

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: ۱۳۸۳/۱۱/۱۴

چکیده

اولویت پیشگیری و افزایش توان رویارویی با بیماری ایدز، به‌ویژه با عنایت به فقدان امکان فعلی درمان در این زمینه واجد اهمیت بسیاری است. برای انتخاب شیوه اطلاع‌رسانی مناسب و دوری از شیوه‌های معمول اما غیر مؤثر، لازم است در قلمرو پژوهش‌های 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.

این پژوهش 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، پی‌بردن 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»، «اثرگذاری 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 ابتلای 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 می‌دهد جزء اصلی فراشد یک پیام نسبت به چگونگی ارسال گیرایی بیشتر و بهتری دارد. با توجه به این که امکانات محافظت 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 - تصویری، پیشگیری، آموزش

* نویسنده پاسخگو: قزوین، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی
تلفن: ۰۲۸۱-۳۷۸۰۰۲۱-۳۳ (داخلی ۱۳۱۸)

مقدمه

با افزایش خطر بروز و شیوع بیماری ایدز «AIDS» مرکب از Acquired (اکتسابی) Immunodeficiency (نقص ایمنی) و Syndromes (علائم) [۱] و انفعال و فروکش نمودن رویارویی‌های غیر علمی و غیر تخصصی، اینک زمینه مساعدتر و منعطف‌تری فراهم گشته تا این بیماری مورد توجه و پژوهش‌های تجربی و بالینی بیشتری قرار 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 پیشگیری نیز بیش از هر چیز جرأت اطلاع‌رسانی است. صراحت و شفافیت اطلاعات، هم نگرانی ناامنی ناشی از در معرض خطر بودن و هم بی‌تعادلی و اضطراب ناشی از رواج شایعه و اخبار غیر علمی را کاهش می‌دهد. در پژوهش تجربی حاضر سعی شده با اجتناب از روش‌های معمولی و کلیشه‌ای و غیر برانگیزاننده اطلاع‌رسانی، از روش‌هایی 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 بازداري از آن در جمعیت عمومی است. مفروضه‌های assumption پژوهش‌گر بر آن بود که اولاً دانش مخاطبان نسبت به فرآیند ابتلا و پیشگیری و درمان بیماری کم است و ثانیاً شیوه‌های اطلاع‌رسانی 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 ارتباط‌گیری فرهنگی ایرانیان مربوط می‌شود. ایرانیان غالباً نمادهای کلامی خویش را با تصویری آراسته‌اند و نمادهای تصویری خویش را با گفتار و نوشتاری تکمیل می‌کرده‌اند.

هنر درمانی و تصویر درمانی

هنر درمانی شاخه‌ای از اعمال تغییر به روش‌های روان‌شناختی و روان‌درمانی (Psychotherapy) به حساب

می‌آید. 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.

تاکنون شیوه‌هایی از هنر درمانی نظیر تئاتر درمانی، 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 برانگیختن و درگیر ساختن مخاطبان به هدف پیش‌گیری مد نظر باشد - هدفی که در این پژوهش دنبال می‌شود - امر متداول و مورد استفاده‌ای است. از نظر لانداگارتن [۳] هر متغیر هنری که بتواند پلی میان تجربیات درونی و بیرونی فرد به وجود آورد می‌تواند پایه و اساس درمانی داشته باشد. البته توضیح لانداگارتن متضمن نوعی برون‌ریزی 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 روش کار

از سه دانشگاه بین‌المللی قزوین، سوره 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 دانشگاه‌های مذکور 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 کردند. به این ترتیب هم امکان مقایسه میان آزمون‌های قبلی و بعدی Pretest & Post test آزمودنی‌ها 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

در خصوص بیماری ایدز سنجیده می‌شد و در نوبت دوم از آن برای ارزیابی تأثیرات آموزشی و تبلیغی پیام‌های علمی تصویری، استفاده می‌گردید. در واقع با اجرای قبلی و بعدی این پرسشنامه، زمینه مقایسه پذیری گروه‌ها میسر می‌گشت. 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 می‌گرفت. هدف از اجرای این پرسشنامه، پی‌بردن 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»، «اثرگذاری بیشتر» و «برقراری سریع‌تر ارتباط با بیننده» مورد بررسی قرار گرفته بودند. ابزار دیگر پژوهش پوستر بود که به هدف اطلاع‌رسانی 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 پزشکی طراحی 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 بی‌گناه قربانی ایدز شده‌اند و یا پوستر شماره ۴ خطر انتقال ویروس را به وسیله نمادهای علمی از جنسیت زن و مرد نشان می‌دهد.

یافته‌ها

نتایج اجرای پرسشنامه در نوبت اول نشان‌گر 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) قزوین و شیراز به ترتیب ۲۷/۹۳، ۳۰/۴۱ و ۳۳/۲۴ و میانگین کل گروه‌ها ۳۰/۲۰ بوده است.

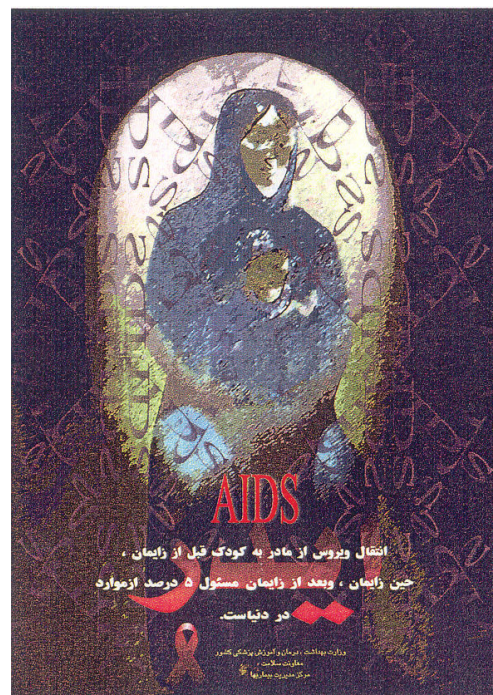
جنبه دریافت، اثرگذاری و ارتباط، قدرت و سرعت بیشتری در جذب مخاطبان دارند.

در بررسی دو منظور فوق از دو پرسشنامه ۱۶ سؤالی و تصویری، استفاده می‌شد. پرسشنامه ۱۶ سؤالی به جهت ارزیابی دانش آزمودنی‌ها در خصوص بیماری ایدز در نوبت‌های اول و دوم تهیه و با اجراهای مقدماتی، اعتبار (Reliability) و روایی (Validity) آن محاسبه شده بود. پاسخ آزمودنی‌ها در مقیاس ۴ گزینه‌ای تنظیم شده و نمره‌های صفر تا ۳ به آن تعلق می‌گرفت. نمره صفر و ۱ نشانگر فقدان و کمی اطلاعات و نمره ۳ نشانگر اطلاع مناسب آزمودنی نسبت به موضوع مورد پرسش بود. پرسشنامه 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 می‌گرفت.

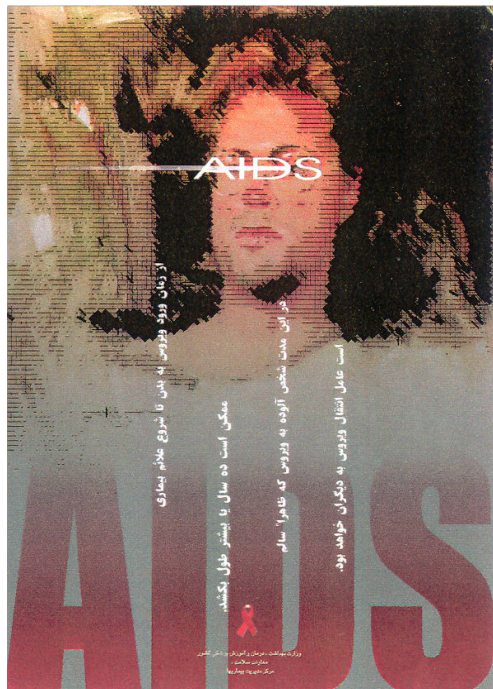
پوستر ابزار سوم این پژوهش بوده است. معادل‌های فرانسه، عربی و فارسی این واژه انگلیسی، آفیش، اعلان و آگهی دیواری است. پوسترها را براساس موضوع، نوع پیام و نحوه کارآیی به چهار دسته خبری (Informational)، هدایت‌کننده (Orientation)، تجارتی (Commercial) و تزئینی (Decorative) تقسیم می‌کنند [۴]. پوسترهای علمی، آموزشی، بهداشتی، درمانی و پزشکی در دو گروه خبری و هدایت‌کننده قرار می‌گیرند. اهمیت تمایز میان پوسترهایی که در مطب‌ها نصب می‌شوند و بالطبع نیازی به سرعت در برقراری ارتباط ندارند [۵] با پوسترهایی که در مکان‌های عمومی و گذری قرار می‌گیرند، مورد توجه بوده است. محتوای تصویری هر یک از این پوسترها، بیانگر مضمونی نمادین و روشن‌گر 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 پوستر شماره ۲ احاطه فردی سالم از سوی بیماری، پوستر ۳ نشان‌گر مادر و فرزندی است که بی‌خبر و بی‌گناه قربانی ایدز شده‌اند و پوستر ۴ خطر انتقال ویروس را با نمادهای علمی از جنسیت زن و مرد، نشان می‌دهد.

در این پژوهش از دو پرسشنامه استفاده شد: یکی پرسشنامه‌ای ۱۶ سؤالی که به وسیله آن ابتدا دانش آزمودنی‌ها

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



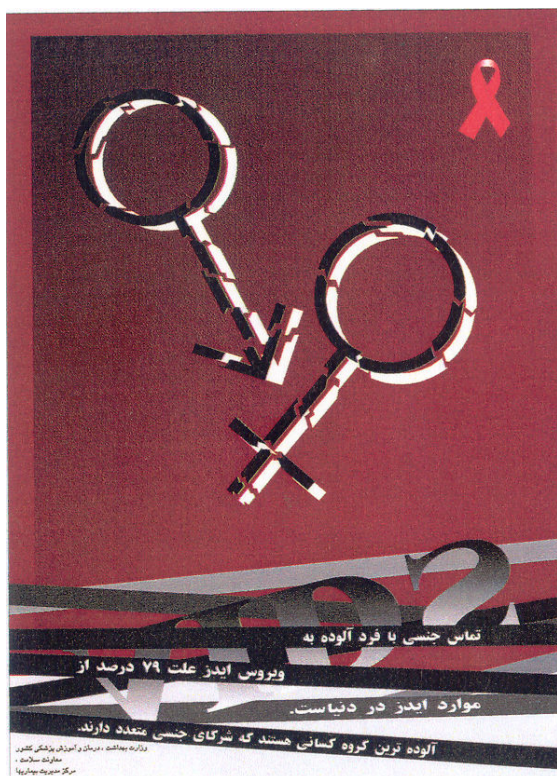
پوستر شماره ۲- ایدز در زمان نهفتگی (رئال)



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



پوستر شماره ۴- انتقال از طریق جنسی (نمادین)



همچنین جدول شماره ۳ نتایج مقایسه‌ای آزمونی‌ها را در ادراک تصاویر رئال، انتزاعی و نمادین در اجرای پرسشنامه تصویری نشان می‌دهد. این نتایج نیز مؤید فرضیه پژوهشی مبنی بر «اثرگذاری» بیشتر، «دریافت» بهتر و قدرت «ارتباطی» سریع‌تر تصاویر رئال نسبت به دو نوع دیگر تصاویر بوده است. میانگین نمره‌های تصاویر رئال در سه جنبه دریافت، اثرگذاری و ارتباط به ترتیب ۶/۸۳، ۷/۰۶ و ۷/۲ بوده است. این میانگین‌ها در تصاویر انتزاعی به ترتیب ۵/۶۶، ۵/۷ و ۴/۹۳ و در تصاویر نمادین به ترتیب ۵/۸۶، ۵/۵ و ۵/۲۳ 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 پیام‌های مستقیم و عینی قدرت بیشتری در جذب و برانگیختن توجه مخاطبان دارند و در اثر برقراری ارتباط، اثرگذاری بیشتری را موجب می‌شوند. در هیچ یک از سه جنبه دریافتی، اثرگذاری و ارتباطی تفاوت‌های مشاهده شده میان تصاویر انتزاعی و نمادین، معنادار نبوده است.

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

در سه دانشگاه شیراز، بین‌المللی قزوین و سوره			
	تعداد	میانگین	انحراف معیار
آزمون قبلی	۱۱۷	۳۰/۲۰	۶/۳۱
آزمون بعدی	۱۰۳	۳۶/۲۶	۴/۴۵
			P = ۰/۰۰۰

جدول شماره ۲- مقایسه آزمون‌های قبلی و بعدی در هر یک از گروه‌های دانشگاهی

تعداد	میانگین	انحراف معیار	P	
۳۳	۳۳/۲۴	۷/۰۲	۰/۰۰۰	آزمون قبلی
۳۵	۳۸/۱۴	۳/۰۶		آزمون بعدی
دانشگاه شیراز				
۳۶	۳۰/۴۱	۵/۷۲	۰/۰۰۰	آزمون قبلی
۳۳	۳۶/۲۱	۴/۷۶		آزمون بعدی
دانشگاه امام خمینی (ره) قزوین				
۴۸	۲۷/۹۳	۵/۳۴	۰/۰۰۰	آزمون قبلی
۳۵	۳۴/۴۲	۴/۰۶		آزمون بعدی
دانشگاه سوره				

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

P	
۰/۰۰۸	دریافت از تصویر رئال / دریافت از تصویر انتزاعی
۰/۰۰۹	دریافت از تصویر رئال / دریافت از تصویر نمادین
۰/۷۳۶	دریافت از تصویر انتزاعی / دریافت از تصویر نمادین
۰/۰۰۷	اثرگذاری تصویر رئال / اثرگذاری تصویر انتزاعی
۰/۰۰۱	اثرگذاری تصویر رئال / اثرگذاری تصویر نمادین
۰/۳۲۳	اثرگذاری تصویر انتزاعی / اثرگذاری تصویر نمادین
۰/۰۰۱	ارتباط با تصویر رئال / ارتباط با تصویر انتزاعی
۰/۰۰۰	ارتباط با تصویر رئال / ارتباط با تصویر نمادین
۰/۰۹۵	ارتباط با تصویر انتزاعی / ارتباط با تصویر نمادین

بحث و نتیجه‌گیری

با تدوین طرح پژوهشی، انتخاب آزمودنی‌ها، تنظیم پرسشنامه‌ها، طراحی پوستر، اجرای مراحل اول و دوم پژوهش، جمع‌آوری 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 می‌رسد. تکمیل پرسشنامه‌ها 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 نشان‌گر بالا رفتن سطح دانش آنها نسبت به بیماری بود، بیانگر فقر اطلاعاتی این آزمودنی‌ها که نمونه‌ای از جمعیت و جامعه عادی محسوب می‌شوند، نسبت به بیماری تهدید کننده‌ای همچون ایدز بود. یعنی در حالی که قلمروهای انتقال بیماری در حد وسیعی از زندگی و اجتماع دامن می‌گسترده، 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 پانوشته‌های 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) قزوین در وضعیت بهتری قرار داشتند. برتری محسوس آزمودنی‌های دانشگاه علوم پزشکی شیراز به ویژه قبل از اجرای مداخله آزمایشی و آموزشی با توجه به اشتغال به رشته پزشکی قابل توجیه است. با این وصف تغییر وسیع دانش همین گروه در اجرای نهایی و در مقایسه با نوبت اول تکمیل پرسشنامه‌ها، حاکی از آن است که طراحی تصویری

می‌تواند به عنوان شیوه‌ای مؤثر در آموزش و اطلاع‌رسانی 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 می‌یابد و افت اضطراب غیر واقعی ناشی از ناشناختگی ساز و کار سرایت نیز موجب خواهد شد مواضع رفتاری و اخلاقی سرزنش‌گرانه 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 بازداري شود.

بررسی نتایج مقایسه‌ای پرسشنامه دوم (تصویری) که میزان و توان سه نوع تصاویر رئال، انتزاعی و نمادین را در سه مقوله اثرگذاری، ارتباط گیری و اثر دریافتی ارزیابی می‌کرد، برتری قابل توجه تصاویر رئال را در هر سه زمینه نشان می‌دهد.

جدول شماره ۳ که متغیرهای مقوله‌ای مذکور را در جفت‌های مختلف مقایسه‌ای نشان می‌دهد و میزان کمی اثرمندی تصاویر را در بازخورد Attitude ادراکی و شناختی آزمودنی‌ها ارائه 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 تصویری به شیوه رئال می‌تواند 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 خصوصاً 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 می‌کنند. چنین شیوه‌هایی می‌تواند محرومیت‌کشی از مخاطبان اصلی پیام‌های حیاتی بهداشتی، درمانی، آموزشی و تربیتی را به دنبال داشته و در واقع مانع انتقال ضرور و سراسر 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

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

۳- لاندروگرتن همن، هنردرمانی بالینی، ترجمه دکتر کیانوش هاشمیان و الهام ابوحمز، چاپ اول، مهاجر، تهران، ۱۳۷۸

۴- صحاف زاده شرکت، پیچک. هنر گرافیک. کارشناسی. دانشگاه سوره، ۷۹-۱۳۷۸

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

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

منابع

- ۱- شهابی مهرداد، اپیدمیولوژی ایدز در جهان و شناخت آن در ایران، دانشگاه تهران
- ۲- کریچتون مایکل، ایدز خطر جدیدی که انسان‌ها را تهدید می‌کند، رسانه، ۱۳۶۲، ۳۰ و ۳۱، ۶۵-۷۰