

تاثیر محل نصب پوستر بهداشتی بر آگاهی مراجعین به مرکز بهداشتی

درمانی شهید قنادی امامی اردبیل،

یوسف حمیدزاده اربابی^۱، فیروز امانی^۲، عبدالله مهدوی^۳، دکتر محمد حسین دهقان^۴، افروز مردی^۵

چکیده

زمینه و هدف: پوستر یک رسانه غیر پروژکتوری، دیداری، چاپی و ترسیمی است که در زمینه های مختلف بخصوص آموزش بهداشتتار می رود. از طرفی، یکی از وظایف کارشناسان آموزش بهداشت، ارزیابی روش ها و رسانه های آموزشی می باشد. در زمینه تاثیر پوسترهای نصب شده بر سطح آگاهی مراجعین به مراکز بهداشتی- درمانی، پژوهشهای کمی انجام گرفته، این مطالعه با هدف تعیین درصد کسانی که به پوستر نصب شده در مراکز بهداشتی- درمانی نگاه می کنند و نیز تعیین سطح آگاهی دریافت شده مراجعین از پوستر نصب شده در مکان های مختلف مراکز بهداشتی- درمانی انجام گرفت.

روش کار: این مطالعه یک مطالعه نیمه تجربی بود. جمعیت مورد مطالعه را مراجعین به مرکز بهداشتی- درمانی شهید قنادی امر اردبیل تشکیل می دادند. افراد مورد مطالعه به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. داده ها بوسیله پرسشنامه جمع آوری گردید. طبق برنامه قبلی، پوستر در سه مرحله و سه محل مختلف مرکز مذکور نصب و نتایج آن مورد بررسی قرار گرفت.

نتایج: نتایج بدست آمده از مطالعه نشان داد که در مرحله اول ۱۸/۱٪، در مرحله دوم ۲۱/۰٪ و در مرحله سوم ۶۱/۲٪ مراجعین پوستر نصب شده را دیدند. احتمال دیده شدن پوستر در ۳۳٪ درب ورودی نسبت به جنب اتاق معاینه تقریباً برابر بود (OR=0.9). احتمال دیده شدن پوستر نصب شده در وسط سالن انتظار نسبت به دو محل قبلی ۷ برابر بود. بر اساس آزمون ماری ANOVA تفاوت معنی داری بین میانگین سطح آگاهی دریافت شده مراجعین در نواحی سه گانه وجود نداشت. همچنین بین متغیرها، زمینه ای (جنس، جنس، وضع تاهل و ...) و سطح آگاهی دریافت شده اختلاف معنی داری مشاهده نگردید. **نتیجه گیری:** میزان توجه به پوسترهای نصب شده در مراکز بهداشتی- درمانی خیلی پایین است. **کلیدواژه ها:** آگاهی، پوستر، رسانه های همگانی، آموزش بهداشت

۱- مولف مسئول: مربی آموزش بهداشت دانشکده پیراپزشکی و بهداشت - دانشگاه علوم پزشکی اردبیل

۲- مربی آمار زیستی دانشکده پزشکی - دانشگاه علوم پزشکی اردبیل

۳- مربی آموزش مدارک پزشکی دانشکده پیراپزشکی و بهداشت - دانشگاه علوم پزشکی اردبیل

۴- استادیار بیوشیمی دانشکده پزشکی - دانشگاه علوم پزشکی اردبیل

۵- مربی بهداشت مادر و کودک دلدی پزشکی - دانشگاه علوم پزشکی اردبیل

چکیده

در شرح وظایف کارشناسان آموزش بهداشت طراحی، تولید مواد و وسایل کمک آموزشی و نیز ارزشیابی تاثیر رسانه های آموزشی بر آگاهی، نگرش و عملکرد گروه های مختلف مردم بخشی از وظایف آنان در نظر گرفته شده است. به نظر می رسد که به دلایل مختلف از جمله کمبود کارشناس و متخصص آموزش بهداشت و عدم ارتباط و استفاده مسئولان واحدهای چاپ و نشر در مراحل طراحی، تولید و چاپ پوستر از دانش و تخصص این کارشناسان به صورت مناسب استفاده نمی شود و بیشتر بر اساس برداشت ها و سلیقه های شخصی عمل می گردد. از طرفی، سالانه پوسترهای مختلفی توسط سازمان ها، ادارات و موسسات گوناگون و از جمله مراکز بهداشتی- درمانی، طراحی و چاپ شده و برای نصب به سایر موسسات و مراکز ارسال می شوند. این رویه از دهها سال قبل تا به امروز ادامه داشته و با مشاهده انواع پوسترهای نصب شده در مراکز بهداشتی می توان گفت که این روند در سال های اخیر از رشد بالایی برخوردار بوده است و در این زمینه بدون ارزیابی تاثیر آنها مبالغ زیادی هدر شده است.

در زمینه تاثیر رسانه های جمعی از جمله پوستر تحقیقات اندکی انجام گرفته است و نتایج متفاوتی از این مطالعات به دست آمده است. Jennie و همکاران معتقدند که بزرگترین کاربرد رسانه های جمعی برای حمایت کردن تعاملات فرد به فرد (چهره به چهره) بیماران و مدد جویان می باشد بنابراین بایستی آنها را شناخت و بر اساس اولویت ها از آنها استفاده کرد. البته انتظار از رسانه های جمعی برای کاهش شدید مرگ و میر، میزان ابتلا و رفتارهای غیر بهداشتی غیر واقعی است ولی به هر حال، رسانه ها می توانند مکمل آموزش چهره به چهره و نه جایگزین و جانشین آن باشند [1].

Gatherer و همکاران در سال ۱۹۷۷ با بررسی

مطالعه در زمینه تاثیر رسانه های جمعی نشان دادند که تاثیر رسانه ها بخصوص روی افراد زیاد نیست [2]. در Tones و همکاران نتیجه گیری کرده اند که برنامه های جمعی می تواند به عنوان یک وسیله بسیار مفید در زمینه برنامه های آموزش بهداشت باشد [3]. در ایران، وردی پور و همکاران مطالعه ای تحت عنوان بررسی تاثیر آموزش بهداشت به طریقه ویدئو- تلویزیون و تابلوهای آموزشی در امداد رسانی به حوادث جاده ای انجام دادند و نتایج نشان داد که آموزش نقش موثری در ارتقای دانش رانندگان داشته است [4]. در مطالعه کریم زاده و همکاران نتایج نشان داد آموزش در افزایش آگاهی افراد مؤثر و از نظر آماری معنی دار بوده است [5].

این مطالعه به منظور مشخص نمودن اینکه چند درصد مراجعین به مراکز بهداشتی به پوسترها توجه می کنند؟ آیا محل نصب در دیدن پوستر تاثیر دارد؟ آیا نصب پوستر باعث افزایش آگاهی مراجعین می شود؟ آیا افراد پیام های پوسترها را دریافت می کنند؟ و در نهایت اگر میزان بازگویی پیام های پوسترها، ارزشیابی گردد تا چه حد پیام آن را بازگو می کنند؟ طراحی و اجرا گردیده است.

مواد و روش ها

این مطالعه از نوع نیمه تجربی (Quasi-experimental) می باشد که در آن از پوستر به عنوان یک روش آموزش و یک مداخله استفاده شده است و میزان تاثیر آن را بر آگاهی مراجعین با در نظر گرفتن محل نصب مورد ارزیابی قرار داده است. این مطالعه در دو مرحله به انجام رسیده است در مرحله اول کلیه کسانی که به مرکز بهداشتی- درمانی شهید قنادی امامی مراجعه می نمودند بطور یک در میان مورد این سؤال قرار می گرفتند که آیا پوسترهای نصب شده در

محل های مورد نظر را دیده اند یا خیر؟ در مرحله دوم در صورت پاسخ مثبت پرسشنامه ای که حاوی سئوالاتی در زمینه ساختار، محتوی و پیام پوستر نصب شده در سه محل مختلف بود، تکمیل می گردید. جمعیت مورد مطالعه در مرحله دوم این پژوهش تعداد ۱۰۰ نفر از مراجعین مرکز بهداشتی- درمانی شهید قنادی امامی بودند که به سه گروه (برای هر مکان نصب پوستر ۳۳ نفر) تقسیم و بعد از بررسی معیارهای ورود به مطالعه ۳۳ شامل داشتن سن حداقل ۱۸ سال و داشتن حداقل سواد خواندن بود، انتخاب گردیدند. انتخاب افراد به روش نمونه گیری تصادفی ساده بود اطلاعات بدست آمده بعد از جمع بندی، کدگذاری شده و وارد برنامه آماری SPSS گردید و سپس با استفاده از آمار توصیفی در غالب جداول فراوانی، فراوانی نسبی، میانگین و انحراف معیار و آمار تحلیلی در غالب آزمون های آماری آنالیز واریانس، کای اسکوئر و برآورد خطر شانس نسبی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

۳-۱- توزیع فراوانی و فراوانی نسبی محل های نصب پوستر به تفکیک وضعیت دیدن و ندیدن پوستر توسط افراد مورد مطالعه در مرکز بهداشتی- درمانی شهید قنادی امامی اردبیل

بر اساس نتایج بدست آمده از مطالعه، از کل ۱۰۰ نفر مراجعه کننده در فاز اول تعداد ۳۳ (۳۳٪) پوستر نصب شده ۳۳ در ب ورودی را دیده بودند. از تعداد کل ۴۴۹ نفر در فاز دوم ۳۳ (۷٪) تابلوی نصب شده وسط سالن انتظار را دیده بودند و از تعداد ۳۳ ۳۳ در فاز سوم ۳۳ (۶۰٪) تابلوی نصب شده جنب درب اتاق معاینه را دیده بودند (جدول شماره ۳).

شانس نسبی نشان داد، شانس دیده شدن پوستر نصب شده ۳۳ در ب ورودی و جنب اتاق معاینه تقریباً برابر بود ($O.R=0.9$) در حالیکه شانس دیده شدن پوستر نصب شده در وسط سالن انتظار ۳۳ ۳۳ پوستر نصب شده ۳۳ در ب ورودی تقریباً ۷ برابر ($O.R=6.8$) و نسبت به جنب اتاق معاینه ۸ برابر ($O.R=6.3$) بود. این نتایج نشان می دهد که بین محل

جدول شماره ۱. توزیع فراوانی و فراوانی نسبی محل های نصب پوستر به تفکیک وضعیت دیدن و ندیدن پوستر توسط افراد مورد مطالعه در مرکز

بهداشتی- درمانی شهید قنادی امامی اردبیل					
مراجعه					
جنب درب ورودی		وسط سالن انتظار		جنب درب اتاق معاینه	
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۳۳	۳۳٪	۳۳	۳۳٪	۳۳	۳۳٪
۳۳	۳۳٪	۳۳	۳۳٪	۳۳	۳۳٪
۳۳	۳۳٪	۳۳	۳۳٪	۳۳	۳۳٪

جدول شماره ۲. مقایسه میانگین و انحراف معیار نمرات آگاهی دریافت شده از پوستر نصب شده در سه محل مختلف مرکز بهداشتی- درمانی

محل های نصب پوستر		میانگین		انحراف معیار	
جنب درب اتاق معاینه		۰/۰		۰/۰۰	
جنب درب ورودی		۰/۰		۰/۰۰	
وسط سالن انتظار		۰/۰		۰/۰۰	

جدول شماره ۳. توزیع فراوانی و فراوانی نسبی نظرات افراد شرکت کننده در مطالعه در خصوص وضعیت محل نصب پوستر

مناسب بودن یا نبودن محل نصب پوستر					
محل های نصب پوستر		محل های نصب پوستر		محل های نصب پوستر	
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۳۳	۳۳٪	۳۳	۳۳٪	۳۳	۳۳٪
۳۳	۳۳٪	۳۳	۳۳٪	۳۳	۳۳٪
۳۳	۳۳٪	۳۳	۳۳٪	۳۳	۳۳٪

نصب پوستر و دیدن آن توسط مراجعین ارتباط معنی داری وجود دارد. میانگین و انحراف معیار نمرات آگاهی دریافت شده مراجعین در سه محله تهران، مشهد و تبریز در جدول شماره (۲) مقایسه شده است. χ^2 تست در جدول مشاهده می شود میانگین نمرات آگاهی دریافت شده از پوستر نصب شده در وسط سالن انتظار با ۶/۷ نمره نسبت به نواحی دیگر بالاتر بود. در χ^2 تست همبستگی معنی دار بین متغیرهای مستقل زمینه ای مانند سن، جنس، وضع تاهل، تحصیلات و سطح آگاهی مراجعین از پوستر نصب شده در نواحی مختلف مرکز بهداشتی- درمانی شهید قنادی امامی اردبیل مشاهده شد.

در جدول شماره (۳) نظرات مراجعین به مرکز بهداشتی- درمانی شهید قنادی امامی در مورد میزان مناسب بودن محل نصب نشان داده شده است. χ^2 نشان می دهد صد درصد مراجعین، وسط سالن را برای نصب پوستر مناسب می دانند.

بحث و نتیجه گیری

پوستر بهداشتی یک رسانه غیر پروژکتوری، دیداری، چاپی و ترسیمی است که پیام های بهداشتی را در قالب عبارات و تصاویر به مخاطبین انتقال می دهد. به اعتقاد برخی از صاحب نظران از جمله Jennie همکاران اگر در تهیه، چاپ و نصب پوسترهای بهداشتی، اصول فنی آن در نظر گرفته شود، نتایج مطلوبی بدنبال خواهد داشت [۱]. در حالی که به اعتقاد برخی دیگر از صاحب نظران، تاثیر رسانه های جمعی و از جمله پوسترها مورد بحث است. برای مثال، ارزشیابی هایی در زمینه تاثیر رسانه بر افراد در زمینه استفاده از کاندوم برای پیشگیری از ایدز یا کاهش مصرف مواد مخدر شان داد که رسانه ها در این خصوص تاثیر معنی داری ندارند [۲ و ۳].

در مطالعه χ^2 تست ۱۸/۸٪ از مراجعین به پوستر نصب شده در بزرگراه ورودی، ۲۰٪ به پوستر نصب شده

جنب اتاق معاینه پزشکی و ۶۱٪ به پوستر نصب شده وسط سالن انتظار توجه داشته و پوستر مذکور را دیده اند و شانس نسبی نشان داد که شانس دیده شدن پوستر نصب شده در بزرگراه ورودی با χ^2 تست اتاق معاینه پزشکی تقریباً یکسان بوده ولی احتمال دیده شدن پوستر نصب شده وسط سالن در مقایسه با دو محل مذکور، ۷ بار بیشتر است. برخی از دلایل مراجعین در زمینه علت عدم نگاه به پوستر نصب شده در مرکز بهداشتی- درمانی مورد پژوهش χ^2 تست تابلوهای بیرونی، توجه به در و پنجره ها و دیوارها، دقت به گیر نکردن پا به جایی یا برخورد نکردن به دیگری، توجه به افراد حاضر در مرکز، تمرکز حواس به چیز دیگر مانند نتیجه آزمایش یا حضور متصدی χ^2 بوطه در محل کار خود، صحبت با همراهان، جمع کردن لباس، عجله داشتن، ناراحتی جسمی، روحی و روانی χ^2 شد. برخی از دلایل مراجعین در خصوص علت دیدن پوسترهای نصب شده توسط آنها شامل: نداشتن عجله و نگرانی، داشتن حوصله و فرصت کافی، داشتن سواد، داشتن حضور ذهن، کنجکاو و علاقمند بودن، داشتن آرامش فکری، داشتن تمرکز حواس، احساس نیاز، پوستر را مفید و ارزشمند دانستن و غیره بوده است. بنابراین اتخاذ هر رفتاری مستلزم چندین عامل از جمله مزایا و موانع دریافت شده، تهدیدات دریافت شده، داشتن قصد و اراده، تمرکز حواس و یا احساس نیاز به آن، انجام تفکر و ادراک پیام، عوامل قادر کننده مانند وقت کافی، دریافت پیام ها از طریق حواس پنجگانه و غیره است.

اختلاف معنا داری بین محل نصب پوستر و آگاهی دریافت شده مراجعین از پوسترهای نصب شده بدست نیامد. یعنی محل نصب پوستر در میانگین سطح آگاهی کسب شده از پیام آن تاثیر معنی داری نداشته است. این امر نشان می دهد که میزان توجه به پوسترهای نصب شده در آن مرکز پایین بوده اما کسانی که به

تشکر و قدردانی

در پایان از کلیه کسانی که ما را در مراحل مختلف این مطالعه یاری نمودند، تقدیر و تشکر می گردد.

11/11

- 1- Jennie N, Jane W. Health Promotion Foundation for Practice 2nd ed. New York: Harcourt Pub, 2000: 242.
- 2- Gatherer A, Parfit J, Porter E, Vessey M. Is health education effective? Health education council, London, 1997.
- 3- Tones K, Tilford S. Health education, effectiveness, efficiency and equity. Chapman and Hal, London, 1998.
- ۴- وردی پور حمید... فعله گری ... برادی علی. بررسی تاثیر آموزش بهداشت به طریقه ویدئو- تلویزیون و تابلوهای آموزشی در امداد رسانی به حوادث جاده ای، مجله طب و تزکیه، ۱۳۷۷، شماره ۱۱، ۱۱-۱۲.
- ۵- کریم زاده ش. تاثیر پوستر چند نظری در معرفی بیماری گواتر به دانشجویان، چاپ اول، بهران، فهرست تشریحی مقالات، پایان نامه ها، طرح ها و خلاصه مقالات آموزش پزشکی، سال ۱۳۷۷، صفحات ۱۱-۱۲.
- 6- Department of Health and Social Security (DHSS); AIDS, monitoring response to the public education campaign February 1986-February, 1987, HMSO, London, 1987.
- 7- Jones KV, Hsu-Hage BH. Health Promotion projects: skills and attitude learning for medical students. Med Edu; 1999 Aug; 33(8): 583-91.
- 8- Thiemann KM, Frost MH, Thompson RA. A multifaceted educational approach to increasing awareness and use of physician data query. J Cancer Educ. 1999 Summer; 14(2): 78-82.
- 9- Jeanne K, Alyson P. Promotion Health, Knowledge and Practice 2nd ed. New York: Macmillan Press ltd. 1998: 186-7.

پوستر توجه کرده و محتوای آن را خوانده بودند، پیام آنرا نیز دریافت کرده بودند. زیرا میانگین نمرات آگاهی در یافت شده افراد مورد پژوهش بیش از ۱۰ نمره از ۱۰ بوده که نشان می دهد آگاهی خوبی دریافت کرده اند. این یافته ها با نتایج مطالعات متعددی همخوانی دارند [۱-۲].

باعث افزایش و ارتقای آگاهی مراجعین می شود. [۳]

ای که از این مطالعه می توان گرفت این است که استفاده از پوسترهای استاندارد و نصب آنها در مراکز بهداشتی- درمانی بایستی تداوم داشته باشد. زیرا باعث افزایش آگاهی خوانندگان آنها می شود اما در جایی نصب شوند که در معرض دید مراجعین قرار بگیرند.

لذا برای ارتقای تهیه و نصب پوسترها، موارد ذیل پیشنهاد می گردد.

- ۱- بررسی تاثیر نصب پوستر در داخل اتاق های مراکز بهداشتی- درمانی بر آگاهی مراجعین.
- ۲- بررسی تاثیر محل نصب همزمان چندین پوستر از یک نوع در سالن انتظار و راهرو های مراکز بهداشتی- درمانی بر آگاهی مراجعین.
- ۳- بررسی تاثیر نصب پوسترهای بهداشتی در اماکن و محله های پر تردد مانند چلوکبابی ها، قهوه خانه ها، باشگاه های ورزشی، مطب پزشکان، داخل اتوبوس ها، هواپیماها، قطارها، ایستگاه های اتوبوس، قطار و مترو بر آگاهی افراد جامعه.
- ۴- بررسی تاثیر ترغیب مراجعین به مراکز بهداشتی- درمانی به خواندن پوسترها و دریافت پیامهای آنها توسط کارمندان و دانشجویان بر آگاهی مراجعین.
- ۵- بررسی تاثیر نصب پوستر در تابلوهای سه بعدی و تزئین شده به چراغ های چشمک زن بر آگاهی مراجعین.

۱۱- هابلی جان. برقراری ارتباط برای بهداشت، مترجم: پارسى نیا سعید، چاپ اول، تهران، انتشارات ترمه، ۱۳۸۵.
۱۳۸۵.

11- Davis B. Teaching Epidemiology via poster session. Nurse Educ. 2000 Jan-Feb; 25(1): 5.