطه به آموزش سلامت دریافت می‌کنند. از نظر کمی، تعداد مقالات به‌دست آمده با موضوع پیشگیری در مطالعه حاضر یک سوم از کل مقالات مرتبط با دهان و دندان بود. در مطالعه انجام شده توسط Abe و همکاران [۱۵] هم یک سوم از کل مقالات مرتبط با دهان و دندان با موضوع پیشگیری از پوسیدگی دندان بودند.

در بررسی کیفیت مقالات در رسانه‌ها، برنامه تلویزیونی سلامت باشید بهترین نمره کیفیت را به‌دست آورد و پس از آن روزنامه جام جم در رتبه دوم قرار گرفت. مقالات در دو آیتام روان بودن و توافق و ثبات بهترین نمرات را کسب کردند. در اکثر مقالات منبع علمی ارایه نشده بود و بهتر بود برای اطلاعات بیشتر و همچنین جلب اعتماد مخاطب، نویسندگان مقالات به ارایه منبع علمی می‌پرداختند. تعداد زیادی از مقالات توسط متخصصان دندان‌پزشکی نوشته شده بود و گاهی دیده می‌شد که از متخصص یک رشته در مورد موضوعاتی که زیر مجموعه سایر رشته‌ها بود مقالاتی ارایه شده بود که این از نقاط ضعف مقالات در رسانه‌ها در ایران محسوب می‌شود. تعدادی از مقالات نیز نه نویسنده مشخص داشتند و نه منبع علمی ارایه داده بودند. در مطالعه انجام شده در کشور ژاپن ۲۰ درصد مطالب توسط متخصصان دندان‌پزشکی ارایه شده بود. تعدادی از مقالات نیز نه نویسنده مشخص داشتند و نه منبع علمی ارایه داده بودند [۱۵].

Bakdash و همکاران [۱۲] تأثیر برنامه‌های تلویزیون بر درک رابطه بین بیماری‌های پرپودنشیوم (بافت‌های اطراف دندان) و از دست دادن دندان را بررسی کرده‌اند که نشان می‌دهد ۴۳ درصد از افرادی که این برنامه‌ها را مشاهده نکرده‌اند بیماری پرپودنشیوم را به‌عنوان دلیل اصلی از دست دادن دندان نمی‌دانند، اما ۶۳ درصد از افرادی که این برنامه‌ها را دیده‌اند، ارتباط این دو موضوع را به خوبی درک کرده‌اند. علاوه بر این تنها سه درصد از گروه اول تمایل به مراجعه به دندان‌پزشک داشته‌اند و تمایل به مراجعه به دندان‌پزشک در ۳۹ درصد از افراد گروه دوم دیده شده است.

مطالعه مشابه انجام شده توسط Rise و Sogaard [۱۴] در نروژ نشان داد که افرادی که پیام‌های تلویزیونی را دریافت

۲۰۰۲ بررسی شده بود. وجود یک منبع الکترونیکی کامل و قوی که آرشیوی از کلیه مقالات چاپ شده در ۵ روزنامه مهم ژاپن در آن وجود داشت، امکان انجام این مطالعه در یک بازه زمانی ۱۰ ساله را فراهم آورد. بر اساس نتایج این مطالعه تعداد مقالاتی که در آن سه شیوه‌ی جلوگیری اصلی از پوسیدگی دندان (استفاده از فلوراید، کاهش میزان و تعداد دفعات مصرف قند و کنترل منظم پلاک دندان) به صورت هم‌زمان مورد بررسی قرار گرفته باشد کم بود. در مطبوعات و روزنامه‌های ژاپن کنترل رژیم غذایی و پلاک دندان به‌عنوان شیوه‌های دارای اولویت نسبت به استفاده از فلوراید در پیشگیری از پوسیدگی‌های دندان در نظر گرفته شده است که چنین تأکیدی می‌تواند تا حدی به ادامه‌ی سطح پایین استفاده از فلوراید در ژاپن کمک کند.

نتایج مطالعه حاضر نشان داد که بیش‌ترین موضوعی که در کل رسانه‌ها به آن پرداخته شده بود موضوع مراقبت از دندان‌های شیری بود. از میان روش‌های پیشگیری از پوسیدگی دندان به تغذیه صحیح بیش‌تر از سایر روش‌ها (مثل مسواک زدن، نخ دندان و فلوراید و...) پرداخته شده بود. به جز موضوع فیشور سیلانت که با وجود اهمیت آن در پیشگیری از پوسیدگی دندان در هیچ مقاله‌ای یافت نشد، به سایر موضوعات جدید (مانند ایمپلنت، تروما به دندان،...) پرداخته شده بود. به موضوع ارتودنسی در تمامی رسانه‌ها با درصد بالایی پرداخته شده بود. همه روش‌های پیشگیری از پوسیدگی دندان در یک مقاله در کنار هم آورده نشده بود که با در نظر گرفتن تعداد کلمات محدود مقالات، ذکر همه‌ی شیوه‌های پیشگیری از پوسیدگی‌های دندان به‌صورت مفصل در یک مقاله مشکل است، اما پیام‌های بهداشتی مهم باید به‌طور مکرر و مداوم به اطلاع عموم برسد [۱۵].

مطالعه‌ی دیگری که توسط Nogueroles و همکاران [۱۸] به بررسی اطلاعات سلامت دهان و دندان در روزنامه‌های اسپانیایی پرداخته بود نشان داد که در زمان انجام مطالعه، اطلاعات در مورد سلامت و بهداشت دهان و دندان در رسانه‌های گروهی اسپانیا تقریباً وجود ندارد، یکی از نکات مهم نشان داده شده در این مطالعه این بود که مردم اسپانیا پیام‌های آموزشی مهم در مورد بهداشت و سلامت دهان را

بیش‌تری از سایر رسانه‌ها و مطالب موجود در اینترنت در بازه زمانی طولانی‌تری مورد بررسی قرار گیرند. هم‌چنین بررسی تأثیر رسانه‌ها بر تغییر رفتار افراد جامعه در ایران نیز می‌تواند نشان دهنده چگونگی کیفیت این مطالب باشد.

نتیجه‌گیری

از مجموع بررسی‌های انجام شده در این مطالعه به نظر می‌رسد که اگرچه مطالب منتشر شده در مطبوعات از کیفیت نسبتاً مناسبی برخوردار بودند، ولی میزان اطلاع‌رسانی درباره موضوعات مرتبط با سلامت دهان و دندان در رسانه‌های ایران در کل کافی نیست و با توجه به اهمیت ارتقا سلامت دهان و دندان باید تلاش و اقدامات بیش‌تری برای افزایش کمی و کیفی سطح اطلاعات مرتبط با سلامت ارایه شده توسط رسانه‌های گروهی صورت گیرد. لازم است که روزنامه‌ها و مطبوعات اطلاعات صحیح و دقیق همراه با شواهد علمی را به زبان ساده ارایه کنند، به‌گونه‌ای که عموم مردم بتوانند بر مبنای آن قضاوت کنند که چه رفتارها و عادات بهداشتی به ارتقا سلامت دهان و دندان کمک می‌کند.

کرده‌اند نسبت به افرادی که این پیام‌ها را ندیده‌اند می‌تواند ۲۱-۱۳ درصد بیش‌تر شیوه پیشگیری را تشخیص دهند. در این بررسی بر نیاز به افزایش استفاده از آموزش‌های ارایه شده از طریق رسانه‌های گروهی به‌عنوان استراتژی عملی مهم در بهداشت عمومی به‌منظور افزایش ارتقا سطح بهداشت و پیشگیری از بیماری‌ها توجه ویژه شده است.

از طرف دیگر تأثیرات غیر مستقیم رسانه‌های گروهی (ارایه اطلاعات) نیز به‌عنوان بخشی از روند ارتقا سلامت و بهداشت دهان و دندان باید در نظر گرفته شود. به کارگیری روش‌های مناسب جهت ارزیابی برنامه‌های ارتقا سلامت می‌تواند نقش مؤثری در جهت‌گیری‌ها و خط‌مشی‌های آینده در زمینه‌ی ارتقا بهداشت دهان و دندان جامعه ایفا نماید [۱۹].

محدودیت‌های مطالعه از جمله عدم وجود آرشیوهای مناسب و عدم دسترسی به آرشیو بسیاری از رسانه‌ها، مشکلات بسیاری برای این انجام این مطالعه به وجود آورد. سازمان‌های مربوطه نیز یا آرشیو کاملی از برنامه یا مجلات خود نداشتند و یا این که از همکاری در این زمینه خودداری می‌کردند.

به منظور آگاهی بهتر از میزان اطلاع‌رسانی رسانه‌ها از موضوعات سلامت دهان و دندان پیشنهاد می‌شود منابع

References

1. Radford T. Influence and power of the media. *Lancet* 1996; 347(9014): 1533-5.
2. Nelkin D. An uneasy relationship: the tensions between medicine and the media. *Lancet* 1996; 347(9015): 1600-3.
3. Seale C. Media and health. London: Sage; 2002. Available from: books.google.com/books?isbn=0761947302.
4. Sheiham A, Watt R. Oral health promotion and policy. In: Murray JJ, Nunn JH, Steele JG, Editors. *The prevention of oral disease*. 4th ed. New York: Oxford University Press; 2003. P. 241-257.
5. WHO. The Ottawa charter for health promotion. [Online]. 1986. Available from: www.who.int/healthpromotion/conferences/previous/ottawa/en/
6. Eijkman M. Dentist and scientific dental information in mass media. *Ned Tijdschr Tandheelkd* 1990; 97(2): 70-2.
7. Shinada K, Ariake M, Abe S, Kawaguchi Y. Health information on nutrition in newspaper articles. *Kokubyo Gakkai Zasshi* 2002; 69(3): 202-6.
8. Tahmassebi JF, Duggal MS, Malik-Kotru G, Curzon ME. Soft drinks and dental health: a review of the current literature. *J Dent* 2006; 34(1): 2-11.
9. Carducci A, Alfani S, Sassi M, Cinini A, Calamusa A. Mass media health information: quantitative and qualitative analysis of daily press coverage and its relation with public perceptions. *Patient Educ Couns* 2011; 82(3): 475-8.
10. Bonfiglioli C, Hattersley L, King L. Australian print news media coverage of sweet, non-alcoholic drinks sends mixed health messages. *Aust N Z J Public Health* 2011; 35(4): 325-30.
11. Carducci A, Alfani S, Sassi M, Cinini A, Calamusa A. Mass media health information: quantitative and qualitative analysis of daily press coverage and its relation with public perceptions. *Patient Educ Couns* 2011; 82(3): 475-8.
12. Bakdash MB, Lange AL, McMillan DG. The effect of a televised periodontal campaign on public periodontal awareness. *J Periodontol* 1983; 54(11): 666-70.
13. Llaguno-Aguilar SE, Dorantes-Alonso Adel C, Thrasher JF, Villalobos V, Besley JC. Analysis of coverage of the tobacco issue in Mexican print media. *Salud Publica Mex* 2008; 50 Suppl 3: S348-54.
14. Rise J, Sögaard AJ. Effect of a mass media periodontal campaign upon preventive knowledge and behavior in Norway. *Community Dent Oral Epidemiol* 1988; 16(1): 1-4.

15. Abe S, Furukawa S, Shinada K, Kawaguchi Y. Coverage by Japanese newspapers of oral health messages on the prevention of dental caries. *J Med Dent Sci* 2005; 52(1): 17-25.
16. Lin HC, Wong MC, Wang ZJ, Lo EC. Oral health knowledge, attitudes, and practices of Chinese adults. *J Dent Res* 2001; 80(5): 1466-70.
17. Oxman AD, Guyatt GH, Cook DJ, Jaeschke R, Heddle N, Keller J. An index of scientific quality for health reports in the lay press. *J Clin Epidemiol* 1993; 46(9): 987-1001.
18. Noguero B, Follana M, Sicilia A, Sanz M. Analysis of oral health information in the Spanish mass media. *Community Dent Oral Epidemiol* 1992; 20(1): 15-9.
19. Watt R, Fuller S, Harnett R, Treasure E, Stillman-Lowe C. Oral health promotion evaluation--time for development. *Community Dent Oral Epidemiol* 2001; 29(3): 161-6.

Evaluation of the mass media coverage of oral health-related issues in Iran in 2011-2012

Shima Soheilipour, Zahra Saied-Moallemi*, Maryam Sadat Ahmadi

Abstract

Introduction: *Mass media are an important source to convey health information to the general population. The aim of this study was to assess the oral health information coverage in Iranian mass and health-related media, with general population audience, in 2011-2012.*

Materials and Methods: *In this cross-sectional study, a health-related TV program, one health-related and two general newspapers nationally published or broadcast in 2011-2012 were analyzed. The data on programs and articles containing information on various oral health topics were collected. A 7-item checklist was developed to analyze the quality of information concerning oral diseases and prevention separately (scores ranged from 0 to 14). Descriptive statistics were applied for data analysis.*

Results: *Of 853 resources evaluated, 102 articles and programs comprising oral health topics were found. Dental caries and preventive methods for primary dentition were the most common topics described in 37% of articles, followed by orthodontic treatments and nutrition (16% each) and oral hygiene topics on the use of toothbrushes and dental floss (14%). The coverage of other topics was less than 10% for each area. The mean quality score of 38 preventive articles was 12.5.*

Conclusion: *Oral health topics were shown to have inadequate coverage in Iranian mass media, with no coverage of all the topics needed. It is expected that mass media show a more effective role in oral health promotion campaigns through more coverage of oral health information.*

Key words: *Health education, Mass media, Newspapers, Oral health, Preventive dentistry*

Received: 31 Oct, 2013 **Accepted:** 11 Mar, 2014

Address: Assistant Professor, Torabinejad Dental Research Center, Department of Community Dentistry, School of Dentistry, Isfahan University of Medical Sciences, Isfahan, Iran

Email: smoallemi@mui.ac.ir

Citation: Soheilipour Sh, Saied-Moallemi Z, Ahmadi MS. **Evaluation of the mass media coverage of oral health-related issues in Iran in 2011-2012.** J Isfahan Dent Sch 2014; 10(3): 262-75.

پیوست ۱. چک لیست بررسی کمیت	
۱. کد مقاله یا برنامه	
۲. نام رسانه	
۳. تاریخ انتشار یا پخش	
۴. گروه هدف مورد توجه (۱. کودکان، ۲. نوجوانان، ۳. جوانان، ۴. سالمندان، ۵. زنان باردار و شیرده، ۶. گروه بیماری‌های خاص، ۷. گروه عام)	
۵. عناوین ارائه شده مرتبط با سلامت دهان و دندان در این مقاله (برنامه):	
(a) مسواک زدن و نخ دندان	(k) ارتودنسی
(b) فلوراید	(l) سرطان دهان
(c) مراقبت از دندان‌های شیری	(m) بهداشت دندان مصنوعی
(d) فیشورسیلانت	(n) ایمپلنت
(e) پوسیدگی دندان	(o) بیماری‌های مخاط دهان
(f) تغذیه	(p) خشکی دهان
(g) سلامت لثه	(q) مصرف داروها
(h) اهمیت مراجعات دندان پزشکی	(r) بوی بد دهان
(i) درمان‌های زیبایی	(s) آسیب‌های دندانی
(j) درمان بیماری‌های لثه	(t) سایر موارد
۶. آیا این مقاله به موضوع پیشگیری از بیماری‌های دهان و دندان پرداخته است؟ بله <input type="checkbox"/> خیر <input type="checkbox"/>	
۷. آیا در این مقاله منبع علمی به منظور تأیید مطالب و یا مطالعه بیشتر تر خوانندگان داده شده است؟ بله <input type="checkbox"/> خیر <input type="checkbox"/>	

پیوست ۲. چک لیست بررسی کیفیت مطالب پیشگیری

۱. کاربردی و قابل فهم بودن

(آیا اطلاعات موجود در این گزارش کاربرد دارد و قابل فهم است؟ در صورت نیاز به تصویر برای فهم مطلب، مصور باشد)

خیر	تقریباً	بلی
مبهم	در برخی قسمت‌ها ناواضح	حداقل ابهام
۰	۱	۲

۲. روان بودن مطلب برای خواننده

(آیا مطلب حاوی لغات تخصصی است؟)

خیر	تقریباً	بلی
حاوی بیش از ۳ لغت تخصصی و غیر قابل فهم برای خواننده	حاوی ۱ تا ۳ لغت تخصصی و غیر قابل فهم برای خواننده	بدون لغات تخصصی و غیر قابل فهم
۰	۱	۲

۳. هماهنگی عنوان و متن

خیر	تقریباً	بلی
هماهنگی ندارد	تا حدودی هماهنگ	کاملاً هماهنگ
۰	۱	۲

۴. توافق و ثبات

(آیا مطلب در راستای یک هدف مشخص است؟ منظور از این مورد این است که مطلب ارایه شده از ابتدا تا انتها یک موضوع واحد را دنبال کرده باشد و از پرداختن به موضوعات نامرتب و پراکنده اجتناب شده باشد.)

خیر	تقریباً	بلی
پراکنده و بدون هدف	در برخی قسمت‌ها پراکنده دیده می‌شود	منسجم و هدف‌دار
۰	۱	۲

۵. تبیین اهمیت موضوع

(آیا همه اثرات و نتایج شامل سود، زیان و هزینه‌ها که مرتبط با موضوع اصلی مطلب است ذکر گردیده است؟)

خیر	تقریباً	بلی
مبهم است و اثرات و نتایج ذکر نگردیده است	تنها به بعضی اثرات اشاره کرده است	اثرات و نتایج مهم ذکر گردیده است
۰	۱	۲

۶. آیا بر اساس آموخته‌های علمی دانشگاهی و رفرنس‌های موجود مطلب ارایه شده صحیح است؟

خیر	تقریباً	بلی
با آموخته‌های دانشگاهی مطابق نیست و صحت مطالب ارایه شده مورد تردید است	تا حدودی با آموخته‌های علمی دانشگاهی مطابقت دارد و در برخی قسمت‌ها مطابقت ندارد	کاملاً مطابق با آموخته‌های علمی دانشگاهی است
۰	۱	۲

۷. بر اساس جواب‌های شما به سوالات بالا به طور کلی چگونه به کیفیت مطلب مورد نظر نمره می‌دهید؟

کم	متوسط	بالا
با نقص قابل توجه	با نقص متوسط	با کمترین نقص
۰	۱	۲

مجموع نمره: