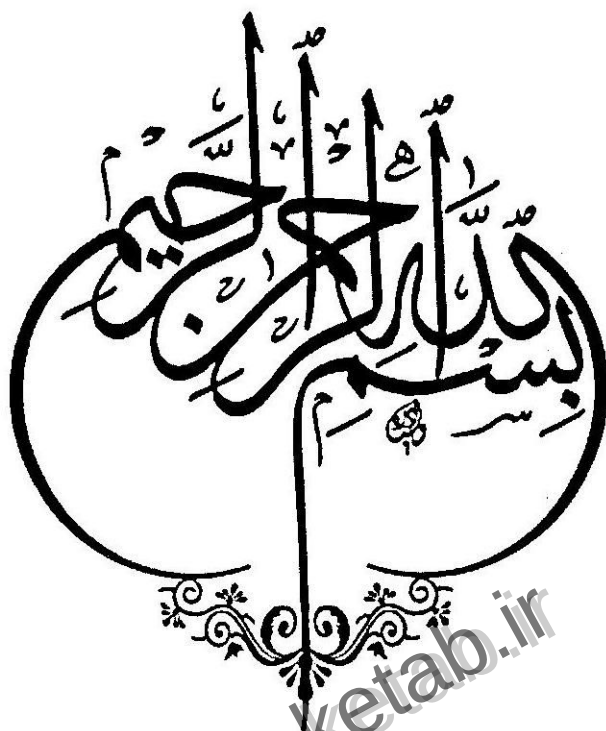




سواد رسانه ای در معلمان

نویسندگان

نرگس محمدی

علی محمدی

آفتاب گیتی

موسسه انتشاراتی آفتاب گیتی



مرشدانه	: محمدی، علی، ۱۳۴۶-
عنوان و نام پدیدآور	: سواد رسانه‌ای در میان نویسندگان ملی محمدی، نرگس محمدی.
مختصات نشر	: تهران: آفتاب گیتی، ۱۴۰۳.
مختصات ظاهری	: ۱۰۰ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۳۱۴-۶۵۲-۷-۱۵۰۰۰۰۰۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
یادداشت	: کتابخانه: ۸۹-۱۰۰
موضوع	: سواد رسانه‌ای Media literacy آموزش و پرورش - تکنولوژی اطلاعات Education - Information technology مطمان - اثر نوآوری Teachers - Effect of technological innovations on آموزش و پرورش - نوآوری Educational innovations
شماره افزوده	: محمدی، نرگس، ۱۳۷۱-
رده بندی کنگره	: P۹۶
رده بندی دیویی	: ۳۷۳۲۰
شماره کتابشناسی ملی	: ۹۷۳۳۹۰۲
اطلاعات رگرورد کتابشناسی	: فیا

عنوان: سواد رسانه ای در معلمان
نویسندگان: علی محمدی ، نرگس محمدی
ویراستار: مریم طباطبائی
نشر و پخش: موسسه انتشاراتی آفتاب گیتی
نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۳
شمارگان: ۱۰۰ نسخه
قیمت: ۱۵۰۰۰۰۰ ریال
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۳۱۴-۶۵۲-۷

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است.

آدرس: تهران - فرودگاه مهر آباد - مجموعه تفریحی و فرهنگی هما

نشر و پخش همراه: ۰۹۱۲۳۳۴۲۳۶۲-۰۲۱۶۶۹۶۹۸۳۷

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
مقدمه.....	۷
فصل اول: آموزش و پرورش و توسعه.....	۱۰
گستره‌ی آموزش و پرورش نوین.....	۱۱
آموزش و پرورش و توسعه.....	۱۴
تربیت معلم حرفه‌ای و توسعه.....	۱۷
روند توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش و پرورش.....	۱۸
ابعاد تحول مبتنی بر ICT در آموزش و پرورش.....	۲۰
رویکردهای موجود در نحوه استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش.....	۲۲
جایگاه ICT در چارچوب سیاست‌های آموزشی.....	۲۲
کاربرد فناوری اطلاعات در آموزش و پرورش.....	۲۳
کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در تدریس انفرادی.....	۲۴
کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در یادگیری اکتشافی.....	۲۴
کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در تبادل ارتباط.....	۲۵
کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در ارزشیابی هدف‌های آموزشی.....	۲۵
فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و تأثیر آن بر آموزش و یادگیری.....	۲۵
نقش معلمان در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات.....	۲۷
نقش فناوری در آموزش و یادگیری.....	۲۸

۳۰	تجربه های نوآورانه آموزشی مبتنی بر فناوری اطلاعات.....
۳۱	نرم افزار و رایانه به عنوان رسانه آموزش.....
۳۳	فصل دوم: جایگاه سواد رسانه ای در نظام آموزش کشور.....
۳۴	جایگاه سواد رسانه ای در نظام آموزش کشور.....
۳۷	سواد رسانه ای.....
۳۸	تولد سواد ر قومی.....
۴۰	بومی سازی محتوای رسانه ای.....
۴۲	فصل سوم: مبانی نظری چندرسانه ای.....
۴۳	منطق ارائه چند رسانه ای.....
۴۵	یادگیری الکترونیکی.....
۴۶	مزایای آموزش الکترونیکی.....
۴۷	لزوم توجه به محتوای آموزش الکترونیکی.....
۴۸	چندرسانه ای ها و نقش آنها در آموزش.....
۴۹	فواید استفاده از چند رسانه ای آموزشی.....
۵۲	نرم افزار و رایانه به عنوان رسانه آموزش.....
۵۴	ویژگی های لازم برای رسانه های آموزشی مورد استفاده در دوره ابتدایی.....
۵۵	اهمیت استاندارد در محتوای الکترونیکی.....
۵۶	نقش ارزشیابی در کارکرد چند رسانه ای های آموزشی.....
۵۸	فصل چهارم: چند رسانه ای آموزشی.....
۵۹	تعاریف چند رسانه ای آموزشی.....

۶۳	 نکات مهم در طراحی انیمیشن آموزشی
۶۵	 کلیات طراحی در چند رسانه ای آموزشی
۶۶	 فصل پنجم: یادگیری چند رسانه ای تعاریف تحلیل محتوا
۶۷	 تعاریف تحلیل محتوا
۶۸	 ویژگی های تحلیل محتوا
۶۹	 مراحل تحلیل محتوا
۷۲	 یادگیری چند رسانه ای
۷۲	 نظریه شناختی یادگیری چند رسانه ای
۷۳	 فرضیه های اساسی درباره ی نظریه شناختی یادگیری چند رسانه ای
۷۳	 فرضیه کانال دوگانه
۷۳	 فرضیه ظرفیت محدود
۷۳	 فرضیه پردازش فعال
۷۴	 فرضیه انتقال
۷۴	 فرایندهای شناختی در یادگیری چند رسانه ای
۷۵	 اصول طراحی یادگیری چند رسانه ای
۷۵	 اصولی برای مدیریت کردن پردازش های درونی ذهن
۷۵	 اصل چند رسانه ای
۷۶	 اصل کانال های حسی
۷۸	 اصولی برای کاهش پردازش اضافی
۷۸	 اصل پیوستگی و انسجام

۷۹		اصل افزونگی و مازاد
۸۱		اصل مجاورت
۸۱		(مجاورت مکانی)
۸۳		(مجاورت زمانی)
۸۴		اصل تفاوت های فردی
۸۵		اصلی بر پایه ی نشانه های اجتماعی
۸۵		اصل شخصی سازی
۸۶		توصیه های اصل مجاورت
۸۶		توصیه های اصل انسجام
۸۷		توصیه های اصل کانال حسی
۸۷		توصیه های اصل افزونگی
۸۷		توصیه های اصل شخصی سازی
۸۸		عامل آموزشی متحرک
۸۹		منابع و مآخذ

مقدمه

با پیدایش و انبساط انقلاب تکنولوژی در دهه ۱۹۸۰، جهان به مرحله جدیدی گام نهاد، که در آن رسانه‌ها، ضمن گام برداشتن در مسیر تکامل و تنوع، به یکی از اجزای اصلی جوامع بشری تبدیل شده‌اند. بنابراین برای اینکه بتوان در برابر رسانه‌های متکثر موجود، مخاطبینی داشت که بتوانند در کنار بهره‌برداری آگاهانه و فعالانه از این رسانه‌ها، خود را در مقابل چالش‌ها و پیامدهای مخرب آنها حفظ نمایند، باید سواد جدیدی ایجاد کرد. فلذا نیازمند ارائه تعریف گسترده‌تری از سواد و افزایش فضای مفهومی آن هستیم؛ که معمولاً به معنای توانایی خواندن و نوشتن صرف نیست.

سواد رسانه‌ای علاوه بر توانایی ملحوظ در سواد سنتی، که همان توان خواندن و نوشتن بود، توانایی تحلیل و ارزشیابی پیام‌ها و قدرت تولید و انتقال اطلاعات به دیگران در قالب‌های مختلف و با ابزار گوناگون را دربردارد. این گونه از سواد؛ با توانمند کردن انسان بر درک نحوه کار رسانه‌ها و نحوه معنی‌سازی آنها، ماهیت و اهداف تولید پیام رسانه‌ها و تأثیرات و تکنیک‌های رسانه‌های گوناگون، او را از مصرف‌کنندگی صرف خارج کرده و در برابر اثرات رسانه‌ها مقاوم می‌سازد.

سواد رسانه‌ای در کنار آموختن خواندن ظاهر پیام‌های رسانه‌ای از رسانه‌های مختلف، می‌کوشد خواندن سطرهای نانوشتۀ رسانه‌های نوشتاری، تماشای پلان‌های به نمایش درنیامده و یا شنیدن صداهای پخش‌نشده از رسانه‌های الکترونیک را به مخاطبان بیاموزد.

به عنوان مثال؛ مخاطبی که دارای سواد رسانه‌ای است، از اهداف و میثاق‌های رسانه‌ها خبر داشته و از آنها به طرز آگاهانه استفاده می‌کند. چنین مخاطبی از نقش صدا، موسیقی و سایر جلوه‌های ویژه برای القای فضا و معنی در تلویزیون و سینما با خبر است و می‌داند چرا و چگونه یک پیام واحد در تلویزیون، سینما، روزنامه‌ها، مجله‌ها، رادیو، تابلوهای بزرگ تبلیغاتی و یا بازی‌های رایانه‌ای می‌تواند، اثرات متفاوتی از خود بجا گذارد. (کانسیداین، ۱۳۶۸)

داشتن توانایی بینایی امکان خواندن را فراهم می‌کند؟ یا با داشتن گوش می‌توان هر پیام صوتی را فهمید؟ حس بینایی موجب دیدن می‌شود اما فهمیدن را ممکن نمی‌سازد، شنیدن نیز چنین است! صداها و نوشته‌ها یا علائم (نمادها، نشانه‌ها، سمبل‌ها) قراردادی، تبیین‌کننده مفهومی هستند که در صورت شناخت و آگاهی از آنها یا دیدن و شنیدن، می‌توان آن مفهوم را درک کرد. (جمیلی، ۱۳۹۰)

رسانه‌ها نیز هر یک به تناسب ظرفیت و مقوله‌های موردنظر خود از این نمادها و نشانه‌ها برای تولید پیام بهره می‌گیرند که اگر مخاطب به آن‌ها شناخت و آگاهی نداشته باشد درک و دریافت مفهوم واقعی از آن‌ها برایش میسر نخواهد بود.

مرکز بین‌المللی سواد رسانه‌ای می‌گوید: «سواد رسانه‌ای رویکرد نوینی به آموزش محسوب می‌شود. این سواد، چارچوبی را برای دسترسی، تحلیل، ارزیابی، خلق و مشارکت با پیام‌های رسانه‌ای که در قالب‌های مختلف (مکتوب، ویدیویی و اینترنتی) ارائه می‌شوند، ایجاد می‌کند که به شناختی مبتنی بر نقش رسانه‌ها در جامعه و نیز مهارت‌های اساسی تحقیق برای شهروندانی که همیشه جویای مردم‌سالاری هستند- منجر می‌شود.» (ترقی‌نژاد، ۱۳۹۰)

«حوزه معنایی سواد رسانه‌ای بسیار وسیع است و شمول معنایی گسترده‌ای دارد و البته روزبه‌روز نیز بر دامنه آن افزوده می‌شود. اگر بخواهم تعریف مناسبی از این مفهوم ارائه بدهم، باید به طور گذرا اشاره کنم که تا حدود بیست سال پیش توانایی مخاطبان در ارتباط آگاهانه با رسانه را سواد رسانه‌ای محسوب می‌کردند، اما در سال‌های اخیر به ویژه با رشد پدیده چندرسانه‌ای در محیط وب و استفاده رسانه‌های عمدتاً اروپایی و آمریکایی از دستاوردهای علم روانشناسی و عصب‌شناسی (نوروساینس) برای تأثیرگذاری بر مخاطبان، دیگر این تعریف جوابگوی مفهوم سواد رسانه‌ای نیست.

امروزه ارتباط مخاطبان با رسانه‌ها پیچیده‌تر شده و به همان میزان و شاید هم بیشتر، روش‌های تأثیرگذاری رسانه‌ها روی مخاطبان ظریف‌تر و غیرقابل فهم‌تر و پوشیده‌تر شده است، به طوری که انسانی که براساس تعریف سابق، واجد شرایط داشتن سواد رسانه‌ای بود، امروزه با فرض اینکه میزان درک و سواد رسانه‌ای‌اش تغییری نکرده، از نظر علم ارتباطات باسواد محسوب نمی‌شود و نیاز به بازآموزی و به‌روز کردن اطلاعات و بالابردن دانش خود در مورد کارکرد رسانه‌ها دارد تا حداقل در زمره اشخاص عامی و صرفاً تأثیرپذیر در دنیای امروز رسانه‌ها به حساب نیاید. به واقع در دنیای امروز، به کسی می‌توان، باسواد رسانه‌ای، گفت که شاخص‌های سواد رسانه‌ای را دارا باشد و امروزه این شاخص‌ها نه تنها قدرت تفکیک و شناسایی رسانه‌ها و تولیدات و خوراک‌های فکری آن‌هاست، بلکه توانایی تأثیرگذاری متقابل و خط‌دهی و جهت‌دهی به عنوان یک مخاطب فعال را نیز شامل می‌شود.» (ماهتانی، ۱۳۹۰)

"الیزابت توماس" در توصیف این موضوع می‌نویسد: سواد رسانه ای شم و استعدادی است که به بازشناسی اوضاع و احوالی منجر می‌شود که در پس تولیدات رسانه ای قرار دارند. موضو

عاتی از جمله انگیزه ها ، ارزش ها، مالکیت و ثروت و هم چنین آگاهی از چگونگی تاثیر این موضوع ها در محتوای رسانه ها .

"مائورین بارون" مدیر بخش چند رسانه ای و عضو هیئت مدیره آموزش زبان انگلیسی مونترال ، سواد رسانه ای را جزء ، مولفه های با سواد می پندارد و می نویسد :امروز افراد با سواد باید بتوانند :

- ۱- توانایی رمز گشایی ، درک ، ارزیابی و کار با اشکال مختلف رسانه را داشته باشند.
- ۲- بخوانند ، ارزیابی کنند و متن، تصویر و صدا بیافرینند و یا ترکیبی از این عناصر را داشته باشند.

در آمریکای شمالی ، از سواد رسانه ای تعریف وسیع تری ارائه شده است که عبارتند از: مجموعه ای از شایستگی های ارتباطی که توانایی دسترسی ، تحلیل، ارزیابی و تعامل اطلاعاتی در اشکال متفاوت پیام های چاپی و غیر چاپی را داراست.

اندیشمندان ژاپنی نیز با الگو برداری از کشور کانادا ، تعریف های مختلفی ارائه کرده اند. " میدوری سوزوکی " سواد رسانه ای را چنین تعریف می کند:

سواد رسانه ای ابزاری برای توانمند ساختن شهروندان در انجام تحلیل انتقادی و ارزیابی رسانه ها در بافت اجتماعی، دسترسی به رسانه ها ، برقراری اشکال متعدد ارتباط به شکل های مختلف و ایجاد موضوعی انتقادی است.