



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

زمان چاپ: ۱۴۰۰/۰۴/۱۵

شماره مجوز مجله: ۸۰۴۰۰

## واکاوی نقش رسانه ها در تقویت یادگیری دانش آموزان

سمیه کدخدایی<sup>۱</sup>، رویا باقرنژاد<sup>۲</sup>، حمیده اعظمی<sup>۳</sup>، مرتضی هاشمی<sup>۴</sup>

کارشناسی آموزش ابتدایی دانشگاه آزاد نیکشهر  
کارشناسی آموزش ابتدایی دانشگاه آزاد اسلامشهر  
کارشناسی علوم اجتماعی دانشگاه تربیت معلم باهنر تهران  
کارشناسی زبان و ادبیات فارسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نقده  
Somayelkg14@gmail.com

### چکیده

رسانه ها از مهم ترین عوامل اثر گذار در تمام حوزه ها هستند به همین دلیل آموزش و پرورش نیز مستثنی از این رویه نیست. وجه مشترک اکثر الگوهای طراحی آموزشی، تعیین هدف های آموزشی در شروع کار است. اساساً هدف های آموزشی، عامل تعیین کننده ی فعالیت های آموزشی معلم و دانش آموز، رسانه ها و وسایل مناسب و نیز ارزشیابی فعالیت ها هستند. بنابراین انتخاب رسانه ها و وسایل مطلوب برای تفهیم هر موضوع درسی، به هدف ها و شیوه های آموزشی تعیین شده ی پیش از تدریس وابسته است. روش تدریسی که بر حفظ و تکرار پاسخ های ارائه شده تأکید می ورزد و اجازه ی اکتشاف و تجربه ی فردی را به دانش آموز نمی دهد، خود را بی نیاز از فراهم کردن امکانات و ابزارهای متنوع می بیند، زیرا مقصد آموزش، انتقال پاسخ های صحیح است، نه درگیر کردن دانش آموزان در مفهوم سازی و تولید پاسخ. با ظهور نظریه های جدید یادگیری و از جمله ساختن گرایی، نوع و نگاه به یادگیری و آموزش تغییر کرده است. در این پژوهش به بررسی نقش رسانه ها بر تقویت یادگیری دانش آموزان می پردازیم.

**کلمات کلیدی:** رسانه، یادگیری، دانش آموزان، رشد خلاقیت، آموزش و پرورش



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

## مقدمه

تجارب قبلی مبنای ادراکات، طرز فکرها و شکل گیری رفتارهای ما را تشکیل می دهند. در دنیایی که هر روز پیچیده تر می شود، شاگردان مدرسه نیازمندند که بیشتر و بهتر درباره محیط خود بیاموزند و چون امکان آموختن از طریق تجربه دست اول (منظور از تجربه دست اول، عمل یا برخورد مستقیم دانش آموز با شیء یا پدیده آموختنی است) در همه موارد وجود ندارد، لذا نحوه تدریس این پدیده ها بسیار پیچیده می شود. هدف این است که شاگرد بتواند تا حد امکان پدیده های علمی را توسط تجارب دست اول یا نزدیک به آن تجربه کند. هر اندازه شاگردان در طول زندگی خود تجارب بیشتری را به دست آورده باشند، بهتر و با موفقیت بیشتری قادر خواهند بود تا ادراکات خود را افزایش دهند. در زمینه تجربه پیامبر اکرم (ص) می فرماید: تجربه فوق العلم (تجربه بالاتر از دانش است) به همین جهت از طریق انتخاب و استفاده مدبرانه و صحیح از رسانه های آموزشی می توان امکانات بیشتری را در اختیار شاگردان قرار داد. رسانه های آموزشی به تمامی تجهیزات و امکاناتی اطلاق می شود که می توانند در محیط آموزشی شرایطی را به وجود آورند که در آن شرایط، یادگیری سریعتر، آسان تر، بهتر، با دوام تر و مؤثرتر صورت بگیرد. این گونه امکانات شامل وسایل (ابزار و آلات الکترونیک) مواد (ورقه شفاف، فیلم و غیره) و موقعیت های آموزشی (نمایش، گردش علمی) است. رسانه های آموزشی چیز تازه و نویی نیستند بلکه از زمانی که آموزش شروع شده است، رسانه ها نیز وجود داشته اند. بی شک یکی از نخستین رسانه ها بیان معلم، گچ و تخته سیاه بوده است. مدتی بعد عکس و سپس ضبط صوت، رادیو، فیلم، تلویزیون، ویدئو و کامپیوتر جایی برای خود در جریان آموزش پیدا کردند. در سال های نه چندان دوری رسانه ها را وسایل کمک آموزشی سمعی و بصری می نامیدند (وسایل کمک آموزشی سمعی و بصری اصطلاحاً به ابزار و آلات الکترونیک مانند پروژکتورها اطلاق می شد) ولی در حقیقت رسانه های آموزشی چیزی بالاتر از وسایل کمکی هستند. زمانی که آنها به صورت صحیحی مورد استفاده قرار گیرند، می توانند بر روی فرایند یادگیری تاثیرگذارند. رسانه ها برای برقراری ارتباط مؤثر در تدریس کلاسی که به صورت گروهی انجام می گیرد لازم و ضروری به شمار می آیند. اکنون رسانه های آموزشی جزئی تفکیک ناپذیر از فرایند آموزش و یادگیری هستند آنها دیگر وسایل و موادی در حمایت آموزش نیستند بلکه رسانه ها خود نیز داده های آموزشی هستند.

نقش وسایل آموزشی، بیشتر در چگونگی انتقال مفاهیم به شاگردان نهفته است و انتقال بهتر و مؤثر مفاهیم نیز از مسائلی است که باید مورد توجه قرار گیرد. تحقیقات نشان می دهد که وسایل آموزشی مناسب، در انتقال و تفهیم و تاثیر مفاهیم نقش مؤثری دارند که مهمترین آنها عبارتند از:

اساس قابل لمسی را برای تفکر و ساختن مفاهیم فراهم می کنند و در نتیجه سبب می شوند شاگردان کمتر به مفاهیم انتزاعی متوسل شوند.

سبب ایجاد علاقه در امر یادگیری شاگردان می شوند و توجه آنها را به موضوع آموزشی معطوف می کنند.

پایه های لازم را برای یادگیری تدریجی و تکمیلی فراهم می آورند و آن را دائمی می کنند.

تجارب واقعی و حقیقی را در اختیار شاگردان قرار می دهند و در نتیجه موجب فعالیت بیشتر می شوند.

پیوستگی افکار را در فرایند یادگیری فراهم می کنند.

در توسعه و رشد معنا، در ذهن شاگردان مؤثرند و به گسترش دامنه لغات کمک می کنند.

معنا و مفاهیم آموزشی را سریعتر منتقل می کنند.

تجارب را در اختیار شاگردان قرار می دهند که کسب آنها از راه های دیگر چندان امکان پذیر نیست، و در نتیجه به تکامل و عمق و میزان یادگیری می افزایند.

هدف از آموزش، هدایت یادگیری دانش آموزان است و نقش معلم، فراهم کردن زمینه و امکاناتی است تا یادگیرندگان، خود، مفاهیم را شکل دهند. رسانه ها و ابزارهای آموزشی امکاناتی هستند که اگر در فرایند یاددهی- یادگیری به نحو شایسته مورد



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

استفاده قرار گیرند، در مفهوم سازی و ساخت دانش، به دانش آموزان کمک فراوانی می کنند. در این مقاله سعی بر آن است تا پس از بیان ماهیت و نقش رسانه ها و وسایل آموزشی، چگونگی انتخاب و کاربرد مطلوب آن ها در فرایند یاددهی- یادگیری مورد بحث قرار گیرد. اصطلاح رسانه ی آموزشی غالباً به اشتباه مترادف با وسیله ی آموزشی به کار می رود، اما این دو واژه را از حیث انتقال پیام بهتر می توان متمایز کرد. رسانه در لغت به معنای رابط دو چیز و وسیله ی نقل و انتقال معنی شده است. برای مثال، تلویزیون به عنوان رسانه ای خبری، وسیله ی نقل و انتقال پیام است. در آموزش نیز برای انتقال پیام به وسیله ی نقل و انتقالی احتیاج است که پیام آموزش را به یادگیرنده منتقل کند. معلم در برخی از کلاس ها، غالب ترین رسانه آموزشی است. در مجموع رسانه های ارتباطی، خواه برای آموزش و تعلیم، برنامه ریزی شده باشند و خواه نشده باشند، آموزش دهنده اند. زیرا مردم همواره از آن ها تاثیر می پذیرند و می آموزند رسانه ها فراهم آورنده دانش و شکل دهنده ارزش هیند. اگر مستقیماً به کار گرفته شوند، میتوانند نگرشها یا مهارتهای خاصی را توسعه دهند. هنگامی که وظایف آموزشی ویژه ای بر عهده نظام های ارتباطی بکار گرفته شوند و بر اساس ماهیت ذاتی خویش عمل کنند، به عنوان نظام های آموزشی موازی برای شهروندان در کنار آموزش مدارس های و به ویژه آموزش مادام العمر نقش عمده ای ایفا میکنند و اغلب با آنها بسیار بیشتر و آسان تر ارتباط برقرار میکنند. بدین ترتیب وسایل ارتباط جمعی با انتشار اطلاعات آگاهی ها و دانستنی های نوین آموزش رسمی را از انحصار مدارس آموزشگاه ها و دانشگاه ها خارج کرده اند و در پارهای موارد در کنار تلاشهای آموزشگران معلمان و استادان، دانستنی های علمی نوین و میراث های آموزش مدارس و دانشگاه ها، بدون هیچ محدودیت زمانی، مکانی، سنی و جنسی آموزش دانش آموزان را در جامعه بر عهده دارند. رسانه ها تاثیر عمیقی در آموزش و تعلیم و تربیت دارد؛ خصوصاً رادیو و تلویزیون یکی از رسانه های ملی تأثیر مهمی در امر آموزش تعلیم و تربیت بر عهده دارد.

## نقش رسانه ها و وسایل آموزشی در فرایند یاددهی - یادگیری

استفاده از رسانه ها و وسیله های آموزشی متنوع در موضوعات و ماده های درسی گوناگون، مزایایی دارد که عبارتند از:

- شکل دهی تجربه های یادگیری دست اول
  - ایجاد انگیزه و شوق به یادگیری و کمک به تداوم آن
  - صرفه جویی در زمان آموزش
  - برقراری آسان تر ارتباط و تفهیم بهتر
  - شکل گیری یادگیری سریع تر، عمیق تر و پایدارتر
  - شکل گیری تجربه های یادگیری ناممکن
  - انتخاب و کاربرد رسانه ها و وسایل آموزشی در فرایند یاددهی- یادگیری
- بر اساس نظریه ی یادگیری ساختن گرایی، دانش باید فعالانه در ذهن و بر پایه ی تجربه ها، علاقه ها و باورها ساخته شود. بنابراین نقش آموزش فراهم کردن بستر و امکاناتی است تا دانش توسط دانش آموز ساخته شود. اندیشه های دیویی، پیاز، برونر و... که بر ظهور نظریه ی ساختن گرایی تأثیر شگرفی داشته است، همگی بر اهمیت تجربه ی مستقیم و شخصی فرد در محیط پیرامون دلالت می کنند». بنابراین، اگر در یک روش تدریس یادگیرنده محور، قصد آموزش شکل گیری یادگیری معنادار و مادام العمر در دانش آموزان است، ابزارها و رسانه های آموزشی به گونه ای انتخاب و به کار می روند که بیش ترین نقش را در شکل گیری تجربه های مستقیم و عینی داشته باشند.

نکته اساسی که لازم است در این جا بدان اشاره شود، این است که برای مفهوم سازی و شکل گیری یادگیری معنادار در کودکان، کاربرد ابزارها و وسایل آموزشی متنوع، «کافی نیست» در واقع روش تدریسی مطلوب است که در کنار کاربرد رسانه ها و وسایل آموزشی مناسب، راه را برای یادگیری عمیق هموار می سازد. برای مثال، در تجربه ای عملی که در کلاس درسی داشتیم، معلمی با آوردن وسایل آموزشی متنوع مانند تکه نان، هویج، شربت، آب نمک، نفت، شیشه ی عطر و بادکنک، قصد



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

تفہیم وضعیت مولکول‌ها در مواد جامد، مایع و گاز را داشت. پس از پایان تدریس، دانش آموزان به سؤالات متداول به آسانی پاسخ دادند. برای مثال، به هویج و نان به عنوان مواد جامد اشاره کردند. هنگامی که هویج به صورت پوره رنده و داخل لیوانی ریخته شد، دانش آموز پاسخ داد که هویج مایع شد، زیرا شکل لیوان را به خود گرفت.

در این مثال، با وجود این که ابزارها و وسایل مناسبی در فرایند یاددهی-یادگیری انتخاب شده اند، دانش آموزان مفاهیم را به طور عمیق درک نکرده اند و آموخته هایشان قابل انتقال به موقعیت جدید نیست. بنابراین، در هر موقعیت یادگیری، روش تدریس بر وسایل و ابزارها مقدم است. همان طور که ارمن می گوید: «روش تدریس بسیار مهم تر از رسانه است و رسانه، پیام نمی شود.» ابتدا باید شیوه ها و راهبردهای مؤثر برای دست یابی دانش آموزان به یادگیری عمیق مشخص شود، آن گاه ابزارها و وسایل مورد نیاز انتخاب و به کار روند.

وسایل آموزشی را از نظر نقشی که در فرآیند آموزش بازی می کنند، می توان به دو دسته تقسیم کرد، وسایل آموزشی معیاری و وسایل آموزشی تسهیل کننده. وسایل معیاری، وسایلی هستند که از فراگیر می خواهد برای نشان دادن کارآیی آموخته هایش، آنها را شرح دهد، تفسیر کند، دوباره بسازد و یا مشخص کند، به عبارت دیگر این دسته از وسایل، جزئی از معیارهای یادگیری هستند و در هدف های فعالیت های آموزشی نیز آورده شده اند، مانند اکثر ابزارهای آموزشی در رشته های فنی و حرفه ای، و اتومبیل در آموزش رانندگی.

تکنولوژی آموزشی و رسانه ها مورد استفاده در این دوره با گذشته متفاوت است. امروزه دانش آموزان از دنیای شنیداری، دیداری و جنبشی متولد میشوند. بنابراین، تلاش برای آموزش آنان با بهره گیری از روشها و رسانه های آموزشی دوره گذشته بی نتیجه خواهد بود یا نتیجه چندانی به همراه نخواهد داشت. معلمان باید درباره تکنولوژی و رسانه های نوین آموزشی اطلاع کافی داشته باشند و با نگرشی مثبت با آن برخورد کنند. طی سالهای اخیر، توجه بسیاری به بهره گیری از رسانه های نوین در امر آموزش شده است. رسانه های جدید با فراهم آوردن فرصتهای منایب برای تشخیص استعدادها و علایق شخصی فراگیران، به بهبود نظام آموزشی کمک شایانی میکنند (مشتاقی و همکاران، ۱۳۹۶).

مطالعات نشان میدهد که با بهره گیری از تکنولوژیهای روز در کلاسهای درس، این امکان را به فراگیران میدهد که با سرعت بیشتر و عملکرد بهتر بیاموزند و احساس رضایت بیشتری از حضور در کلاس داشته باشند (بارنز<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲). مدیا در لغت به معنی واسطه، وسیله، ماده وسط یا رابط دو چیز، حد و فاصل و سرانجام، وسیله نقل و انتقال است (فراوانش، ۱۳۸۵). در هر جریان ارتباطی، رسانه مناسب سهم عمده-ای در تسهیل انتقال پیام بین فرستنده و گیرنده دارد. انتقال پیامهای آموزشی به آموزش گیرندگان با استفاده از رسانه های آموزشی که جز تفکیک ناپذیری فرآیند آموزش محسوب میشوند، صورت میگیرد (حجازی، ۱۳۸۵). امروزه با گسترش و نشر علم ( انفجار دانش) در جهان هر جامعه ای تلاش میکند تا از این قافله سریع و السیر عقب نماند و خودش را با علم روز وفق بدهد.

برای رسیدن به مهم باید از رسانه ها و وسایل کمک آموزشی و دیگر امکانات موجود استفاده کرده تا اهداف محقق شود. رسانه ها و وسایل کمک آموزشی چیز تازه و نویی نیستند بلکه از زمانی که آموزش شروع شده است، رسانه ها و وسایل کمک آموزشی نیز وجود داشته اند. بی شک یکی از نخستین رسانه ها و وسایل کمک آموزشی بیان معلم، گچ، و تخته سیاه بوده است. و پس از آن وسایلی مانند ضبط صوت، رادیو، فیلم، نقشه، تلویزیون، ویدئو، رایانه و ... نیز جایی برای خود در امر آموزش پیدا کردند.

استفاده از رسانه ها و وسایل کمک آموزشی اگر با حواس پنجگانه دانش آموزان تلفیق شده و با برنامه ریزی و بهره برداری صحیح انجام شود، میتواند سرعت، دقت، استعداد، و خلاقیت فراگیر را شکوفا کرده و باعث تعمیق و تثبیت یادگیری در آنان

<sup>۱</sup> Barnes -



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

شود. اهمیت استفاده از رسانه ها و وسایل کمک آموزشی بقدری زیاد است که، اگر درست استفاده شود میزان یادگیری را از ۳۰٪ معمولی به ۷۵٪ میرساند.

تلفیق استفاده از رسانه ها و وسایل کمک آموزشی با کاربرد حواس مختلف میتواند تاثیرات زیادی در یادگیری داشته باشد که از آن جمله میتوان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- قابل لمس بودن برای تفکر و ایجاد مفاهیم

۲- جلب توجه و علاقه فراگیران

۳- یادگیری سریع و پایدار

۴- کسب تجارب واقعی و عینی. معضلات آموزشی موجود در جامعه ی امروز ( انفجار دانش، آمار افراد لازم التعلیم، کمبود معلمان آگاه و دلسوز ) و نیز نقش حواس در یادگیری را میتوان از دلایل تقسیم بندی و استفاده از رسانه ها و وسایل کمک آموزشی نام برد. ۷۵٪ یادگیری انسان از طریق کاربرد حس بینایی و ۱۲٪ از طریق سه حس ( بویایی، لامسه، چشایی ) و مابقی ۱۳٪ از طریق کاربرد حس شنوایی صورت میپذیرد.

پس اگر دانش آموزان را درگیر کسب تجارب مستقیم و عینی و دست اول کنیم یادگیری در آنها ثبات بیشتری پیدا خواهد کرد (قاسمی، ۱۳۹۳).

## تعریف رسانه آموزشی

رسانه آموزشی به کلیه امکاناتی اطلاق میشود که می توانند شرایطی را در کلاس به وجود آورند که تحت آن شرایط شاگردان قادرند، اطلاعات، رفتار و مهارتهای جدیدی را با درک کامل به دست آورند. تجارب متعدد نشان داده است که استفاده از رسانه ها در میزان یادگیری شاگردان اثر میگذارد و از طرف دیگر از طول زمان لازم برای آموزش میکاهد (گوهری، ۱۳۹۲).

## تعاریف مختلف از رسانه های آموزشی توسط دانشمندان:

رسانه به مفهوم وسیله ارتباطی است. این کلمه در زبان انگلوساکسون به معنی شدن است و معنی آن بطور کلی جریان انتقال از طریق وسایل ارتباط است. کمیته فنی اصطلاحات فنی در فرانسه در جلسه ۲ نوامبر ۱۹۷۱ کلمه media را به مفهوم وسایل ارتباطی و حامل های متنوع پذیرفت. ( کارنو- ژان، ۱۳۹۶).

رسانه در تعریف به حامل های پیام بین مرکز پیام گیرنده و پیام گفته میشود. (فردانش، ۱۳۹۵).

## الگوی استفاده از رسانه های آموزشی در تدریس (گوهری، ۱۳۹۲)

برای استفاده مؤثر از رسانه ها در آموزش و با توجه به نقش و اهمیت آنها در امر آموزش، الگویی به طور اصولی ارائه شده است. این الگو با استفاده از ترکیب رسانه ها، یک راهنمای عملی برای معلمان است. تأکید اصلی این الگو بر طبقه بندی کاربردی رسانه ها در آموزش و استفاده واقعی از رسانه ها در کلاس درس است. این الگو شامل گامهایی است که به معرفی آنها می پردازیم.

گام اول : شناسایی یادگیرندگان ( تجزیه و تحلیل ویژگی های یادگیرندگان )

اولین گام از این الگو عبارتست از شناخت یادگیرندگان. یادگیرندگان را می توان بر حسب ویژگیهای عمومی و شایستگیهای ویژه دانش، مهارتها و نگرشهای آنان درباره موضوع، مورد بررسی قرار داد. در طبقه بندی ویژگیهای عمومی، مشخص کردن و شناسایی فرگیرندگان از جنبه هایی نظیر سن، سطح کلاس و عوامل فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی مورد نظر است. این عوامل به معلم کمک می کند که سطح درس را مشخص و مثال هایی انتخاب کند که مقصود اصلی را به فراگیران انتقال دهد. برای مثال، ممکن است رسانه های غیر چاپی بر دانش آموزانی که مهارت کافی برای خواندن ندارند، تأثیر زیادی بگذارد.



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

در هر حال، برای معلمی که با فراگیرندگان زیادی سرو کار دارد، تجزیه و تحلیل ویژگیهای عمومی، اطلاعات زیادی به او خواهد داد، اگر چه گاهی اوقات، ممکن است این شناسایی و شناخت تفاوت‌های زیادی با هم داشته باشد.

گام دوم: بیان اهداف آموزشی

گام دوم در این الگو برای استفاده از رسانه های آموزشی، بیان اهداف آموزشی است. فراگیرندگان باید چه نوع اهداف یادگیری را به دست آورند؟

در واقع فراگیرنده در زمان تکمیل آموزش باید چه توانایی جدیدی کسب کند؟

اهدافی که معلم بیان می کند باید دقیقاً قابل حصول باشد. مثلاً این هدف که «دانش آموزان من برای تسلط بر مهارت های ریاضی» آماده می شوند. هدفی است که خیلی مبهم است و به عنوان یک هدف ویژه عمومی مطرح می شود. هر چند که کیفیت، به عنوان یک هدف مطرح است، بیان گسترده ای از موقعیت و وضعیت به شمار می رود. چنین هدفی حفاظ و پوششی برای تعدادی از اهداف ویژه خواهد بود. مثل آن که دانش آموزان کلاس دوم بتوانند توانایی جمع اعداد یک رقمی با یک رقمی را به دست آورند.

مسئولیت معلم به عنوان یک آموزش دهنده، عبارت است که فراهم آوردن و آماده کردن فعالیتهای یادگیری مناسب برای دست یافتن به اهداف و مسئولیت فراگیرنده، شرکت موثر در این گونه فعالیتهای یادگیری است.

گام سوم: انتخاب رسانه و مواد آموزشی فرآیند انتخاب رسانه به دو نکته اشاره میکند:

الف) انتخاب رسانه مناسب برای اجرا.

ب) انتخاب و طراحی مواد آموزشی جدید

**معایب و چالشهای چند رسانه ای ها (فرجی، ۱۳۹۲)**

۱- نیاز به رایانه های پیشرفته

۲- تولید چند رسانه ای، هزینه بسیار بالایی دارد و فرایند تولید چند رسانه ای اثربخش، نیازمند زمان است.

۳- دسترسی به رایانه و دارا بودن حداقل سواد رایانه ای، برای استفاده از قابلیتهای چند رسانه ای ها ضروری است.

۴- برای تولید و ساخت چند رسانه ای به وسیله معلمان و مربیان، باید آنها را آموزش داد و این امر گاهی اوقات، با دشواریهای فراوان و همچنین عدم استقبال آنان، رو به رو است.

موانع استفاده از چند رسانه ایها از نظر هلم و مک کنتز (۱۹۹۶)

۱- ناراضیتهای برخی معلمان از مشاهده محتوای آموزشی تغییر شکل داده شده

۲- ترس کاربران به خاطر نیاز به دانش فنی برای استفاده از محتوای آموزشی

۳- بروز نتایج منفی به سبب صرف بیش از حد وقت و بی دقتی در عرضه آموزش شیوه های استفاده از چند رسانه ای در آموزش

(لینچ، ۲۰۰۳) استفاده از چند رسانه ای را به سه روش امکان پذیر میدانند که عبارتند از:

۱- نمایش: در این شیوه، معلم میتواند از چند رسانه ای برای عرضه دیداری- شنیداری مطالب کمک بگیرد.

۲- یادگیری مشارکتی: هنگامی که دانش آموزان به صورت گروهی فعالیت میکنند، استفاده از چند رسانه ای، روابط بین اعضای گروه را آسان میکند.

۳- یادگیری انفرادی: در این صورت، یادگیرندگان میتوانند به صورت انفرادی و مستقل، به یادگیری بپردازند. تعاملی که بین کاربر و نرم افزار ایجاد میشود، یادگیرنده را راهنمایی میکند و موجب یادگیری او میشود.

چند رسانه ای را میتوان علاوه بر نقش کمکی آن در موقعیتهای آموزشی کلاسی رسمی، به عنوان یک خودآموز در موقعیتهای غیررسمی، مورد استفاده قرار داد (تیموری، ۱۳۸۶).



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

## انواع رسانه های آموزشی:

- ۱- مواد دیداری غیر شفاف - این مواد عبارتند از : انواع تصاویر، کتابها، ( خود آموزها و غیره )، مجله ها، راهنماهای مطالعه چارتهای، نمودارها، نقشه ها، پوسترها و کاریکاتورها (احدیان، ۱۳۹۵).
  - ۲ - مواد شنیداری ( فقط صدا ) - که عبارتند از : نوار شنیداری ( حلقه ای، کاست، کارت ریچ صفحه، رادیو، تلفن و کارت شنیداری )
  - ۳- مواد شنیداری - دیداری غیر شفاف ( ترکیبی از ۱ و ۲ ) که عبارتند از : کتاب همراه با نوار یا صفحه و سایر مواد چاپی همراه با مواد شنیداری.
  - ۴- مواد دیداری شفاف ( ثابت ) که عبارتند از : اسلایدها، فیلمها، استریپ ها و طلق های شفاف.
  - ۵- مواد شنیداری - دیداری شفاف ( ثابت ) - که عبارتند از فیلم، استریپ ناطق، انواع اسلایدها با نوار یا صفحه)
  - ۶- مواد شنیداری - دیداری متحرک - که عبارتند از : فیلم متحرک ناطق و فیلم ویدئو.
  - ۷- مواد دیداری متحرک که عبارتند از : فیلم متحرک صامت ( همراه با زیرنویس یا نوشته).
  - ۸- سه بعدی ها که عبارتند از : اشیاء واقعی، ماکت ها، مدل ها و برش ها.
  - ۹- منابع انسانی و موقعیتهای که عبارتند از : دعوت از افراد، گردش علمی، نقش آفرینی و غیره.
  - ۱۰- کامپیوترها که عبارتند از : انواع کامپیوتر و ترمینال های گوناگون با ابزارهای نمایش.
  - ۱۱- ماهواره ها - که شامل انواع قمرهای مصنوعی و ماهواره های ارتباطاتی و ماهواره های تلویزیونی.
- طبقه بندی رسانه ها : طبقه بندی رسانه ها بیشتر بدین دلیل انجام میگردد که تصور میشود اگر رسانه ای ویژگی خاصی را دارا باشد این رسانه میتواند در خدمت به هدفی قرار گیرد که مستلزم همان ویژگی است. مثلاً یادگیری تکلیفی که مستلزم تمیز دادن اشکال است رسانه ای را که از حس دیدن استفاده میکند، بکار میگردد یعنی رسانه دیداری (علیدخت و همکاران: ۱۳۹۵).

## انتخاب رسانه ها

به این سوال که کاربر کدام یک از رسانه در امر آموزش مفیدتر است تا به حال هیچکس پاسخ کاملی نداده است. هر کدام از مربیان و پیشروان امر آموزش سعی کردهاند به گونه ای به این سوال پاسخ دهند. بعضی با انجام پژوهش سعی کردهاند برتری یک رسانه را بر رسانه دیگر در یک موقعیت آموزشی به اثبات برسانند. ولی گاهی به دلیل عدم دسترسی روال تحقیق و گاه نیز به سبب واقعیت مطلب نتوانسته اند نتیجه درستی بگیرند. و در بیشتر موارد دانش آموزان از هر دو رسانه به یک نسبت یاد گرفته اند. چیزی که مسلم است این است که اگر رسانه ها درست انتخاب شوند مسلماً در کار تدریس موثر خواهند بود.

## ۱- هدفهای آموزشی و انتخاب رسانه های

هیچ رسانه ای نیست که رسیدن به کلیه انواع بازده های یادگیری را تضمین کند. ولی به نظر میرسد بعضی از رسانه ها برای رسیدن به بعضی از هدفها مناسب تر هستند. برای این منظور، در بخشی که رسانه ها معرفی میشوند طبقه هدفی که دستیابی به آن از طریق رسانه خاص امکانپذیر است نیز قید خواهد شد. ولی در اینجا اطلاعات کلی در رابطه با بعضی از رسانه ها آورده میشود.

- ۱- رسانه های دیداری ثابت: این مواد برای یادگیری اطلاعات کلامی مفیدند. برای تمیز دادن و مقایسه کردن اجسام میتوان از آنها استفاده کرد. مهارت تمیز دادن را به وسیله مقایسه تصاویر اشیای واقعی مختلف میتوان در فرد ایجاد کرد.
- ۲- رسانه های شنیداری: برای یادگیری اطلاعات کلامی و مهارتهای ذهنی میتوانند مورد استفاده قرار گیرند.



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

میتوان آنها را برای تمیز دادن انواع محرکهای شنیداری به کار برد. برای تمیز دادن نحوه تلفظ صحیح واژه های خارجی، یا آوایی که در یک زبان موجودند نیز کاربرد دارند. به کمک مواد شنیداری میتوان قواعد و اصول را آموزش داد. در این موارد آنها جای رسانه های نوشتاری را میگیرند.

رسانه های شنیداری را میتوان در تغییر نگرشها و ایجاد حالات عاطفی نیز به کار برد. به کمک این رسانه ها میتوان نگرش یادگیرندگان را عوض کرد یا آنها را برای انجام بعضی از کارها برانگیخت. البته این کار در صورتی موفقیت آمیز خواهد بود که صدای ضبط شده بر روی نوار به وسیله شخصیتی باشد که مورد قبول و احترام پیام گیرندگان است و صدا باید برای پیام گیرندگان قابل شناسایی باشد.

برای ایجاد یا انتقال حالات خاص عاطفی از صداهایی مثل گریه، تن صدای غمگین یا بغض آلود، صدای شاد، خنده، قهقهه و صداهای مختلف زمینه مثل باد، طوفان، ازدحام، آژیر و موسیقی نیز استفاده میشود.

برای ایجاد مهارتهای حرکتی، نقش این رسانه زیاد نیست، فقط گاهی میتوان با استفاده از موسیقی و دستورالعمل کلامی از یادگیرندگان خواست تا حرکتی را انجام دهند.

➤ رسانه های شنیداری-دیداری شفاف و غیرشفاف ثابت

این رسانه ها برای آموزش قواعد و اصول، یادگیری اطلاعات کلامی و تمیز دادن انواع محرکهای دیداری و شنیداری کاربرد دارند.

در روال آموزش مهارتهای حرکتی این رسانه ها جهت تمرین و تکرار به کار برده میشوند. برای تغییر نگرشها کاربردشان محدودتر از رسانه های شنیداری-دیداری متحرک است.

➤ رسانه های دیداری متحرک و شنیداری-دیداری متحرک

مثل فیلم، تلویزیون: این مواد برای آموزش اطلاعات کلامی مثل تاریخ، نام ها، و محل ها مفیدند. چون این مواد قادرند الگوی انسانی را به عنوان سرمشق معرفی کنند برای تغییر نگرش قابل استفاده اند. پس در هدفهایی بازده آنها تغییر نگرش است میتوان از تلویزیون و فیلم استفاده کرد.

برای یاد دادن مهارتهای حرکتی مثل طرز استفاده از ابزار و یاد دادن مهارتهای ذهنی مثل انجام اعمال ریاضی جمع، تفریق و توان و غیره میتوان از تلویزیون استفاده کرد. تنها اشکال آن این است که فاقد عنصر اساسی دریافت پاسخ، و دادن بازخورد است. برای رفع این اشکال میتوان از کتابچه های راهنما استفاده کرد.

➤ کامپیوتر

کامپیوتر رسانه ای است که به یادگیرنده در مورد پاسخ هایش بازخورد میدهد. این رسانه مخصوصا برای آموزش مهارتهای ذهنی مفید است چون علاوه بر دادن بازخورد به یادگیرنده در مورد صحیح یا غلط بودن پاسخ او میتواند موقعیت های جهت تمرین و تکرار فراهم کرد.

## ۲- ویژگی های دانش آموزان

یکی از ویژگیهای دانش آموزان که در انتخاب رسانه ها تاثیر میگذارد سن آنهاست.

کودکان کم سن بیشتر از طریق کار با اشیای واقعی یاد میگیرند. زیرا با استفاده از شئی واقعی کودک تمام حواسش به کار میافتد. او میتواند ببیند، بشنود، لمس کند و... یادگیرندگانی که در سنین بالاتر قرار دارند همان مطالب را میتوانند از طریق توصیف کلامی یاد بگیرند.

یکی دیگر از ویژگیهای دانش آموزان که در انتخاب رسانه اثر میگذارد قدرت آنها در خواندن است. برای یادگیرندگانی که از نظر خواندن ضعیف هستند رسانه های نوشتاری کمتر از رسانه های شنیداری مفید است. زیرا با استفاده از رسانه های نوشتاری شکل دیگری را که همان عدم توانایی در خواندن است وارد جریان یادگیری کرده ایم. عامل دیگری که به





# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

یادگیرندگان ارتباط پیدا میکنند فاصله آنها از هم است. اگر با یادگیرندگانی سروکار دارید که در مناطق مختلف پراکنده اند و نمیتوان آنها را برای آموزش در یک جا جمع کرد باید از رسانه-های تلویزیون و رادیو استفاده کنید.

### ۳- فنون آموزشی و انتخاب رسانه ها

فنون آموزشی نیز گاهی انتخاب رسانه ها را محدود میکنند. اگر شما روش بحث گروهی را انتخاب کرده باشید رسانه ای مثل ضبط صوت یا تلویزیون به درد نمیخورد چون در این رسانه ها تبادل اندیشه که مورد نیاز بحث گروهی است وجود ندارد بلکه یادگیری از طریق خود یادگیرندگان و معلم به عنوان منابع انسانی صورت میگیرد. یا در استفاده از روش سخنرانی برای گروه های بزرگ استفاده از مواد سه بعدی کوچک بی فایده است. باید از طلق شفاف و اسلاید استفاده کرد. در گردش علمی در هوای آزاد امکان نشان دادن فیلم نیست. بلکه از مشاهده مستقیم استفاده میشود. پس هر کدام از فنون آموزشی رسانه خاص خود را می طلبد.

### ۴- محرکهای موردنیاز موضوع درسی

محرکهای مورد نیاز موضوع درسی این مقوله ها را در بر می گیرد: رنگ، صدا، حرکت کلمات چاپ شده و تصاویر. گرچه رنگ برای جلب توجه، برانگیختن علاقه و زیباشناسی مفید است ولی نتیجه تحقیقات نشان داده است که رنگ هیچ اثر مشخصی بر میزان یادگیری ندارد مگر اینکه جزء محرکهای موردنیاز یادگیری باشد. مثلا اگر آموزش نحوه تهیه رنگ سبز از دو رنگ اصلی زرد و آبی موردنیاز باشد. رنگ جزء محرک موردنیاز است. ویتچ و شولز (۱۹۷۳) معتقدند که باید سه سوال در رابطه با استفاده از رنگ مطرح شود.

۱- چه اطلاعات مشخصی تنها توسط رنگ ارائه میشود؟

۲- کدام رابطه به وسیله رنگ معنی دار میشود؟

۳- چه احساساتی زیباشناسانه ای بعد از دیدن تصاویر رنگی در ببیننده به وجود می آید؟

در مورد صدا نیز مثل مورد رنگ است. یعنی اگر صدا جزء محرکهای موردنیاز است باید از رسانه های ی که داری صدا است استفاده کرد.

مثلا اگر میخواهید صدای نحوه بد کار کردن یک دستگاه را یاد بدهید بهتر است این صدا را یا عملا به وجود آورید و یا قبلا ضبط کرده و نوار آن رابه کلاس در بیاورید. اگر نحوه تلفظ لغات خارجی موردنیاز است بهتر است از رسانه های شنیداری که داری صدا است استفاده کنید.

رسانه هایی که قادرند تصویر حرکت را ایجاد کنند (فیلم، تلویزیون، نوار ویدئو) رسانه های گران قیمتی هستند و به همین دلیل استفاده از آنها محدود است. اما اگر حرکت جزئی مواردی است که باید یاد داده شود بهتر است از رسانه های که قادرند تصور حرکت را کنند استفاده شود. اگر پاسخ به سه سوال مثبت است باید از رسانه های متحرک استفاده شود:

۱- آیا هدف آموزشی، یادگیری انجام یک جریان است که حرکات آن برای یادگیرنده ناآشنا است؟ نحوه حرکت ستارگانی که در آسمان با چشم غیر مسلح نمی بینیم.

۲- آیا مفهومی که باید یاد گرفته شود مفهومی است که فقط بر حسب چگونگی حرکت قابل درک است؟ مثلا نشان دادن افزایش سرعت حرکت مولکولها در اثر حرارت.

۳- آیا یادگیرنده باید تغییراتی را درک کند که به سرعت اتفاق می افتند و با چشم نمی توان آن را دید بنابراین نیاز به حرکت آهسته دارند؟ مثل نحوه بال زدن حشرات یا تغییراتی که بسیار کند اتفاق می افتند و نیاز به حرکت بیش از حد تند دارند؟ مثل نشان دادن حرکت یک ساعت ابرها در چند لحظه.



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

اگر محرک مورد نیاز یادگیری کلمات باشند میتوان از کتاب، پلی کپی، اسلاید و فیلم استریپ، آموزش برنامه ای، چارت و حتی پوستر استفاده کرد. باید کلمات خوانا نوشته شده باشند. فاصله کلمات از یکدیگر و فاصله سطور از هم به اندازه ای باشد که چشم را خسته نکند.

برای خوانندگانی که در خوندن ضعیف هستند بهتر است کلمات با تصویر همراه باشند.

گاه محرک مورد نیاز یادگیری تصویر است. در این گونه موارد از کلیه رسانه های ی که تصویر در آنها ارائه شده میتوان استفاده کرد. پوستر، کاریکاتور، اسلاید، فیلم استریپ، تصاویر بریده شده از مجلات و تصاویر تجاری موجود در بازار نیز کارساز خواهند بود.

## ۵- شرایط عملی

یکی از شرایط عملی که در انتخاب رسانه تاثیر میگذارد عبارت است از هزینه تولید، نگهداری و به کاراندازی، البته اگر انتخاب یک رسانه منجر به یادگیری سریعتر و بادوام تر می شود نباید هزینه آن مطرح باشد ولی گاهی در شرایط عملی بالا بودن هزینه تولید یک رسانه سبب میشود که آن رسانه انتخاب نشود.

عامل دیگری که در انتخاب تاثیر میگذارد وقت است. گاه تولید یک رسانه در مدت زمان محدود امکانپذیر نیست و همین امر سبب می-شود که رسانه دیگری که از نظر دستیابی به هدفهای در سطح پایین تری قرار دارد انتخاب گردد. گاه دستیابی به رسانه در مدت زمان محدود امکان پذیر نیست. مثلا اگر نیاز به رسانه ای است که میدانید موجود است ولی مدت زمانی که طول میکشد تا مراحل سفارش و خرید را طی کند آنقدر زیاد است که بعد از سپری شدن دوره آموزش به دست شما می رسد مجبورید رسانه دیگری را جایگزین آن کنید. یکی دیگر از عوامل، توافق معلم با رسانه است. گاهی معلمان به دلیل عدم آشنایی با یک رسانه در مقابل آن احساس خطر میکنند. گاه نحوه کار با یک رسانه را نمی دانند و آن را به کار نمی گیرند. طراح آموزشی باید هنگام انتخاب و پیشنهاد یک رسانه برای آموزش شرایط عملی کاربرد آن رسانه را نیز مورد توجه قرار دهد (علی آبادی، ۱۳۹۱).

سابقه پژوهش در مورد رسانهها و یادگیری به دهه ۱۹۳۰ و بررسیهای « پین فاند » باز می گردد که طی آن نخستین کوششهای همه جانبه برای تحقیق در زمینه نقش رسانهها در تأثیر گذاری بر باورها و بینشهای مردم درباره اجتماع، سایر مردم و خود آنان انجام شد. این بررسیها برای آن انجام گرفت تا محتوای فیلم را بسنجند، نوع و ترکیب مخاطبان را مشخص کنند و آثار ناشی از قرار گرفتن در معرض رسانهها را مورد ارزشیابی قرار دهند. بررسیهای پین فاند زمینه ساز بسیاری از اندیشههایی شد که بعدها سایر نویسندگان در مورد سه نوع یادگیری اشاعه دارند.

این سه یادگیری که بخش غالب در مطالعات مربوط به رسانهها و یادگیری را تشکیل می دهند، عبارتند از :

- ۱- کسب دانش یا دریافت و یادداری ( حفظ ) اطلاعات خاص.
- ۲- عمل کرد رفتار که به مثابه تقلید یا تکرار اعمالی که از دیگران به هنگام ایفای نقش در رسانهها سر می زند.
- ۳- جامعه پذیری یا معرفت کلی که منظور از آن جهان بینی به وجود آمده از بهره گیری مکرر از رسانههای گروهی است.
- ۴- بررسی نشأت گرفته از پژوهش پین فاند در زمینه رسانهها و یادگیری اهمیت خاص دارد. هر یک از این بررسیها بحث و جدلهای عمدهای برانگیخت و به شکلهای گوناگون موجب بروز پژوهشهای بعدی شد. نخستین آنها ( پژوهش « هالیدی » و « استاندارد » ۱۹۳۳ ) یادگیری را از دیدگاه کسب دانش بررسی می کرد و ضمن آن از بزرگسالان و کودکان آزمون به عمل آمد. پس از برگزاری آزمون توان حفظ درست محتوای فیلم، پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که پاسخ دهندگان باید اطلاعات عمومی قابل توجهی درباره استفاده از فیلمها خاصه در زمینههای زبان انگلیسی، تاریخ و جغرافیا داشته باشند. این یافتهها دلیل محکمی بر این نکته است که می توان از طریق سینما ابزاری را که بدان وسیله امکان تدریس موضوعات علمی سنتی در کلاس فراهم می شود، متحول کرد.



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

## پژوهش درباره مقایسه رسانه‌ها

بررسی‌های مربوط به مقایسه رسانه‌ها بهترین نمونه از پژوهش درباره چشم انداز فنی کاربرد فناوریهای آموزشی در کلاس درس را به دست می‌دهد. این بررسی‌ها الگوی شنون و ویور را به مثابه نقطه عطفی تلقی کرد و کانون توجه خود را در آغاز به الگوی ارائه پیام در فضای کلاس درس معطوف داشت. نخستین فرضی که بر جهت گیری پژوهش مذکور تأکید نهاد، این بود که اثر بخشی آموزشی هر رسانه در زمینه همه موضوعها و همه دانش آموزان مقداری ثابت است. از این رو، طرح کلی پژوهش شامل تعیین موضوع برای تأثیر گذاری مطلوب در شرایط مورد نظر که در آن محتوای آموزشی یکسان از طریق رسانه‌های مختلف ارائه می‌شد بود. متداول ترین مقایسه میان آموزش از طریق رسانه‌های جدید و از طریق روش سنتی کلاس درس ( سخنرانی و بحث ) بود.

بهترین رسانه در این بررسی رسانه‌ای بود که به کسب بالاترین نمره‌ها در پس آزمون مربوط به درک و فهم و یادآوری محتوا منجر شد. « کلاک » و « سلمون » ( ۱۹۸۵ ) از این دوره به نام دوره جست و جوی همه جانبه برای دستیابی به بهترین رسانه واحد یاد می‌کنند.

در بررسی‌های مربوط به مقایسه رسانه‌ها، معیارهای یادگیری به طور نمونه شامل سنجش پیش آزمون و پس آزمون کسب معلومات، درک و حفظ مطلب بود و بنا بر شیوه گذشته این پژوهش بر مهارتهای تفکر سطح پایین تأکید می‌نهاد. چشم انداز مقایسه رسانه‌ها کاربرد هدف های یاددهی رفتاری را ( میجر، ۱۹۶۲ ) که رفتار نهایی مطلوب و شرایطی را که طی آن این کار قرار است انجام پذیرد، مورد نظر قرار داد. برای مثال، پس از ارائه شفاهی ۱۰واژه جدید به کودک، او در یک آزمون چندگزینه‌ای خواهد توانست دست کم ۸ واژه مذکور را درست تشخیص دهد و معانی آنها را خوب بیان کند. به این ترتیب، هدف از بررسی‌های مربوط به مقایسه رسانه‌ها آن است که معانی بدیل منتسب کردن اطلاعات به حافظه دراز مدت را ( آن چنان که در نظریه های یادگیری شناختی تدوین شده است ) نشان دهد. ( میر، ۱۹۸۷ )

دانشمندان بارها اشکالات و محدودیت‌های این روی کرد را خاطر نشان کرده اند. کانون توجه جدی‌ترین انتقادهای ارائه شده در این زمینه معطوف به در آمیختن اجتناب ناپذیر روش آموزشی و محتوا در بررسی‌های مربوط به مقایسه رسانه‌هاست. برای نمونه، می‌توان متداول شدن نظام رسانه‌ای جدید توأم با تغییرات مواد برنامه درسی نام برد. برای مثال، موادی را که به روش سخنرانی تدریس می‌شود، می‌توان دوباره برای ارائه از طریق تلویزیون طراحی کرد و در نتیجه تغییرات قابل توجهی در مورد چگونگی شرح و بسط آن مواد در حین درس به وجود آورد. کلارک ( ۱۹۸۳-۱۹۹ ) نیز خاطر نشان کرده است که با الگوی مقایسه رسانه‌ها نمی‌توان تأثیرات بدیع مربوط به الگوی آموزشی جدید را مهار کرد. او پیشنهاد کرده است که برای مثال تازگی کار با کامپیوتر برخی دانش آموزان را به یادگیری ترغیب می‌کند و این سوای امتیاز و امکان این رسانه برای تدریس است. تأثیرات مثبت یادگیری منتسب به نظام رسانه‌ای جدید را می‌توان بیشتر ناشی از تازه بودن آن دانست تأثیر بخشی نظام ارائه مطلب، بررسی‌های مربوط به مقایسه رسانه‌ها، در واقع کاربرد کلاسیک الگوی فنی ارتباطات شنون و ویور است.

## فناوری ارائه مطلب به منزله نخستین متغیر در فرآیند یادگیری است.

تفاوت‌های ذاتی میان فناوری‌های مختلف به مثابه کلید آموزش کم و بیش مؤثر تلقی می‌شود. ارائه ماهرانه درس از طریق فرستنده ( در این مورد، مری ) را می‌توان با میزان درک و یادداری اطلاعات دانش آموزان ( که بسیار متفاوت است ) اندازه گرفت.

همگام با کوشش‌های پژوهشگران برای بسط و گسترش این مفاهیم در مورد توانایی‌های انسان برای انتقال، دریافت و پردازش پیامها، چشم انداز دیگری مطرح شد که بر ابعاد روان‌شناختی فرآیند ارتباطات تأکید داشت.



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

## چشم انداز روان شناختی

چشم انداز روان شناختی برآیند آمیزش نظریه‌های رفتاری و شناختی روان شناسانه است. در این پیشینه پژوهش سه راهبرد آشکار و مشخص به چشم می‌خورد که عبارت اند از :

۱- پذیرش تغییر در بینش به مثابه جالب توجه‌ترین متغیر مستقل.

۲- الگوسازی برای ارتباطات ( یعنی بهره‌گیری از اهرم تشویق و ترغیب ) به منزله موردی خاص از نظریه یادگیری رفتاری

۳- اتکا ورزیدن به روان شناختی اجتماعی- تجربی برای دستیابی به راهبردهای پژوهش مفهومی و روش شناختی.

طبق الگوی مهم ارتباطی پیشنهادی « هاولند » و ( جنیس ) ( ۱۹۵۹ ) موقعیت ارتباطات بر حسب محتوای پیام، ماهیت منبع، نوع شبکه، عوامل تعیین کننده مخاطبان و فرآیندهای پیام رسانی داخلی ( مانند توجه، درک و پذیرش مفهوم ) مشخص می‌شود. این بدان منظور است تا تأثیرات ارتباطی قابل مشاهده ( تغییر در فکر، دریافت و عمل ) برجای ماند.

## چشم انداز اجتماعی - فرهنگی

چشم انداز اجتماعی - فرهنگی استدلال می‌کند که ارتباطات فقط از طریق تعامل اجتماعی صورت می‌گیرد. برداشت و تجربه هر فرد در مورد اشیاء رویدادها و سایر مردم از طریق شبکه‌ای از روابط اجتماعی شکل می‌گیرد و مشخص می‌شود. به عبارت دیگر، معانی و مفاهیمی که در ذهن افراد شکل می‌گیرد، محصول تعامل آنان با سایر مردم است. این روابط تعیین کننده نشانه‌های مورد استفاده در برقراری ارتباط و معانی آن نشانه‌هاست. ( مید، ۱۹۳۴، بلومر، ۱۹۳۹، ۱۹۶۹ ). به طور خلاصه می‌توان گفت که نشانه‌ها، اشیاء، رویدادها و خود انگاره‌ها که دنیای ما را می‌سازند، همه آفریننده مفهوم مشترکی هستند که از طریق روابط اجتماعی شکل می‌گیرد.

این الگو رابطه میان نظریه ارتباطات و روان شناسی اجتماعی را به روشنی نشان می‌دهد و امکانات بالقوه رسانه‌ها به مثابه نیرویی متحد کننده در اجتماع را بررسی می‌کند.

جانسین ( ۱۹۸۵ ) و روانتری ( ۱۹۸۲ ) خاطر نشان کرده اند که این گونه چشم اندازها ما را بر آن می‌دارد که بپرسیم چگونه دانش آموزان یادگیری را مهار می‌کنند و نه اینکه به علایق در مورد فناوری این مجال را می‌دهند که دستور کار پژوهش را عملی کنیم.

آموزشی که برای یادگیری مؤثر طراحی شده باشد، از راههای متفاوت و با استفاده از رسانه‌های گوناگون ارائه می‌شود. وقتی که اصطلاح رسانه‌ها را در یک زمینه آموزشی به کار برده می‌شود به معنی هر ترکیبی از چیزها، نظامهایی از چیزهایی است که برای انتقال پیامها یا سایر تحرکهای آموزشی به یادگیرنده، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

انتخاب رسانه‌ها باید در زمینه‌ای از موقعیت آموزشی رایج یا مورد نظر صورت گیرد. با معرفی این الگو، قصد این است که بگویم یک موقعیت آموزشی به هیچ وجه به موقعیتی متشکل از معلم با یک کلاس از دانش آموزان محدود نمی‌شود. در حالی که آن موقعیت انتخاب رسانه‌های گوناگون بسیاری را مقدور می‌سازد و در عین حال، محدودیتهای خود را دارد.

**رسانه آموزشی**، ابزاری برای ارائه آموزش به فراگیرنده است و بدون شک جزئی از فرآیند آموزش و تکنولوژی آموزشی به شمار می‌رود و نه تمام آن، بنابراین، رسانه آموزشی وسیله یا عاملی است که آموزش از طریق آن به فراگیرنده ارائه می‌شود. برای استفاده مؤثر از رسانه‌ها در آموزش و با توجه به نقش و اهمیت آنها در امر آموزش، الگویی به طور اصولی ارائه شده است. این الگو با استفاده از ترکیب رسانه‌ها، یک راهنمای عملی برای معلمان است. تأکید اصلی این الگو بر طبقه بندی کاربردی رسانه‌ها در آموزش و استفاده واقعی از رسانه‌ها در کلاس درس است. این الگو شامل گامهایی است که به معرفی آنها می‌پردازیم.

**گام اول :** شناسایی یادگیرندگان ( تجزیه و تحلیل ویژگیهای یادگیرندگان )



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

اولین گام از این الگو عبارتست از شناخت یادگیرندگان. یادگیرندگان را می‌توان بر حسب ویژگیهای عمومی و شایستگیهای ویژه دانش، مهارتها و نگرشهای آنان درباره موضوع، مورد بررسی قرار داد. در طبقه بندی ویژگیهای عمومی، مشخص کردن و شناسایی فرگیرندگان از جنبه‌هایی نظیر سن، سطح کلاس و عوامل فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی مورد نظر است. این عوامل به معلم کمک می‌کند که سطح درس رامشخص ومثالهایی انتخاب کند که مقصود اصلی را به فراگیران انتقال دهد. برای مثال، ممکن است رسانه‌های غیر چاپی بر دانش آموزانی که مهارت کافی برای خواندن ندارند، تأثیر زیادی بگذارد.

مدلی از انتخاب رسانه‌ها، که بر سن بیشتر تأکید دارد، مخروط تجارب ادگاریل است. این مخروط، رسانه‌ها را بر طریقی معرفی می‌کند که یادگیرندگان کم سن می‌توانند از قاعده مخروط استفاده کنند و هر چه به رأس مخروط نزدیک می‌شویم، سن یادگیرندگانی که می‌توانند از آنها استفاده کنند، افزایش می‌یابد.

مخروط تجارب فهرستی از تجارب آموزشی است که تجارب عینی و محسوس در قاعده و تجارب مجرد ذهنی در رأس آن واقع می‌شوند. برای کسب تجربه، مطابق هر یک از سطوح این مخروط، فعالیتهای آموزشی خاصی ضرورت دارد که به یادگیری منجر می‌شود.

در هر حال، برای معلمی که با فراگیرندگان زیادی سرو کار دارد، تجزیه و تحلیل ویژگیهای عمومی، اطلاعات زیادی به او خواهد داد، اگر چه گاهی اوقات، ممکن است این شناسایی و شناخت تفاوت‌های زیادی با هم داشته باشد.

## گام دوم: بیان اهداف آموزشی

گام دوم در این الگو برای استفاده از رسانه‌های آموزشی، بیان اهداف آموزشی است. فراگیرندگان باید چه نوع اهداف یادگیری را به دست آورند؟ در واقع فراگیرنده در زمان تکمیل آموزش باید چه توانایی جدیدی کسب کند؟ اهدافی که معلم بیان می‌کند باید دقیقاً قابل حصول باشد. مثلاً این هدف که « دانش آموزان من برای تسلط بر مهارتهای ریاضی» آماده می‌شوند. هدفی است که خیلی مبهم است و به عنوان یک هدف ویژه عمومی مطرح می‌شود. هر چند که کیفیت، به عنوان یک هدف مطرح است، بیان گسترده‌ای از موقعیت و وضعیت به شمار می‌رود. چنین هدفی حفاظ و پوششی برای تعدادی از اهداف ویژه خواهد بود. مثل آن که دانش آموزان کلاس دوم بتوانند توانایی جمع اعداد یک رقمی با یک رقمی را به دست آورند.

حال سؤال این است که چرا معلم باید اهداف آموزشی را بیان کند؟ در وهله اول، معلم باید بداند که هدف اصلی، انتخاب مناسب رسانه و روشهاست. دلیل اساسی دیگر این است که کار ارزشیابی به او کمک می‌کند. اگر اهداف قابل مشاهده نباشد. معلوم نمی‌شود که یادگیرندگان باید چه چیزی را به دست آورند. بدون اهداف صریح و روشن، دانش آموزان نیز نمی‌دانند که چه انتظاری از آنان وجود دارد. به علاوه، بیان اهداف، فعالیتهای معلم و فراگیرنده را روشن می‌کند.

مسئولیت معلم به عنوان یک آموزش دهنده، عبارت است از: فراهم آوردن و آماده کردن فعالیتهای یادگیری مناسب برای دست یافتن به اهداف و مسئولیت فراگیرنده، شرکت مؤثر در این گونه فعالیتهای یادگیری است.

## نتیجه گیری

رسانه های اجتماعی، به ویژه شبکه های رایانه ای دنیای ارتباطات دیجیتالی، بارزترین تاثیر تربیتی و آموزشی را بر پیکره ی افراد جامعه ایفا می کند و غفلت از نقش آموزشی پرورشی ابررسانه های امروز، مطلقاً پذیرفتنی نیست. درجه نفوذ رسانه در جوامع و تاثیرات آن به حدی است که آموزش رسانه، به ضرورتی اجتناب ناپذیر تبدیل شده است. باید تاکید کرد که کودکان و نوجوانان که رسانه و تاثیر پذیری از آن با والدین خود تفاوت دارند. آنها بین «جهان پیرامون» و «جهان رسانه ای» فرق نمی گذارند و در به کارگیری رسانه بسیار راحت تر از والدین خود عمل می کنند. نگاه سنتی اولیاء در محیط خانه و مربیان در مدرسه و مدیران در صحنه نظارت بر عملکرد رسانه، گونه ای واپس گرایی را به پیش کشیده است که دلیل آن چیزی نیست جز عدم آشنایی دست اندرکاران حوزه تربیت به مزایای مشارکت عناصر سه ضلعی در تربیت عالمانه فرزندان، به سمت فعالیت



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

های آموزشی و پرورشی. در اندیشه تمامی اندیشمندان و پژوهشگران علوم انسانی خاصه فیلسوفان، اجرای برنامه های تعلیم و تربیت پیوندی ناگسستنی با محیط تربیتی اعم از خانواده یا مراکز آموزشی و یا محیط پیرامونی و رسانه ای امروزی دارد. فلسفه تحلیلی جدید تعلیم و تربیت، این رشته را بیش تر به صورت اقدامی تخصصی و حرفه ای درآورد. در اندیشه تحلیلی تربیتی معاصر، مساله تعامل نظام مند میان نقش تاثیر رسانه های اجتماعی بر ارتقاء سطح یادگیری دانش آموزان بسیار مهم و حائز اهمیت است .

چنانچه آموزش و پرورش علاقه مند است که امرآموزش دانش آموزان یعنی نوباوگان و آینده سازان آحاد مردم این مرز و بوم اسلامی بدرستی انجام گیرد و آموزش و پرورش در این زمینه به اهدافی که در سر دارد، جامه عمل بپوشاند. باید در باز آموزی و گذاشتن کلاس ها یا دوره های ضمن خدمت و بکارگیری از متصدیان کاردان، متخصص و متعهد در امر تکنولوژی آموزشی قدم های جدی بردارد، ضروری است که در برنامه ریزی های آینده استفاده از رسانه های آموزشی مورد عنایت و توجه بیشتری قرار گیرد تا بتوان از نیروی کار و تلاش کلیه ی همکاران در جهت رشد و تکامل و پیشرفت جامعه سود برد.

## منابع

- احدیان، محمد. اصول تکنولوژی آموزشی. انتشارات بشری تهران، ۱۳۹۵
- حجازی، شیرین. طراحی آموزش در تدریس. چاپ اول. تهران: انتشارت نشر و تبلیغ بشری. ص ۸۸-۱۰۸، ۱۳۸۸
- علی دخت، حسن و همکاران. نقش رسانه های آموزشی در فرایند یادهی- یادگیری". اولین همایش ملی پژوهش های نوین در حوزه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی ایران، ۱۳۹۵
- علی آبادی، خدیجه. مقدمات تکنولوژی آموزشی. مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه پیام نور، گروه علوم تربیتی، ۱۳۹۱
- فردانش، هاشم. مبانی نظری تکنولوژی آموزش. چاپ هشتم. تهران: انتشارات سمت. ص ۹۶-۱۸۴، ۱۳۹۵.
- فرجی، ابودر. نقش رسانه های آموزشی در فرایند یادهی- یادگیری، ۱۳۹۲
- قاسمی عباس. نقش رسانه ها و وسایل کمک آموزشی در ارتقای سطح یادگیری دانش آموزان. دانشگاه چمران، ۱۳۹۳.
- کازنو، ژان. جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی. ترجمه ی باقر سارو خانی منوچهر محسنی. تهران انتشارات اطلاعات، ۱۳۹۶.
- گوهری، نسیم. اهمیت استفاده از رسانه های آموزشی در فرآیند تدریس. مرکز یادگیری تبیان، ۱۳۹۲.
- مشتاقی سعید و همکاران. اعتباریابی فرم فارسی مقیاس نگرشی نسبت به کاربرد تکنولوژی در آموزش میان معلمان مقطع متوسط شهر اصفهان. فصلنامه نوآوری های آموزشی (۲۶)، ۱۳۹۶

Millie J. Barnes P. (2002 ). Technology in higher education student perceptions and personal reflections. Comput Educ. 39 (3 ), 223-53