# تأثیر پیام تصویری بر افزایش توان پیشگیری در مواجهه با بیماری ایدز

دکتر محمد رضا جلالی: استادیار، دانشگاه بینالمللی امام خمینی قزوین یاسمن وزیری: دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه بینالمللی امام خمینی قزوین

فصلنامه پایش سال چهارم شماره دوم بهار ۱۳۸۴ صص ۱۳۹–۱۳۳ تاریخ پذیرش مقاله:۱۲۸۳/۱۱/۱۴

### چکیده

اولـویت پیـشگیری و افـزایش تـوان رویارویی با بیماری ایدز، بهویژه با عنایت به فقدان امکان فعلی درمان در این زمینه واجد اهمـیت بـسیاری است. بـرای انـتخاب شـیوه اطـلاعرسانی مناسب و دوری از شیوههای معمول اما غیر مؤثر، لازم است در قلمرو پـژوهشهای میان رشتهای وارد شد. در پژوهش تجربی و بالینی پیش رو، جهت آموزش و انتقال پیام بهداشتی و پزشکی از ساز و کار روانشناختی و هنری استفاده شده است و اثرمندی آن بر آزمودنیهای پژوهشی ارزیابی شده و به اثبات رسیده است.

ایس پرژوهش بر روی گروههای دانشجویی سه دانشگاه علوم پزشکی شیراز، بینالمللی امام خمینی (ره) قزوین و سوره اجرا شده و طی آن از دو پرسشنامه استفاده گردیده است: یکی پرسشنامهای ۱۶ سؤالی که به وسیله آن ابتدا دانش آزمودنیها در خصوص بیماری ایدز و در نوبت دوم از آن برای ارزیابی تأثیرات آموزشی و تبلیغی پیامهای علمی تصویری، استفاده شد. پرسشنامه دیگری نیز در ۳ قسمت و هر قسمت شامل ۳ سؤال که با ۳ تصویر متفاوت به شیوههای رئال، انتزاعی و نمادین طراحی و تنظیم شده بود، مورد استفاده قرار گرفت. هدف از اجرای این پرسشنامه، پیردن به میزان تأثیرگذاری هر یک از سه شیوه مذکور در خصوص بیماری ایدز در جامعه بوده است. تصویرهای رئال، انتزاعی و نمادین در سه جنبه «دریافت بهتر موضوع»، «اگر گذاری بیشتر» و «برقراری سریعتر ارتباط» با بیننده مد نظر قرار گرفته بودند.

مقایسه دو آزمون قبلی و بعدی در سه دانشگاه مورد پژوهش، به عنوان ارزیابی فرضیه اصلی پژوهش نشانگر آن بود که در سطح اطمینان ۹۹ درصد، متغیر مستقل آموزشی تغییر اصلاحی در بر داشته و ارسال و انتقال پیام آموزشی و بهداشتی و تغییر افزایش دانش آزمودنیها راجع به بیماری ایدز و ساز و کار ابتلایی آن، تحقق پذیرفته است. جدای از این مقایسه کلی و اصولی، بررسی نتایج آزمونهای قبلی و بعدی در هر یک از سه دانشگاه مورد پژوهش نیز مؤید فرضیه اصلی پژوهش بود.

این مقایسه نشان می دهد جزء اصلی فراشد یک پیام نسبت به چگونگی ارسال گیرایی بیشتر و بهتری دارد. با توجه به این که امکانات محافظتی و مراقبتی بازدارنده از سرایت و انتقال بیماری ایدز و درمان آن در جامعه ایران بسیار کم است توجه عمومی و تخصصی در خصوص آموزشهای فردی پیشگیرانه بسیار واجد اهمیت خواهد بود.

**کلیدواژهها**: ایدز، اعلان یا آگهی دیواری، پیام کلامی ـ تصویری، پیشگیری، آموزش

<sup>\*</sup> نویسنده پاسخگو: قزوین، دانشگاه بینالمللی امام خمینی تلفن: ۳۳-۳۷۸۰۰۲۱ (داخلی ۱۳۱۸)

### مقدمه

با افزایش خطر بروز و شیوع بیماری ایدز «AIDS» مرکب از Acquired (اكتــسابي) Ammunodeficiency (نقــص ایمنی) و Syndromes (علایم) [۱] و انفعال و فروکش نمودن رویاروییهای غیر علمی و غیر تخصصی، اینک زمینه مساعدتر و منعطف تری فراهم گشته تا این بیماری مورد توجه و پـژوهشهـای تجربـی و بالینـی بیـشتری قـرار گیرد. به دلیل فقدان امکانات درمانی و یا تزریق واکسن بازدارنده [۲]، طبیعتاً لازم است توجهات بیشتر بر امکان پیشگیری که امری ممکن و واجد قدرت اجتنابی از بیماری است متمرکز باشد. لازمه ييشگيري نيز بيش از هر چيز جرأت اطلاع رساني است. صراحت و شفافیت اطلاعات، هم نگرانی ناامنی ناشی از در معرض خطر بودن و هم بى تعادلى و اضطراب ناشى از رواج شایعه و اخبار غیر علمی را کاهش میدهد. در یژوهش تجربی حاضر سعی شده با اجتناب از روشهای معمولی و کلیشهای و غير برانگيزاننده اطلاع رساني، از روشهايي سود جست تا مخاطبان بیشتری جذب شوند. این پژوهش به دنبال بررسی امکان و میزان اثرمندی انتقال پیام بهداشتی و درمانی به مخاطبان از طریق پردازشهای تصویری و کلامی بوده است. محتوای این پیامها در بر گیرنده اطلاعات مربوط به بیماری ایدز و خطرهای واقعی ابتلا، چگونگی سرایت بیماری و مراقبتهای بهداشتی و درمانی و بازداری از آن در جمعیت عمومی است. مفروضههای assumption پژوهش گر بر آن بود که اولاً دانش مخاطبان نسبت به فرآیند ابتلا و پیشگیری و درمان بیماری کم است و ثانیاً شیوههای اطلاع رسانی معمول ناکارآمد است. انتقال پیامهای علمی، بهداشتی و درمانی در اشکال تصویری و کلامی نیز علاوه بر این که با احساس و ادراک بلافاصله و آماده روان شناختی آدمی سرو کار دارد به تناسب و اقتضای شیوه ارتباط گیری فرهنگی ایرانیان مربوط می شود. ایرانیان غالباً نمادهای کلامی خویش را با تصویری آراستهاند و نمادهای تصویری خویش را با گفتار و نوشتاری تكميل مى كردهاند.

## هنر درمانی و تصویر درمانی

هنر درمانی شاخهای از اعمال تغییر به روشهای روان شناختی و روان درمانی (Psychotherapy) به حساب

می آید. این روشهای درمانی در مقابل و در کنار اعمال تغییر به روشهای شیمیایی و فیزیکی یکی از دو روش عام و دیرینه درمانی محسوب میشوند.

تاكنون شيوههايي از هنر درماني نظير تئاتر درماني، موسیقی درمانی، شعر درمانی، رنگ درمانی و عکس درمانی در درمان و تقلیل انواع بیماریهای روانی و جسمانی به کار گرفته شده است. به کارگیری پوستر جهت تغییر و درمان به ویژه اگر در آموزش، انتقال پیام و برانگیختی و درگیر ساختن مخاطبان به هدف پیش گیری مد نظر باشد مدفی که در این پژوهش دنال میشد امر متداول و مورد استفادهای است. از نظر لانـدگارتن [۳] هـر متغیر هنری که بتواند پلی میان تجربیات درونی و بیرونی فرد به وجود آورد می تواند پایه و اساس درماني داشته باشد. البته توضيح لاندگارتن متضمن نوعي برون ریزی هیجانی (Catharsis) بر مبنای روان کاوی است. در حالی که هنر درمانی میتواند بر پایه نظری هر یک از دیگر رویکردهای روانشناسی نیز بنا گردد.

## مواد و *ر*وش کا*ر*

از سـه دانـشگاه بـینالمللـی قـزوین، سـوره تهران و علوم پزشکی شیراز ۱۱۷ آزمودنی به شیوهای تصادفی در مقاطع ورودی اول تا چهارم و در رشتههای علوم انسانی، هنر و پزشکی و در دامنه سنی ۱۸ تا ۲۴ انتخاب شده و پرسشنامه تنظیمی را در نوبت اول پژوهش تکمیل کردند. اعمال متغیر آموزشی و الصاق تصویرهای حاوی پیام بهداشتی در محل دانـشگاههای مذکـور و در واقع جمعیت پژوهشی که نمونه از میان آن انتخاب شده بود، به مدت ده روز صورت گرفت. بعد از آن و با توجه به ریزشهای احتمالی، ۱۰۳ نفر از آزمودنیهای انتخابی مجدداً به تکمیل پرسشنامه مبادرت كردند. به اين ترتيب هم امكان مقايسه ميان آزمونهاي قبلي و بعدی Pretest & Post test و بعدی Pretest ازمودنیها فراهم میآمد و هم مقایسه میان آزمونهای بعدی هر سه گروه ممکن میشد.

همچنین در بخش دیگری از پژوهش ۳۰ آزمودنی انتخابی در مواجهه با سه نوع تصویر رئال، انتزاعی و نمادین حاوی پیامهای آموزشی، به این پرسش پاسخ میدادند که کدام یک از شیوههای مذکور در انتقال پیام بهداشتی و درمانی در سه يث

\_\_\_\_ محمد رضا جلالی و یاسمن وزیری

تأثیر پیام تصویری بر افزایش توان پیشگیری ...

جنبه دریافت، اثر گذاری و ارتباط، قدرت و سرعت بیشتری در جذب مخاطبان دارند.

در بررسی دو منظور فوق از دو پرسشنامه ۱۶ سؤالی و تصویری، استفاده می شد. پرسشنامه ۱۶ سؤالی به جهت ارزیابی دانش آزمودنیها در خصوص بیماری ایدز در نوبتهای اول و دوم تهیه و با اجراهای مقدماتی، اعتبار (Validity) و روایی (Validity) آن محاسبه شده بود. پاسخ آزمودنیها در مقیاس ۴ گزینهای تنظیم شده و نمرههای صفر تا ۳ به آن تعلق می گرفت. نمره صفر و ۱ نشانگر فقدان و کمی اطلاعات و نمره ۳ نشانگر اطلاع مناسب آزمودنی نسبت به موضوع مورد نمره سؤال که با سه تصویری در ۳ قسمت و هر قسمت شامل ۳ سؤال که با سه تصویر متفاوت به شیوههای رئال، انتزاعی و نمادین، طراحی شده بود، مورد استفاده قرار می گرفت.

پوستر ابزار سوم این پژوهش بوده است. معادلهای فرانسه، عربی و فارسی این واژه انگلیسی، آفیش، اعلان و آگهی دیواری است. پوسترها را براساس موضوع، نوع پیام و نحوه کارآیی به چهار دسته خبری (Informational)، هـدايت كنـنده (Orientation) ، تجارتـي (Commercial) و تزئینی (Decorative) تقسیم می کنند[۴]. پوسترهای علمی، آموزشی، بهداشتی، درمانی و پزشکی در دو گروه خبری و هدایت کننده قرار می گیرند. اهمیت تمایز میان پوسترهایی که در مطبها نصب می شوند و بالطبع نیازی به سرعت در برقراری ارتباط ندارند [۵] با پوسترهایی که در مکانهای عمومی و گذری قرار می گیرند، مورد توجه بوده است. محتوای تصویری هـر یـک از ایـن پوسترها، بیانگر مضمونی نمادین و روشن گر در خصوص چگونگی ابتلا به بیماری ایدز بوده است. مثلاً پوستر شماره ۱ حاکی از بر هم خوردن آرامش مادر و فرزند در اثر این بیماری، و یوستر شماره ۲ احاطه فردی سالم از سـوی بـیماری، پوسـتر ۳ نـشانگر مادر و فرزندی است که بیخبر و بی گناه قربانی ایدز شدهاند و پوستر ۴ خطر انتقال ویروس را با نمادهای علمی از جنسیت زن و مرد، نشان

در ایس پیژوهش از دو پرسیشنامه استفاده شد: یکی پرسشنامه ای ۱۶ سؤالی که به وسیله آن ابتدا دانش آزمودنیها

در خصوص بیماری ایدز سنجیده میشد و در نوبت دوم از آن برای ارزیابی تأثیرات آموزشی و تبلیغی پیامهای علمی تصویری، استفاده می گردید. در واقع با اجرای قبلی و بعدی این پرسشنامه، زمینه مقایسه پذیری گروهها میسر می گشت. یرسشنامه دیگری نیز در ۳ قسمت و هر قسمت شامل ۳ سؤال که با ۳ تصویر متفاوت به شیوههای رئال، انتزاعی و نمادین طراحی و تنظیم شده بود مورد استفاده قرار می گرفت. هدف از اجرای این پرسشنامه، یی بردن به میزان تأثیر گذاری هر یک از سه شیوه مذکور در خصوص بیماری ایدز در جامعه بوده است. تصویرهای رئال، انتزاعی و نمادین در سه جنبه «دریافت بهتر موضوع»، «اثر گذاری بیشتر» و «برقراری سریع تر ارتباط با بیننده» مورد بررسی قرار گرفته بودند. ابزار دیگر پژوهش پوستر بود که به هدف اطلاع رسانی برای پیشگیری و در واقع اعمال متغیر مستقل و درمانی پژوهش تهیه گردیده بود. تعداد این پوسترها ۱۰ عدد بود که زیر نظر وزارت بهداشت، درمان و آموزش يزشكي طراحي شده بود.

محتوای تصویری هر یک از این پیامهای تصویری، بیانگر مضمونی نمادین و پیامی روشنگر در خصوص چگونگی ابتلا به بیماری است.

پوستر شماره ۱ حاکی از نقش بیماری مهلک ایدز برای بر هم زدن آرامش مادر و فرزند است، پوستر شماره ۲ فردی را نشان میدهد که ظاهراً سالم است، اما بیماری ایدز از هر طرف وی را احاطه کرده است، پوستر شماره ۳ نشانگر مادر و فرزندی است که ناخواسته و بی گناه قربانی ایدز شدهاند و یا پوستر شماره ۴ خطر انتقال ویروس را به وسیله نمادهای علمی از جنسیت زن و مرد نشان میدهد.

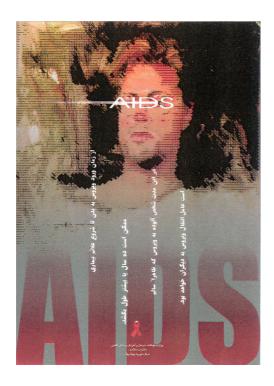
## يافتهها

نتایج اجرای پرسشنامه در نوبت اول نشان گر آن است که اطلاعات آزمودنیهای دانشجویی دانشگاههای مورد پژوهش در خصوص بیماری ایدز و نحوه انتقال آن پایین است. میانگین آزمونهای قبلی در سه گروه آزمودنی دانشگاههای سوره، امام خمینی (ره) قـزوین و شـیراز بـه تـرتیب ۲۷/۹۳، ۲۷/۹۳ و میانگـین کـل گـروههـا ۲۰/۲۰ بـوده اسـت.

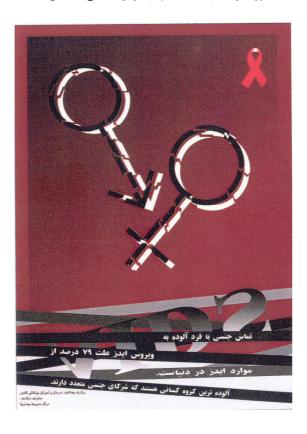
فصلنامه پژوهشکده علوم بهداشتی جهاددانشگاهی



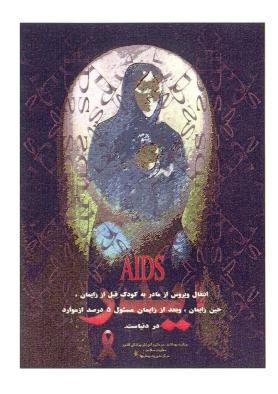
پوستر شماره ۲- ایدز در زمان نهفتگی (رئال)



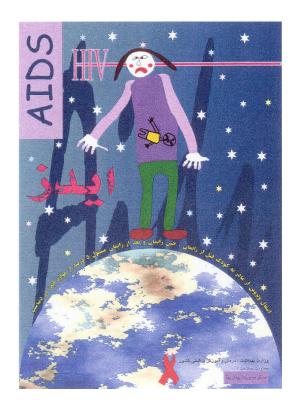
پوستر شماره ۴- انتقال از طریق جنسی (نمادین)



پوستر شماره ۱- انتقال از مادر به فرزند (رئال)



پوستر شماره ۳- انتقال از مادر به فرزند (انتزاعی)



باش

محمد رضا جلالی و پاسمن وزیری

تأثیر پیام تصویری بر افزایش توان پیشگیری ...

نتایج آزمونهای بعدی نشان گر افزایش معنادار اطلاعات آزمودنیهای پس از اجرای برنامه آموزشی است. میانگین سه گـروه بـه تـرتيب ۳۴/۴۲، ۳۶/۲۱، و ۳۸/۱۴ و ميانگـين كـل گروهها ۳۶/۲۶ بوده است. در این مرحله نیز دانشجویان دانشگاه علوم یزشکی در سطح بالاتر و دانشجویان دانشگاه سوره در سطح پایین تری از اطلاعات قرار داشتند. بررسی معنادار در هر دو آزمون قبلی و بعدی دانشگاههای شیراز و سوره هم مؤید تفاوت معناداری میان این دو گروه است. چنین تفاوتی در دیگر مقایسهها مشاهده نشد. به این ترتیب فرضیه اصلی پــژوهش مبنــی بـر تغییــر افــزایش سـطح اطلاعــات آزمودنی،ها در اثر اعمال متغیر مستقل آموزشی و اصلاحی در سطح اطمینان ۹۹ درصد به وسیله آزمونهای T و F به اثبات می رسد. بررسی مقایسهای و معنادار نتایج آزمونهای قبلی و بعدی گروههای پژوهشی به صورت مستقل نیز نشان گر آن است که هر یک از گروههای پژوهشی در سطح ۹۹ درصد اطمینان، تفاوت معناداری نسبت به مرحله قبل از اجرای درمان و انتقال پیامهای تصویری، نشان میدهند. جدولهای شماره ۱ و ۲ مجموعه این مقایسه ها را نشان می دهند.

همچنین جدول شماره ۳ نتایج مقایسهای آزمونیها را در ادراک تصاویر رئال، انتزاعی و نمادین در اجرای پرسشنامه تصویری نشان می دهد. این نتایج نیز مؤید فرضیه پژوهشی مبنی بر «اثرگذاری» بیستر، «دریافت» بهتر و قدرت مبنی بر سریعتر تصاویر رئال نسبت به دو نوع دیگر تصاویر بوده است. میانگین نمرههای تصاویر رئال در سه جنبه دریافت، اثرگذاری و ارتباط به ترتیب ۴/۸۶، ۴/۸ و ۲/۷ بوده است. این میانگینها در تصاویر انتزاعی به ترتیب ۴/۹۵، ۵/۸ و ۴/۹۳ و ۴/۹۳ و ۱۳۸ نشان داده شده است میباشد. همانطور که در جدول شماره ۳ نشان داده شده است تفاوتهای مشاهده شده میان تصاویر رئال با تصاویر انتزاعی و نمادین در هر سه جنبه فوقالذکر معنادار است. در واقع نمادیختن توجه مخاطبان دارند و در اثر برقراری ارتباط، برانگیختن توجه مخاطبان دارند و در اثر برقراری ارتباط، برانگیختن توجه مخاطبان دارند و در اثر برقراری ارتباط،

در هیچ یک از سه جنبه دریافتی، اثرگذاری و ارتباطی تفاوتهای مشاهده شده میان تصاویر انتزاعی و نمادین،

جدول شماره ۱- مقایسه نتایج پرسشنامههای تکمیلی در دو آزمون قبلی و بعدی

معنادار نبوده است.

| ر سه دانشگاه شیراز، بینالمللی قزوین و سوره | و سوره | قزوين | بينالمللي | شيراز، | دانشگاه | سه | در |
|--|--------|-------|-----------|--------|---------|----|----|
|--|--------|-------|-----------|--------|---------|----|----|

| P     | انحراف معيار | میانگین      | تعداد |            |
|-------|--------------|--------------|-------|------------|
|       | ۶/۳۱         | ٣٠/٢٠        | 117   | آزمون قبلي |
| •/••• | 4/40         | <b>78/78</b> | 1.5   | آزمون بعدى |

| گ وههای دانشگاهی | 5 ·1 · 5 · · · |             | أنتنجام أأ    | 🕈 ـقا، داً   | / a 1 a A 1 a v a |
|------------------|----------------|-------------|---------------|--------------|-------------------|
| د وهفای دانشخاهی | هد تحت ان      | . ه بعدی د. | ادمونهاي فيله | ۱ – معانسه ا | حدول شماره        |

|                               | <del>-</del>                      | تعداد | میانگین       | انحراف معيار | P     |
|-------------------------------|-----------------------------------|-------|---------------|--------------|-------|
|                               | آزمون قبلي                        | ٣٣    | 77/74         | ٧/٠٢         |       |
| دانشگاه شیراز                 | ازمون قبلی<br>آزمون بعدی          | ۳۵    | ۳۸/۱۴         | ٣/٠۶         | •/••• |
|                               | آزمون قبلي                        | 35    | ۳٠/۴۱         | ۵/۲۲         |       |
| دانشگاه امام خمینی (ره) قزوین | آزمون قبلی<br>آزمون ب <b>ع</b> دی | ٣٣    | ۳۶/۲۱         | 4/48         | •/••• |
| اد ا                          | آزمون قبلي                        | ۴۸    | <b>۲۷/9</b> ۳ | ۵/۳۴         | ,     |
| دانشگاه سوره                  | آزمون قبلی<br>آزمون بعدی          | ٣۵    | 44/47         | 41.5         | •/••• |

جدول شماره ۳- مقایسه جفتهای دریافتی، اثرمندی و ارتباطی در تصاویر

| P      |  |
|--------|--|
| •/••٨  | دریافت از تصویر رئال/ دریافت از تصویر انتزاعی              |
| ٠/٠٠٩  | درُيَافت ازَ تصوَيْرُ رَئالَ/ درُيَافت ازَ تصوَيْرُ نمادين |
| ·/VT9  | درُیافت ازُ تصویرُ انتزاعی/ُ دریافتُ از تُصُویر نمادین     |
| ·/··Y  | اثرُ گذاری تصویر کرئال/ اثر گذاری تصویر انتزاعی            |
| •/•• 1 | اثرُ گذاری تصویر کرئال/ اثر گذاری تصویر نمادین             |
| •/٣٢٣  | اثر گذاری تصویر کال/ اثر گذاری تصویر نمادین                |
| •/•• 1 | اثرگذاری تصویرانتزاعی/ اثر گذاری تصویر نمادین              |
| •/•••  | ارتُباط با تصویر رئال/ ارتباط با تُصویر انتزاعی            |
| ٠/٠٩۵  | ر نباط با تصویر رئال/ ارتباط با تصویر نمادین               |

## بحث و نتیجهگیری

با تدوین طرح پژوهشی، انتخاب آزمودنیها، تنظیم پرسشنامهها، طراحی پوستر، اجرای مراحل اول و دوم پژوهش، جمعاً وری و استخراج دادهها و سرانجام تحلیل آماری و بررسی معنادار نتایج در سطوح مختلف، فرضیه اصلی پژوهشی مبنی بر افزایش دانش آزمودنیها در خصوص ساز و کار ابتلایی بیماری ایدز در اثر دریافت اطلاعات تصویری و کلامی، به اثبات می رسد. تکمیل پرسشنامه ها در نوبت دوم حاکی از آن است که دانشجویان نسبت به نوبت اول پاسخدهی در وضعیت مطلعتر و مناسبتری قرار گرفتهاند.

تفاوتهای مشاهده شده میان دو نوبت اجرا کاملاً معنادار و ناشی از تأثیرپذیری اطلاعاتی آزمودنیها از اعمال متغیر مستقل آموزشی بوده است. تمایز میانگینهای آزمودنیها در نوبتهای آزمایشی ضمن این که نشان گر بالا رفتن سطح دانش آنها نسبت به بیماری بود، بیانگر فقر اطلاعاتی این آزمودنیها که نمونهای از جمعیت و جامعه عادی محسوب می شوند، نسبت به بیماری تهدید کنندهای همچون ایدز بود. یعنی در حالی که قلمروهای انتقال بیماری در حد وسیعی از زندگی و اجتماع دامن می گسترد، دانش جوانان تحصیل کرده جامعه ما در این زمینه در حد نازلی قرار دارد.

در واقع در این پژوهش اثرمندی یکی از شیوههای انتقال و ارسال اطلاعات مسایل بهداشتی، درمانی و آموزشی به محک تجربه پژوهشی گذارده شد و مورد تأیید قرار گرفت و فایدهمندی تلفیق پژوهشهای بالینی و مطالعات تجربی با استفاده از ظرفیتهای بسیار هنری، مورد تأکید قرار گرفت. ارسال پیامهای علمی به شیوه تصویری همراه با پانوشتهای مختصر کلامی در هر سه گروه پژوهشی پیشرفت چشمگیر و مؤثری را موجب شد. در عین حال تغییرات در هر سه دانشگاه یکسان نبود و از این نظر دانشجویان دانشگاههای شیراز و امام خمینی (ره) قـزوین در وضعیت بهتـری قرارداشـتند. برتری محسوس آزمودنیهای دانشگاه علوم پزشکی شیراز به ویژه قبل از اجرای مداخله آزمایشی و آموزشی با توجه به اشتغال به رشته یزشکی قابل توجیه است. با این وصف تغییر وسیع دانش همین گروه در اجرای نهایی و در مقایسه با نوبت اول تکمیل پرسشنامه ها، حاکی از آن است که طراحی تصویری

می تواند به عنوان شیوهای مؤثر در آموزش و اطلاع رسانی بهداشتی و امر پیشگیری و درمان، شناخته شده و کاربرد یابد. به واسطه شناخت علمی و افزایش مهارت رویارویی، ترس و تنش و فشار روانی ناشی از خطر ابهامی ابتلا کاهش می یابد و افت اضطراب غیر واقعی ناشی از ناشناختگی ساز و کار سرایت نیـز موجب خواهد شد مواضع رفتاری و اخلاقی سرزنش گرانه و طرد گرایانه نسبت به بیماران ایدز تعدیل و تصحیح گشته و با اصلاح نگرش و اتخاذ و افزایش ارتباطات انسانی با آنها، خطرات ناشی از کتمان بیماری از سوی آنان تقلیل یافته و بازداری شود.

بررسی نتایج مقایسهای پرسشنامه دوم (تصویری) که میـزان و توان سه نوع تصاویر رئال، انتزاعی و نمادین را در سه مقوله اثر گذاری، ارتباط گیری و اثر دریافتی ارزیابی می کرد، برتری قابل توجه تصاویر رئال را در هر سه زمینه نشان

جـدول شـماره ۳ کـه متغیـرهای مقـولهای مذکـور را در جفتهای مختلف مقایسهای نشان میدهد و میزان کمی اثرمندی تصاویر را در بازخورد Attitude ادراکی و شناختی آزمودنیها ارایه میدهد، گویای آن است که تصاویر رئال توانستهاند از نظر برقراری ارتباط سریعتر، اثرگذاری بیشتر و دریافت بهتر در سطح بالاتری نسبت به تصاویر انتزاعی و نمادین قرار گیرند.

در واقع یک خبر راجع به بیماری ایدز در کنار تصاویری به شیوه رئال می تواند تأثیر بیشتری بر روی مخاطبان خود بگذارد. در حالی که در جامعه ما به دلایل گوناگون طراحان پوستر، دچار محدودیتهایی در اجرای طرحهای خود شده و خـصوصاً در خصوص موضوعهایی همچون بیماری ایدز، ناگزیر با نوعی دور زدن انکاری Denial و نمادپردازی و تصعیدگری و بالطبع پیچیده سازیهای غیر ضروری، مبادرت به طراحی نمادگرایانه می کنند. چنین شیوههایی می تواند محرومیت کثیری از مخاطبان اصلی پیامهای حیاتی بهداشتی، درمانی، آموزشی و تربیتی را به دنبال داشته و در واقع مانع انتقال ضرور و سرراست گردد. این مقایسه نشان میدهد جز اصلی فرا شد یک پیام، یعنی پیام گیرنده نسبت به چگونگی ارسال گیرایی بیشتر و بهتری دارد. با توجه به این که امکانات



محمد رضا جلالی و یاسمن وزیری

تأثیر پیام تصویری بر افزایش توان پیشگیری ...

محافظتی و مراقبتی باز دارنده از سرایت و انتقال بیماری ایدز و درمان آن در جامعه توسعه نایافته ایران بسیار کم است.

## منابع

۱- شهابی مهرداد، اپیدمیولوژی ایدز در جهان وشناخت آن در ایران، دانشگاه تهران

۲- کریچتون مایکل، ایدز خطر جدیدی که انسانها را تهدید میکند، رسانه، ۱۳۶۲، ۳۰ و ۳۱، ۷۰-۶۵

قدری بیشتر توجه عمومی و تخصصی در خصوص آموزشهای فردی پیش گیرانه بسیار واجد اهمیت خواهد بود.

۳- لاندرگرتن همن، هنردرمانی بالینی، ترجمه دکتر کیانوش هاشمیان و الهام ابوحمزه، چاپ اول، مهاجر، تهران، ۱۳۷۸ ۴- صحاف زاده شرکت، پیچک. هنر گرافیک. کارشناسی.

۴- صحاف زاده شرکت، پیچک. هنـر گـرافیک. کارشناسی دانشگاه سوره، ۷۹-۱۳۷۸

۵- ایلوخانی مسعود، کاربرد تصویر در علوم پزشکی، پایان نامه
کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۹