

## رسانه و سلامت: شناسایی و تحلیل چارچوب‌های خبری در بازنمایی رسانه‌ای بیماری ام‌اس

داتیس خواجه‌ئیان<sup>۱</sup>، سمیه لبافی<sup>۲</sup>،  
افشین امیدی<sup>۳</sup>

### چکیده

رسانه‌ها با استفاده از چارچوب‌بندی، ذهن مخاطبان و افکار عمومی را در مقابل رویدادها و مسائل شکل می‌دهند و بر واکنش‌های جامعه در برابر پدیده‌ها تأثیر می‌گذارند. به این علت که در دهه اخیر تعداد قابل توجهی از ایرانیان به بیماری ام‌اس مبتلا شده‌اند و کیفیت زندگی بیماران و اطرافیان آنها تحت تأثیر قرار گرفته است؛ بازنمایی صحیح این بیماری از روش چارچوب‌های خبری مناسب به افزایش آگاهی جامعه درباره این بیماری و افزایش کیفیت زندگی این بیماران منجر می‌شود. این پژوهش با هدف شناسایی و تحلیل چارچوب‌های خبری درباره بیماری ام‌اس و بهبود این چارچوب‌ها برای افزایش کیفیت زندگی مبتلایان و اطرافیان آنها انجام شده است. این پژوهش با استفاده از رویکرد کیفی و روش تحلیل مضمونی انجام شده است. جامعه این پژوهش را گزارش‌های خبری منتشر شده از سوی خبرگزاری‌های ایسنا، صدا و سیما، ایرنا و مهر درباره بیماری ام‌اس تشکیل می‌دهند که از آنها نمونه‌ای شامل ۱۳۳ گزارش منتشر شده این خبرگزاری‌ها از ماه فروردین تا پایان آبان‌ماه ۱۳۹۵ برای انجام تحلیل استخراج شد. با تحلیل یافته‌ها، سه چارچوب خبری اصلی «مشخصات بیماری ام‌اس»، «مشکلات بیماران ام‌اس» و «حمایت و امید» شناسایی شد و مضامین فرعی هر یک از این چارچوب‌ها نیز استخراج و تحلیل شدند. این پژوهش تلاش کرده است تا درک بهتری از سیاستگذاری رسانه‌ای در باره فهم و تنظیم رابطه اجتماعی با بیماران ارائه نماید که امید می‌رود به پژوهش‌های بیشتری در این زمینه بینجامد.

### واژه‌های کلیدی

چارچوب خبری، بازنمایی رسانه‌ای، تحلیل مضمونی، بیماری ام‌اس، رسانه و سلامت

تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۱/۲۹

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۶/۰۶

۱. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

khajeheian@ut.ac.ir

labafi@irandoc.ac.ir

۲. استادیار پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایراندک)، تهران، ایران

aomidi@ut.ac.ir

۳. دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

## ۱. مقدمه

چارچوب‌بندی خبری، شیوه مؤثری است که رسانه‌ها از طریق آن ذهن مخاطبان و افکار عمومی را در مقابل رویدادها و مسائل شکل می‌دهند و بر واکنش‌های جامعه درباره پدیده‌ها تأثیر می‌گذارند. در مطالعات ارتباطی به مفهوم چارچوب‌بندی توجه ویژه‌ای شده است که عموماً از طریق بررسی محتوای رسانه‌ها، رابطه بین آنها و افکار عمومی بررسی می‌شود (De Vreese, 2005: 51). مفهوم چارچوب را ابتدا گافمن<sup>۱</sup> (۱۹۷۴) در پژوهش‌های جامعه‌شناسی بکار برد. در تعریف گافمن، چارچوب، «الگویی پیشینی در ذهن است که افراد با استفاده از آن می‌توانند تجربه‌های زندگی خود را با قرار دادن در این قاب‌ها معنادار سازند» (زابلی‌زاده و افخمی، ۱۳۹۲: ۱۲۳). به‌طور کلی، چارچوب‌بندی موضوعات عمومی یکی از مهمترین امکانات و ابزارهای رسانه برای شکل‌دادن به افکار عمومی و تأثیرگذاری بر تصمیمات سیاسی است. رسانه‌ها از طریق چارچوب‌بندی بر درک مخاطبان از یک موضوع تأثیر می‌گذارند (Pavlik, 2001؛ غلامپورراد، ۱۳۹۵).

چارچوب‌بندی، فرایندی است که رسانه‌ها از طریق آن، اجزای اصلی مربوط به پدیده‌ها را سازماندهی و ساختاردهی می‌کنند و بدین ترتیب، بستری فراهم می‌شود تا افراد آن پدیده‌ها را درک کنند. به‌طور مشخص‌تر، این فرایند به افراد کمک می‌کند تا به آنها نشان دهد پدیده‌های مختلف به‌طور واقعی چه معنایی دارند و به عبارتی بهتر، الگوهای تفسیری برای فهم پدیده‌ها را فراهم می‌کند (Luck et al, 2018). رسانه‌ها با ارائه تصویرگری‌های خاص خود در مورد برخی پدیده‌ها، به مشروعیت آنها در جوامع کمک می‌کنند (Arbatani, Aqili, Labafi, & Omid, 2016) و بنابراین، می‌توان چنین استنباط نمود که مشروعیت‌بخشی به برخی از وقایع اجتماعی، یکی از کارکردهای اصلی فرایند چارچوب‌بندی محسوب می‌شود (Lee & Riffe, 2017). به این علت، این چارچوب‌ها در شکل‌گیری افکار عمومی درخصوص مسئله‌ای مؤثر است، مودیگیلیانی (۱۹۸۹) آنها را به‌مثابه «بسته‌های تفسیری»<sup>۲</sup> می‌داند که مردم از طریق آنها معنایی برای یک رویداد یا مسئله خلق می‌کنند (De Vreese, 2005: 53). رسانه‌ها در مرحله اول، از طریق برجسته‌سازی رسانه‌ای توجه مخاطبان را به مسئله‌ای خاص جلب می‌کنند (عقیلی و حاج‌محمدی، ۱۳۹۶) و در مرحله دوم، به نحوی افکار مخاطبان را به جنبه‌های مختلف

---

<sup>۱</sup>. Goffman

<sup>۲</sup>. Interpretative Packages

آن مسئله شکل می‌دهند که منظور از این مرحله همان چارچوب‌بندی رسانه‌ای است (Berkowitz & Liu, 2014; Cacciatore et al., 2016; Coleman et al., 2009). به طور کلی، یک چارچوب در خبر، به برجسته‌کردن جنبه‌ای خاص از یک مسئله مشخص اشاره دارد (De Vreese, 2005; Scheufele & Tewksbury, 2007). آثار چارچوب‌بندی‌های رسانه‌ای بر افراد در اینکه آنها دربارهٔ یک مسئله چگونه فکر می‌کنند، مشهود است (Tewksbury et al, 2009: 20).

برخی از عواملی که در شکل‌گیری چارچوب‌های خبری توسط روزنامه‌نگاران مؤثر هستند عبارتند از: ارزش‌ها و هنجارهای جامعه، محدودیت‌ها و فشارهای سازمانی، فشارهای بیرونی از سمت گروه‌ها و سیاستگذاران، روال‌های حرفه‌ای شغلی و گرایش‌های سیاسی و ایدئولوژیکی روزنامه‌نگاران (Tewksbury et al., 2009; Tuchman, 1978). همچنین فرایندهای مختلف چارچوب‌بندی در چهار سطح گوناگون - در فرهنگ، در ذهن نخبگان و متخصصان ارتباطی، در متون ارتباطی و در اذهان مردم - اتفاق می‌افتد (Entman, 2009: 176). تحقیقات مختلفی درباره آثار چارچوب‌بندی خبری بر ادراک مخاطبان از مسئله‌ای مشخص صورت گرفته است. برای مثال، تاکنون مطالعات خارجی متعددی در مورد تأثیرات چارچوب‌بندی خبری، مسائلی همچون اعتراضات اجتماعی (Lecheler & De Vreese, 1999)، نگرش‌های سیاسی (McLeod & Detenber, 1999)، مهاجرت و مهاجران (Bos et al, 2016; Lecheler, 2012)، تغییرات آب و هوا (Wiest et al., 2012)، چاقی (Frederick et al, 2015; Sun et al, 2016)، هزینه‌های درمانی (Kim et al, 2015)، سلامت جنسی (Johnson, 2016; Huang, 2018)، مسائل شغلی پرستاران (Mason et al, 2018) و غیره انجام شده است. در مطالعات داخلی کشور ایران، پژوهش‌های گوناگونی به شناسایی و تحلیل چارچوب‌بندی رسانه‌ای در حوزه‌های مختلف همچون یارانه‌ها (غلامپورراد، ۱۳۹۳؛ همان، ۱۳۹۵)، بساخته شدن علم در رسانه‌ها (خانیک‌ی و زردار، ۱۳۹۳)، چارچوب‌بندی بیوتکنولوژی در محتوای سریال‌ها (خانیک‌ی و همکاران، ۱۳۹۳) و غیره پرداخته‌اند.

## ۲. پیشینه پژوهش

با توجه به بررسی‌هایی که نگارندگان انجام داده‌اند، پژوهشی که به‌طور مشخص در حوزه چارچوب‌بندی خبری بیماری ام‌اس صورت گرفته باشد، یافت نشد. بیماری ام‌اس یا مولتیپل

اسکلروزیس<sup>۱</sup>، یکی از شایع‌ترین بیماری‌های نورولوژیک در انسان بوده و ناتوان‌کننده‌ترین بیماری سنین جوانی است. این بیماری (بسته به نوع و شدت) می‌تواند باعث ایجاد اختلال حسی، ضعف، گرفتگی عضلات، اختلال بینایی، اختلال شناختی، خستگی، لرزش اندام‌ها، اختلال در دفع ادرار، مدفوع، عملکرد جنسی و تعادل، فراموشی، کاهش شنوایی، کرختی، تاری دید، دوبینی و اختلال گفتاری شود. شایع‌ترین سن ابتلا به این بیماری ۲۰ تا ۴۰ سال است، دورانی که در آن فرد بیشترین مسئولیت‌های خانوادگی و اجتماعی را بر عهده دارد و در سنین باروری است. به‌طور کلی، این بیماری بر تمام ابعاد کیفیت زندگی بیماران تأثیر می‌گذارد (بخشی‌پور و رمضان‌زاده، ۱۳۹۵؛ چوبفروش‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴؛ علی‌خانی و همکاران، ۱۳۹۲؛ مشتاق‌عشق و همکاران، ۱۳۸۹؛ مطهری‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۵؛ نیک‌سرشت و همکاران، ۱۳۹۰). طبق گفته برخی از پژوهشگران، در ایران آمار دقیقی از تعداد این بیماران در دسترس نیست (عابدینی و همکاران، ۱۳۸۷: ۸۳)؛ اما طبق آمار انجمن ام‌اس ایران که عضو فدراسیون بین‌المللی ام‌اس است، حدود ۴۰ هزار نفر بیمار ام‌اس در ایران وجود دارد که تنها ۱۷ هزار نفر از آنان عضو این مرکز هستند (قناتی و همکاران، ۱۳۹۰: ۴۸). لازم است اشاره شود که سال‌های اخیر در برخی منابع، تعداد این بیماران را در کشور ایران، نزدیک به ۱۰۰ هزار نفر تخمین زده‌اند (نائینی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۲۳). همچنین اشاره شده است که ایران در ابتلا به بیماری ام‌اس جزء ده کشور اول دنیا است (توکل و یوسفی، ۱۳۹۲: ۸۳). برخی پژوهشگران در حوزه سلامت، به‌طور قابل توجهی از این ایده حمایت کرده‌اند که رسانه‌ها در راستای مشروعیت‌بخشی و چارچوب‌بندی مسائل گوناگون، نقشی مهم را ایفاء می‌نمایند (Sharifi, Omidi, Marzban, 2016). به بیانی بهتر، روش و حالتی که مسائل گوناگون در رسانه‌ها به تصویر کشیده می‌شوند، تأثیر زیادی در این امر دارد که چنین مسائلی در جامعه نادیده گرفته شوند یا مورد حمایت قرار گیرند (Mastin et al, 2016: 349). اهمیت رسانه، به‌خصوص اخبار در امور سلامت، ناشی از قدرت برجسته‌سازی و چارچوب‌بندی آن در موضوعات مختلف است (Smith & Bonfiglioli, 2015: 359). بنابراین، با توجه به اهمیت چارچوب‌های رسانه‌ای در شکل‌گیری افکار عمومی به مسئله‌ای خاص و از طرفی با توجه به شیوع بالای بیماری ام‌اس در کشور ایران به‌خصوص در قشر جوان، درک اینکه رسانه‌های خبری چگونه و در قالب چه

چارچوب‌هایی این بیماری را در ذهن عموم شکل می‌دهند، اهمیت می‌یابد. بنابراین هدف اصلی این پژوهش، شناسایی و تحلیل این چارچوب‌ها و در نهایت تلاشی رأی پیوند دادن مطالعات رسانه‌ای به حوزه سلامت (در اینجا به‌طور خاص بیماری ام‌اس) است. پژوهشگران این مقاله بر این باورند که چنین مطالعاتی می‌تواند اطلاعاتی بسیار کاربردی در اختیار سیاستگذاران حوزه رسانه و سلامت بگذارد و مشارکتی قابل توجه را در تولید ادبیات نظری این حوزه داشته باشد. همچنین با فرض حل آسیب‌های حمایت رسانه‌ای از بیماران ام‌اس که نتایج این‌گونه پژوهش‌ها در اختیار می‌گذارند، تعامل افراد جامعه با مبتلایان این بیماری بهبود پیدا خواهد کرد و همچنین کمک قابل توجهی به افزایش کیفیت زندگی این بیماران خواهد شد.

### ۳. روش پژوهش

در این پژوهش از رویکرد تحقیق کیفی استفاده شده است. تحلیل کیفی چارچوب، در حقیقت مبتنی بر رویکرد کیفی است و تمامی ویژگی‌های این رویکرد مانند استقرایی بودن را با خود دارد و می‌تواند از تمامی روش‌های کیفی برای دستیابی به داده‌های مورد نیاز بهره بگیرد، اما در نهایت هدف این رویکرد دستیابی به چارچوب‌های رسانه‌هاست (خانیکی و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۰). تحلیل محتوای رسانه‌ها، یک زیرمجموعه تخصصی از تحلیل محتواست که روش‌شناسی تحقیقی قدیمی و تثبیت شده‌ای است. با ورود تلویزیون، استفاده از این روش در مطالعات ارتباطات جمعی و علوم اجتماعی افزایش یافت. تحلیل محتوای رسانه‌ها یک روش تحقیقاتی اولیه برای مطالعه نقش خشونت، نژادپرستی و زنان در برنامه‌سازی تلویزیونی نیز در فیلم‌ها، بکار برده شده است و برخی از محققان تحلیل محتوا را تکنیکی برای نتیجه‌گیری و شناسایی نظام‌مند و عینی ویژگی‌های خاص درون یک متن تعریف کرده‌اند (فرهنگی و رستگار، ۱۳۹۴: ۱۲۱).

جامعه این پژوهش ۱۳۳ گزارش خبری منتشر شده در طول ماه‌های فروردین تا آبان ۱۳۹۵ از سوی خبرگزاری‌های ایسنا (۴۷ گزارش)، صدا و سیما (۲۱ گزارش)، ایرنا (۱۰ گزارش) و مهر (۵۵ گزارش) در باره بیماری ام‌اس است که از طریق نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. قابل توجه است که در نمونه‌های هدفمند یا قضاوتی، پژوهشگر واحدهای نمونه‌گیری را به صورت ذهنی و هدفمند انتخاب می‌کند. این ذهنیت و هدف داور است که احتمال انتخاب یک واحد نمونه‌گیری را برای نمونه معین می‌کند (سرابی و بهجتی‌فرد،

۱۳۹۵: ۱۳۸). برای تحلیل داده‌ها نیز از روش تحلیل مضمونی<sup>۱</sup> استفاده شد که به عقیده توماس<sup>۲</sup> (۲۰۰۸)، این روش فراتر از سازماندهی و تفسیر صرف جنبه‌های مختلف یک موضوع مهم است. به‌طور کلی، روش تحلیل مضمونی به‌منظور «شناسایی، تحلیل و گزارش الگوهای (تم‌ها/مضمون‌ها) موجود در داده‌ها» استفاده می‌شود (Braun & Clarke, 2006: 79). فرایند دنبال شده برای انجام این روش در پژوهش، از شش مرحله ارائه شده توسط براون و کلارک (۲۰۰۶) گرفته شده است که این مراحل شامل، آشنایی محقق با داده‌ها، تولید کدهای اولیه، جست‌وجوی مضمون‌ها، مرور و بازنگری مضمون‌ها، تعریف و نام‌گذاری مضمون‌ها و همچنین ارائه گزارش تحقیق می‌باشد. همچنین برای حفظ قابلیت اعتماد، طبق استانداردهای الو و همکارانش<sup>۳</sup> (۲۰۱۴) در تمامی مراحل تحقیق از جمله آماده‌سازی، سازماندهی و گزارش یافته‌ها دقت لازم به عمل آمده است. این تحقیق برای تضمین پایایی که به ثبات و یک‌دستی مطالعات مربوط می‌شود، سعی کرده است با کنترل متن پیاده‌شده گزارش‌های خبری و نیز با همکاری چند پژوهشگر در کار تجزیه و تحلیل به این هدف دست یابد. در زمینه روایی پژوهش نیز که به حقیقی بودن مشاهدات مربوط می‌شود تلاش شد که با رعایت چندسویه‌نگری<sup>۴</sup> و ارائه شواهد از درون متن گزارش‌ها، داده‌ها به درستی تحلیل شود. نمونه‌ای از فرایند کدگذاری داده‌ها و رسیدن به چارچوب‌های خبری در جدول شماره ۱ آورده شده است:

جدول ۱. نمونه‌ای از کدگذاری داده‌ها در تحقیق

نام چارچوب اصلی	مضامین فرعی	کدهای اولیه
مشخصات بیماری ام‌اس	معرفی بیماری، نشانه‌ها و عوامل مؤثر در آن	«ام‌اس» یکی از بیماری‌های دستگاه عصبی است که مغز و نخاع را درگیر می‌کند. تاری دید، دوبینی، سرگیجه، خواب‌رفتگی دست و پا، مختل شدن حرکات چشم، عدم تعادل یا ترکیبی از این نشانه‌ها از علائم بیماری هستند. مصرف ویتامین D، جلوگیری از چاقی و نکشیدن سیگار سه فاکتور مهم برای مبتلا نشدن به ام‌اس است.
	آمار مبتلایان و سن ابتلا	در کشور بیش از ۷۰ هزار نفر مبتلا به ام‌اس هستند.
	شیوع بالا در زنان	معاون توانبخشی انجمن «ام‌اس» استان کرمانشاه از شیوع بسیار بیشتر این بیماری بین زنان نسبت به مردان هم یاد کرد.

1. Thematic Analysis
2. Thomas
3. Elo & et al
4. Triangulation

#### ۴. یافته‌های پژوهش

پس از کدگذاری اولیه داده‌های تحقیق، تعداد ۱۱ مقوله فرعی شناسایی شد که پس از آن، مقوله‌های مذکور در قالب سه چارچوب اصلی دسته‌بندی شدند. سه چارچوب اصلی با نام‌های «مشخصات بیماری ام‌اس»، «مشکلات بیماران ام‌اس» و «حمایت و امید» هستند که در جدول ۲ نیز قابل مشاهده‌اند. مقوله‌های فرعی مربوط به هر چارچوب نیز به‌طور جداگانه معرفی خواهند شد و تحلیل‌های مربوط نیز ارائه می‌شوند.

جدول ۲. معرفی چارچوب‌های اصلی خبری در رابطه با بیماری ام‌اس

ردیف	نام چارچوب
۱	مشخصات بیماری ام‌اس
۲	مشکلات بیماران ام‌اس
۳	حمایت و امید

#### چارچوب شماره ۱: مشخصات بیماری ام‌اس

نخستین چارچوبی که در اخبار مرتبط با ام‌اس شناسایی شد، مربوط به مشخصات «بیماری ام‌اس» است. به عبارتی بهتر در بسیاری از خبرها در درجه اول سعی بر آن بوده که ماهیت بیماری ام‌اس و نشانه‌های مربوط به آن معرفی شود؛ سه مضمون فرعی در باره این چارچوب تشخیص داده شد که در جدول ۳ نیز ارائه شده‌اند:

جدول ۳. مضامین فرعی در چارچوب مشخصات بیماری ام‌اس

مشخصات «بیماری ام‌اس»	معرفی بیماری، نشانه‌ها و عوامل مؤثر در آن
	آمار مبتلایان و سن ابتلا
	شیوع بالا در زنان

همان‌طور که جدول ۳ گویای آن است، گزارش‌های خبری در درجه اول، بیماری، نشانه‌ها و عوامل مؤثر در ابتلا یا تشدید آن را بیان کرده‌اند:

«در این بیماری نواحی بسیاری از مغز و نخاع به صورت لکه‌هایی ملتهب می‌شود. به همین علت این بیماری با عنوان اسکروز متعدد یا به‌طور مخفف «ام‌اس» نامیده می‌شود.» (۴ تیر ۹۵، ایسنا)

«چه عواملی سبب ابتلاء به بیماری ام‌اس می‌شود.» (تیترا خبری، ۱۳ مهر ۹۵، ایرنا)  
به نظر می‌رسد تمرکز زیاد گزارش‌ها روی این مسئله حاکی از آن باشد که هنوز در جامعه ایران درک کامل و صحیحی از این بیماری بین مردم وجود ندارد و به دلیل

نگرانی‌های مردم از ابتلا به این بیماری، خبرگزاری‌ها به میزان قابل توجهی اقدام به معرفی این بیماری کرده‌اند. محتوای خبرها در معرفی این بیماری متفاوت بوده و هر یک بر جنبه‌ای خاص تأکید بیشتری داشته‌اند که به نظر می‌رسد برخی از آنها نیز می‌تواند به کج‌فهمی‌های جامعه درباره این بیماری دامن زند. برای مثال، در یکی از خبرهای بررسی شده مربوط به خبرگزاری ایسنا، در ابتدای معرفی بیماری آمده است که:

«حالت عود کننده و پیش‌رونده این بیماری که فرد مبتلا شده زمین‌گیر می‌شود»

(۲۴ مهر ۹۵)

این در حالی بود که در گزارش مذکور توضیح خاصی در مورد میزان شیوع این حالت (پیش‌رونده) در مقایسه با حالت‌های دیگر آورده نشده است و ادر اصلی‌توان گفت که لازم نبوده این بیماری با تأکید بر این حالت پیشرفته بیماری معرفی شود. بنابراین، مواردی از این قبیل می‌تواند نگرانی‌های قابل ملاحظه‌ای را در مورد این بیماری به وجود آورد و همچنین می‌تواند افکار عمومی را در باره این بیماری، با محوریت حالت پیش‌رونده (زمین‌گیرکننده) شکل دهد. همچنین در توضیح عوامل مؤثر، گزارش‌های خبری به موارد مختلفی نیز همچون استرس، ویتامین دی، دخانیات و غیره اشاره کرده بودند. اما چیزی که در بیشتر گزارش‌ها نیز به آن تأکید شده بود، بحث ناشناخته بودن علت اصلی ابتلا به این بیماری است که بر پیچیدگی‌های ذاتی این بیماری افزوده است.

مضمون فرعی دیگر که به‌طور تقریبی یک سوم چارچوب «مشخصات بیماری ام‌اس» را پوشش می‌داد، بحث آمار مبتلایان در کشور و استان‌ها بود که همه آنها حاکی از تعداد بسیار بالای بیماران ام‌اس در ایران بود. برخی از این گزارش‌ها نیز با تیتروایی همچون موارد زیر ارائه شده بودند:

«سونامی ام‌اس در آذربایجان غربی» (۲۴ مهر ۹۵، ایسنا) یا «بتلای چهار هزار

کرمانی به بیماری‌های خاص» (۲۸ اردیبهشت ۹۵، ایسنا)

«هشتاد هزار مبتلا به ام‌اس در ایران وجود دارد/ تهران و اصفهان بیشترین میزان

ابتلا» (تیترو خبری در خبرگزاری ایرنا، تاریخ غیرقابل دستیابی)

«بیشترین افراد مبتلابه این بیماری بین ۱۷ تا ۵۰ سال سن دارند و طبق

تحقیقات، ۷۰ هزار ایرانی مبتلا به ام‌اس هستند.» (۳ آبان ۹۵، مهر)

موارد بررسی شده در این مضمون حاکی از آن است که در استان‌های مختلف کشور با افزایش سریع این بیماری روبه‌رو هستیم و سیاستگذاری‌های مخصوصی نیز لازم خواهد بود.



در این میان، یکی از مباحثی که به‌طور برجسته در خبرها به آن اشاره شده بود، شیوع بالای این بیماری بین زنان است.

«این پزشک متخصص اعصاب و روان بیشترین مقطع سنی ابتلا به ام‌اس را بین ۲۰ تا ۴۰ سال بیان کرد و افزود: در این محدوده سنی هم بیشترین مبتلایان را بانوان تشکیل می‌دهند.» (۲۶ اردیبهشت ۹۵، ایسنا)

«بیماری ام‌اس از شایع‌ترین علت ناتوانی در افراد جوان ۲۰ تا ۴۰ ساله است و شیوع آن در زنان سه تا سه و نیم برابر بیشتر از مردان است.» (۲۷ آذر ۹۵، صدا و سیما)

«۷۵ درصد از مبتلایان به بیماری ام‌اس زنان هستند.» (۲۵ اردیبهشت ۹۵، تیترا خبری در خبرگزاری مهر)

طبق گفته قناتی و همکاران (۱۳۹۰)، شیوع این بیماری در زنان، تقریباً دو برابر مردان است. شیوع بالای این بیماری در میان زنان، هزینه‌های اجتماعی زیادی را برای آنها و جامعه در بر خواهد داشت که در این حوزه سیاستگذاری‌های خاصی در حوزه رسانه و سلامت لازم است.

#### چارچوب شماره ۲: مشکلات بیماران ام‌اس

در این چارچوب، مضامین مختلفی تشخیص داده شده‌اند که همگی ابعاد مختلف زندگی دشوار این بیماران را نشان می‌دهد. این موارد در جدول ۴ آورده شده‌اند.

جدول ۴. مضامین فرعی در چارچوب مشکلات بیماران ام‌اس

مشکلات شغلی، ازدواج، روحی و روانی برای بیماران	مشکلات «بیماران ام‌اس»
باورهای اشتباه جامعه درباره این بیماری	
هزینه‌های بالا برای بیماران	

مشکلاتی که ناشی از این بیماری برای بیماران به وجود می‌آید، آن‌قدر در هم تنیده هستند که به‌طور قطعی نمی‌توان تشخیص داد که کدام یک، باعث به وجود آمدن کدام یکی از مشکلات دیگر می‌شود. طبق ادعای قناتی و همکاران (۱۳۹۰)، به این دلیل شروع این بیماری در سنین کم است، بنابراین، هزینه‌های اجتماعی این بیماری بسیار بالا است. طبق گفته این پژوهشگران، اغلب «بیماران ام‌اس» از دست دادن زود هنگام شغل و کاهش بهره‌وری و به دنبال آن کاهش سطح درآمدی را تجربه می‌کنند. در میان خبرگزاری‌های مورد

بررسی در این مطالعه، خبرگزاری ایسنا به شکل فعالانه‌تری در این خصوص به انتشار گزارش پرداخته بود.

برای مثال:

«متأسفانه در برخی موارد مشاهده می‌شود که افراد مبتلا به بیماری‌های خاص همچون بیماری ام‌اس از شغل خود اخراج می‌شوند که این برخورد، برخورد درخور شأنی نیست. بیماران ام‌اس، همچون سایر انسان‌ها به‌رغم نداشتن توانایی جسمی کامل، حق کسب معاش دارند.» (۲۶ فروردین ۹۵)

از طرفی در کنار این مسائل، بیماران ام‌اس به‌دلیل هزینه‌های درمانی بالا، مشکلات قابل توجهی را نیز تجربه می‌کنند. در پژوهش‌های مختلف اشاره شده است که هزینه سالانه داروهای این بیماری برای بیماران بسیار زیاد است و به عبارتی بهتر، بیماری ام‌اس در ایران یک بیماری بسیار پرهزینه است (علی‌خانی و همکاران، ۱۳۹۲؛ قناتی و همکاران، ۱۳۹۰؛ نیک‌سرشت و همکاران، ۱۳۹۰).

«رئیس انجمن بیماران ام‌اس کرمانشاه با بیان اینکه تنها هزینه داروهای داخلی این بیماران تا حدی رایگان است، گفت: در برخی مراحل بیماری بنا به تشخیص پزشک داروی خارجی تجویز می‌شود که هزینه این داروها با خود بیمار است. وی افزود: علاوه بر این هزینه «ام آر آی» و نیز آزمایشات جانبی نیز با خود بیماران است که در صورت انجام این اقدامات درمانی هزینه یک بیمار ام‌اس در ماه حدود ۶۰۰ هزار تا یک میلیون تومان است.» (۹ خرداد ۹۵، ایسنا)

«وی با بیان اینکه هزینه درمانی بیماران ام‌اس بسیار زیاد است اظهار کرد: بیماران ام‌اس ماهانه چهار میلیون تومان هزینه دارو می‌پردازند که بدون کمک خیرین امری دشوار است و بیماران ام‌اس نیاز به محیط شاد و مفرح دارند.» (۲۵ اردیبهشت ۹۵، مهر)

همچنین خبرگزاری صدا و سیما، در تاریخ ۲۴ خرداد ۱۳۹۵، در خصوص مشکلات اقتصادی بیماران ام‌اس، گزارشی تصویری منتشر کرده است که می‌توان گفت صدا و تصویر قدرت بیان این گزارش را به میزان قابل توجهی ارتقاء داده است. به‌طور کلی، هزینه بالا در کنار از دست دادن زود هنگام شغل، بار سنگینی را بر دوش بیمار خواهد گذاشت و علاوه بر بیماری ام‌اس، او را نیز به بیماری‌های روحی و روانی مختلفی مبتلا خواهد کرد. این مسئله

تا حدی پیش خواهد رفت که پیامی و میری (۱۳۹۰) یادآور شده‌اند که برخی از این بیماران، ممکن است احساس کنند که دیگر قادر به برنامه‌ریزی برای آینده نیستند.

شاید یکی از مواردی که در افزایش یا کاهش مشکلات بیماران ام‌اس نقش کلیدی دارد، بحث آگاهی جامعه درباره این بیماری است که به انواع گوناگون می‌تواند در مشکلات مختلف بیماران ام‌اس اثرگذار باشد.

«ام‌اس بیماری است که از آن در ذهن بسیاری، نقشی از یک زن نه چندان سالمند روی تخت آسایشگاه یا صندلی چرخ‌دار نقش بسته و شاید مرد جوانی که با کمک عصا زیر بغل، به سختی خود را ایستاده نگاه داشته است.» (۱۱ خرداد ۹۵، ایسنا)

«مبتلایان به ام‌اس می‌توانند فرزند سالم داشته باشند/ کنترل ام‌اس با بارداری» (۲۲ مهر ۹۵، تیتز خبری در خبرگزاری ایرنا)

«مقدسی با انتقاد از فقر فرهنگی که پیرامون بیماری ام‌اس در کشور وجود دارد، گفت: آنچه بیش از بیماری ام‌اس مهم به نظر می‌رسد، باورهای غلط نسبت به این بیماری است.» (۱۵ آبان ۹۵، مهر)

### چارچوب شماره ۳: حمایت و امید

در میان مضامین موجود، مقدار قابل توجهی از آنها نیز به چارچوب «حمایت و امید» مربوط است که البته نمی‌توان گفت این میزان، کافی و مناسب است. این حمایت‌ها و امیدها فقط به بیماران محدود نشده؛ بلکه حتی در آن افراد غیر بیمار نیز در نظر گرفته شده‌اند و پیام‌های الهام بخشی برای هر دو دسته افراد (بیمار و غیربیمار) در این گزارش‌ها وجود دارد. مضامین فرعی شناسایی شده در این چارچوب، در قالب جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵. مضامین فرعی در چارچوب حمایت و امید

دعوت از خیران، کارفرمایان، خانواده‌ها و غیره برای حمایت از بیماران	حمایت و امید
دستاوردها و خبرهای امیدبخش (برای بیمار و غیربیمار)	
حمایت افراد مشهور از بیماران	
توصیه‌های مفید (تغذیه، درمانی و غیره) برای بیمار و غیر بیمار	
حمایت دولت و انجمن ام‌اس	

برای افزایش کیفیت زندگی بیماران ام‌اس و همراهی جامعه با این بیماران به حمایت‌های همه جانبه‌ای از سوی خیران، کارفرمایان، خانواده‌ها و غیره نیاز است. این حمایت‌ها در تیتز برخی اخبار بررسی شده به‌طور قابل توجهی مشهود بود. برای مثال در

گزارشی (۲۶ فروردین ۹۵، خبرگزاری ایسنا) با عنوان «انتقاد از اخراج بیماران ام‌اس از کار توسط کارفرمایان» به‌طور مستقیم و جدی از بیماران ام‌اس حمایت شده است. همچنین یکی از گزارش‌های این خبرگزاری (۲۶ اردیبهشت ۹۵) با عنوان «از MS ترسید» به‌طور مناسبی به معضله‌های فرهنگی در رابطه با بیماران ام‌اس اشاره شده و همچنین از عوامل مربوط خواستار حمایت‌های لازم برای اشتغال و ازدواج بیماران شده است. همچنین در خبرگزاری مهر گزارشی در مورد حمایت یک کارگاه بدین‌صورت آمده بود که:

«هم‌اکنون ۲۰ نفر در این کارگاه مشغول بکار هستند که ۱۴ نفر از آنها افراد بیمار (تالاسمی - ام‌اس) یا بستگان نزدیک مانند مادر یا خواهر بیماران سرطانی هستند و حقوق ماهیانه آنها جمعاً ۱۴ میلیون تومان است» (۲۷ آبان ۹۵، مهر)

چنین مواردی می‌توانند تأثیرات مطلوبی در سیاستگذاری عمومی در مورد این بیماری به همراه داشته باشند و همچنین می‌توانند حمایت ادراک‌شده را در ذهن بیماران افزایش دهند که همین امر در افزایش کیفیت زندگی آنان مؤثر خواهد بود.

یکی از مضامین سودمند دیگر که باعث افزایش امید برای بیماران و غیربیماران می‌شود، معرفی و شرح دستاوردهای جدید در این حوزه است. در این مورد می‌توان به خبری در خبرگزاری ایسنا با عنوان «نتایج امیدبخش داروی جدید ام‌اس» یا خبری دیگر با عنوان «پیشرفت در درمان ام‌اس با سلول‌های بنیادی» در خبرگزاری مهر اشاره نمود. همچنین پیشرفت در ساخت داروهای ایرانی و به دنبال آن، کاهش هزینه‌های بالای درمان برای بیماران، یکی دیگر از مضامین امیدبخشی بود که برخی از خبرگزاری‌ها (مانند خبرگزاری مهر) بدان توجه کرده بودند. برای مثال:

«دو سوم بیماران ام‌اس در کشور از داروهای تولید داخلی استفاده می‌کنند و می‌توان گفت که داروهای ایرانی توانسته‌اند اعتماد پزشکان ما را جلب کنند.» (۲۰ آبان ۹۵، مهر)

البته، امید دادن به بیماران ممکن است مورد سوء استفاده نیز قرار گیرد و منجر به یأس و ناامیدی بیشتر برای بیماران شود، برای مثال، جدیدمیلانی و همکاران (۱۳۹۲)، اشاره کرده‌اند که برخی از افراد از موقعیت پیش‌بینی‌ناپذیر بیماری ام‌اس سوء استفاده می‌کنند و تبلیغاتی مبنی بر درمان کامل ام‌اس از طریق رسانه‌های مختلف، چه در داخل چه در خارج، ارائه می‌دهند. این اقدام نادرست برخی از رسانه‌های خبری غیرمعتبر (داخلی و خارجی) را می‌توان از این بابت تحلیل کرد که این نوع اخبار به علت ارزش خبری بالایی که برای بیماران دارند،

باعث افزایش بازدید سایت‌های خبری خواهد شد. بنابراین، ضرورت دارد کارگزاران خبری مسئول، برای آگاه کردن بیماران از آخرین دستاوردهای علمی، توضیحات مربوط را با هماهنگی کامل متخصصان و مسئولان ارائه دهند و به گفته‌های رسانه‌های دیگر به هیچ عنوان اکتفا نکنند. در این میان خبرگزاری‌های معتبر می‌توانند با اطلاع‌رسانی صحیح از گمراهی بیماران به‌طور فعالانه و با سرعت جلوگیری کنند.

«این بیماری درمان قطعی ندارد، ولی با مدیریت قطعی قابل کنترل است. هر

مطلبی در خصوص درمان قطعی آن سود جویی است.» (۳ خرداد ۹۵، ایسنا)

«تبلیغات درمان قطعی ام‌اس کذب محض است.» (۱۵ آبان ۹۵، تیترا خبری صدا و

سیما)

یکی از اتفاقات مطلوبی که در حوزه حمایت از بیماران ام‌اس افتاده است، اعلام حمایت افراد مشهور (بازیگران، ورزشکاران و غیره) از این بیماران می‌باشد. در این راستا، می‌توان به خبری با عنوان «تاگفته‌های آتنه فقیه‌نصیری درباره بیماریش» در خبرگزاری ایسنا اشاره نمود که این بازیگر معروف ذکر کرده است که این بیماری یعنی ام‌اس برای او یک «نعمت» به شمار می‌رود و منشأ تغییر و تحولات بسیار خوبی برای او بوده است. مضمون حمایت افراد مشهور از بیماران ام‌اس، در کنار مضامین دیگر در چارچوب «حمایت و امید»، کمترین میزان را به خود اختصاص داده بود که از سازمان‌های خبری انتظار می‌رود در این حوزه فعالیت گسترده‌تری داشته باشند و با پوشش خبری مناسب و خلاقانه، باعث تشویق افراد مشهور دیگر شوند. به غیر از گزارش‌های بسیار محدود از سوی خبرگزاری ایسنا و مهر در بازه مورد مطالعه، خبرگزاری‌های ایرنا و صدا و سیما به‌طور قابل توجهی از این امر غفلت کرده بودند.

خبرگزاری ایسنا و مهر، در گزارش‌های خبری مختلفی با عناوین متفاوت، به ارائه توصیه‌های مفید (تغذیه، درمانی و غیره) برای افراد بیمار و غیربیمار پرداخته است. قابل توجه است که این مضمون فرعی از سوی خبرگزاری ایسنا و مهر، بیشترین حمایت را در کنار مضامین فرعی دیگر در این چارچوب، برای بیماران به ارمغان آورده است. این توصیه‌ها شامل طیف وسیعی از جمله، دوری از دخانیات، نقش ورزش، نقش روحیه، سبک زندگی صحیح، دوری از استرس و غیره می‌شود.

«ورزش و تحرک می‌تواند افزون بر کمک به تأمین سلامت عمومی بدن، تکمیل کننده سودمندی‌های تغذیه سالم باشد و نقش مهمی در مهار فشارهای روانی بازی کند.» (۱۱ خرداد ۹۵، ایسنا)

«بیماران ام‌اس رژیم غذایی ندارند/ ضرورت توصیه‌های پزشکی» (۲۰ آبان ۹۵، تیترا خبر در خبرگزاری مهر)

«ورزش کردن منسجم و کنترل استرس از اقدامات حائز اهمیت در کند شدن روند بیماری ام‌اس است.» (۲۰ آبان ۹۵، مهر)

آخرین مضمون در چارچوب «حمایت و امید» مربوط به برنامه‌های امیدبخش دولت و انجمن‌های ام‌اس برای ارتقای وضعیت زندگی بیماران ام‌اس است. این برنامه‌ها شامل، کمک‌های بیمه، قوانین حمایتی دولت، برنامه‌های حمایتی و فرهنگی انجمن‌ها و غیره است. طبق خبری در خبرگزاری ایسنا (۱۲ خرداد ۹۵) «تأسیس کلینیک‌های جامع ام‌اس در پنج استان»، حمایت‌ها (دولتی و غیر دولتی) از بیماری ام‌اس در مقابل بیماری‌های دیگر بیشتر است؛ ضمن اینکه در این خبر اشاره شده که هنوز به سطح مطلوب نرسیده است.

«بیمه تأمین اجتماعی و همچنین بیمه سلامت به بیماران ام‌اس همچون سایر بیماری‌های خاص، کمک مالی می‌کند ولی انتظار داریم میزان این کمک‌ها افزایش یابد.» (۲۶ فروردین ۹۵، ایسنا)

«محمدرضا گنج خانی ظهر دوشنبه در مراسم افتتاح نمایندگی انجمن خیریه حمایت از بیماران ام‌اس در شهرستان ابهر، گفت: پروژه عظیم کلینیک تخصصی و درمانی بیماران ام‌اس - قمر بنی هاشم<sup>(ع)</sup> که در حال تأسیس است. نشان از یک اراده عظیم و مخلصانه خیرین است.» (۲۴ آبان ۹۵، مهر)

بصری‌سازی تحلیل صورت گرفته روی یافته‌ها را می‌توان به شرح شکل ۱ ارائه کرد:



شکل ۱. بازنمایی رسانه‌های بیماری ام اس در خبرگزاری‌های منتخب

## ۵. بحث و نتیجه‌گیری

این تحقیق با هدف شناسایی و تحلیل چارچوب‌های خبری در رابطه با بیماری ام اس صورت گرفت و به‌طور مشخص به این موضوع پرداخت که بیماری ام اس در چارچوب‌های خبری رسانه‌ها چگونه بر ساخته می‌شود؟ به اعتقاد نگارندگان، مطالعاتی از این دست می‌تواند نقشی کلیدی را در حوزه سیاست‌گذاری رسانه و سلامت ایفاء نماید و همچنین راه را برای بسیاری از پژوهش‌های کمی و کیفی نیز در این حوزه باز خواهد کرد.

به‌طور کلی، می‌توان گفت که در میان چهار خبرگزاری بررسی شده در این تحقیق، خبرگزاری مهر با انتشار ۵۵ گزارش در بازه مورد مطالعه، از لحاظ حجم، پرکارترین خبرگزاری در خصوص پوشش خبری بیماری ام اس شناسایی شد؛ پس از آن خبرگزاری ایسنا (با ۴۷ گزارش)، صدا و سیما (با ۲۱ گزارش) و ایرنا (با ۱۰ گزارش) قرار دارند. از سوی دیگر، نتایج نشان می‌دهد که از لحاظ کیفیت، خبرگزاری ایسنا توانسته است با اتخاذ نگاهی انتقادی و خلاقانه به شکل مناسب‌تری مسائل مختلف بیماری ام اس را مورد پوشش خبری قرار دهد. در این خصوص می‌توان گفت که با توجه به امکانات بیشتر خبرگزاری صدا و سیما (ابزار تصویربرداری و صدا برداری)، انتظار بیشتری از سوی این خبرگزاری برای تولید گزارش‌های انتقادی و کیفی می‌رود. همچنین خبرگزاری ایرنا، به‌طور قابل تأملی در بازه مورد مطالعه، توجه بسیار کمی به بیماری ام اس کرده بود و بنابراین کم‌کارترین خبرگزاری در خصوص پوشش خبری این بیماری شناسایی شد. با توجه به اینکه خبرگزاری ایرنا،

خبرگزاری رسمی دولت جمهوری اسلامی ایران شناخته می‌شود، انتظار می‌رود که تسهیلات ویژه‌ای را برای پوشش خبری بیماری ام‌اس در نظر بگیرد و بیش از پیش در این خصوص فعالیت رسانه‌ای داشته باشد.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که ناآگاهی و اطلاعات اندک‌تر جامعه درباره این بیماری تأثیر بسزایی بر افزایش مشکلات بیماران ام‌اس داشته است. این مسئله امر بسیار مهمی برای بیماران ام‌اس تلقی می‌شود که برخلاف اهمیت زیاد آن، خبرگزاری‌های بررسی شده توجه خاصی به این مسئله نکرده بودند یا اگر کرده بودند، بسیار ناچیز بوده است. البته، نمونه‌هایی دیده می‌شود، مثل گزارش خبرگزاری ایسنا: «همه فکر می‌کنن ام‌اس یه چیز وحشتناکه ولی خانم این جوریم نیست. داروها رو به موقع بخوری قابل کنترله. مشکل اینجاست که هیشکی مریضی رو نمی‌شناسه. فقط میگن ام‌اس داری؟ پس برو گوشه خونه بشین... نمی‌دونن این واسه ما بدتره.» (۱۲ آبان ۹۵، ایسنا)

در این رابطه، یعنی آگاهی‌های عمومی از بیماری ام‌اس، تحقیقات مختلفی صورت گرفته است؛ برای مثال، خوش‌روش و همکاران (۱۳۹۵)، مطالعه‌ای را در شهر سنجید انجام دادند و نتایج تحقیق آنها نشان داد که میزان آگاهی افراد مورد مطالعه درباره بیماری ام‌اس کمتر از حد مطلوب است و از این رو پیشنهاد کرده‌اند که طراحی و اجرای برنامه‌های مداخله‌ای به منظور افزایش شناخت افراد جامعه از بیماری ام‌اس، راه‌های پیشگیری از آن و ترویج رفتارهای محافظت‌کننده در سطح جامعه ضرورت دارد. این محققان جایگاه ویژه‌ای را برای وسایل ارتباط جمعی قائل هستند و اشاره می‌کنند که لازم است وسایل ارتباط جمعی توجه ویژه‌ای به مداخلات غنی آموزشی مرتبط با بیماری ام‌اس داشته باشند تا افراد جامعه اطلاعات کافی در مورد این بیماری و روش‌های پیشگیری از آن دریافت نموده و در اختیار اطرافیان خود قرار دهند.

در مطالعه‌ای دیگر توسط امانی و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۵)، میزان آگاهی مردم اردبیل درباره بیماری ام‌اس سنجیده شد که نتایج آن نشان داد دانش مردم درباره این بیماری در سطوح متوسط و پایین است. این مطالعه هم نقش رسانه‌های جمعی را در افزایش آگاهی مردم، پررنگ دیده است، در حالی که در حوزه سینمایی ایران، محصولی همچون فیلم «طلا و مس» این بیماری را به شدیدترین شکل موجود بازنمایی کرده که این امر می‌تواند تأثیر قابل



توجهی روی نوع نگاه جامعه به این بیماری و بیماران بگذارد. برای مثال، کارفرمایان با تحت تأثیر قرار گرفتن در مشاهده این‌گونه محصولات رسانه‌ای، شاید دیگر نتوانند به کارآیی کارمند بیمار خود اعتماد کنند یا اینکه خانواده‌ها سدهایی را برای ازدواج این افراد ایجاد کنند. شایان ذکر است که کارهای مثبتی همچون برنامه «خندوانه» شبکه نسیم و تلاش آن برای فرهنگ‌سازی مناسب درباره این بیماری انجام شده است که در این میان، کارگزاران خبری می‌توانند با پوشش حرفه‌ای و هدفمند این‌گونه رویدادها باعث تشویق فعالان رسانه‌ای دیگر در تولید برنامه‌های حمایتی از این بیماران شوند.

به‌طور کلی می‌توان گفت که بیماران ام‌اس در کنار دست و پنجه نرم کردن با بیماری خود، باید با مشکلات بزرگ دیگری همچون اشتغال، ازدواج، هزینه‌های داروها و غیره مقابله کنند. طبق ادعای پیامنی و میری (۱۳۹۰)، بیماری ام‌اس، استقلال و توانایی فرد را برای شرکت مؤثر در خانواده و اجتماع تهدید می‌کند و بیماران را به سوی احساس نبودن شایستگی و اطمینان از خود سوق می‌دهد. به همین دلیل، یافته‌های مطالعه جامعه‌شناسانه خالق‌پناه (۱۳۹۵) نشان داد که بیماران مبتلا به ام‌اس، بیماری خود را، شرایطی توصیف می‌کنند که امکان سازگاری با آن ناممکن به نظر می‌رسد، چیزی که فرد بیمار از بهنجار ساختن آن ناتوان است. این مطالعه، اشاره می‌کند که این بیماری، زمان حال و آینده بیماران را می‌پوشاند و افق‌های زندگی آنها را محدودتر می‌سازد و همچون سایه‌ای تاریک به سراسر زندگی بیماران گسترش می‌یابد.

نتایج پژوهش نشان داد که تقویت مناسب چارچوب «حمایت و امید» می‌تواند اثر قابل توجهی در افزایش کیفیت زندگی بیماران ام‌اس و همچنین افزایش آگاهی جامعه درباره این بیماری داشته باشد. همچنین به نظر می‌رسد سازمان‌های خبری با مطرح کردن دقیق مشکلات مختلف بیماران، باعث افزایش مشارکت دولت در حمایت از بیماران شوند و علاوه بر آن، خبرگزاری‌ها با اطلاع‌رسانی‌های مناسب در مورد برنامه‌های مفید انجمن‌ها، به میزان بیشتری می‌توانند همبستگی و امید را در جامعه بیماران ام‌اس افزایش دهند.

## منابع و مأخذ

- بخشی پور، باب‌الله و ثریا رمضان‌زاده (۱۳۹۵). «تعیین تأثیر درمان شناختی مبتنی بر حضور ذهن (MBCT) بر افسردگی، کیفیت زندگی و اضطراب بیماران مبتلا به مولتیپل اسکلروزیس»، *مجله پزشکی ارومیه*، شماره ۲۷: ۳۶۴-۳۵۲.
- پيامی، فیروزه و مجید میری (۱۳۹۰). «بررسی علائم و عوارض بیماری ام. اس در بیماران مبتلا به مولتیپل اسکلروزیس». *فصلنامه مندی‌ش*، شماره ۲: ۵۰-۴۵.
- توکل، محمد و سپیده یوسفی (۱۳۹۲). «بررسی زمینه‌ها و ویژگی‌های دموگرافیک بیماران مبتلا به مولتیپل اسکلروزیس (ام‌اس) عضو انجمن ام‌اس تهران در سال ۱۳۹۰». *فصلنامه اخلاق زیستی*، شماره ۳: ۱۰۰-۷۹.
- جدیدمیلانی، مریم؛ طاهره اشک‌تراب؛ ژایلا عابدسعیدی و حمید علوی‌مجد (۱۳۹۲). «ارتقای درک از بیماری مولتیپل (ام‌اس) و حیطه‌های آن در بیماران شرکت‌کننده در گروه حمایتی همتایان»، *فصلنامه دانش و تندرستی*، شماره ۸: ۳۰-۲۴.
- چوپروش‌زاده، آزاده؛ حمیدطاهر نشاط‌دوست؛ حسین مولوی و محمدرضا عابدی (۱۳۹۴). «بررسی کیفیت زندگی بیماران عضو انجمن MS شهر یزد»، *دو ماهنامه علوم پزشکی دانشکده بهداشت یزد*، شماره ۱۴: ۱۴۰-۱۳۱.
- خالق‌پناه، کمال (۱۳۹۵). «بیماری مزمن به‌عنوان شیوه‌ای از زندگی: مطالعه‌ای در واقعیت‌های زیسته بیماری ام‌اس»، *فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی*، شماره ۲۳: ۸۹-۶۵.
- خانیک، هادی و زرین زردار (۱۳۹۳). «علم در رسانه‌ها؛ بررسی فرایند برساخته‌شدن علم در چارچوب‌های رسانه‌ای»، *فصلنامه مدیریت دانش و اطلاعات*، شماره ۲۹: ۹۰۲-۸۷۵.
- خانیک، هادی؛ محمدحسین پناهی؛ محمدمبین قانع‌راد و زرین زردار (۱۳۹۳). «چارچوب‌بندی بیوتکنولوژی در محتوای نمایشی سیمای ج.ا.ا.»، *فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی*، شماره ۶: ۵۲-۲۳.
- خوش‌روش، سحر؛ پروانه تیموری؛ سجاد عبدالملکی؛ پیام خماند و مریم پرواره (۱۳۹۵). «بررسی شناخت، ادراک خطر و رفتارهای محافظتی ام‌اس در شهرستان سنندج»، *مجله هلکی دانشگاه علوم پزشکی کردستان*، شماره ۲۱: ۲۰-۱۰.
- زابلی‌زاده، اردشیر و حسینعلی افخمی (۱۳۹۲). «استفاده از نظریه چارچوب‌بندی در تبیین اثرات اخبار (مفاهیم و پژوهش‌ها)»، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، شماره ۲۰: ۱۴۴-۱۲۱.
- سرابی، سعید و هادی بهجتی‌فرد (۱۳۹۵). «مقایسه گفتمان خبری سایت‌های فارسی‌زبان شبکه‌های العربیه و بی‌بی‌سی مطالعه موردی اعتراضات عمومی در بحرین»، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، شماره ۲۳: ۱۵۰-۱۳۳.
- عابدینی، محمود؛ رضا حبیبی‌ساروی؛ اشرف زروانی و منصور فرهنگند (۱۳۸۷). «اپیدمیولوژی بیماری مولتیپل اسکلروزیس در استان مازندران در سال ۱۳۸۶»، *مجله دانشگاه علوم پزشکی مازندران*، شماره ۱۸: ۸۷-۸۲.
- عقیلی، سیدوحید و علی حاج‌محمدی (۱۳۹۶). «نقش ساز و کار برجسته‌سازی در کنترل افکار عمومی اروپا در برابر موج تحریم رژیم صهیونیستی»، *فصلنامه رسانه*، شماره ۲۸: ۹۹-۷۵.
- علی‌خانی، مهتاب؛ امیر عمرانی؛ زنگنه محرم؛ حسن برکتی؛ اکبر بابائی‌حیدرآبادی؛ منصور دلپسند؛ علی ایمانی؛ رضا وفایی و علی اشرف‌مظفری (۱۳۹۲). «تحلیل هزینه‌های درمان ام‌اس در ایران»، *مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی ایلام*، شماره ۲۱: ۱۷۷-۱۶۹.

غلامپورراد، مسعود (۱۳۹۳). «نقش رسانه در تغییرات خطمشی عمومی با استفاده از چارچوب‌بندی رسانه و تحلیل روایی خطمشی» **فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی**، شماره ۲۱: ۶۰-۳۷.

غلامپورراد، مسعود (۱۳۹۵). «شناسایی انواع چارچوب‌های رسانه‌ای ایجاد شده توسط رسانه‌های رقیب برای شکل‌دهی به خطمشی‌های عمومی در ایران؛ مطالعه موردی هدفمندی یارانه‌ها»، **فصلنامه رسانه و فرهنگ**، شماره ۶: ۸۹-۱۱۲.

فرهنگی، علی‌اکبر و امیر رستگار (۱۳۹۴). «تحلیل محتوای رسانه، یک رویکرد پژوهشی»، **فصلنامه رسانه**، شماره ۲۶: ۱۴۲-۱۲۱.

قناتی، الناز؛ محمد هادیان و علیرضا دقیقی‌اصل (۱۳۹۰). «بررسی هزینه‌های اقتصادی داروهای بیماری ام‌اس و امکان سنجی اقتصادی ارائه بیمه‌نامه‌های درمانی برای داروهای این بیماری»، **فصلنامه مدیریت سلامت**، شماره ۱۴: ۴۷-۵۴.

مطهری‌نژاد، فاطمه؛ شهریار پروانه؛ امیرهوشنگ بختیاری؛ ندا علیزاده و ستاره قهاری (۱۳۹۵). «تأثیر خلق و وضعیت شناختی بر ارتباط بین اختلالات خواب و خستگی در افراد مبتلا به مولتیپل اسکلروزیس»، **فصلنامه کومش**، شماره ۷: ۶۱۹-۶۱۳.

نائینی، زریتا؛ اکبر سلطان‌زاده؛ هومان سلیمی‌پور؛ زهرا وهایی و سمیرا یادگاری (۱۳۹۴). «ارتباط حوادث استرس‌زای شدید با بروز بیماری مولتیپل اسکلروزیس»، **دوماهنامه طب جنوب**، شماره ۱۸: ۲۸-۲۲۲.

نیک‌سرشت، علی‌رضا؛ صادق ایزدی و عباس رحیمی‌جبری (۱۳۹۰). «استفاده از بتافرون و هزینه‌های آن در بیماران مولتیپل اسکلروز استان فارس»، **مجله پژوهشی حکیم**، شماره ۱۴: ۱۶۴-۱۵۹.

Amani, F., Hoseinzadeh, S., Sabzvari, A., Avesta, L., Kahnamouei-Aghdam, F., & Barak, M. (2015). Awareness rate of Ardabil city people about multiple sclerosis. **International Journal of Advances in Medicine**, 2(2), 156-159.

Arbatani, T. R., Aqili, S. V., Labafi, S., & Omidi, A. (2016). Social representations of Iranian transsexual people in the media: A thematic analysis. **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, 6(5), 273-284.

Berkowitz, D. A., & Liu, Z. (2014). The Social-Cultural Construction of News. In R. S. Fortner, & P. M. Fackler, **The Handbook of Media and Mass Communication Theory** (pp. 301-313). John Wiley & Sons, Inc.

Bos, L., Lecheler, S., Mewafi, M., & Vliegthart, R. (2016). It's the frame that matters: Immigrant integration and media framing effects in the Netherlands. **International Journal of Intercultural Relations**, 55, 97-108.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. **Qualitative Research in Psychology**, 3(2), 77-101.

Cacciatore, M. A., Scheufele, D. A., & Iyengar, S. (2016). The End of Framing ss we Know and the Future of Media Effects. **Mass Communication and Society**, 19(1), 7-23.

Coleman, R., McCombs, M., Shaw, D., & Weaver, D. (2009). Agenda setting. **The handbook of journalism studies**, 147-160.

De Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. **Information design journal+ document design**, 13(1), 51-62.

Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utraiainen, K., & Kyngäs, H. (2014). Qualitative content analysis. **Sage Open**, 4(1), 1-10.

- Entman, R. M., Matthes, J., & Pellicano, L. (2009). Nature, sources, and effects of news framing. **The handbook of journalism studies**, 175-190.
- Frederick, D. A., Saguy, A. C., Sandhu, G., & Mann, T. (2015). Effects of competing news media frames of weight on antifat stigma, beliefs about weight and support for obesity-related public policies. **International Journal of Obesity**, 40, 543-549.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- Huang, Y. (2018). Media Representation of Tongxinglian in China: A Case study of hle Poop s iii ly. **Journal of homosexuality**, 65(3), 338-360.
- Johnson, H. J. (2016). Bisexuality, mental health, and media representation. **Journal of Bisexuality**, 16(3), 378-396.
- Kim, S. H., Tanner, A. H., Foster, C. B., & Kim, S. Y. (2015). Talking about health care: News framing of who is responsible for rising health care costs in the United States. **Journal of health communication**, 20(2), 123-133.
- Lecheler, S., & de Vreese, C. H. (2012). News framing and public opinion a mediation analysis of framing effects on political attitudes. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 89(2), 185-204.
- Lecheler, S., Bos, L., & Vliegenthart, R. (2015). The Mediating Role of Emotions News Framing Effects on Opinions About Immigration. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 92(4), 812-838.
- Lee, T. H., & Riffe, D. (2017). Business news framing of Corporate Social Responsibility in the United States and the United Kingdom: Insights from the implicit and explicit CSR framework. **Business & Society**, 1-29.
- Lück, J., Wessler, H., Wozniak, A., & Lycarião, D. (2018). Counterbalancing global media frames with nationally colored narratives: A comparative study of news narratives and news framing in the climate change coverage of five countries. **Journalism**, 19(12), 1635-1656.
- Mason, D. J., Nixon, L., Glickstein, B., Han, S., Westphaln, K., & Carter, L. (2018). The Woodhutt tt t dy RvvisdddN Nirsss Rppreenaooa nnaaa lhh News Media 20 Years Later. **Journal of Nursing Scholarship**, 50(6), 695-704.
- Mastin, T., Murphy, A. G., Riplinger, A. J., & Ngugi, E. (2016). Having Their Say: Sex Workers Discuss Their Needs and Resources. **Health care for women international**, 37(3), 343-363.
- McLeod, D. M., & Detenber, B. H. (1999). Framing effects of television news coverage of social protest. **Journal of Communication**, 49(3), 3-23.
- Pavlik, J. V. (2001). News framing and new media: Digital tools to re-engage an alienated citizenry. **Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world**, 311-321.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. **Journal of communication**, 57(1), 9-20.
- Sharifi, S. M., Omidi, A., & Marzban, B. (2016). The impact of instagram use on body image concerns among Iranian University Female Students: A phenomenological approach. **Int J Acad Res Psychol**, 3, 26-36.

- Smith, B. J., & Bonfiglioli, C. M. F. (2015). Physical activity in the mass media: an audience perspective. **Health Education Research**, 30(2), 359° 369.
- Sun, Y., Krakow, M., John, K. K., Liu, M., & Weaver, J. (2016). Framing Obesity: How News Frames Shape Attributions and Behavioral Responses. **Journal of health communication**, 21(2), 139-147.
- Tewksbury, D., Scheufele, D. A., Bryant, J., & Oliver, M. B. (2009). News framing theory and research. **Media effects: Advances in theory and research**, New York: Routledge.
- Thomas, D. (2008). **A general inductive approach for qualitative data analysis**. Auckland: University of Auckland.
- Tuchman, G. (1978). **Making news: A study in the construction of reality**. New York: The Free Press.
- Wiest, S., Raymond, L., & Clawson, R. A. (2012). All Climate Politics Are Local? Framing Effects on Attitudes Toward Policies on Climate Change, **Global environmental change**, 31, 187-198.



منابع خبرها

<a href="http://www.irna.ir/fa/News/82255377">http://www.irna.ir/fa/News/82255377</a>	خبرگزاری ایرنا
<a href="http://www.irna.ir/fa/News/82265216">http://www.irna.ir/fa/News/82265216</a>	خبرگزاری ایرنا
<a href="http://yon.ir/2hUhb">http://yon.ir/2hUhb</a>	خبرگزاری ایسنا
<a href="http://yon.ir/4SUUe">http://yon.ir/4SUUe</a>	خبرگزاری ایسنا
<a href="http://yon.ir/8axfq">http://yon.ir/8axfq</a>	خبرگزاری ایسنا
<a href="http://yon.ir/C4k3A">http://yon.ir/C4k3A</a>	خبرگزاری ایسنا
<a href="http://yon.ir/oGsWJ">http://yon.ir/oGsWJ</a>	خبرگزاری ایسنا
<a href="http://yon.ir/prUP5">http://yon.ir/prUP5</a>	خبرگزاری ایسنا
<a href="http://yon.ir/qh1ll">http://yon.ir/qh1ll</a>	خبرگزاری ایسنا
<a href="http://yon.ir/Uz3nu">http://yon.ir/Uz3nu</a>	خبرگزاری ایسنا
<a href="http://yon.ir/X2q7c">http://yon.ir/X2q7c</a>	خبرگزاری ایسنا
<a href="http://yon.ir/X2RWm">http://yon.ir/X2RWm</a>	خبرگزاری ایسنا
<a href="http://yon.ir/XYdz1">http://yon.ir/XYdz1</a>	خبرگزاری ایسنا
<a href="http://yon.ir/ZWuL0">http://yon.ir/ZWuL0</a>	خبرگزاری ایسنا
<a href="http://yon.ir/mgVAi">http://yon.ir/mgVAi</a>	خبرگزاری صداوسیما
<a href="http://yon.ir/RU1DC">http://yon.ir/RU1DC</a>	خبرگزاری صداوسیما
<a href="http://yon.ir/2Y7WB">http://yon.ir/2Y7WB</a>	خبرگزاری مهر
<a href="http://yon.ir/DVCmJ">http://yon.ir/DVCmJ</a>	خبرگزاری مهر
<a href="http://yon.ir/lyHvC">http://yon.ir/lyHvC</a>	خبرگزاری مهر
<a href="http://yon.ir/nmSw9">http://yon.ir/nmSw9</a>	خبرگزاری مهر
<a href="http://yon.ir/SnJVp">http://yon.ir/SnJVp</a>	خبرگزاری مهر
<a href="http://yon.ir/tbCh0">http://yon.ir/tbCh0</a>	خبرگزاری مهر
<a href="http://yon.ir/wJKh9">http://yon.ir/wJKh9</a>	خبرگزاری مهر
<a href="http://yon.ir/YRUwv">http://yon.ir/YRUwv</a>	خبرگزاری مهر