

## بهره‌مندی از ظرفیت رسانه در استقرار برنامه‌ی تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی؛ یک تجربه عملی

زهرا خیری<sup>۱</sup>، حمید اکبری<sup>۲</sup>، سلماز سادات نقوی الحسینی<sup>۳</sup>، عطاءاله پورعباسی<sup>۴\*</sup>

### چکیده

**زمینه و هدف:** بسته‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی به‌عنوان سیاست‌های کلی کشور در ارتقای آموزش علوم پزشکی تدوین و در حال اجرا است. در کلیه‌ی مراحل اجرای این برنامه بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌ها در راستای نهادینه‌سازی این بسته‌ها صورت گرفت. این مقاله به شرح تجربه‌ی بهره‌برداری از ظرفیت رسانه‌ها در اجرای این بسته‌ها می‌پردازد.

**روش بررسی:** در گام اول ذی‌نفعان کلیدی شناسایی و برای ارتباط با ایشان پورتال جامع معاونت آموزشی وزارت بهداشت ارتقاء پیدا کرد و همچنین از خبرنامه، شبکه‌های اجتماعی و... برای اطلاع‌رسانی به ذی‌نفعان این بسته‌ها بهره‌برداری شد.

**یافته‌ها:** از ابتدای سال ۱۳۹۴ تاکنون تعداد ۸۵۱ خبر در پورتال قرار گرفت که به‌طور متوسط هر یک از این اخبار ۵۰۰ بار بازدید شده است. تعداد ۱۷ خبرنامه منتشر و برای حدود ۲۰ هزار نفر از اعضای هیات علمی دانشگاه‌ها ارسال شد. اخبار در کانال تلگرام نیز قرار گرفت که به‌طور متوسط هر خبر بین ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ بار بازدید شده است.

**نتیجه‌گیری:** برقراری ارتباط و اطلاع‌رسانی به ذی‌نفعان اسناد سیاستی یکی از مهم‌ترین عوامل دخیل در استقرار این اسناد است. با توجه به اقدامات صورت گرفته در راستای اجرای بسته‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی، به‌نظر می‌رسد ابزارهای رسانه‌ای در دسترس نیازمند بازنگری و بهینه‌سازی و محتوای رسانه‌ای بیشتر با رویکرد جنبه‌ی تحلیلی و توجیهی مورد توجه قرار گیرد.

**کلید واژه‌ها:** رسانه، تحول، نوآوری، آموزش، پزشکی

۱- دانشجوی دکترای مدیریت دولتی - تصمیم‌گیری و خط‌مشی‌گذاری عمومی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران مرکزی.

۲- دانشیار گروه فارماسیوتیکس دانشکده‌ی داروسازی دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران.

۳- کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور.

۴\* - پزشک، دبیر کمیته تحقیق و توسعه‌ی معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی.

\***نویسنده‌ی مسؤؤل:** تهران، شهرک غرب، خیابان ایوانک، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، بلوک C، طبقه‌ی ۱۳. تلفن: ۸۸۳۶۳۹۷۶-۰۲۱-

Email: atapoura@gmail.com

## مقدمه

یکی از عناصر مهم برای تحول، بقاء و رسیدن به اهداف سازمان‌ها، عامل انسانی است (۱). سلامت یکی از ارکان مهم توسعه‌ی جوامع می‌باشد و نظام‌های سلامت در تمامی کشورهای جهان از ارکان کلیدی دولت‌ها به حساب می‌آید. از جمله زیرساخت‌های لازم برای پیشبرد اهداف و ارتقای نظام سلامت توسعه نیروی انسانی بخش سلامت در راستای پاسخگویی به نیازهای سلامت جوامع است.

نظام سلامت جمهوری اسلامی ایران نیز طی سال‌های اخیر با تغییراتی مواجه بوده و عواملی از جمله تغییر الگوی بیماری‌ها، ظهور فناوری‌های جدید، تغییرات بافت جمعیت و... سبب شده تا دست‌اندرکاران سلامت کشور با شرایطی روبرو شوند که نیاز به تغییر در حوزه‌ی آموزش علوم پزشکی کشور را بیش از پیش نمایان می‌کند. در همین راستا از ابتدای سال ۱۳۹۴ تدوین برنامه‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی به‌عنوان گام چهارم طرح تحول نظام سلامت آغاز شد. تدوین و طراحی مدل اجرای این برنامه‌ها در سه فاز شامل تدوین برنامه‌ی آموزش عالی حوزه‌ی سلامت، تدوین بسته‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی و طراحی مدل اجرای بسته‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی در قالب مصوبه‌ی آمایش سرزمینی آموزش عالی سلامت صورت پذیرفت.

تدوین موفقیت‌آمیز برنامه‌ها نمی‌تواند اجرای موفقیت‌آمیز آن‌ها را تضمین نماید (۲)؛ بنابراین لازم است تا با استفاده از ابزارهای مناسب اجرای این برنامه‌ها پیگیری شود. شناخت ذی‌نفعان و همسوسازی ایشان با روند اجرای برنامه اولین گامی است که در اجرای برنامه‌های تحولی باید مدنظر قرار گیرد. در این بین رسانه‌ها یکی از ابزارهایی هستند که نقش به‌سزایی در ارتباط با ذی‌نفعان و تسهیل اجرای سیاست‌های سازمانی

دارند (۳). قابل ذکر است رسانه‌ها به انحاء مختلف در فرآیند سیاست‌گذاری سازمان‌ها ایفای نقش می‌کنند و در تمامی مراحل این فرآیند از تنظیم اسناد سیاستی تا اجرا و ارزیابی این سیاست‌ها نقش دارند (۴).

بسته‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی نیز به‌عنوان سیاست‌های کلی کشور در ارتقای آموزش علوم پزشکی تدوین شد و در کلیه‌ی مراحل این فرآیند، که در بالا ذکر شد، سیاست‌گذاران و مجریان از نقش رسانه‌ها غافل نبودند و اقدامات متعددی با بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌ها در راستای نهادینه‌سازی و اجرای این بسته‌ها صورت گرفت.

طی حدود ۲ سال از ابلاغ بسته‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی به دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور و با تشکیل مناطق آمایشی و واسپاری ماموریت‌های مشترک و ویژه به این مناطق و دانشگاه‌ها و همچنین جلب مشارکت نهادهای مرتبط با آموزش علوم پزشکی نظیر انجمن‌های علمی گروه پزشکی، اقدامات زیادی در راستای اجرای این برنامه‌ها در دانشگاه‌های علوم پزشکی و دبیرخانه‌های مناطق آمایشی کشور صورت گرفته و در حال انجام است (۵). لذا ضروری است تا این اقدامات به نحو شایسته اطلاع‌رسانی شود تا ضمن ایجاد سازوکار انگیزشی در سطح کشور، دانشگاه‌های علوم پزشکی و نهادها از اقدامات یکدیگر مطلع شده و بتوانند از تجربیات موفق در راستای اجرای بهتر بسته‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی بهره‌برداری نمایند.

همچنین تکنولوژی‌های جدید صنعت روابط عمومی را ناگزیر دستخوش تحولات می‌کند، تا جایی که نمی‌توان بدون تغییر ادامه داد. بنابراین، برای توسعه‌ی کسب و کار ضروری است از همه‌ی انواع رسانه‌ها برای رساندن پیام درست به مخاطب، به‌طور صحیح استفاده کرد (۶). یکی از این رسانه‌ها شبکه‌های اجتماعی است که متناسب با نیاز کاربران، فرهنگ و زبان ایشان تغییر می‌کند و سرعت

برنامه است چرا که اگر به هر دلیلی هر یک از این ذی‌نفعان شناسایی نشوند و یا اطلاع‌رسانی درست به ایشان صورت نپذیرد در مراحل مختلف کار با مشکلاتی مواجه خواهیم بود.

پس از شناسایی مخاطبان حوزه، تدابیر ویژه‌ای برای اطلاع‌رسانی به ذی‌نفعان حوزه‌ی آموزش علوم پزشکی در سراسر کشور اتخاذ گردید. در این راستا با تشکیل شورای عالی فناوری حوزه‌ی معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی طی جلسات متعدد و با نظر کارشناسان امر پورتال جامع معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، به‌عنوان مرجع اصلی درج اخبار و اطلاعات مرتبط با آموزش علوم پزشکی کشور، به روزرسانی شد و مطابق با استانداردهای ملی و بین‌المللی طراحی گردید (۷).

به‌منظور پوشش کامل اخبار تمامی حوزه‌های معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی یک نفر رابط برای انعکاس اخبار حوزه‌ها در تمامی دبیرخانه‌ها، مدیریت‌ها و ادارات معاونت آموزشی انتخاب و کمیته روابط عمومی معاونت آموزشی وزارت بهداشت با حضور برخی مدیران ارشد معاونت، کارشناسان حوزه‌ی روابط عمومی و رابطین حوزه‌های مختلف شکل گرفت و دوره‌های آموزشی متعددی به‌منظور توانمندسازی این تیم در زمینه‌ی پوشش اخبار مرتبط با بسته‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی برگزار شد.

علی‌رغم جامعیت پورتال حوزه‌ی معاونت آموزشی وزارت بهداشت، به‌منظور اطلاع‌رسانی جامع‌تر و بهتر به تمامی ذی‌نفعان شناخته شده‌ی حوزه، انتشار خبرنامه الکترونیک حوزه‌ی معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی از اردیبهشت ماه ۱۳۹۴ به صورت ماهیانه آغاز گردید (۸).

خبرنامه، که تمامی اخبار درج شده در پورتال معاونت آموزشی وزارت بهداشت طی یک ماه را در بر می‌گیرد، در

نشر زیاد و تأثیرگذاری بالایی دارند. شبکه‌های اجتماعی امکاناتی نامتناهی برای برقراری ارتباط بین کاربران دارند که منجر به افزایش مشارکت مردم در فرآیندهای گوناگون اجتماعی گردیده است. در همین راستا با استفاده از انواع رسانه‌ها سعی شده تا پیام‌های مرتبط با بسته‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی به ذی‌نفعان این بسته‌ها مخابره شود.

نوشته‌ی حاضر به اختصار به شرح تجربه‌ی معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در خصوص بهره‌برداری از ظرفیت رسانه‌ها در اجرای بسته‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی می‌پردازد.

### مواد و روش بررسی

پس از تدوین بسته‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی و ابلاغ این بسته‌ها، در واقع این دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور بودند که می‌بایست با همراهی معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی اهداف این بسته‌ها را در سطح ملی محقق نمایند. برای این کار لازم بود تا تمامی مدیران، کارشناسان و اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها ضمن آشنایی با بسته‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی با سیاست‌های اجرایی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی همراه شده و در این بدنه، دانشگاه‌ها این سیاست‌ها را پیاده نمایند.

به‌منظور نهادینه‌سازی بسته‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی و همچنین ایجاد زمینه‌های لازم برای اجرای این بسته‌ها لازم بود ذی‌نفعان کلیدی این برنامه شناسایی شوند و پیام‌ها و اطلاعات مرتبط با این بسته‌ها و برنامه‌های در دست اقدام معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی به‌نحو مقتضی در اختیار ذی‌نفعان این حوزه قرار گیرد. در واقع شناسایی ذی‌نفعان اولین و یکی از مهم‌ترین مراحل اجرای یک

۴ بخش طراحی می‌شود؛ بخش اول به رویدادها و اخبار مرتبط با معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی اختصاص دارد، بخش دوم رویدادهای بین‌المللی حوزه‌ی آموزش علوم پزشکی، در بخش سوم اخبار مرتبط با آزمون‌های علوم پزشکی درج می‌شود و بخش آخر به رویدادهای مناطق آمایشی و دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور در زمینه‌ی بسته‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی اختصاص دارد.

طی مکاتبه‌ای با دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور آدرس پست الکترونیک تمامی اعضای هیات علمی، مدیران و افراد مرتبط با حوزه‌ی آموزش اخذ گردید و خبرنامه‌ی ماهیانه برای تمامی این افراد ارسال می‌شود. بدیهی است با نشر این خبرنامه، مخاطبان حوزه، قدرت انتخاب در نوع اطلاعات دریافتی و اطلاعات ارسالی که به صندوق پستی شان وارد می‌شود را داشته و سر فرصت آن‌ها را مطالعه خواهند کرد.

به‌منظور دسترسی دانشجویان علوم پزشکی کشور به خبرنامه حوزه‌ی آموزش، این خبرنامه هر ماه در سامانه سما، که برای انجام امور آموزشی دانشجویان و اساتید علوم پزشکی کشور طراحی شده، بارگذاری می‌شود و از این طریق نیز در دسترس دانشجویان و اساتید قرار دارد. همچنین بخشی نیز در پورتال معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی به خبرنامه اختصاص یافته تا مخاطبان حوزه با مراجعه به این آرشیو بتوانند به اخبار به تفکیک ماه و سال دسترسی داشته باشند.

اقدام دیگری که به‌منظور ارسال وسیع‌تر خبرنامه معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی صورت گرفت، ایجاد شبکه‌ی رابطین دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور بود. طی مکاتبه‌ای از معاونین آموزشی دانشگاه‌ها خواسته شد تا فردی را جهت دریافت و توزیع خبرنامه به اعضای هیأت علمی و سایر افراد مرتبط با آموزش علوم پزشکی در دانشگاه معرفی نمایند. با پیگیری

این کار و تشکیل شبکه، خبرنامه و آدرس آن در پورتال معاونت آموزشی وزارت بهداشت به پست الکترونیک رابط هر دانشگاه ارسال و از طرق مختلف نظیر پست الکترونیک و اتوماسیون اداری برای مخاطبین مربوطه در دانشگاه ارسال می‌شود.

همچنین کانال تلگرام اخبار حوزه‌ی آموزش علوم پزشکی کشور راه‌اندازی شد و به‌منظور اطلاع رسانی به مخاطبین مورد استفاده قرار می‌گیرد (۵). تیترو آدرس اخبار در پورتال معاونت در کانال درج می‌شود و افراد می‌توانند به‌صورت گزینشی اخبار مورد توجه خود را در پورتال پیگیری نمایند. آدرس کانال تلگرام معاونت آموزشی نیز در ابتدای خبرنامه برای تمامی مخاطبان ارسال شده تا بتوانند برای دریافت به‌هنگام‌تر اخبار به این کانال مراجعه نمایند.

با مشارکت اعضای کمیته روابط عمومی معاونت آموزشی و از طریق مسیرهای ارتباطی که ذکر شد، تمامی اخبار مرتبط با اجرای بسته‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی در ستاد وزارت بهداشت به مخاطبان حوزه‌ی آموزش علوم پزشکی ارسال می‌گردد.

به‌منظور اطلاع رسانی درخصوص اقدامات صورت گرفته در نهادهای دست‌اندرکار آموزش علوم پزشکی در راستای اجرای بسته‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی، ضمن اطلاع رسانی درخصوص امکان درج اخبار دانشگاه‌ها، مناطق آمایشی، انجمن‌های علمی، بوردهای تخصصی و فوق تخصصی و... در سایت، خبرنامه و کانال معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، این امکان فراهم شده تا نهادهای مربوطه اخبار خود را از طریق پست الکترونیک و اتوماسیون اداری ارسال کرده تا به تمامی دست‌اندرکاران حوزه‌ی آموزش علوم پزشکی اطلاع‌رسانی شود.

## یافته‌ها

از ابتدای سال ۱۳۹۴ که مصادف با آغاز فرایند تدوین برنامه‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی است، ۸۵۱ خبر در خصوص اجرایی سازی این برنامه‌ها در ستاد وزارت بهداشت و مناطق آمایشی و دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور تدوین و در پورتال معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی درج شده است (۷).

طی این مدت از اخبار درج شده در پورتال معاونت آموزشی به‌طور میانگین ۵۰۰ با بازدید شده و جمعاً ۱۰۷۰۰۵۰۶ بار از پورتال جامع بازدید شده است (نمودار ۱).

تاکنون ۱۷ شماره از خبرنامه معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی منتشر شده که برای حدود ۲۰ هزار عضو هیأت علمی در دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور از طریق پست الکترونیک و همچنین رابطین دانشگاه‌ها ارسال می‌گردد و دانشجویان علوم پزشکی نیز این خبرنامه را در سامانه‌ی سما ملاحظه می‌نمایند.

کانال تلگرام اخبار آموزش علوم پزشکی کشور در آذرماه ۱۳۹۴ راه اندازی شد و تاکنون ۱۵۳۰ نفر در این کانال عضو شده و اخبار را دنبال می‌نمایند. اخبار درج شده در این کانال نیز بین ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ بار بازدید می‌شود.

## بحث و نتیجه گیری

برقراری ارتباط مؤثر با ذی‌نفعان و همچنین اطلاع رسانی به مخاطبان اصلی یک سند سیاستی که عموماً افراد جامعه را شامل می‌شود، یکی از مهم‌ترین عوامل دخیل در استقرار اثربخش سیاست‌ها و تحقق اهداف اسناد سیاستی در حوزه‌های مختلف است. بسته‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی نیز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین اسناد سیاستی حوزه‌ی آموزش عالی سلامت

از این قاعده مستثنی نبوده و متولیان تدوین این برنامه، از ابتدا برای تحقق ارتباط اثربخش با ذی‌نفعان برنامه‌ریزی‌های لازم را داشتند. مقاله‌ی حاضر به راهکار بهره‌برداری از ظرفیت رسانه برای این منظور پرداخته و براساس نتایج منعکس شده، به نظر تا حد مناسبی در اجرایی سازی این راهکار موفقیت‌هایی حاصل شده است. تا پیش از اتخاذ این راهکار، طی یک سال حدود ۱۸۰ خبر بر روی پایگاه اینترنتی حوزه‌ی معاونت آموزشی قرار گرفته بود در حالی که تا زمان تدوین این مقاله، این میزان با ۲۳۰ درصد رشد به ۸۵۲ خبر طی ۲ سال رسید. این امر نشان می‌دهد که تمرکز بر ظرفیت رسانه و مهندسی خبر، اولین گام از سیاست اطلاع رسانی و تعامل با ذی‌نفعان است که باید به آن پرداخته شود. از سوی دیگر متوسط آمار بازدید از خبر با ۱۲۵ درصد رشد، به حدود ۵۰۰ بازدید رسیده است که این امر نیز نشان دهنده‌ی نقش پردازش و مدیریت خبر در ارتقای میزان بازدید و جلب نظر مخاطب است.

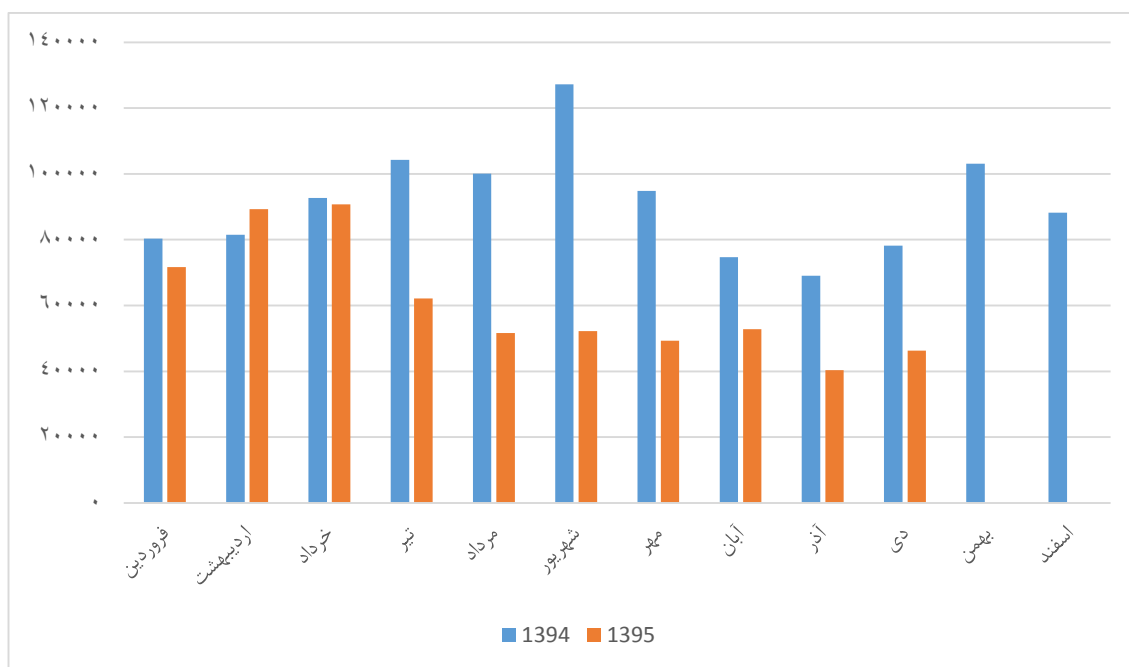
استفاده از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی در اطلاع رسانی از دیگر دستاوردهای این راهکار بود. به گونه‌ای که تشکیل کانال اطلاع رسانی در شبکه اجتماعی تلگرام زمینه را برای این بهره‌مندی از این ظرفیت فراهم نمود. این کانال در ابتدای تشکیل با تعداد ۲۰۰ عضو آغاز به کار نمود و تا زمان تدوین این مقاله اعضای آن به ۱۵۳۰ نفر رسید. این رشد حدود ۷۵۰ درصدی نشان دهنده‌ی اقبال مخاطبان به دریافت اخبار از طریق شبکه‌های اجتماعی پیام‌رسان است. رشد مخاطبان این کانال اطلاع رسانی، بر میزان بازدید اخبار مندرج در سایت نیز اثرگذار بوده و در این راستا شاهد روند نزولی مشاهده اخبار سایت به موازات افزایش اعضای کانال در ماه‌های اخیر هستیم.

در نهایت باید به این نکته اشاره کرد که حوزه‌ی آموزش عالی سلامت بر خلاف سایر حوزه‌های نظام سلامت از قبیل بهداشت و درمان که مخاطب عام از بستر

بهره‌مندی از ظرفیت رسانه در استقرار برنامه‌ی تحول...

می‌کند تا برقراری ارتباط با مخاطبان خاص این اخبار که زمینه‌ی تحقق بهینه سیاست‌های تحول آموزش را فراهم می‌کند، با شیوه‌ای درست و متناسب شرایط ایشان اجرا گردد. در این راستا به نظر می‌رسد ابزارهای رسانه‌ای در دسترس نیازمند بازنگری و بهینه‌سازی بوده و محتوای رسانه‌ای باید بیشتر با رویکرد جنبه‌ی تحلیلی و توجیهی مورد توجه قرار گیرد.

جامعه را جذب اخبار تحولات خود می‌کنند، مخاطبان خاص خود را دارد که این مخاطبان عموماً مسئولان و مدیران دانشگاهی و دانشجویان و دانش‌آموختگانی هستند که به‌واسطه‌ی آزمون‌ها و یا فرایندهای آموزشی، مخاطب این حوزه می‌باشند. لذا نباید انتظار داشت که اخبار حوزه‌ی آموزش، آن‌گونه که اخبار سایر حوزه‌ها در خبرگزاری‌ها و سایت‌های خبری عام مورد اقبال قرار می‌گیرند، از سوی مخاطب پیگیری شود. این امر ایجاب



نمودار ۱- آمار بازدید از سایت معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵



## منابع

۱. هاشمی، سیدحامد، پورامین زاد، سعیده، چالش‌های فراروی توسعه‌ی منابع انسانی و راهکاری برای رفع آن، کار و جامعه، شماره ۱۳۶، مهرماه ۱۳۹۰.
۲. دیوید، فرد آر، ۱۳۸۸، مدیریت استراتژیک (ترجمه دکتر علی پارسائیان و دکتر سید محمد اعرابی)، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۳. حجازی فر، سعید، محیط خط مشی گذاری، نشریه توسعه‌ی راهبرد، شماره ۳۰، تابستان ۱۳۹۱.
4. Araral Jr E, Fritzen E, Howlett S, Ramesh M, Routledge M. Handbook of Public Policy, 2013.
۵. گزارش‌های ادواری معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، قابل دسترسی در:  
<http://dme.behdasht.gov.ir/index.aspx?siteid=113&fkeyid=&siteid=113&pageid=59098>
۶. طبیبی، سمیه، کاربرد شبکه‌های اجتماعی در روابط عمومی، کاوشگران روابط عمومی، ۱۳۹۴
۷. سایت معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی به آدرس: [DME.behdasht.gov.ir](http://DME.behdasht.gov.ir)
۸. آرشیو خبرنامه‌های معاونت آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی قابل دسترسی در:  
<http://dme.behdasht.gov.ir/index.aspx?siteid=113&fkeyid=&siteid=113&fkeyid=&siteid=113&pageid=56817>



## Using Media in Implementation of packages for reform and innovation in medical education; Practical experience

Zahra Kheiry<sup>1</sup>, Hamid Akbari<sup>2</sup>, Solmaz Sadat Naghvai Alhosseini<sup>3</sup>, Ata pourabbasi<sup>4,\*</sup>

### Abstract

**Background:** The packages for reform and innovation in medical education is running as the main national policy of Iran in the field of higher health education. Media is used as the powerful issue in implementing these policies during last 2 years. Author have tried to explain their experiences in this regard.

**Methods:** Key stakeholders were identified in the first step, the portal of education deputy of ministry of health was developed to make effective contact with them. Also digital newspaper and virtual social network were used for publishing news and event in the field of medical education.

**Results:** Totally 851 news with average visiting rate of 500 were uploaded in portal since March 2015. Seventeen digital newspapers were published for about 20 thousand of faculty staff via email service. Each News also were shared in virtual social network with visiting rate of 1000 – 1500.

**Conclusion:** Communication with stakeholders is one of the main factors in implementation of policies and acts. With this experience, it seems media can play a vital role in implementation of packages for reform and innovation in medical education. It is notable that contents of media should be more analytic in order to have more effectiveness in this regard.

**Keywords:** Media, Reform, Innovation, Education, Medical

1. PhD Candidate in Public Administration, Public Decision and Policy Making, Central Branch, Islamic Azad University.

2. Associate Professor of Pharmaceutics, Pharmacy Faculty of Tehran University of Medical Sciences, Tehran, Iran.

3. MS in business administration, Payame Noor University.

\*4. Secretary of Research and Development committee, Deputy Ministry of Medical Education.

\*Corresponding Author: Add: 13th floor, Block C, Eyvanak Ave, Shahrake Gharb, Tehran, Iran. Tel: +982188363976 - Email: atapoura@gmail.com

