

فصلنامه اجتماعی فرهنگی

# نخبگان ایرانی



سال اول، شماره دوم، فروردین ۱۴۰۰

قیمت: ۵۰۰۰۰۰ ریال



## فصلنامه فرهنگی اجتماعی نخبگان ایرانی

سال اول، شماره دوم، فروردین ۱۴۰۰

صاحب امتیاز: دکتر مریم حق شناس

مدیرمسئول: دکتر مریم حق شناس

سردبیر: سید محمد هادی حیدری

هیئت تحریریه: فاطمه ترابی کنجین، ید محمد هادی

حیدری، مریم حق شناس، مهدی پارساجو

هیئت داوران: اساتید و محققان حوزه سواد رسانه‌ای

گروه علمی نخبگان ایرانی

امور اجرایی: گروه علمی نخبگان ایرانی

ویراستاران علمی و ادبی: واحد کتاب و متون علمی

گروه علمی نخبگان ایرانی

طراح و صفحه آرا: روابط عمومی گروه علمی نخبگان

ایرانی

چاپخانه: رامان ( آذربایجان غربی بوکان چهارراه شهرداری،

خیابان بهرامی، کوچه افرا ۲)

آدرس دفتر: خ آزادی، روبروی مسجد صاحب الزمان، پ

۳۲۲

نشریه نخبگان ایرانی

از استادید، فارغ التحصیلان، دانشجویان، محققان و

نویسندگان در حوزه های مختلف علمی مقاله می پذیرد

نشریه در اصلاح و ویرایش مطالب آزاد است.

گروه علمی نخبگان ایرانی به مطالعه و پژوهش در حوزه مطالعات علم می پردازد و از آن در قالب نگارش و ترجمه مقالات، ارائه کتب و متون علمی، برگزاری سمینار، کارگاه، دوره های آموزشی، انتشار مقالات و همکاری با سایر مراکز تحقیقاتی و دانشگاهی و انجام طرح های تحقیقاتی در این عرصه حمایت و استقبال می کند. این گروه، در حال حاضر فعالیت خود را همراه با جمعی از پژوهشگران علاقمند به فعالیت علمی-تخصصی در حوزه های مختلف و فارغ التحصیلان از دانشگاه های معتبر آغاز کرده است.

### فهرست :

- پیام مدیر مسئول ..... ۳
- سرمقاله ..... ۴
- رسانه اجتماعی : توانمندسازی زنان اندونزی از طریق ایجاد سواد رسانه دیجیتال ..... ۵
- معرفی کتاب ..... ۱۶
- مطالعه ای بر آموزش سواد رسانه ای در ایران و کشورهای توسعه یافته ..... ۱۷
- معرفی کتاب ..... ۲۶
- ویژگی و آسیب های فضای مجازی ..... ۲۷
- رسانه های اجتماعی: ویژگی های ارتباطی و ارزش کاربردی در آموزش از راه دور ..... ۲۸
- معماری سیستم آموزش الکترونیک مبتنی بر رایانش ابری...۳۵
- جایگاه رسانه های اجتماعی در آموزش مجازی ظهور رسانه ها در نسل آینده سیستم های یادگیری مجازی ..... ۴۷

نقل مطالب با ذکر منبع بلامانع است. نشریه در تخلیص مطالب دریافتی آزاد است. آماده دریافت مقالات و دیدگاه های نویسندگان، کارشناسان و پژوهشگران هستیم.



## پیام مدیر :

خداوند متعال را شاکریم که با استعانت از درگاه بی کرانش و همت اعضای پرتلاش در گروه علمی نخبگان ایرانی، نشریه علمی - تخصصی "نخبگان ایرانی" در مهرماه سال ۱۳۹۹ تدوین و شروع به کار کرد. اینک توفیق حاصل شد تا با یاری جمعی از همکاران گروه، دومین شماره از این نشریه را ثمر بخشیده و به تمامی سازمان‌ها، موسسات، دانشگاه‌ها، مراکز علمی و اجرایی تأثیرگذار و مرتبط با حوزه سواد رسانه در سراسر کشور تقدیم نماییم.

گروه علمی نخبگان ایرانی در یازدهم سال از آغاز فعالیت خود در نظر دارد تا نقشی بی بدیل در جهت دهی مثبت به تحولات علمی محققان با تکیه بر اطلاعات دقیق و همه جانبه، از نیازها و انتظارات مخاطبان خویش ایفا نموده و بسترساز توسعه همه جانبه علم و هموارکننده راه رشد و بسط خلاقیت و اندیشه های نو در جامعه متخصصان باشد. آن چه باعث شد انتشار نشریه به صورت هدفمند با همکاری اعضای متخصص و پرتلاش گروه علمی در سطح کشور در اولویت قرار گیرد و فرصتی ناب تعبیر شود، این است که اصحاب فکر و قلم و متخصصان، با هدف کمک به بهبود ارتباطات و استفاده از دانش علمی و انتقال تجارب و تبادل دستاوردهای دیگران، محلی برای بیان نظرات و اندیشه‌های خود داشته باشند، محققان در آن به تعامل و تفاهم در خور برسند، محلی برای نقد و بررسی آرا و عقیده‌ها و تجربیات موفق اجرایی در جهت ارتقای کیفی برنامه‌ها و دستاوردهای علمی در حوزه‌های مختلف باشد و مهمتر از همه آن‌ها جلب مشارکت گسترده پژوهشگران در سراسر کشور در ارائه نتایج تحقیقات و بررسی‌ها درباره موضوع های علمی محسوس باشد. امید است تا نشریه نخبگان ایرانی بتواند گام موثری در زمینه مسئولیتی که بر عهده گرفته است، بردارد و با افزایش روزآمدی علم و دانش، بستری را برای ارتقاء سطح کمی و کیفی فراهم نموده و رضایت خاطر مخاطبین را جلب نماید.

دکتر مریم حق شناس

مدیر مسئول نشریه

و مدیر گروه علمی نخبگان ایرانی

## سرمقاله :

محیط آموزش های مجازی، ویژگی ها و قابلیت های منحصربه فردی در برقراری ارتباط، تعاملات، ایجاد فرصت آموزش باکیفیت و غیره در مقایسه با فضای آموزش سنتی دارد. این روش جدید آموزش مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات، با بهره گیری از ظرفیت های رسانه ای، تمامی اشکال آموزش و یادگیری را در قرن بیست و یکم متحول ساخته است. رویکرد تعاملی، به عنوان یکی از شیوه های تدریس آموزش عالی و استفاده مؤثر از فناوری در فرایند آموزش، با تأکید بر پردازش، دریافت معانی و بازآفرینی دانش و اطلاعات، با یکی از مهم ترین اهداف آموزش عالی که تقویت ذهن فراگیران در استدلال و درک و فهم نظریه ها است، تناسب بالایی دارد. این رویکرد مستلزم آن است که فراگیران، جستجوگران فعال محتواهای الکترونیکی در فضای مجازی باشند و در مورد ارزش اطلاعات کسب شده، به ارزشیابی و تحلیل پرداخته و در یادگیری و ساخت دانش مشارکت کنند. به منظور توسعه و تحقق رویکرد تعاملی، راهبرد یادگیری در دانشگاه های مجازی، باید از نوع یادگیری مشارکتی باشد. یکی از راه های فراهم کردن این نوع یادگیری، به کارگیری قابلیت های ابزارهای وب ۲ در حوزه آموزش است.

## رسانه اجتماعی : توانمندسازی زنان اندونزی از طریق ایجاد سواد رسانه دیجیتال<sup>۱</sup>

مؤلفین : فیونا سووانا، لیلی

مترجمین : مریم حق شناس<sup>۲</sup>، فاطمه ترابی کنجین<sup>۳</sup>،  
سید محمدهادی حیدری<sup>۴</sup>

### چکیده

در کشور اندونزی، یک تقسیم دیجیتالی جنسیتی وجود دارد. زنان اندونزی، جهت استفاده مؤثر از اینترنت و افزایش کیفیت زندگی شان، به مهارت های سواد رسانه دیجیتال نیاز دارند. قابلیت های رسانه ای، مهارت هایی همچون استفاده از رسانه دیجیتال جهت دسترسی، جستجو، تحلیل، بازخورد، اشتراک گذاری و خلق محتوا را توانمند می سازد. در این مطالعه تحقیق کیفی، رهبران تأمین کنندگان و مشارکت کنندگان IWITA<sup>۵</sup> (سازمان آگاه سازی زنان اندونزی از فناوری اطلاعات) و سازمان توسعه زنان مورد مصاحبه قرار گرفتند. زیرا این سازمان ها بر توسعه سواد دیجیتالی زنان تمرکز دارند. یافته های تحقیق نشان داد که میزان سواد رسانه دیجیتال در کشور اندونزی به دلایلی همچون عدم آموزش کافی، کمبود فرصت ها و کمبود سیستم های عملی، در سطح پایینی باقی مانده است.

### واژگان کلیدی

Fiona Suwana, Lily, *Empowering Indonesian women through building digital media literacy*, Kasetart Journal of Social Sciences, Available online 24 August 2017 at Science Direct. Journal homepage: <http://www.elsevier.com/locate/kjss>

تقسیم دیجیتال، سواد رسانه دیجیتال، تقسیم دیجیتال جنسیت، اندونزی، سواد رسانه ای زنان.

<sup>۲</sup> دکترای مدیریت رسانه دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

<sup>۳</sup> کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات، دانشگاه آزاد اسلامی

<sup>۴</sup> کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی

<sup>۵</sup> Indonesia Women Information Technology Awareness

عوامل در استفاده نامساوی از کامپیوترها یا رسانه دیجیتال در جهان، شکاف جنسیتی است (تقسیم دیجیتال جنسیتی) که نشان می‌دهد زنان نسبت به مردان دسترسی محدودتری به رسانه دیجیتال و همچنین فرصت کمتری برای عضویت در انجمن‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات دارند (اتحادیه زنان در بنیاد رسانه، ۲۰۱۱، ترلو و دیگر همکاران، ۲۰۰۷). این گزارش توسط مراکزی که زنان دارای ویژگی تکنوفوبیک<sup>۱۵</sup> (دارای حس ترس از توسعه فناوری و عدم تمایل به استفاده از وسایل دیجیتالی) هستند و کمبود علائق و کمبود قابلیت‌های فناورانه دارند، مورد پشتیبانی قرار گرفته است. بنابراین دلیل استفاده کمتر زنان از رسانه دیجیتال، عدم استخدام و کسب درآمدها در جامعه است که منجر به عدم دسترسی و استفاده کمتر از رسانه دیجیتال شده است (اتحادیه زنان در بنیاد رسانه، ۲۰۱۱).

در بیانات نهایی اجلاس سران سازمان ملل متحد در زمینه جامعه اطلاعاتی (۲۰۰۳-۲۰۰۵)، سران کشور تشخیص داد که تقسیم جنسیتی دیجیتال وجود دارد و آن‌ها بیان کردند که راه‌حل این تقسیم، الزام به توانمندسازی زنان و تساوی جنسیتی است (WSIS، ۲۰۰۵). علاوه بر این، نیاز به بهبود سواد رسانه دیجیتال برای زنان و توسعه قابلیت‌های زنان و دختران در همکاری و مشارکت در جامعه، به خصوص در زمینه‌های مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات وجود دارد (WSIS، ۲۰۰۳). سواد رسانه دیجیتال، توانایی کمک به افراد جامعه برای دستیابی به شایستگی دیجیتال و استفاده مطمئن و منتقدانه از فناوری اطلاعات و برقراری ارتباطات و یادگیری را دارد و به همین دلیل از اهمیت بالایی برخوردار است.

فریدا، سولستیویوتی و هرمانا<sup>۱۶</sup> (۲۰۱۱)، اشاره کردند که وزیر توانمندسازی زنان و حمایت از کودکان اظهار داشته که زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات همچنان تحت سلطه مردان (به عنوان افراد مطرح شده در جامعه) اندونزی است و زنان اغلب فقط به عنوان اشیاء مطرح هستند. ضروری است تا سواد رسانه دیجیتال زنان بهبود یافته تا بتوانند از پتانسیل‌های بالفعل ملتشان حمایت کنند (فریدا، ۲۰۱۱). قرن‌هاست که زنان از حکومت‌داری کنار گذاشته شده‌اند، اگر زنان فناوری را نادیده بگیرند و درباره آینده فناوری

استفاده از اینترنت توسط اندونزیایی‌ها در طی دهه گذشته رشد بسیار زیادی داشته است. وزارت ارتباطات و انفورماتیک اندونزی<sup>۶</sup> گزارش کرده است که تعداد کاربران اینترنت در سال ۲۰۱۴، ۸۲ میلیون بوده است و این کشور از لحاظ بالاترین تعداد کاربران اینترنت در جهان، دارای رتبه هشتم است (کومینفو<sup>۷</sup>، ۲۰۱۴) که ۵۶ درصد مردان و ۴۴ درصد آن‌ها زنان هستند (کام اسکور<sup>۸</sup>، ۲۰۱۳) و نفوذ اینترنت، ۲۹ درصد از کل جمعیت اندونزی است (جاکارتاپست<sup>۹</sup>، ۲۰۱۵). به‌هرحال شکاف جنسیتی در کاربران اینترنت اندونزی علی‌رغم وجود تعداد زیاد زنان اندونزی وجود دارد و این موضوع که چگونه استفاده مؤثری از اینترنت یا رسانه دیجیتال صورت گیرد، تاکنون شناخته نشده است.

تحقیقات توسط اینتل<sup>۱۰</sup> حاکی از آن است که اگر تعداد زنانی که از اینترنت استفاده می‌کنند به ۶۰۰ میلیون افزایش یابد، GDP (تولید ناخالص داخلی) ۱۳-۱۸ میلیون دلار افزایش خواهد داشت (اینتل و دلبرگ<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۱). با این حال، تحقیقات موسسه جهانی مکنزی (MGI)<sup>۱۲</sup>، درباره ظرفیت‌های مالی و دیجیتالی گزارش کرد که ۲۰۲ میلیون از زنان (۵۲٪) هنوز آفلاین هستند. بنابراین، اگر زنان در حوزه گسترده اینترنت، دارای تساوی دیجیتالی بودند، بر کیفیت کار جنسیتی در کشور تأثیرات معناداری خواهند داشت (موسسه جهانی مکنزی، ۲۰۱۵). این اطلاعات نشان از اهمیت اینترنت و زنان در حمایت از توسعه اقتصادی کشور دارد.

تقسیم دیجیتالی، مفهومی مبتنی بر نابرابری در استفاده از رسانه دیجیتال بین افراد در گروهی است که توانایی یا عدم توانایی در دسترسی و استفاده از رسانه دیجیتال دارند (هیلبرت<sup>۱۳</sup>، ۲۰۱۱، ترلو، لنگال و تومیک<sup>۱۴</sup>، ۲۰۰۷). یکی از

<sup>۶</sup> Kementerian Komunikasi Informasi dan Teknologi Republik Indonesia or Kominfo.

<sup>۷</sup> Kominfo

<sup>۸</sup> Comscore

<sup>۹</sup> Jakarta Post

<sup>۱۰</sup> Intel

<sup>۱۱</sup> Dalberg

<sup>۱۲</sup> McKinsey Global Institute

<sup>۱۳</sup> Hilbert

<sup>۱۴</sup> Thurlow, Lengel, & Tomic

<sup>۱۵</sup> technophobic

<sup>۱۶</sup> Farida, Sulistiawati, and Hermana

۲۰۰۵). رنگانا<sup>۲۲</sup> (۲۰۰۸)، دریافت که اینترنت می‌تواند از طریق ایجاد فرصتهایی مانند خرید آنلاین در منزل، به توانمندسازی زنان اندونزیایی کمک نماید. متأسفانه توسعه فناوری اطلاعات به طور خودکار هم‌زمان با ایجاد فرصت‌هایی برای استفاده از اینترنت توسط زنان محقق نشد. عدم وجود سواد دیجیتال، منجر به خلق تقسیم دیجیتالی گسترده می‌شود (رنگانا، ۲۰۰۸).

وخیدا<sup>۲۳</sup> (۲۰۱۲)، بیان کرد که تاریخچه توسعه فناوری از زمان باستان تا زمان حاضر گسترش یافته است. به‌هرحال، اگرچه فناوری برای زنان و مردانی که در عصر جهانی شدن زندگی می‌کنند، بسیار مفید و کمک‌کننده است، اخیراً فناوری بیشتر به مردان اختصاص یافته است. زنان اندونزی، همیشه در جایگاه کاربران در فضای اینترنت هستند نه تولیدکننده محتوا (وخیدا، ۲۰۱۲). هنوز دسترسی زنان به فناوری، محدود است و نیاز به افزایش سطح تحصیلات آنهاست. نتایج این بازنگری بیانگر آن است که به دلیل عدم پیاده‌سازی سیاست‌های جریان جنسیتی، برابری جنسیتی در حوزه فناوری، فرآیندی بسیار دشوار است (وخیدا، ۲۰۱۲). مطابق بیانات هیلبرت (۲۰۱۱)، ایجاد سیاست‌ها و پروژه‌هایی که به طور واقعی امکان عضویت زنان و دختران را در جوامع اطلاعاتی فراهم سازد، ضروری است (هیلبرت، ۲۰۱۱).

### توانمندسازی زنان

موضوعاتی در خصوص ادبیات رسانه‌های دیجیتال و توانمندسازی زنان، از جمله استفاده از رسانه‌های دیجیتال، دسترسی زنان روستایی به خدمات و شرکت‌ها، حاکمیت الکترونیک و داده‌ها وجود دارد (کامینگز و اونیل<sup>۲۴</sup> ۲۰۱۵، ص ۵-۶). وایدیاستوتی<sup>۲۵</sup> (۲۰۱۴) به نقل از هرواتی<sup>۲۶</sup> سه جنبه حیاتی برای توانمندسازی را ذکر کرده است. از منظر جنبه اول، دسترسی معنی‌دار، به دستیابی به اطلاعات دیجیتال و توانایی هر فرد در استفاده از فن‌آوری برای افزایش کیفیت زندگی اجتماعی مرتبط است. از منظر جنبه دوم، میزان انگیزش ربطی به توانایی استفاده از فناوری

اطلاعات و جایگاه خود در این عصر اظهارنظر نکنند، کمبود دسترسی به فناوری، این بی‌توجهی را تقویت می‌کند (گولدینگ و اسپسی<sup>۱۷</sup>، ۲۰۰۲).

در چند سال اخیر، توانمندسازی زنان اندونزی در فناوری اطلاعات و ارتباطات، از طریق سازمان‌های اجتماعی در حال ظهور است. در ابتدای امر، سازمان آگاه‌سازی زنان اندونزیایی از فناوری اطلاعات (IWITA)، به زنان اندونزی با هدف کسب سواد دیجیتال، کمک می‌کند. در مرحله بعد، سازمان توسعه زنان، دانشجویان دانشگاه‌های مختلف اندونزی را که از طریق محیطی مملو از افرادی که فناوری را درک می‌کنند، ایده‌های خلاقانه خلق نموده و برنامه‌های مفید و کاربردی را برای جامعه تهیه می‌کنند، مورد هدف قرار می‌دهد. این مقاله، نقش، فرصت‌ها و چالش‌های پیاده‌سازی و ترویج سواد رسانه‌های دیجیتال برای زنان اندونزیایی را تبیین می‌کند.

### ادبیات تحقیق

#### تقسیم دیجیتالی جنسیتی

تقسیم دیجیتالی، فاصله‌ای مین داشته‌ها و نداشته‌ها در دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات، نه تنها از طریق دسترسی نابرابر به فناوری، بلکه از طریق کمبود تعامل واقعی و استفاده از فناوری و نگرانی استفاده از آن ایجاد شده است (سلوین<sup>۱۸</sup>، ۲۰۱۴). نوریس<sup>۱۹</sup> (۲۰۰۱)، تقسیم دیجیتالی را از منظر هرگونه نابرابری در جامعه دیجیتال، از جمله دسترسی بین زنان و مردان، ثروتمندان و فقرا و کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه توصیف کرده است (نوریس، ۲۰۰۱، ص ۱۵). دو شکل تقسیم دیجیتال، تقسیم توانایی و نابرابری در توانایی استفاده از فناوری اطلاعات و ایجاد ارتباطات در بین افرادی که از قبل دسترسی داشتند، وجود دارد (دیوان و ریگینز<sup>۲۰</sup>، ۲۰۰۵، ص ۳۰۰).

در مفهوم اندونزیایی، مشارکت ناعادلانه میان زنان و مردان، موجب دسترسی نامساوی آنها به اطلاعات شده است. به‌هرحال آموزش و سطوح سواد، تأثیر بسزایی بر ظرفیت بهره‌گیری از طریق اینترنت را داشته است (هییل و سن<sup>۲۱</sup>،

<sup>22</sup> Renggana  
<sup>23</sup> Wakhidah  
<sup>24</sup> Cummings & O'Neil  
<sup>25</sup> Widyastuti  
<sup>26</sup> Herawati

<sup>17</sup> Goulding & Spacey  
<sup>18</sup> Selwyn  
<sup>19</sup> Norris  
<sup>20</sup> Dewan & Riggins  
<sup>21</sup> Hill & Sen

(۱) دسترسی: کشف و استفاده از ابزارهای رسانه‌ای و فناوریانه به شکل ماهرانه و به اشتراک‌گذاری اطلاعات مربوطه با دیگران؛ (۲) تحلیل و ارزیابی: درک پیام‌ها و استفاده از مهارت تفکر انتقادی در تجزیه و تحلیل کیفیت، صحت و اعتبار پیام، ارائه نقطه‌نظر درباره اثرات یا عواقب بالقوه پیام‌ها؛ (۳) ایجاد: ساخت یا تولید محتوا به صورت خلاقانه و با آگاهی از هدف، مخاطبین و تکنیک‌ها، اعتماد به نفس در شیوه بیان و تولید محتوا؛ (۴) تأمل: مسئولیت‌پذیری اجتماعی و رعایت اصول اخلاقی برای هویت خود فرد و تجربه زندگی و رفتار ارتباطی؛ (۵) اقدام: انجام کار به صورت انفرادی و مشارکتی در به اشتراک‌گذاری دانش و حل مشکلات در خانواده، محل کار و جامعه، و مشارکت به عنوان عضوی از یک جامعه در سطوح محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌الملل (هابز، ۲۰۱۰، ص ۱۷-۱۹).

برنامه‌های سواد دیجیتال باید فراتر از بحث آموزش و یا آموزش مهارت‌های پایه و ارتباطی مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات و درباره چگونگی استفاده از فناوری در زمینه‌های مورد استفاده دانش و اطلاعات باشد. بنابراین، شرکت‌کننده به اعتماد به نفس نیاز دارد تا با خیال راحت در یک محیط دیجیتال فعالیت کند (بانکر<sup>۳۶</sup>، ۲۰۱۰، ص ۱۴؛ اینتل و دلبرگ، ۲۰۱۱، ص ۲۸). همچنین آموزش فناوری اطلاعات و ارتباطات، منجر به افزایش اعتماد به نفس بیشتر و بهبود زندگی زنان می‌شود (اینتل و دلبرگ، ۲۰۱۱، ص ۶۵).

#### روش‌ها

محقق در این پژوهش از رویکرد کیفی و مصاحبه عمیق نیمه ساختار یافته که در حوزه رسانه‌ها و ارتباطات کاربرد دارد، بهره گرفته است. بر این اساس مصاحباتی عمیق با تعدادی افراد برجسته و توانمند در حیطه رسانه‌های دیجیتال انجام شده است. همچنین انتخاب مصاحبه‌شوندگان به منظور ارائه برنامه‌های توانمندسازی زنان و داشتن خبرگی در رسانه‌های دیجیتال، در کشور اندونزی انجام شده است که شامل یازده نفر از بنیان‌گذاران، مبتکران، مدیران و سیاست‌گذاران برنامه‌های توانمندسازی زنان در اندونزی می‌باشد. این مصاحبه‌ها جهت تدوین

ندارد، بلکه به آنچه با استفاده از این فن‌آوری انجام می‌شود، مربوط می‌شود. و اما سوم اینکه، توانمندسازی، شامل ظرفیت اجتماعی افراد در استفاده فعال و مطمئن از رسانه‌های دیجیتال است (واپدیاستوتی، ۲۰۱۴).

ناگروهو<sup>۲۷</sup> اظهار داشت که توانمندسازی زنان دارای چندین هدف است: افزایش توانایی زنان و رهبران برای مشارکت فعالانه، سازمان‌دهی مشاغل کوچک، متوسط یا بزرگ، ایجاد فرصت‌های شغلی و تغییر نقش‌ها و وظایف سازمان‌های زنان در سطوح محلی و رسانه‌ها تا از زنان برای تبدیل شدن به شرکت‌کنندگان فعال در برنامه‌های زنده خود حمایت کنند (ناگروهو، ۲۰۰۸، ص ۱۶۴-۱۶۳). فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز منجر به بهبودهای اساسی در توانمندسازی اقتصادی، سیاسی و اجتماعی زنان و ترویج برابری جنسیتی می‌شود (پریمو<sup>۲۸</sup>، ۲۰۱۳، ص ۲۷).

#### سواد رسانه‌های دیجیتال

سواد رسانه‌ای، نه تنها موجب پیشرفت ساده مهارت‌های تفسیری است، بلکه مجموعه‌ای از مهارت‌های تولید محتوای دیجیتال شامل "توانایی ایجاد، انتقادی بودن و مشارکتی و همچنین مصرف‌کننده بودن" را شامل می‌شود (فلو<sup>۲۹</sup>، ۲۰۱۴، ص ۸۶). علاوه بر این، سواد رسانه جدید یا سواد رسانه‌های دیجیتال، همان مهارت‌های اجتماعی و فرهنگی است که در استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسعه یافته و علاوه بر سواد سنتی (خواندن و نوشتاری)، مهارت‌های تحقیق و همچنین مهارت‌های تحلیل انتقادی رسانه‌ها، وجود دارد. (جنکیز<sup>۳۰</sup>، کلینتون<sup>۳۱</sup>، پوروشوتما<sup>۳۲</sup>، رابینسون<sup>۳۳</sup> و ویگل<sup>۳۴</sup>، ۲۰۰۹، ص ۲۸-۲۹).

جامعه نیازمند پیکربندی مهارت‌های ارتباطی توسعه یافته و مهارت‌های حل مسئله شامل این پنج توانمندی رسانه‌ای دیجیتال است (هابز<sup>۳۵</sup>، ۲۰۱۰، ص ۱۷).

<sup>27</sup> Nagroho

<sup>28</sup> Primo

<sup>29</sup> Flew

<sup>30</sup> Jenkis

<sup>31</sup> Clinton

<sup>32</sup> Purushotma

<sup>33</sup> Robison

<sup>34</sup> Weigel

<sup>35</sup> Hobbs

<sup>36</sup> Bunker

برنامه‌های سوادآموزی در زمینه رسانه‌های دیجیتال صورت گرفته است و چگونگی اجتماعی کردن و آموزش سواد رسانه‌های دیجیتال به زنان کشور اندونزی و چگونگی توسعه سواد رسانه‌های دیجیتال (فرصت‌ها و چالش‌ها) جهت اقدامات و پیاده‌سازی از طریق سؤالات نیمه ساختاریافته بررسی شده است.

## نتایج

### رسانه‌های دیجیتال و زنان اندونزیایی

رسانه‌های دیجیتال، مزیت‌های فراوانی نظیر حمایت از فعالیت زنان بر اساس هنجارهای اجتماعی جامعه مردسالارانه و توسعه سازمان‌های کوچک برای زنان را به همراه داشته است (سریواستاوا و مانزار<sup>۳۷</sup>، ۲۰۱۳). به عنوان مثال سولیکانتی آگوسنی<sup>۳۸</sup> معاون وزیر توانمندسازی زنان و حفاظت کودکان از جریان‌های جنسیتی در اقتصاد، معتقد است که:

"اینترنت زمینه‌های کارآفرینی را برای مادران و زنان خانه-دار فراهم می‌کند و منجر به کسب درآمدهای اضافی برای خانوارها می‌شود" (آگوسنی، مصاحبه شخصی، ۲۰۱۴).

همچنین مزایای دیگری با جزییات بیشتر توسط ایونیک کارتینی<sup>۳۹</sup> (مدیر انجمن گوگل پلاس اندونزی) ارائه شده است:

"زنان اندونزیایی می‌توانند از بستر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه شرکت‌های کوچک استفاده کنند و محصولات و تولیدات خود را در رسانه‌های دیجیتال نظیر شبکه فیس‌بوک معرفی نمایند. بی‌شک رسانه‌های دیجیتال نسبت به رسانه‌های سنتی ساده‌تر بوده و از اثربخشی بالاتری برخوردارند" (ایونیک کارتینی، مصاحبه شخصی، ۲۰۱۴).

کامینگز و أونیل، هفت مزیت کلیدی بالقوه را برای زنان اندونزیایی با بهره‌گیری از رسانه‌های دیجیتال و یادگیری در این محیط‌ها، برشمرده‌اند:

- افزایش اعتماد به نفس؛
- کسب جایگاه اجتماعی؛

- استقلال؛
- ارائه توانمندی‌ها و کانالی برای معرفی خود؛
- فرصتی برای حضور در محیط عمومی؛
- ایجاد بستری برای مشارکت بیشتر (کامینگز و أونیل، ۲۰۱۵).

همچنین طبق گفته جاهجا<sup>۴۰</sup>، یادگیری از طریق رسانه‌های دیجیتال، فراهم‌سازی موقعیت اجتماعی بالاتر برای زنان روستایی اندونزیایی را در بردارد و سیاست‌های روستا را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد (جاهجا، ۲۰۱۳). آموزش سواد رسانه‌های دیجیتال به طور فزاینده ضروری بوده و در نتیجه برابری جنسیتی را در اندونزی به همراه خواهد داشت.

گزارش وزارت ارتباطات و اطلاع‌رسانی اندونزی، اینترنت را رسانه‌ای قوی در بهبود وضعیت اقتصادی زنان اندونزی معرفی کرده است. به عنوان مثال زنان خانه‌دار می‌توانند از رسانه‌های دیجیتال جهت انجام فعالیت‌های اقتصادی، جست‌وجوی اطلاعات و ارتقای نگرش خود در چگونگی ایجاد رفاه در خانواده بهره‌گیری نمایند (کومینفو<sup>۴۱</sup>، ۲۰۱۴). زنان اندونزی، قادر به کسب اطلاعات از منابع مناسب در حیطه سلامتی، تغذیه و نحوه طبخ غذاها بر اساس دستورالعمل‌ها بوده و همچنین فرصت‌های اقتصادی آنلاین و تجارت برون‌خطی برایشان مهیا شده است (کومینفو، ۲۰۱۴).

با این وجود عوامل ساختاری محدودکننده‌ای نظیر استفاده یا عدم استفاده از رسانه‌های دیجیتال برای زنان، چگونگی استفاده از رسانه‌های دیجیتال در شرایط عدم داشتن سواد لازم، عدم داشتن مبالغ کافی برای خرید یا استفاده از ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات و عدم توانایی لازم در یادگیری مهارت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، وجود دارند (کامینگز و أونیل، ۲۰۱۵).

شرکت‌کنندگان سازمان توسعه زنان، افکار مختلفی را در این خصوص به اشتراک گذاشته‌اند:

"زنان اندونزی، نیازمند رسانه‌های جدید، مربیان و انگیزه لازم برای پیاده‌سازی فناوری هستند. همچنین معتقدند که فناوری باعث ارتقای کیفیت زندگی آن‌ها خواهد شد."

<sup>40</sup> Jahja

<sup>41</sup> Kominfo

<sup>37</sup> Srivastava & Manzar

<sup>38</sup> Sulikanti Agusni

<sup>39</sup> Eunike Kartini

(EAD, CTA, ام آر ۴۲، مصاحبه شخصی، ۱ ژانویه ۲۰۱۴).

علاوه بر این، ناتالیا دوی<sup>۴۳</sup>، نایب رئیس سازمان آگاه‌سازی زنان اندونزی از فناوری اطلاعات اذعان داشته است که:

"زنان اندونزی به مزایای فراوان اینترنت برای خود، فرزندان و خانواده پی برده‌اند چرا که قادر به جمع‌آوری اطلاعات در خصوص نحوه طبخ غذاها، دارو و همچنین سرگرمی بوده و به طور کلی فناوری نقش بالایی در ارتقای زندگی آن‌ها و خانواده‌شان دارد (ناتالیا دوی، مصاحبه شخصی، ۲۰۱۴)".

در جوامعی نظیر کشور اندونزی که زمینه‌های یادگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات یا رسانه‌های دیجیتال برای زنان مهیا شده است، مهارت‌آموزی به منظور توانمندسازی ضروری است و رسانه‌های دیجیتال رویکردی در جهت رفع محدودیت‌های زنان به حساب می‌آیند. کلیشه شدن زنان (فعالیت در محیط داخلی و عدم نیاز به توانایی‌های فنی) فرهنگ مردسالارانه (دست برداشتن از فناوری) و شرایط ویژه (برخورداری از شرایط یکسان و عادلانه در برخورداری از فناوری) از عوامل محدودکننده زنان در استفاده از رسانه‌های دیجیتال محسوب می‌شوند (وایدیاستوتی، ۲۰۱۴). بنیان‌گذاران توانمندسازی زنان اندونزی مارتا سیمانژانتک<sup>۴۴</sup> و یانسن کامتو<sup>۴۵</sup> نابرابری در دسترسی به فناوری، فرهنگ کلیشه کردن زنان و فرهنگ مردسالارانه را در جوامع امروزی اندونزی، عاملی محدودکننده در مهارت‌آموزی زنان اطلاق می‌کنند.

### سواد رسانه‌های دیجیتال و زنان اندونزی

دسترسی به اینترنت در کشور اندونزی، با محدودیت‌هایی مواجهه است. چرا که نفوذ اینترنت در میان کاربران به پنجاه درصد از جمعیت کل کشور نرسیده است و علت آن عدم وجود زیرساخت‌ها و تجهیزات ناکافی به ویژه در مناطق روستایی است و زنان اندونزی هنوز هم در استفاده، به اجرا درآوردن و دسترسی به رسانه‌های دیجیتال بر پایه اینترنت با محدودیت‌هایی مواجه هستند (وایدیاستوتی، ۲۰۱۴). همچنین به دلیل عدم مهارت کافی در استفاده، انتخاب و

دسترسی به اطلاعات مناسب از اینترنت یا رسانه‌های دیجیتال توسط زنان اندونزی، توانایی جست‌وجوی اطلاعات به صورت آنلاین مقدور نیست.

به گفته هابز (۲۰۱۰)، پنج مهارت در کسب سواد دیجیتالی عبارت‌اند از: دسترسی، تحلیل و ارزیابی، ایجاد، تأمل و اقدام (هابز، ۲۰۱۰). برخی از مصاحبه‌شوندگان در این مطالعه، زنانی هستند که دارای مهارت‌ها و توانایی در استفاده از رسانه‌های دیجیتال می‌باشند. بسیاری از زنان شرکت‌کننده در سازمان آگاه‌سازی، قادر به تولید برنامه‌های رایانه‌ای بوده و به رایانه‌ها آشنایی داشته‌اند و از سطوح مناسبی از مهارت‌ها در رسانه‌های دیجیتال برخوردار بودند. این زنان، جزو بنیان‌گذاران، مدیران و سیاست‌گذاران در برنامه‌های توانمندسازی زنان اندونزی بوده‌اند.

مصاحبه‌شوندگان در این تحقیق، میزان سطح سواد رسانه‌ای زنان در بسیاری از مناطق را به دلیل عدم کسب موقعیت در دسترسی و کسب مهارت‌های فناورانه، پائین اعلام کرده‌اند. بسیاری از زنان کشور اندونزی با واژه سواد رسانه‌های دیجیتال ناآشنا بوده‌اند در حالی که در سطوح گوناگونی از میزان سواد دیجیتالی قرار دارند.

آگوسنی، معاون وزیر توانمندسازی زنان و حفاظت کودکان از جریان‌های جنسیتی در اقتصاد، معتقد است که:

"سازمان‌های غیردولتی یا سازمان‌های اجتماعی، می‌توانند در به بهبود سواد رسانه‌های دیجیتال نقش بسزایی داشته باشند. چرا که ارتباط نزدیکی با مردم دارند. آن‌ها می‌توانند آموزش، اطلاعات و دانش فناوری اطلاعات و ارتباطات را برای زنان اندونزی به اشتراک بگذارند. در نتیجه، به اشتراک‌گذاری و یادگیری برنامه‌ها، منجر به یادگیری، به اشتراک‌گذاری و خلق محتوا با بهره‌گیری از رسانه‌های دیجیتال می‌شود (آگوسنی، مصاحبه شخصی، ۲۰۱۴).

تمام مصاحبه‌شوندگان بیان داشتند که بسیاری از زنان اندونزی از اینترنت به منظور برقراری تعامل و ارتباط در شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده و شمار اندکی از آن‌ها از شبکه اجتماعی فیس بوک برای امور تجاری استفاده می‌کنند. کامینگز و أونیل، مزایای استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات را در:

- افزایش اعتماد به نفس؛

<sup>42</sup> MR

<sup>43</sup> Natalia Dwi

<sup>44</sup> Martha Simanjuntak

<sup>45</sup> Yansen Kamto

تعداد کم زنان متخصص در حیطة توسعه وب و برنامه‌نویسی، عدم تولید محتوای آنلاین در حوزه نیازهای زنان و علایق آن‌ها را در بر خواهد داشت (آنتونیو و تافللی<sup>۴۶</sup>، ۲۰۱۴) و این بیانگر سلطه مردان در دنیای فناوری اطلاعات و ارتباطات است. پیوتری لازاتی<sup>۴۷</sup> (مدیر سازمان توسعه زنان) معتقد است:

" سازمان توسعه زنان با آموزش مهارت‌های سخت به زنان (سواد رسانه‌های دیجیتال) و مهارت‌های نرم (رهبری یا سازمان‌دهی)، در تلاش برای تغییر شرایط بوده، لذا زنان انگیزه لازم و اعتماد به نفس بالایی را در جهان فناوری اطلاعات و ارتباطات کسب خواهند کرد (پیوتری لازاتی، مصاحبه شخصی، ۲۰۱۴)."

#### توانمندسازی زنان اندونزی به کمک سواد رسانه‌های دیجیتال

اقدامات انجام شده در خصوص توانمندسازی زنان توسط IWITA و سازمان توسعه زنان، توسط هابز شناسایی شده و در جهت کسب سوادآموزی در حوزه دیجیتال بوده است. اگرچه هر دو سازمان در جهت آموزش سواد رسانه‌های دیجیتال فعالیت دارند، اما برنامه‌های آموزشی متفاوتی دارند. به عنوان مثال IWITA به آموزش و اطلاع‌رسانی فناوری‌ها، ایجاد اطلاعات در خصوص رسانه‌های دیجیتال (ایجاد بلاگ‌ها)، تحلیل اطلاعات با بهره‌گیری از رسانه‌های دیجیتال (چگونگی استفاده صحیح از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی) می‌پردازد. از سوی دیگر، فراهم‌سازی فرصت‌هایی به منظور ایجاد برنامه‌های کاربردی مبتنی بر موبایل یا کدنویسی برنامه‌های رایانه‌ای، از جمله برنامه‌های سازمان توسعه زنان در خصوص آموزش زنان است.

به‌عبارت‌دیگر در IWITA، زنان خانه‌دار شرکت‌کنندگان مورد هدف می‌باشند. در حالی که در سازمان توسعه زنان، شرکت‌کنندگان مورد هدف، دانشجویان دانشگاه‌ها هستند و از این لحاظ دارای برنامه‌های مجزایی می‌باشند و هدف IWITA آموزش زنان خانه‌دار در ایجاد بلاگ‌ها و شبکه‌های

- دریافت احترام بیشتر از دیگران؛
- افزایش قدرت تصمیم‌گیری در خانواده‌ها،
- ایجاد فرصت‌های جدید در تجارت‌های کوچک؛
- دسترسی ساده‌تر به خدمات و اطلاعات عمومی.

برشمرده‌اند (کامینگز و اونیل، ۲۰۱۵). به منظور فهم و ظهور مزایای به‌کارگیری اینترنت در زندگی روزانه و در اجتماع، سواد رسانه‌های دیجیتال برای زنان ضروری محسوب می‌شود. یکی از مصاحبه‌شوندگان (مارتا سیمانزانتک، بنیان‌گذار IWITA) معتقد است:

" سطوح سواد رسانه‌های دیجیتال در زنان اندونزی به ویژه در مناطق روستایی همچنان پائین است، در حالی که وجود این توانایی، برای زنان از اهمیت بالایی برخوردار است. به عنوان مثال داشتن سواد رسانه‌های دیجیتال به منظور آموزش کودکان و تربیت نسل جوان می‌تواند بسیار مؤثر واقع شود (مارتا سیمانزانتک، مصاحبه شخصی، ۲۰۱۴).

" IWITA بر این باور است که سواد رسانه‌های دیجیتال با آگاهی و آموزش شروع شده و با پیاده‌سازی و اجتماعی کردن در استفاده از فناوری تداوم می‌یابد و این برای زنان اندونزی و دیگران مفید است.

گروه یا جوامعی از زنان می‌توانند هدف برنامه‌های سواد رسانه‌های دیجیتال در کشورها باشند، چرا که زنان حامیان اصلی رفاه خانواده بوده و می‌توانند به شیوه‌ای مؤثر به تربیت نسل‌ها با مهارت‌های رسانه‌ای در آینده بپردازند (کومینفو، ۲۰۱۴). این موضوع هم‌راستا با نظرات یانسن کامتو، بنیان‌گذار سازمان توسعه زنان است. وی هدف این سازمان را این‌گونه تشریح می‌کند:

" هدف این سازمان، آموزش و تدریس به زنان در جهت برنامه‌نویسی و توسعه‌دهنده بودن است. چرا که ۹۰ درصد از برنامه نویسان و توسعه‌دهندگان، مرد هستند و مسائل توسط مردان حل شده و این روند، تعصب را برمی‌انگیزد. من مشتاقم تا زنان برنامه‌نویس یا توسعه‌دهنده شوند. زیرا زنان در سراسر جهان می‌توانند در حل مسائل مشارکت داشته باشند. بنابراین زنان اندونزی می‌توانند در فراهم‌سازی خدمات مفید، جامعه را یاری رسانند. سازمان در تلاش برای برهم زدن این نابرابری، رفع عدم اعتماد به نفس، افزایش اطمینان و انگیزش در زنان است (یانسن کامتو، مصاحبه شخصی، ۱ ژانویه، ۲۰۱۴)."

<sup>46</sup> Antonio & Tuffley

<sup>47</sup> Putri Izzati

اجتماعی است. مارتا سیمانزانتک، بنیان‌گذار IWITA اظهار داشته است:

"زنان خانه‌دار اندونزیایی می‌توانند از رسانه‌های دیجیتال در به اشتراک‌گذاری دستورات عمل طبخ کیک یا روش‌های تربیت فرزندان در بلاگ‌های خود استفاده کنند و این اطلاعات می‌تواند برای سایر زنان مفید واقع شود. در آینده زنان می‌توانند از رسانه‌های دیجیتال جهت ایجاد کسب‌وکار در منزل و کسب درآمد، تجربه‌آموزی و شبکه‌ای نمودن فرایند زندگی خود استفاده نمایند (مارتا سیمانزانتک، مصاحبه شخصی، ۲۰۱۴).

استفاده از رسانه‌های دیجیتال و فناوری اطلاعات و ارتباطات، فرصت حضور در فضای عمومی نظیر سازمان‌ها و تجارت را برای زنان مهیا می‌سازد (کامینگز و اونیل، ۲۰۱۵). فولر<sup>۴۸</sup> اظهار داشته است که در صورتی که زنان به ابزارهای دیجیتال مجهز شوند، می‌توانند بر نابرابری‌های جنسیتی غلبه نمایند. به عنوان مثال می‌توانند به اشتغال، کسب درآمد، تحصیلات و خدمات بهداشتی دسترسی دست یابند (اتحادیه زنان در بنیاد رسانه‌ها، ۲۰۱۱). سازمان IWITA علاوه بر ارتقای سواد رسانه‌ای، اقدامات مؤثری در جهت غلبه بر نابرابری‌های جنسیتی درباره زنان اندونزی بر اساس درآمدزایی و موقعیت تحصیلی داشته است. سازمان توسعه زنان، آموزش استفاده از کدنویسی و برنامه‌های رایانه‌ای برای ایجاد برنامه‌های کاربردی تحت موبایل یا وب سایت‌ها را در دانشگاه‌ها برای زنان جوان مهیا نموده است. پیوتری لازاتی (مدیر سازمان توسعه زنان)، چرایی انتخاب زنان جوان در راستای برنامه‌های توانمندسازی زنان اندونزی را شرح می‌دهد:

"تمرکز ما در برنامه‌های توانمندسازی زنان، دانشجویان هستند چرا که جوان بوده و مشتاق یادگیری در کارگاه‌ها هستند و زمان بیشتری برای یادگیری دارند، همچنین انرژی بیشتری برای خلق و ادامه یادگیری دارند (پیوتری لازاتی، مصاحبه شخصی، ۲۰۱۴).

در اندونزی، دانشجویان به ویژه ساکنین در شهرها، بیشترین دسترسی به اینترنت را دارند. سازمان توسعه زنان با ایجاد دانشگاه‌ها، زنان اندونزی را در کسب سواد رسانه‌های

دیجیتالی تشویق می‌کند و از سطح بالاتر آموزشی در کسب سواد رسانه‌های دیجیتال نسبت به IWITA برخوردار است و امکان خلق، تأمل و اقدام را مهیا می‌سازد (هابز، ۲۰۱۰). این دو سازمان، مکمل برنامه‌های آموزشی یکدیگر هستند.

ام آر، به عنوان یکی از شرکت‌کنندگان کارگاه سازمان توسعه زنان، تجربه خود را این‌گونه به اشتراک گذاشته است:

"به این دلیل که، تمامی اعضا و مربیان کارگاه در سازمان توسعه زنان، زنان بوده‌اند، احساس راحتی بیشتری داشته‌ام و در این کارگاه قادر به بحث و طرح سؤال با اعضا و اساتید بوده‌ام. در کارگاه‌های فناوری که زنان و مردان با هم حضور داشته‌اند، مشارکت داشته‌ام اما به دلیل سرعت یادگیری بالا در مردان و تسلط بر مفاهیم، طرح سؤال و تعامل دشوارتر است. احساس اطمینان و انگیزش بیشتری می‌کنم، زمانی که می‌بینم دیگر زنان قادر به ایجاد برنامه‌های کاربردی هستند (ام آر، مصاحبه شخصی، ۲۰۱۴).

تعلیم سواد رسانه‌های دیجیتالی برای زنان در کشور اندونزی، توسط خود زنان صورت می‌گیرد. زیرا آن‌ها می‌توانند به شیوه‌ای اثربخش با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و یکدیگر را حمایت نمایند. علاوه بر این می‌توانند انگیزه بیشتری داشته و در نتیجه اعتماد به نفس پایینی هم نخواهند داشت، بنابراین کشور اندونزی با الگوهای خوبی از زنان ماهر در حوزه فناوری یا سواد رسانه‌های دیجیتالی مواجه خواهد شد. همچنین زنان در پرورش دیگران از صبر و حوصله بیشتری برخوردارند و این منجر به ایجاد محیط آموزشی سودمند و اثربخش خواهد شد.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادات

این پژوهش به دنبال بررسی و تحلیل وظایف، فرصت‌ها و چالش‌های پیشروی مبتکران، مدیران و شرکت‌کنندگان در برنامه‌های توانمندسازی زنان اندونزی بوده است و نتایج به دست آمده بیانگر این است که در خصوص سواد رسانه‌های دیجیتال و تقسیم جنسیتی دیجیتال مشکلاتی وجود دارد. بسیاری از زنان، کاربران فعال اینترنت هستند، اما سواد رسانه‌های دیجیتال آن‌ها پائین است. برخی از موانع درباره استفاده زنان اندونزی از رسانه‌های دیجیتال توسط دو سازمان شناسایی شده که عبارت‌اند از:

<sup>48</sup> Fuller

ویژه به این امر خواهد داشت چرا که زنان ایفاگر نقش مهمی در آموزش فرزندان، ارتقای کیفیت خانواده‌ها و بهبود جوامع خود ایفا می‌کنند.

#### منابع

Alliance For Women in Media Foundation. (2011). Special report on digital literacy for women and girls. McLean, VA: Author. Retrieved from [https://www.itu.int/en/ITU-D/Digital Inclusion/Women-and-Girls/Documents/ReportsModules/Special%20report%20on%20digital%20literacy%20for%20Women%20Girls.pdf](https://www.itu.int/en/ITU-D/Digital%20Inclusion/Women-and-Girls/Documents/ReportsModules/Special%20report%20on%20digital%20literacy%20for%20Women%20Girls.pdf)

Antonio, A., & Tuffley, D. (2014). The gender digital divide in developing countries. *Future Internet*, 6(4), 673e687. <http://dx.doi.org/10.3390/fi6040673>.

Bunker, B. (2010). A summary of international reports, research and case studies of digital literacy. New Zealand: New Zealand Computer Society Inc

Comscore. (2013). Southeast Asia digital future in focus 2013. Retrieved from [http://www.comscore.com/Insights/Presentations\\_and\\_Whitepapers/2013/2013\\_Southeast\\_Asia\\_Digital\\_Future\\_in\\_Focus](http://www.comscore.com/Insights/Presentations_and_Whitepapers/2013/2013_Southeast_Asia_Digital_Future_in_Focus).

Cummings, C., & O'Neil, T. (2015). Do digital information and communications technologies increase the voice and influence women and girls? A rapid review of the evidence. London, UK: Overseas Development Institute. Retrieved from <http://www.odi.org/publications/9499-women> -فناوری اطلاعات و ارتباطات-women

Dewan, S., & Riggins, F. J. (2005). The digital divide: Current and future research directions. *Journal of the Association for Information Systems*, 6(12), 298e337.

Farida, S. W. W. R., Sulistiowati, B. Y., & Hermana, B. (2011). Internet adoption in Indonesian education: Are female teachers able to use and anxious of internet? *International Journal of Computer Science and*

- پیش‌زمینه‌های علمی پائین؛
- عدم توانایی؛
- عدم تسهیل سازی؛
- عدم کارگاه‌های آموزشی فناوری اطلاعات و ارتباطات؛
- وجود برخی از عوامل فرهنگی.

دو سازمان توسعه زنان و IWITA با پیاده‌سازی برنامه‌های سواد رسانه‌های دیجیتال و ایجاد نیاز در زنان اندونزی به رسانه، ایجاد انگیزش و پشتیبانی از مهارت‌های آن‌ها، راهکارهایی برای افزایش سواد رسانه‌های دیجیتال زنان اندونزی ارائه داده‌اند. در این راستا هر دو سازمان گام‌هایی مؤثر جهت غلبه بر مشکلات موجود در حیطه آموزش و ارتقای سواد رسانه‌های دیجیتال زنان اندونزی برداشته‌اند. اقدامات توانمندسازی زنان اندونزی بر اساس برنامه‌های سواد رسانه‌های دیجیتال دو سازمان، افزایش سطح سواد رسانه‌های دیجیتال را به همراه داشته است اما هنوز هم به دلیل برگزاری کارگاه‌های آموزشی در مناطق جغرافیایی خاص و تعداد اندک شرکت‌کنندگان، شاهد محدودیت‌هایی در کسب سواد رسانه‌های دیجیتال هستیم. توانمندسازی زنان اندونزی از طریق فناوری بایستی افزایش یافته و باید با مشارکت دیگر جوامع و سازمان‌ها انجام پذیرد. به عنوان مثال IWITA و سازمان توسعه زنان به عنوان جوامع یا سازمان‌هایی هستند که با هم همکاری دارند و می‌توانند دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های خود را بر اساس سن و میزان سطح سواد رسانه‌های دیجیتال زنان گسترش دهند و بر تعداد مربیان زن بیفزایند.

مربیان زن، دارای نقش مؤثری در کسب مهارت‌های رسانه-ای دیجیتال در زنان و فراهم نمودن زمینه‌های تساوی مردان و زنان در کسب مهارت‌های رسانه‌ای دیجیتال هستند. برنامه‌های توانمندسازی زنان اندونزی، نیازمند مشارکت دولت نظر سیاست‌گذاران، سازندگان زیرساخت‌ها و سازمان‌های غیردولتی نظیر بنیان‌گذاران، متولیان انجام اقدامات توانمندسازی زنان و توسعه‌دهندگان برنامه‌های توانمندسازی زنان به ویژه زنان ساکن در مناطق روستایی است. دولت از طریق وزارت توانمندسازی زنان و حمایت از کودکان و وزارت ارتباطات و اطلاع‌رسانی در اندونزی، با فراهم‌سازی زمینه‌های دسترسی زنان اندونزی به رسانه‌های دیجیتال و ارتقای سواد رسانه‌های دیجیتال در آن‌ها، توجه

- Kominfo, Kementerian Komunikasi Informasi dan Teknologi Republik Indonesia. (2014). Kemkominfo: Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta [Indonesian ministry of communication and information: internet users in Indonesia reached 82 million]. Retrieved from [http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A%20Pengguna%20Internet%20di%20Indonesia%20Capai%2082%20Juta/0/berita\\_satker](http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A%20Pengguna%20Internet%20di%20Indonesia%20Capai%2082%20Juta/0/berita_satker).
- McKinsey Global Institute. (2015). McKinsey Global Institute report: The power of parity: How advancing women's equality can add \$12 trillion to global growth. Retrieved from <http://www.mckinsey.com/globalthemes/employment-and-growth/how-advancing-womens-equality-can-add-12-trillion-to-global-growth>.
- Norris, P. (2001). *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the internet worldwide*. Cambridge, MA: University Press.
- Nugroho, R. (2008). *Gender dan strategi pengarus-utamaannya di Indonesia [Gender and mainstreaming strategy in Indonesia]*. Yogyakarta, Indonesia: Pustaka Pelajar.
- Primo, N. (2013). *Gender issues in the information society*, UNESCO publications for the world summit on the information society. Paris, France: The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). Retrieved from [http://portal.unesco.org/ci/en/file\\_download.php/250561f24133814c18284feedc30bb5egender\\_issues.pdf](http://portal.unesco.org/ci/en/file_download.php/250561f24133814c18284feedc30bb5egender_issues.pdf).
- Renggana, R. S. (2008). *Kesetaraan gender Dan Pemberdayaan Perempuan Dalam Masyarakat Teknologi Informasi Dan Komunikasi (gender & TIK)*. Jakarta, Indonesia: e-Indonesia Initiative 2008 (eII2008) Konferensi
- Information Society, 9(4), 78e87.
- Flew, T. (2014). *New media: An introduction (4th ed.)*. Melbourne, VIC, Australia: Oxford University Press.
- Goulding, A., & Spacey, R. (2002). Women and the information society: Barriers and participation. In 68th IFLA council and general conference, August 18e24
- Hilbert, M. (2011). Digital gender divide or technologically empowered women in developing countries? A typical case of lies, damned lies and statistics. *Women's Studies International Forum*, 34, 479e489 (Elsevier)
- Hill, D., & Sen, K. (2005). *The internet in Indonesia's new democracy*. Oxon, UK: Routledge.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy a plan of action: White paper*. Washington, DC: The Aspen Institute.
- Intel, & Dalberg. (2011). *Women and the web*. Retrieved from [http://dalberg.com/documents/Women\\_Web.pdf](http://dalberg.com/documents/Women_Web.pdf)
- Jahja, N. (2013). *Global information society watch 2013, women's right, gender and فنآوری اطلاعات و ارتباطات*. Retrieved from [http://issuu.com/hivos/docs/giswatch\\_2013\\_chapters/134](http://issuu.com/hivos/docs/giswatch_2013_chapters/134).
- Jakarta Post. (2015). *Internet users in Indonesia reach 73 million*. Jakarta, Indonesia: Jakarta Post
- Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A. J., & Weigel, M. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century, digital media learning*. Cambridge, MA: The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation.

Widyastuti, D. A. R. (2014). Kampus dan Pemberdayaan Perempuan. Retrieved from <http://berita.suaramerdeka.com/smcetak/kampusdan-pemberdayaan-perempuan/>.

World Summit on the Information Society (WSIS). (2003). WSIS: Plan of action. United Nations. Retrieved from <http://www.itu.int/wsis/docs/geneva/official/poa.html>

World Summit on the Information Society (WSIS). (2005). Tunis commitment. United Nations. Retrieved from <http://www.itu.int/wsis/docs2/tunis/off/7.html>

dan Temu Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk Indonesia.

Selwyn, N. (2014). Reconsidering political and popular understandings of the digital divide. *New Media & Society*, 6(3), 341e362. <http://dx.doi.org/10.1177/1461444804042519>.

Srivastava, R., & Manzar, O. (2013). The internet as a pathway for women's empowerment in India digital empowerment foundation. *Global Information Society Watch, APC and HIVOS*. Retrieved from [http://www.giswatch.org/sites/default/files/india\\_gisw13.pdf](http://www.giswatch.org/sites/default/files/india_gisw13.pdf)

Thurlow, C., Lengel, L., & Tomic, A. (2007). *Computer mediated communication: Social interaction and the internet*. London, UK: Sage Publication.

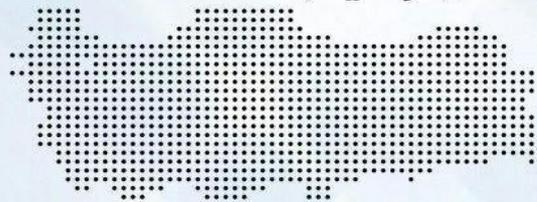
Wakhidah, N. (2012). *Perempuan dalam Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi*. Malang, Indonesia: UIN Fakultas Saintek. Retrieved from <http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/egalita/article/download/1912/pdf>

## معرفی کتاب

### پیشگفتار:

امروزه که رسانه‌های جمعی در تمام بخش‌های زندگی ما گسترده و اثرگذار شده‌اند، اهمیت سواد رسانه‌ای در جهان و در کشورهای در حال توسعه مانند ترکیه افزایش یافته است. رسانه نه تنها با استفاده از فناوری‌های ارتباطی در حال ارتقای حوزه فعالیت خود است، بلکه شروع به توزیع اطلاعات متنوع و بیش از اندازه‌ای نموده است. درس سواد رسانه‌ای که قرار است کارکردهایی مانند دستیابی به "حقیقت" با تجزیه و تحلیل اطلاعات رسیده از میان این اطلاعات بیش از اندازه و ارزیابی آن‌ها داشته باشد، وارد برنامه درسی دانشکده ارتباطات در ترکیه نیز شده و ارائه آن به عنوان درس اختیاری در برنامه درسی دوره متوسطه از سال تحصیلی ۲۰۰۷-۲۰۰۸ آغاز شده است. این کتاب با دیدگاهی انتقادی که عموماً در مطالعات ارتباطات وجود دارد، به رسانه‌های تدوین شده‌ای که در درس سواد رسانه‌ای دوره متوسطه در این کشور آموزش داده می‌شود، می‌پردازد. رسانه‌ای که در این مطالعه مورد بررسی قرار گرفته است، رسانه‌های تدوین شده موجود در کتاب راهنمای سواد رسانه‌ای برای معلمان این کشور است. امید است تا نتایج این تحقیق، مرجع هدایت محققان در انجام تحقیقات آتی در حوزه سواد رسانه‌ای باشد.

## دوره سواد رسانه‌ای در کشورهای در حال توسعه (ترکیه)



مؤلف: حنیفی کرت

مترجمین: دکتر مریم حق شناس و محدثه عقابایی



دوره سواد رسانه‌ای در کشورهای در حال توسعه (ترکیه)

مترجمین: دکتر مریم حق شناس و محدثه عقابایی

## مطالعه‌ای بر آموزش سواد رسانه‌ای در ایران و کشورهای توسعه‌یافته

مریم حق‌شناس، مهدی پارساجو

۱- مدرس دانشگاه، دکتری مدیریت رسانه

دانشگاه تهران

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت،

دانشگاه تهران شمال

M-haghshenas@ut.ac.ir

Parsa8505@gmail.com

### چکیده

سواد رسانه‌ای در یک تعریف بسیار کلی عبارت است از یک نوع درک متکی بر مهارت که بر اساس آن می‌توان انواع رسانه‌ها و انواع تولیدات آن‌ها را شناخت و از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد. این درک به چه کاری می‌آید؟ به زبان ساده، سواد رسانه‌ای مثل یک رژیم غذایی است که هوشمندانه مراقب است که چه موادی مناسب هستند و چه موادی مضر؛ چه چیزی را باید مصرف کرد و چه چیزی را نه و یا اینکه میزان مصرف هر ماده بر چه مبنایی باید استوار باشد. از این‌رو در این مقاله می‌خواهیم مروری داشته باشیم بر وضعیت «سواد رسانه‌ای» در ایران و سایر کشورها و تلاش کنیم تا به این درک مشترک دست‌یابیم که «سواد رسانه‌ای» نیاز دنیای توسعه‌یافته است و اگر می‌خواهیم در دنیای جدید فرزندانمان از آسیب‌های به شدت رسانه‌ای جدید در امان باشند باید این مسیر را بشناسیم و طی کنیم.

**کلمات کلیدی: رسانه، سواد رسانه‌ای، کشورهای توسعه‌یافته، آموزش.**

### ۱. مقدمه

سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از مهارت‌های قابل یادگیری است که به توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل و ایجاد انواع پیام‌های رسانه‌ای اشاره دارد و یک مهارت ضروری در دنیای امروزی

به شمار می‌رود. برای حرکت در محیط رسانه‌ای پیچیده امروز باید قادر به درک بهتر پیام‌های رسانه‌ای باشیم. افراد، با سواد رسانه‌ای قادر به کشف پیام‌های پیچیده‌ی موجود در محتوای تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها، مجلات، کتاب‌ها، بیلبردهای



تبلیغاتی، اینترنت و سایر رسانه‌های مستقل خواهند شد. آن‌ها همچنین می‌توانند رسانه‌های خود را ایجاد کرده و در شکل‌گیری فرهنگ رسانه‌ای مشارکت فعالانه داشته باشند، این امر سبب می‌شود مردم از حالت مصرفی خارج شده، از رسانه‌ها به صورت هوشمندانه‌ای بهره‌مند شوند. ببران (۱۳۸۲)

## ۲. سواد - رسانه

سواد به معنی میزان دریافت آگاهی و برداشت اطلاعات از موضوعی که بر اثر برقراری یک ارتباط با محیط اطراف خواه از طریق اطرافیان و یا در مواجهه با حوادث، رویدادها و حتی از طریق بصری حاصل شده باشد و در نتیجه دارای یک بازخورد باشد. هر منبع اطلاعاتی که دانش و اطلاعاتی را به شخصی منتقل کند رسانه گویند. خواه کتاب، پوستر، نقاشی و یا حتی استادی که در یک کلاس تدریس می‌کند، باشد. اگر تا چند سال پیش دارندگان مدرک دیپلم یا فوق‌دیپلم با سواد خوانده می‌شدند، امروزه به تبع پیشرفت‌های علم و فناوری شاید این ادعا در مورد دارندگان مدرک کارشناسی و در برخی جوامع فراتر از آن صادق باشد. اما این تنها تغییر سواد نیست، سال‌ها است که سواد به جز خواندن و نوشتن، مهارت‌های دیگری را هم در ذهن تداعی می‌کند. برخی منابع به بیش از ۱۵ نوع سواد اشاره کرده‌اند که از آن جمله می‌توان به سواد بصری، سواد فرهنگی، سواد رایانه، سواد مخترعان ... و سواد رسانه‌ای اشاره کرد. ببران (۱۳۸۲)

## ۳. سواد رسانه‌ای<sup>۱</sup>

سواد رسانه‌ای مفهومی قدیمی است که اولین بار "مارشال مکلوهان" در سال ۱۹۶۵ به کاربرد. او برای اولین بار در کتاب خود تحت عنوان "درک رسانه: گسترش ابعاد وجودی انسان"، این واژه را بکار برد و معتقد بود در دوره دهکده جهانی باید انسان‌ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای دست یابند. سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از چشم اندازه‌است که ما به طور فعالانه برای قرارگرفتن در معرض رسانه از آن‌ها بهره‌برداری می‌کنیم تا معنای پیام‌هایی را که با آن‌ها مواجه می‌شویم، تفسیر کنیم. ماچشم اندازه‌های خود را با استفاده از ساختار دانش خود می‌سازیم برای ساختن ساختارهای دانش به ابزار و مواد اولیه نیاز داریم. حالا این ابزارها، مهارت‌های ماست. و ماده اولیه آن‌هم اطلاعات به دست آمده از رسانه‌ها و دنیای واقعی

است. استفاده فعالانه بدان معنی است که ما از پیام‌ها آگاهیم و به طور آگاهانه با آن‌ها در تعاملیم. در بعضی از کشورها سواد رسانه‌ای به صورت رسمی از سوی نظام آموزش و پرورش نه فقط برای آگاهی و درک بهتر، بلکه برای آزادی عمل انتقادی پذیرفته شده است. حسینی (۱۳۹۲).

"پاتریشیا افدرهید" از اعضای موسسه اسپن در مقاله‌ای در سال ۱۹۸۹ سواد رسانه‌ای را این‌طور تعریف می‌کند: توانایی دستیابی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و انتقال اطلاعات در اشکال مختلف اعم از مکتوب و غیر مکتوب.

با پیدایش و گسترش انقلاب فناوری در دهه ۱۹۸۰ جهان، به مرحله‌ای گام نهاد که عرصه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جوامع مختلف دستخوش تغییرات اساسی و دامنه‌داری قرار گرفت.

این تغییرات بیشتر در امتداد حواس پنج‌گانه انسان و غلبه آن‌ها بر عناصر زمان و مکان حادث شده و فرصت‌های مثال‌زدنی را فراروی توسعه ملت قرار داد. اما به موازات این فرصت‌ها وجود چالش‌ها و پیامدهای ویران‌کننده حال و آینده زندگی افراد را تهدید می‌کند. این تهدیدها از رژیم سیاسی گرفته تا مؤلفه‌های انسجام اجتماعی را دربرمی‌گیرد؛ پس باید چه کاری کرد که در حال حاضر هویت و پایه‌های یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های انسجام اجتماعی با چالش‌های جدی مواجه شده است.

تولید و ارسال اطلاعات بی‌معرف آن‌هم به مقدار زیاد، ترویج خشونت از طریق مختلف نظیر بازی‌های رایانه‌ای، کارتون، فیلم و تبلیغات سودجویانه مغایر با ارزش‌های اسلامی، از جمله این چالش‌ها است.

به راستی چه باید کرد؟ آیا با ابزارهای نظارت سنتی و وضع قوانین تنبیهی صرف یا ممنوع کردن ارتباطات می‌توان از مردم (به طور عام) و کودکان و نوجوانان (به طور خاص) دفاع کرد، یا اینکه به کمک نرم‌افزارهای الکترونیکی می‌توان به حذف یا ممانعت از انتشار پیام‌های زیان‌بخش همت گمارد؟ اینجاست که سواد رسانه‌ای نقش خود را نشان می‌دهد.

## ۴. مبانی و اصول سواد رسانه‌ای

"الیزابت توماس" در توصیف این موضوع می‌نویسد: سواد رسانه‌ای شم و استعدادی است که به بازشناسی اوضاع و احوالی منجر می‌شود که در پس تولیدات رسانه‌ای قرار دارند. موضوعاتی از جمله انگیزه‌ها، ارزش‌ها، مالکیت و ثروت و

<sup>1</sup> Media Literacy

همچنین آگاهی از چگونگی تأثیر این موضوعات در محتوای رسانه‌ها. حسینی (۱۳۹۲)

"مائورین بارون" مدیر بخش چندرسانه‌ای و عضو هیئت‌مدیره آموزش زبان انگلیسی مونترال، سواد رسانه‌ای را جزء مؤلفه‌های باسوادی می‌پندارد و می‌نویسد: امروز افراد باسواد باید بتوانند:

۱- توانایی رمزگشایی، 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 رسانه‌ای تعریف وسیع‌تری ارائه شده است. سواد رسانه‌ای، مجموعه‌ای از شایستگی‌های ارتباطی که توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تعامل اطلاعاتی در اشکال متفاوت پیام‌های چاپی و غیر چاپی را داراست. ناصر بلیغ

اندیشمندان ژاپنی نیز با الگوبرداری از کشور کانادا، تعاریف مختلفی ارائه کرده‌اند. "میدوری سوزوکی" سواد رسانه‌ای را چنین تعریف می‌کند: سواد رسانه‌ای ابزاری برای توانمند ساختن شهروندان در انجام تحلیل انتقادی و ارزیابی رسانه‌ها در بافت اجتماعی، دسترسی به رسانه‌ها، برقراری اشکال متعدد ارتباط به شکل‌های مختلف و ایجاد موضوعی انتقادی است.

"سین میزوسوکی" از کارشناسان برجسته سواد رسانه‌ای را توانمندی‌های چندگانه‌ای توصیف می‌کند که به کمک آن مردم، اطلاعات را از طریق رسانه‌ها دریافت و به طور انتقادی تفسیر کرده و افکار، عقاید و توانمندی خویش برای طراحی ذهنی رسانه‌ها باز تولید می‌کنند. یونس شکر خواه (۱۳۸۸)

"اکیکوسوگویا" روزنامه‌نگار: سواد رسانه‌ای را به عنوان توانایی مطالعه انتقادی واقعیت ایجاد شده توسط رسانه‌ها و نیز بیان احساسات خود با استفاده از رسانه‌ها و برخورد ذهنی با انواع اطلاعات تعریف می‌کند.

اما بر اساس تعریفی که از سواد رسانه‌ای در ایران ارائه شده است: سواد رسانه‌ای سواد است که مخاطب به مدد آن می‌آموزد که در شرایط انبوه شدن پیام، چگونه پیام‌های مورد نیاز را جستجو کند و اهداف پیام را تشخیص دهد. حسینی (۱۳۹۲)

دکتر محسنیان راد می‌گوید: سواد رسانه‌ای سواد است که در حالت انبوه شدن پیام‌ها در سپهر ارتباطی مخاطب قرار می‌گیرد؛ اینکه مخاطب چگونه به آسانی پیام‌های موردنیاز

خود را پیدا کند، به عبارتی توانایی تشخیص پیام‌هاست و این‌که مخاطب بداند رسانه‌های موردنظر، کدام پیام را باهدف خبررسانی منتشر می‌کنند یا قصد پروپاگاندا (تبلیغات سیاسی) دارند.

دکتر معتمد نژاد هم سواد رسانه‌ای را نوعی درک متکی بر مهارت می‌داند که می‌توان بر اساس آن انواع رسانه‌ها را از یکدیگر تمیز داد و انواع تولیدات رسانه‌ای را از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد. یعنی محصول نهایی یک رسانه را تشخیص داد و این‌که آیا محتوا، رابطه‌ای با عدالت اجتماعی دارد یا خیر؟ (یونس شکر خواه، ۱۳۸۵)

"یونس شکر خواه" سواد رسانه‌ای را قدرت در نحوه کار رسانه‌ها و معنا سازی در آن‌ها بیان می‌کند. از مجموع آنچه گفته شده می‌توان نتیجه گرفت که سواد رسانه‌ای: مجموعه مهارت‌هایی است که به مخاطب امکان می‌دهد تا علاوه بر درستی و خلق انواع پیام‌های ارتباطی به مالکیت، ثروت، انگیزه‌ها و ارزش‌های نهفته در پیام‌ها دست یابد و با رویکردی انتقادی به تنظیم رژیم مصرف انواع پیام‌های ارتباطی (انتشارت تا تلویزیون و از بیلبورد تا اینترنت) بپردازد.

#### ۵. حیطه موضوعی سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای از چهار حیطه شناختی، حسی، اخلاقی و زیبایی‌شناسی تکوین یافته است. این حیطه چهارگانه در پیوستاری تعاملی به هم وابسته قرار گرفته‌اند. صالحی امیری ۱۳۸۹

۱. شمول شناختی یا ادراکی، حیطه‌ای است که به فرایندهای ذهنی و فکری مربوط می‌شود. شایستگی‌های ادراکی، مجموعه‌ای از شناخت ساده نشانه‌ها تا درک پیچیده‌ترین پیام‌ها و کشف علل و نحوه ارائه خاص آن‌ها را به وسیله یک رسانه دربرمی‌گیرد که این همان بعد عقلانی است که به ایجاد مضمونی قوی در فرایند ساختن معنا منتهی می‌شود. بنابراین از مهم‌ترین عناصر چرخه ارتباطی میان رسانه و مخاطبان، فرآیند ساخت یافتگی معنا است که به وسیله "محسنیان راد" صاحب‌نظر علوم ارتباطات ترسیم شده است.

۲. حیطه حسی که به لایه بیرونی ادراک شکل می‌بخشد. به این معنا که مخاطب از طریق یکی از حواس پنج‌گانه در معرض پیام‌های رسانه‌ای قرار می‌گیرد، این موضوع تداعی‌کننده نظریات "مک

لوهان" است که می‌گوید: هر رسانه در امتداد یکی از حواس پنج‌گانه است. در این میان بخشی از مخاطبان در ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای بسیار قوی هستند. پیام‌هایی که برخی از آن‌ها دارای آثار مثبت و برخی دیگر دارای آثار منفی هستند برای مثال کودکانی که فیلم‌های ترسناک و خشونت‌بار می‌بینند، آن‌چنان مغلوب حس ترس می‌شوند که ساعت‌ها مضطرب می‌مانند.

۳. بعد زیبایی‌شناختی که به توانایی درک و شناخت مفاهیم رسانه‌ای از دیدگاه هنری اشاره دارد. این مقوله به نوع و میزان هنر و مهارت تولید پیام در رسانه‌های مختلف بستگی دارد. یعنی سبک هنری منحصر به فرد یک نویسنده، به تولیدکننده و کارگردان یک برنامه رادیویی و تلویزیونی، مصداق بارز این بعد زیبایی در سواد رسانه‌ای است.

۴. آخرین و چهارمین حیطة، بعد اخلاقی است که به توانایی درک و دریافت ارزش‌های نهفته در پیام‌ها اشاره دارد. در سبک کمدی، ارزش‌های نهفته‌تر پیام‌ها بیانگر این است که مزاح و شوخی، ابزاری مهم در حل و فصل مشکلات تلقی می‌شود. در حال حاضر بسیاری از نامزدهای انتخاباتی کشور ما پاشنه ارتباطی خود را در همین مدار می‌چرخانند تا در فرآیند تغییر نگرش به موفقیتی دلخواه دست یابند؛ اما در سوی دیگر این قضیه چالش‌های حاصله، پنجه در پنجه مخاطب می‌افکند. از جمله این چالش‌ها بهره‌گیری هدفمند از این حیطة در برنامه‌های منفی و گمراه‌کننده است.

#### ۶. اصول و مفاهیم سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای بر پایه مفاهیمی استوار است که فهم و بازشناسی آن را اجتناب‌ناپذیر می‌کند. اصول سواد رسانه‌ای همان مفاهیم کلیدی هستند که مورد توجه راهبردها، سازان، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان هر کشور قرار می‌گیرند. حتی آموزش‌دهندگان رسانه‌ای، آموزش خود را بر اساس مفاهیم سواد رسانه‌ای بنا می‌کنند که به چند مورد اشاره می‌کنیم.

صالحی امیری ۱۳۸۹

۱- سازه‌ای بودن رسانه‌ها:

این مفهوم بیانگر این است که رسانه‌ها با دقت ماهرانه‌ای به ارائه برداشت‌هایی می‌پردازند تا عوامل معینی را انعکاس دهند.

در این میان بازنمایی رسانه‌ای، شکل پیچیده‌ای از حقایق بیرونی را ارائه می‌کند. به طوری که می‌توان گفت: تشخیص مرز میان واقعیت و مجاز غیرممکن نیست، بلکه دشوار است. سخن قدیمی که می‌گوید "دوربین هرگز دروغ نمی‌گوید" حاکی از شیوه شرطی شدن ما برای پذیرش رابطه میان واقعیت و نمایش واقعیت به وسیله رسانه‌هاست. در روزگار واقعیت مجازی و شبیه‌سازی‌های کامپیوتری، دیدن، عین باور کردن نیست. همه رسانه‌ها با دقت بسیاری گردآوری، تدوین، انتخاب و طراحی می‌شوند. آن‌ها دنیایی را به ما نشان می‌دهند که هر چند حقیقی به نظر می‌رسد، اما از یک نگاه گزینش شده است که معمولاً ما به ازای خارجی ندارد. یادگیری تشخیص واقعیت از بازتاب واقعیت در این مفهوم مستتر است.

۲- بازسازی واقعیت به وسیله رسانه‌ها:

این اصل بیانگر آن است که میان شیوه ارائه وقایع به وسیله رسانه‌ها، با شیوه درک مخاطبان رسانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد. میزان جنایت در تلویزیون ۱۰ برابر دنیای واقعی است، هنگامی که ما از فرد، موسسه، موضوع، شخص یا مکان ارائه شده در رسانه درک مستقیم و عینی نداشته باشیم، رسانه‌ها، واسطه این درک خواهند بود. این یعنی رسانه‌ها از نداشتن سواد رسانه‌ای ما، واقعیت را آن‌گونه که می‌خواهند بازسازی می‌کنند از این‌رو حجم زیادی از ادراک ما را به حقیقت به وجود می‌آورند.

۳- مخاطبان مفهوم مورد نظر خود را از طریق رسانه‌ها دریافت می‌کنند:

تعامل اغلب مخاطبان بر اساس فاکتورهای فردی است. این فاکتورها عبارت‌اند از: نیازها و اشتیاق‌های شخصی، خوشی‌ها، سختی‌های روزمره، نگرش‌های نژادی و جنسیتی، پیشینه خانوادگی، فرهنگی و... است.

یعنی مخاطب بر اساس انگیزه و ریشه‌های روان‌شناختی و اجتماعی از میان رسانه‌ها و پیام‌های مختلف انتخاب خود را انجام می‌دهد. این ریشه‌ها زاویه دید مخاطب را ترسیم می‌کند. در این رابطه "تئودور سایزر" از اساتید برجسته علوم تربیتی می‌گوید: تلویزیون بزرگ‌ترین نظام آموزش و شکل‌دهنده اصلی فرهنگ است و قدرتمندانه بر ذهن جوانان درباره نحوه آمریکایی بودن تأثیر می‌گذارد. درک آنچه تلویزیون و رسانه‌های دیگر تعلیم می‌دهند، نکته محوری در سواد رسانه‌ای است.

۷. ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای

"باری دونکان" عضو انجمن سواد رسانه‌ای کانادا، سواد رسانه‌ای را پاسخی به حل مشکلات ناشی از رسانه‌ها معرفی می‌کند. به عقیده وی این پروژه باید به عنوان بخشی از واکنش‌های آموزش مدارس در برابر خشونت و سایر آسیب‌های رسانه‌ای در نظر گرفته شود. دونکان در ضرورت این آموزش، دلایل زیر را برمی‌شمرد: قاسمی (۱۳۸۵)

- ۱- رسانه‌ها در حیات فرهنگی و سیاسی ما تسلط دارند.
- ۲- تقریباً همه اطلاعات، به‌جز مواردی که آن‌ها را به طور مستقیم تجزیه می‌کنیم، رسانه‌ای شده هستند.
- ۳- رسانه‌ها قادر به خلق مدل‌های ارزشی و رفتاری پر قدرتی هستند.
- ۴- رسانه‌ها بدون فعال کردن خودآگاه بر تأثیر می‌گذارند.
- ۵- سواد رسانه‌ای می‌تواند مصرف رسانه‌ای را برای ما لذت‌بخش کند و رابطه انفعالی را به رابطه فعال تبدیل کند.

"دن بلیک" هنگامی که در کارگاه آموزشی خود درباره سواد رسانه‌ای فعالیت می‌کرد، دلایل زیر را در ضرورت سواد رسانه‌ای بیان کرده است: قاسمی (۱۳۸۵)

- ۱- ما در یک محیط میانجی شده و با واسطه زندگی می‌کنیم.
- ۲- سواد رسانه‌ای در تفکر انتقادی تأکید می‌ورزد.
- ۳- سواد رسانه‌ای بخشی از حیات یک شهروند فرهیخته و تحصیل کرده است.
- ۴- سواد رسانه‌ای مشارکت فعال را در یک محیط اشباع شده رسانه‌ای ترویج می‌دهد.
- ۵- ما به کمک آموزش رسانه‌ای فعالیت‌های ارتباطی را درک می‌کنیم.

علاوه بر موارد گفته شده که هر یک متناسب با رویکرد خاصی تنظیم شده‌اند دلایل دیگری نیز وجود دارند که فقط همراه با سایر دلایل می‌توانند از ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای تصویر به نسبت کامل تری را ارائه دهند. این دلایل می‌توانند بر مبنای دیدگاه‌های زیبایی‌شناسی، شهروندی و نیز حمایتی ارائه شوند. اما علت مطالعه رسانه‌ها خود بیانگر ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای است.

۸. شکل‌ها سواد رسانه‌ای در کشورهای توسعه‌یافته آموزش رسانه در بریتانیا، استرالیا، جنوب آفریقا، کانادا و ایالات متحده هم‌زمان با تولید علایقی در هلند، ایتالیا، طرابلس، یونان، سوئد، هند و روسیه توسعه‌یافته است. اما شاید

بتوان گفت که بیشترین فعالیت‌ها در این زمینه در اروپا صورت گرفته است. انگلستان و استرالیا را نیز باید در زمره پیشگامان و سرآمدان آموزش سواد رسانه‌ای در دنیا معرفی کرد. این کشورها بیش از همه، رشد آموزش‌های سواد رسانه‌ای را مدیون انجمن‌ها و مؤسسات سواد رسانه‌ای و سازمان‌هایی هستند که از اعضای آموزشگر تشکیل شده‌اند. اکنون کشورهای دیگر دنیا هم به این قافله پیوسته‌اند و در این فرآیند آموزشی پیشرفت‌های چشمگیری به دست آورده‌اند از جمله؛ زلاندنو، شیلی، هند، اسکاتلند، آفریقای جنوبی، ژاپن، فرانسه، ایتالیا، اسپانیا و اردن. جالب اینکه کشوری مثل ایالات متحده در این زمینه بسیار دیرتر از سایر کشورها وارد عرصه شد با این حال هم‌اکنون این کشور را هم باید در زمره کشورهای دانات که سرمایه‌گذاری هنگفتی در این رشته کرده‌اند (ارجمندی، ۱۳۸۴).

کانادا اولین کشوری بود که راهبردی درازمدت به سواد رسانه‌ای اتخاذ کرد. این‌گونه از سواد در کانادا به عنوان اولین کشور، به صورت رسمی از طرف نظام آموزش و پرورش پذیرفته و جزء برنامه‌های درسی مدارس گنجانده شد (قاسمی، ۱۳۶۸) علت اصلی این رویکرد هم نزدیکی جغرافیایی کانادا به کشور آمریکا بود. در واقع متولیان فرهنگی کانادا نگران نفوذ فرهنگ آمریکایی از طریق رسانه‌ها در کشور خود بودند. اکنون کانادا یکی از قوی‌ترین جنبش‌های سواد رسانه‌ای را در دنیا دارد و سازمان "شبکه آگاهی رسانه‌ای" به عنوان سازمانی برجسته در این کشور مستقر است. (افخمی، ۱۳۸۹) این رویه باعث شده تا اکنون کانادا در مرتبه بسیار پیشرفته‌ای از آموزش سواد رسانه‌ای قرار داشته باشد. برای مثال، در ایالت اونتاریو، از سال ۱۹۸۷ به این سو، گذراندن درس‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای در مقاطع تحصیلی گوناگون ضروری است.

از پیشگامان مهم آموزش سواد رسانه‌ای در دنیا به جز کانادا کشور ژاپن است. ژاپن نیز همچون کانادا این راهبرد را برای حفظ فرهنگ خود برگزیده است. همان‌طور که می‌دانیم کانادا کشوری است با پیشینه قومی و زبانی گوناگون. در نتیجه یکپارچه کردن قومیت‌های مختلف برای دولت کانادا همواره از ضروریات جدی این کشور محسوب می‌شود. این در حالی است که فرهنگ آمریکایی در این کشور از دهه ۱۹۵۰ به شدت گسترش یافته است. با شناخت این ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای در کانادا از سال ۱۹۷۸ با تشکیل "انجمن سواد رسانه‌ای" آغاز شد. اعضای این انجمن متشکل از معلمان و تولیدکنندگان محصولات رسانه‌ای بودند و مهم‌ترین دستاورد

آن‌ها وارد کردن بحث « سواد رسانه‌ای » به نظام آموزش مدارس و انتشار کتاب سواد رسانه‌ای در این کشور بود. به این ترتیب کانادایی‌ها از زمان کودکی در کتاب‌های درسی به فرزندان‌شان مؤلفه‌های « هویت ملی » و حفظ هویت خود در برابر فرهنگ کشور همسایه آمریکا را آموزش می‌دهند و این بخشی از فرآیند آموزش « سواد رسانه‌ای » آن‌هاست. پرداختن به موضوع سواد رسانه‌ای در ژاپن نیز عملاً از سال ۱۹۹۹ با همین رویکرد آغاز شد. در آن سال " انجمن ملی سازمان‌های رادیویی و تلویزیونی " تولید برنامه‌ای را برای آموزش « سواد رسانه‌ای » به کودکان آغاز کرد و " شورای تحقیقات درباره سواد رسانه‌ای " قوانینی را برای عملیاتی کردن مفهوم « سواد رسانه‌ای » تدوین ساخت. در سال‌های اخیر نیز تلاش‌های بسیاری برای آموزش سواد رسانه‌ای پیرامون رسانه‌های جدید مانند اینترنت، ماهواره و غیره صورت گرفته است. (طلوعی، ۱۳۹۱: ۳۹) ژاپنی‌ها برای اینکه فرهنگ و تمدن خود را از نفوذ سایر فرهنگ‌ها بازدارد ابزارها و منابع زیادی را در اختیار نخبگان خود قرار داده‌اند تا به صورتی عملی به مردم و بخصوص دانش‌آموزان خود نشان دهند که چطور می‌توان یک واقعیت را وارونه نمایش داد، بطوریکه باورپذیر باشد و یا گوشه‌ای از آن را به نفع خود تحریف کرد. آن‌ها با این آموزش‌ها قدرت استدلال و تجزیه و تحلیل مردمشان را بالا می‌برند و درعین حال مؤلفه‌های فرهنگی خود را در قالب‌های مختلف رسانه‌ای همچون فیلم سینمایی، انیمیشن‌های جذاب، بازی‌های رایانه‌ای و ... هم به مردم خود و هم به جهانیان معرفی می‌کنند. (ارجمندی ۱۳۸۴).

بنابراین در ژاپن آموزش سواد رسانه‌ای به عنوان الگویی موفق مورد استفاده قرار گرفته است. اما با این وصف در این کشور مدل دیگری متناسب با مقتضیات بومی بازسازی شده و به اجرا در آمده است. در مدل آموزشی ژاپن سواد رسانه‌ای همان گسترش آموزش اطلاعات است. بر اساس آموزش اطلاعات، کاربری ذهنی رسانه‌ها در شکل‌گیری توانایی فعالیت‌های اجتماعی و حرفه‌ای مؤثر آموزش اطلاعات است. بر اساس آموزش اطلاعات، کاربری ذهنی رسانه‌ها در شکل‌گیری توانایی فعالیت‌های اجتماعی و حرفه‌ای مؤثر است. این تصویر یک شهروند کامل، بدون استفاده از رویکرد انتقادی در کشور ژاپن خواهد بود. (ارجمندی ۱۳۸۴).

برنامه‌ریزی آموزشی سواد رسانه‌ای در ژاپن برخلاف کانادا (که به وسیله یک نهاد غیردولتی انجام می‌پذیرد) به گفته وزارت مدیریت عمومی، امور داخلی، پست و مخابرات است. در ژاپن

نیز به امید یافتن جایگاهی مناسب برای سواد رسانه‌ای در نظام آموزش و پرورش تلاش‌هایی انجام شده است. افخمی (۱۳۸۹)

به‌رحال الگوهای آموزش سواد رسانه‌ای - چه الگوی کانادایی و چه الگوهای دیگر- دنیای رسانه‌ها را به یک رویکرد تحقیقی تشویق می‌کند. رویکردی که استفاده از آن در هر الگوی آموزشی دیگر اجتناب‌ناپذیر بود و شامل سه پایه است:

پایه اول: افزایش آگاهی نسبت به رژیم مصرف رسانه‌ای (یا به عبارت دیگر تعیین دقیق و بهداشتی میزان مصرف مخاطب از تلویزیون، ویدئو، بازی‌های الکترونیکی، فیلم‌ها و اشکال مختلف رسانه‌های چاپی)

پایه دوم: آموزش مهارت‌های تماشای انتقادی است. یعنی آنچه می‌بینیم یا می‌خوانیم در چه کادری قرار داده شده است؟ چگونه رسانه‌ها به مفهوم عینیت بخشیده‌اند؟ و چه موردی احتمالاً بیرون کادر قرار گرفته‌اند؟

پایه سوم: فراسوی (دوردست) چارچوب برنامه رسانه‌ها است و پیام‌ها را به‌طور عمیق بررسی می‌کند. این پایه به تجزیه و تحلیل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی معطوف است (مسائلی فراتر از کادر مورد تماشای شامل می‌شود) برای مثال: کشف اینکه مالک و خالق رسانه کیست؟ و برخورد با مسائلی که از جمله مصرف‌گرایی به خشونت گروه‌ها و جناح‌های سیاسی و... چگونه است؟

این مدل در انگلستان به وسیله " ادی دیک " و بر اساس چارچوب انتقادی، طراحی و توسعه یافته و بعدها عده‌ای دیگر آن را اصلاح کرده‌اند. این مدل می‌تواند الگوی خوبی برای آموزش در ایران به شمار آید. این مدل سه حوزه گسترده دارد که به کمک آن‌ها می‌توان پرسش‌هایی را طرح کرد که در فهم انتقادی دانش‌آموزان مؤثر باشند. افخمی (۱۳۸۹)

متن: متن یک تولید رسانه‌ای است. از این رو متن یک برنامه تلویزیونی، کتاب، پوستر، و غیره می‌تواند تولید رسانه‌ای محسوب شود.

مخاطب: کسی که متن رسانه (متن، خواندن یک کتاب باشد یا دیدن فیلمی در سینما) را دریافت می‌کند، مخاطب محسوب می‌شود. مخاطبی که دارای سواد رسانه‌ای است از اهداف و تعهدات رسانه‌ها خبر دارد و از آن‌ها به‌طور آگاهانه استفاده می‌کند.

تولید: هر آنچه در ساخت یک متن رسانه‌ای به کار می‌رود، تولید نام دارد.

رویکرد سواد رسانه‌ای در کشورهای مختلف با توجه به مبانی سیاسی- اجتماعی ممکن است مختلف باشد. به‌عنوان مثال پروژه‌های سواد رسانه‌ای در بسیاری از کارگاه‌ها و برنامه‌های سواد رسانه‌ای آمریکا حمایت‌گرا و تدافعی هستند. آن‌ها تلاش دارند مصرف‌کننده را در برابر پیام‌ها و تصویرهای اغواگرانه برنامه‌های تفریحی، خبری و تبلیغی رسانه‌ها واکسینه کنند. در این کشور اصطلاح «سواد رسانه‌ای» و «آموزش رسانه‌ای» به صورت مترادف بکار برده می‌شود و تنها در سال‌های اخیر (دهه ۱۹۹۰) بود که تفاوت بین این دو اصطلاح در کنفرانس همکاری‌های بین‌المللی سواد رسانه‌ای مورد بررسی قرار گرفت. در این کنفرانس سواد رسانه‌ای به صورت «توانایی دسترسی و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای در اشکال مختلف» تعریف شد. (طلوعی ۱۳۹۱)

در استرالیا نیز متولیان آموزش سواد رسانه‌ای بر جنبه‌های زیبایی‌شناسانه و معنی‌شناسی تأکید دارند. این کشور به نگاه منتقدانه و خلاق بر روی محصولات رسانه‌ای تأکید داشته و هدف اصلی آن توانمند کردن مخاطبان برای ایجاد تمایز بین ارزش‌های فرهنگی موجود در جامعه و ارزش‌های ارائه شده توسط تولیدات رسانه‌ای است (Habbs, 2002:2) در کشورهای آمریکای لاتین نیز با زیر ذره‌بین بردن صنعت رسانه‌ای، سلطه کشورها و دولت‌ها مورد توجه قرار گرفته و هدف‌گذاری‌های خود را بر اساس نیل به تواناسازی مصرف‌کنندگان رسانه، برجسته می‌سازند اما در اروپا وضعیت متفاوت است. اروپا منشوری را جهت تسریع و توافق بیشتر بر چستی سواد رسانه‌ای و آموزش سواد رسانه‌ای در جهت توسعه یک شبکه ثابت و داوطلبانه از آموزش‌دهندگان سواد رسانه‌ای تهیه کرده است. (Hobbs, 2005:2) با این حال اهمیت این امر تا آنجاست که اکنون سال‌هاست آموزش سواد رسانه‌ای در برخی کشورهای اروپایی همچون سوئد (۱۹۸۰) و دانمارک (۱۹۷۰) اجباری اعلام شد و در فنلاند نیز آموزش این دانش از سال ۱۹۷۷ در سطح دبیرستان‌ها ارائه شد. البته سواد رسانه‌ای به عنوان مفهومی امروزی آن در این کشور به سال ۱۹۹۰ و کمی دیرتر از سایر کشورها برمی‌گردد. در فرانسه فرآیند آموزش سواد رسانه‌ای ابتدا به صورت فیلم آغاز شد ولی در سال‌های اخیر کنفرانس‌ها و دوره‌های آموزش رسانه برای معلمان با مضمون تولیدات رسانه‌های برگزار می‌شود. در آلمان نیز کتاب‌های نظری مختلفی در مورد ادبیات رسانه از سال‌های ۱۹۷۰ در زمینه آموزش سواد رسانه‌ای در داخل و خارج سیستم آموزشی مدارس قرار داده

شده است. در هلند نیز از سال ۲۰۰۶ سواد رسانه‌ای به عنوان موضوعی مهم برای جامعه در دستور کار نهادهای آموزشی قرار گرفت و در سال ۲۰۰۸ یک مرکز رسمی توسط دولت ایجاد شد که تجربیات به دست آمده در موضوع آموزش سواد رسانه‌ای را در اختیار دیگران قرار می‌دهد. در روسیه اما موضوع کمی جالب‌تر است. تاریخچه سواد رسانه‌ای در این کشور به سال ۱۹۲۰ بازمی‌گردد. اولین تلاش‌ها در این زمینه در قالب برگزاری سمینارها و کنفرانس‌های آموزش رسانه‌ای برای معلمان بود. در مدتی که اندیشه تقویت و گسترش آموزش سواد رسانه‌ای در غرب توسعه پیدا کرد یعنی در سال‌های ۱۹۷۰ تا ۱۹۸۰ آموزش رسانه در کشور روسیه هنوز در بستر علم زیبایی‌شناسی رشد می‌کرد اما با آموزش متخصصان جدید از سال ۲۰۰۲ تاکنون در دانشگاه‌های آموزش رسانه که تا حدی توسط یونسکو مورد حمایت قرار می‌گرفت این روند توسعه یافت و به نظر می‌رسد آموزش سواد رسانه‌ای چشم‌انداز خوبی در کشور روسیه دارد. (طلوعی ۱۳۹۱)

#### ۹. سواد رسانه‌ای در ایران

با مروری بر آنچه گفته شد به نظر می‌رسد تمام کشورهای مهم دنیا رویکرد مثبتی نسبت به «آموزش رسمی سواد رسانه‌ای» اتخاذ کرده و در مسیر عملی گام برداشته‌اند. حال پرسش اساسی این است که وضعیت ما در این مسیر چگونه است؟

سواد رسانه‌ای در ایران به مسیری دیگر می‌رود و هنوز اجماع کاملی از سوی صاحب‌نظران و متولیان فرهنگی- آموزشی برای نهادینه‌سازی آموزش این دانش نوین در سطح مدارس و دانشگاه‌ها صورت نپذیرفته است. متأسفانه در ادامه این نگاه حتی کار به جایی رسیده که برخی این علم را دانشی غیر کاربردی و غیر مفید تلقی کرده و عده‌ای تلاش می‌کنند تا آن را نگرشی فانتزی و نسخه‌ای غربی توصیف کنند. از این‌رو اگرچه ذاتاً تاریخچه این علم خیلی طولانی نیست با این حال هنوز به‌طور رسمی وارد ایران نشده و اگرچه در قرن اخیر از «سواد رسانه‌ای»، به عنوان «سواد جدید» یاد می‌شود و با افزایش دسترسی به رسانه‌های تعاملی، آسیب‌های اجتماعی جدیدی در جامعه بروز کرده است که میزان سواد رسانه‌ای کاربران، در آن نقش دارد اما هنوز میزان «سواد رسانه‌ای» در نظام آموزشی ما در حد صفر بوده و ارتباط بین سواد رسانه‌ای و آسیب‌های اجتماعی نوپدید حاصل از رسانه‌های

## ۱۰. موانع سواد رسانه‌ای

۱. نبود زیرساخت‌های لازم ارتباطی والدین نسبت به فرزندان
۲. نبود انعطاف حقوقی در وضع قوانین رقابتی و نظارت ایجابی در حوزه رسانه‌ای ایران
۳. بی‌توجهی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان در اختصاص ردیف بودجه‌ای به آموزش سواد رسانه‌ای
۴. فقر دانش اطلاعاتی و ارتباطی والدین نسبت به فرزندان

## ۱۱. راهکارهای سواد رسانه‌ای

۱. انجام تحقیقات و مطالعات تطبیقی برای ارائه الگوی مطلوب و ممکن
۲. وارد کردن سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی کشور
۳. ایفای نقش دیده‌بانی و نظارت دائمی بر توسعه سواد رسانه‌ای
۴. اختصاص ردیف‌های بودجه‌ای به آموزش سواد رسانه‌ای در قوانین بودجه سال‌های آتی
۵. تهیه و تنظیم کتب درسی مناسب و برنامه‌های دیداری- شنیداری قابل دسترس
۶. به‌کارگیری مشاورین خبره و متخصص در امور سواد رسانه‌ای
۷. تشکیل، راه‌اندازی و تشکل غیردولتی سواد رسانه‌ای متشکل از معلمان مدارس، اساتید و پژوهشگران دانشگاهی و همچنین کارگزاران و دست‌اندرکاران صنعت رسانه‌ای کشور
۸. نظارت والدین بر برنامه‌های تلویزیونی مورد توجه کودکان (مثال: محدود کردن تماشای برنامه‌های خشونت‌بار و غیره)

## ۱۱. نتیجه‌گیری

سواد رسانه‌ای سعی دارد آگاهی مخاطبان را درباره نحوه تأثیر ملاحظات تجاری بر رسانه‌ها و این که چگونه چنین ملاحظاتی در محتوی، فن و توزیع رسانه‌ای تأثیر می‌گذارد بالا ببرد. بیشتر رسانه‌ها کسب‌وکارهایی هستند که بر پایه سودآوری فعالیت می‌کنند. در نتیجه سؤال‌های مرتبط با مالکیت و کنترل رسانه‌ها کلیدی هستند: تعداد نسبتاً اندکی از افراد آنچه را که از طریق رسانه‌ها می‌بینیم، می‌خوانیم و می‌شنویم کنترل می‌کنند. رسانه‌ها بیشتر مطالبی را که بر پایه آن‌ها تصویر

جدید به عنوان یک رابطه معنی‌دار، مورد مطالعه جدی قرار نگرفته است و بدتر از همه اینکه هنوز احساس نیازی هم به این‌گونه مطالعات نشده است و با کمال تعجب برخی آن را نسخه‌ای از سوی غربی‌ها برای ما می‌دانند و به هر نحو در برابر لزوم توسعه آن بی‌تفاوتی نشان می‌دهند. حال آنکه به نظر نگارنده این دقیقاً می‌تواند برعکس باشد یعنی از قضا گسترش «سواد رسانه‌ای» به عنوان یک رکن در نظام آموزشی می‌تواند در خلاف جهت توسعه‌طلبی و سلطه‌جویی غرب در کشوری همچون ایران با مؤلفه‌های فرهنگی - سیاسی خاص محسوب گردد. افخمی (۱۳۸۹)

اساساً شاید طرح موضوع «دهکده جهانی» و عدم باور عده‌ای به آن، باعث شده تا مفهوم «سواد رسانه‌ای» که در ادامه آن مطرح می‌شود هنوز در جامعه ما مورد پذیرش نگیرد و یکی از دلایل ناکامی‌ها در نهادینه‌سازی موضوع سواد رسانه‌ای در ایران باشد. حال آنکه فارغ از رویکردهای سیاسی و نگاه توسعه طلبانه دنیای غرب، موضوع دهکده جهانی با گسترش روزافزون رسانه‌ها موضوعی لاجرم بوده و از این‌رو برخورداری از دانش درک و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای با هر عنوان که باشد نیازی قطعی محسوب می‌شود. افخمی (۱۳۸۹)

طی سال‌های گذشته از طرف مسئولان کشور ما، صحبت‌هایی در زمینه آموزش سواد رسانه‌ای مطرح شد اما متأسفانه هیچ‌گاه جنبه عملی نیافت. در سال ۱۳۸۵ مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی طی گزارشی ضمن انتقاد از وضعیت آموزش سواد رسانه‌ای در کشور اعلام کرد که ایران با وجود دارا بودن شرایط خاص درونی و بیرونی، همچون رشد شهرنشینی، گسترش تحصیلات عالی، افزایش جمعیت جوان و فعالیت هدفمند گروه‌های برانداز، تاکنون اقدامی مؤثر در زمینه سواد رسانه‌ای انجام نداده است. این مرکز در همان گزارش که با عنوان "سواد رسانه‌ای رویکردی نوین به نظارت رسانه‌ای" منتشر شده بود پیشنهادهایی برای توسعه سواد رسانه‌ای کشور در سه بخش راهکارهای سیاستی و اجرایی اعلام کرد اما هیچ‌گاه اقدامی مؤثری در این زمینه صورت نگرفت. این در حالی بود که در آن گزارش تصریح شده بود؛ اکنون سواد رسانه‌ای یکی از کارآمدترین ابزارهای نظارتی مورد توجه کشورهای پیشرفته است و با عملیاتی کردن این دانش نه تنها فرهنگ ایرانی - اسلامی تقویت شده بلکه بخشی از حقوق مخاطب نیز تأمین می‌شود. افخمی (۱۳۸۹)

۶. قاسمی، طهمورث (۱۳۸۵)؛ «سواد رسانه‌ای رویکردی جدید به نظارت»، فصلنامه رسانه، شماره ۵
۷. حسینی، سیدجواد (۱۳۹۲)؛ «تعریف سواد رسانه‌ای» برگرفته از سایت <http://eprhoseini.blogfa.com/post/128>
۸. بلیغ، ناصر؛ کتاب سواد رسانه‌ای، انتشارات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران
۹. شکرخواه، یونس (۱۳۸۵)؛ «سواد رسانه‌ای یک مقاله عقیده‌ای»، فصلنامه رسانه، سال هفدهم، شماره ۴ (پیاپی ۶۸)، زمستان ۱۳۸۵
۱۰. شکرخواه، یونس (۱۳۸۸)؛ «مفاهیم: سواد رسانه‌ای چیست؟»، برگرفته از سایت <http://hamshahrionline.ir/details/83516>
۱۱. صالحی امیری، سیدرضا؛ «ضرورت سواد رسانه‌ای»، سواد رسانه‌ای شماره ۲۲

[۱۲] Hobbs, renee (2002). *The acquisition of media literacy skills a mong Australian adolescents.*

[۱۳] Hobbs, r (2005). *Media literacy and the K-12 content areas. In G. Schwarz and P. Brown. Media literacy: Transforming curriculum and teaching national Society for the Study of Education, yearbook 104 Malden, MA: Blackwell2005.*

شخصی خودمان از واقعیت را می‌سازیم در اختیار ما قرار می‌دهند و ما با توجه به فاکتورهای شخصی مان این معناها را تفسیر می‌کنیم. فاکتورهای شخصی مانند نیازها و نگرانی‌های فردی، رضایت‌مندی‌ها و عذاب‌های روزانه، گرایش‌های جنسی و نژادی، پیش‌زمینه‌های خانوادگی و فرهنگی و غیره روی تفسیری که از رسانه‌های می‌کنیم تأثیر می‌گذارند.

اکنون به نظر می‌رسد با عنایت به پدیده جهانی‌شدن رسانه‌ها و تأثیرات مشهود و ملموس آن بر نظام ارزشی و سیاست‌های هویتی، تسریع در برداشتن گام‌های علمی و عملی در این خصوص ضروری است و پیشنهاد می‌شود تا متولیان فرهنگی و آموزشی کشور جهت طراحی و تدوین محتوای مناسب در کتاب‌های درسی در حوزه سواد رسانه‌ای با بهره‌گیری از تجارب کشورهای پیشرو در این حوزه و بهره‌گیری از نظرات مشاوران خبره، هر چه زودتر اقدام نمایند. همچنین برگزاری دوره‌های آموزش معلمان در حوزه سواد رسانه‌ای و استمرار آن، راه‌اندازی انجمن‌های صنفی و نیز تشکیل گروه‌های اجتماعی متشکل از معلمان، استادان و پژوهشگران دانشگاهی و نیز کارگزاران و دست‌اندرکاران صنعت رسانه و هماهنگی و مشارکت میان نهادهای آموزشی رسمی و غیررسمی نظیر رسانه ملی و سایت‌های تخصصی از یک‌طرف و نهادهای مهمی همچون مدرسه، دانشگاه و خانواده، می‌تواند بسیار لازم و مفید باشد. امیدوارم که این مهم بیش از این به تعویق نیافتد.

## ۱۲. مراجع

۱. ببران، صدیقه؛ «سواد رسانه‌ای در برخورد با خشونت رسانه‌ای» برگرفته از سایت <https://library.tebyan.net/fa/Viewer/Text/84358/1>
۲. ارجمندی، غلامرضا، (۱۳۸۴)؛ «گفتگو: سواد رسانه‌ای»، مجله رشد آموزش علوم اجتماعی، تابستان شماره ۲۷
۳. افخمی، حسنعلی، (۱۳۸۹)؛ «نشست سواد رسانه‌ای؛ ضرورت دنیای امروز»، انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات.
۴. حسین، بصیریان جهرمی و بصیریان جهرمی، رضا (۱۳۸۵)؛ «درآمدی به سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی»، فصلنامه رسانه، شماره ۶۸
۵. طلوعی، علی (۱۳۹۱)؛ «سواد رسانه‌ای درآمدی بر شیوه یادگیری و سنجش»، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، تهران.

## معرفی کتاب

نام کتاب : وعده ها، چالش ها و آینده سواد رسانه‌ای  
مونیکا بُلگر و پاتریک دیویژن، فوریه ۲۰۱۸

### چکیده:

سواد رسانه‌ای، به یک مرکز ثقل برای مقابله با "اخبار جعلی" تبدیل شده است.

سواد رسانه‌ای به یک مرکز ثقل برای مقابله با "اخبار جعلی" تبدیل شده است و مجموعه متنوعی از ذینفعان - از مربیان گرفته تا قانون گذاران، نیکوکاران تا فن آوران - منابع قابل توجهی را به سمت برنامه های سواد رسانه‌ای سوق داده اند. با اینحال، سواد رسانه‌ای را نمی توان به عنوان یک دارو جهت درمان بکارگیری کرد. این کتاب منبعی برای ارزیابی تلاش های سواد رسانه‌ای و زمینه سازی آنها نسبت به فضای رسانه‌ای فعلی را فراهم می کند.

سواد رسانه‌ای به طور سنتی به عنوان یک فرایند یا مجموعه مهارت های مبتنی بر تفکر انتقادی تصور می شود. این نسبت به ارزشهای مختلف دارای سابقه طولانی در توسعه است که بین محافظت و مشارکت در نوسان است. سواد رسانه‌ای معاصر حدود ۵ موضوع اصلی را سازماندهی می کند: مشارکت جوانان، آموزش معلمان و منابع برنامه درسی، حمایت والدین، ابتکارات در حوزه سیاست‌گذاری و ایجاد پایگاه شواهد. برنامه‌هایی از این خصوص، حاکی از نتایج مثبتی به ویژه درباره واکنش سریع به اخبار فوری، اتصال تفکر انتقادی با تغییر رفتار و ارزیابی محتوای حزبی است.

## The Promises, Challenges, and Futures of Media Literacy

Monica Bulger and Patrick Davison  
February 2018



Data&Society

# [ویژگی و آسیب های فضای مجازی]

پیدایش فضای مجازی در چند دهه‌ی اخیر یکی از بزرگترین نمادهای تحول جهانی است. رخدادی که تأثیرات شگرف آن هر روز در ابعاد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، امنیتی و دفاعی در عرصه‌ی ملی و بین‌المللی نمود بیشتری پیدا می‌کند. رایانه و فضای مجازی که الان در اختیار شماست اگر بتوانید اینها را یاد بگیرید، می‌توانید یک حرف درست خودتان را به هزاران مستمع که شما آنها را نمی‌شناسید، برسانید. این فرصت فوق العاده‌ای است مبادا این فرصت ضایع شود. اگر ضایع شد، خدای متعال از من و شما در روز قیامت سوال خواهد کرد. رهبر معظم انقلاب ۱۴ شهریور ۱۳۹۴

## ویژگی های فضای مجازی



اعتیاد آور  
و فرازمانی بودن



تعاملی بودن  
و ارتباط دوطرفه



آزادی اطلاعات  
و ارتباطات



جذابیت و تنوع  
در عرضه



دستیابی آسان به  
آخرین اطلاعات



جهانی و  
فرامرزی بودن

## [خطرات احتمالی شبکه های مجازی]



ایجاد مشکلات  
مالی و قانونی  
ایجاد هزینه مالی مانند حک  
حساب های بانکی یا انتشار  
اطلاعات محرمانه یا نادرست



تحلیل استعداد های  
درونی  
از دست رفتن زمان برای  
شکوفایی استعدادها یا  
استفاده نامحدود از اینترنت



تجاوز به  
حریم خصوصی  
سوء استفاده توسط مجرمان  
همچون جرمیاب دربارن  
خانواده، جرمیاب دربارن  
دوستان



ایجاد مشکلات  
مالی و قانونی  
ایجاد هزینه مالی مانند حک  
حساب های بانکی یا انتشار  
اطلاعات محرمانه یا نادرست



سوء استفاده های  
جنسی  
ارتباط گیری در تالارهای  
گفت و گو برای جلب اعتماد و  
گذاشتن قرار حضوری



تشویق به استفاده  
از مواد مخدر  
به بهانه ورزش، شادی و  
نشاط، عقب نماندن از  
همسسالان



قمار و  
شرط بندی  
سایت های غیرقانونی قمار  
و شرط بندی و هدر رفتن  
درآمد خانواده



قرار گرفتن در  
معرض اطلاعات  
نامناسب  
مسائل جنسی، نفرت انگیز  
یا خشن، شبهه های دینی،  
سیاسی و انتقادی

## راهکار های تخصصی سواد مجازی

آموزش مهارت های لازم  
به نسل جوان

همراهی خانواده با  
فرزندانش

نکات گذارنده روابط فضای  
مجازی به فضای واقعی

ایجاد فضای صمیمی  
در خانواده

پرهیز از وبگردی های  
بی هدف

ایجاد رابطه اعتماد بین  
والدین و فرزندان

عدم انتشار اطلاعات  
شخصی و خانوادگی

# رسانه‌های اجتماعی: ویژگی‌های ارتباطی و ارزش کاربردی در آموزش از راه دور<sup>۱</sup>

مؤلفان: شیپن چن، یونگ فنگ دیاو و جیان پین  
ژانگ

مترجمان: مریم حق‌شناس<sup>۲</sup> و خدیجه یوسفی  
پورجدی<sup>۳</sup>

## چکیده

رسانه اجتماعی، رسانه‌ای برخط برای تعاملات اجتماعی است که بر اساس فناوری وب ۲ به وجود آمد. از ویژگی‌های اصلی این رسانه‌ها، محتوای تولید شده توسط کاربر و تعامل بین فردی برخط است. زمانی که رسانه اجتماعی همراه با آموزش از راه دور مطرح می‌گردد، شاخص‌های ارتباطات آموزشی در حوزه آموزش از راه دور از لحاظ کیفی تغییر یافته و یک مدل ارتباط شبکه‌ای از تعاملات گروه تشکیل می‌شود. نقش و ارزش رسانه اجتماعی در آموزش از راه دور بسیار بالا است، زیرا ساخت و اشتراک‌گذاری منابع یادگیری راه دور افزایش یافته و از فراگیران راه دور برای تعاملات اجتماعی پشتیبانی نموده و یادگیری مشارکتی و یادگیری انعکاسی را توسعه می‌دهد.

## واژگان کلیدی

رسانه اجتماعی، ارتباطات آموزشی، آموزش از راه دور

---

Pin Zhang, 2011, Social Feng Diao, Jian<sup>۱</sup> Shipin Chen, Yong  
Media: Communication Characteristics and Application  
Value in Distance Education, IEEE,  
10.1109/ICECENG.2011.6056919

<sup>۲</sup> دکتری مدیریت رسانه

<sup>۳</sup> کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه علوم و تحقیقات

تهران

## رسانه‌های اجتماعی

رسانه اجتماعی با کاربرد گسترده نرم‌افزارهای اجتماعی وب ۲ تولید می‌شود، اما به‌تازگی، این مفهوم را ندارد. در کتاب "رسانه اجتماعی چیست"، آنتونی مایفیلد<sup>۶</sup>، رسانه اجتماعی را یک رسانه آنلاین جدید می‌پندارد که فضای زیادی را در اختیار کاربران قرار داده و ویژگی‌هایی همچون مشارکت، گشودگی<sup>۷</sup>، ارتباط، گفت‌وگو، اجتماع و برقراری ارتباطات را شامل می‌شود. کاپلان آندراس و میشل هاینلین<sup>۸</sup> (۲۰۱۰) تصور می‌نمودند که رسانه اجتماعی، گروهی از کاربردهای مبتنی بر اینترنت است که بر پایه ایدئولوژی و فناوری مؤسسان وب ۲ ساخته شده و خلق و تبادل محتوای تولید شده توسط کاربر را مجاز می‌داند (کاپلان آندراس، ۲۰۱۰).

ایتالو دی دینا<sup>۹</sup> (۲۰۱۰) معتقد است که رسانه اجتماعی خدمات و ابزاری مبتنی بر فناوری است که از طریق اینترنت، تلفن‌های همراه و غیره برای اشتراک‌گذاری اطلاعات بین افراد و برقراری ارتباطات ارائه می‌شود (وانگ یومی<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۰). به‌طور خلاصه نتیجه می‌گیریم که رسانه اجتماعی، رسانه شبکه‌ای جدیدی است که براساس ایده‌ها و فناوری وب ۲ ساخته شده و از تعاملات اجتماعی که براساس فناوری و ایده‌های وب ۲ ایجاد می‌شوند، پشتیبانی می‌نماید. در حمایت از رسانه‌های اجتماعی، ارتباطات شبکه‌ای به تعاملات بین فردی تبدیل می‌شود. محتوای تولید شده توسط کاربر، هسته با ارزش یک رسانه اجتماعی است و می‌توان به آن به‌عنوان مجموعه‌ای از روش‌هایی که افراد با استفاده از رسانه اجتماعی ساخته‌اند، نگاه کرد.

آموزش از راه دور، یک سبک جدید آموزشی براساس فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)<sup>۱</sup> و فناوری رسانه است. بنابراین اثر گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات و رسانه بر روی آموزش از راه دور بسیار گسترده بوده و در برخی موارد موجب تغییراتی شده است. در طول فرایند آموزش راه دور، استاد و دانشجو کمابیش در زمان و فضای جداگانه هستند و نحوه تدریس و یادگیری از طریق تماس، تعامل و جمع‌بندی به دست می‌آید و از منابع مختلف فناوری اطلاعات و ارتباطات و رسانه استفاده می‌شود. در عصر وب ۱ (دینگ زینفا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰)، اگرچه تعاملات بین استاد و دانشجویان، قوی نبود اما به‌طور قطع در بهبود کیفیت آموزش راه دور تأثیر داشت. با پیشرفت سریع فناوری وب ۲، محققان آموزشی بیشتر دقت نمودند تا از رسانه اجتماعی در حوزه آموزش راه دور بهره‌گیرند. رسانه اجتماعی، عامل مشارکت‌کننده و شاخص‌های تعاملات اجتماعی زیادی دارد و به‌کارگیری آن در آموزش راه دور موجب تغییراتی در این حوزه خواهد شد.

## وب ۲ و رسانه اجتماعی

### وب ۲

وب ۲ مفهوم جدید و فناوری مرتبط به وب ۱ است. سایت، هسته اصلی وب ۱ است که سرویس مرور اطلاعات را برای کاربران تأمین می‌کند؛ اما وب ۲ کاربرمحور است و سرویس‌های محتوای تولید شده توسط کاربر را تهیه می‌کند. وب ۲، نسل بعدی از مدل‌های اینترنتی مبتنی بر شش تئوری متفاوت هست که توسط آژاکس<sup>۳</sup> و فناوری‌های XML، مانند بلاگ، ویکی، سایت‌های شبکه اجتماعی<sup>۴</sup>، برچسب<sup>۵</sup>، آر.اس.اس (RSS)<sup>۶</sup> و سایر نرم‌افزارهای اجتماعی حمایت می‌شود.

<sup>6</sup> Really Simple Syndication

<sup>7</sup> Antony Mayfield

<sup>8</sup> openness

<sup>9</sup> Kaplan, Andreas M. and Michael Haenlein

<sup>10</sup> Italo De Diana

<sup>11</sup> Wang Youmei

<sup>1</sup> information and communication technology

<sup>2</sup> Ding Xinfu

<sup>3</sup> Ajax

<sup>4</sup> SNS: Social Network Sites

<sup>5</sup> TAG

عضو گروهی شود و انواع بازی‌های آنلاین را انجام دهد (ساکید و یاسمین<sup>۶</sup>، ۲۰۱۰).

### تأثیر رسانه اجتماعی بر ارتباطات آموزشی

از دیدگاه سیستمی، سیستم ارتباطات آموزشی در شیوه آموزش از راه دور، معمولاً چهار رکن اصلی آموزش دهنده، اطلاعات آموزشی، رسانه آموزشی و یادگیرنده دارد. به کارگیری رسانه اجتماعی در آموزش از راه دور، تأثیرات عمیقی روی ارکان آموزش راه دور داشته است و کیفیت تغییر هر کدام از ارکان را افزایش می‌دهد.

### مربی همانند رهبر، سازمان‌دهنده و تسهیل‌کننده

با ایجاد ارتباطات آموزشی توسط رسانه اجتماعی، نقش مربی از هدفگذار به رهبر، سازمان‌دهنده و تسهیل‌گر تبدیل می‌شود و بسیاری از اختیارات این مربیان از بین می‌رود. مربی در نقش رهبر، دو وظیفه اصلی دارد: اول، منابع یادگیری با کیفیت در وبسایت [www](http://www) آپلود می‌شود تا بین دانشجویان به عنوان منابع اصلی آموزشی به اشتراک گذاشته شود. دوم، مربی، دانشجویان را سازمان‌دهی و راهنمایی می‌نماید تا در فعالیت‌های ارتباطات آموزشی مورد بحث سهم شوند. اگرچه، مربیان نمی‌توانند محتواهای منتشر شده توسط فراگیران را در طولانی مدت کنترل نمایند. اینکه مثلاً چه چیزهایی منتقل می‌شود، از کدام کانال‌ها، در چه زمانی، گوینده چه کسی هست و غیره. در نتیجه، مربی می‌تواند نقش رهبر، سازمان‌دهنده و تسهیل‌کننده داشته باشد.

### جدول ۱: انواع رسانه‌های اجتماعی

نام رسانه	نمونه‌های معمول
وبلاگ‌ها	سینا بلاگ <sup>۱</sup> ، میکرو بلاگ
ویکی	ویکی‌پدیا
سایت‌های شبکه اجتماعی	فیس‌بوک، مای‌اسپیس، رن‌رن <sup>۲</sup>
جوامع محتوایی <sup>۳</sup>	فلیکر، یوتیوب، اسلاید شیر <sup>۴</sup>
جهان اجتماعی مجازی <sup>۵</sup>	Second life

طبق جدول ۱، انواع رسانه‌های اجتماعی شامل وبلاگ‌ها، ویکی، سایت‌های شبکه اجتماعی، جوامع محتوایی، جهان اجتماعی مجازی و غیره هستند. وبلاگ‌ها و ویکی‌ها اشکال اولیه رسانه‌های اجتماعی هستند. وبلاگ‌ها دارای پلتفرم معمولی هستند. هر کاربر، نام کاربری و رمز عبور خودش را دارد و مقالاتش را منتشر می‌نماید. بلاگ‌ها، از طریق کامنت‌ها با خوانندگان ارتباط برقرار می‌کنند. ویکی، یک نوع ابزار مشارکتی است که هر کاربر می‌تواند به کمک آن، محتوا را تولید یا اصلاح نماید. سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، به‌عنوان محبوب‌ترین رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند. فیس‌بوک از این دسته است. فیس‌بوک، یک سرویس اجتماعی سودمند است که به افراد کمک می‌کند تا اشتراک‌گذاری اطلاعات و برقراری ارتباطات با دوستان، خانواده و همکاران را بسیار کارآمدتر انجام دهند (برگرفته از [www.facebook.com](http://www.facebook.com)). فیس‌بوک، یک پروفایل شخصی برای کاربر فراهم می‌کند و هم‌زمان کاربر مجاز هست با دیگران ارتباط داشته باشد، اطلاعات را به اشتراک بگذارد، لیست دوستی و آلبوم‌های عکس تهیه نماید، گروه‌های مورد علاقه‌اش را ایجاد نماید یا

1 Sina's Blog

2 Facebook, Myspace, Ren Ren

3 Content Communities

4 Flickr, YouTube, Slide share

5 World Virtual Social

6 Sacide Güzin Mazman, Yasemin Koçak Usuel

را ارزیابی نموده و نوع جدید آن‌ها را منتشر می‌کند. یادگیرنده به طور فعال با اساتید و دیگر فراگیران تعامل دارد. در نتیجه، فراگیران فهم دانش عمیق‌تری را دارند. بنابراین، یادگیرنده دیگر تنها شنونده نیست بلکه به عنوان ارتباط‌دهنده فعالی نیز محسوب می‌شود.

### ویژگی‌های ارتباطی رسانه‌های اجتماعی

در حمایت از رسانه‌های اجتماعی، نحوه ارتباطات آموزشی از سستی یک به یک و ارتباطات یک به چند، به ارتباطات چند به چند منتقل شده است. به گونه‌ای که یک مدل شبکه‌ای از ارتباطات حاصل از تعاملات گروهی شکل گرفته است. ویژگی‌های اصلی این مدل دربردارنده مفاهیمی همچون تلفیق شئی و موضوع، مفهوم اجتماعی کردن و مفهوم تمرکززدایی است.

### تلفیق موضوع و شیء

رسانه‌های اجتماعی بسیار تعاملی هستند. به طوری که مکانیسم بازخوردی میان افراد ارتباط‌دهنده و مخاطبان ایجاد می‌کند که موجب برقراری ارتباط می‌شود و انتشار به موقع اطلاعات را بهبود می‌بخشد. رسانه‌های اجتماعی موقعیت یکسانی را در یک پلتفرم مشخص برای انتشاردهنده اطلاعات و دریافت‌کننده اطلاعات فراهم می‌کند. رسانه اجتماعی مرز میان موضوع و شیء را در برقراری ارتباط به صورت سستی می‌شکند و ارتباط واضحی را میان ارتباط‌دهنده‌ها و مخاطبان ایجاد می‌کند. رسانه‌های اجتماعی موجب ایجاد ارتباط میان شیء و موضوع در ارتباطات تحت وب شده‌اند.

### ویژگی‌های اجتماعی

ویژگی اصلی یک رسانه اجتماعی، حمایت از تعاملات اجتماعی است. در اثر این حمایت، ارتباطات آموزشی نیز از این ویژگی‌های اجتماعی رسانه‌ها بهره گرفته‌اند. رسانه اجتماعی، نمونه‌هایی از تعاملات گروهی را شکل داده است. به طور مثال ارتباطات برقرار شده مانند ایجاد گروه چت آنلاین، اجرای کنفرانس‌های ویدیویی آنلاین به کمک ابزارهای پیام‌دهی، تشکیل جمعی از دوستان در شبکه‌های فیس‌بوک، مای‌اسپیس و غیره که موجب شناخت هر یک از دوستان نسبت به یکدیگر است، شبکه

### اطلاعات آموزشی چندرسانه‌ای

تأثیر رسانه اجتماعی روی اطلاعات آموزشی دو جنبه را شامل می‌شود: اولاً، با پشتیبانی از رسانه اجتماعی، اصولاً اطلاعات آموزشی از طریق ابزار چندرسانه‌ای<sup>۱</sup> یا آبر رسانه<sup>۲</sup> ارائه می‌شود. آموزش چندرسانه‌ای متن، تصویر، انیمیشن، ویدیو، صدا و فرم‌های مختلط دیگر را به کار گرفته تا اطلاعات آموزشی را ارائه دهد. بنابراین نحوه ارائه اطلاعات آموزشی تغییر یافته است. اطلاعات آموزشی توسط ابر رسانه‌ها سازمان‌دهی می‌شود و مشخصه شکل غیرخطی ابر رسانه باعث می‌شود تا تفکر واگرا و قدرت مشارکتی فراگیران امکان‌پذیر گردد. ثانیاً، اطلاعات آموزشی شخصی نیست بلکه نوعی اشتراک‌گذاری اجتماعی است. هر بار که اطلاعات آموزشی تولید می‌شود، برای آن قابلیت دسترسی، انتشار مجدد، اشتراک‌گذاری و پیام‌دهی و غیره وجود دارد.

### رسانه آموزشی تعاملی

در حمایت از رسانه‌های اجتماعی، رسانه آموزشی از ارتباط یک‌طرفه به ارتباطات تعاملی دو طرفه مبدل می‌شود و گاهی به واسطه تعاملات اجتماعی ایجاد شده، پهنا و عمق ارتباطات آموزشی گسترش می‌یابد. ویژگی بارز رسانه اجتماعی، از تعاملات اجتماعی حمایت می‌کند. بنابراین رسانه اجتماعی در آموزش از راه دور از تعاملات مابین فراگیران، محتوای آموزشی و اساتید پشتیبانی می‌کند. رسانه اجتماعی دارای هر دو پیام فوری و ارتباطات هم‌زمان است و تعاملات مابین اساتید و دانشجویان را به طور مؤثری افزایش می‌دهد.

### یادگیرنده به عنوان فراگیر فعال

در حمایت از رسانه‌های اجتماعی، نقش یادگیرنده، از دریافت‌کننده منفعل به فراگیر فعال تغییر می‌یابد. یادگیرنده دیگر اطلاعات آموزشی مربوط به گذشته را دریافت نمی‌کند بلکه طبق نیازمندی‌های آموزشی خودش، ملاحظه کرده و انواع مختلف اطلاعات آموزشی

<sup>۱</sup> multimedia

<sup>۲</sup> hypermedia

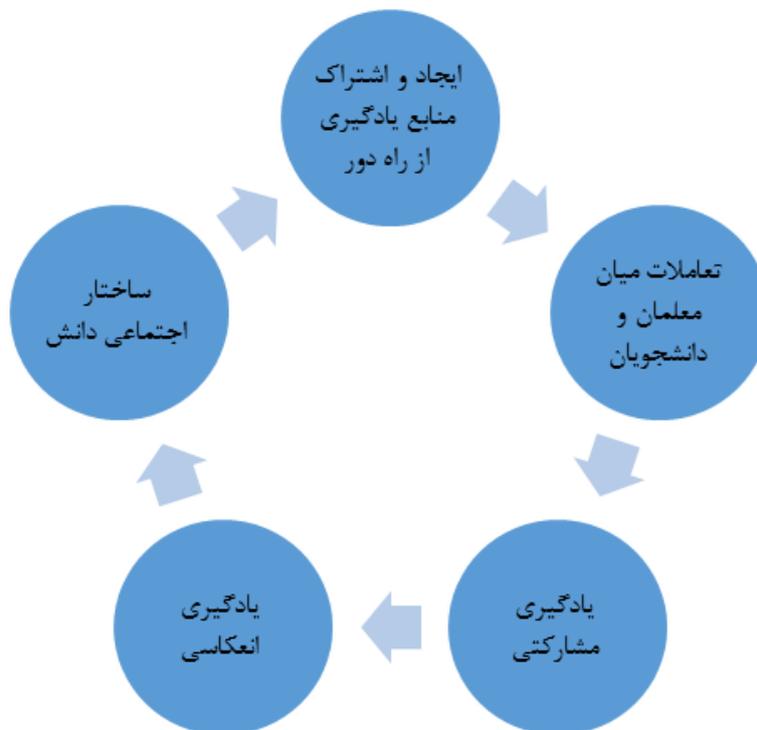
گستره‌ای را شکل داده است. برقراری ارتباطات آموزشی به کمک رسانه‌های اجتماعی نه تنها نشانه‌ای از تحول در نظام آموزشی ایران است، بلکه می‌کند بلکه نحوه برقراری ارتباطات اجتماعی افراد در فرایند ارتباطی را معرفی می‌نماید. در واقع رسانه اجتماعی با ایجاد ارتباط درون‌فردی، مرزهای ارتباطات آموزشی را گسترش می‌دهد.

### تمرکززدایی

به‌طور عمده یک رسانه انبوه سنتی با انتشار عمومی اطلاعات، ویژگی "تمرکز" را نشان می‌دهد. اما رسانه‌های اجتماعی به عنوان نماینده فناوری‌های جدید رسانه‌ای، مرزهای میان رسانه انبوه سنتی را شکسته و اساسی برای بیان حقایق را فراهم کرده‌اند. در حمایت از رسانه‌های اجتماعی، ارتباطات در هر زمان و هر مکانی و بدون محدودیت محیطی و به‌صورت شبکه‌ای برقرار می‌شود. به‌طور عمومی، انتشار اطلاعات و دسترسی به اطلاعات از طریق پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، میکرو بلاگ‌ها و سایر نرم‌افزارهای اجتماعی صورت می‌گیرد. بنابراین برقراری ارتباط از طریق رسانه‌های اجتماعی، شبکه‌ای از ارتباطاتی را ایجاد می‌کند که نشان‌دهنده ویژگی‌های اجتماعی شدن و شهروندی است و ویژگی‌های تمرکززدایی در خلق محتوا، انتشار، توزیع و مصرف محتوای رسانه‌ای را نمایش می‌دهد.

### ارزش کاربردی رسانه اجتماعی در آموزش از راه دور

رسانه اجتماعی، ارتباطات اجتماعی در آموزش از راه دور را تغییر داده و راه‌های خلاقانه این شیوه آموزشی را بهبود بخشیده است. ارزش رسانه اجتماعی در آموزش از راه دور به گونه‌ای است که روش‌های آموزشی استادمحور را به یادگیرنده‌محور تغییر داده است و به‌خصوص موجب اشتراک منابع آموزشی، برقراری تعاملات اجتماعی آسان، پشتیبانی از یادگیری مشارکتی، بهبود مشارکت فعال و یادگیری انعکاسی شده است.



شکل ۱: ارزش کاربردی رسانه اجتماعی در آموزش از راه دور

محتوا و تمایل به استفاده از آن به اشتراک بگذارند. دانشجویان، منابع یادگیری از راه دور ایجاد شده توسط معلمان و سایر دانشجویان را جست‌وجو کرده و سپس بهترین منبع آموزشی را در همان فضای یادگیری بازتولید و می‌توانند این منابع را دوباره ارزیابی و مورد استفاده قرار دهند. یادگیرندگان، منابع یادگیری تولید شده توسط خودشان را نیز در پلتفرم‌های عمومی قرار داده تا توسط سایر دانشجویان بکار گرفته شود.

### پشتیبانی از یادگیری انعکاسی

در حمایت از رسانه‌های اجتماعی، دانشجویان دیگر دریافت‌کنندگان غیرفعال دانش نیستند بلکه خلق‌کنندگان فعال دانش هستند. زیرا معلمان و دانشجویان در فرایند یادگیری از راه دور، به‌طور معمول به ایجاد منابع یادگیری و غنی‌سازی این منابع برای سایر دانشجویان می‌پردازند. اما با افزایش تعداد منابع یادگیری، کیفیت منابع یادگیری راه دور تلفیق شده و کیفیت بد و کیفیت خوب را با هم به‌همراه می‌آورند. برای تشخیص اختلاف میان این منابع، یادگیرندگان باید تفکر انتقادی داشته باشند و به سمت یادگیری انعکاسی هدایت شوند. یادگیرندگان، اعتقادات و ایده‌هایشان را از طریق ارائه نقطه نظرات و درک عمیق دانش ایجاد شده از طریق مشارکت در بحث و گفت‌وگوها بیان می‌کنند و دیگر دریافت‌کنندگان غیرفعال دانش نیستند. پس با وجود شیوه یادگیری انعکاسی، یادگیرنده می‌تواند در فرایند یادگیری، فردی خلاق و نوآور باشد.

### ساختار اجتماعی دانش

رسانه‌های اجتماعی، انواع مختلفی از ارتباطات از نوع اشتراک اطلاعات و تشکیل گروه‌ها را ایجاد می‌کنند. با حمایت از این رسانه‌ها، محیط یادگیری از راه دور، مشابه جوامع یادگیری متن‌باز است. یادگیرندگان مختلف در این محیط‌ها، با هم زندگی کرده و با هم یاد می‌گیرند و عقایدشان را تغییر می‌دهند. بنابراین یک شیوه یادگیری از راه دور مبتنی بر رسانه اجتماعی، یک محیط یادگیری شخصی‌سازی شده نیست بلکه یک محیط یادگیری اجتماعی است. به‌گونه‌ای که هر یک از یادگیرندگان از

رسانه اجتماعی، پلتفرمی را برای ایجاد و اشتراک منابع یادگیری از راه دور فراهم می‌کند. با حمایت از رسانه‌های اجتماعی، معلمان می‌توانند در خلق و اشتراک منابع یادگیری از راه دور مشارکت کنند. از طرفی دانشجویان می‌توانند منابع یادگیری از راه دور را به کمک ویکی، وبلاگ، پادکست و غیره منتشر کنند و این منابع را

### پشتیبانی از تعامل اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی یک تعامل اجتماعی بسیار خوب را برای یادگیرندگان راه دور فراهم می‌کنند. معلمان و دانشجویان می‌توانند با یکدیگر به صورت متنی، ویدیویی و ... به کمک ابزارهای پیام‌دهی گفت‌وگو کنند. میکروبلگ‌ها پشتیبانی فنی را برای گفت‌وگو و بحث‌های آنلاین میان یادگیرندگان راه دور ایجاد می‌کنند. یک تعامل درون فردی ایدئال می‌تواند به یادگیرندگان در کاهش مفهوم تنهایی در فضای مجازی و افزایش حس تعلق اجتماعی کمک نماید. علاوه بر این، یک ارتباط تعاملی خوب، سرویس‌های با کیفیتی را برای انجام فعالیت‌های پرسش و پاسخ دانشجویان فراهم می‌کند و در نتیجه به بهبود کیفیت شیوه یادگیری از راه دور کمک می‌کند.

### پشتیبانی از یادگیری مشارکتی

رسانه‌های اجتماعی، پشتیبان خوبی برای ایجاد یادگیری مشارکتی هستند. از طریق این رسانه‌ها، یادگیرندگان می‌توانند تیم‌های پروژه‌ای جهت مشارکت در یادگیری را ایجاد نمایند و همچنین منابع یادگیری از راه دور را به اشتراک گذاشته و مشارکت و همکاری را از طریق گفت‌وگوهای درون فردی تقویت نمایند و سپس با تکمیل فعالیت‌های درسی خود، به اهداف اصلی دست یابند. بنابراین می‌توان گفت که همواره دانشجویان زیر نظر معلمان می‌توانند جهت بهبود شیوه یادگیری مشارکتی، رسانه‌های اجتماعی را بکار گیرند.

طریق گفت‌وگو و مذاکره با سایر افراد می‌توانند به درک و فهم عمیق‌تر دانش دست یابند.

### نتیجه‌گیری

رسانه اجتماعی، نوعی رسانه جدید بر اساس فناوری وب ۲ است. رسانه‌های اجتماعی در آموزش از راه دور بکار گرفته می‌شوند و در المان‌های مربوط به ارتباطات آموزشی تغییر ایجاد می‌کنند. معلمان به رهبران، تنظیم‌کننده و تسهیلگران یادگیری تبدیل می‌شوند. محتوای آموزشی به صورت چندرسانه‌ای ارائه شده و به کمک ابر رسانه‌ها سازمان یافته است. دانش‌آموختگان به یادگیرندگان فعال تبدیل می‌شوند. همان‌طور که بیان شد ویژگی‌های ارتباطی رسانه‌های اجتماعی شامل موضوع و شیء، اجتماعی کردن و تمرکززدایی هستند. بنابراین رسانه‌های اجتماعی نه تنها منابع یادگیری از راه دور را به اشتراک می‌گذارند بلکه تعاملات ایجاد شده میان معلمان و دانشجویان را حمایت می‌کنند تا مشارکت فعال را بهبود بخشیده و در نهایت در اجرای یادگیری مشارکتی و یادگیری انعکاسی و سپس شناسایی ساختار اجتماعی دانش نقش بسزایی را ایفا نمایند.

### قدردانی و سپاسگزاری

این تحقیق مورد حمایت دو پروژه با عناوین "اکو سیستم یادگیری راه دور منطبق با فناوری جدید وب ۲" به شماره (DCA100200) مربوط به مرکز علمی آموزش ملی وزارت آموزش و پرورش و "مدل و مکانیزم اکوسیستم‌های یادگیری راه دور" به شماره (10XJC880001) مربوط به مرکز علوم اجتماعی و علوم انسانی وزارت آموزش و پرورش قرار گرفته است.

### References

- Ding Xinfu. "A Newly Designed Conceptual Analysis Framework of Technology-mediated Distance Teaching and Associated Models," Open Education Research, August 2010, pp. 15-22. (In Chinese)
- Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media". Business Horizons, 53 (1): 59-68.
- Wang Youmei. Social Media: New Instructional Technology in Web2.0 Era. Modern Educational Technology. July, 2010, pp.5-7. (In Chinese)
- Facebook.<http://www.facebook.com>. Retrieved December 21, 2010
- Sacide Güzin Mazman, Yasemin Koçak Usluel (2010). Modeling educational usage of Facebook. Computers & Education, 55, 444-453

واژگان کلیدی معماری، رایانش ابری، آموزش الکترونیک، فناوری اطلاعات.

#### مقدمه

در حال حاضر، بیشتر فرم‌های آموزشی رایج، مناسب شرایط پیشرفت اجتماعی و توسعه آموزش نبوده، و قادر به سازگاری با تغییرات آموزشی روز نیستند، از این رو شبکه‌های رایانه‌ای فرصت‌هایی را برای آن به ارمغان آورده‌اند. با این حال، در حالت سنتی آموزش الکترونیک مبتنی بر وب، وظایف ساختاردهی و نگهداری سیستم در داخل موسسات آموزشی و یا شرکت‌ها محول شده که منجر به بروز مشکلات زیادی مانند بسیاری از سرمایه‌گذاری‌های لازم، اما بدون بازگشت سود سرمایه، بدون پتانسیل توسعه و بقای قدرت می‌شود. رایانش ابری به دلیل مقیاس‌پذیری پویا و استفاده موثر از منابع، در حال تبدیل شدن به یک فناوری جالب است؛ یعنی می‌تواند در شرایطی که دسترسی به منابع محدود است مورد استفاده قرار گیرد.

از آنجایی که رایانش ابری به یک کانون پژوهشی در میان فناوری‌های مدرن تبدیل شده، محققان توجه بیشتری به برنامه‌های کاربردی آن می‌نمایند. در مورد رایانش ابری به کارگرفته شده در زمینه آموزش، مشکلات بسیاری از قبیل فناوری ابر آموزش از راه دور در آینده (جیان<sup>۵</sup>، ۲۰۱۰)، سیستم اطلاعات آموزشی (هیوا<sup>۶</sup>، ۲۰۱۰؛ جوان<sup>۷</sup> و ایزیانگ<sup>۸</sup>، ۲۰۱۰ و جیان و لیجیانگ و تائو<sup>۹</sup>، ۲۰۱۰)، ادغام منابع آموزشی (ژونگ<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۰) و توسعه سیستم آموزشی (زیائومی<sup>۱۱</sup> و ژبائوکیانگ<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۰) مورد مطالعه قرار گرفت.

## معماری سیستم آموزش الکترونیک مبتنی بر رایانش ابری<sup>۱</sup>

مولفان: انور حسین مسعود و زیائودی هیونگ

مترجمان: احسان خرامید<sup>۲</sup>، مونا شیخ<sup>۳</sup>، مریم حق

شناس<sup>۴</sup>

#### چکیده

گسترش عظیم رایانه‌های ارزان قیمت، قابلیت اتصال به پهنای باند اینترنت و محتوای غنی آموزشی، پدیده‌ای جهانی را در پی داشته که در آن از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای تغییر آموزش استفاده می‌گردد. از این رو برای پاسخ‌گویی بهتر به نیازها، به طراحی مجدد سیستم آموزشی نیاز است. ظهور رایانه‌هایی با نرم‌افزار پیشرفته، این امکان را به ما داد تا بسیاری از مشکلات پیچیده را بسیار سریع و با هزینه‌ای کمتر حل کنیم. این مقاله به معرفی ویژگی‌های آموزش الکترونیک کنونی و سپس تجزیه و تحلیل مفهوم رایانش ابری پرداخته و با ترکیب ویژگی‌های آموزش الکترونیک، معماری پلتفرم رایانش ابری را توصیف می‌کند. نویسندگان سعی بر معرفی پردازش ابری به آموزش الکترونیکی، ساخت یک ابر آموزش الکترونیکی و ارائه تحقیق و اکتشافی فعال برای آن از جنبه‌های زیر داشته‌اند: معماری، روش ساختاری و رابط واسط کاربردی برای ارتباط با مدل.

<sup>5</sup> Jian

<sup>6</sup> Hua

<sup>7</sup> Juan

<sup>8</sup> Yi-xiang

<sup>9</sup> Lijian, G. Tao

<sup>10</sup> Zhongze

<sup>11</sup> Xiaomei

<sup>12</sup> Xiaoqiang

<sup>1</sup> Md. Anwar Hossain Masud, Xiaodi Huang, An E-learning System Architecture based on Cloud Computing, World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Computer, Electrical, Automation, Control and Information Engineering Vol:6, No:2, 2012

<sup>۲</sup> کارشناس ارشد مدیریت رسانه - پردیس بین‌الملل کیش دانشگاه تهران

<sup>۳</sup> کارشناس نرم افزار کامپیوتر - دانشگاه غیر انتفاعی کیش

<sup>۴</sup> دکتری مدیریت رسانه دانشگاه تهران

است که کاربران می‌توانند در صورت مراجعه، به سادگی از منابع محاسباتی استفاده کرده و بر حسب میزان استفاده خود و طبق یک الگوی اندازه‌گیری مشابه با مصرف آب و برق، هزینه کنند. بدین ترتیب، مدل کسب‌وکار جدیدی ایجاد می‌کند که در آن خدمات ارائه شده به منابع محاسباتی تبدیل می‌شود (چنگیون<sup>۷</sup>، ۲۰۱۰).

رایانش ابری بسیار مقیاس‌پذیر بوده و منابعی مجازی ایجاد می‌کند که می‌تواند در دسترس کاربران قرار گیرد. کاربران برای اتصال رایانه‌های خود به سروری که در آن برنامه‌ها نصب شده و استفاده از آن‌ها، نیاز به هیچ دانش خاصی درباره مفهوم رایانش ابری ندارند. کاربران می‌توانند از طریق اینترنت از راه دور با سرور ارتباط برقرار کنند. این سرورها می‌توانند خود، شکاف‌های محاسباتی‌شان را مبادله کنند (هیث<sup>۸</sup>، ۲۰۰۸). رایانش ابری یکی از روندهای جدید فناوری است که احتمالاً تاثیر چشمگیری در آموزش و محیط یادگیری خواهد داشت (تانکی<sup>۹</sup>، ۲۰۱۰).

در رایانش ابری، منابع می‌توانند تحت مالکیت خارجی (ابر عمومی) - که توسط گوگل و آمازون فراهم شده (یا داخلی (ابر خصوصی) باشند. ابرهای عمومی به کاربران خارجی که معمولاً در صورت استفاده هزینه پرداخت می‌کنند، امکان دسترسی می‌دهند. ابر خصوصی برای دسترسی درون سازمانی ساخته شده است که بر اساس آن کاربران می‌توانند بدون هیچ‌گونه هزینه‌ای از تسهیلات استفاده کنند (بویا، یثو و ونیوگوپال<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۹).

در یکپارچه‌سازی آموزش الکترونیک و شبکه، تأکید بر ساخت پلتفرم نرم‌افزار و سخت‌افزار سیستم آموزش الکترونیکی، ساختار کاربردی، مدیریت و آموزش امنیت شبکه، یکپارچه‌سازی فناوری اطلاعات در آموزش (ژونگ پینگ و هیوچنگ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴)، محیط شبکه‌ای دانشگاه (جیلنمین<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷)، آموزش برخط<sup>۳</sup> (وی و رانگ<sup>۴</sup>، ۲۰۰۴) (۲۰۰۴) و سیستم چندعاملی وب معنایی مبتنی بر فناوری (گلادون و روگشینا<sup>۵</sup>، ۲۰۰۹) و (لی و یانگ و جیانگ<sup>۶</sup>، ۲۰۰۶) است.

از موارد فوق می‌توان نتیجه گرفت که تا به حال، پژوهشگران تحقیقات زیادی بر روی دو بعد زیر انجام داده‌اند: محاسبات ابری در زمینه آموزش، و یکپارچه‌سازی شبکه و آموزش الکترونیکی. مورد نخست بر آموزش از راه دور، نرم‌افزار سیستم اطلاعات، طراحی سیستم‌های آموزشی، توسعه منابع اطلاعات، کاربران برخط حاضر در رشته ساختمان، و غیره تأکید می‌کند. در مورد دوم تأکید بر ساخت و طراحی سیستم آموزش الکترونیک دانشگاه، مدل یادگیری الکترونیکی در شبکه دانشگاه، سیستم آموزش الکترونیک مبتنی بر مدل عامل و شبکه آموزش الکترونیکی و غیره دارد.

اما تاکنون پژوهش چشمگیری که از رایانش ابری برای آموزش الکترونیک استفاده کرده باشد گزارش نشده است. در این مقاله، به‌منظور ارائه نقش کاملی از مزایای رایانش ابری، سعی کردیم آن را به آموزش الکترونیکی ضمیمه کرده، یک ابر آموزش الکترونیک ساخته و تحقیق و کاوش فعالی را برای آن انجام دهیم.

### رایانش ابری

درسال‌های اخیر، رایانش ابری به‌عنوان شکل جدیدی از فناوری پیشرفته بر سرعت نوآوری در صنعت رایانه افزوده است. رایانش ابری مدلی محاسباتی مبتنی بر شبکه، به ویژه اینترنت است که وظیفه آن تضمین این امر

<sup>1</sup> Zhong-ping, L. Hui-cheng

<sup>2</sup> Jianmin

<sup>3</sup> Online

<sup>4</sup> Wei, Y. Rong

<sup>5</sup> Gladun, J. Rogushina

<sup>6</sup> Li, S. Yang, J. Jiang

<sup>7</sup> Chengyun

<sup>8</sup> Hayes

<sup>9</sup> Tuncay

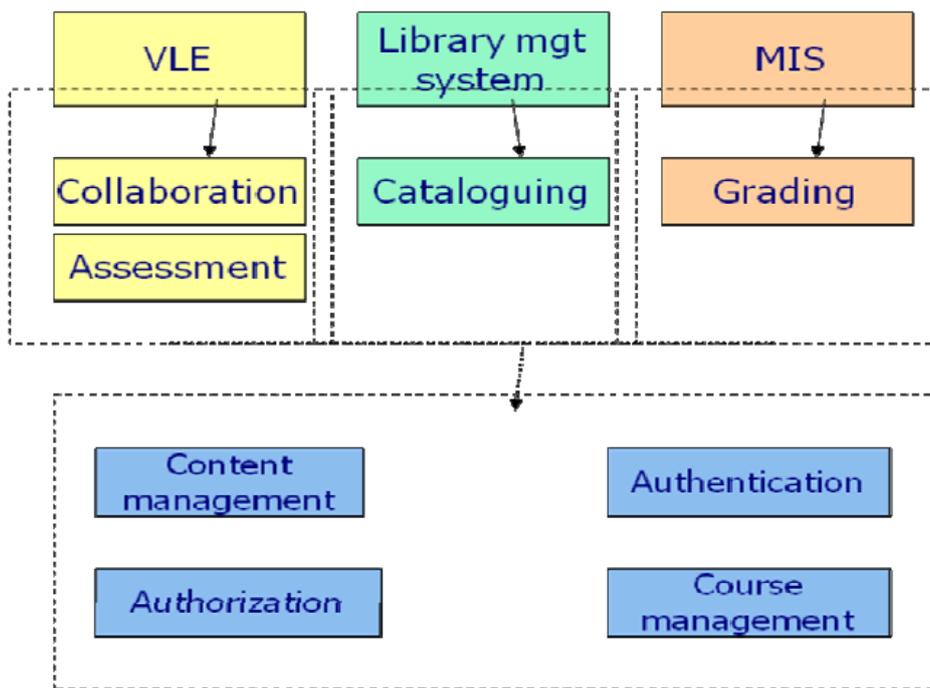
<sup>10</sup> Buyya, C.S. Yeo & S.Venugopal

روش‌های مربوط به چالش‌های دیداری مانند رابط کاربری؛ توزیع کار و هماهنگی نیز در آن ارزیابی و شرح داده شده است (لیجون، چان و تی اس ای<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸). پراوینا و بتسی<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) کاربرد ابر در دانشگاه‌ها را شرح داده‌اند. دلیک و رایلی<sup>۳</sup> (۲۰۰۹) وضعیت فعلی مدیریت دانش سازمانی و چگونگی تبدیل آن را با استفاده از رایانش ابری به زیرساختی جهانی‌تر و کارآمدتر، بررسی کردند. آن‌ها هم‌چنین معماری و برنامه‌های مشابه را مورد بحث قرار دادند. قابلیت‌های رایانش ابری را می‌توان به کمک مقایسه‌های زیر مجسم نمود.

### شبکه آموزش الکترونیک سنتی به آموزش الکترونیک ابری

آموزش الکترونیک، فرایند یادگیری مبتنی بر اینترنت است که به منظور طراحی، پیاده‌سازی، انتخاب، مدیریت، حمایت و گسترش آموزش، از فناوری اینترنت استفاده می‌کند. این روش جایگزین روش‌های آموزش سنتی نخواهد شد اما تا حد زیادی کارایی آموزش را بهبود خواهد بخشید.

همان‌طور که در شکل ۱ پیداست از آن جایی که آموزش الکترونیکی مزیت‌های بسیاری مانند انعطاف‌پذیری، تنوع، اندازه‌گیری، باز بودن و ... را دارد به راهی اصلی برای آموزش در قرن جدید تبدیل خواهد شد.



شکل ۱. معماری یک سیستم آموزش ساده شده

<sup>1</sup> Lijun, W.K. Chan & T.H. Tse

<sup>2</sup> Praveena & T. Betsy

<sup>3</sup> Delic & J.A. Riley

مندز<sup>۱</sup> (۲۰۱۱) نشان می‌دهد که در آموزش سنتی مبتنی بر وب، وظیفه ساخت و نگهداری سیستم به داخل موسسات و یا شرکت‌های آموزشی محول شده است که منجر به بروز مشکلات زیادی مانند سرمایه‌گذاری چشمگیر لازم اما بدون بازگشت سود سرمایه برای‌شان می‌شود و عدم توسعه بالقوه را در پی دارد. در مقابل، مدل آموزش الکترونیکی مبتنی بر ابر، به معرفی مکانیزم کارایی مقیاس‌پذیر می‌پردازد. برای مثال ساخت سیستم آموزش الکترونیکی به تامین‌کنندگان رایانش ابری سپرده شده است و این می‌تواند موقعیتی برد-برد را برای ارائه‌دهندگان و کاربران فراهم آورد. محیط مبتنی بر ابر، از ایجاد نسل جدیدی از سیستم‌های آموزش الکترونیک حمایت می‌کند که هنگام ذخیره داده‌ها به‌صورت ابری، قادر به اجرا بر روی طیف گسترده‌ای از دستگاه‌های سخت‌افزاری است.

عوف<sup>۲</sup> (۲۰۱۱) اکوسیستم آموزش الکترونیک مبتکرانه‌ای بر اساس رایانش ابری و فناوری‌های وب ۲ ارائه داد. این مقاله مهم‌ترین سرویس‌های مبتنی بر ابر را که توسط محیط‌های رایانش ابری عمومی مانند موتور App گوگل، ابر محاسباتی توسعه‌پذیر آمازون (EC2) یا ویندوز آزور<sup>۳</sup> ارائه شده آنالیز کرده و مزایای استفاده از برنامه‌های کاربردی گسترش آموزش الکترونیک ۲ را برای چنین زیرساختی برجسته می‌سازد. هم‌چنین نویسندگان مزایای استفاده از برنامه‌های کاربردی آموزش الکترونیک ۲ مبتنی بر ابر (مقیاس‌پذیری، امکان‌سنجی یا قابلیت دسترسی) را شناسایی و با در نظر گرفتن هزینه و مدیریت ریسک، بر تقویت آن تأکید کردند.

چاندرال<sup>۴</sup> (۲۰۱۰) بر مدل معماری آموزش الکترونیک کنونی و موضوعات برنامه‌های کاربردی آموزش الکترونیکی تمرکز کرد. این مقاله به معرفی مدل آموزشی هیبریدی به‌عنوان تلفیقی از کلاس درس سنتی و آموزش برخط و سفارش آن برای برنامه‌های کاربردی آموزش الکترونیکی در حال اجرا در زیرساخت‌های رایانش ابری می‌پردازد. نویسندگان بر مسائل مربوط به آموزش الکترونیکی، به‌ویژه باز بودن، مقیاس‌پذیری و هزینه‌های توسعه/سفارش تأکید دارند. سیستم‌های آموزش الکترونیکی موجود به‌صورت پویا، مقیاس‌پذیر و قابل‌گسترش نیستند. ادغام آن‌ها با سایر سیستم‌های آموزش الکترونیک بسیار پر هزینه است. این مقاله به معرفی مدل تحویل ترکیبی مبتنی بر ابر که می‌تواند به حل مشکلات فوق کمک کند خواهد پرداخت.

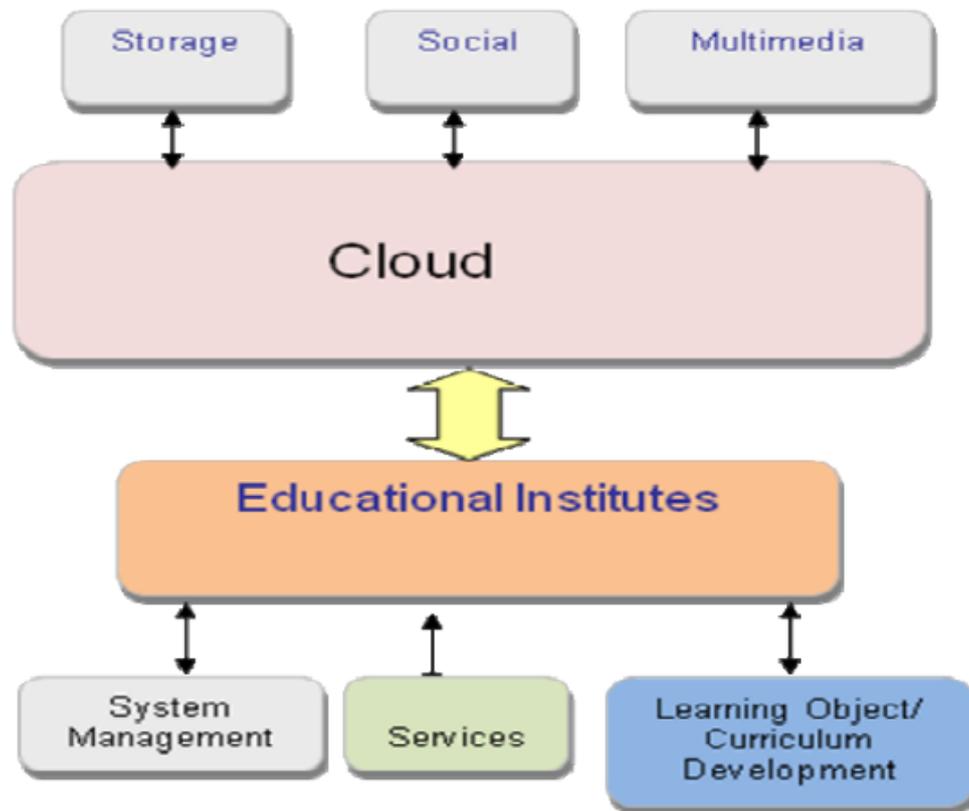
در این مقاله با معرفی رایانش ابری با هدف افزایش مقیاس‌پذیری، انعطاف‌پذیری و دسترسی سیستم‌های آموزش الکترونیک، به الگوی جدیدی در منطقه آموزشی تأکید کرده است. نویسندگان، مدل سنتی شبکه آموزش الکترونیک را با در نظر گرفتن پیشرفت‌ها و مسائل مربوط به آن و امکان حرکت به سوی سیستم‌های آموزش الکترونیکی خارج از مدارس و شرکت‌ها، و بهره‌گیری از زیرساخت‌های رایانش ابری را ارزیابی کرده‌اند. تفکیک نقش‌های نهادی و اثربخشی هزینه را می‌توان مزایای مهمی در نظر گرفت. موسسات نسبت به روند آموزش، مدیریت و تحویل محتوا، مسئول خواهند بود و فروشنده از ساختار سیستم، نگهداری، توسعه و مدیریت آن مراقبت می‌کند. سیستم آموزش الکترونیک می‌تواند به هر دو صورت افقی و عمودی درجه‌بندی شود و سازمان آموزشی همان‌گونه که در شکل ۲ پیداست با توجه به تعداد سرورهای استفاده شده که بسته به تعداد دانش‌آموزان است، شارژ گردید.

<sup>1</sup> Mendez

<sup>2</sup> Ouf

<sup>3</sup> Azure

<sup>4</sup> Chandral



شکل ۲. معماری سیستم آموزش الکترونیک اصلاح شده

محتوای تعاملی و همکاری مجازی، عامل نگهداری بالایی را تضمین می‌کند.

از سوی دیگر، ابر آموزش الکترونیک، نوعی مهاجرت فناوری رایانش ابری در زمینه یادگیری الکترونیک است که یکی از زیرساخت‌های آموزش الکترونیکی در آینده و شامل تمام منابع محاسباتی سخت‌افزاری و نرم‌افزاری لازم در آموزش الکترونیک است.

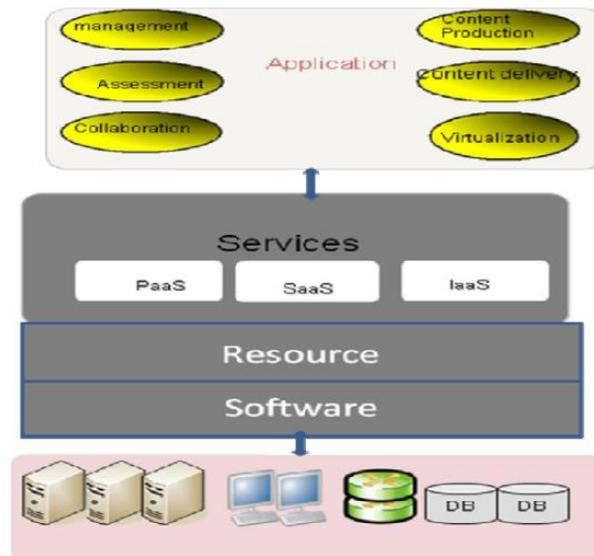
معماری آموزش الکترونیک مبتنی بر ابر

آموزش الکترونیک نمی‌تواند به‌طور کامل جایگزین معلمان گردد بلکه تنها نوعی به‌روزرسانی فناوری، مفاهیم و ابزارها به‌شمار می‌رود که مطالب، مفاهیم و روش‌های جدیدی را برای آموزش ارائه می‌دهد. بنابراین نقش معلمان را نمی‌توان جایگزین نمود. معلمان هنوز هم نقش برجسته‌ای داشته و در توسعه و به‌کارگیری ابر آموزش الکترونیک سهم هستند. راهبرد آموزش تلفیقی باید موجب بهبود روند آموزشی شود. علاوه‌براین،

پس از آنکه این منابع محاسباتی مجازی شدند، می‌توان آن‌ها را برای اجاره در قالب خدمات به موسسات آموزشی، دانش‌آموزان و مشاغل ارائه داد. معماری آموزش الکترونیک ابری در شکل ۳ نشان داده شده است (هوانینگ<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰) (فنگ<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰).

<sup>1</sup> Huanying

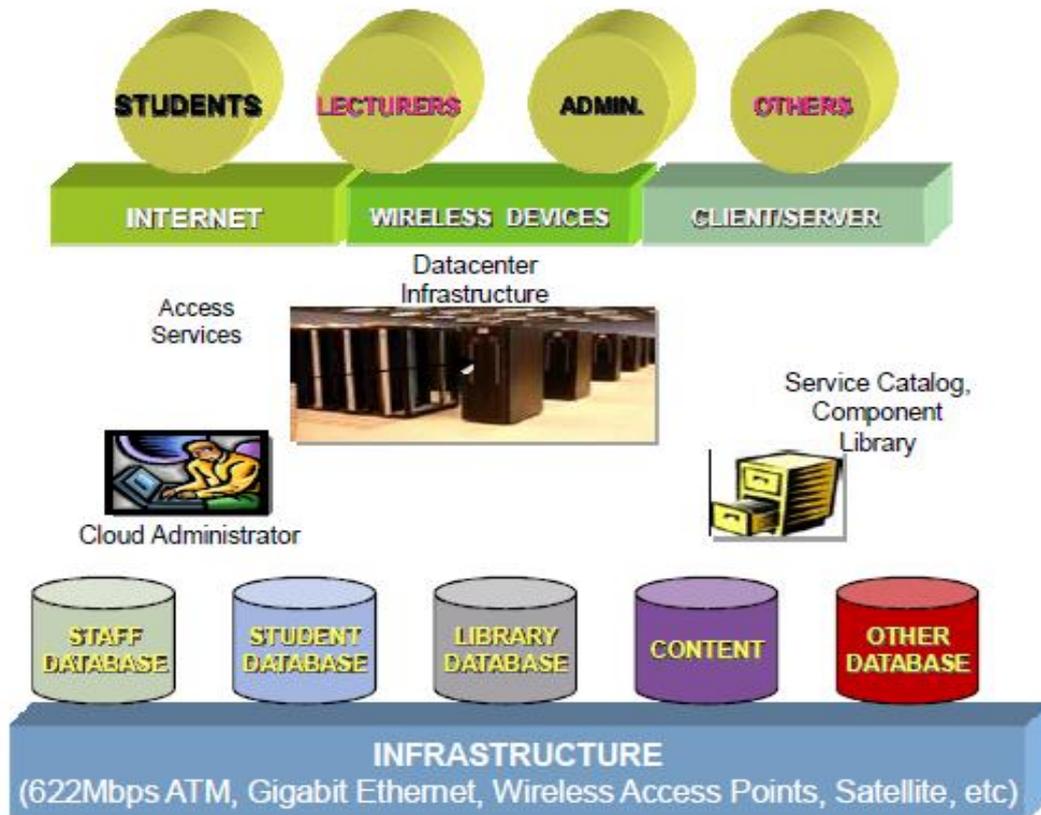
<sup>2</sup> feng



شکل ۳. معماری آموزش الکترونیک ابری

معماری آموزش الکترونیک ابری مطرح شده را می‌توان به لایه‌های زیر تقسیم کرد: لایه زیرساخت به‌عنوان مجموعه میزبان فیزیکی پویا و مقیاس‌پذیر، لایه منبع نرم‌افزاری که رابط کاربری واحد و یکپارچه‌ای را به توسعه‌دهندگان آموزش الکترونیکی ارائه می‌دهد، لایه مدیریت منابع که امکان اتصال آزاد به منابع نرم‌افزاری و سخت‌افزاری را فراهم می‌آورد، لایه خدمات که شامل سه سطح خدماتی (نرم‌افزار به‌عنوان سرویس، بستر به‌عنوان سرویس و زیرساخت به‌عنوان سرویس) است، لایه کاربردی که شامل تولید محتوا، تحویل محتوا، آزمایشگاه مجازی، یادگیری مشارکتی، ارزیابی و ویژگی‌های مدیریتی است.

**الف.** لایه زیرساخت، از زیرساخت اطلاعات و منابع آموزشی تشکیل شده است. زیرساخت اطلاعات شامل اینترنت/اینترانت، نرم‌افزار سیستم، سیستم مدیریت اطلاعات و برخی نرم‌افزارها و سخت‌افزارهای رایج است؛ منابع آموزشی، عمدتاً در مدل آموزش سنتی جمع‌آوری و در بخش‌ها و زمینه‌های مختلفی توزیع شده است. این لایه در پایین‌ترین سطح میان‌افزار خدمات ابر واقع شده است، قدرت محاسباتی پایه مانند حافظه فیزیکی، CPU و حافظه توسط این لایه تهیه شده است. با استفاده از فناوری مجازی‌سازی، سرور فیزیکی، ذخیره‌سازی و شبکه، گروه مجازی‌سازی برای ایجاد یک پلتفرم نرم‌افزاری سطح بالا تشکیل می‌شود. مجموعه میزبان فیزیکی، پویا و مقیاس‌پذیر است از این رو به‌منظور افزایش توان محاسبات فیزیکی برای خدمات میان‌افزار ابر می‌توان میزبان فیزیکی جدید را بدان افزود. شکل ۴ در پایین، این موضوع را در نمایی واضح‌تر نشان می‌دهد.



شکل ۴. لایه زیرساخت مطرح شده در نمایی بسط پذیر

ب. لایه منبع نرم‌افزاری، عمدتاً متشکل از سیستم عامل و میان‌افزار است. از طریق فناوری میان‌افزار، انواع مختلفی از منابع نرم‌افزاری ادغام شده‌اند تا رابط یکپارچه‌ای را برای توسعه‌دهندگان نرم‌افزار فراهم کنند، بدین ترتیب می‌توانند به راحتی برنامه‌های بسیاری را بر اساس منابع نرم‌افزاری توسعه داده و با جای‌گذاری در ابر، آن‌ها را برای کاربران رایانش ابری قابل دسترس نمایند.

ج. لایه مدیریت منبع، کلید دستیابی به اتصال آزاد منابع نرم‌افزاری و سخت‌افزاری است. از طریق ادغام مجازی‌سازی و راهبرد برنامه‌ریزی رایانش ابری، در صورت مراجعه می‌توان به جریان سفارشی و توزیع نرم‌افزار از طریق منابع سخت‌افزاری مختلف دست یافت.

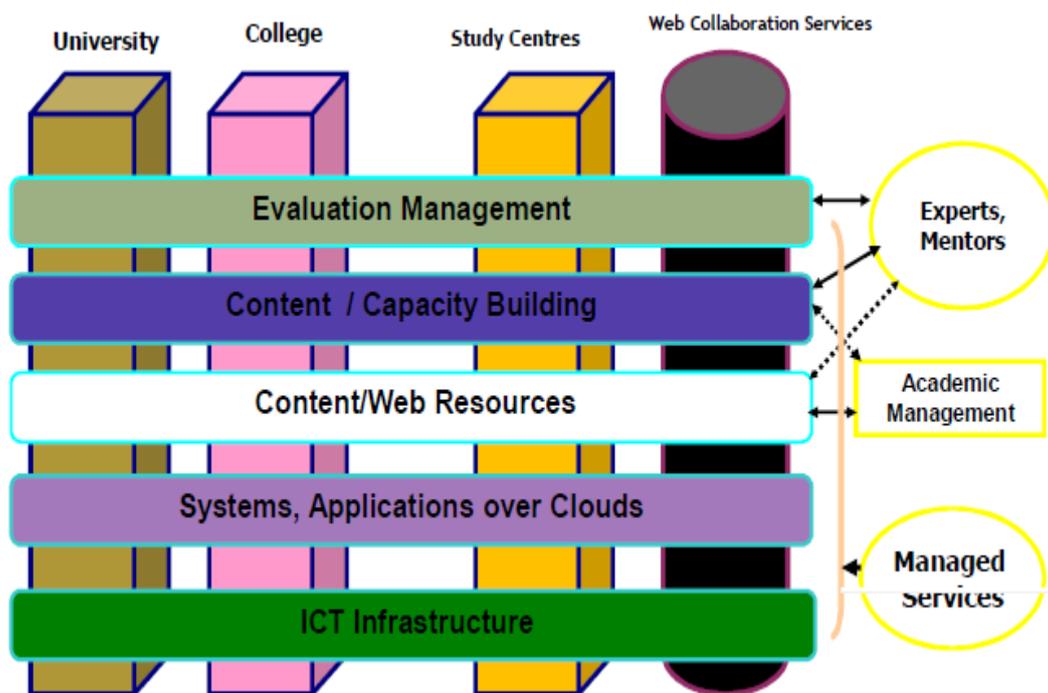
د. لایه خدمات، دارای سه سطح خدماتی به نام‌های SaaS<sup>۱</sup> (نرم‌افزار به‌عنوان سرویس)، PaaS<sup>۲</sup> (بستر به‌عنوان سرویس)، IaaS<sup>۳</sup> (زیرساخت به‌عنوان سرویس) است. در SaaS، سرویس رایانش ابری به مشتریان ارائه می‌شود. از آنجایی که این لایه با نرم‌افزار سنتی متفاوت است، کاربران بدون نیاز به خرید یکباره نرم‌افزار و سخت‌افزار یا نگهداری و ارتقای آن، تنها با پرداخت هزینه‌های ماهانه به‌صورت اینترنتی، از آن استفاده می‌کنند.

<sup>۱</sup> Software as a service

<sup>۲</sup> Platform as a service

<sup>۳</sup> Infrastructure as a service

۵. لایه کاربرد، کاربرد خاصی از ادغام منابع آموزشی در مدل رایانش ابری و شامل دوره‌های تعاملی و اشتراک‌گذاری منابع آموزشی است. برنامه‌های تعاملی، عمدتاً برای معلمان بوده و با توجه به دانش‌آموزان و نیازهای آموزشی، استفاده کامل از منابع اطلاعاتی مهم پس از اتمام و محتوای دوره و هم‌چنین پیشرفت می‌تواند در هر زمان با توجه به بازخورد تنظیم شده و اثربخشی بیشتری نسبت به آموزش سنتی داشته باشد. اشتراک منابع آموزشی، شامل آموزش منابع مادی، آموزش منابع اطلاعاتی (مانند کتابخانه‌های دیجیتال، مراکز اطلاع‌رسانی) و نیز اشتراک‌گذاری کامل منابع انسانی است. این لایه عمدتاً شامل تولید محتوا، اهداف آموزشی، فناوری تحویل محتوا، ارزیابی و مدیریت است (زیپینگ و ژیمی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰).



شکل ۵. سناریوی اتصال موسسات در معماری پیشنهادی

<sup>1</sup> Xin-ping, Z. Zhi-mei

## مزایای مورد انتظار از معماری

مزایای مورد انتظار از معماری پیشنهادی به شرح زیر است:

(آ) محاسبات قوی و ظرفیت ذخیره‌سازی: معماری آموزش الکترونیک مبتنی بر ابر، محاسبات و داده‌ها را در تعداد زیادی از رایانه‌های توزیع شده قرار می‌دهد، مجموعه‌ای از ابرها در ده‌ها هزار رایانه به‌منظور فراهم آوردن توانایی محاسباتی قوی و فضای وسیع ذخیره‌سازی داده‌ها، "ابر" را به‌عنوان یک سرویس از طریق اینترنت در دسترس دانش‌آموزان قرار می‌دهد.

(ب) دسترسی بالا. از طریق ادغام ذخیره‌سازی انبوه و توان محاسباتی با کارایی بالا، این سیستم می‌تواند کیفیت خدمات بالاتری را ارائه دهد. سیستم محاسبات ابری می‌تواند به‌طور خودکار گره کار را شناسایی و آن را حذف نماید، بدون آن که بر عملکرد نرمال سیستم تأثیر گذارد.

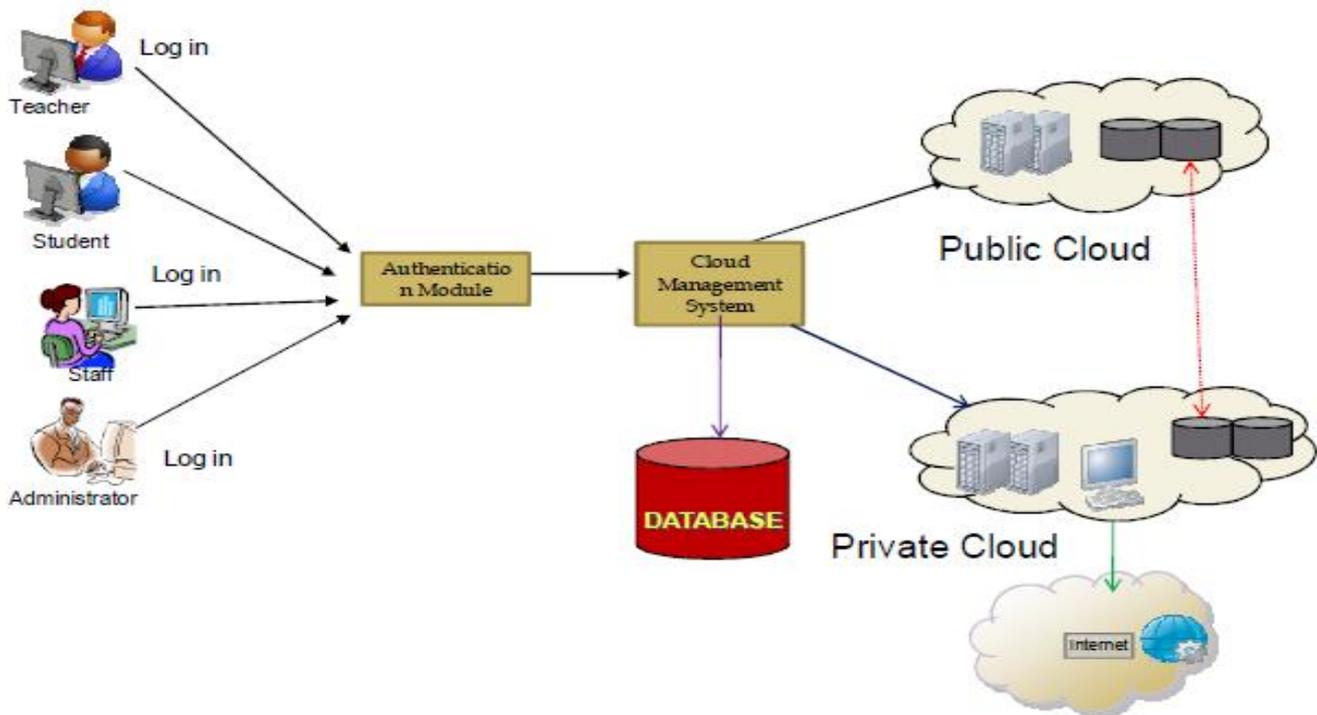
(ت) امنیت بالا. در مدل رایانش ابری، داده‌ها به‌شدت طبقه‌بندی شده است. بر اساس یک یا چند مرکز داده، مدیران، داده‌های یکپارچه را مدیریت، منابع را تقسیم، بار را متوازن، برنامه‌نویسی را مرتب، امنیت را کنترل و نظارت بر زمان واقعی قابل اعتماد را مدیریت می‌نمایند و بدین ترتیب امنیت داده‌ها را به بالاترین میزان ممکن تضمین می‌کنند.

(ث) مجازی‌سازی. مجازی‌سازی مهم‌ترین ویژگی این نوع معماری است. هیچ یک از محیط‌های برنامه کاربردی و پلتفرم فیزیکی بهم مرتبط نیستند. بلکه از طریق پلتفرم مجازی‌سازی، مدیریت، هزینه، مهاجرت و پشتیبانی می‌شوند. این پلتفرم، سخت‌افزارهای اصلی از جمله سرورها، ذخیره‌سازی و تجهیزات شبکه و مجازی‌سازی جامع را عرضه می‌کند تا در صورت مراجعه، از آن‌ها، پایگاه منابع مشترکی بسازد.

(ج) مزیت عمده این طرح آن است که هدف آن دسترسی آسان به نرم‌افزارهای پرهزینه با پردازشگرهایی با کارایی بالا به دانش‌آموزان روستایی در موسساتی است که از امکانات بالایی برخوردار نیستند. اگرچه سرمایه‌گذاری قابل توجهی برای اجرای این معماری لازم است، اما مزایای هزینه را به آسانی توجیه خواهند نمود. این مزیت را می‌توان در شکل ۵ که نشان‌دهنده سطح اتصال معماری پیشنهادی است، مشاهده کرد.

(ح) در مدل آموزش الکترونیک کلاسیک، معلمان، وظایف آموزشی را بر عهده می‌گیرند، کنفرانس‌های منظم برگزار کرده یا مهارت‌های دانش‌آموزان را آموزش می‌دهند. دانش‌آموزان در فعالیت‌های آموزش مستقل برخط و جلسات یادگیری مشارکتی شرکت کرده و یا تکالیف معلمان را انجام می‌دهند. اما در معماری پیشنهادی، معلمان علاوه بر اینکه به سوالات دانش‌آموزان پاسخ می‌دهند، آموزش‌های ضروری را در مورد نکات مهم و دشوار ارائه می‌دهند. علاوه بر این، معلمان هم‌چنین می‌توانند برای افزایش محتوای آموزشی، از چند نوع رسانه استفاده کنند. دانش‌آموزان، خودبه‌خود با تعیین روش‌های یادگیری، به برنامه‌های آموزشی خود دست می‌یابند. آن‌ها هنگام یادگیری هر واحد، آموزش برخط مستقل خود را انجام داده، آزمون مربوط به آن را از طریق اینترنت به پایان رسانده و گزارش مربوط به نتایج آزمون را دریافت می‌کنند.

هم‌چنین معلمان دانش‌آموزان را تشویق می‌کنند تا با یکدیگر همکاری کرده و تکالیف آموزشی ساده یا پروژه‌های گروهی پیچیده را به اتمام برسانند. در آموزش الکترونیک مشارکتی، دانش‌آموزان نه تنها به کسب علم می‌پردازند بلکه روحیه تیمی و همکاری آن‌ها نیز تقویت شده، مهارت‌هایشان در برخورد با دیگران بهبود یافته و توانایی‌های آن‌ها در انتقال منظور خود افزایش می‌یابد. بدین ترتیب یادگیری و آموزش همان‌طور که نیاز عصر حاضر است، تعاملی‌تر خواهند بود. مدل تعاملی معماری مطرح شده در شکل ۶ نشان داده شده است.



شکل ۶. مدل تعاملی معماری مطرح شده

#### نتیجه‌گیری و برنامه آینده

رایانش ابری به تازگی به‌عنوان پارادایمی الزام‌آور برای مدیریت و ارائه خدمات از طریق اینترنت ظاهر گشته است. افزایش رشد سریع محاسبات ابری، در حال تغییر چشم‌انداز فناوری اطلاعات و در نهایت تبدیل وعده طولانی‌مدت محاسبه نافع به یک واقعیت است. رایانش ابری می‌تواند به جوامع و ملل کمک کرده و آموزش را متحول سازد. از طریق سرویس‌های مبتنی بر ابر که هر لحظه، هر کجا و از هر طریقی قابل دسترسی است، دنیای عظیمی از علم و دانش در اختیار معلمان و دانش‌آموزان قرار می‌گیرد. رایانش ابری با کمک به کشورهای جهان، کاهش هزینه‌ها و تسهیل تحویل خدمات آموزشی، دانش‌آموزان سراسر دنیا را قادر می‌سازد تا به مهارت‌ها و آموزش‌های قرن بیست‌ویکم که برای رقابت و موفقیت در جامعه اطلاعات جهانی بدان نیازمند هستند، دست یابند.

وضعیت اقتصاد کنونی، موسسات و سازمان‌های آموزشی مختلف را به اتخاذ راه حل مبتنی بر ابر مجبور خواهد کرد. در این راستا، دانشگاه‌ها شروع به پیروی از این طرح نموده‌اند و دلایلی وجود دارد که کاهش چشمگیر هزینه‌ها به‌خاطر اجرای راه‌حل‌های ابری را نشان می‌دهد. هدف ما شناسایی معماری بود که از رایانش ابری در آموزش عالی استفاده خواهد کرد. عمدتاً، ما مزایای معماری ابری را مد نظر داشته‌ایم. پژوهش‌های آینده، شامل مطالعه‌ای در مورد نگرش و راهبرد مهاجرت به معماری پیشنهادی مبتنی بر ابرها خواهد بود.

## References

- F. Jian, "Cloud computing based distance education outlook", China electronic education, 2009.10, Totally 273, pp.39-42.
- R. Hua, "Teaching Information System Based on Cloud Computing", Computer and Telecommunications, 2010.02, pp. 42-43.
- Y. Juan, S. Yi-xiang, "The Initial Idea of New Learning Society which Based on Cloud Computing", Modern Educational Technology, Vol.20, No.1, 2010, pp.14-17.
- T. Jian, F. Lijian, G. Tao, "Cloud computing-based Design of Network Teaching System", Journal of TaiYuan Urban Vocational college, Mar. 2010, pp.159-160.
- Y. Zhongze, "The basic principles of cloud computing and its impact on education", Satellite TV and Broadband Multimedia, 2010.6, pp.67-70.
- W. Xiaomei, J. Xiaoqiang, "Cloud computing on the Impact of Higher Education", Science & Technology Information, 2010.10, pp.397-398.
- Z. Zhong-ping, L. Hui-cheng, "The Development and Exploring of E-Learning System on Campus Network", Journal of Shanxi Teacher's University (Natural Science Edition), Vol.18, No.1, Mar. 2004, pp.36-40.
- W. Jianmin, "Campus Network's E-learning Mode", New Curriculum Research, 2007.08, pp.84-86.
- Y. Wei, Y. Rong, "Research of an E-learning System Model Based on Agent", Computer Engineering and Applications, Nov. 2004, pp.156158.
- Gladun, J. Rogushina, F. Garcí'a-Sanchez, R. Martí'nez-Be'jar, J. Toma's Ferna'ndez-Breis, "An application of intelligent techniques and semantic web technologies in e-learning environments", Expert Systems with Applications 36, 2009, 922-1931.
- Y. Li, S. Yang, J. Jiang, M. Shi, "Build grid-enabled large-scale collaboration environment in e-learning grid", Expert Systems with Applications 31, 2006, 742-754.
- Z. Chengyun, "Cloud Security: The security risks of cloud computing, models and strategies", Programmer, May.2010, pp.71-73.
- Hayes, "Cloud computing," Comm. Acn, vol. 51, no. 7, pp. 9- 11, 2008.
- E. Tuncay, "Effective use of Cloud computing in educational institutions," Procedia Social Behavioral Sciences, p. 938-942, 2010.
- R. Buyya, C.S. Yeo & S.Venugopal, "Market-oriented Cloud computing: Vision, hype, and reality of delivering IT services as computing utilities," 10th Ieee Int. Conf. High Performance Comput. Comm., p. 5-13, 2009.
- M. Lijun, W.K. Chan & T.H. Tse, "A tale of Clouds: Paradigm comparisons and some thoughts on research issues," Ieee Asia-pasific Services Comput. Conf., Apscca08, pp. 464-469, 2008.

- K. Praveena & T. Betsy, "Application of Cloud Computing in Academia," *Iup J. Syst. Management*, vol. 7, no. 3, pp. 50–54, 2009
- K.A. Delic & J.A. Riley, "Enterprise Knowledge Clouds," *Next Generation Km Syst. Int. Conf. Inform., Process, Knowledge Management*, Cancun, Mexico, pp. 49–53, 2009
- J. A. Méndez and E. J. González, "Implementing Motivational Features in Reactive Blended Learning: Application to an Introductory Control Engineering Course", *IEEE Transactions on Education*, Volume: PP, Issue: 99, 2011
- S. Ouf, M. Nasr, and Y. Helmy, „An Enhanced E-Learning Ecosystem Based on an Integration between Cloud Computing and Web2.0”, *Proc. IEEE International Symposium on Signal Processing and Information Technology (ISSPIT)*, pages 48-55, 2011
- Chandran and S. Kempegowda, „Hybrid E-learning Platform based on Cloud Architecture Model: A Proposal”, *Proc. International Conference on Signal and Image Processing (ICSIP)*, pages 534-537, 2010
- L. Huanying, “Value and understanding for cloud computing based on middleware”, *Programmer*, 2010.05. pp.68,69
- F. feng, “Cloud-based IT infrastructure of next-generation telecom”, *Mobile Communications*, 2010, No. 8, pp.76-79
- H. Xin-ping, Z. Zhi-mei , D. Jian, “Medical Informatization Based on Cloud Computing Concepts and Techniques”, *Journal of Medical Informatics*, 2010, Vol.31, No.3, pp.6-9.

## جایگاه رسانه‌های اجتماعی در آموزش مجازی ظهور رسانه‌ها در نسل آینده سیستم‌های یادگیری مجازی

یادگیری مشارکتی نوعی روش آموزشی است که بر پایه تعاملات گروهی فراگیران برای دستیابی به هدفی خاص تعریف شده است. مهم‌ترین مسئله در یادگیری مشارکتی تشکیل اجتماعات و گروه‌هایی است که افرادی که در برخی ویژگی‌ها با یکدیگر مشابه و در برخی دیگر متفاوت هستند، گرد هم می‌آیند و با تعامل میان خود در جهت تعمیق یادگیری مفهومی خاص و یا بهبود دانش خود و پاسخ به نیازهای یادگیری تلاش می‌کنند. اعضای گروه‌های یادگیری مشارکتی، هم از نظر دانش و مهارت‌های یادگیری و هم در زمینه برقراری تعامل و مهارت‌های اجتماعی در جریان یادگیری رشد می‌یابند.

از اینرو، می‌توان گفت که به منظور توسعه و تحقق رویکرد تعاملی، راهبرد یادگیری در دانشگاه‌های مجازی، باید از نوع یادگیری مشارکتی باشد. یکی از راه‌های فراهم کردن این نوع یادگیری، به‌کارگیری قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی مانند ویکی، وبلاگ، شبکه‌های اجتماعی، پادکست و ... در حوزه آموزش است. زیرا از مهم‌ترین فواید استفاده رسانه‌های اجتماعی در حوزه آموزش، ارتقای یادگیری مشارکتی، رشد تفکر انتقادی و تفکر منطقی، و در نهایت رشد مهارت‌های نوشتاری و صلاحیت‌های حرفه‌ای فراگیران است.

رسانه‌های اجتماعی، فناوری‌ها و نرم‌افزارهای تعاملی آنلاینی هستند که مشارکت میان کاربران، همین‌طور خلق محتوا و فرایند اجتماعی کردن از طریق اینترنت را حمایت و تقویت می‌کند. این رسانه‌ها، امکان مشارکت مستقیم بین کاربران و ایجاد ارتباط هم‌زمان و غیرهم‌زمان بین فراگیران و همچنین ارائه محیطی جذاب برای یادگیری کاربران را فراهم می‌کند. استفاده از ویکی، وبلاگ، شبکه‌های اجتماعی و پادکست‌ها، فرصت‌های جدیدی را در زمینه آموزش و یادگیری فراهم می‌آورند.

مرور تحقیقات صورت گرفته با هدف به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی به عنوان راهکار و پیشنهادی در جهت تحقق رویکرد یادگیری مشارکتی در دانشگاه‌های مجازی، مبین آن است که قابلیت‌های

با گسترش روزافزون فاوا و تأثیر آن بر حوزه آموزش، تغییرات وسیعی در محیط‌های یادگیری پدیدار شد. محیط آموزش‌های مجازی، ویژگی‌ها و قابلیت‌های منحصر به فردی در برقراری ارتباط، تعاملات، ایجاد فرصت آموزش با کیفیت و غیره در مقایسه با فضای آموزش سنتی دارد. این روش جدید آموزش مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات، با بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه‌ای، تمامی اشکال آموزش و یادگیری را در قرن بیست و یکم متحول ساخته است. این تحول با رویکرد یادگیرنده محور و تغییر نقش مدرسان از انتقال‌دهنده دانش به تسهیل‌گر، علاوه بر افزایش اثربخشی تدریس در دانشگاه و مؤسسات آموزش عالی و همچنین افزایش انگیزه یادگیری و خلاقیت فراگیران، یک محیط تسهیل‌کننده‌ای که فراگیران از این طریق نقش فعال‌تری در فرایند یاددهی - یادگیری به عهده می‌گیرند را فراهم می‌کند.

رویکرد تعاملی، به عنوان یکی از شیوه‌های تدریس آموزش عالی در بستر یادگیری الکترونیک و استفاده مؤثر از فاوا در فرایند آموزش، با تأکید بر پردازش، دریافت معانی و بازآفرینی دانش و اطلاعات، با یکی از مهم‌ترین اهداف آموزش عالی که تقویت ذهن فراگیران در استدلال و درک و فهم نظریه‌ها است، تناسب بالایی دارد. این رویکرد مستلزم آن است که فراگیران جستجوگران فعال محتواهای الکترونیکی در فضای مجازی باشند و در مورد ارزش اطلاعات کسب شده، به ارزشیابی و تحلیل پرداخته و در یادگیری و ساخت دانش مشارکت کنند. ولیکن نتایج تحقیقات انجام شده توسط محققان حاکی از آن است که در حال حاضر، رویکرد تعاملی در دانشگاه‌های مجازی بکارگرفته نمی‌شود و صرفاً ویژگی‌های آموزش سنتی به محیط آموزش در فضای مجازی انتقال یافته است.

رسانه‌های اجتماعی اعم از ماهیت تعاملی بودن، تولید محتوا با مشارکت فعالانه فراگیران و مدرسان در محیط‌های آموزش مجازی، منشأ تحولات اساسی در حوزه آموزش است و توانایی حل یکی از چالش‌های مهم سیستم آموزش در دانشگاه‌های مجازی ایران که تعامل ضعیف و در برخی موارد عدم تعامل فراگیر با مدرس و هم‌کلاسی‌های خود در کلاس است، را دارد. بنابراین دانشگاه‌های مجازی می‌بایست تدابیر مناسبی را برای کاربرد رسانه‌های اجتماعی به عنوان ابزاری که به تحقق رویکرد یادگیری مشارکتی کمک می‌رساند، اتخاذ کنند و فرهنگ استفاده صحیح از قابلیت‌های اجتماعی این ابزارها را به مدرسان و فراگیران آموزش دهند.

تحولات قرن بیستم و یکم و فرایند جهانی شدن در عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات، امکان ظهور جامعه شبکه‌ای را فراهم آورده است. جامعه‌ای که در آن، وب اجتماعی، مجهز به نرم‌افزارهای اجتماعی، به عنوان ابزار ارتباطی رایج و بافت اصلی جهان معرفی شده و بر تمامی ابعاد زندگی بشر تأثیرگذار شده است. این جامعه شبکه‌ای، تعاریف جدیدی از هویت‌ها و جوامع انسانی عرضه می‌کند. تغییر ماهیت مراودات اجتماعی به شکل جوامع مجازی و معاشرت‌های الکترونیکی از طریق محتوای الکترونیک و سیستم چندرسانه‌ای، به عنوان محیط نمادین این جامعه پدید آمده است.

آموزش و یادگیری، یک امر مهم و ضروری در روند توسعه جهانی کشورهای در حال توسعه و نیز توسعه در ایران است. پیشرفت در آموزش و پژوهش، مدیون فناوری‌های اطلاعاتی و ابزارهای نوین ارتباطی و ظهور جامعه شبکه‌ای است. با توجه به اهمیت نقش و گسترش آموزش‌های الکترونیکی در جهت پیشبرد مرزهای دانش، دانشگاه‌های مجازی محل مناسبی برای ظهور و بروز استعدادهای خلاقیت و نوآوری‌ها خواهند بود. سیستم‌هایی که توسط بسیاری از دانشگاه‌های مجازی در سراسر جهان بکار گرفته می‌شوند، سیستم‌هایی تحت وب برای مدیریت، ردگیری دانشجویان، طراح دروس، ارزیابی و ... هستند که به منظور بهبود

فرایند آموزش و یادگیری دانشجویان مورد استفاده قرار می‌گیرد. این سیستم‌ها، علاوه بر ویژگی‌ها و نقاط قوت بسیار زیاد، با مشکلاتی همچون، محدودیت انتقال محتوا، عدم ردیابی درست رفتار کاربران، عدم کنترل شخصی یادگیرندگان در حین یادگیری، کمبود کانال تعاملی و ارتباطی میان فراگیران و اساتید، محدودیت هماهنگی و همکاری میان دوره‌های آموزشی، مواجه هستند.

سیستم‌های یادگیری که در حال حاضر در دانشگاه‌های مجازی، مورد استفاده اساتید و دانشجویان و کارشناسان آموزش قرار می‌گیرد، تمام فعالیت‌های کاربر را ردگیری و ارزیابی نمی‌کنند و ساختار درس ارائه شده و کارایی آن در روند یادگیری را مورد سنجش قرار نمی‌دهند. کنترل و نظارت بر فعالیت هر دانشجو به خاطر تعداد زیاد دانشجویان کاری مشکل و حتی غیرممکن است به همین دلیل به دست آوردن الگوهایی از فعالیت‌های دانشجویان خیلی مهم است. این سیستم‌ها، درحالی‌که برخی امکانات و تسهیلات را فراهم می‌آورند، برخی دیگر را به شدت محدود می‌کنند. ناکارآمدی انجمن‌های آنلاین و فعالیت‌های مشارکتی و نحوه اظهارنظر و ارائه دیدگاه در بحث‌های انتقادی و پرسش و پاسخ میان کاربران از دیگر محدودیت‌های این سیستم‌های آموزشی است. بنابراین سیستم‌های یادگیری مجازی، خالی از جنبه‌های منفی مرتبط با کاهش کارایی نیز نیستند و بایستی در جهت بهره‌گیری حداکثری از آن‌ها، تحلیل درستی از کاستی‌ها داشت و سعی در رفع یا کاهش آن‌ها نمود.

گسترش ابزارهای وب ۲ و توسعه محیط‌های یادگیری نوین، پاسخی به کمبودهای سیستم‌های یادگیری در مراکز آموزش الکترونیکی و دانشگاه‌های آموزش مجازی در قرن بیست و یکم است و قابلیت کاهش بسیاری از این محدودیت‌ها را دارد. به کارگیری ابزارهای وب ۲ در آموزش الکترونیکی، با تأکید بر نقش فراگیران بر تهیه و ترویج محتوای وب، تولید و دسترسی فزاینده به محتوای آموزشی ارائه شده در فرمت‌های متفاوت مانند متن، تصویر، صوت، ویدئو و ...، انتقال تمرکز فعالیت‌های یادگیری از انتقال محتوا از

مسئولان و مدیران دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی مجازی ایران بر آن‌اند تا تدابیر مناسبی را در به‌کارگیری نسل آینده سیستم‌های آموزش مجازی در مؤسسات خود به کمک رسانه‌های اجتماعی با هدف تمرکز فرایندهای یادگیری بر تقویت و غنی‌سازی مهارت‌های یادگیری فراگیران برای آموزش با تکیه بر فناوری و ابزارهای وب ۲ و گسترش این نوع از آموزش اتخاذ کنند.

استاد به یادگیرنده به زمینه‌سازی و افزایش ارتباطات و مشارکت یادگیرندگان در تولید محتوا، افزایش مهارت‌های حل مسئله، خلاقیت، ارتباطات و تصمیم‌گیری گروهی و افزایش توانایی امکان تجزیه و تحلیل مباحث آموزشی و محتوای درسی، زمینه مناسبی را در جهت افزایش تعامل دانشجویان با همکلاسی و اساتید و حتی متخصصان خارج از نظام آموزشی فراهم می‌کند. این تعاملات و مشارکت‌ها زمینه‌ساز پژوهش پیشرفته در عرصه علم و دانش و پیشرفت کشور گردیده و باعث افزایش سطح علمی و ترغیب آن‌ها به انجام فعالیت‌های علمی می‌شود.

در حال حاضر در بسیاری از کشورهای دنیا، به منظور توسعه دانشگاه‌های مجازی و مراکز آموزش الکترونیکی و تجهیز این مؤسسات به فناوری اطلاعات و ارتباطات و همچنین تأمین سیستم‌های یادگیری مجازی مبتنی بر ابزارهای وب ۲ و رسانه‌های اجتماعی، برنامه‌های جامعی طراحی و با جدیت دنبال می‌شوند. نتایج حاصل از تحقیقات صورت گرفته در ایران در خصوص میزان رضایتمندی فراگیران نظام آموزش مجازی از سیستم‌های یادگیری و سنجش میزان برقراری تعاملات لازم در فرایند آموزش و روابط اجتماعی کاربران، حاکی از آن است که سامانه‌های یادگیری مجازی، در برخی موارد از کیفیت آموزشی و فنی لازم برخوردار نبوده و توانایی تأمین اهداف آموزشی فراگیران، اساتید و کارشناسان آموزش مجازی را به صورت جامع ندارند. در واقع می‌توان گفت، فرایندهای یادگیری در این سیستم‌ها، غیرتعاملی و استاد محور است. در این راستا بسیاری از دانشگاه‌های ایرانی قصد حرکت به سمت نسل آینده یادگیری الکترونیکی را دارند. استقرار سیستم‌های یادگیری مبتنی بر ابزار وب ۲ در محیط‌های یادگیری نوین، برخلاف سیستم‌های مدیریت یادگیری موجود، امکان ایجاد و برقراری تعاملات یادگیری فراتر از محدوده کلاس یا دانشگاه را با در نظر گرفتن علایق، تفاوت‌ها و استعداد‌های فردی هر یک از کاربران، فراهم می‌سازند.

