مقاله پژوهشی

مجله انفورماتیک سلامت و زیست پزشکی
مرکز تحقیقات انفورماتیک پزشکی
دوره هشتم شماره اول. ص ۹۳-۸۴، ۱۴۰۰

بررسی تأثیر عوامل مؤثر در استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر ارتقای سطح سواد سلامت الکترونیک شهروندان در بحران‌ها

معصومه آینه[۱]، مهدی حسین‌پور[۲]*

• **دریافت مقاله:** ۹۹/۹/۳ • **پذیرش مقاله:** ۱۴۰۰/۲/۷

مقدمه: با توجه به شیوع و همه‌گیری ویروس کرونا نقش رسانه‌ها و به ویژه رسانه‌های اجتماعی جهت اطلاع‌رسانی و افزایش سواد سلامت بسیار حائز اهمیت می‌باشد. هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر عوامل مؤثر در استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر ارتقای سطح سواد سلامت الکترونیک شهروندان در بحران‌ها مورد مطالعه قرار گرفت.

روش: در این مطالعه تحلیلی- توصیفی ۳۸۴ نفر از بیماران استان کرمانشاه با استفاده از روش نمونه‌گیری جدول مورگان انتخاب شدند. به همین منظور از پرسشنامه محقق ساخته دو بخشی شامل بخش دموگرافیک (جمعیت‌شناختی) و بخش اختصاصی (با استفاده از ۵ متغیر) با ۴۰ پرسش مورد بررسی قرار گرفت. نحوه نمره‌دهی در پرسشنامه مورد استفاده با طیف ۵ تایی لیکرت از نمره ۱ (کاملاً مخالف) تا نمره ۵ (کاملاً موافق) نمره‌گذاری شد.

نتایج: یافته‌های پژوهش نشان داد که ۴۳/۱ درصد از شرکت‌کنندگان بیان داشتند که کرونا تأثیر زیادی بر شغل آن‌ها دارد و بیش از ۴۰ درصد از شرکت‌کنندگان نیز بیان نمودند که اطلاعات مربوط به بهداشت را از طریق فضای اینترنت کسب می‌کنند. همچنین نتایج نشان می‌دهد که ارتباط بین متغیرها با یکدیگر معنی‌دار می‌باشند ($P<۰/۰۵$).

نتیجه‌گیری: بالاترین همبستگی بین متغیر دسترسی و محبوبیت مشاهده شد. این امر به این معنی است که افزایش دسترسی به رسانه‌های اجتماعی منجر به افزایش محبوبیت این رسانه‌ها می‌شود. اطلاعات به دست آمده در این پژوهش نشان می‌دهد که به روز بودن رسانه‌ها، دسترسی، اعتماد به رسانه‌های اجتماعی، ارزش درک شده و محبوبیت از جمله عوامل مؤثر جهت تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر سواد سلامت الکترونیک می‌باشند.

کلیدواژه‌ها: رسانه‌های اجتماعی، سواد سلامت الکترونیک، بحران کرونا، کرمانشاه

• **ارجاع:** آینه معصومه، حسین‌پور مهدی. بررسی تأثیر عوامل مؤثر در استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر ارتقای سطح سواد سلامت الکترونیک شهروندان در بحران‌ها. مجله انفورماتیک سلامت و زیست پزشکی ۱۴۰۰؛ ۸(۱): ۹۳-۸۴

۱. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه پیام نور، کرمانشاه، ایران

۲. دکترای مدیریت استراتژیک، استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

* **نویسنده مسئول:** مهدی حسین‌پور

آدرس: کرمانشاه، میدان آزادی، بلوار شهید بهشتی، دانشکده علوم اجتماعی

• **شماره تماس:** ۰۸۳۳۴۲۷۴۵۱۰ • **Email:** m.hosseinpour@razi.ac.ir

[Downloaded from jhbmi.ir on 2026-10-11]

مقدمه

در سال ۲۰۲۰ میلادی به سبب همه‌گیر شدن بی‌سابقه بحران کرونا در سراسر جهان و نیز به سبب ناشناخته بودن این ویروس، کمبود دارو و اقلام بهداشتی، جهت مهار آن مطالعات فراوانی در عرصه پزشکی و مدیریت بیماری صورت گرفته است. در کمتر از یک سال پس از مشاهده اولین ناقل در جهان تعداد مبتلایان به ویروس کرونا تا پایان سال۲۰۲۰ از مرز ۴۵،۳۴۸،۱۷۶ نفر و تعداد جان‌باختگان تا پایان سال ۲۰۲۰ از مرز ۱،۱۸۶،۳۹۶ نفر فراتر رفته است که با توجه به شیوع و همه‌گیری این ویروس این آمار هر روز افزایش می‌یابد [۱]. مطابق آمار منتشر شده در سازمان بهداشت جهانی در اکتبر ۲۰۲۰ تعداد مبتلایان پس از شیوع ویروس کرونا در کشور به ۵۹۶،۹۴۱ نفر و آمار تلفات بیش از ۳۴،۰۰۰ نفر گزارش شد که از این تعداد آمار مبتلایان کرمانشاه حدود ۲۸،۰۰۰ نفر و آمار فوتی‌ها ۸۴۹ نفر اعلام شده است [۲]. به همین سبب در روزهای شیوع غیرقابل تصور بیماری و وحشت ایجاد شده در بین مردم جهان نقش رسانه‌ها و به ویژه رسانه‌های اجتماعی جهت اطلاع‌رسانی و افزایش سواد سلامت بسیار حائز اهمیت می‌باشد [۵-۳].

با پذیرش این حقیقت که اطلاعات به دست آمده در رابطه با این ویروس نوظهور و جدید بسیار کم است و محققان مربوطه نیز دائماً یافته‌های خود را در رابطه با این ویروس به روز می‌نمایند، با این وجود اطلاع‌رسانی درباره این بیماری و انتشار شایعات در رابطه با آن می‌تواند تأثیر زیادی بر ذهنیت مخاطبان بگذارد [۵]. به نظر می‌رسد فعالیت رسانه‌های اجتماعی برای افزایش آگاهی مخاطبان جهت جلوگیری از افزایش این پاندمی و نحوه مقابله با آن افزایش یافته است. به نحوی که آمارهای مصرف اینترنت در بین کشورهایی که حداقل ۱۰۰ مورد مثبت کرونا را داشته‌اند، نشان می‌دهد که ایران بالاترین مصرف اینترنت را در بین این کشورها دارا بوده است [۶]. تحقیقات در بحران‌ها موانع رویه‌ای قابل‌توجهی را برای محققان کاربردی در ارتباطات ایجاد می‌کند [۷]. وجود یا عدم وجود ارتباطات و کسب اطلاعات می‌تواند بر درک بحران تأثیر بگذارد؛ بنابراین رسانه‌ها نقش حیاتی و دوگانه‌ای (مثبت و منفی) را در جوامع برای درک بحران و پیامدهای آن ایفا می‌کنند [۸]. رسانه می‌تواند با آرام کردن مردم و ترغیب آن‌ها برای شرکت در فرآیند مدیریت بحران و جلوگیری از ایجاد یک فاجعه و کمک به خانواده‌های قربانیان تأثیر مثبتی بر جامعه بگذارد. همچنین با اجازه دادن به مردم در ایجاد و انتقال اخبار، منجر به شکست تک‌قطبی انتقال اطلاعات شده است. با این وجود از تأثیرات منفی رسانه‌ها می‌توان به شیوع وحشت در جامعه و انتقال نادرست و ناکافی پیام‌ها اشاره نمود که در نهایت منجر به یک آشوب اجتماعی می‌شود. از آنجایی‌که اطلاعات آنلاین مستعد تحریف می‌باشد ممکن از در هنگام مواجهه با بحران‌ها مشکلاتی از قبیل ایجاد شایعات در رسانه‌های اجتماعی و عدم پیگیری رد شایعه پراکنان را در پی داشته باشند [۹].

رسانه‌های اجتماعی با نیروی انسجام ساده، سریع و قدرتمند خود می‌تواند بر تبادل اطلاعات تأثیر بگذارد. در ایران فضای اینترنت منبع مهمی از انتقال اطلاعات برای مردم می‌باشد. براساس آمارهای منتشر شده، تعداد کل کاربران اینترنت در ایران در سال ۹۷ بالغ بر ۷۴ میلیون و ۵۱۸ هزار نفر برآورد شده است که از این تعداد بین ۲ تا ۱۷ میلیون نفر مخاطب فیسبوک، ۴۰ تا ۵۰ میلیون نفر کاربر تلگرام، ۲۴ میلیون نفر مخاطب اینستاگرام وجود دارد [۱۰]. هنگامی که کانال‌های رسمی و اصلی دستیابی به اطلاعات و سازمان‌های پاسخگو با شکست مواجه می‌شوند، شهروندان از رسانه‌های اجتماعی به عنوان رسانه جایگزین دستیابی به اطلاعات استفاده می‌کنند [۱۱].

در طی دهه گذشته بسیاری از کشورها توسعه‌یافته با رشد سریع دیجیتالی شدن رو به رو شده‌اند. با ایجاد بسترهای شبکه‌های اجتماعی مردم آسان‌تر و سریع‌تر با یکدیگر ارتباط می‌گیرند. همچنین طی دو دهه گذشته پژوهش‌ها در رابطه با استفاده از رسانه‌های اجتماعی در هنگام بروز بلایا به صورت معنی‌داری افزایش یافته است [۱۱،۱۲]. با استفاده از رسانه‌های اجتماعی (تلگرام، اینستاگرام، توییتر، فیسبوک و ...) و استفاده فراوان از دستگاه تلفن همراه چندین گزینه برای دریافت اطلاعات و حتی شرکت در گفتگوها در رابطه با فجایع رخ داده در اختیار عموم قرار دارد [۱۵-۱۳]. امروزه شهروندان دیگر به رسانه‌های رسمی از قبیل تلویزیون و روزنامه برای دریافت اطلاعات وابسته نیستند و هر فرد می‌تواند به عنوان شهروند-خبرنگار عمل نماید [۱۶]. در همین حال، سازمان‌های پاسخگو راه‌هایی را برای استفاده مؤثر از رسانه‌های اجتماعی جستجو می‌کنند که شامل کانال‌های رسانه اجتماعی برای اطلاعاتی است که می‌تواند در پاسخ رسمی و نظارت بر اطلاعات نادرست و شایعات کذب مفید واقع شوند [۱۷،۱۸]؛ بنابراین سواد رسانه‌ای در هنگام کار با رسانه‌های اجتماعی جهت القاء

[Downloaded from jhbmi.ir on 2026-10-11]

خواسته‌ها و پذیرش مطالب عنوان شده حائز اهمیت می‌باشد.
سواد رسانه‌ای به عنوان فرآیند دستیابی، تحلیل انتقادی پیام رسانه‌ای و ایجاد پیام با استفاده از یک ابزار رسانه‌ای تعریف می‌شود. بسیاری از مردم می‌دانند که سواد رسانه‌ای درک فن‌آوری ارتباطات، کد پیام، پیام تولید شده، انتخاب پیام، تفسیر و تأثیر پیام برگیرنده را تسهیل می‌کند [۱۹،۲۰]. همچنین از آنجایی که مخاطبان رسانه‌های اجتماعی اغلب جوانان هستند که در پی جستجوی هویت می‌باشند سواد رسانه‌ای تأثیر فراوانی در تفسیر اخبار ایفا می‌کند [۲۱،۲۲]. به نظر می‌رسد تأثیر سواد رسانه‌ای در پذیرش یا عدم پذیرش اخبار منتشر شده در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند گسترش شایعات یا رد آن‌ها به خصوص در بین جوانان دامن بزند [۲۰]؛ بنابراین پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر عوامل مؤثر در استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر ارتقای سطح سواد سلامت الکترونیک شهروندان در بحران‌ها روی شهروندان استان کرمانشاه، به عنوان یک نماینده از جمعیت کشور انجام شده است.

روش

پژوهش حاضر یک مطالعه تحلیلی- توصیفی می‌باشد که در سال ۱۳۹۹ روی ۳۸۴ نفر از بیماران استان کرمانشاه صورت گرفت. در این پژوهش کل بیماران استان کرمانشاه به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شدند و با توجه به جدول مورگان از این میان ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. نمونه‌گیری مطالعه حاضر به صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده انجام شد. جهت جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته دو بخشی شامل بخش دموگرافیک (جمعیت‌شناختی) و بخش اختصاصی (با استفاده از ۵ متغیر) با جمعاً ۴۰ پرسش مورد بررسی قرار گرفت. نحوه نمره‌دهی در پرسشنامه مورد استفاده با طیف ۵ تایی لیکرت از نمره ۱ (کاملاً مخالف) تا نمره ۵ (کاملاً موافق) نمره‌گذاری شد. جهت به دست آوردن پایایی پرسشنامه، قبل از توزیع پرسشنامه، ۴۰ پرسشنامه بین بیماران توزیع شد که با استفاده از برآورد آلفای کرونباخ پایایی آن ۰/۸۷۱ به دست آمد. همچنین روایی آن توسط اساتید خبره گروه مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به بررسی‌های صورت گرفته از میان ۳۸۴ پرسشنامه تعداد ۳۱۱ پرسشنامه به صورت کامل تکمیل شدند و در تجزیه و تحلیل داده‌ها مورد استفاده قرار گرفتند.
براساس نوع پژوهش تجزیه و تحلیل متغیرها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۲ و از طریق آزمون تی زوجی جهت بررسی روابط بین مؤلفه‌های مؤثر بر رسانه‌های اجتماعی (ارزش درک شده، اعتماد به رسانه‌های اجتماعی، محبوبیت و دسترسی) و متغیرهای دموگرافیک (جنسیت و سن)، همبستگی مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گرفتند.

نتایج

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر عوامل مؤثر در استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر ارتقای سطح سواد سلامت الکترونیک شهروندان ۳۸۴ نفر از بیماران استان کرمانشاه در رابطه با بحران کرونا انجام شد. با توجه به اطلاعات جمعیت‌شناختی (جدول ۱)، درصد فراوانی افراد شرکت‌کننده بر حسب دامنه سنی نشان داد که ۴۲/۸ درصد از کل شرکت‌کنندگان در دامنه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال بودند و کمترین درصد فراوانی در شرکت‌کنندگان با بیش از ۵۰ سال با ۳/۲ درصد مشاهده شد. همچنین بررسی سطح تحصیلات شرکت‌کنندگان در پژوهش نشان می‌دهد که ۳۵/۷ درصد از شرکت‌کنندگان دارای سطح تحصیلات فوق‌لیسانس و بالاتر بودند و تنها ۸/۷ درصد از میان کل شرکت‌کنندگان دارای سطح تحصیلات زیر دیپلم بودند. همچنین ۴۳/۱ درصد از شرکت‌کنندگان بیان داشتند که کرونا تأثیر زیادی بر شغل آن‌ها دارد و درحالی‌که تنها ۱۵/۴ درصد اظهار داشتند که کرونا اثر کمی بر وضعیت اشتغال آن‌ها دارد. از میان تمام شرکت‌کنندگان در پژوهش ۴۰/۱۹ درصد بیان نمودند که با استفاده از اینترنت به اطلاعات در رابطه با سلامتی دست پیدا می‌کنند.

[Downloaded from jhbmi.ir on 2026-10-11]

جدول ۱: اطلاعات جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان در پژوهش

متغیر	گروه	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۱۵۲	۴۸/۹
	زن	۱۵۹	۵۱/۱
وضعیت تأهل	مجرد	۱۳۶	۴۳/۷
	متأهل	۱۷۵	۵۶/۳
سن	کمتر از ۲۰ سال	۲۰	۶/۴
	۲۰ تا ۳۰ سال	۹۹	۳۱/۸
	۳۱ تا ۴۰ سال	۱۳۳	۴۲/۸
	۴۱ تا ۵۰ سال	۴۹	۱۵/۸
	بیش از ۵۰ سال	۱۰	۳/۲
سطح تحصیلات	زیر دیپلم	۲۷	۸/۷
	دیپلم	۵۷	۱۸/۳
	فوق‌دیپلم	۱۹	۶/۱
	لیسانس	۹۷	۳۱/۲
	فوق‌لیسانس و بالاتر	۱۱۱	۳۵/۷
تأثیر کرونا بر شغل شما؟	کم	۴۸	۱۵/۴
	متوسط	۱۲۹	۴۱/۵
	زیاد	۱۳۴	۴۳/۱
نحوه دستیابی به اطلاعات سلامت	اینترنت	۱۲۵	۴۰/۱۹
	تلویزیون و رادیو	۸۲	۲۶/۳۷
	روزنامه و مجلات	۲۹	۹/۳۲
	کانال‌های ماهواره‌ای	۳۴	۱۰/۹۳
	دوستان	۱۶	۵/۱۴
	سایر	۲۵	۸/۰۳

جدول ۲ نتایج مربوط به بررسی توصیفی متغیرهای مورد پژوهش جهت بررسی عوامل مؤثر بر سواد سلامت الکترونیک را نشان می‌دهد. متغیرهای مورد بررسی شامل به روز بودن رسانه‌های اجتماعی، ارزش درک شده، اعتماد به رسانه‌های اجتماعی، دسترسی و محبوبیت رسانه‌های اجتماعی می‌باشند. نتایج به دست آمده در رابطه با متغیر به روز بودن رسانه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که نزدیک به ۷۶ درصد از شرکت‌کنندگان مورد مطالعه با این گویه که «استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت دسترسی به اطلاعات به روز، مرسوم می‌باشد» موافق بودند. همچنین ۶۴/۶ درصد از شرکت‌کنندگان اظهار داشتند که با این گویه «هر چیز به روز و مرسوم در رابطه با بیماری کرونا در رسانه‌های اجتماعی قابل‌دسترسی است» موافق هستند. بیش از ۶۴ درصد از شرکت‌کنندگان با گویه «آخرین مراحل درمانی و نیز شناخت بیماری در رسانه‌های اجتماعی قابل‌دسترسی است» موافقت نمودند. بیش از ۶۲ درصد از افراد شرکت‌کننده در پژوهش با این گویه که «شهرت، اعتبار و اطمینان به رسانه‌های اجتماعی باعث استفاده مکرر من از این رسانه می‌شود» موافق بودند.

در پژوهش حاضر نتایج توصیفی نشان داد که بیش از ۷۳ درصد از شرکت‌کنندگان با گویه «پایین بودن اعتماد مشتریان به خرید مجازی، کیفیت سایت و مدل طراحی آن به ویژه در نحوه ارائه محصول و اطلاعات مربوط به کالا در مواقع بحران باعث بی‌رغبتی مشتریان برای خرید مجدد آن‌ها در آینده می‌شود» موافق بودند. همچنین نتایج نشان داد که بیش از ۸۲ درصد از شرکت‌کنندگان با این گویه که «راحتی، صرفه‌جویی در زمان، فاصله‌گذاری اجتماعی و عدم حضور در اجتماعات در مواقع بحرانی می‌تواند از جمله دلایلی باشد که بیشترین تأثیر را بر خرید اینترنتی در زمان حاضر دارد» موافق بودند. در رابطه با گویه «عدم وجود ارتباطات چهره به چهره و عدم آگاهی از کیفیت محصولات، اعتماد کمتری در موقع خرید اینترنتی برای من به وجود می‌آورد و من سطح بالایی از ریسک را تجربه می‌کنم» ۸۷ درصد از شرکت‌کنندگان با آن موافقت نمودند.

[Downloaded from jhbmi.ir on 2026-10-11]

همچنین بررسی نتایج به دست آمده در رابطه متغیر دسترسی نشان داد که نزدیک به ۷۶ درصد از شرکت‌کنندگان با گویه «من می‌توانم اطلاعات بهداشتی و درمانی مورد نیاز خود را از طریق رسانه‌های اجتماعی به دست آورم» موافق بودند. درصد فراوانی افراد موافق با گویه «من می‌توانم اطلاعات تغذیه سالم در مورد بیماری کرونا را از رسانه‌های اجتماعی به دست آورم» نشان داد که بیش از ۷۲ درصد از شرکت‌کنندگان با این گویه موافق بودند. همچنین بیش از ۷۹ درصد از کل شرکت‌کنندگان با گویه «من می‌توانم اطلاعات مربوط به پیشگیری از بیماری کرونا را از طریق رسانه‌های اجتماعی به دست آورم» موافق بودند.

جدول ۲: بررسی گویه‌های مورد پژوهش در عوامل مؤثر بر سواد سلامت الکترونیک شهروندان

بعد	گویه	کاملاً موافقم	موافقم	نه موافقم نه مخالفم	مخالفم	کاملاً مخالفم
به روز بودن رسانه‌های اجتماعی	استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت دسترسی به اطلاعات به روز، مرسوم می‌باشد.	۳(۱)	۱۸(۵/۸)	۵۴(۱۷/۴)	۱۳۷(۴۴/۱)	۹۹ (۳۱/۸)
	هر چیز به روز و مرسوم در رابطه با بیماری کرونا در رسانه‌های اجتماعی قابل دسترسی است.	۶(۱/۹)	۲۶(۸/۴)	۷۸(۲۵/۱)	۱۲۲(۳۹/۲)	۷۹(۲۵/۴)
ارزش درک شده	ارزش درک شده کاربرد محصولات و خدمات، کیفیت، در دسترس بودن می‌تواند در مصرف‌کننده در مواقع بحرانی از جمله بحران کرونا تشدید شود.	۳(۱)	۱۱(۳/۵)	۷۹(۲۵/۴)	۱۴۲(۴۵/۷)	۷۶(۲۴/۴)
	شهرت، اعتبار و اطمینان به رسانه‌های اجتماعی باعث استفاده مکرر من از این رسانه می‌شود.	۶(۱/۹)	۳۲(۱۰/۳)	۷۸(۲۵/۱)	۱۲۱(۳۸/۹)	۷۴(۲۳/۸)
	ارزش درک شده تجربی را می‌توان به زیبایی‌شناسی، لذت بردن، وفاداری مشتریان و خدمات برتر تقسیم کرد.	۳(۱)	۱۳(۴/۲)	۹۵(۳۰/۵)	۱۳۱(۴۲/۱)	۶۹(۲۲/۲)
اعتماد به رسانه‌های اجتماعی	راحتی، صرفه‌جویی در زمان، فاصله‌گذاری اجتماعی و عدم حضور در اجتماعات در مواقع بحرانی می‌تواند از جمله دلایلی باشد که بیشترین تأثیر را بر خرید اینترنتی در زمان حاضر دارد.	۴(۱/۳)	۱۰(۳/۲)	۴۰(۱۲/۹)	۱۴۶(۴۶/۹)	۱۱۱(۳۵/۷)
	عدم وجود ارتباطات چهره به چهره و عدم آگاهی از کیفیت محصولات، اعتماد کمتری در موقع خرید اینترنتی برای من به وجود می‌آورد و من سطح بالایی از ریسک را تجربه می‌کنم.	۷(۲/۳)	۲۳(۷/۴)	۷۲(۲۳/۲)	۱۴۳(۴۶)	۶۶(۲۱/۲)
	من می‌توانم اطلاعات بهداشتی و درمانی مورد نیاز خود را از طریق رسانه‌های اجتماعی به دست آورم.	۶(۱/۹)	۱۶(۵/۱)	۵۳(۱۷)	۱۶۴(۵۲/۷)	۷۲(۲۳/۲)
دسترسی	من می‌توانم اطلاعات تغذیه سالم در مورد بیماری کرونا را از رسانه‌های اجتماعی به دست آورم.	۱۲(۳/۹)	۱۷(۵/۵)	۵۷(۱۸/۳)	۱۴۹(۴۷/۹)	۷۶(۲۴/۴)
	من می‌توانم اطلاعات مربوط به پیشگیری از بیماری کرونا را از طریق رسانه‌های اجتماعی به دست آورم.	۳(۱)	۱۲(۳/۹)	۴۹(۱۵/۸)	۱۶۸(۵۴)	۷۹(۲۵/۴)
	من می‌توانم اطلاعات موردنیاز در خصوص برخی مشکلات بیماری کرونا از جمله تنگی نفس، تب و ... را از طریق رسانه‌های اجتماعی به دست آورم.	۵(۱/۶)	۱۱(۳/۵)	۵۷(۱۸/۳)	۱۶۰(۵۱/۴)	۷۸(۲۵/۱)
محبوبیت رسانه‌های اجتماعی	محبوبیت زیاد و مزایای بالقوه رسانه‌های اجتماعی از جمله دسترسی آسان و گستردگی اطلاعات و همچنین کارایی بالا در ارتباطات، من را ترغیب به شرکت در چنین فضایی می‌کند مخصوصاً در مواقع بحرانی	۵(۱/۶)	۱۱(۳/۵)	۵۷(۱۸/۳)	۱۶۰(۵۱/۴)	۷۸(۲۵/۱)
	محبوبیت و اعتماد به رسانه‌های اجتماعی باعث می‌شود مردم در موقع بحران کرونا خرید خود را با خیال آسوده و آنلاین انجام دهند.	۸(۲/۶)	۹(۲/۹)	۷۱(۲۲/۸)	۱۳۸۸(۴۴/۴)	۸۵(۲۷/۳)
	یکی از علل تعامل مردم در رسانه‌های اجتماعی محبوبیت و محتوای رسانه‌های اجتماعی است.	۷(۲/۳)	۳۴(۱۰/۹)	۹۵(۳۰/۵)	۱۰۵(۳۳/۸)	۷۰(۲۲/۵)

[Downloaded from jhbmi.ir on 2026-10-11]

جدول ۳ نتایج مربوط به آنالیز همبستگی و سطح معنی‌داری متغیرها را نشان می‌دهد. نتایج نشان داد که ارتباط بین متغیرهای پژوهش با یکدیگر معنی‌دار می‌باشد (P<۰/۰۵). به نحوی که متغیرهای به روز بودن، ارزش درک شده، اعتماد به رسانه‌های اجتماعی، دسترسی و محبوبیت ارتباط معنی‌دار با یکدیگر داشتند. همچنین نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که بالاترین همبستگی بین متغیر دسترسی و محبوبیت با میزان همبستگی ۰/۶۳۹ مشاهده شد. این امر به این معنی است که افزایش دسترسی به رسانه‌های اجتماعی منجر به افزایش محبوبیت این رسانه‌ها می‌شود.

جدول ۳: نتایج آنالیز همبستگی و سطح معنی‌داری متغیرهای پژوهش

	به روز بودن	ارزش درک شده	اعتماد به رسانه‌های اجتماعی	دسترسی	محبوبیت
به روز بودن	۱				
ارزش درک شده	۰/۴۰۵	۱			
اعتماد به رسانه‌های اجتماعی	۰/۲۸۹	۰/۳۵۶	۱		
دسترسی	۰/۴۱۳	۰/۳۸۴	۰/۳۵۲	۱	
محبوبیت	۰/۴۷۴	۰/۴۴۶	۰/۳۷۴	۰/۶۳۹	۱

اطلاعات مندرج در جدول ۴ نتایج آزمون تی‌زوجی بین مؤلفه‌های مؤثر بر رسانه‌های اجتماعی (ارزش درک شده، اعتماد به رسانه‌های اجتماعی، محبوبیت و دسترسی) و متغیرهای دموگرافیک (جنسیت و سن) را نشان می‌دهد. با توجه به اطلاعات به دست آمده بین مؤلفه‌های مؤثر بر رسانه‌های اجتماعی (ارزش درک شده، اعتماد به رسانه‌های اجتماعی، محبوبیت و دسترسی) و متغیرهای دموگرافیک (جنسیت و سن) ارتباط معنی‌داری وجود دارد (P<۰/۰۵). با این وجود همبستگی بین دسترسی و سن و نیز اعتماد به رسانه‌های اجتماعی و جنسیت به صورت منفی می‌باشد. به این معنی که با افزایش سن سطح استفاده از رسانه‌های اجتماعی کاهش می‌یابد. همچنین در بین جنس مرد استفاده از رسانه‌های اجتماعی نسبت به جنسیت زن کمتر می‌باشد (P<۰/۰۵).

جدول ٤ نتایج آزمون تی‌زوجی بین مؤلفه‌های مؤثر بر رسانه‌های اجتماعی (ارزش درک شده، اعتماد به رسانه‌های اجتماعی، محبوبیت و دسترسی) و متغیرهای دموگرافیک (جنسیت و سن)

مؤلفه‌های مؤثر بر رسانه‌های اجتماعی	متغیرهای دموگرافیک	انحراف معیار	همبستگی	سطح معنی‌داری
اعتماد به رسانه‌های اجتماعی	جنس	۲/۲۰	۰/۰۶۸	۰/۰۰۱
	سن	۲/۱۷	-۰/۰۳۳	۰/۰۰۳
ارزش درک شده	جنس	۱/۶۳	۰/۰۳۵	۰/۰۰۱
	سن	۱/۷۲	۰/۱۰۹	۰/۰۰۱
محبوبیت	جنس	۲/۲۰	۰/۰۶۰	۰/۰۰۲
	سن	۲/۳۰	۰/۰۷۶	۰/۰۰۲
دسترسی	جنس	۲/۰۷	-۰/۰۱۰	۰/۰۰۲
	سن	۲/۱۲	۰/۰۹۷	۰/۰۰۳

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر عوامل مؤثر در استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر ارتقای سطح سواد سلامت الکترونیک شهروندان در بحران‌ها مورد مطالعه قرار گرفت. به سبب همه‌گیر شدن بی‌سابقه ویروس کرونا (COVID-19) در جهان و عدم دانش کافی در رابطه با چگونگی رفتار در اجتماع (با مبتلایان و جهت پیشگیری) برنامه‌های جهانی متنوعی جهت معرفی ویروس و راه‌های پیشگیری و اشاعه آن مورد توجه قرار گرفتند. از این میان نقش رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های اجتماعی جهت اطلاع‌رسانی و افزایش سواد سلامت بسیار حائز

[Downloaded from jhbmi.ir on 2026-10-11]

اهمیت بوده است [۵-۳]. اطلاع‌رسانی درباره بیماری کرونا و نحوه اشاعه ویروس کووید-۱۹ و انتشار شایعات در رابطه با آن می‌تواند تأثیر زیادی بر ذهنیت مخاطبان بگذارد [۵]. از این رو در ایران برخی از کانال‌ها و صفحات مربوط به این رسانه‌ها برای افزایش آگاهی مخاطبان جهت جلوگیری از همه‌گیر شدن بیماری و نحوه مقابله با بیماری روزانه اطلاعات خود در این باره را به روز می‌نمودند. همچنین با توجه به سرانه مصرف اینترنت در کشور در دو ماه ابتدایی شناخت بیماری و همه‌گیر شدن آن نتایج نشان می‌دهد که مصرف اینترنت به شدت افزایش یافته است [۶]. با این وجود پژوهش حاضر نشان داد که مؤلفه‌های مؤثر در استفاده از رسانه‌های اجتماعی (به روز بودن، ارزش درک شده، اعتماد به رسانه‌های اجتماعی، محبوبیت و دسترسی) تأثیر معنی‌داری بر ارتقای سطح سواد سلامت الکترونیک داشت. دسترسی و اعتماد به رسانه‌های اجتماعی به عنوان مباحث اصلی در استفاده از رسانه‌های اجتماعی مطرح می‌باشند. همسو با یافته‌های پژوهش حاضر، پژوهش‌های مختلفی نشان دادند که کاربران شبکه‌های اجتماعی، بیشتر بر کاهش پیچیدگی‌ها، دسترسی آسان و اعتماد به رسانه‌های اجتماعی متمرکز می‌باشند [۲۵-۲۳]. به این معنی که ترجیح کاربران به استفاده از یک رسانه کاهش پیچیدگی‌ها، دسترسی آسان و اعتماد به آن رسانه‌های اجتماعی است. در پژوهش حاضر نتایج نشان داد که متغیرهای دسترسی و اعتماد به رسانه‌های اجتماعی تأثیر معنی‌داری بر ارتقای سواد سلامت شرکت‌کنندگان دارند. در پژوهش van den Bosch و همکاران [۲۵] نتایج نشان داد که نگرش شرکت‌کنندگان نسبت به رسانه‌های اجتماعی تأثیر معنی‌داری بر ارتقای سواد سلامت شرکت‌کنندگان داشت. این یافته‌ها با نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر همسو می‌باشد.

محتوا در رسانه‌های اجتماعی باید برای جمعیت خاص مورد نظر اتخاذ شوند، به عنوان مثال در نظر گرفتن فرهنگ می‌تواند به عنوان یک عامل اصلی برای استفاده از رسانه اجتماعی مطرح شود [۲۳]؛ بنابراین راه‌حل رسانه‌های دیجیتال برای ارتقای سطح سلامتی می‌تواند با در نظر گرفتن اعتماد به رسانه‌های اجتماعی و قابل درک شدن اطلاعات پزشکی و بهداشتی برای بخش وسیعی از جمعیت به عنوان مثال در دوران همه‌گیری بیماری و در نهایت منجر به ایجاد اثرات مثبت بر سلامتی شود [۲۶]. این اظهارات با یافته‌های به دست آمده از پژوهش حاضر همخوانی دارد.

از آنجایی که سادگی رسانه‌های اجتماعی برای کاربران به عنوان یک موضوع مهم مطرح می‌باشد نیاز است که پیچیدگی این رسانه‌ها کاهش پیدا کند؛ بنابراین بیان شده است که نمره سواد سلامت الکترونیک به دفعات استفاده از اینترنت [۲۷]، سن [۲۸] و جنس [۲۹] در جمعیت مورد پژوهش بستگی دارد. همچنین نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر نشان داد که با افزایش سن، میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی کاهش می‌یابد که با نتایج مطالعه Gross [۳۰] همسو می‌باشد. همچنین طبق نتایج به دست آمده جنست، سن و عوامل فرهنگی بر ارتقای سواد سلامت تحت تأثیر رسانه‌های اجتماعی مؤثر می‌باشد [۳۱]. این یافته‌ها نشان می‌دهد که سواد سلامت الکترونیک تحت تأثیر رسانه‌های اجتماعی قرار می‌گیرد و هرچه اعتماد به رسانه‌های اجتماعی و دسترسی به این رسانه‌ها بالاتر باشد استفاده از فناوری نیز افزایش می‌یابد و در نهایت منجر به ارتقای سطح سواد سلامت الکترونیک می‌شود [۳۲،۳۳].

همان‌گونه که نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر نشان می‌دهد عوامل مؤثر در استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر ارتقای سطح سواد سلامت الکترونیک تأثیرگذار می‌باشد. به همان ترتیب جامعه به سمت استفاده از رسانه‌های دیجیتال می‌رود، ارائه رسانه‌های کارا می‌تواند به عنوان ابزار رسانه‌ای مناسب برای ارائه پیام‌های بهداشتی و پیمایش خدمات بهداشتی تلقی شود. با توجه به اطلاعات به دست آمده در این پژوهش نیاز است تا ارتباط بین سواد سلامت رسانه‌ای، سواد سلامت الکترونیک و فرهنگ محیط و جامعه مشخص شود و درک شفاف و صریح این امر به چگونگی سواد سلامت الکترونیک و رسانه‌های اجتماعی نیاز دارد. از طرفی افزایش دسترسی به تلفن همراه و خدمات اینترنتی منجر به توسعه دیجیتالی شگرفی در جوامع شده است و رسانه‌های اجتماعی از این امر برای بهره جستن و ارائه خدمات خود بهره می‌برند.

تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافعی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

References

1. World Health Organization. Protocol for assessment of potential risk factors for coronavirus disease 2019 (COVID-19) among health workers in a health care setting, 23 March 2020, version 2.2. [cited 2020 Jun 20]. Available from:

[Downloaded from jhbmi.ir on 2026-10-11]

https://apps.who.int/iris/handle/10665/332071
2. The National Committee on COVID-19 Epidemiology in Ministry of Health and Medical Education [cited 2020 Mar 29]. Available from: http://corona.behdasht.gov.ir.
3. Barnes MD, Hanson CL, Novilla LM, Meacham AT, McIntyre E, Erickson BC. Analysis of media agenda setting during and after Hurricane Katrina: Implications for emergency preparedness, disaster response, and disaster policy. Am J Public Health. 2008 98(4): 604–10. doi: 10.2105/AJPH.2007.112235
4. Moe TL, Pathranarakul P. An integrated approach to natural disaster management. Disaster Prevention and Management 2006; 15(3):396-413. doi:10.1108/09653560610669882
5. Pennycook G, McPhetres J, Zhang Y, Lu JG, Rand DG. Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention. Psychol Sci 2020; 31(7): 770–80. doi: 10.1177/0956797620939054
6. DMG Media and its partners process, store and/or access information on a device. Available from: www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-8146529
7. Spence PR, Lachlan KA, Rainear AM. Social media and crisis research: Data collection and directions. Computers in Human Behavior 2016;54:667-72. https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.045
8. McKinnon S, Gorman-Murray A, Dominey-Howes D. Disasters, queer narratives, and the news: how are LGBTI disaster experiences reported by the mainstream and LGBTI media? Journal of Homosexuality 2017;64(1):122-44. https://doi.org/10.1080/00918369.2016.1172901
9. Murthy D, Gross AJ. Social media processes in disasters: Implications of emergent technology use. Soc Sci Res 2017;63:356-70. doi: 10.1016/j.ssresearch.2016.09.015
10. Reuter C, Hughes AL, Kaufhold MA. Social media in crisis management: An evaluation and analysis of crisis informatics research. International Journal of Human–Computer Interaction 2018;34(4):280-94. doi:10.1080/10447318.2018.1427832
11. Palen L, Hughes AL. Social Media in Disaster Communication. Handbook of disaster research. Berlin: Springer; 2018. doi:10.1007/978-3-319-63254-4_24
12. Hughes AL, Palen L, Sutton J, Liu SB, Vieweg S. Site-seeing in disaster: An examination of on-line social convergence. In Proceedings of the 5th International ISCRAM Conference; 2008 May 4; p. 44-54. Washington, DC: 2008.
13. Palen L, Liu SB. Citizen communications in crisis: anticipating a future of ICT-supported public participation. In Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems; 2007 Apr 29 p. 727-36. https://doi.org/10.1145/1240624.1240736
14. Murthy D, Longwell SA. Twitter and disasters: The uses of Twitter during the 2010 Pakistan floods. Information, Communication & Society 2013;16(6):837-55. https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.696123
15. Sutton JN, Palen L, Shklovski I. Backchannels on the front lines: Emergency uses of social media in the 2007 Southern California Wildfires. Proceedings of the 5th International ISCRAM Conference; 2008 May; Washington, DC, USA: 2008.
16. Denef S, Bayerl PS, Kaptein NA. Social media and the police: Tweeting practices of British police forces during the August 2011 riots. In Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems; 2013 Apr 27; Paris, France, NewYork: ACM; 2013. p. 3471-80. doi: 10.1145/2470654.2466477
17. Hughes AL, Palen L. The evolving role of the public information officer: An examination of social media in emergency management. Journal of Homeland Security and Emergency Management 2012 21;9(1). doi:10.1515/1547-7355.1976
18. Shojaee M, Amirpour M. A survey of media literacy among students in the information society in north khorasan. Sociological Studies of Youth 2012;3(7):43-56. [In Persian]
19. Arthur J, Davison J, Stow W. Social literacy, citizenship education, and the national curriculum. 1st ed. Routledge: Psychology Press; 2000.
20. Buckingham D. Media education goes digital: an introduction. Learning, Media and Technology 2007;32(2):111-9. doi:10.1080/17439880701343006
21. Hobbs R, Jensen A. The past, present, and future of media literacy education. Journal of Media Literacy Education 2009;1(1):1.
22. Zanchetta MS, Poureslami IM. Health literacy within the reality of immigrants' culture and language. Can J Public Health 2006;97 Suppl 2:S26-30.
23. Bodie GD, Dutta MJ. Understanding health literacy for strategic health marketing: eHealth literacy, health disparities, and the digital divide. Health Mark Q 2008;25(1-2):175-203. doi: 10.1080/07359680802126301
24. Meppelink CS, van Weert JC, Haven CJ, Smit EG. The effectiveness of health animations in audiences with different health literacy levels: an experimental study. J Med Internet Res 2015;17(1):e11. doi: 10.2196/jmir.3979
25. van den Bosch FC, Ogiya G, Hahn O, Burkert A. Disruption of dark matter substructure: fact or fiction? Monthly Notices of the Royal Astronomical Society. 2018;474(3):3043-66. doi: 10.1093/mnras/stx2956
26. Choi NG, DiNitto DM. The digital divide among low-income homebound older adults: Internet use patterns, eHealth literacy, and attitudes toward computer/Internet use. J Med Internet Res 2013;15(5):e93. doi: 10.2196/jmir.2645
27. Richtering SS, Morris R, Soh SE, Barker A, Bampi F, Neubeck L, et al. Examination of an eHealth literacy scale and a health literacy scale in a population with moderate to high cardiovascular risk: Rasch analyses. PLoS One 2017;12(4):e0175372. doi: 10.1371/journal.pone.0175372
28. Guendelman S, Broderick A, Mlo H, Gemmill A, Lindeman D. Listening to communities: mixed-method

[Downloaded from jhbmi.ir on 2026-10-11]

study of the engagement of disadvantaged mothers and pregnant women with digital health technologies. J Med Internet Res 2017;19(7):e240. doi: 10.2196/jmir.7736

29. Neter E, Brainin E. eHealth literacy: extending the digital divide to the realm of health information. J Med Internet Res 2012;14(1):e19. doi: 10.2196/jmir.1619

30. Gross M. The impact of low-level skills on information-seeking behavior: Implications of competency theory for research and practice. Reference & User Services Quarterly 2005:155-62.

31. Zibrik L, Khan S, Bangar N, Stacy E, Lauscher HN, Ho K. Patient and community centered eHealth: exploring eHealth barriers and facilitators for chronic disease self-management within British Columbia's immigrant Chinese and Punjabi seniors. Health Policy and Technology 2015;4(4):348-56. https://doi.org/10.1016/j.hlpt.2015.08.002

32. Chen X, Hay JL, Waters EA, Kiviniemi MT, Biddle C, Schofield E, et al. Health literacy and use and trust in health information. J Health Commun 2018;23(8):724-34. doi: 10.1080/10810730.2018.1511658

33. Niu Z, Qin Z, Hu P, Wang T. Health Beliefs, Trust in Media Sources, Health Literacy, and Preventive Behaviors among High-Risk Chinese for COVID-19. Health Commun 2021;1-9. doi: 10.1080/10410236.2021.1880684

[Downloaded from jhbmi.ir on 2026-10-11]

Original Article

Journal of Health and Biomedical Informatics
Medical Informatics Research Center
2021; 8(1):84-93

Investigating the Influence of Factors Effective in Using Social Media on Improving E-Health Literacy of Citizens in Crisis

Ayeneh Masoumeh[1], Hosseinpour Mahdi[2]*

• **Received:** 23 Nov 2020 • **Accepted:** 27 Apr 2021

Introduction: Due to the prevalence of coronavirus, the role of media, especially social media, to inform about and increase health literacy is very important. The objective of this study was to investigate the influence of factors effective in the use of social media on the level of e-health literacy of citizens in crisis.

Method: In this descriptive-analytical study, 384 patients in Kermanshah province were selected using Morgan table. For this purpose, a two-part researcher-made questionnaire was used which included a demographic section and a specific section (using 5 variables) with 40 questions. The items in this questionnaire were scored using a 5-point Likert scale ranging from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree).

Results: The findings revealed that 43.1% of the participants believed Corona had a great impact on their job and more than 40% of the participants also stated they obtained health information through the Internet. The results also showed that the relationship between the variables was significant (P <0.05).

Conclusion: The highest correlation was observed between accessibility and popularity variables. This suggests that increasing access to social media will enhance the popularity of these media. The information obtained in this study demonstrated that up-to-dateness of media, accessibility, trust in social media, perceived value, and popularity are among the factors effective in the impact of social media on e-health literacy.

Keywords: Social Media, E-Health Literacy, Corona Crisis, Kermanshah

• **Citation:** Ayeneh M, Hosseinpour M. Investigating the Influence of Factors Effective in Using Social Media on Improving E-Health Literacy of Citizens in Crisis. Journal of Health and Biomedical Informatics 2021; 8(1): 84-93. [In Persian]

1. M.Sc. in Business Administration, Payame Noor University, Kermanshah, Iran
2. Ph.D. in Strategic Management, Assistant Professor, Management and Entrepreneurship Dept., Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran
***Corresponding Author:** Mahdi Hosseinpour
Address: Faculty of Social Sciences, Shahid Beheshti Blvd., Azadi Square, Kermanshah
• **Tel**: 08334274510 • **Email**: m.hosseinpour@razi.ac.ir

[Downloaded from jhbmi.ir on 2026-10-11]