Evaluation of Direct and Indirect Health Education in Student’s Knowledge and Attitude about AIDS

This investigation is a quasi-experimental study comparing the effects of two methods of health education on student’s knowledge and attitudes about AIDS. The target population consisted of 218 male undergraduates studying in Payame Noor University in Soghan.

A random sample of 160 students was selected using simple random sampling method. The students were randomly divided into two experimental groups. One group was educated about AIDS using a direct method of health education and indirect method was used for the other group. Comparison of the two educational methods showed no significant difference on student’s knowledge between each group’s knowledge and attitudes before and after the educational programs. However, method one (using a direct method of health education) was significantly more effective in changing student’s attitudes towards AIDS than method two (using an indirect method of health education).
روش گردآوری اطلاعات

ایزادرگردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه‌ای بوده است که در انجام آزمون اولیه (قبل از اجرای برنامه آموزشی) و آزمون نانوئی (پس از اجرای برنامه آموزشی) مورد استفاده قرار گرفته است، این پرسشنامه دارای پنجاه سوال بوده و در چهار فصل اصلی توزیع شده است:

1. قسمت اول که حاوی ده سوال می‌باشد، محتویات و آموزش مورد پژوهش مانند تاریخ زیستی، نوع دیلم، رضایت تحصیلی، شغل، میزان درآمد و وضعیت ناهال، تعادل فردیان و مذهبی است. سوالات مربوط به مطالعات سروپرستی‌ها را هم در این قسمت می‌باشد.

2. قسمت دوم پرسشنامه شامل دوازده سوال می‌باشد که جهت مطالعه میزان آگاهی و اهمیت مورد پژوهش در زمینه ادیان طراحی گردیده است.

3. قسمت سوم پرسشنامه شامل چهارده سوال می‌باشد که جهت مطالعه چگونگی تغییر و احتمال وقوع پروتکل در زمینه ادیان طراحی گردیده است.

4. سوالات دوازده پیشتر از یک کمکهای صحیح می‌باشد.

تعیین اعتبار علمی ارزادگردآوری اطلاعات (Validity)

به منظور تعیین اعتبار علمی ارزادگردآوری اطلاعات از روی اجرای موردی استفاده شده است. یکی از طریق که جهت تهیه سوالات پرسشنامه به کمک و نظرات علمی مراجع شدیده، سپس پرسشنامه درونی سوالهای احتمالی و نکات همکاران کارشناسان اداره کل مبارزه با بیماری‌های وکر و مبارزه با بیماری‌های وکر از دربار نظرات افراد ذیصلاح، پرسشنامه مجدداً مورد پرسش و پاسخ‌گرفتن و تغییرات و اصلاحات لازم در آن داده شد و اعتبار علمی آن مرور تا تایید گردید.
تعمین اعتبار علمی ابزار گردآوری اطلاعات (Reliability) به منظور کسب اعتبار علمی پرسشنامه از روی آزمون (Item analysis) و تجزیه و تحلیل موردی (test-retest) استفاده شده است.

پایه ترتیب که تعداد 20 نفر از دانشجویان پیام نور مرکز بیمارستان آموزشی می‌باشد، انتخاب گردیده و به یکسان گردیده، سپس با استفاده از روش تحلیلی و تحلیل موردی و مورد هرکدام از سوالات، پاسخ‌های داده شده در هر نظر از نظر تداوم و سه‌گروهی مورد بررسی قرار گرفت و به ترتیب انتخاب علمی پرسشنامه و مورد بررسی قرار گرفت و برای استفاده نمونه‌های مورد مطالعه آماده گردید.

روش کار

 نحوه تکمیل پرسشنامه به‌دنبال یک پوشه کریستال و پوس از تکمیل توسط آنها، جمع‌آوری گردید. مسیر گروه، اول، طی سه فقره موادی و در هر هر یک، نیم ساعت در باره پرسشنامه، مورد بررسی در شیار گرندور بیان می‌گردد ولی سوالات آنها پاسخ یافته شده است. گروه نیز به روی نظر مستقل تحت آزمون قرار گرفت و جزئیات خودآموز و اطلاعاتی را در اختیار همه افراد این گروه، برقرار گرفت. در هر هر یک به سه ساعت متأخر در سوال و در نظر گرفتند. خرید آزمون نائیو پیش از اجرای آزمون، یک نمونه نایوی به صورت آزمون نیاز به یادآوری است که در این پوشه می‌گنجیک و واگذاری مورد پوشه در دو روش از انجام آزمون نائیو به مقبول داده شد.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

 در این پوشه، به‌جای تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده، آزمون‌های آماری زیر و جداول مرتب‌های مورد استفاده قرار گرفتند:

1- دلالات نسبی رتباط
2- آزمون‌های آماری کای اسکندر جهت تعیین تفاوت بین متفاوت و مقایسه و مداخله گر رابطه‌های مورد پوشه در هر روش
3- آزمون آماری مک مک نیز به‌جای تجزیه و تحلیل مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل بی‌گناهی و تغییر به یک روش از دوره مدت مورد مستقل و مستقل B
در اینجا مشاهده می‌شود که در هر دو روش، درصد نرمالی توجهی از واحدهای مورد پژوهش از طریق تلویزیون را بیشتر دارد و درصد نرمالی این واحدهای مورد پژوهش ویژگی‌های دیگری ندارند. این مشاهده تا حدی با تحقیقات دیگر مطابقت دارد و این نشان می‌دهد که روش تلویزیونی را باید به‌عنوان یکی از روش‌های جذاب برای افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه مورد استفاده قرار گیرد.

در اینجا نشان داده شده که هر دو روش درصد متقاعدگی در مورد افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه متفاوت است. در روش تلویزیونی درصد متقاعدگی بهبود بیش از درصد متقاعدگی در روش نوری بوده است. این نتایج ممکن است نشاندهنده‌ی اثرات قابل توجهی از روش‌های مختلف در افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه باشند.

در اینجا نشان داده شده که هر دو روش درصد متقاعدگی در مورد افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه متفاوت است. در روش تلویزیونی درصد متقاعدگی بهبود بیش از درصد متقاعدگی در روش نوری بوده است. این نتایج ممکن است نشاندهنده‌ی اثرات قابل توجهی از روش‌های مختلف در افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه باشند.

در اینجا نشان داده شده که هر دو روش درصد متقاعدگی در مورد افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه متفاوت است. در روش تلویزیونی درصد متقاعدگی بهبود بیش از درصد متقاعدگی در روش نوری بوده است. این نتایج ممکن است نشاندهنده‌ی اثرات قابل توجهی از روش‌های مختلف در افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه باشند.

در اینجا نشان داده شده که هر دو روش درصد متقاعدگی در مورد افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه متفاوت است. در روش تلویزیونی درصد متقاعدگی بهبود بیش از درصد متقاعدگی در روش نوری بوده است. این نتایج ممکن است نشاندهنده‌ی اثرات قابل توجهی از روش‌های مختلف در افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه باشند.

در اینجا نشان داده شده که هر دو روش درصد متقاعدگی در مورد افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه متفاوت است. در روش تلویزیونی درصد متقاعدگی بهبود بیش از درصد متقاعدگی در روش نوری بوده است. این نتایج ممکن است نشاندهنده‌ی اثرات قابل توجهی از روش‌های مختلف در افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه باشند.

در اینجا نشان داده شده که هر دو روش درصد متقاعدگی در مورد افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه متفاوت است. در روش تلویزیونی درصد متقاعدگی بهبود بیش از درصد متقاعدگی در روش نوری بوده است. این نتایج ممکن است نشاندهنده‌ی اثرات قابل توجهی از روش‌های مختلف در افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه باشند.

در اینجا نشان داده شده که هر دو روش درصد متقاعدگی در مورد افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه متفاوت است. در روش تلویزیونی درصد متقاعدگی بهبود بیش از درصد متقاعدگی در روش نوری بوده است. این نتایج ممکن است نشاندهنده‌ی اثرات قابل توجهی از روش‌های مختلف در افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه باشند.

در اینجا نشان داده شده که هر دو روش درصد متقاعدگی در مورد افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه متفاوت است. در روش تلویزیونی درصد متقاعدگی بهبود بیش از درصد متقاعدگی در روش نوری بوده است. این نتایج ممکن است نشاندهنده‌ی اثرات قابل توجهی از روش‌های مختلف در افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه باشند.

در اینجا نشان داده شده که هر دو روش درصد متقاعدگی در مورد افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه متفاوت است. در روش تلویزیونی درصد متقاعدگی بهبود بیش از درصد متقاعدگی در روش نوری بوده است. این نتایج ممکن است نشاندهنده‌ی اثرات قابل توجهی از روش‌های مختلف در افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه باشند.

در اینجا نشان داده شده که هر دو روش درصد متقاعدگی در مورد افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه متفاوت است. در روش تلویزیونی درصد متقاعدگی بهبود بیش از درصد متقاعدگی در روش نوری بوده است. این نتایج ممکن است نشاندهنده‌ی اثرات قابل توجهی از روش‌های مختلف در افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه باشند.

در اینجا نشان داده شده که هر دو روش درصد متقاعدگی در مورد افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه متفاوت است. در روش تلویزیونی درصد متقاعدگی بهبود بیش از درصد متقاعدگی در روش نوری بوده است. این نتایج ممکن است نشاندهنده‌ی اثرات قابل توجهی از روش‌های مختلف در افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه باشند.

در اینجا نشان داده شده که هر دو روش درصد متقاعدگی در مورد افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه متفاوت است. در روش تلویزیونی درصد متقاعدگی بهبود بیش از درصد متقاعدگی در روش نوری بوده است. این نتایج ممکن است نشاندهنده‌ی اثرات قابل توجهی از روش‌های مختلف در افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه باشند.

در اینجا نشان داده شده که هر دو روش درصد متقاعدگی در مورد افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه متفاوت است. در روش تلویزیونی درصد متقاعدگی بهبود بیش از درصد متقاعدگی در روش نوری بوده است. این نتایج ممکن است نشاندهنده‌ی اثرات قابل توجهی از روش‌های مختلف در افزایش متقاعدگی مخاطبان در این زمینه باشند.
در روشنی غیر مستقیم به یک نمایش بیانه است. آزمون امریک مک نیمایش نشان می‌دهد که روشنی مستقیم در ایجادگر شده در دانشجویان مولوی بوده است. یک نمایش مستقیم در مورد روشنی غیر مستقیم نیز آزمون امریک مک نیمایش در پیشتر سوالات نشان می‌دهد که درمورد سوال ۱۴ در روشنی مستقیم مولوی بوده است. 

در مورد سوالاتی (در حالی که خاصیت هر یک از نیمایش‌های دانشجویان نمایش یافته است. آزمون امریک مک نیمایش نشان می‌دهد که درمورد سوال ۳/۴۴ افزایش یافته است. گاهی در روشنی غیر مستقیم، است. چهار نمایش در سطح ۱/۵۰ تأثیر داشته است. 

همچنین مقدار (۱/۴) در روشنی غیر مستقیم نشان می‌دهد که این روش مستقیم جزئیً بیش از میزان مستقیم در آزمایش افتکاری دانشجویان راجع به این آزمایش گذاشته است. آزمون امریک مک نمایش در مورد سوالات وغير مستقیم بین آزمایشی قبل و بعد از آزمایش در زمینه ایده‌آل اختلاف معنی‌داری را نشان می‌دهد. بعضی موارد از آزمایش و غیر مستقیم تأثیر بیان آن راجع به ایجادت مولوی بوده است. در روشنی مستقیم و غیر مستقیم تأثیر بیان آن راجع به ایجادت مولوی بوده است. 

جدول نشان‌ها: (۱/۱ نمایش دیجیتال، انحراف معیار و تغییرات نواحی آموزشی و نگرانی راهبردی باید در روشنی و بعد از آزمایش به دو روشنی

| مسئله و غیر مستقیم (سال‌های ۱۹۸۰) |  
|--------------------------------|---|
| تغییرات آموزشی | قبل از روش مستقیم | بعد از روش مستقیم |
| انحراف معیار | میانگین | میانگین |
| ۱/۹۵ | ۱/۹۸ | ۱/۹۶ |
| ۱/۷۹ | ۱/۸۲ | ۱/۸۱ |
| ۸/۵۷ | ۸/۵۷ | ۸/۵۷ |
| ۱/۷۱ | ۱/۷۱ | ۱/۷۱ |
| 

در سطح ۱/۵۰ < p < ۱/۴۴ است. 

نتیجه گیری: 

بر اساس پایگاه‌های پژوهش فریبیاتان اول، دوم، و پیوسته روش می‌شود و در تغییرات سوم پژوهش پدیدار می‌شود.

منابع

۱) ژرژ، اسپاقس، الدی ژرژ، این روش در جهان و ایران نظرات بهداشت، درمان، روش آزمایش، پژوهشکد، ۱۳۸۳.
۲) گزارش بر اساس آزمایش برای تعلیم بهداشت کارا، ترجمه کوری و نصیری و ارائه‌ای‌ها تهیه نسخه دویشانه‌ها، ۱۳۸۰.