

درآمدی بر رسانه‌های آموزشی

بهرام حمیدزاده

کارشناس ارشد مدیریت آموزشی

معمولاً در کلاس درس، مربی به عنوان «فرستنده پیام» و فراگیران به عنوان «گیرندگان پیام» مطرح می‌شوند. آنچه در فرآیند ارتباط بین این دو باید انتقال یابد، معانی ذهنی مربی درباره موضوع درس است که به آن پیام گفته می‌شود. برای انتقال پیام، مربی باید از رمزهای، نشانه‌ها و نمادهایی استفاده کند. این رمزها چون معرف معانی ذهنی مربی هستند، باید همان معانی را نیز در ذهن فراگیر تداعی کنند. پرستفاده‌ترین ابزار برای انتقال این معانی، زبان مشترک (محاوره‌ای و علمی) بین مربی و فراگیران است؛ همان گونه که در هر کشور زبان رسمی به عنوان اولین و مهم‌ترین ابزار برای انتقال معانی ذهنی به کار برده می‌شود، اما آیا زبان می‌تواند به تنهایی رساننده پیام ذهنی و علمی فرستنده باشد؟

زبان مجموعه‌ای از واژه‌ها و کلمات است و در بسیاری موارد، به خصوص هنگامی که فراگیران با موضوع درس کاملاً بیگانه هستند، به تنهایی منتقل کننده همه پیام برای برقراری ارتباط نیست؛ زیرا هر یک از فرستنده و گیرنده پیام ممکن است معانی ذهنی متفاوتی داشته باشند که تحت تأثیر محیط‌های تربیتی و علمی متفاوت شکل گرفته باشد. افزون بر آن، گاهی ممکن است دو نفر جمله یا عبارتی را برای ادای منظورهای متفاوتی به

کارگیرند. لذا یکی از اشکالاتی را که همواره بر آموزش به روش سنتی وارد می‌دانند، این است که مریبان اغلب از روش سخنرانی یا توضیح دادن برای ایجاد موقعیت یادگیری استفاده می‌کنند. در این دو روش، بیشتر، کلمات یا رمزهای گفتاری و نوشتاری به کار برده می‌شوند، در صورتی که این گونه رمزها تفاهم و اشتراک معانی در ذهن مریبی و فراگیر را به خوبی نشان نمی‌دهند. از این رو متخصصان تکنولوژی آموزشی همواره توصیه می‌کنند که مریبان همزمان از روش‌های آموزشی دیگر نیز استفاده کنند تا امکان ارتباط بهتر و یادگیری سریع‌تر و راحت‌تر برای فراگیران فراهم شود. در واقع باید رسانه‌ها را جزء جدایی‌ناپذیر فرآیند یاددهی - یادگیری دانست، زیرا گفته‌اند که آموزشگاه بدون رسانه‌های آموزشی از تعلیم و تربیت مؤثر محروم است.

مروری بر تاریخچه رسانه‌های آموزشی

رسانه‌های آموزشی پدیده تازه و جدیدی نیست، بلکه از ابتدای زندگی اجتماعی در میان افراد وجود داشته است؛ زیرا انسان‌های اولیه پیش از آنکه با خط و نگارش آشنا شوند، برای بیان و ثبت احساسات درونی خود از تصاویر ساده استفاده می‌کردند. این شیوه ارتباطی، به تدریج به خط تصویری و سپس به خط نوشتاری مبدل شد؛ یعنی همان خطی که هم اکنون در ارتباطات ما نیز جاری است. اما چنانچه بخواهیم به طور مشخص به تاریخچه رسانه‌های آموزشی بپردازیم، باید به نظام آموزشی قبل از صنعت چاپ اشاره کنیم.

در این دوران، روش‌ها و فنون تدریس تنها به صورت «سخنرانی» اجرا می‌شد و معلم نقش یک سخنران را به عهده داشت و محتوای آموزشی را به صورت شفاهی به فراگیران ارائه می‌داد. بدیهی است که فراگیر در این نظام آموزشی تنها در نقش یک «مستمع» و به ناچار «غیر فعال» ظاهر می‌گردید؛ اما با پیدایش صنعت چاپ، پویایی و گسترش دانش بشری پایه‌گذاری گردید. تهیه کتاب، نشریه و سایر مواد نوشتاری و استفاده از آنها در آموزش از دستاورد این اختراع بود. پس از آن برخی رسانه‌های آموزشی دیگر مانند نقشه، کره جغرافیایی، چارت و... به تدریج به وجود آمد و آموزش‌های سمعی و بصری گسترش بیشتری یافت. در دهه ۱۹۳۰ میلادی تعدادی رسانه‌های آموزشی دیگر مانند، پروژکتور، اسلاید، رادیو، گرامفون، فیلم و... به

رسانه‌های آموزشی اضافه گردید. گفتنی است جنگ جهانی دوم نیز در تکامل ابزارها و رسانه‌های آموزشی تأثیر به‌سزایی داشت. (۱)

تعریف رسانه آموزشی

«رسانه» در لغت به معنای وسیله، واسطه، رابط و حد فاصل میان دو چیز است و در اصطلاح از رسانه به وسایل نقل و انتقال پیام تعبیر شده است. (۲) «رسانه آموزشی» به هر ترکیب یا نظامی از اشیاء که برای انتقال پیام یا سایر محرک‌های آموزشی به فراگیر، استفاده می‌شود، اطلاق می‌گردد. به بیان دیگر ابزارها و امکاناتی که برای تفهیم بیشتر و یادگیری سریع و کامل تر مطالب درسی، در محیط آموزشی به کار می‌رود و آموزش را از حالت سخنرانی و نظری محض خارج می‌کند «رسانه آموزشی» نام گرفته است. (۳) در بعضی از کتاب‌ها به جای رسانه آموزشی از واژه تکنولوژی آموزشی استفاده کرده‌اند که همان معنا را می‌رساند.

کلمه «تکنولوژی» مرکب از «تکنیک» یعنی شیوه و روش کار، و «لوژی» یعنی شناخت است. بنابراین تکنولوژی آموزشی یعنی شناخت شیوه کار آموزشی (یاددهی - یادگیری). (۴)

هدف اصلی در به‌کارگیری رسانه‌های آموزشی

اصلی‌ترین هدف در استفاده رسانه‌های آموزشی بالا بردن کیفیت آموزش از طریق افزایش انگیزه فراگیران به منظور مشارکت فعال آنان در امر یادگیری است. به بیان روشن‌تر، رسانه‌های آموزشی تلاش می‌کنند حواس پنج‌گانه فراگیران را با آموزش درگیر سازند.

نقش رسانه‌های آموزشی در یادگیری

جریان یادگیری، برای هر فرد، یک تجربه شخصی است و یادگیری زمانی تحقق می‌پذیرد که رفتار یک فرد تغییر کند. این تغییر ممکن است در طرز تفکر، عمل، کسب دانش، مهارت‌های جدید و... ظاهر شود. از آنجا که مقصود از کاربرد رسانه‌های آموزشی، ایجاد تغییر رفتار فراگیران بر اساس هدف‌های آموزشی است، یاری جستن از

اصول و یافته‌های روان‌شناسی به منظور اثر بخشی بیشتر رسانه‌ها در امر تدریس و یادگیری ضرورت دارد.

اکنون برای اینکه جایگاه رسانه‌های آموزشی در یادگیری تبیین شود به ناچار باید نگاهی هرچند کوتاه به مشهورترین نظریات یادگیری یعنی دو نظریه یادگیری رفتارگرا و شناخت‌گرا داشته باشیم:

الف - رویکرد یاددهی - یادگیری مکتب رفتارگرا

این رویکرد بر اساس نظریه‌های شرطی سازی رفتار «پاولوف» و با تلاش اندیشمندانی نظیر اسکینر تدوین یافت. از بررسی آرای این مکتب، نتایج زیر به دست آمده است:

تعریف رفتار انسان و یادگیری: رفتار موجودات زنده پدیده‌ای است قابل مشاهده و اندازه‌گیری که تحت تأثیر محیط تغییر می‌کند. به عبارت دیگر دانشمندان رفتارگرا، رفتار آدمی را ناشی از پیوند «محرک و پاسخ» می‌دانند بر این اساس هر واکنش (رفتار) مشخص، پاسخ احساس یا محرک معینی خواهد بود. به عبارت کوتاه، یاددهی - یادگیری را بیشتر نتیجه عکس العمل مشروط و خارجی می‌دانند.

توالی فعالیت مربی و فراگیر یا فرایند یاددهی - یادگیری: فرایند یاددهی - یادگیری در مکتب رفتارگرایی مبتنی بر اصول شرطی سازی کنش گر است. یعنی توالی فعالیت مربی و فراگیر بر انگاره «محرک؛ پاسخ؛ تقویت»^(۵) بنا نهاده شده است. به عبارت روشن‌تر روانشناسان رفتارگرا در فرایند یاددهی - یادگیری بیشتر بر رفتار شرطی و اصلاح محیط، برای به دست آوردن پاسخ‌های گزینش شده از یادگیرنده تأکید می‌ورزند. بر این اساس در مکتب رفتارگرایی برای ایجاد محرک‌های آموزشی (تقویت) روی تصاویر ساده و سایر رسانه‌های آموزشی توجه ویژه‌ای معطوف می‌گردد.

ب - رویکرد یاددهی - یادگیری مکتب شناخت‌گرا

این رویکرد بر اساس نظریه رشد شناختی «پیاژه» و با تلاش روانشناسانی نظیر «برونر»، «آزوبل»، «گانیه» و... تدوین یافت. از بررسی آرای این مکتب یادگیری، نتایج زیر ارایه می‌گردد:

تعریف یادگیری و رفتار: دانشمندان شناخت‌گرا، یادگیری را عبارت از تغییرات جزئی و یا پیچیده در تصورات و تصدیقات و یا پدایش تصورات و تصدیقات جدید در

ذهن می‌دانند که از طریق اکتساب و استنتاج ذهنی حاصل می‌شود، به طوری که پایه و اساس رفتار آدمی را بصیرت، هوش و توانایی‌های سازماندهی و تحلیل ذهنی می‌دانند، به عبارت دیگر شناخت گرایان معتقدند که یادگیری، از راه بصیرت و فهم فردی صورت می‌گیرد، بنابراین نقش عوامل درونی یادگیرنده بر یادگیری مؤثر می‌دانند.

توالی فعالیت مربی و فراگیر یا فرایند یاددهی - یادگیری: در دیدگاه شناخت گرایان، فرایند یاددهی - یادگیری بر پایه مراحل رشد عقلانی و مصاحبه بالینی (فعالیت تعاملی معلم و دانش آموز) پی ریزی شده است، با این توضیح که تحول توانایی شناخت هر فراگیر تا حد زیادی منحصر به خود اوست. همچنین نتیجه تعامل فرد با محیط اطراف (از جمله مربی) است به این ترتیب، توالی فعالیت مربی و فراگیر یا فرایند یادگیری عبارت است از: ۱ - کاوشگری ۲ - تبیین ۳ - انتقال

محورهای مورد مقایسه	رفتار گرایان	شناخت گرایان
ماهیت یادگیری	خارجی و شرطی است	درونی و تعلقی است
توالی فعالیت مربی و فراگیر (فرایند یاددهی - یادگیری)	۱ - تبیین (ارایه محرک) ۲ - اکتساب (پاسخ) ۳ - انتقال	۱ - کاوشگری ۲ - تبیین ۳ - انتقال
نقش مربی	تنظیم و توزیع دانش و کنترل یادگیری	ایجاد فضای تسهیل کننده یادگیری
نقش فراگیر	دریافت کننده مهارت‌ها و اطلاعات (انفعالی)	محوری (فعال)
نحوه ارتباط مربی و فراگیر	یک جانبه و انفعالی	دو جانبه و تعاملی

شکل (۱)

جدول مقایسه رویکردهای یاددهی - یادگیری مکاتب رفتارگرا و شناخت گرا

انواع رسانه‌های آموزشی

رسانه‌های آموزشی را در یک دسته بندی کلی به دو دسته رسانه‌های ناملموس یا نابساویده و رسانه‌های ملموس یا بساویده تقسیم می‌کنند که به شرح آنها می‌پردازیم:

الف - رسانه‌های ناملموس یا نابساویده

مربیان در وجود خودشان رسانه‌های فراوانی دارند که گاه از آن‌ها غافلند. البته به تجربه ثابت شده که رسانه‌های ناملموس، قوی‌ترین رسانه آموزشی است و روان‌شناسی یادگیری نیز بر این موضوع تأکید نموده است.

برخی از رسانه‌های ناملموس مربوط به مربی که می‌تواند به سادگی از آن‌ها استفاده کند عبارتند از:

۱- نگاه: مربی با نگاه می‌تواند یک فراگیر را تنبیه یا تشویق کند، لذا بر اساس نوع تأثیر، انواعی پیدا می‌کند: نگاه تفهیم، نگاه تذکر، نگاه تأدیب، نگاه تنفر، نگاه دوستی و محبت و... همه این نگاه‌ها می‌توانند رسانه آموزشی مؤثری را به وجود آورند.

۲- بیان: نوع بیان از دیگر رسانه‌های آموزشی غیر ملموس است؛ زیرا اگر بیان مربی، روان یا پیچیده باشد، تأثیر بسیار متفاوتی در فراگیران دارد. بنابراین بلاغت، فصاحت، روانی، گویایی، مطمئن گویی، کم گویی، اجتناب از بیهوده گویی و... همه از رسانه‌های آموزشی مربی هستند.

۳- حرکات بدن: یکی دیگر از رسانه‌های ناملموس، حرکات بدنی مربی است. همیشه لازم نیست مربی از زبانش استفاده کند؛ گاه با یک اشاره دست می‌تواند تصدیق، تقبیح، تنبیه یا تشویق کند و یا مطلب را به فراگیر بفهاند.

۴- خنده: خنده نیز یکی از رسانه‌های آموزشی است. که اگر هدفمند و بر اساس اهداف یاددهی - یادگیری و به موقع انجام شود، تأثیر بسزایی در انتقال مفاهیم دارد.

۵- نوع صدا: به تجربه ثابت شده است که محرکات شنوایی که دارای ریتم و آهنگ باشند سبب جلب توجه بیشتر فراگیر می‌شود. صداها نیز خود انواع و اقسامی دارند، صداها هشدار دهنده، رضایت بخش، تنبیهی و...

۶- رفتارها: یکی از مؤثرترین رسانه‌های آموزشی، رفتارها هستند. رفتارهای مؤدبانه، مستهجن، خشن و... در یاددهی نقش مطلوب یا نامطلوبی را به همراه دارند؛ زیرا فراگیران از طریق احساس، بهتر می‌فهمند و بیشتر یاد می‌گیرند.

ب - رسانه‌های ملموس یا بساویده

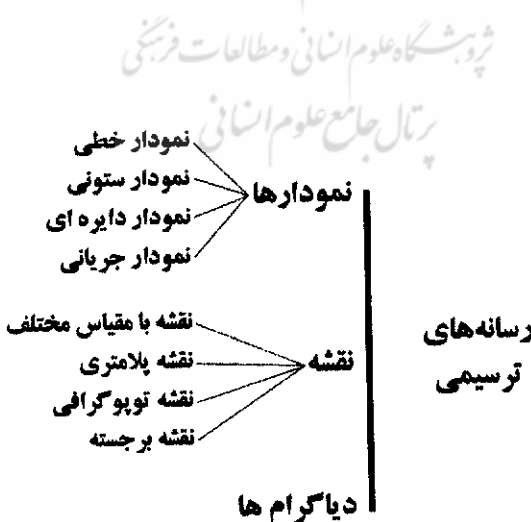
رسانه‌های ملموس به وسایل و رسانه‌هایی اطلاق می‌شود که فراگیر عمدتاً با استفاده از نیروی «بینایی» آن را احساس و میان صورت و مفهوم آن، رابطه عینی برقرار می‌کند. مهم‌ترین رسانه‌های ملموس که به سهولت قابل دسترسی است عبارتند از رسانه‌های ترسیمی و نمايشی.

۱- رسانه‌های ترسیمی: این نوع رسانه‌ها به طور قراردادی و به عنوان یک زبان بین المللی برای بیان بسیاری از مطالب مورد استفاده قرار می‌گیرند، مانند انواع نمودارها و نقشه‌ها و نمادهای ریاضی و علائم تصویری.

- نمودار: نمودارها رسانه‌هایی هستند که به منظور آرایه و نشان دادن روابط عددی و نسبی متغیرها و واقعیت‌ها بکار گرفته می‌شوند و گیرنده پیام را قادر به درک معنای خاص از یک توده اطلاعات پیچیده می‌کنند. بنابراین در نمودار فراگیر می‌تواند یک سری اطلاعات و مطالب مهم را به صورت عصاره و جان کلام از میان انبوهی از اطلاعات، به سرعت و درستی دریافت کند. نمودارها، انواع گوناگونی دارند. مانند نمودار خطی، ستونی، دایره‌ای، جریانی، درختی، مرحله‌ای و...

- نقشه جغرافیایی: به نمایش ترسیمی عوارض پوسته زمین، بر روی موادی مانند کاغذ، پلاستیک، مقوا، پارچه و امثال آن که به نسبت معینی کوچک شده باشد «نقشه» می‌گویند.

نقشه‌ها انواع مختلفی دارد مانند نقشه پلانتری، نقشه توپوگرافی، نقشه برجسته و...
- طرح خطی یا دیاگرام‌ها: طرح خطی عبارت از طراحی ساده‌ای است که بنای آن بر خطوط و علائم استوار است و برای نشان دادن روابط درونی، نکات عمده و یا مشخصات مهم یک جریان و شیء، به کار می‌رود که به آن رسانه ترسیمی نیز گفته می‌شود، که آن را به سه دسته زیر طبقه بندی نموده‌اند:



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

نمادهای ریاضی و علائم تصویری: نمادها شامل کلمات و یا علائم ریاضی و تصویری هستند که برای نشان دادن یک امر، موضوع و شیء بکار می‌روند. از طریق نمادها می‌توان مفاهیم و پیامهای غیرملموس (ذهنی، کیفی و روانی) فراگیران را با دنیای ملموس (عینی) آنان پیوند زد، مانند نماد ریاضی «>» برای نشان دادن مفهوم «کمتر» و «بیشتر» و علامت «!» در مقررات رانندگی برای نشان دادن «خطر» بکار می‌رود.

۲- رسانه‌های نمایشی

با توجه به پیشرفت تکنولوژی آموزشی، از این نوع رسانه‌ها برای به نمایش گذاردن مفاد آموزش استفاده‌های فراوانی به عمل می‌آید، برخی از این رسانه‌ها از این قرارند:

- تصویر: تصویر، یک وسیله دیداری از افراد، اشیاء و مکان‌ها است. تصویر به طور معمول همان عکس است که چاپ یا عکاسی گردیده و از نظر اندازه و رنگ بسیار متفاوت است.

- اسلاید: اسلاید عبارت است از عکس رسم شده بر روی یک صفحه شفاف یا فیلمی که چون نور از آن عبور می‌کند، تصویر آن بر پرده‌ای منعکس می‌شود. اسلایدها معمولاً در قالب‌های 2×2 یا $2 \frac{1}{2} \times 2$ اینچی قرار می‌گیرند.

- ورق شفاف (طلق): ورق شفاف، ورقه‌ای روشن از جنس پلاستیک و یا نایلون است که به طور معمول، در اندازه $27/5 \times 21$ سانتیمتر یا به اندازه کاغذ (A4) تهیه می‌شود. این ورقه‌ها توسط دستگاه «اُورهد» نمایش داده می‌شود.

- میکرو فیلم: به طور معمول بر روی فیلم‌های ۱۶ تا ۳۵ میلیمتری ثبت می‌شود و دارای فرم‌هایی است که می‌تواند یک یا چند صفحه کتاب باشند.

- میکروفیش: میکروفیش، یک اصطلاح فرانسوی و به معنی کارت‌های مینیاتوری است. اندازه این کارت حدود ۴ تا ۶ اینچ می‌باشد که تعداد بی‌شمار قاب دارد و شامل ۶۰ هزار صفحه مینیاتور است. مطالب آن توسط ماشین مخصوص خوانده می‌شود. و می‌توان محتویات آن را کپی کرد. امروزه بیشتر مواد مستند، با این روش نگهداری می‌شود.

- میکرو کارت: میکرو کارت، همان میکروفیش است، با این تفاوت که جنس آن از کاغذ است و بر روی هر کارت تعداد زیادی از صفحات کتاب جای می‌گیرد. اطلاعات میکرو کارت توسط ماشین خوانده می‌شود.

۳- تابلوهای آموزشی

تابلوهای آموزشی، از قدیمی ترین وسایلی است که معلم به هنگام لزوم، مطالب درسی خود را بر روی آن ترسیم می کند و یا می نویسد. تابلوهای آموزشی انواع گوناگونی دارد مانند: تخته سیاه، تخته سفید، تخته مغناطیسی، تخته الکتریکی، تخته ماهوتی و مانند آن. در این جا به شرح سه نوع اخیر می پردازیم.

- **تخته مغناطیسی:** شامل تخته ای از جنس آهن است. از این رو تکه های آهن ربا به آن می چسبند و در برخی کلاس های آموزشی از آن استفاده می شود.

- **تخته الکتریکی:** در ساخت این تابلوی آموزشی از چوب و فلز استفاده شده است و به کمک مقداری سیم و لامپ کوچک آن را به کار می گیرند.

- **تخته ماهوتی:** از دیگر تابلوهای آموزشی، تخته ماهوتی است. این تابلو از پارچه های قلاب دار نایلونی ساخته شده و در رنگ های متفاوت می باشد.

- **یادآوری:** به کارگیری رنگ های متعدد برای نوشتن مطالب روی تابلو و یا تصاویر آموزشی به جلب توجه فراگیران کمک بیشتری می کند.

۴- رسانه های سه بعدی

هرگاه شیء بسیار کوچکی مانند اتم و یا بسیار بزرگی مانند کره زمین که مشاهده مستقیم آن میسر نیست مورد نظر باشد، برای تجسم و تفهیم آن از رسانه های سه بعدی که شبیه شیء حقیقی است استفاده می شود؛ مانند مدل، ماکت، برش، مولاژ، میز یا جعبه شنی و... (۶)

اصول انتخاب رسانه آموزشی

این تصور که می توان از یک رسانه آموزشی برای ارائه همه دروس، و یا از همه رسانه های آموزشی برای ارائه یک درس استفاده برد، اشتباه است؛ بلکه باید به این نکته توجه داشت که تدریس هر درس یا محتوای آموزشی متناسب با ماهیت آن درس و نیز نوع فراگیر، روش خاصی را می طلبد و مربی باید برای ارائه هر یک از دروس، رسانه یا رسانه های متناسب با آن را به کار برد. بدین جهت هر مربی باید شناخت کافی از ویژگی ها، امتیازها، معایب و کاربردهای متفاوت رسانه های آموزشی را داشته باشد.

توصیه کلی در این زمینه این است که در انتخاب رسانه آموزشی به توانایی های ذهنی و سنی فراگیران (ویژگی مراحل رشد) توجه بیشتری شود. در این زمینه یکی از

معرفی الگوی انتخاب رسانه آموزشی

برای استفاده مؤثر از رسانه‌ها در آموزش و با توجه به عواملی نظیر علاقه و ویژگی‌های فراگیران، اهداف آموزشی و رسانه‌های آموزشی، الگویی منطقی و علمی برای مریبان ارائه می‌گردد. این الگو با استفاده از ترکیب رسانه‌ها، یک راهنمای عملی برای مریبان است. تأکید اصلی این الگو بر طبقه بندی کاربردی رسانه‌ها در آموزش و استفاده مؤثر از آن‌ها در کلاس درس است. در طراحی این الگو گام‌هایی منطقی در نظر گرفته شده است که برای آشنایی به مهم‌ترین آنها اشاره می‌شود:

۱- گام اول: شناسایی فراگیران (تجزیه و تحلیل ویژگی‌های فراگیران)

فراگیران را می‌توان بر حسب ویژگی‌های عمومی و شایستگی‌های اختصاصی، دانش، نگرش‌ها و مهارت‌های آنان درباره موضوع درس، مورد بررسی قرار داد. در طبقه بندی ویژگی‌های عمومی فراگیران، مشخص کردن عواملی مانند، میزان سن، سطح تحصیلی و عوامل فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی مهم است.

۲- گام دوم: توجه به علاقه و گرایش فراگیران به رسانه مورد نظر

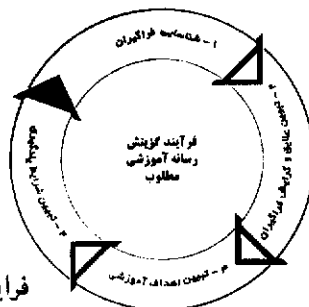
در انتخاب رسانه باید به گرایش فراگیران به رسانه مورد نظر، برداشت آنان از نظر میزان یادگیری از طریق آن رسانه و انتخاب رسانه به وسیله فراگیران توجه کرد.

۳- گام سوم: بیان اهداف آموزشی

در گام سوم این سؤال‌ها مطرح می‌گردد؛ فراگیران باید چه نوع اهداف یادگیری را به دست آورند؟ در واقع فراگیرنده در زمان تکمیل آموزش باید چه توانایی جدیدی را کسب کند؟

۴- گام چهارم: توجه به زمان و نحوه استفاده از رسانه.

بعد از آن که رسانه مورد نظر انتخاب شد، مریب باید به این موضوع فکر کند که آن رسانه چگونه به کار گرفته شود و چه مدتی برای به کارگیری آن لازم است. زیرا گاه استفاده از یک رسانه در زمان محدود امکان پذیر نیست و همین امر سبب می‌شود که رسانه دیگری که از نظر دستیابی به هدف‌ها در سطح پایین‌تری قرار دارد انتخاب گردد. (۸)



شکل ۵

فرآیند گزینش رسانه آموزشی مطلوب

نتیجه‌گیری

برای تسریع و عمق بخشی در فرآیند یاددهی - یادگیری، باید از رسانه‌های آموزشی سود جُست و هر مربی در استفاده از آن‌ها باید شرایط آموزشی پیرامون خویش را ملاحظه نماید. همچنین او باید دقت کند کدام ابزار موجود می‌تواند رسانه آموزشی مناسب کلاس او باشد؛ زیرا محرک‌های شنوایی، بینایی، گفتاری و نوشتاری با یکدیگر متفاوت است و از طرف دیگر فراگیران که مهم‌ترین عنصر آموزشی به شمار می‌روند نیز در مقابل این محرک‌ها یکسان پاسخ نمی‌دهند.

بنابراین هر رسانه‌ای که به کار گرفته می‌شود، باید با ملاک اثر بخشی آن در یادگیری و تغییر مفید رفتار فراگیر، سنجیده و انتخاب شود.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

■ پی‌نوشت‌ها:

- ۱ - مبانی نظری تکنولوژی آموزشی: فر دانش، هاشم، سازمان مطالعه و تدوین (سمت)، ۱۳۷۳، ص ۵۰
- ۲ - مقدمات تکنولوژی آموزشی، نعمتی، سید هاشم، انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد، ۱۳۶۸، ص ۵۷
- ۳ - همان، ص ۶۶.
- ۴ - همان، فر دانش، هاشم، ص ۲۷.
- ۵ - منظور از تقویت، محرکی است که وقتی به موقعیتی اضافه می‌گردد، احتمال پاسخ عملی را زیادتر می‌کند. و به عبارت دیگر: تقویت؛ به پاداش‌هایی گفته می‌شود که موجب تکرار و تثبیت رفتار مشخص گردد.
- ۶ - برنامه ریزی درسی: اداره آموزش ستاد مشترک سپاه، با نگرش بر فرایند طراحی و تدوین کتاب‌های درسی سال ۱۳۷۸، ص ۱۳۷.
- ۷ - کاربرد مواد آموزشی (رسانه‌های آموزشی برای معلم)، ذوق، شهناز و خسرو لطفی پور، تهران، شرکت چاپ نشر ایران، ۱۳۷۰، ص ۶.
- ۸ - مقدمات تکنولوژی آموزشی، علی آبادی، خدیجه، تهران دانشگاه پیام‌نور، ۱۳۷۰، ص ۶۰-۶۵.

