

بررسی تأثیر جلوه های هنری رسانه .مورد مطالعه: انتخاب رشته و محل تحصیل دانشگاهی

۱. گوران عزیزی، ۲. ریحانه شاه ولی، ۳. منصور شاه ولی
۱. کارشناس ارشد ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه شیراز
۲. دانشجوی دکتری جامعه شناسی دانشگاه الزهرا (س)
۳. استاد بخش ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز

چکیده

بکارگیری رسانه‌ها غیرقابل انکار است و به یقین بر زندگی اجتماعی مردم سایه افکنده‌اند که از "نفوذ" عمیق آن‌ها ناشی می‌شود. زیرا نسل امروز همواره "برخط" مدت‌زمانی را که صرف آن‌ها می‌کند به مراتب بیش از مدت‌زمانی است که صرف کار می‌نماید. با توجه به این مهم، با یک پژوهش نیمه تجربی "بازپسین" تأثیر رسانه آموزشی "لوح فشرده" غنی شده با جلوه های هنری بر تثبیت تصمیم رشته و محل تحصیل انتخابی بررسی گردید. جمعیت مورد مطالعه ۳۶ دانشجوی کارشناسی ترویج و آموزش کشاورزی ورودی سال تحصیلی ۹۲-۹۱ دانشگاه شیراز بود که با روش سرشماری انجام گرفت. داده های جمع آوری شده با آماره های توصیفی و تحلیلی بررسی شدند. نتایج نشان داد که پس از تماشای رسانه "لوح فشرده" طراحی شده برای معرفی رشته تحصیلی و دانشگاه آنان، نگرش و اطلاعات دانشجویان نسبت به تصمیم رشته و دانشگاه تحصیل انتخابی تثبیت شده است و جلوه‌های هنری این رسانه بر این امر موثر بوده است. بنابراین غنی‌سازی متوازن جلوه های شنیداری، دیداری و گویندگی رسانه تأثیری مضاعف بر مخاطب برجا می‌گذارد زیرا با تجسیم عقاید صحیح، آنان در تصمیم خود ثابت قدم شده و لذا از هدر رفت سرمایه های ارزشمند انسانی اجتماعی کشور پیشگیری می‌شود.

واژه‌های کلیدی: رسانه، تثبیت تصمیم، غنی سازی هنری.

^۱ نویسنده مسئول: Reihan.shahvali@gmail.com

^۲On-line

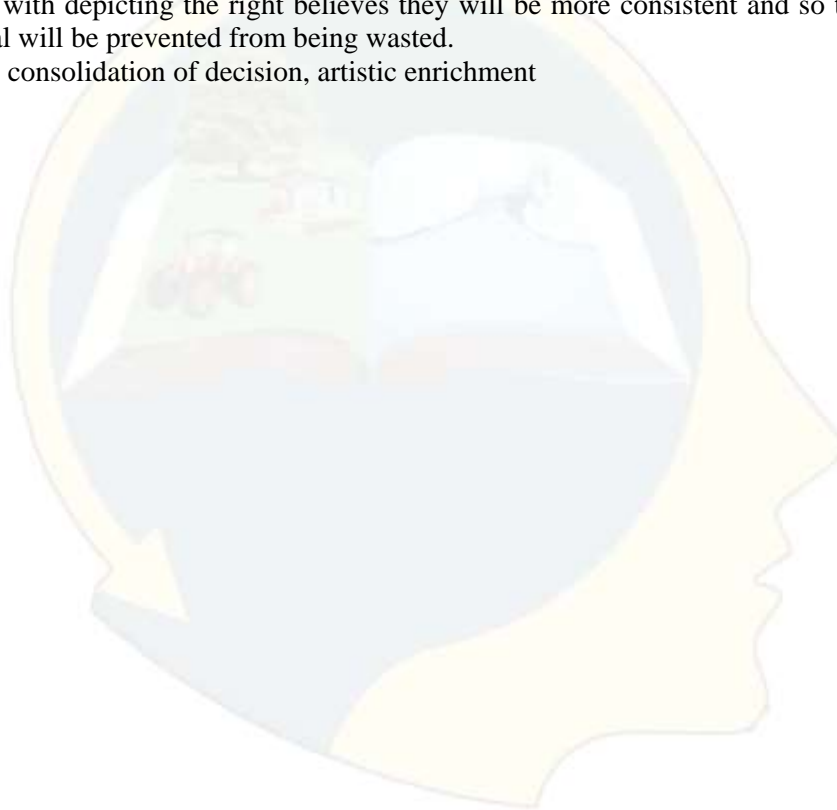
^۳Ex-Post-Facto Research

Studying the influences of media's artistic effects: The case study of choosing field and city of the university

Abstract

The usage of social media is undeniable in today's world and they certainly have affected everyone's life. Since today's always-online-generation spends much more time on these technologies than the time they spend for work. Due to this fact a semi-experiential ex-Post-Facto research was conducted to study the effects of an artistic videoed DVD as a learning media on consolidating the process of freshmen's choosing the field and university. The under-study population was 36 under graduate students of agricultural extension and education of Shiraz University in the academic year of 1391-1392. Results show that after watching the videoed DVD, designed for introducing the field and university, students' attitude and information about these issues were consolidated and the artistic effects were efficient in this project. Therefore the balanced enrichment of audible, visual and narrated media has doubled effect on audiences since with depicting the right believes they will be more consistent and so the valuable social human capital will be prevented from being wasted.

Key words: media, consolidation of decision, artistic enrichment





مقدمه

استفاده وسیع از رسانه‌ها غیرقابل انکار است و اگر نتوان گفت که بر جامعه حکومت می‌کنند ولی به یقین بر زندگی سایه افکنده‌اند که این از "نفوذ" عمیق آن‌ها ناشی می‌شود. این نفوذ به حدی است که نسل همواره "بر خط" امروز مدت‌زمانی را که صرف رسانه‌ها می‌کند به مراتب بیش از مدت‌زمانی است که صرف کار می‌کند. به عبارت دیگر، آنان حدود دوسوم یا ۱۰/۵ ساعت از شبانه روز را با رسانه‌ها می‌گذرانند (دیوید و برنایس، ۲۰۰۷). اشباع زندگی عصر حاضر از رسانه‌ها به دلیل پیشرفت فناوری‌ها است که جهان را کوچک کرده و ارتباط جهانی را به امری پیش‌پا افتاده بدل کرده‌اند که حدود ۴۰ سال پیش مارشال مک لوهان، از آن به نام دهکده جهانی نام برد؛ جایی که زمان و فاصله‌ها در آن ناپدید می‌گردد (جونز و جونز، ۱۹۹۹). رسانه‌ها در معنای عام آن وسیله نقل و نشر اخبار، پیام‌ها و اطلاعات بوده و در واقع پل ارتباطی مراکز پیام‌ها و مخاطبان آن‌ها است. رسانه‌های نظیر مطبوعات، تابلوهای تبلیغات شهری، سینما، رادیو، تلویزیون، کتاب، لوح‌های فشرده شبکه جهانی ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی، ابزارهای سازمان‌یافته‌ای هستند که به نشر وقایع، دیدگاه‌ها، اطلاعات یا سرگرمی می‌پردازند. اهمیت رسانه‌ها را همین بس که در پرتو آگاهی‌دهی آن‌ها موانع جغرافیایی و تا حدی سیاسی و فرهنگی برطرف شده و زمین با همه همواری و ناهمواری خود، میلیاردها نفر به وسیله آنها مرتبط شده و با سهولت می‌توانند از مناطق دوردست، اطلاعات موردنیاز را به دست آورند. به عبارت دیگر، جهان به دهکده‌ای کوچک در شعاع رسانه‌ها قرار گرفته است (یاتز، ۱۹۹۹) و به افراد امکان انجام کارهایی را می‌دهد که در صورت نبود رسانه‌ها انجام این کارها میسر نمی‌شد. یک ضرب‌المثل می‌گوید: دانش قدرت است؛ زیرا توانایی انجام کار و بهره‌گیری از فرصت‌ها را فراهم می‌آورد. برای مثال، دانشگاه‌ها در ارائه خدماتی نظیر پژوهش‌های بنیادی و آموزش‌های تحصیلات تکمیلی، کماکان بی‌رقیب و از طرف رقبای خارج از نظام آموزش عالی، کمتر به رقابت کشیده می‌شوند ولی با فراهم شدن فرصت پژوهش و آموزش با کمک رسانه‌های ارتباطی نوین، مؤسسات فراوانی به وجود آمده‌اند تا پاسخگوی نیازهای آموزشی افرادی باشند که برای کسب یا ارتقای شغلی خود، نیازمند آموزش و پژوهش هستند (شاه‌ولی، ۱۳۶۷). از جمله تأثیرات مهم رسانه‌ها تغییر در نگرش و اطلاعات مخاطب است که از میان آن‌ها رسانه‌های تصویری در مقایسه با دیگر رسانه‌ها از تأثیرگذاری بیشتری برخوردارند. تأثیرگذاری بر مخاطب با تصویر، به اشکال متنوع در کارت‌پستال‌ها، پوسترها، مجلات، روزنامه‌ها، کتب، فیلم‌ها، تلویزیون‌ها، ماهواره‌ها، شبکه جهانی ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی و لوح‌های فشرده که هر یک با هدفی خاص طراحی می‌شوند رایج است. این نوع ارتباطات تصویری با پیشرفت فن‌آوری‌ها به شکل تمام‌وقت و قابل دسترس در هر زمان و مکان هستند. اگر یک پیام تصویری به طرز شایسته تهیه شود، معنای آن نیز بلافاصله به مغز منتقل می‌گردد و چندان نیازمند ترجمه یا دانستن معنای کلمات نیست. زیرا تصویر هر شیء نزدیک‌ترین امر به واقعیت آن و بهترین دلیل و شبیه‌ترین به تجربه افراد از اشیاء است؛ و به همین دلیل فهم سریع‌تر و زیادتری را برای بینندگان آنها فراهم می‌سازد. به‌طورکلی، ارتباط با تصویر آسان و برای همه و در هر نقطه از جهان قابل‌درک و فهم است. بنابراین زبان تصویر و ارتباط تصویری، معتبرترین ارتباط است زیرا قادر است، اطلاعات را راحت‌تر نشر دهد. برای مثال، برای ایجاد تغییر در مخاطب، باید در استفاده از شیوه‌های ترغیبی تجدیدنظر کرد و برای افزایش اثربخشی آن‌ها، باید شیوه‌های مفیدتر اطلاع‌رسانی شناسایی شوند. این شیوه‌ها باید به‌گونه‌ای باشند که ذوق هنری هرچه بیشتری در آن‌ها به کار گرفته شود زیرا یکی از کاتالیزورهای هر تغییر، هنر است. به عبارت دیگر، زبان هنر، بیان غیرمستقیم حقایق است (مشفق و شاه‌ولی، ۱۳۸۴). پیام‌های رسانه‌های تصویری با همکاری چند نفر طراحی و تهیه می‌شوند که این همکاری یک روند صرف فیزیکی نیست. بنابراین، آنچه توسط چند نفر ساخته و پرداخته می‌شود، برای مخاطب به شکل یک امر مسلم تلقی می‌گردد. یاری‌رسانی به مخاطب برای درک این‌که برنامه‌های رسانه‌ها چگونه تنظیم می‌شود، چه چیزهایی حذف می‌گردد و این‌که رسانه‌ها چگونه درک مخاطب را از جهان اطراف شکل می‌دهد، از راه‌های مهم کمک به آنان در پیشبرد زندگی در یک جامعه جهانی و فناورانه است. بنابراین، مطالعه تأثیرگذاری رسانه‌ها توجه بسیاری از محققان و نظریه‌پردازان را در دوره‌های مختلف به خود جلب کرده است و حتی بخش عظیمی از تحقیقات ارتباطی به آن‌ها اختصاص دارد. برای مثال، خانی و خسروی (۱۳۸۴) به بررسی میزان تأثیر رسانه‌ها بر موفقیت یا عدم موفقیت تحصیلی دانشجویان و میزان استفاده علمی آنان از رسانه‌ها پرداختند. آن‌ها با بررسی گسترده



نگرش و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی دانشجویان به این نتیجه رسیدند که تلویزیون قدرتمندترین رسانه در ارائه اخبار و اطلاعات به آنان بوده و ۷۰٪ از آنان اظهار داشته‌اند که با این رسانه از اطلاعات و اخبار مطلع می‌شوند. همچنین غالب دانشجویانی که در این پژوهش شرکت داشته‌اند، اعلام کرده‌اند که پس از پایان مقطع متوسطه، انتخاب این رشته‌های تحصیلی بر اساس انگیزه‌های مادی، کسب موقعیت اجتماعی-اقتصادی، تشویق و اجبار والدین و اطرافیان بوده است. ولی قابل توجه‌ترین نتیجه‌ای که در این بررسی به دست آمد آن است که اولاً، میزان علاقه دانشجویان پس از پذیرش و آغاز دروس نسبت به پیش از آن افزایش یافته که از نتایج نادر در میان دانشجویان کلیه رشته‌های دانشگاهی است. ثانیاً، علاقه و آگاهی دانشجویان برای انتخاب رشته‌های علوم ارتباطات به دلیل تأثیر رسانه‌ها در این باره بوده است. نکته نگران‌کننده‌ای که از این تحقیق به دست آمده است آن است که دانشجویان غیر شاغل اعلام کرده‌اند مطمئن نیستند پس از دانش‌آموختگی کاری متناسب با رشته تحصیلی خویش به دست آورند. این گروه نیز معتقد بودند بدون داشتن "روابط" امکان دستیابی به شغل متناسب با رشته تحصیلی خویش را نخواهند داشت. ثالثاً، گرایش جوانان و دانشجویان به رسانه‌ها به‌ویژه مطبوعات زیادتر شده است به طوری که با وجود آگاهی از مخاطرات اشتغال در مطبوعات، انتخاب این رشته جزء آرمان‌های دانشجویان علوم ارتباطات است. در تحقیقی دیگر، عوامل مؤثر بر تغییر نگرش دانشجویان رشته کتابداری در طول دوره تحصیل نسبت به رشته تحصیلی آنان بررسی شده است. نتایج آن نشان می‌دهد اکثریت دانشجویان، این رشته را بدون شناخت کامل و علاقه واقعی انتخاب کرده‌اند و در مقایسه با دانشجویان رشته روان‌شناسی، از رشته تحصیلی خویش، انگیزه و رضایت ضعیف‌تری دارند (دیانی، ۱۳۸۱). ژان کازنو معتقد است که برای شناخت شیوه‌های تأثیرگذاری بر توده‌ها از طریق رسانه‌ها باید سه حالت "تقویت عقیده موجود"، "ساختن عقیده جدید (بدون ارتباط با عقیده قبلی)" و "تغییر عقیده" را از یکدیگر تمیز داد؛ از نظر وی، تأثیر رسانه‌ها بیشتر بر «تقویت عقیده موجود» است. نظریه تأثیرات محدود پیام، نیز ناظر بر ایجاد تغییرات رفتار نبوده بلکه مدعی تأثیرگذاری بر اطلاعات و آگاهی "موجود" افراد است که در باره آن‌ها زمینه قبلی دارند. در حقیقت، نقش رسانه‌ها بازسازی زمینه‌های معرفتی و نگرشی افراد و نه ساختن نوع جدید آن‌ها است. در واقع رسانه‌ها نقش تثبیت افکار را دارند. این نظریه مخاطب را پویا و فعال تلقی می‌کند زیرا مخاطب از نظر گرایش به نوع رسانه، پیام و حوزه پیام موردنظر، دارای حق انتخاب است (کازنو، ۱۳۶۸). در هر حال، آنچه اثربخشی رسانه‌ها را افزایش می‌دهد، استفاده از مجاری ارتباطی و مداخله‌گری است که یکی از این مجاری ارتباطی لوح‌های فشرده است که با یک رایانه یا ابزار واسط الکترونیکی می‌توان از آن‌ها استفاده کرد (کیربای، ۲۰۰۷). یک استفاده متعارف از لوح‌های فشرده، استفاده آموزشی از آن برای مخاطبان متعدد از جمله دانشجویان می‌باشد. دانشجویان به‌عنوان قشر جوان یک جامعه نیاز دارند تا در ابتدای ورود به محیط‌های جدید نظیر دانشگاه‌ها هر آنچه را در طول سال‌های تحصیل با آن‌ها ارتباط برقرار خواهند کرد، بهتر بشناسند. زیرا تعداد کسانی که موفق به عبور از سد آزمون ورودی دانشگاه‌ها و دیگر مشکلات آن می‌شوند به دلیل نارضایتی از رشته و محل تحصیل خود، از ادامه آن منصرف می‌شوند یا ناامیدانه آن را ادامه می‌دهند. شاید از جمله دلایل بروز چنین شرایطی نداشتن اطلاعات کافی و نگرش مثبت نسبت به رشته و فضای تحصیل خود باشد. از بررسی تأثیر فیلم تهیه شده با جلوه‌های هنری در یک لوح فشرده به‌عنوان یک رسانه ارتباطی برای تثبیت نگرش دانشجویان نسبت به رشته و محل تحصیل انتخابی می‌توان استفاده کرد. لذا، یک بررسی برای پاسخ به این پرسش انجام گرفت که چگونه می‌توان نگرش و اطلاعات دانشجویان را با رسانه لوح فشرده که با جلوه‌های هنری غنی شده تهیه شده است برای برقراری ارتباط با وی تقویت نمود تا بر رشته و محل تحصیل انتخابی خود، ثبات پیدا کند؛ به عبارت دیگر، بر تصمیمی که در این باره اتخاذ کرده استوار بماند؟

هدف کلی پژوهش حاضر، بررسی و شناسایی تأثیر جلوه‌های هنری غنی شده رسانه‌ی "لوح فشرده" بر تثبیت رشته و محل تحصیل انتخابی دانشجویان رشته ترویج و آموزش کشاورزی ورودی سال تحصیلی ۹۲-۹۱ دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز می‌باشد تا بتوان از هدر رفت این سرمایه‌های انسانی اجتماعی پیشگیری نمود.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع "بازپسین" بوده و به بررسی تأثیر جلوه‌های هنری غنی‌شده رسانه لوح فشرده با نام "یاران مهربان خوشه‌چین" بر نگرش و اطلاعات دانشجویان کارشناسی ورودی سال ۹۲-۱۳۹۱ نسبت به رشته و محل تحصیل انتخابی ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه شیراز می‌پردازد. سه فرض این پژوهش آن است که آیا جلوه‌های هنری رسانه ارتباطی لوح فشرده "یاران مهربان خوشه‌چین" می‌تواند:

- ۱- بر نگرش و اطلاعات رشته و محل تحصیل انتخابی دانشجویان مشاهده کننده آن موثر باشد؟
- ۲- با نگرش و اطلاعات رشته و محل تحصیل انتخابی دانشجویان مشاهده کننده آن همبستگی داشته باشد؟
- ۳- به ثبات رشته و محل تحصیل انتخابی دانشجویان مشاهده کننده آن کمک کند؟

پژوهش "بازپسین" زمانی انجام می‌گیرد که موضوع تحقیق، برای مثال نمایش لوح فشرده، اتفاق می‌افتد و نتایج آن نزد جمعیت مورد مطالعه باقی می‌ماند (شاه‌ولی، ۱۳۶۷). جامعه تحقیق ۳۶ دانشجوی کارشناسی رشته ترویج و آموزش کشاورزی ورودی سال ۹۲-۱۳۹۱ دانشگاه شیراز است که یک ماه پس از آغاز تحصیل با روش تمام شماری در معرض نمایش لوح فشرده غنی‌شده هنری درباره رشته و محل تحصیل ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه شیراز قرار گرفتند. این لوح فشرده شامل محتوای شنیداری، دیداری و گویندگی به شرح محتوای جدول ۱ تقسیم می‌شود.

جدول ۱: محتوای رسانه ارتباطی لوح فشرده

محتوای	زیر محتواها	مدت زمان/ دقیقه	کل مدت زمان / دقیقه
شنیداری	موسیقی متن	۱۰	۱۵
	صدای خواننده	۵	
دیداری	تصاویر ویدئویی	۲۵	۴۳
	عکس‌ها	۱۲	
	متون پیرامون انتشارات،	۶	
	سابقه پژوهش، آموزش و غیره محل تحصیل		
گویندگی	صدای گوینده	۳۰	۵۰
	معرفی هیات علمی محل تحصیل	۲۰	

برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شد که پس از نمایش لوح فشرده بلافاصله در اختیار دانشجویان مشاهده کننده آن قرار گرفت. اطلاعات آن با برنامه SPSS نسخه ۱۵ تجزیه و تحلیل گردید. همچنین محقق به ثبت مشاهدات و بازخوردهای دانشجویان در پایان نمایش لوح فشرده اقدام نمود.

متغیرهای این پژوهش به شرح زیر است:

الف. متغیرهای وابسته:

۱. نگرش دانشجویان نسبت به رشته ترویج و آموزش کشاورزی پس از مشاهده لوح فشرده متشکل از: علاقه‌مندی به رشته، ادامه تحصیل در این رشته، ترغیب به موضوعات پژوهشی رشته در آینده، و امیدواری به آینده رشته.

۲. اطلاعات دانشجویان پس از مشاهده لوح فشرده شامل: مشخصات رشته و محل تحصیل، اعضای هیات علمی، افتخارات و قدمت، فعالیت‌های انتشاراتی، فضای آموزشی، و فعالیت‌های فوق برنامه محل تحصیل.
 - ب. متغیرهای مستقل شامل:
 ۱. جذابیت جلوه‌های دیداری و شنیداری؛
 ۲. هماهنگی نمایش جلوه‌های دیداری با شنیداری؛
 ۳. رسایی صدای گوینده و شیوایی بیان گویندگی؛
 ۴. تأثیر احساسی - شناختی لوح.
 - ج. متغیرهای میانجی: اولویت رشته انتخابی هنگام آزمون ورودی دانشگاه‌ها، محل سکونت قبل از ورود به دانشگاه، معدل دیپلم متوسطه، و تجربه پیشین کار هنری.
- برای تعیین روایی صوری پرسشنامه از پانل تخصصی اعضای هیئت علمی بخش ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه شیراز استفاده گردید. به دلیل استفاده از روش سرشماری، آزمون پایائی انجام نگرفت.

یافته‌ها و بحث

توصیف جمعیت شناختی

نیمی از دانشجویان مشاهده کننده لوح فشرده یاران مهربان خوشه چین "پسر" و نیمی "دختر" بودند. قبل از ورود به دانشگاه، محل سکونت ۴۴٪ آنان در مراکز استان، ۲۲٪ در مرکز شهرستان و ۳۳٪ روستا بوده است. حدود ۳۹٪ آنان اولویت رشته انتخابی ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه شیراز را از ۱ تا ۲۵؛ ۲۸٪، از ۲۶ تا ۵۰؛ ۱۱٪، از ۵۱ تا ۷۵؛ و ۲۲٪، از ۷۶ تا ۱۰۰ انتخاب کرده بودند. معدل دیپلم متوسطه آنان ۴۴٪، ۱۷ تا ۲۰؛ و ۵۶٪ ۱۴ تا ۱۶ بوده است. از بین این دانشجویان ۲۲٪ تجربه پیشین هنری داشته‌اند ولی ۷۸٪ آنان تجربه ای در این زمینه نداشتند.

توصیف نگرش، اطلاعات و جلوه‌های هنری پاسخ دانشجویان به گویه‌های پرسشنامه پیرامون "نگرش"، "اطلاعات" و "جلوه‌های هنری لوح فشرده" پس از مشاهده آن در جدول ۲ آمده است. همچنین میزان محاسبه گویه‌های هر یک از این سه مورد در انتهای آنها گزارش شده است. بررسی محاسبه میانگین‌ها نسبت به طیف در نظر گرفته شده نشان می‌دهد که دانشجویان مشاهده کننده لوح فشرده با میانگین ۲۰ اطلاعات زیادی از رشته و محل تحصیلی کسب نموده‌اند. میانگین جذابیت جلوه‌های هنری لوح فشرده نیز بالا و ۱۹/۵۵ بوده؛ ولی میزان میانگین نگرش آنان نسبت به رشته و محل تحصیل در حد متوسط و حدود ۱۰ بوده است.

جدول ۲: میانگین تأثیرگذاری رسانه ارتباطی لوح فشرده بر دانشجویان مشاهده کننده آن

متغیر	گویه	میانگین ^۱	انحراف استاندارد
نگرش نسبت به رشته تحصیلی	علاقه مندی به رشته	۲/۴۴	۱/۴۶
	ترغیب به ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر رشته	۲/۳۸	۱/۲۸
	ترغیب به موضوعات پژوهشی رشته در آینده	۲/۶۱	۱/۴۶
	امیدواری به آینده رشته	۲/۵	۱/۵۸
	محاسبه شده ^۲	۹/۹۴	۵/۳۷
کسب اطلاعات از رشته و محل تحصیلی	رشته ترویج و آموزش کشاورزی	۳/۲۲	۱/۱۱
	اعضای هیئت علمی	۳/۹۴	۱/۲۱
	افتخارات و قدمت رشته	۳/۶۶	۱/۲۳
	فعالیت های انتشاراتی	۳/۱۶	۱/۰۹
	فضای آموزشی	۳/۷۷	۱/۳
	فعالیت های فوق برنامه	۳/۲۷	۱/۲۲
	محاسبه شده	۲۰	۵/۷۳
جلوه های هنری لوح فشرده	دیداری	۳/۲۷	۱/۵۶
	شنیداری	۳/۳۳	۱/۴۹
	هماهنگی جلوه های دیداری با شنیداری	۳/۶۱	۱/۰۳
	نمایش هنرمندانه محتوای لوح	۳/۱۶	۰/۹۸
	گویندگی متن	۳/۴۴	۱/۲۴
	تأثیر احساسی - شناختی	۲/۶۶	۱/۱۸
	محاسبه شده	۱۹/۵۵	۵/۶۶

طیف از ۱ تا ۵ تنظیم شده است. ^۲ با دستور Compute محاسبه شد و مقدار آن حداقل ۵ و حداکثر ۲۰

تحلیل نگرش، اطلاعات و جلوه های هنری

مقایسه میانگین گویه های نگرش، اطلاعات و جلوه های هنری لوح فشرده پس از مشاهده آن بین چهار گروه "اولویت انتخاب" رشته ترویج و آموزش کشاورزی در جدول ۲ آمده است. نتایج آن نشان می دهد کسب اطلاعات از لوح فشرده پیرامون رشته ترویج و آموزش توسط گروه اول، یعنی دانشجویانی که اولویت انتخاب رشته ترویج و آموزش کشاورزی آنان ۱ تا ۲۵ بوده است به طور معنی داری ($p \leq 0.05$) بیش از سایر گروه ها است.

جدول ۳: مقایسه تأثیرگذاری رسانه ارتباطی لوح فشرده بین گروه های اولویت انتخاب رشته

P	X ²	میانگین محاسبه شده*	تعداد	گروه های اولویت	متغیر
۰/۱۶۴	۵/۱	۱۲,۵۷	۷	اول	نگرش
		۹,۵۰	۵	دوم	
		۵,۵۰	۲	سوم	
		۶,۱۳	۴	چهارم	
*۰/۰۴۳	۸/۲	۱۳,۲۹	۷	اول	کسب اطلاعات
		۷,۴۰	۵	دوم	
		۱۱,۵۰	۲	سوم	
		۵,۵۰	۴	چهارم	
۰/۳	۳/۷	۱۲,۲۹	۷	اول	جلوه های هنری
		۶,۵۰	۵	دوم	
		۹	۲	سوم	
		۸,۶۳	۴	چهارم	

* P ≤ 0/05

*مقدار محاسبه میانگین حداقل ۵ و حداکثر ۲۰ می باشد.

- (۱) مقایسه میانگین گویه های نگرش، اطلاعات و جلوه های هنری لوح فشرده بین دانشجویان از لحاظ نوع محل سکونت، معدل مدرک دیپلم متوسطه و تجربه پیشین هنری تفاوت معنی داری را نشان نداد.
- (۲) میزان همبستگی جلوه های هنری با نگرش دانشجویان نسبت به رشته ترویج و آموزش کشاورزی نشان داد که مثبت و معنی دار بوده و دانشجویانی که جلوه های "احساسی-شناختی" و "نمایش هنری محتوای" را در لوح فشرده غنی تر دانسته اند، نگرش قوی تری نسبت به رشته ترویج و آموزش کشاورزی داشته اند. سطح این همبستگی برای جلوه های احساسی-شناختی "قوی" و برای نمایش هنری محتوای لوح "متوسط" است (جدول ۴).

جدول ۴: همبستگی جلوه های هنری رسانه لوح فشرده با نگرش به رشته و محل تحصیلی

جلوه های هنری	ضریب همبستگی	سطح همبستگی
احساسی- شناختی لوح فشرده	۰/۵۹**	قوی
نمایش هنری محتوای لوح فشرده	۰/۴۹*	متوسط

**P ≤ 0/01

* P ≤ 0/05

- (۳) میزان همبستگی هر یک از جلوه های "دیداری" (r=0/62)، "احساسی-شناختی" (r=0/58)، "هماهنگی جلوه های هنری" (r=0/56) و "نمایش هنری محتوای" (r=0/56) لوح فشرده با "کسب اطلاعات دانشجویان" از رشته تحصیلی، مثبت و معنی دار بوده است. (جدول ۵). به عبارت دیگر، دانشجویانی که جلوه های "دیداری"، "احساسی-شناختی"، "هماهنگی جلوه های هنری" و "نمایش هنری محتوای" لوح فشرده را غنی تر اعلام کرده اند، اطلاعات بیشتری از رشته تحصیلی خود کسب کرده اند. همبستگی این جلوه ها به ترتیب در سطح بسیار قوی، قوی، قوی و متوسط است.

جدول ۵: همبستگی جلوه‌های هنری رسانه ارتباطی لوح فشرده با کسب اطلاعات از رشته و محل تحصیلی

جلوه های هنری	ضریب همبستگی	میزان همبستگی
دیداری	۰/۶۲**	بسیار قوی
احساسی - شناختی	۰/۵۸*	قوی
هماهنگی جلوه‌های هنری	۰/۵۶*	قوی
نمایش هنری محتوا	۰/۴۹*	متوسط

* در سطح ۰/۰۵ معنی دار می‌باشد. ** در سطح ۰/۰۱ معنی دار می‌باشد.

(۴) همبستگی مثبت و معنی دار اجزای جلوه‌های هنری با یکدیگر نشان‌دهنده آن است که این اجزاء هم‌افزایی معناداری داشته اند (جدول ۶). به عبارت دیگر، همبستگی جلوه های هنری لوح فشرده یاران مهربان خوشه چین، قوی تا بسیار قوی است.

جدول ۶: همبستگی اجزای جلوه‌های هنری رسانه ارتباطی لوح فشرده

اجزای جلوه‌های هنری	ضریب همبستگی
موسیقی متن با گویندگی	۰/۸۴**
هماهنگی جلوه‌های هنری با نمایش هنری محتوا	۰/۸۱**
نمایش هنری محتوا با گویندگی	۰/۶۹**
دیداری با احساسی - شناختی	۰/۶۳**
گویندگی با احساسی - شناختی	۰/۶۰**
موسیقی متن با احساسی - شناختی	۰/۵۷*

* در سطح ۰/۰۵ معنی دار است. ** در سطح ۰/۰۱ معنی دار است.

نتیجه گیری

براساس نتایج این پژوهش می‌توان اعلام نمود که مشاهده رسانه لوح فشرده یاران مهربان خوشه چین غنی شده با جلوه های هنری توانسته است:

۱. بر کسب اطلاعات دانشجویان از رشته و محل تحصیل انتخابی آنان به طور معناداری موثر باشد (جدول ۳). این کسب اطلاعات از همگی جلوه‌های هنری غنی شده لوح فشرده معنی دار بوده ولی قوی ترین تاثیر متعلق به جنبه "دیداری" آن می‌باشد (جدول ۵).
۲. گرچه نگرش دانشجویان بیننده رسانه لوح فشرده، نسبت به کسب اطلاعات کمتر از آن است ولی توانسته یک نگرش احساس شناختی قوی معناداری در آنان از رشته و محل تحصیل انتخابی بوجود آورد (جدول ۴).
۳. بنابراین رسانه غنی شده با جلوه های هنری، تصمیم دانشجویان را در رشته و محل تحصیل انتخابی تقویت و تثبیت نموده است و این موضوع برای آنان که انتخاب رشته ترویج و آموزش کشاورزی اولویت اول آنان بوده است، بیشتر صادق است (جدول ۳) و بازخوردهای شفاهی دانشجویان پس از نمایش لوح فشرده به پژوهشگران نیز، بر این نکته تاکید داشتند.

۴. همبستگی جلوه های غنی هنری رسانه لوح فشرده نشان می دهد که تقریباً همبستگی جلوه های شش گانه آن بسیار قوی است (جدول ۶).

در مقایسه نتایج این پژوهش با تحقیقات مشابه برای تغییر نگرش، افزایش اطلاعات، تقویت یا حتی ایجاد اعتقاد در مخاطب با رسانه های هنری نظیر تصویر آفرینی قرآنی، شعر و کاریکاتور می توان به مطالعات شاه ولی و ابراهیمی (Shahvali and Ebrahimi, 2015)، ابراهیمی (۱۳۹۰) و مشفق (۱۳۸۱) نیز اشاره کرد که توانسته اند به نحو مطلوب به اهداف خود در این راستا دست یابند. لذا کاربرد هنر در تغییر نگرش و کسب اطلاعات امری بسیار مهم و البته حساس است.

رهبر معظم انقلاب در تاریخ ۱۳۹۴/۱۰/۲۱ با اظهار خرسندی از ورود حوزه علمیه به مقوله فقه هنر، می فرمایند: هنر، امری مبارک و انسانی، زاینده تخیل قوی و ذوق وافی و جزء زندگی انسان است و در میان فقها و در حوزه های علمیه نیز همواره هنرمندان برجسته ای در شاخه شعر و ادب وجود داشته اند. برای مثال ایشان درباره شعر می فرمایند: توجه به مقوله شعر و شاعر خوب بودن، منافاتی با علمیت و فضل و هیچ یک از مقولات مهم حوزه های علمیه ندارد. (پایگاه اطلاعاتی دفتر مقام معظم رهبری، ۱۳۹۴). در پایان با تقدیر از پایه گذاری سنت حسنه تفقه در هنر تأکید می کنند که اینکار باید خیلی زودتر از این ها انجام می گرفت و اکنون که آغاز شده است، باید آن را بدون توقف دنبال کنید (شاه ولی و شاه ولی، ۱۳۹۵).

پیشنهادات

با توجه به نتایج فوق، موارد زیر پیشنهاد می شود:

- ۱- به دلیل اهمیت روزافزون رسانه ها و گرایش قشر فرهیخته جامعه به آن ها، مراکز آموزش عالی کشور می توانند هر سال برای دانشجویان جدید در قالب کارگاه های آشناسازی و با کمک رسانه های غنی هنری به معرفی رشته و محل تحصیل آنان بپردازند و بازخوردها را برای بهبود کیفیت محتوای آنها دریافت نمایند.
- ۲- آنچه تأثیر رسانه، را بیش از پیش ارتقاء می بخشد غنی سازی آن با جلوه های متوازن هنری شنیداری، دیداری و گویندگی برای خلق آثاری است که بتواند تأثیری مضاعف بر مخاطب برجا بگذارد. اهمیت خلق جلوه های هنری غنی شده برای تثبیت نگرش نسبت به تصمیمات در راستای اهداف مختلف می طلبد که برای موضوعات مختلف و اقشار گوناگون مورد مطالعه بیشتر قرار گیرد.
- ۳- با غنی سازی جلوه های هنری رسانه سواد رسانه ای قشر فرهیخته جامعه را ارتقاء بخشید تا در انتخاب های صحیح خود ثابت قدم شوند و از هدر رفت این سرمایه ارزشمند انسانی - اجتماعی کشور در موضوعات گوناگون پیشگیری شود.

منابع

- ابراهیمی، ف. (۱۳۹۰). بررسی کارکرد هنر تصویرگری قرآنی در ترویج روش های ذخیره سازی رطوبت خاک منطقه مورد مطالعه: شهرستان استهبان. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز.
- بهمن آبادی، م.، بیگدلی، ز.، و آبام، ر. (۱۳۷۷). عوامل موثر بر انتخاب رشته تحصیلی و تغییر نگرش دانشجویان رشته کتابداری و روانشناسی بالینی در دانشگاه شهید چمران اهواز. قابل دسترسی در آدرس اینترنتی: <http://vista.ir/article/276979>
- پایگاه اطلاعاتی دفتر مقام معظم رهبری، (۱۳۹۴)، تاریخ دسترسی ۱۳۹۴/۱۱/۲۴.
- دیانی، م. (۱۳۸۱). نظرات و عملکرد تحصیلی دانشجویان رشته های ریاضی / تجربی / علوم انسانی / اجتماعی در دوره کارشناسی کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاه فردوسی مشهد. کتابداری و اطلاع رسانی، ج ۵، ش ۳، صص ۴۶-۲۱.
- خانی، ن.، و خسروی، م. (۱۳۸۴). رابطه رسانه با موفقیت و عدم موفقیت تحصیلی. قابل دسترسی در آدرس اینترنتی: <http://athir.blogfa.com/post-1936.aspx>

شاه‌ولی، م. و ر. شاه‌ولی، (۱۳۹۵)، تبیین جغرافیای فنی و معرفتی با کمک هنر برای مصرف پایدار آب در شرایط خشکسالی، در چکیده مقالات همایش علل و راهکارهای مقابله با بحران کمی و کیفی منابع آب کشور، فرهنگستان علوم جمهوری اسلامی ایران، ۲۲ و ۲۳ اردیبهشت ۱۳۹۵، ص. ۲۹.

شاه‌ولی، م.، و ژ. مشفق، (۱۳۸۴). بررسی نقش کاریکاتور در تغییر نگرش کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی شیراز نسبت به کشاورزی پایدار. مجله علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی، سال نهم، شماره اول، صص ۴۰-۲۵.

شاه‌ولی، م. (۱۳۶۷). بررسی علل تغییر نظام آموزش عالی کشاورزی از نظام ناپیوسته به پیوسته. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

کازنو، ژ. (۱۳۶۷). قدرت تلویزیون. ترجمه علی اسدی. انتشارات امیرکبیر.

مشفق، ژ. (۱۳۸۱). بررسی کارکرد کاریکاتور در تغییر نگرش کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی شهرستان شیراز نسبت به کشاورزی پایدار. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.

David, V., and Bernice, K. (2007). *Watch This, Listen Up, and Click Here: Inside the 300 Billion Dollar Business Behind the Media You Constantly Consume*. John Wiley & Sons Inc.

Jones, M., and Jones, E. (1999). *Mass Media (Skill – based Sociology)*. MacMillan Ltd. London.

Kirby, D. (2007). Sex and HIV education programs: Their impact on sexual behaviors of young people throughout the world. *Journal of Adolescent Health, 40(3), 206-217*.

Shahvali, M. and Ebrahimi, F. (2015). Agricultural Extension Education Method for Water Use Optimization. *Iran Agricultural Research, 33(2), 1-10*.

Yates, B. L. (1999). Media Literacy: A health education perspective. *Journal of Health Education, 33(3), 180-184*.