



The Role of Health News of News Agencies in Informing Tehrani Female Students in the Era of Corona

Meysam Farokhi¹ | Samira Karami²

1. Corresponding author, Associate Professor, Department of Communication, Refah Faculty, Tehran, Tehran, Iran. E-mail: farokhi@refah.ac.ir
2. Master of Social Communication Science, Refah Faculty, Tehran, Iran. E-mail: samer_karim@yahoo.com

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 4 August 2024

Received in revised form: 17
September 2024

Accepted: 15 December 2024

Published online: 15 March
2025

Keywords:

News Agency,
Health News,
Health Communication,
Corona.

ABSTRACT

Objective: To investigate the role of health news of news agencies in informing Tehrani female students during the Corona period.

Methods: The research is applied in terms of purpose and of the survey type, which was used to collect data from a researcher-made questionnaire. The statistical population consists of all the female students of Refah Faculty in 2023, 273 students were selected by stratified random sampling method. In order to calculate the validity, Cronbach's alpha questionnaire was used from some professors and experts and the reliability supervisor, and the items were confirmed (alpha = 0.93). Regression and ANOVA tests have been used to test research hypotheses (10 hypotheses).

Results: According to the results regarding the age variable, 75.1% of the respondents are in the age range of 20-30 years old and accounted for the highest frequency, and only 0.7% of the female students are over 50 years old. 89% of students are studying at the undergraduate level. About 72.6% of students are single and 27.4% are married. About 76.8 percent of the respondents are not employed and 23.2 of them are employed. 85.3% of students live in Tehran province and 14.7% of students are studying in Tehran. 38.9% of the respondents are studying in their fourth academic year and 13.9% are studying in the first year of university with the least frequency. It indicates that the health news of the news agencies in the research variables include knowledge of ways to prevent corona, health behaviors towards corona, nutrition culture, personal protection, timely visit to the doctor in case of corona, use of herbal products affecting Corona, complying with quarantine during the Corona era, changing the shopping behavior pattern from face-to-face to online, carrying out vaccination and raising awareness among Tehrani female students play a significant role, and in other words, there is a significant relationship between the variable of health news of news agencies and other variables of the research.

Conclusions: It should be mentioned that since some of the respondents stated that they are not familiar enough with the news agencies, it is necessary for the news agencies to put appropriate information on their agenda in order to familiarize the people of the society with their mission and social responsibility. Considering the growing trend of informing through different media and the mission of news agencies to produce news content for other media, it is suggested: since the statistical population of this study is only female students; It is suggested to use a larger statistical community in future researches to measure the impact of news agencies on informing the audience. Mixed methods or qualitative methods should also be used to measure the impact of news agencies on informing the audience. The impact of news agencies on informing the audience in other fields, including economic, political, social and cultural, should be investigated. The comparison between the impact of news agencies on different groups of society should be investigated. Considering the importance of information in times of crisis, it is suggested to investigate the impact of news agencies in different crises, and based on the performance and points of improvement, a written program should be developed to make news agencies more effective.

Cite this article: Farokhi, M., Karami, S (2025). The Role of Health News of News Agencies in Informing Tehrani Female Students in the Era of Corona. *News Science*, 13 (4), 11-15. DOI: <http://doi.org/10.22034/lrsi.2024.471600.1217>

© The Author(s).

DOI: <http://doi.org/10.22034/lrsi.2024.471600.1217>



EXTENDED ABSTRACT

The Role of Health News of News Agencies in Informing Tehrani Female Students in the Era of Corona

Meysam Farokhi¹  | Samira Karami² 

1. Corresponding author, Associate Professor, Department of Communication, refah Faculty, Tehran, Tehran, Iran. E-mail: farokhi@refah.ac.ir
2. Master of Social Communication Science, refah Faculty, Tehran, Iran. E-mail: samer_karim@yahoo.com

Introduction:

At the beginning of the Covid-19 pandemic, all societies and consequently Iran faced a severe crisis. Faced with this virus, millions of people turned to the media, especially social media, to learn about the latest developments and results of the spread and treatment of the Corona virus, and since the worries and sense of danger among the people increased; The government put accurate and timely awareness and information about the nature of the threat and necessary measures to deal with the virus on its agenda. The flow of information from different and parallel organizations had confused the people and consequently the students. So that this confusion became the basis of social crisis among the people of the society. In this research, the researcher seeks to investigate the role of health news of news agencies in informing Tehrani female students in the era of Corona.

Methods:

The current research is applied research and has been carried out by a survey method. The tool of data collection is a researcher-made questionnaire and the method of data analysis is done using spss software. The statistical population in this research is all the female students of Refah Faculty in 2023, which are 1100 students. In this regard, based on Cochran's formula, 273 students were studied by stratified sampling, so that among the majors available in the degree Bachelor's and Master's degrees (16 fields) were selected according to the number of students in each field. In this research, to increase the reliability and validity of the questionnaire, a number of professors were first consulted and the questions were reviewed with their opinion. Then, a number of questionnaires were distributed among each part of the statistical population, and all ambiguities were clarified and resolved, and the final questionnaire was distributed. Regression and ANOVA tests were used to test the hypotheses. Also, regarding the reliability of the research, Cronbach's alpha was used in the pre-test sample of 50 people, which is confirmed by the alpha coefficient of each variable (more than 7.0).

Results:

According to the results regarding the age variable, 75.1% of the respondents are in the age range of 20-30 years old and accounted for the highest frequency, and only 0.7% of the female students are over 50 years old. 89% of students are studying at the undergraduate level. About 72.6% of

students are single and 27.4% are married. About 76.8 percent of the respondents are not employed and 23.2 of them are employed. 85.3% of students live in Tehran province and 14.7% of students are studying in Tehran. 38.9% of the respondents are studying in their fourth academic year and 13.9% are studying in the first year of university with the least frequency. It indicates that the health news of the news agencies in the research variables include knowledge of ways to prevent corona, health behaviors towards corona, nutrition culture, personal protection, timely visit to the doctor in case of corona, use of herbal products affecting Corona, complying with quarantine during the Corona era, changing the shopping behavior pattern from face-to-face to online, carrying out vaccination and raising awareness among Tehrani female students play a significant role, and in other words, there is a significant relationship between the variable of health news of news agencies and other variables of the research.

Conclusions:

The findings of this study show that some students, as a segment of society, are not familiar with news agencies that are responsible for producing news content, and in this context, news agencies should take the necessary measures to introduce and inform the target community. Improve students' familiarity. Although the days of the corona virus caused people to monitor the news; However, not all students used the news published by the news agencies focusing on the Corona virus, and only half of them trusted this published news. For this purpose, while introducing students to their mission, news agencies should try to build students' trust in the published news. Because one of the most important effective factors in media penetration and effectiveness is the issue of trust in the media. Considering the growing trend of informing through different media and the mission of news agencies to produce news content for other media, it is suggested: since the statistical population of this study is only female students; It is suggested to use a larger statistical community in future researches to measure the impact of news agencies on informing the audience. Mixed methods or qualitative methods should also be used to measure the impact of news agencies on informing the audience. The impact of news agencies on informing the audience in other fields, including economic, political, social and cultural, should be investigated. The comparison between the impact of news agencies on different groups of society should be investigated. Considering the importance of information in times of crisis, it is suggested to investigate the impact of news agencies in different crises, and based on the performance and points of improvement, a written program should be developed to make news agencies more effective.



نقش اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در آگاهی‌بخشی به دانشجویان دختر تهرانی در دوران کرونا

میثم فرخی^۱ | سمیرا کرمی^۲

۱. دانشیار، گروه ارتباطات و مطالعات فرهنگی، دانشکده رفاه، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)، رایانامه: farokhi@refah.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده رفاه، تهران، ایران. رایانامه: samer_karim@yahoo.com

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۵/۱۴</p> <p>تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۶/۲۷</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۷/۲۵</p> <p>تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۱۲/۲۵</p> <p>کلیدواژه‌ها: خبرگزاری، اخبار سلامت، ارتباطات سلامت، کرونا.</p>	<p>هدف: بررسی نقش اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در آگاهی‌بخشی به دانشجویان دختر تهرانی در ایام کرونا می‌باشد.</p> <p>روش پژوهش: پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نوع پیمایشی است که برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. جامعه آماری متشکل از تمامی دانشجویان دختر دانشکده رفاه در سال ۱۴۰۲ می‌باشد که با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی تعداد ۲۷۳ نفر از دانشجویان انتخاب شدند. جهت محاسبه روایی از برخی اساتید و خبرگان و ناظر به پایایی پرسشنامه آلفای کرونباخ به کار گرفته شد که گویه‌ها (۰/۹۳ = آلفا) تایید شدند. ناظر به آزمون فرضیه‌های پژوهش (۱۰ فرضیه) از آزمون‌های رگرسیون و آنوا استفاده شده است.</p> <p>یافته‌ها: حاکی از آن است که اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در متغیرهای پژوهش شامل شناخت راه‌های پیشگیری از کرونا، رفتارهای بهداشتی نسبت به کرونا، فرهنگ تغذیه، حفاظت فردی، مراجعه بهنگام به پزشک در صورت ابتلا به کرونا، استفاده از فرآورده‌های گیاهی تأثیرگذار بر کرونا، رعایت قرنطینه در دوران کرونا، تغییر الگوی رفتاری خرید از حضوری به اینترنتی، انجام واکسیناسیون و آگاهی‌بخشی دانشجویان دختر تهرانی به میزان قابل توجهی، نقش دارند و به بیان دیگر بین متغیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و سایر متغیرهای پژوهش رابطه معنادار وجود دارد.</p> <p>نتیجه‌گیری: باید اشاره نمود از آنجا که برخی از پاسخگویان بیان کردند که با خبرگزاری‌ها آشنایی کافی ندارند که در این زمینه لازم است تا خبرگزاری‌ها جهت آشنایی افراد جامعه با رسالت و مسئولیت اجتماعی خود، اطلاع‌رسانی‌های مناسبی در دستور کار خود قرار دهند. به همین منظور خبرگزاری‌ها ضمن آشنا نمودن دانشجویان با رسالت خود باید تلاش نمایند تا در راستای اعتمادزایی دانشجویان به اخبار منتشر شده گام بردارند. چرا که یکی از مهم‌ترین عوامل موثر در نفوذ پذیری و تأثیرگذاری رسانه‌ها بحث اعتماد به رسانه می‌باشد.</p>



استناد: فرخی، میثم؛ کرمی، سمیرا (۱۴۰۳). نقش اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در آگاهی‌بخشی به دانشجویان دختر تهرانی در دوران کرونا. علوم خبری، ۱۳ (۴)، ۶۵-۴۵.

DOI : <http://doi.org/10.22034/Irsi.2024.471600.1217>



© نویسندگان.

مقدمه

پیشرفت‌های بی‌شمار حوزه فناوری ارتباطات و اطلاعات، تحول عظیمی را در زندگی روزمره انسان امروزی به وجود آورده است. ظهور وب‌سایت‌ها (تارنماهای اینترنتی)، پرتال‌های غیرخبری و خبری از آغاز و ابتدای دهه ۹۰ میلادی و توسعه روزمره‌شان باعث به وجود آمدن و فعالیت هزاران تارنما و وب‌سایت، روزنامه، خبرگزاری، نشریات الکترونیکی و پرتال‌های خبری در جهان شده است و میلیون‌ها نفر از مردم دنیا در هر لحظه می‌توانند با استفاده از فناوری‌های ارتباطی، اخبار و اطلاعات مورد نیاز خود را کسب نمایند. (حسین، ۲۰۲۲) به بیان دیگر می‌توان گفت در واقع رسانه‌ها با بهره‌گیری از نوعی محدودسازی، تفکر افراد و مردم جامعه را در برابر اتفاقات و مشکلات دستخوش تغییراتی می‌نمایند و بر تعاملات افراد موجود در جامعه در مقابل وقایع مؤثر می‌باشند.

در این میان خبرگزاری‌ها رکن اساسی در فرایند خبررسانی و محور مباحث مربوط به مقوله تخصصی تولید خبر به شمار می‌روند. خبرگزاری‌ها به طور اخص در خط مقدم تولید محتوا و خبر قرار دارند و به دلیل این که نقش و جایگاه اساسی و مهمی در مسیر و روند ساخت و تهیه کردن، انتقال دادن و پخش نمودن داده‌ها و اطلاعات گزارش‌ها و خبرها دارند، حائز اهمیت می‌باشند. به عقیده اریکسون (۲۰۱۸)، آن‌ها شیوه‌نامه‌ها و اولویت‌های دیگر رسانه‌ها اعم از تلویزیون و مطبوعات و انواع رسانه‌های نوین بر پایه وب را مشخص می‌نمایند. در این باره خبرگزاری‌ها اکثراً به تهیه اخبار کمتر جنجالی، قابل پیش‌بینی و متصل به منابع رسمی ولیکن خالی از گزارش‌های متهورنما و جذاب مورد اتهام می‌باشند. البته خبرگزاری‌ها در میدان فعالیت حرفه‌ای، بهترین شناخت را از مباحث داشته و دارند و علاقه زیادی به و مسائل بحرانی از خود نشان می‌دهند. و اغلب گزارش‌هایی تهیه می‌نمایند که دیگر رسانه‌ها با آن دسترسی نداشته یا آن را از دست داده‌اند (مسعودی و اسلامی فرد، ۱۴۰۰). بنابراین به‌طور خلاصه می‌توان بیان کرد که وظیفه و نقش یک خبرگزاری پدید آوردن اخبار خام می‌باشد تا انواع رسانه‌ها (اعم از تلویزیون، رادیو، نشریات، روزنامه‌ها و...) از آن اخبار بهره‌گیری نمایند. آنچه که منجر به پیشرفت و اعتبار یک خبرگزاری می‌گردد، در وهله اول بدین صورت تعریف می‌گردد که اخبار به‌نحو بی‌واسطه (دست اول) توسط خبرگزاری مفروض به‌دست آید و سریعاً در دست انواع رسانه‌ها (اعم از تلویزیون، رادیو، نشریات، روزنامه‌ها و...) قرار گیرد.

ارتباطات سلامت نیز فن برانگیزانند، مؤثر بودن و آگاه نمودن کاربران نسبت به موضوعات موجود در حوزه سلامت بر پایه یک برنامه‌ریزی تدوینی و دارای پایه نظری گفته می‌شود. اهداف ارتباطات سلامت به‌صورت مقابل می‌باشد: توسعه سلامت، نحوه زندگی اشخاص موجود در یک جامعه و پیشگیری از امراض (وبهمن و همکاران، ۲۰۲۲). در حقیقت موضوع ارتباطات سلامت در پی این است تا موضوع سلامت را به اولویت نخست اشخاص بدل گرداند. به طور کلی بهره‌گیری از رسانه‌های چندرسانه‌ای، رسانه‌های جمعی و تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی جدید برای توزیع داده‌های سلامت و برقراری ارتباطات با افراد می‌تواند به تحقق این هدفها مساعدت دهد. هر کدامان به نحوی در ارتباطات سلامت تجربه داریم. قسمتی از ارتباطات سلامت، تدوین و توزیع پیام‌های سلامت از جانب کارشناسان علم پزشکی و یا سلامت عمومی با مقصود مطلع نمودن اشخاص می‌باشد که این پیام‌ها قادر است تا آنها را جهت حفظ و توسعه سلامتی‌شان مساعدت نماید. اشخاص قادرند تا از اطلاعات سلامت موجود در رسانه‌های گوناگون نیز بهره‌گیری نمایند و علم و مهارت مورد احتیاج را جهت بهبود در تصمیم‌گیری‌های سلامت به دست آورند. با برنامه‌های تبلیغ سلامت می‌توان مقدار رجوع به رسانه‌ها را برای کسب اطلاعات سلامت افزایش داد. مقصود از برنامه‌های تبلیغ سلامت، قدرتمند ساختن اشخاص موجود در یک جامعه برای بالا بردن میزان کنترل بر سلامتی و عوامل مؤثر بر آن، همچنین بهبود سلامتی و در یک جمع‌بندی کلی سلامت عمومی می‌باشد (غزالی و همکاران، ۲۰۲۲).

در ابتدای همه‌گیری کووید ۱۹، تمامی جوامع و به تبع آن ایران با بحران شدیدی مواجه شد. در مواجهه با این ویروس میلیون‌ها نفر برای آگاهی از آخرین تحولات و نتایج شیوع و درمان کرونا به رسانه‌ها به خصوص رسانه‌های اجتماعی روی آوردند و از آن جا که نگرانی‌ها و احساس خطر در بین مردم زیاد شد؛ دولت آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی دقیق و به موقع در مورد ماهیت تهدید و اقدامات لازم برای مقابله با ویروس را در دستور کار خود قرار داد. سربز اطلاعات از سازمانهای مختلف و موازی باعث سردرگمی مردم و به تبع آن دانشجویان شده بود. به طوری که این سردرگمی زمینه ساز بحران اجتماعی در بین مردم جامعه شد. در این

پژوهش محقق به دنبال بررسی نقش اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در آگاهی بخشی به دانشجویان دختر تهرانی در دوران کرونا می‌باشد.

ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش

خبرگزاری

خبرگزاری را می‌توان فضایی در نظر گرفت که خبرهای روز را برای روزنامه‌ها یا مؤسسه‌های خبری جمع‌آوری می‌کند و می‌فرستد (اسدی و علی‌آبادی: ۱۳۸۱). خبرگزاری‌ها از نقش و جایگاه اساسی و مهمی در روند تهیه، تولید، انتقال و انتشار اطلاعات، اخبار و گزارش‌ها برخوردار هستند. به طوری که آن‌ها اولویت‌ها و دستورالعمل‌های دیگر رسانه‌ها را تعیین می‌نمایند که چه گزارش‌های بین‌المللی محصولات تصویری، تصاویر تلویزیونی و اطلاعات توأمای متنی و شنیداری را برای انتقال و انتشار به مخاطبان خود انتخاب کنند. (کریستن سن و لاگرید، ۲۰۲۰) در این خصوص خبرگزاری‌ها اغلب به تولید اخبار کمتر جنجالی، پیش‌بینی‌شدنی و وابسته به منابع رسمی اما تهی از گزارش‌های منهورانه و جذاب متهم می‌شوند. به رغم این انتقادات، آن‌ها در میدان فعالیت حرفه‌ای بهترین شناخت را از موضوع‌ها داشته و علاقه زیادی به مناطق بحرانی و در حال توسعه جهان از خود نشان می‌دهند؛ خبرگزاری‌ها گزارش‌هایی که تولید و مخابره می‌نمایند اغلب سایر رسانه‌ها به آن دسترسی نداشته یا آن را از دست داده‌اند. در واقع خبرگزاری‌ها در زندگی پیچیده امروز در جایگاه میانجی نقل رویدادها قرار دارند (مسعودی و اسلامی‌فر، ۱۴۰۰).

ارتباطات سلامت

منظور از ارتباطات سلامت، فن برانگیزاندن، مؤثر بودن و آگاه نمودن کاربران نسبت به موضوعات موجود در حوزه سلامت بر پایه یک برنامه‌ریزی تدوینی و دارای پایه نظری گفته می‌شود. اهداف ارتباطات سلامت به صورت مقابل می‌باشد: توسعه سلامت، نحوه زندگی اشخاص موجود در یک جامعه و پیشگیری از امراض (ویهمان و همکاران، ۲۰۲۲). دپارتمان خدمات انسانی و سلامت آمریکا (۲۰۱۰) معتقد است که پیام سلامت باید دارای ویژگی‌های زیر باشد:

- **صحت محتوا:** پیام سلامت بایستی قابل اعتماد، واجد اعتبار و بر اساس و مبنای یافته‌های علمی و پزشکی و بعید از هر نوع تفسیر شخصی، خطا، اشتباه و قضاوت باشد.
 - **در دسترس بودن:** کاربر بایستی به سهولت قادر باشد تا به پیام سلامت دسترسی یابد.
 - **توازن:** یک پیام سلامت بایستی هر دو سمت مضرات و معایب موضوعات مرتبط با حوزه سلامت را به طور واضح بازتاب دهد.
 - **ثبات و یک‌دستی محتوا:** مسلم است که محتوای پیام سلامت بایستی در طول زمان ثابت و با داده‌های سایر منابع و مراجع علمی هم‌خوانی و مشابهت داشته باشد.
- همیشه از متخصصان و کارشناسان در حوزه سلامت انتظار داریم تا پیام‌های سلامت را به صورت مؤثر و کارآمد تدوین نمایند و سعی کنند تا به اشخاصی که به هر نحوی سلامتی‌شان در خطر می‌باشد و از علم و آگاهی لازم در موضوع سلامت برخوردار نمی‌باشند، این پیام‌ها را ابلاغ نمایند. این طریقه از تغییر و هماهنگی داده‌های سلامت با سطح سواد سلامت کاربر و ابلاغ آن به کاربر و مؤثر بودن پیام بر وی، ذات ارتباطات سلامت اثرگذار را تشکیل می‌دهد (مرکز کنترل و پیشگیری از بیماری‌های آمریکا، ۲۰۲۰).



شکل ۱: ویژگی‌های پیام سلامت (مرکز کنترل و پیشگیری از بیماری‌های آمریکا، ۲۰۲۰)

نظریه کارکردگرایی

نظریه کارکردگرایی از اوایل دهه ۶۰ در تحقیقات ارتباطات جمعی یک موقعیت برجسته یافت. دورکهم بر اهمیت ارتباطات در روند حفظ و تبدیل جامعه و نقشی که این ارتباط در تولید و بازتولید اجماع و توافق در مورد مسائل و حفظ تعادل در جامعه ایفا می‌کند، اشاره دارد. تحلیل کارکردی ارتباطات جمعی بر نقش رسانه در حفظ نظم اجتماعی و ساختار جامعه تاکید دارد و بررسی می‌کند که چگونه آنها وظایف خاصی را برای حفظ تعادل جامعه ایفا می‌کنند و یا از انجام آن سرباز می‌زنند (ویلیامز، ۲۰۱۹). هارلد لاسول (۱۹۴۸) اشاره می‌کند که رسانه سه کارکرد اساسی نظارت، همبستگی، انتقال را از طریق کارکرد نظارت، برای افراد و جامعه فراهم می‌کنند، که باعث می‌شود تغییراتی را که در اطرافشان رخ می‌دهد رصد کرده و تهدیدات و فرصت‌ها را شناسایی کنند. همچنین کارکرد همبستگی افراد و گروه‌های مختلف جامعه را برای پاسخ به فرصت‌ها و تهدیدات از طریق فرآیند توضیح و تفسیر رویدادها فراهم می‌آورد. کارکرد انتقال اجازه می‌دهد تا میراث فرهنگی و اجتماعی از یک نسل به نسل دیگر منتقل شود. بنابراین رسانه می‌تواند به عنوان یک عامل اجتماعی کردن شناخته شود. در حوزه کارکردها، رایت (۱۹۶۰) کارکرد سرگرمی را که برای افراد آرامش، لذت و رهایی به همراه می‌آورد و انطباق آنان با زندگی را ساده‌تر می‌سازد، مطرح کرد. (ویلیامز، ۲۰۱۹).

نظریه استفاده و رضامندی

رویکرد «کاربردها و خشنودسازی» یا «رضایتمندی و خرسندی»، یکی از مشهورترین نظریات ارتباطات جمعی است. دلایل و انگیزه‌های استفاده جوانان از رسانه‌ها زمینه‌های اصلی هستند که در رویکرد استفاده و خشنودی به آنها توجه می‌شود. این رویکرد برای اولین بار توسط الیهو کاتز در دهه ۱۹۷۰ مطرح شده و بیان می‌دارد که مخاطب از رسانه‌ها برای ارضای نیازها و خواسته‌هایشان استفاده می‌کند. هدف اصلی این رویکرد تحقیق در چگونگی انتخاب، دریافت و شیوه‌های عکس‌العمل مخاطبان رسانه‌ها است.

در این رویکرد، که به مخاطبان رسانه‌ها توجه دارد، تأکید می‌شود که انگیزه مخاطبان در مصرف محصولات رسانه‌ای، رضامندی و ارضای برخی از نیازهای تجربه‌شده آنان است؛ مصرف نیز به سمت و سوی این رضامندی جهت‌گیری شده است. کاتز، بلامر

و گورویچ برداشتی کارکردگرایانه از نظریه استفاده و خوشنودی ارائه می‌دهند که این رویکرد مربوط می‌شود به ریشه‌های اجتماعی و روانشناسی اجتماعی نیازهایی که انتظارات از رسانه‌های جمعی ایجاد می‌کند منجر می‌شود به الگوهای متفاوت مواجهه با رسانه که نتیجه آن خوشنودی‌های مرتبط با نیاز و پیامدهای دیگری است که اغلب ناخواسته است (سورین و تانکارد: ۱۳۸۶). کاتز، گورویچ و هاس (۱۹۷۳) رسانه‌ها را ابزاری می‌دانند که افراد برای ارتباط یا عدم ارتباط خود با دیگران مورد استفاده قرار می‌دهند. آنها ۳۵ نیاز را از نوشته‌های عمدتاً نظری درباره کارکردهای اجتماعی و روانشناختی رسانه‌های جمعی گرفته و آنها را در چهار دسته قرار دادند. این چهار دسته عبارتند از:

- نیازهای شناختی (کسب اطلاعات، آگاهی و شناخت)؛
- نیازهای عاطفی (تجارب عاطفی، لذتبخش یا زیبایی‌شناسانه)؛
- نیازهای انسجام بخش شخصی (تقویت اعتبار، اعتماد، ثبات و پایگاه)؛
- نیازهای گریز از تنش (فراغت و آسایش) (گنجی: ۱۳۸۵).

مطالعات نشان داده که جستجوی اطلاعات، سرگرمی، نظارت، ارتباطات فردی، هویت‌یابی، ایجاد منزلت اجتماعی و یادگیری، فاکتورهای مکرر رضایتمندی‌های متداول هستند. (مهدی زاده: ۱۳۹۱)

پیشینه تجربی

۱. مطالعات داخلی

بیداروند، پورقهرمانی و بیگی (۱۴۰۱)، در مطالعه خود با عنوان «تأثیر پیشگیرانه سرمایه اجتماعی رسانه‌ای بر بزهکاری در بستر فناوری‌های نوین در دوران اپیدمی کرونا» به بررسی رابطه بین مولفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای و بزهکاری پرداختند. پژوهش با روش پیمایشی صورت گرفته و شیوه جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه است. جامعه آماری دربردارنده دانشجویان محصل در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۰ است که از میان آنان، ۲۵۰ نفر برای نمونه پژوهش از راه فرمول کوکران انتخاب شده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که افزایش توانایی کاربران در جامعه، بر پایه ترویج سواد مبتنی بر فرهنگ، اخلاق، عدالت و درک آگاهانه و انتقادی از ماهیت رسانه‌های جمعی و فنونی که از سوی تولیدکنندگان رسانه استفاده می‌شود، بر فرد و جامعه در جهت کاهش بزهکاری سایبری موثر واقع می‌شود. از یافته‌های پژوهش چنین برمی‌آید که بین درک محتوای پیام‌ها، آگاهی از اهداف پنهان پیام‌ها، گزینش آگاهانه پیام‌ها، تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، عقلانیت و نگاه انتقادی به پیام‌ها به‌عنوان مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای با کاهش آمار بزهکاری سایبری رابطه مستقیم وجود دارد. انوار، سلطانی‌فر و آقازاده (۱۴۰۱)، در مطالعه‌ای با عنوان «نقش و مسئولیت رسانه‌های جمعی در مدیریت بیماری کرونا» به بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی پرداختند. در این راستا می‌توان ادعا کرد که فضای شکل گرفته پس از کرونا در شبکه‌های اجتماعی خصوصیت تعاملی بودن و جمع‌زدایی رسانه را کاملاً نمایان کرده است. رسانه و شبکه‌های اجتماعی این قدرت را دارند که با برجسته‌سازی و بزرگنمایی یک پدیده، آن را تبدیل به بحران کنند و بالعکس با کوچک‌نمایی و بی‌اهمیت جلوه‌دادن پدیده‌ای دیگر، کاملاً موضوع را مغفول و محو کنند. احمدی، عسگرزاده و مفیدی (۱۴۰۰)، در مطالعه‌ای خود با عنوان «مطالعه تطبیقی پوشش خبری بحران کرونا در شبکه خبر و بی‌بی‌سی فارسی» با هدف شناختن نحوه پوشش خبری شیوع کووید ۱۹ در شبکه خبر رسانه ملی و شبکه بی‌بی‌سی فارسی، به استراتژی‌های رسانه‌های خبری در تقابل اولیه با این بحران بر مبنای نظریه‌های برجسته‌سازی و چارچوب‌سازی پرداخته‌اند. اخبار مرتبط با موضوع کرونا در دو قسمت مهم خبری (ساعت ۱۳ شبکه خبر و ساعت ۱۸ شبکه بی‌بی‌سی فارسی) به روش طبقه‌بندی برگزیده و در محدوده زمانی ۱۳۹۸/۱۲/۰۱ تا ۱۳۹۹/۰۶/۳۱ تجزیه و تفسیر گشتند. بر اساس یافته‌ها، شبکه خبر چهار راهبرد «آرام‌سازی جامعه»، «مطالبه‌گری»، «اطلاع‌رسانی» و «توجه به ارتباطات سلامت» را جهت تقابل اولیه با بحران کرونا مورد نظر

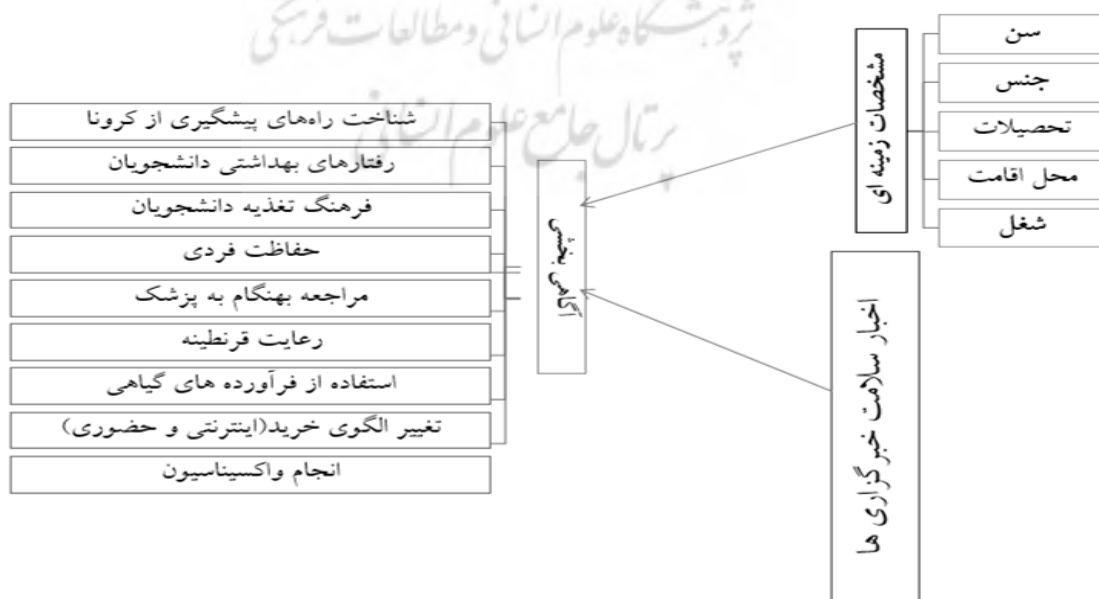
واقع نموده است. ولیکن بی‌بی‌سی فارسی در پوشش خبری شیوع ویروس کرونا در ایران با بر مبنای استراتژی «اطلاع‌رسانی»، رویکرد «ابهام افکنی» و «اعتماد زدایی عمومی» درباره حاکمیت جمهوری اسلامی را در دستور کار قرار داده است.

۲. مطالعات خارجی

ویهمان و همکاران (۲۰۲۲)، در مطالعه خود با عنوان "ارتباطات، انسجام و کرونا: تأثیر استفاده مردم از منابع اطلاعاتی مختلف بر احساس انسجام اجتماعی در مواقع بحران" به دنبال پاسخ به سوال آیا مردم احساس انسجام قوی در همه‌گیری دارند یا خیر؟ بودند. برای آزمایش این فرض، یک نظرسنجی آنلاین دو موجی بین یک نمونه سهمیه‌ای که جمعیت بالای ۱۸ سال آلمان را نشان می‌دهد در مارس و آوریل ۲۰۲۰ انجام شد. با استفاده از یک مدل مسیر، نشان داده می‌شود که از رسانه‌های خبری با کیفیت بالا برای اطلاعات در مورد کرونا استفاده خواهد شد. بحران (به عنوان مثال، خدمات پخش عمومی) حس انسجام مردم را تقویت کرد، در حالی که استفاده از سایت‌های خبری جایگزین و فراهزی تأثیر مخربی داشت. جوسوا و همکاران (۲۰۲۲)، در مطالعه خود با عنوان "جنبه شناختی-گفتمانی استعاره ویروس کرونا در اکوسیستم‌های رسانه‌ای زبان روسی" استعاره‌های ویروس کرونا را در رسانه‌ها بررسی کردند. هدف این کار تجزیه و تحلیل معمولی‌ترین مدل‌هایی است که امکان مفهوم سازی پدیده‌های مرتبط با وضعیت مورد نظر را فراهم می‌کند تا راه‌ها و مکانیسم‌های بازنمایی زبانی آن‌ها را نشان دهد. این مطالعه در پرتو رویکردهای شناختی-گفتمانی و چارچوبی انجام می‌شود که امکان شناسایی ویژگی‌های مفهومی استعاره در این نوع گفتمان را فراهم می‌کند که تحلیل انتقادی آن امکان برقراری ارتباط بین زبان و واقعیت اجتماعی را فراهم می‌کند.

وئو و شن (۲۰۲۲)، در مطالعه خود با عنوان "بررسی تأثیرات استفاده از رسانه و اعتماد رسانه بر رفتارهای بهداشتی در طول همه‌گیری کرونا ویروس در چین" به بررسی تأثیر رسانه بر رفتارهای بهداشتی پرداختند. که هدف از این مطالعه بررسی تأثیر رسانه‌های سنتی، رسانه‌های اجتماعی و اعتماد رسانه‌ها بر انطباق مردم با رفتارهای بهداشتی در طول همه‌گیری کرونا ویروس در چین است. در مجموع ۳۰۰۰ بزرگسال چینی پرسشنامه آنلاین را با استفاده از روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای پر کردند. نتایج نشان می‌دهد که استفاده از رسانه‌های دولت مرکزی و استفاده از وی چت با رعایت رفتارهای بهداشتی رابطه مثبت دارد، در حالی که استفاده از رسانه‌های محلی و استفاده از ویبو با سطوح انطباق رابطه منفی دارد. علاوه بر این، اعتماد به رسانه تأثیرات استفاده از رسانه را بر سطوح انطباق تقویت کرد

بر اساس آن چه گفته شد مدل نظری تحقیق به شرح ذیل می‌باشد:



شکل ۲. مدل نظری تحقیق

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کاربردی و به روش پیمایشی صورت گرفته است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS انجام شده است. جامعه آماری در پژوهش حاضر کلیه دانشجویان دختر دانشکده رفاه در سال ۱۴۰۲ می باشد که ۱۱۰۰ نفر دانشجو می باشند در این راستا بر اساس فرمول کوکران، ۲۷۳ دانشجو به صورت نمونه‌گیری طبقه ای مورد مطالعه قرار گرفتند بدین صورت که از میان رشته های موجود در مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد (۱۶ رشته) متناسب با تعداد دانشجوی هر رشته در مقطع تحصیلی نمونه مناسب انتخاب شد. در این پژوهش برای افزایش اعتبار و روایی پرسشنامه ابتدا با تعدادی از اساتید مشورت گردید و سؤاها با نظر آنان بررسی شد. سپس تعدادی پرسشنامه بین هر بخش از جامعه آماری توزیع گردید و کلیه ابهام ها مشخص و رفع شده و پرسشنامه نهایی توزیع گردید. جهت آزمون فرضیه ها از آزمون‌های رگرسیون و آنوا استفاده شده است. همچنین ناظر به بحث پایایی پژوهش نیز از آلفای کرونباخ در نمونه ی پیش آزمون ۵۰ نفر استفاده شد که با توجه به ضریب آلفای هر متغیر (بیش از ۰/۷) پایایی مورد تایید می باشد.

جدول ۱: مقدار ضریب آلفای کرونباخ

ردیف	متغیر	ضریب آلفای کرونباخ
۱	پیشگیری	۰/۸۴
۲	رفتارهای بهداشتی	۰/۸۳
۳	فرهنگ تغذیه	۰/۷۵
۴	حفاظت فردی	۰/۷۷
۵	مراجعه به هنگام به پزشک	۰/۸۹
۶	رعایت قرنطینه	۰/۹۱
۷	استفاده از فرآورده ها گیاهی	۰/۸۷
۸	تغییر الگوی خرید	۰/۷۵
۹	واکسیناسیون	۰/۸۴
۱۰	کل پرسشنامه	۰/۹۳

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی

بر اساس نتایج ناظر به متغیر سن ۷۵/۱ درصد پاسخگویان در بازه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال قرار دارند و بیشترین فراوانی را به خود اختصاص دادند و تنها ۰/۷ درصد از دانشجویان دختر بیشتر از ۵۰ سال دارند. ۸۹ درصد از دانشجویان در مقطع کارشناسی مشغول به تحصیل می باشند. حدود ۷۲/۶ درصد از دانشجویان مجرد و ۲۷/۴ درصد متاهل هستند. حدود ۷۶/۸ درصد از پاسخگویان شاغل نیستند و ۲۳/۲ از آنها دارای اشتغال می باشند. مکان اقامت ۸۵/۳ درصد از دانشجویان استان تهران است و ۱۴/۷ درصد از دانشجویان در شهر تهران مشغول به تحصیل هستند. ۳۸/۹ درصد از پاسخگویان در سال چهارم تحصیلی مشغول تحصیل هستند و ۱۳/۹ درصد با کمترین فراوانی در سال اول دانشگاه تحصیل می کنند.

جدول ۲- توزیع فراوانی پاسخ دهندگان بر حسب متغیرهای جمعیت شناختی

درصد فراوانی	متغیرها	
۷۲/۶	مجرد	وضعیت تاهل
۲۷/۴	متاهل	
۱۶/۵	کمتر از ۲۰ سال	گروه سنی
۷۵/۱	۲۰ تا ۳۰ سال	
۴/۹	۳۱ تا ۴۰ سال	
۲/۸	۴۱ تا ۵۰ سال	
۰/۷	بیشتر از ۵۰ سال	
۸۹	کارشناسی	مقطع تحصیلی
۸/۳	کارشناسی ارشد	
۲/۷	دکتری	
۱۳/۹	سال اول	وضعیت تحصیلی
۲۴/۹	سال دوم	
۲۱/۸	سال سوم	
۳۸/۹	سال چهارم و بالاتر	
۱۴/۷	شهر تهران	مکان اقامت
۸۵/۳	استان تهران	
۲۳/۲	شاغل	وضعیت اشتغال
۷۶/۸	غیر شاغل	
۱۰۰	مجموع	

یافته‌های استنباطی

آزمون فرضیه‌ها

۱. رابطه اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و راه‌های شناخت پیشگیری از کرونا در دانشجویان دختر تهرانی

جدول ۲- جدول برازش مدل رگرسیون

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین اصلاح (تعدیل)	خطای استاندارد برآورد
۱	۰/۵۹۱	۰/۳۵۰	۰/۳۴۸	۰/۵۵۰۰۸

با توجه به جدول فوق، R ضریب همبستگی اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و متغیر شناخت راه‌های پیشگیری برابر با ۰/۵۹۱ می‌باشد که نشان می‌دهد این متغیرها ۳۵ درصد تغییرات متغیر راه‌های شناخت پیشگیری را تبیین می‌نمایند.

جدول ۳- جدول تحلیل واریانس و بررسی همواری و مقبولیت مدل (آنوا)

سطح معناداری	ضریب F	مجموع مربعات تغییرات	درجه آزادی	جمع مربعات	مدل
۰/۰۰۰	۱۵۲/۲۹۴	۴۶/۰۸۲	۱	۴۶/۰۸۲	ضریب رگرسیون
		۰/۳۰۳	۲۸۳	۸۵/۶۳۳	باقیمانده
			۲۸۴	۱۳۱/۷۱۵	جمع

با توجه به جدول فوق مقدار ۴۶/۰۸۲ رگرسیون و مقدار باقیمانده (۸۵/۶۳۳) هر قدر مقدار باقیمانده از مقدار رگرسیون کمتر باشد، مدل توانایی از تشخیص بالاتری برخوردار می‌باشد. درجه آزادی رگرسیون در این جدول برابر با ۱ می‌باشد که تعداد متغیرهای مستقل را که در مدل باقی مانده‌اند را نشان می‌دهد. همچنین بر اساس سطح معناداری ضریب $F=152/294$ ($sig=0/000$) مدل رگرسیونی تحقیق مدل مناسبی است و متغیرهای مستقل (اخبار سلامت خبرگزاری‌ها) قادر است تغییرات متغیر وابسته (راه‌های شناخت پیشگیری) را تبیین نماید.

جدول ۴- مدل رگرسیون

سطح معناداری	ضریب T	ضرایب استاندارد		مدل
		ضریب بتا	ضرایب انحراف معیار	
۰/۰۰۰	۸/۳۷۰		۰/۱۴۸	(Constant)
۰/۰۰۰	۱۲/۳۴۱	۰/۵۹۱	۰/۰۴۴	شناخت راه‌های پیشگیری

مقدار ضریب بتا در جدول فوق سهم متغیر مستقل را در تغییرات متغیر وابسته نشان می‌دهد به طوری که تاثیر متغیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در تغییر راه‌های شناخت پیشگیری معادل ۵۹ درصد است. بنابراین فرضیه تحقیق مبنی بر تاثیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در شناخت راه‌های پیشگیری از کرونا در دانشجویان دختر تهرانی به میزان ۵۹ درصد تایید می‌گردد.

۲. رابطه اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و رفتارهای بهداشتی دانشجویان دختر تهرانی

جدول ۵- برازش مدل رگرسیون

خطای استاندارد برآورد	ضریب تعیین اصلاح (تعدیل)	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	مدل
۰/۶۰۸۵۲	۰/۲۰۲	۰/۲۰۴	۰/۴۵۲	۱

با توجه به جدول فوق، R ضریب همبستگی اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و متغیر رفتارهای بهداشتی دانشجویان برابر با ۰/۴۵۲ می‌باشد که نشان می‌دهد این متغیرهای ۲۰/۴ درصد تغییرات متغیر رفتارهای بهداشتی را تبیین می‌نمایند.

جدول ۶- تحلیل واریانس و بررسی همواری و مقبولیت مدل (آنوا)

سطح معناداری	ضریب F	مجموع مربعات تغییرات	درجه آزادی	جمع مربعات	مدل
۰/۰۰۰	۷۲/۷۰۲	۲۶/۹۲۱	۱	۲۶/۹۲۱	ضریب رگرسیون
		۰/۳۷۰	۲۸۳	۱۰۴/۷۹۴	باقیمانده
			۲۸۴	۱۳۱/۷۱۵	جمع

با توجه به جدول فوق مقدار ۲۶/۹۲۱ رگرسیون و مقدار باقیمانده (۱۰۴/۷۹۴) هر قدر مقدار باقیمانده از مقدار رگرسیون کمتر باشد، مدل توانایی از تشخیص بالاتری برخوردار می‌باشد. درجه آزادی رگرسیون در این جدول برابر با ۱ می‌باشد که تعداد متغیرهای مستقل را که در مدل باقی مانده‌اند را نشان می‌دهد. همچنین بر اساس سطح معناداری ضریب $F=72/702$ که در این جدول ($sig=0/000$) می‌باشد، مدل رگرسیونی تحقیق مدل مناسبی است و متغیرهای مستقل (اخبار سلامت خبرگزاری‌ها) قادر است تغییرات متغیر وابسته (رفتارهای بهداشتی) را تبیین نماید.

جدول ۷- مدل رگرسیون

مدل	ضرایب انحراف معیار		ضرایب استاندارد	ضریب T	سطح معناداری
	میانگین B	انحراف معیار	ضریب بتا		
۱	(Constant)	۱/۷۵۴	۰/۱۵۲	۱۱/۵۶۳	۰/۰۰۰
	رفتارهای بهداشتی	۰/۳۴۷	۰/۰۴۱	۰/۴۵۲	۸/۵۲۷

مقدار ضریب بتا در جدول فوق سهم متغیر مستقل را در تغییرات متغیر وابسته نشان می‌دهد به طوری که تاثیر متغیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در تغییر رفتارهای بهداشتی معادل ۴۵/۲ درصد است. بنابراین فرضیه تحقیق مبنی بر تاثیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در رفتارهای بهداشتی در دانشجویان دختر تهرانی به میزان ۴۵ درصد تایید می‌گردد.

۳. رابطه اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و فرهنگ تغذیه دانشجویان دختر تهرانی

جدول ۸- برازش مدل رگرسیون

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین اصلاح (تعدیل)	خطای استاندارد برآورد
۱	۰/۴۳۹	۰/۱۹۳	۰/۱۹۰	۰/۶۱۲۹۱

با توجه به جدول فوق، R ضریب همبستگی اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و متغیر فرهنگ تغذیه دانشجویان برابر با ۰/۴۳۹ می‌باشد که نشان می‌دهد این متغیرهای ۱۹ درصد تغییرات متغیر فرهنگ تغذیه را تبیین می‌نمایند.

جدول ۹- تحلیل واریانس و بررسی همواری و مقبولیت مدل (آنوا)

مدل	جمع مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات تغییرات	ضریب F	سطح معناداری	
۱	ضریب رگرسیون	۲۵/۴۰۳	۱	۲۵/۴۰۳	۶۷/۶۲۳	۰/۰۰۰
	باقیمانده	۱۰۶/۳۱۲	۲۸۳	۰/۳۷۶		
	جمع	۱۳۱/۷۱۵	۲۸۴			

با توجه به جدول فوق مقدار ۲۵/۴۰۳ رگرسیون و مقدار باقیمانده (۱۰۶/۳۱۲) هر قدر مقدار باقیمانده از مقدار رگرسیون کمتر باشد، مدل توانایی از تشخیص بالاتری برخوردار می‌باشد. درجه آزادی رگرسیون در این جدول برابر با ۱ می‌باشد که تعداد متغیرهای مستقل را که در مدل باقی مانده‌اند را نشان می‌دهد. همچنین بر اساس سطح معناداری ضریب $F=67/623$ که در این جدول ($sig=0/000$) می‌باشد، مدل رگرسیونی تحقیق مدل مناسبی است و متغیرهای مستقل (اخبار سلامت خبرگزاری‌ها) قادر است تغییرات متغیر وابسته (فرهنگ تغذیه) را تبیین نماید.

جدول ۱۰- مدل رگرسیون

مدل	ضرایب انحراف معیار		ضرایب استاندارد	ضریب T	سطح معناداری	
	میانگین B	انحراف معیار	ضریب بتا			
۱	(Constant)	۱/۷۶۶	۰/۱۵۶		۱۱/۳۳۷	۰/۰۰۰
	فرهنگ تغذیه	۰/۳۵۹	۰/۰۴۴	۰/۴۳۹	۸/۲۲۳	۰/۰۰۰

مقدار ضریب بتا در جدول فوق سهم متغیر مستقل را در تغییرات متغیر وابسته نشان می‌دهد به طوری که تاثیر متغیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در تغییر فرهنگ تغذیه معادل ۴۴ درصد است. بنابراین فرضیه تحقیق مبنی بر تاثیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در فرهنگ تغذیه دانشجویان دختر تهرانی به میزان ۴۴ درصد تایید می‌گردد.

۴. رابطه اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و راهنمایی دانشجویان دختر تهرانی در حفاظت فردی

جدول ۱۱- برازش مدل رگرسیون

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین اصلاح (تعدیل)	خطای استاندارد برآورد
۱	۰/۳۹۳	۰/۱۵۴	۰/۱۵۱	۰/۵۲۷۴۲

با توجه به جدول فوق، R ضریب همبستگی اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و متغیر حفاظت فردی برابر با ۰/۳۹۳ می‌باشد که نشان می‌دهد این متغیرهای ۱۵ درصد تغییرات متغیر حفاظت فردی را تبیین می‌نمایند.

جدول ۱۲- تحلیل واریانس و بررسی همواری و مقبولیت مدل (آنوا)

مدل	جمع مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات تغییرات	ضریب F	سطح معناداری
۱	۲۰/۳۱۰	۱	۲۰/۳۱۰	۵۱/۵۹۲	۰/۰۰۰
	باقیمانده	۲۸۳	۰/۳۹۴		
	جمع	۲۸۴			

با توجه به جدول فوق مقدار ۲۰/۳۱۰ رگرسیون و مقدار باقیمانده (۱۱۱/۴۰۵) هر قدر مقدار باقیمانده از مقدار رگرسیون کمتر باشد، مدل توانایی از تشخیص بالاتری برخوردار می‌باشد. درجه آزادی رگرسیون در این جدول برابر با ۱ می‌باشد که تعداد متغیرهای مستقل را که در مدل باقی مانده‌اند را نشان می‌دهد. همچنین بر اساس سطح معناداری ضریب $F=51/592$ که در این جدول ($sig=0/000$) می‌باشد، مدل رگرسیونی تحقیق مدل مناسبی است و متغیرهای مستقل (اخبار سلامت خبرگزاری‌ها) قادر است تغییرات متغیر وابسته (حفاظت فردی) را تبیین نماید.

جدول ۱۳- مدل رگرسیون

مدل	ضرایب انحراف معیار		ضرایب استاندارد	ضریب T	سطح معناداری
	میانگین B	انحراف معیار	ضریب بتا		

۱	(Constant)	۱/۹۱۶	۱/۵۷		۱۲/۲۱۸	۰/۰۰۰
	حفاظت فردی	۰/۲۹۸	۱/۰۴	۰/۳۹۳	۷/۱۸۳	۰/۰۰۰

مقدار ضریب بتا در جدول فوق سهم متغیر مستقل را در تغییرات متغیر وابسته نشان می‌دهد به طوری که تاثیر متغیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در تغییر حفاظت فردی معادل ۳۹ درصد است. بنابراین فرضیه تحقیق مبنی بر تاثیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در حفاظت دانشجویان دختر تهرانی به میزان ۳۹ درصد تایید می‌گردد.

۵. رابطه اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و مراجعه بهنگام (یک تا سه روز پس از بروز علائم) دانشجویان دختر تهرانی به پزشک

جدول ۱۴- برازش مدل رگرسیون

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین اصلاح (تعدیل)	خطای استاندارد برآورد
۱	۰/۳۳۳	۰/۱۱۱	۰/۱۰۸	۰/۶۴۳۲۴

با توجه به جدول فوق، R ضریب همبستگی اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و متغیر مراجعه بهنگام به پزشک برابر با ۰/۳۳۳ می‌باشد که نشان می‌دهد این متغیرهای ۱۱ درصد تغییرات متغیر مراجعه بهنگام به پزشک را تبیین می‌نمایند.

جدول ۱۵- تحلیل واریانس و بررسی همواری و مقبولیت مدل (آنوا)

سطح معناداری	ضریب F	مجموع مربعات تغییرات	درجه آزادی	جمع مربعات	مدل
۰/۰۰۰	۳۵/۳۴۰	۱۴/۶۲۲	۱	۱۴/۶۲۲	ضریب رگرسیون
		۰/۴۱۴	۲۸۳	۱۱۷/۰۹۳	باقیمانده
			۲۸۴	۱۳۱/۷۱۵	جمع

با توجه به جدول فوق مقدار ۱۴/۶۲۲ رگرسیون و مقدار باقیمانده (۱۱۷/۰۹۳) هر قدر مقدار باقیمانده از مقدار رگرسیون کمتر باشد، مدل توانایی از تشخیص بالاتری برخوردار می‌باشد. درجه آزادی رگرسیون در این جدول برابر با ۱ می‌باشد که تعداد متغیرهای مستقل را که در مدل باقی مانده‌اند را نشان می‌دهد. همچنین بر اساس سطح معناداری ضریب $F=۳۵/۳۴۰$ که در این جدول ($sig=۰/۰۰۰$) می‌باشد، مدل رگرسیونی تحقیق مدل مناسبی است و متغیرهای مستقل (اخبار سلامت خبرگزاری‌ها) قادر است تغییرات متغیر وابسته (مراجعه بهنگام به پزشک) را تبیین نماید.

جدول ۱۶- مدل رگرسیون

مدل	ضرایب انحراف معیار		ضرایب استاندارد	ضریب T	سطح معناداری
	میانگین B	انحراف معیار	ضریب بتا		
۱	(Constant)	۲/۲۶۹	۰/۱۳۱	۱۷/۳۸۳	۰/۰۰۰
	مراجعه بهنگام به پزشک	۰/۲۱۶	۰/۰۳۶	۰/۳۳۳	۵/۹۴۵

مقدار ضریب بتا در جدول فوق سهم متغیر مستقل را در تغییرات متغیر وابسته نشان می‌دهد به طوری که تاثیر متغیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در تغییر مراجعه بهنگام پزشک معادل ۳۳ درصد است. بنابراین فرضیه تحقیق مبنی بر تاثیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در مراجعه بهنگام به پزشک دانشجویان دختر تهرانی به میزان ۳۳ درصد تایید می‌گردد.

۶. رابطه اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و استفاده دانشجویان دختر تهرانی از فرآورده‌های گیاهی تاثیرگذار بر کرونا

جدول ۱۷- برازش مدل رگرسیون

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین اصلاح (تعدیل)	خطای استاندارد برآورد
۱	۰/۲۷۲	۰/۰۷۴	۰/۰۷۰	۰/۶۵۶۵۹

با توجه به جدول فوق، R ضریب همبستگی اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و متغیر استفاده فرآورده‌های گیاهی برابر با ۰/۲۷ می‌باشد که نشان می‌دهد این متغیرهای ۷ درصد تغییرات متغیر استفاده فرآورده‌های گیاهی را تبیین می‌نمایند.

جدول ۱۸- تحلیل واریانس و بررسی همواری و مقبولیت مدل (آنوا)

مدل	جمع مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات تغییرات	ضریب F	سطح معناداری	
۱	ضریب رگرسیون	۹/۷۱۰	۱	۹/۷۱۰	۲۲/۵۲۳	۰/۰۰۰
	باقیمانده	۱۲۲/۰۰۵	۲۸۳	۰/۴۳۱		
	جمع	۱۳۱/۷۱۵	۲۸۴			

با توجه به جدول فوق مقدار ۹/۷۱۰ رگرسیون و مقدار باقیمانده (۱۲۲/۰۰۵) هر قدر مقدار باقیمانده از مقدار رگرسیون کمتر باشد، مدل توانایی از تشخیص بالاتری برخوردار می‌باشد. درجه آزادی رگرسیون در این جدول برابر با ۱ می‌باشد که تعداد متغیرهای مستقل را که در مدل باقی مانده‌اند را نشان می‌دهد. همچنین بر اساس سطح معناداری ضریب $F=۲۲/۵۲۳$ که در این جدول ($sig=۰/۰۰۰$) می‌باشد. مدل رگرسیونی تحقیق مدل مناسبی است و متغیرهای مستقل (اخبار سلامت خبرگزاری‌ها) قادر است تغییرات متغیر وابسته (استفاده فرآورده‌های گیاهی) را تبیین نماید.

جدول ۱۹- جدول مدل رگرسیون

مدل	ضرایب انحراف معیار		ضرایب استاندارد	ضریب T	سطح معناداری	
	میانگین B	انحراف معیار	ضریب بتا			
۱	(Constant)	۲/۳۹۸	۰/۱۳۸		۱۷/۷۶۹	۰/۰۰۰
	استفاده فرآورده‌های گیاهی	۰/۲۰۴	۰/۰۴۳	۰/۲۷۲	۴/۷۴۶	۰/۰۰۰

مقدار ضریب بتا در جدول فوق سهم متغیر مستقل را در تغییرات متغیر وابسته نشان می‌دهد به طوری که تاثیر متغیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در تغییر استفاده فرآورده‌های گیاهی معادل ۲۷ درصد است. بنابراین فرضیه تحقیق مبنی بر تاثیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در استفاده فرآورده‌های گیاهی دانشجویان دختر تهرانی به میزان ۲۷ درصد تایید می‌گردد.

۷. رابطه اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و رعایت قرنطینه دانشجویان دختر تهرانی در صورت ابتلا به کرونا

جدول ۲۰- برازش مدل رگرسیون

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین اصلاح (تعدیل)	خطای استاندارد برآورد
۱	۰/۳۴۶	۰/۱۲۰	۰/۱۱۷	۰/۶۴۰۰۶

با توجه به جدول فوق، R ضریب همبستگی اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و متغیر رعایت قرنطینه برابر با ۰/۳۴۶ می‌باشد که نشان می‌دهد این متغیرهای ۱۱ درصد تغییرات متغیر رعایت قرنطینه را تبیین می‌نمایند.

جدول ۲۱- تحلیل واریانس و بررسی همواری و مقبولیت مدل (آنوا)

مدل	جمع مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات تغییرات	ضریب F	سطح معناداری
۱	ضریب رگرسیون	۱	۱۵/۷۷۸	۳۸/۵۱۲	۰/۰۰۰
	باقیمانده	۲۸۳	۰/۴۱۰		
	جمع	۲۸۴	۱۳۱/۷۱۵		

با توجه به جدول فوق مقدار ۱۵/۷۷۸ رگرسیون و مقدار باقیمانده (۱۱۵/۹۳۷) هر قدر مقدار باقیمانده از مقدار رگرسیون کمتر باشد، مدل توانایی از تشخیص بالاتری برخوردار می‌باشد. درجه آزادی رگرسیون در این جدول برابر با ۱ می‌باشد که تعداد متغیرهای مستقل را که در مدل باقی مانده‌اند را نشان می‌دهد. همچنین بر اساس سطح معناداری ضریب $F=۳۸/۵۱۲$ که در این جدول ($sig=۰/۰۰۰$) می‌باشد. مدل رگرسیونی تحقیق مدل مناسبی است و متغیرهای مستقل (اخبار سلامت خبرگزاری‌ها) قادر است تغییرات متغیر وابسته (رعایت قرنطینه) را تبیین نماید.

جدول ۲۲- مدل رگرسیون

مدل	ضرایب انحراف معیار		ضرایب استاندارد	ضریب T	سطح معناداری
	میانگین B	انحراف معیار	ضریب بتا		
۱	(Constant)	۱/۹۸۰	۰/۱۷۰	۱۱/۶۲۴	۰/۰۰۰
	رعایت قرنطینه	۰/۲۵۶	۱/۰۴	۰/۳۴۶	۶/۲۰۶

مقدار ضریب بتا در جدول فوق سهم متغیر مستقل را در تغییرات متغیر وابسته نشان می‌دهد به طوری که تاثیر متغیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در تغییر رعایت قرنطینه معادل ۳۴ درصد است. بنابراین فرضیه تحقیق مبنی بر تاثیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در رعایت قرنطینه دانشجویان دختر تهرانی به میزان ۳۴ درصد تایید می‌گردد.

۸. رابطه اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و تغییر الگوی رفتاری خرید دانشجویان دختر تهرانی از خرید حضوری به اینترنتی

جدول ۲۳- برازش مدل رگرسیون

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین اصلاح (تعدیل)	خطای استاندارد برآورد
۱	۰/۳۴۵	۰/۱۱۹	۰/۱۱۶	۰/۶۴۰۳۳

با توجه به جدول فوق، R ضریب همبستگی اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و متغیر تغییر الگوی خرید برابر با ۰/۳۴۵ می‌باشد که نشان می‌دهد این متغیرهای ۱۲ درصد تغییرات متغیر تغییر الگوی خرید را تبیین می‌نمایند.

جدول ۲۴- تحلیل واریانس و بررسی همواری و مقبولیت مدل (آنوا)

مدل		جمع مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات تغییرات	ضریب F	سطح معناداری
۱	ضریب رگرسیون	۱۵/۶۷۸	۱	۱۵/۶۷۸	۳۸/۲۳۸	۰/۰۰۰
	باقیمانده	۱۱۶/۰۳۶	۲۸۳	۰/۴۱۰		
	جمع	۱۳۱/۷۱۵	۲۸۴			

با توجه به جدول فوق مقدار ۱۵/۶۷۸ رگرسیون و مقدار باقیمانده (۱۱۶/۰۳۶) هر قدر مقدار باقیمانده از مقدار رگرسیون کمتر باشد، مدل توانایی از تشخیص بالاتری برخوردار می‌باشد. درجه آزادی رگرسیون در این جدول برابر با ۱ می‌باشد که تعداد متغیرهای مستقل را که در مدل باقی مانده‌اند را نشان می‌دهد. همچنین بر اساس سطح معناداری ضریب $F=۳۸/۲۳۸$ که در این جدول $(sig=۰/۰۰۰)$ می‌باشد. مدل رگرسیونی تحقیق مدل مناسبی است و متغیرهای مستقل (اخبار سلامت خبرگزاری‌ها) قادر است تغییرات متغیر وابسته (تغییر الگوی خرید) را تبیین نماید.

جدول ۲۵- مدل رگرسیون

مدل	ضرایب انحراف معیار		ضرایب استاندارد	ضریب T	سطح معناداری
	میانگین B	انحراف معیار	ضریب بتا		
۱	$(Constant)$	۲/۱۴۲	۰/۱۴۶	۱۴/۷۰۵	۰/۰۰۰
	تغییر الگوی خرید	۰/۲۶۶	۰/۰۴۳	۰/۳۴۵	۶/۱۸۴

مقدار ضریب بتا در جدول فوق سهم متغیر مستقل را در تغییرات متغیر وابسته نشان می‌دهد به طوری که تاثیر متغیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در تغییر الگوی خرید معادل ۳۴ درصد است. بنابراین فرضیه تحقیق مبنی بر تاثیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در تغییر الگوی خرید دانشجویان دختر تهرانی به میزان ۳۴ درصد تایید می‌گردد.

۹. رابطه اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و راهنمایی دانشجویان دختر تهرانی پیرامون انجام واکسیناسیون

جدول ۲۶- برازش مدل رگرسیون

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین اصلاح (تعدیل)	خطای استاندارد برآورد
۱	۰/۴۵۳	۰/۲۰۵	۰/۲۰۲	۰/۶۰۸۳۰

با توجه به جدول فوق، R ضریب همبستگی اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و راهنمایی بابت واکسیناسیون برابر با ۰/۴۵۳ می‌باشد که نشان می‌دهد این متغیرهای ۲۰ درصد تغییرات متغیر راهنمایی بابت واکسیناسیون را تبیین می‌نمایند.

جدول ۲۷- تحلیل واریانس و بررسی همواری و مقبولیت مدل (آنوا)

مدل		جمع مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات تغییرات	ضریب F	سطح معناداری
۱	ضریب رگرسیون	۲۶/۹۶۶	۱	۲۶/۹۶۶	۷۲/۹۵۶	۰/۰۰۰
	باقیمانده	۱۰۴/۷۱۹	۲۸۳	۰/۳۷۰		

	جمع	۱۳۱/۷۱۵	۲۸۴		
--	-----	---------	-----	--	--

با توجه به جدول فوق مقدار ۲۶/۹۶۶ رگرسیون و مقدار باقیمانده (۱۰۴/۷۱۹) هر قدر مقدار باقیمانده از مقدار رگرسیون کمتر باشد، مدل توانایی از تشخیص بالاتری برخوردار می‌باشد. درجه آزادی رگرسیون در این جدول برابر با ۱ می‌باشد که تعداد متغیرهای مستقل را که در مدل باقی مانده‌اند را نشان می‌دهد. همچنین بر اساس سطح معناداری ضریب $F=۷۲/۹۵۶$ که در این جدول ($sig=۰/۰۰۰$) می‌باشد. مدل رگرسیونی تحقیق مدل مناسبی است و متغیرهای مستقل (اخبار سلامت خبرگزاری‌ها) قادر است تغییرات متغیر وابسته (راهنمایی بابت واکسیناسیون) را تبیین نماید.

جدول ۲۸- مدل رگرسیون

مدل	ضرایب انحراف معیار		ضرایب استاندارد	ضریب T	سطح معناداری
	میانگین B	انحراف معیار	ضریب بتا		
۱	(Constant)	۱/۹۶۶	۰/۱۲۸	۱۵/۴۱۲	۰/۰۰۰
	راهنمایی بابت واکسیناسیون	۰/۳۲۸	۰/۰۳۸	۰/۴۵۳	۸/۵۴۱

مقدار ضریب بتا در جدول فوق سهم متغیر مستقل را در تغییرات متغیر وابسته نشان می‌دهد به طوری که تاثیر متغیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در راهنمایی بابت واکسیناسیون معادل ۴۵ درصد است. بنابراین فرضیه تحقیق مبنی بر تاثیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در راهنمایی بابت واکسیناسیون دانشجویان دختر تهرانی به میزان ۴۵ درصد تایید می‌گردد.

۱۰. رابطه اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و آگاهی بخشی دانشجویان دختر تهرانی

جدول ۲۹- برازش مدل رگرسیون

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین اصلاح (تعدیل)	خطای استاندارد برآورد
۱	۰/۵۶۸	۰/۳۲۳	۰/۳۲۰	۰/۵۶۱۵۲

با توجه به جدول فوق، R ضریب همبستگی اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و آگاهی بخشی برابر با ۰/۵۶۸ می‌باشد که نشان می‌دهد این متغیرهای ۳۲ درصد تغییرات متغیر آگاهی بخشی را تبیین می‌نمایند.

جدول ۳۰- تحلیل واریانس و بررسی همواری و مقبولیت مدل (آنوا)

مدل	جمع مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات تغییرات	ضریب F	سطح معناداری	
۱	ضریب رگرسیون	۴۲/۴۸۴	۱	۴۲/۴۸۴	۱۳۴/۷۴۰	۰/۰۰۰
	باقیمانده	۸۹/۲۳۱	۲۸۳	۰/۳۱۵		
	جمع	۱۳۱/۷۱۵	۲۸۴			

با توجه به جدول فوق مقدار ۴۲/۴۸۴ رگرسیون و مقدار باقیمانده (۸۹/۲۳۱) هر قدر مقدار باقیمانده از مقدار رگرسیون کمتر باشد، مدل توانایی از تشخیص بالاتری برخوردار می‌باشد. درجه آزادی رگرسیون در این جدول برابر با ۱ می‌باشد که تعداد متغیرهای مستقل را که در مدل باقی مانده‌اند را نشان می‌دهد. همچنین بر اساس سطح معناداری ضریب $F=۱۳۴/۷۴۰$ که در این جدول

$(Sig=0/000)$ می باشد. مدل رگرسیونی تحقیق مدل مناسبی است و متغیرهای مستقل (اخبار سلامت خبرگزاری‌ها) قادر است تغییرات متغیر وابسته (آگاهی بخشی) را تبیین نماید.

جدول ۳۱- مدل رگرسیون

مدل	ضرایب انحراف معیار		ضرایب استاندارد	ضریب T	سطح معناداری	
	میانگین B	انحراف معیار	ضریب بتا			
۱	$(Constant)$	۰/۹۰۹	۰/۱۸۴		۴/۹۳۴	۰/۰۰۰
	آگاهی بخشی	۰/۶۰۹	۰/۰۵۲	۰/۵۶۸	۱۱/۶۰۸	۰/۰۰۰

مقدار ضریب بتا در جدول فوق سهم متغیر مستقل را در تغییرات متغیر وابسته نشان می‌دهد به طوری که تاثیر متغیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در آگاهی بخشی معادل ۵۶/۸ درصد است. بنابراین فرضیه تحقیق مبنی بر تاثیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها در آگاهی بخشی دانشجویان دختر تهرانی به میزان ۵۶/۸ درصد تایید می‌گردد.

بحث و نتیجه گیری

یافته های این مطالعه نشان می‌دهد که برخی از دانشجویان به عنوان قشری از جامعه با خبرگزاری‌ها که رسالت تولید محتوای خبری را بر عهده دارند آشنا نیستند و در این زمینه باید خبرگزاری‌ها اقدامات لازم را جهت معرفی و اطلاع رسانی در بین جامعه هدف انجام دهند تا میزان آشنایی دانشجویان را ارتقاء دهند. اگر چه ایام کرونا ویروس باعث شده بود تا افراد جامعه اخبار را رصد نمایند؛ اما همه دانشجویان از اخبار منتشر شده خبرگزاری‌ها با محوریت کرونا ویروس استفاده نمی‌کردند و تنها نیمی از آنان به این اخبار منتشر شده اعتماد داشتند. به همین منظور خبرگزاری‌ها ضمن آشنا نمودن دانشجویان با رسالت خود باید تلاش نمایند تا در راستای اعتمادزایی دانشجویان به اخبار منتشر شده گام بردارند. چرا که یکی از مهم‌ترین عوامل موثر در نفوذ پذیری و تاثیرگذاری رسانه‌ها بحث اعتماد به رسانه می‌باشد.

ناظر به فرضیه اول پژوهش باید اشاره نمود براساس آزمون رگرسیون میزان تاثیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها بر شناخت راه‌های پیشگیری از کرونا ۵۹ درصد است. بنابراین این فرضیه تایید می‌گردد. که این یافته‌ها با نتایج مطالعه راشدی و موسوی کاشی (۱۳۹۹)؛ احمدی، المظهری و سامی (۱۳۹۸) همراستا است. یکی از رسالت‌های مهم رسانه‌ها آگاهی بخشی است. در ایام شیوع کرونا ویروس اصلی‌ترین تاکید نظام سلامت بر رعایت دستورالعمل‌های لازم در راستای پیشگیری بوده است. نتایج این مطالعه نشان داد که خبرگزاری‌ها به عنوان یکی از رسانه‌ها بر میزان آگاهی بخشی دانشجویان برای شناخت راه‌های پیشگیری موثر بوده است و به همین منظور می‌توان در صورت بروز بحران‌های سلامت برای همراهی و همکاری شهروندان با نظام سلامت و کاهش هزینه‌های درمان از خبرگزاری‌ها کمک گرفت. ناظر به فرضیه دوم تحقیق، بررسی اثر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها بر رفتارهای بهداشتی نتایج نشان داد بین متغیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و رفتارهای بهداشتی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. این یافته‌ها با نتایج مطالعه نیکبخت نصرآبادی و همکاران (۱۳۹۹)؛ احمدی، المظهری و سامی (۱۳۹۸)؛ احمدی و ایزدخواه (۱۳۹۷)؛ وئو و شن (۲۰۲۲) همراستا است. از آن جا یکی از ارکان اصلی جریان خبرسازی، خبرگزاری‌ها هستند که خبار را از سراسر کشور یا جهان گردآوری، تهیه و تنظیم کرده و برای بهره‌برداری روزنامه‌ها، نشریه‌ها، پخش کنندگان رادیو و تلویزیون، نهادها و سازمان‌های دولتی و دیگر کاربران منتشر می‌نمایند؛ خبرگزاری‌ها می‌توانند با دریافت استانداردهای رفتارهای بهداشتی در مواقع بحران سلامتی از جمله شیوع بیماری کرونا ویروس و انتشار آن از طریق سایر رسانه‌ها رفتارهای بهداشتی شهروندان یک جامعه را مدیریت و در مسیر درست هدایت نمایند تا از شیوع بیماری جلوگیری شود.

ناظر به فرضیه سوم تحقیق بر اساس آزمون رگرسیون میزان تاثیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها بر فرهنگ تغذیه ۴۳ درصد است. بر این اساس این فرضیه تایید می‌گردد. این یافته‌ها با نتایج مطالعه نیکبخت نصرآبادی و همکاران (۱۳۹۹)؛ احمدی، المظهری و سامی (۱۳۹۸) همراستا است. خبرگزاری‌ها در ای زمینه با بررسی تاثیر تغذیه مناسب بر پیشگیری و درمان این بیماری توانستند بر

فرهنگ تغذیه شهروندان تاثیرگذار باشند. ناظر به فرضیه چهارم تحقیق، بررسی اثر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها بر راهنمایی دانشجویان دختر تهرانی برای حفاظت فردی در ایام کرونا نتایج نشان داد بین متغیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و راهنمایی برای حفاظت فردی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. این یافته‌ها با نتایج مطالعه احمدی و ایزدخواه (۱۳۹۷) همراستا است. خبرگزاری‌ها به عنوان یک رسانه تولید اخبار، تلاش داشتند تا این دستورالعمل‌ها و بازنگری‌های آن را به صورت مدون و به روز در اختیار رسانه‌های دیگر قرار دهند و آگاهی مردم را در این خصوص افزایش و به روز نمایند. نتایج این مطالعه نشان داد که اخبار سلامت خبرگزاری‌ها بر حفاظت فردی شامل استفاده از ماسک، دستکش، محلول ضد عفونی سطوح و دست‌ها، جلوگیری از تماس فیزیکی با دیگران از جمله دست دادن و ... در ایام شیوع ویروس کرونا موثر بوده است.

ناظر به فرضیه پنجم تحقیق، بررسی اثر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها بر مراجعه بهنگام به پزشک نتایج نشان داد بین متغیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و مراجعه بهنگام به پزشک رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. همچنین بر اساس آزمون رگرسیون میزان تاثیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها بر مراجعه بهنگام به پزشک ۳۳ درصد است. این یافته‌ها با نتایج مطالعه نیکبخت نصرآبادی و همکاران (۱۳۹۹) همراستا است. خبرگزاری‌ها با دریافت اطلاعات لازم از نظام پزشکی به صورت مدام اقدام به تولید خبر با محتوای علائم بیماری و واکنش‌های بدن در مقابل این بیماری داشته‌اند و توصیه‌های لازم نظام پزشکی را در صورت داشتن علائم مراجعه به مراکز بهداشتی، گرفتن تست کرونا و مراجعه بهنگام به پزشک، معرفه مراکز بهداشتی و مکان‌های انجام تست کرونا و ... داشته‌اند. ناظر به فرضیه ششم تحقیق، بررسی اثر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها بر استفاده از فرآورده‌های گیاهی نتایج نشان داد بر اساس آزمون رگرسیون میزان تاثیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها بر شناخت راه‌های پیشگیری از کرونا ۲۷ درصد است. بنابراین این فرضیه تایید می‌گردد. در میان خبرهای مربوط به داروهای تاثیرگذار بر درمان کرونا ویروس، سازمان غذا و دارو چند دارو و فرآورده گیاهی را مطرح نمود. از سوی دیگر گرایش شهروندان در سال‌های اخیر به درمان از طریق داروهای گیاهی باعث شد که خبرگزاری‌ها در جهت اطلاع رسانی به شهروندان و معرفی فرآورده‌های گیاهی موثر بر کرونا ویروس گام بردارند.

ناظر به فرضیه هفتم تحقیق بررسی اثر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها بر رعایت قرنطینه نتایج نشان داد بین متغیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و رعایت قرنطینه رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. این یافته‌ها با نتایج احمدی و ایزدخواه (۱۳۹۷) همراستا است. قرنطینه یکی از استراتژی‌های نظام سلامت جهان برای پیشگیری از شیوع بیماری کرونا ویروس بوده است. اخبار سلامت خبرگزاری‌ها با تولید خبرهای مهم با محتوای تاثیر قرنطینه بر جلوگیری از شیوع بیشتر، مدت زمان قرنطینه، شیوه مراقبت از بیماران در قرنطینه و ... در راستای آگاهی بخشی بیشتر به جامعه هدف گام برداشتند. ناظر به فرضیه هشتم تحقیق، بر اساس آزمون رگرسیون میزان تاثیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها بر تغییر الگوی خرید ۳۴ درصد است. بنابراین این فرضیه تایید می‌گردد. این یافته‌ها با نتایج مطالعه مرادی و محمدی فر (۱۳۹۹)؛ نیکبخت نصرآبادی و همکاران (۱۳۹۹) مبنی بر تاثیر رسانه‌ها بر تغییر سبک زندگی و عادت‌های رفتاری در ایام کرونا همراستا می‌باشد. شیوع بیماری کرونا و ترس مردم از بیرون رفتن و برقراری روابط اجتماعی عاملی شد، تا مردم در رفتارهای خود الگوی جدیدی را ایجاد نمایند. خبرگزاری‌ها با نشر اخبار سلامت و دستورالعمل‌ها و شیوه‌های مراقبت و پیشگیری از شیوع بیماری به مخاطبین الگوی خرید اینترنتی را پیشنهاد می‌دادند. ناظر به فرضیه نهم تحقیق، بررسی اثر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها بر واکسیناسیون نتایج نشان داد بین متغیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و واکسیناسیون رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. این نتایج با نتایج مطالعه احمدی، المطهری و سامی (۱۳۹۸) همراستا می‌باشد. خبرگزاری‌ها با تولید محتوای خبری مناسب توانستند با اطلاع رسانی و آگاهی بخشی به موقع در خصوص فواید واکسیناسیون، زمان و مکان واکسیناسیون، جامعه هدف برای واکسیناسیون و انواع واکنش‌ها در راستای پیشگیری از شیوع بیماری کرونا گام برداشتند.

ناظر به فرضیه آخر تحقیق بررسی اثر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها بر آگاهی بخشی دانشجویان دختر تهرانی نتایج نشان داد بین متغیر اخبار سلامت خبرگزاری‌ها و آگاهی بخشی دانشجویان مذکور رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. این یافته‌ها با نتایج مطالعه انوار، سلطانی فر و آقازاده (۱۴۰۱)؛ مرادی و محمدی فر (۱۳۹۹) احمدی، المطهری و سامی (۱۳۹۸)؛ صادقی و فتحی (۲۰۲۲)؛ ویهمان و همکاران (۲۰۲۲)؛ غزالی و همکاران (۲۰۲۲) همراستا است

با توجه به روند رو به رشد اطلاع‌رسانی از طریق رسانه‌های مختلف و رسالت خبرگزاری‌ها مبنی بر تولید محتوای خبری برای سایر رسانه‌ها پیشنهاد می‌گردد: از آن جا که جامعه آماری این مطالعه تنها دانشجویان دختر می‌باشد؛ پیشنهاد می‌گردد در پژوهش‌های آتی برای سنجش تاثیر خبرگزاری‌ها بر آگاهی بخشی مخاطبین از جامعه آماری بزرگ‌تر استفاده شود. برای سنجش میزان تاثیرگذاری خبرگزاری‌ها بر آگاهی بخشی مخاطبین از روش‌های ترکیبی و یا روش‌های کیفی نیز استفاده شود. تاثیر خبرگزاری‌ها بر آگاهی بخشی مخاطبین در سایر حوزه‌ها از جمله اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی مورد بررسی قرار گیرد. مقایسه بین تاثیر خبرگزاری‌ها بر گروه‌های مختلف جامعه مورد بررسی قرار گیرد. با توجه به اهمیت اطلاع‌رسانی در زمان بحران، پیشنهاد می‌گردد که تاثیر خبرگزاری‌ها را در بحران‌ها مختلف مورد بررسی قرار گیرد و بر اساس عملکرد و نقاط بهبود آن برنامه مدونی برای تاثیرگذاری بیشتر خبرگزاری‌ها تدوین گردد.

ملاحظات اخلاقی

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده اند و این موضوع مورد تأیید همه آنهاست

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.



منابع

- احمدی، ثریا؛ المطهری، فریبا؛ سامی، منصور. (۱۳۹۸). بررسی پوشش خبری ارتقای سلامت در خبرگزاری‌های ایسنا، تسنیم و مهر. فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۵ (۵۵)، ۲۲۷-۲۴۸.
- احمدی، زهره؛ ایزدخواه، فاطمه‌سادات. (۱۳۹۷). بررسی نقش رسانه‌ها در توسعه سلامت جامعه: یک مطالعه مروری. اولین همایش فناوری اطلاعات و ارتقای سلامت. تهران.
- احمدی، علی؛ عسگرزاده، سیدمحسن؛ مفیدی، ریحانه. (۱۴۰۰). مقایسه تطبیقی پوشش خبری بحران کرونا در شبکه خبر و بی‌بی‌سی فارسی. فصلنامه علمی رسانه‌های دیداری و شنیداری، ۱۵ (۱)، ۱۶۲-۱۳۳.
- اسدی، عباس، علی‌آبادی، گیتا (۱۳۸۱) شناسنامه خبرگزاری‌های جهان، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- انوار، علی؛ سلطانی‌فر، محمد؛ آقازاده، مریم. (۱۴۰۱). نقش و مسئولیت رسانه‌های جمعی در مدیریت بیماری کرونا. جامعه‌شناسی ارتباطات، ۲ (۷)، ۲۰-۷.
- بیداروند، مختار؛ پورقهرمانی، بابک؛ بیگی، جمال. (۱۴۰۱). تاثیر پیشگیرانه سرمایه اجتماعی رسانه‌ای بر بزهکاری در بستر فناوری‌های نوین در دوران اپیدمی کرونا. حقوق فناوری‌های نوین، ۳ (۵)، ۵۳-۳۳.
- دهخدا، علی‌اکبر. (۱۳۳۹). لغت‌نامه دهخدا. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- راشدی، علی؛ موسوی کاشی، زهره. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر رسانه‌های سازمانی و اجتماعی بر پیشگیری از کرونا با میانجی‌گری ادراک ریسک فردی و نقش تعدیل‌گر جنسیت. جستارهای سیاسی معاصر، ۱۱ (۴)، ۱۹۳-۲۲۰.
- سورین، ورنر، جیمز تانکارد. (۱۳۸۶). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- گنجی، احمد. (۱۳۸۵). بررسی الگوی کاربران اینترنت و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن، نوجوانان و جوانان شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته پژوهش علوم اجتماعی.
- مرادی، علی؛ محمدی‌فر، نجات. (۱۳۹۹). نقش شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری هراس اجتماعی و تغییر سبک زندگی ناشی از ویروس کرونا (مطالعه موردی شهر کرمانشاه). نشریه علمی انتظام اجتماعی، ۱۲ (۲)، ۱۲۳-۱۴۸.
- مسعودی، امیدعلی؛ اسلامی‌فرد، غلامحسین. (۱۴۰۰). ارائه الگوی هم‌گرایی شبکه‌های اجتماعی و خبرگزاری‌ها در چرخه اطلاع‌رسانی. مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۲۲ (۵۵)، ۱۲۳-۱۵۱.
- محمدی‌زاده، سید محمد (۱۳۹۱) نظریه‌های رسانه اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: همشهری
- نیکبخت نصرآبادی، علیرضا؛ غیاثوندیان، شهرزاد؛ مدنی، حسین. (۱۳۹۹). نقش رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی در روشنگری، کاهش یا افزایش نگرانی و ترس بیماران از بیماری‌شان. نشریه مراقبت سرطان، ۱ (۳)، ۴۶-۴۷.

References

- Ahmadi, A.; Asgarzadeh, S. M. & Mofidi, R. (2020). Comparative comparison of news coverage of the Corona crisis on Khabar and BBC Farsi. *Scientific Quarterly of Visual and Audio Media*, 15(1), 133-162. [In Persian]
- Ahmadi, S.; Al-Mothahri, F. & Sami, M. (2018). Investigating health promotion news coverage in ISNA, Tasnim and Mehr news agencies. *Quarterly Journal of the Iranian Association for Cultural and Communication Studies*, 15 (55), 227-248 [In persian].
- Ahmadi, Z.; Izadkhah, F. S. (2017). Examining the role of media in community health development: a review study. *The first information technology and health promotion conference*. Tehran. [In Persian]
- Anwar, A; Soltanifar, M. & Aghazadeh, M. (2021). The role and responsibility of mass media in the management of corona disease. *Sociology of Communication*, 2(7), 20-7. [In Persian]
- Asadi, Abbas, Aliabadi, G. (2002) Birth certificate of World news agencies, Tehran: Ministry of Culture and Islamic Guidance [In persian]
- Bidarvand, M.; Pourkohermani, B. & Bigi, J. (2021). The preventive effect of media social capital on delinquency in the context of new technologies during the Corona epidemic. *New Technologies Law*, 3(5), 33-53. [In Persian]
- Christensen, T., & Læg Reid, P. (2020). The coronavirus crisis—crisis communication, meaning-making, and reputation management. *International Public Management Journal*, 23(5), 713-729.
- Dehkoda, A.A. (1960). *Dehkoda Dictionary*. Tehran: Tehran University Press. [In Persian]
- Eriksson, M. (2018). Lessons for crisis communication on social media: A systematic review of what research tells the practice. *International Journal of Strategic Communication*, 12(5), 526-551.
- Ganji, A. (2006). Examining the pattern of Internet users and social factors affecting it, teenagers and young people of Tehran, master's thesis in the field of social science research [In Persian].
- Ghazali, M. H., Gamshidian, L., & Moghadasi, M. (2022). Provide an interactive model of media roles to normalize the flow of sports participation in the post-Corona era using the Demetel approach. *Strategic Studies on Youth and Sports*.
- Guseva, I., Kofanova, G., & Pliva, E. (2022). Cognitive-Discursive Aspect of Coronavirus Metaphorization in the Russian Language Media Ecosystems. In *International, conference Ecosystems without borders* (pp. 243-252). Springer, Cham.
- Hussein, A. J. (2022). The role of the media in combating the Corona pandemic. *Journal of Media Studies and Research*, (4).
- Mahdzadeh, S. M. (2012) *Media theories, popular ideas and critical views*. Tehran: Hamshahri [In persian]
- Masoudi, O. A & Islamifard, Gh. (2020). Presenting the convergence model of social networks and news agencies in the information cycle. *Culture-Communication Studies*, 22(55), 123-151. [In Persian]
- Moradi, A. & Mohammadifar, N. (2019). The role of social networks in the formation of social fear and lifestyle change caused by the corona virus (case study of Kermanshah city). *Scientific journal of social order*, 12 (2), 123-148. [In persian]
- Nikbakht Nasrabadi, A.; Ghiathundian, Sh. & Madani, H. (2019). The role of mass media and social networks in enlightening, reducing or increasing the worry and fear of patients about their disease. *Journal of Cancer Care*, 1(3), 46-47. [In persian]
- Rashidi, A. & Mousavi Kashi, V. (2019). Investigating the effect of organizational and social media on the prevention of Corona with the mediation of individual risk perception and the moderating role of gender. *Contemporary Political Essays*, 11(4), 220-193. [In persian]
- Schiavo, R. (2007). *Health Communication: from Theory to Practice*. John Wiley & Sons. USA.
- Severin, W. & James T. (2007). *Theories of communication*, translated by Alireza Dehghan, Tehran, Tehran University Press. [In persian]

- Sparks, L. (2010) Health communication and caregiving research, policy, and practice. In S. S. Travis & R. Talley (Eds.) Multi disciplinary Coordinated Caregiving: Professional Contributions. Springer.
- Viehmann, C., Ziegele, M., & Quiring, O. (2022). Communication, Cohesion, and Corona: The Impact of People's Use of Different Information Sources on their Sense of Societal Cohesion in Times of Crises. *Journalism Studies*, 23(5-6), 629-649.
- Vuković, A., Vuković, M., Urošević, S., & Mladenović-Ranisavljević, I. (2021). Management of communication in crisis situations in the textile and clothing companies. *Tekstilna industrial*, 69(3), 10-17.
- Williams, K. (2019). *Understanding Media Theory*. London: Arnold.
- Wu, Y., & Shen, F. (2022). Exploring the impacts of media use and media trust on health behaviors during the COVID-19 pandemic in China. *Journal of health psychology*, 27(6), 1445-1461.

