



سپه پاسداری برای تولید

وزارت جهاد کشاورزی  
سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی

موسسه آموزش و ترویج کشاورزی



معاونت علمی و فناوری  
شبکه دانش کشاورزی  
سلسله برنامه‌های ویدیو کنفرانس انتقال دانش به روز در گستره ملی بخش کشاورزی

عنوان:

**کاربرد رسانه‌ها در آموزش و ترویج کشاورزی**

سخنران:

**دکتر مجید رضا خداوردیان**

عضوهیات علمی

موسسه آموزش و ترویج کشاورزی

۷ مردادماه ۱۴۰۴ - ساعت: ۱۰

## مفهوم تکنولوژی آموزشی

- روش منظم طراحی، اجرا و ارزیابی کل فرآیند آموزش و یادگیری بر اساس اهداف معین و بر اساس پژوهش در یادگیری و ارتباطات انسانی و به کارگیری ترکیبی از منابع انسانی و غیر انسانی برای ایجاد یادگیری مؤثرتر.
- تکنولوژی آموزشی، ابزار و روشهای کمک کننده جهت حل مشکلات آموزشی است .

## مفهوم رسانه آموزشی

### • رسانه آموزشی ( instructional media )

رسانه در لغت به واسطه، ماده ی واسطه یا رابط دو چیز، حدفاصل و سرانجام، وسیله نقل و انتقال تعریف شده است.

رسانه ی آموزشی ابزاری است برای ارائه آموزش به فراگیر و طبیعتاً جزیی از فرآیند آموزش و تکنولوژی آموزشی محسوب می شود، نه تمام آن.

• رسانه های آموزشی می توانند نقش مهم و فزاینده ای را در توانا ساختن فراگیران جهت یادگیری ایفا نمایند .

## مفهوم رسانه آموزشی

- چنانچه **فراگیر** را مصرف کننده و آموزش را کالای مصرفی بدانیم رسانه همان وسیله ای است که کالا را از محل تولید یا توزیع به دست مصرف کننده می رساند.
- به عبارت دیگر آموزش = کالا،
- **فراگیر = مصرف کننده**
- رسانه = وسیله ی انتقال ( ارائه ) کالا به مصرف کننده یا آموزش به فراگیر است.
- بنابراین در کلاس درس، **معلم** رسانه ی آموزشی است.

## مواد کمک آموزشی

- کلیه ادوات و اشیایی که در کنار رسانه ی آموزشی برای تفهیم بهتر و بیشتر موضوع آموزش به فراگیران به کار می روند.
- مثلاً تخته، نقشه، اسلاید و ....
- **نکته:** آموزش بدون رسانه امکانپذیر نیست .
- اما آموزش بدون مواد کمک آموزشی امکانپذیر است.

## اصول انتخاب رسانه

❖ از آنجا که رسانه ها بدلیل رسانه بودنشان یعنی انتقال محتوای آموزش از فرستنده به گیرنده با هم تفاوتی ندارند، باید ساده ترین و ارزانترین آنها را برای هر آموزشی انتخاب کرد.

❖ گاهی خصوصیات ویژه ی محتوا نوع خاصی از رسانه را طلب می کند.

## اصول انتخاب رسانه

❖ گاهی خصوصیات ویژه ی فراگیران نوع خاصی از رسانه را طلب می کند.

❖ در انتخاب رسانه، باید به گرایش مخاطبان به رسانه ی مورد نظر، برداشت آنان از نظر میزان یادگیری از طریق آن رسانه و انتخاب رسانه به وسیله ی مخاطبان توجه شود و در هر مورد پیش بینی های لازم برای انتخاب رسانه به عمل آید.

❖ گاهی مسایل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و غیره نوع خاصی از رسانه را طلب می کند.

## اصول انتخاب رسانه

- البته جذابیت جدید بودن رسانه همیشگی نیست و به مرور زمان (حدود هشت هفته) از بین می رود. بنابراین طراح و تکنولوژیست آموزشی نباید بیش از اندازه روی جدید بودن رسانه حساب کند.
- به طور کلی شناسایی انواع رسانه ها و ظرفیت ها و محدودیتهای هر یک از آنها لازمی بکارگیری صحیح آنها در انواع آموزشهاست و تکنولوژیست آموزشی باید با توجه به تمام حقایق، نیازها و اهداف ارایه شده **بهترین، باصرفه ترین و کارآترین رسانه را انتخاب** و پیشنهاد کند.

# سیر تکاملی تکنولوژی آموزشی در جهان

\* "ساتلر" سופسطائیان قرن پنجم پیش از میلاد را پیشگامان تکنولوژی آموزشی می داند و به دلیل ماهیت سیستماتیک کار آنان از نظر طراحی و سازماندهی مواد آموزشی، آنان را پیشگامان واقعی و غیر قابل انکار این رشته می شناسد.

\* تکنولوژی آموزشی در طی تکامل خود از چهار مرحله گذر کرده و اکنون وارد مرحله پنجم شده است.

مرحله اول: ابزار و وسایل

مرحله دوم: مواد آموزشی

مرحله سوم: نظام های درسی

مرحله چهارم: نظام های آموزشی

مرحله پنجم: نظام های اجتماعی

# سیر تکاملی تکنولوژی آموزشی

## مرحله اول : ابزار و وسایل

در این سالها افراد متخصص با انواع پروژکتورها کار می کردند شامل مهندسين الكترونيك و تكنسين ها بودند. و هيچگونه تحقيقي هم در رابطه با كارآيي ابزار صورت نمي گرفت. بيشتر اوقات دستگاهها به علت نداشتن سرويس به موقع، قطعات و يا فردي كه بتواند با آنها كار كند بلا استفاده مي ماند.

# سیر تکاملی تکنولوژی آموزشی

## مرحله دوم : مواد آموزشی

کلاسها پر جنب و جوش شدند فیلمبردارها و فیلمسازها و عکاس ها وارد میدان گردیدند و شروع به تولید مواد کردند.

از این به بعد فیلم های مخصوص برای آموزش در مدارس ساخته شد و کتابها و نقشه های ویژه کودکان منتشر گردید.

مخاطبان به زودی متوجه شدند که بیشتر اوقات تفاوت قابل ملاحظه ای بین آموزش سنتی و آموزشی که از طریق ارائه مواد گرانقیمت صورت می گرفت وجود ندارد، بلکه عناصر دیگری مثل معلم و شاگرد نیز در آموزش و یادگیری دخالت دارند.

# سیر تکاملی تکنولوژی آموزشی

## مرحله سوم نظام های درسی:

در این دوره طراحی منظم تدریس (آموزش) یا تکنولوژی آموزشی (تدریس) مورد توجه قرار گرفت.

در این دوره انواع خود آموزها و آموزش های برنامه ای به کار گرفته می شوند.

بازآموزی معلمان، تولید مواد جدید، افزودن فضاهای آموزشی، بالابردن امکانات کتابخانه ها و آزمایشگاه ها، همه جز مواردی بود که مدیران در رابطه با نگرش سیستماتیک به امر آموزش طالب انجام آن بودند.

# سیر تکاملی تکنولوژی آموزشی

## مرحله چهارم نظام های آموزشی:

در این مرحله مواد آموزشی نوشتاری، دیداری، شنیداری و دیداری- شنیداری به مطالعه جامعه ای که فرد در آن رشد کرده است و با توجه به نیازهای جامعه تهیه می شوند.

## سیر تکاملی تکنولوژی آموزشی

### مرحله پنجم نظام های اجتماعی:

در مرحله پنجم مفهوم تکنولوژی آموزشی آموزشی بیشتر به عنوان فلسفه ای است حاکم بر کل آموزشی که در یک کشور برای رسیدن به هدفهای رشد و توسعه انجام می گیرد.

در این مرحله تکنولوژی آموزشی مخصوص افراد یاسازمان خاصی نیست بلکه حیطه عمل هر فرد یاسازمانی باری رشد و توسعه کشورش کار می کند دربر می گیرد.

# تکنولوژی آموزشی در ایران

## مرحله اول:

از سال ۱۳۰۶ به بعد بعضی از مدارس اقدام به ایجاد آزمایشگاه های فیزیک، شیمی و علوم زیستی کردند. در ایران نیز ابتدا ابزار و وسایل سمعی و بصری بدون توجه به نیازها خریداری و در مراکز نگهداری می شدند .

فیلم ها و مواد مورد نیاز نیز بدون توجه به فرهنگ و زبان مردم و عدم امکان ترجمه همه آنها از خارج خریداری و در اختیار مدارس و دانشگاه ها قرار می گرفت.

# تکنولوژی آموزشی در ایران

## مرحله دوم:

در سال ۱۳۴۱ اداره های به نام اداره آموزش فعالیت های سمعی و بصری در وزارت فرهنگ تشکیل گردید که بعداً به نام دفتر آموزش سمعی و بصری فعالیت های خود را ادامه دارد. توجه به فیلم به عنوان یک رسانه آموزشی در سطح جهانی سبب گردید که این اداره اقدام به تشکیل جشنواره ها بین المللی فیلم های آموزشی کند. در جشنواره ای که در مهرماه سال ۱۳۶۷ در تهران تشکیل شد. تکنولوژی آموزشی به عنوان یکی از موضوع ها مورد توجه قرار گرفت.

## تکنولوژی آموزشی در ایران

**تلویزیون آموزشی** در سال ۱۳۴۳ زیر نظر وزارت آموزش و پرورش تاسیس شد و کار خود را بعد از دو سال با پخش برنامه های درسی در زمینه فیزیک، شیمی، جبر، علوم طبیعی، زبان و دستور زبان فارسی شروع کرد.

در سال ۱۳۵۴ برای تهیه مواد آموزشی مورد نیازمدارس شرکت صنایع آموزشی با سرمایه مشترک وزارت آموزش و پرورش و سازمان گسترش ونوسازی صنایع ایران به وجود آمد و به تهیه و تولید مواد آموزشی مورد نیاز کشور پرداخت .

# تکنولوژی آموزشی در ایران

## مرحله سوم :

در سال ۱۳۵۳ دوره فوق لیسانس تکنولوژی آموزشی تاسیس شد . آموزش برنامه ریزی شده با آموزش برنامه ای و تولید مواد بر اساس آن در همین سال توسط تلویزیون آموزشی در ایران شروع شد.

اگر چه در دوره لیسانس تربیت معلم و علوم تربیتی دروسی با عنوان های مقدمات تکنولوژی آموزشی، تولید و کاربرد مواد ورزشی یا نقش وسایل ارتباط جمعی در آموزش و پرورش گنجانده شده بود ولی مسئولین هیچ وقت به طور جدی با این رشته برخورد نکرده بودند.

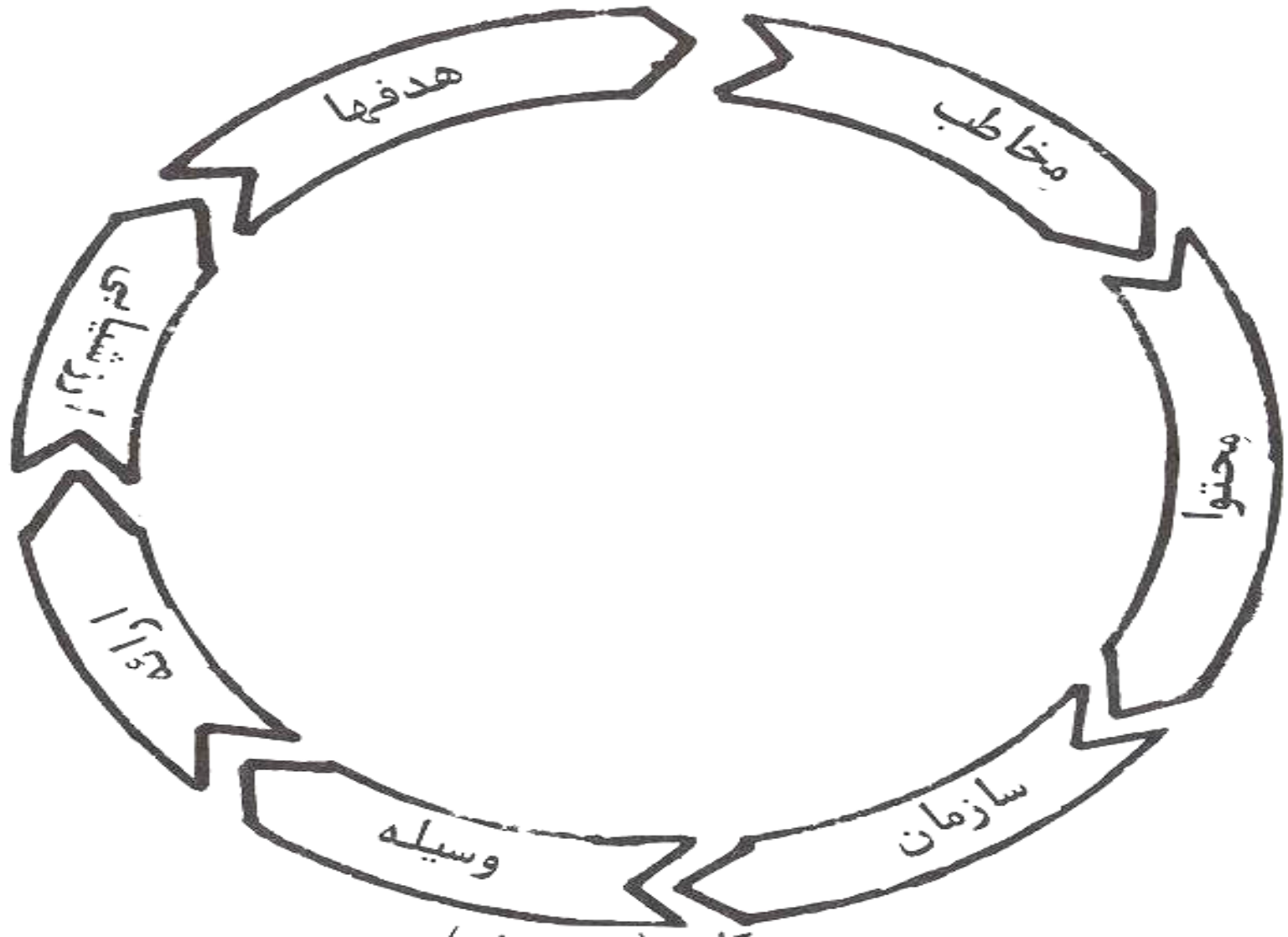
# تکنولوژی آموزشی در ایران

## مرحله پنجم :

این مرحله مفهوم تکنولوژی آموزشی هماهنگ کردن فعالیت‌های همه سازمان‌های اجرائی و آموزشی بخش دولتی و خصوصی برای انجام فعالیت‌های آموزشی است.

فعالیت‌هایی که سازمانها را به هدف رشد و توسعه خود نزدیک می‌کند.

# Indiana model **مدل ایندیانا**



## طراحی مدل منظم آموزشی با مقایسه با مدل ایندیانا

### الف-هدفها

- ۱- تعیین هدفهای کلی
- ۲- تعیین هدفهای رفتاری

### ب- مخاطب

- ۱- تعیین تکلیف یا تعیین سلسله مراتب یاد گیری
- ۲- تعیین رفتار ورودی و سنجش آن

## طراحی مدل منظم آموزشی با مقایسه با مدل ایندیانا

ج) رسانه ها : انتخاب منابع انسانی و غیر انسانی

د) ارائه : اجرای تدریس

د) ارزشیابی:

۱- ارزشیابی عملکرد

۲- بازخورد

## طبقه بندی اهداف آموزشی

"بلوم" اهداف آموزشی را چنین طبقه بندی می کند:

### ❖ حیطه ی شناختی

دانستن - فهمیدن - کاربرد - تحلیل - ترکیب - ارزشیابی

### ❖ حیطه ی عاطفی

دریافت - پاسخ - ارج نهادن - سازماندهی ارزشها - وجدانی کردن ارزشها

### ❖ حیطه ی روانی - حرکتی

دریافت - آمادگی - پاسخ هدایت شده - خودکار شدن عمل - رفتار مرکب - تطبیق و ابداع

# مشارکت

- شرکت فعالانه افراد، گروهها و جامعه همراه با دست اندر کاران بخش کشاورزی در تصمیم گیری، برنامه ریزی و همکاری در اجرای برنامه ها اعم از:
- (تعیین نیازها، شناخت مشکلات، یافتن راه حل مناسب، تنظیم برنامه اجرائی، تقسیم وظایف، اجرا، پایش، ارزشیابی و اعلام نتایج)

# انتخاب روش مناسب

## از دیدگاه پروفیسور "دیوید ورنر"

- آیا وسیله یا روش خاص مورد استفاده ما برای مردم محلی قابل قبول است؟
- آیا آنها از این وسیله یا روش به نحو موثری استفاده می کنند؟
- آیا این وسیله یا روش به کسانی که نیاز بیشتری دارند کمک می کند؟
- آیا این وسیله یا روش ارزان و موثر است؟

## بنابر این در ارائه یک مشاوره از خودمان می پرسیم.

- ❖ اطلاعات و توصیه های ما تا چه حد ممکن است مورد قبول مخاطبان واقع شود؟
- ❖ چگونه ممکن است بر آگاهی مردم تاثیر گذارد؟
- ❖ توصیه ها تا چه اندازه به حقایق زندگی مردم نزدیک است؟
- ❖ آیا ابزار یا روش مورد توصیه برای مخاطبان مناسب و موثر است؟

# انواع رسانه های آموزشی



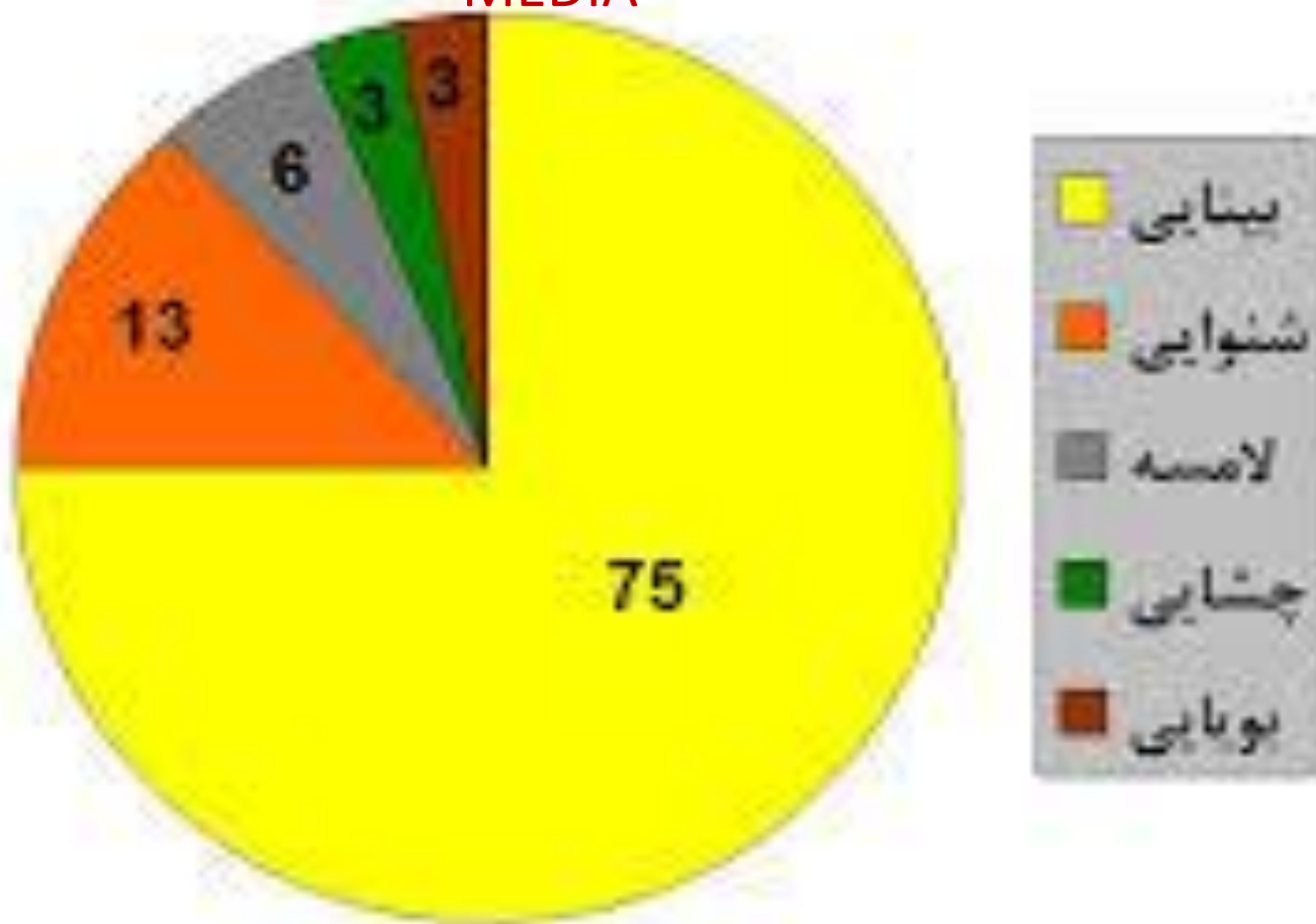
**Educational Media**

## اهمیت کاربرد رسانه ها

- ۱- شکل دهی تجارب یادگیری دست اول و یا نزدیک به آن
- ۲- ایجاد انگیزه یادگیری و کمک به تداوم آن
- ۳- صرفه جویی در زمان آموزش
- ۴- ارتباط آسان تر و تفهیم بهتر
- ۵- شکل دهی یادگیری سریع تر ، عمیق تر و پایدارتر
- ۶- شکل دهی تجارب یادگیری ناممکن

# نمودار سهم حواس در یادگیری انسان

MEDIA



## عوامل موثر بر شرایط انتخاب رسانه آموزشی

ماهیت موقعیت یادگیری  
نوع بازده یادگیری مورد نظر  
ویژگی های یادگیرندگان  
محیط یادگیری  
شرایط توسعه آموزشی فرهنگی که در آموزش داده خواهد شد.

دسترس پذیری  
قابل قبول بودن  
هزینه ها

## اصول انتخاب رسانه آموزشی

رسانه یا وسیله کمک آموزشی انتخابی با روش تدریس مورد استفاده باید متناسب باشد تمایلات و علاقه مندی های شخصی نباید در انتخاب رسانه یا وسیله کمک آموزشی اثر گذارد .

یک رسانه یا وسیله کمک آموزشی عالی برای یک هدف رفتاری، نمی تواند برای اهداف دیگر نیز عالی باشد.

یک رسانه یا وسیله کمک آموزشی عالی ممکن است در محیط آموزشی ضعیف خوب نتیجه ندهد .

تجارب ، تمایلات ، توانمندی و شیوه یادگیری فراگیران ممکن است روی نتایج به کارگیری رسانه ها و وسایل کمک آموزشی تأثیر داشته باشد.

## ویژگیهای یک رسانه آموزشی مناسب

- ۱- همخوانی با هدفها، محتوا و شیوه های آموزشی
- ۲- توانایی انتقال پیام مورد نظر
- ۳- انطباق با ویژگیهای یادگیرندگان
- ۴- معتبر بودن
- ۵- برانگیختن و واداشتن مخاطبان به فعالیت
- ۶- کیفیت خوب فنی - هنری
- ۷- عملی بودن و سهولت استفاده
- ۸- توجیه اقتصادی

## ۱- همخوانی با هدفها، محتوا و شیوه های آموزشی

رسانه ای مناسب است که با هدفهای آموزشی، محتوا و فعالیتهای آموزشی انتخاب شده منطبق و سازگار باشد؛

مثلاً:

اگر هدف آموزشی دستیابی به یک مهارت عملی معین باشد، رسانه هایی نظیر شیء واقعی، مدل و فیلم به ترتیب مناسب ترین رسانه ها خواهند بود

## ۲- توانایی انتقال پیام مورد نظر

رسانه وسیله انتقال پیام است بنابراین یکی از شرایط ضروری قبول هر نوع شیء، تصویر، فیلم و... به عنوان رسانه آموزشی مناسب؛ توانایی آن وسیله در ارائه و القای پیام مورد نظر است. به عبارت دیگر وسیله ای که نتواند منظور ما را به خوبی به مخاطبان منتقل کند هر چند که از لحاظ کیفیت فنی و سایر جنبه ها بسیار عالی باشد در آن موقعیت آموزشی خاص نباید مورد استفاده قرار گیرد.

## ۳- انطباق با ویژگیهای یادگیرندگان

رسانه های آموزشی انتخاب شده باید با توانایی ها،علاقه ها ونیازهای یادگیرندگان منطبق باشد،در رسانه ای صدادار نظیر فیلم،مطالب باید با زبان قابل فهم مخاطبان ارائه شود توضیحات نباید زیاد وکسل کننده ویا کم و غیر کافی باشند.

درانتخاب واژه ها،تصاویر،موسیقی،طنین صدا، سرعت بیان،فشردهگی مطالب و... باید به علاقه ها وتوانایی های مخاطبان توجه کرد.

یکی از ویژگی های یاد گیرندگان،سن آنهاست؛مخاطبان خردسال بیشترین یادگیری های خود را از طریق تجارب عینی کسب می کنند؛بنابراین برای برقراری ارتباط با اینگونه شاگردان تا حد امکان باید از نوعی رسانه های آموزشی استفاده کنیم که امکان کسب تجارب یادگیری دست اول ویا نزدیک به آن را فراهم سازند.

## ۴- معتبر بودن

اطلاعاتی که در رسانه های آموزشی می آید باید مفید، صحیح، جدید و به روز باشد.

اعتبار اطلاعات در اولویت قرار داشته و میبایست روایی داشته و قابل تعمیم باشد.

از منابع موثق میبایست کسب شده باشد.

## ۵- برانگیختن و واداشتن مخاطبان به فعالیت

از ویژگیهای مهم رسانه های آموزشی جالب توجه وبر انگیزنده بودن است. رسانه باید توجه مخاطبان را به خود جلب کرده و تا پایان فعالیت آموزشی حفظ کند. استفاده بجا و متعادل از عوامل انگیزشی نظیر موسیقی، صداهاى جنبی، رنگ و حرکت می تواند به جذابیت رسانه بیفزاید. آن رسانه آموزشی که در برانگیختن حس کنجکاوی و فعال کردن ذهن و حرکت می تواند به جذابیت رسانه بیفزاید.

آن رسانه آموزشی که در برانگیختن حس کنجکاوی و فعال کردن ذهن مخاطب توان بیشتری داشته باشد و او را به کوشش فکری و عملی و پاسخدهی وادارد موفق تر خواهد بود به عبارت دیگر رسانه خوب باید فرآیند ارتباط را از حالت یک طرفه خارج کرده و به جریانی دو سویه [تعاملی] تبدیل کند.

## ۶- کیفیت خوب فنی - هنری

رسانه منتخب برای یک موقعیت آموزشی، ضمن داشتن محتوای مناسب؛ از لحاظ ویژگیهای هنری و فنی تولید نیز باید کیفیت بالایی داشته باشد

## ۷- عملی بودن و سهولت استفاده

وجود خصیصه هایی مثل سبک وزن بودن، قابلیت حمل و نقل، طرز کار آسان، استحکام و با دوام بودن، استهلاک کم، سهولت تعمیرات در دسترس وسایل جنبی و یدکی و... مجموعاً تشکیل دهنده این ویژگی می باشد.

## ۸- توجیه اقتصادی

یک رسانه مناسب باید تا حد امکان ارزان و اقتصادی باشد. برخی به غلط زیبایی صرف یا پیچیدگی، مد روز و جدید بودن رسانه را معیار انتخاب آن قرار می دهند؛ اگر انتقال مفهومی با یک قطعه عکس سیاه و سفید ارزان ممکن باشد نباید از فیلم یا ویدئو استفاده کرد.

مصرف بودجه محدود اختصاص یافته به خرید یا تولید رسانه ها برای تهیه تعداد معدودی رسانه های گران قیمت کار عاقلانه ای نیست.

## توان آموزشی رسانه ها

مردم به صورت ارادی یا بدون قصد، از هر رسانه فراگیری دارند، مشروط بر آنکه محتوای آنها توجه ایشان را جلب کند.

توان آموزشی هر رسانه یا تا حدی به کانال ارتباطی آن و تا حدی به موضوع، شکل و اهداف آموزشی مورد انتظار بستگی دارد.

نباید تصور کرد پیچیدگی رسانه ها به فراگیری بهتر می انجامد بلکه رسانه های ساده نیز می توانند به همان اندازه مؤثر باشند به شرطی که مردم پیامها را آن طور که مورد نظر است تفسیر کنند و چیزی را بیاموزند که قرار است یاد بگیرند.

## ویژگی یک رسانه آموزشی مناسب

**یک رسانه آموزشی مناسب باید :**

با اهداف یادگیری، مرتبط باشد.

قابل اجرا باشد.

برای ساختن و استفاده آسان باشد.

توسط مخاطب درک شود.

جالب و سرگرم کننده باشد.

سبب تشویق به مشارکت و بحث شود

## دسته بندی انواع رسانه ای آموزشی

- ۱- رسانه های آموزشی غیر نورتاب مانند:  
تابلوهای آموزشی- مواد آموزشی سه بعدی (مدلها، ماکتها، برشها و...)-  
چارتها- پوسترها- نمودارها و ...
- ۲- رسانه های آموزشی نورتاب ساکن مانند:  
فیلم استریپ- اسلاید و ...
- ۳- رسانه های آموزشی نورتاب متحرک مانند:  
فیلمهای متحرک- تلویزیون- تجهیزات ویدئویی- تلویزیون مدار بسته و  
....

## ۱. رسانه های دیداری

رسانه های نوشتاری نظیر :

کتاب ها، روزنامه ها و مجلات، اسناد و مواد تکثیر شده

رسانه های غیر نوشتاری نظیر :

رسانه های تابلویی (نمایشی) : تابلو گچی، تابلو پارچه ای، تابلو مغناطیسی، تابلو ماژیکی و... .

رسانه های تصویری مات : نقاشی و طراحی، کاریکاتور، بروشور، پوستر، طرح خطی نمودار، چارت، نقشه، نشریه دیواری، عکس و پروژکتور اوپک.

رسانه های تصویری شفاف: میکروفرم ها، تلق شفاف و پروژکتور اورهد، اسلاید و پروژکتور اسلاید، فیلم استریپ و پروژکتور فیلم استریپ.

## ۲. رسانه های شنیداری

بیان آموزشگر، رادیو، صفحه های شنیداری معمولی  
ولیزی، تلفن، کارتهای شنیداری، نوارهای شنیداری وضبط صوت

## ۳. رسانه های دیداری - شنیداری

رسانه های دیداری - شنیداری ساکن شامل :  
کتاب ولوح فشرده فلش مموری ویا صفحه همراه،مجموعه عکس، مجموعه  
اسلاید ناطق، فیلم استریپ ناطق.

رسانه های دیداری - شنیداری متحرک؛شامل :  
فیلم متحرک،تلویزیون،ویدئو،رایانه

## ۴. رسانه های چند حسی

رسانه های سه بعدی نظیر :

اشیاء واقعی،مدل،ماکت، منظره سه بعدی

موقعیتهای آموزشی نظیر:

شبهه سازیها، بازیهای آموزشی،انجمن های علمی- هنری- ورزشی،فعالیتهای کتابخانه ای،تئاتر وتئاتر عروسکی،متخصصین ومنابع انسانی دیگر،بازدید از اماکن،گردش های علمی و اردوها،فعالیتهای آزمایشگاهی وکارگاهی.

مجموعه های چند رسانه ای؛نظیر :

آزمایشگاه زبان،برنامه های چند اسلایدی،نمایش فیلم واسلاید همزمان،بسته های آموزشی

## طبقه بندی رسانه ها

- مواد دیداری

الف - مواد دیداری غیر شفاف

ب - مواد دیداری شفاف ثابت

۲- مواد دیداری - شنیداری شفاف متحرک

۳- مواد شنیداری

۴- سه بعدی ها

۵- رایانه

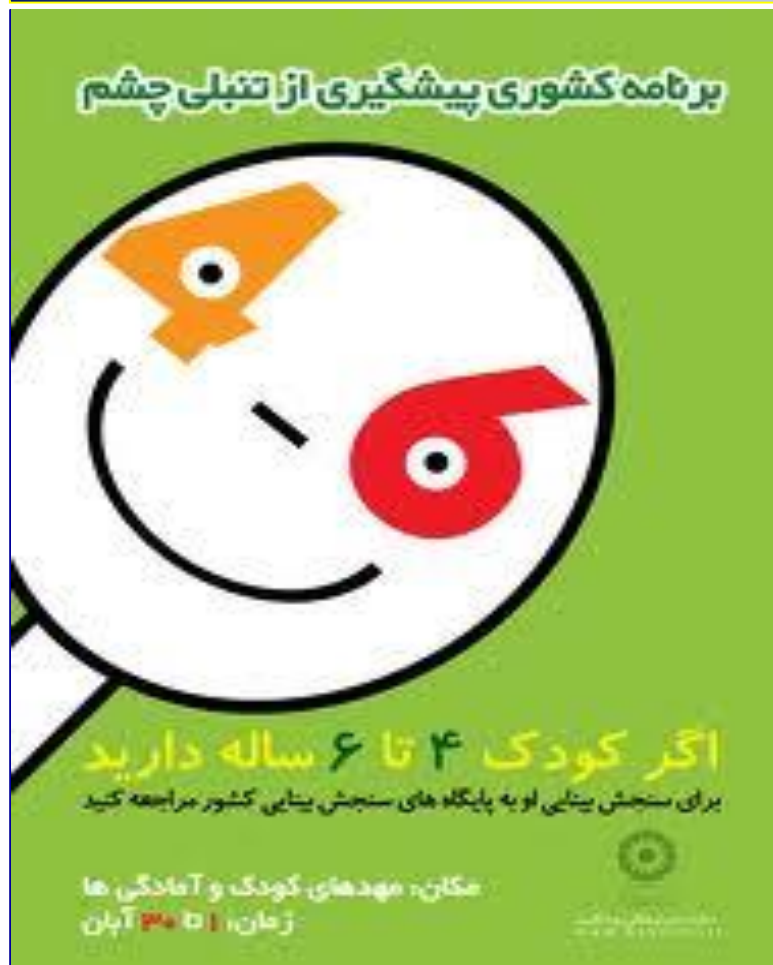
۶- منابع انسانی و موقعیت ها

## اهمیت رسانه های دیداری

بینایی در برگیرنده فعالیت ارتباطی برای هر فرد است. بخصوص برای افراد کم سواد نقش بینایی و رسانه های دیداری بسیار بیشتر است رسانه های دیداری حدود ۴۳٪ بیشتر از رسانه های غیر دیداری موجب ترغیب مخاطبین می شوند.

بخصوص مفاهیم پیچیده می توانند از طریق ارائه بصری ، آسان تر فهمیده شوند. احساسات و هیجانات ما براحتی از طریق حس بینایی برانگیخته می شوند

## پوستر



برگی از کاغذ گلاسه ویا معمولی  
در اندازه ۶۰ \* ۹۰ سانتی متر،  
دارای کلمات، تصاویر و سبیل هائی  
که پیامی را القا می کند

## سه هدف اصلی پوستر

پوسترها برای سه هدف بکار می رود :

- ۱- اعلام رویدادها و برنامه های مهم
- ۲- ارائه توصیه های مفید و اطلاعات لازم در مورد یک موضوع
- ۳- تشویق به انجام یا منع از انجام یک کار

### انواع پوستر:

- ۱- پوستر یک نظری
- ۲- پوستر چند نظری
- ۳- پوستر آموزشی

## ویژگیهای یک پوستر خوب

کلمات بایستی به زبان محلی ساده و کوتاه باشد .

\* پوستر باید مخاطبین را به تفکر وادارد، بدین منظور بهتر است هر پوستر دارای یک ایده یا پیام باشد.

\* از تصاویر یا سمبل هایی استفاده شود که افراد بی سواد هم بتوانند بفهمند .

\* حروف و طرح ها باید به اندازه ای بزرگ باشد که از دور دیده شود.

\* در یک پوستر خوب طرح و رنگ بایستی با موضوع هماهنگ بوده تا بتواند احساس درستی را در مورد تناسب و روابط درونی اجزای پوستر سبب گردد.

# پمفلت (pamphlet)

معمولاً در اندازه کاغذ A4 می باشد که به سه قسمت مساوی تقسیم شده و به سه لت تبدیل می گردد. نوع کوچکتر یا بزرگتر آن نیز وجود دارد ، ولی در هر صورت از سه لت تجاوز نمی کند.

**دیابت**

شبهه ایستادگی و درمان غیرمستقیم ندارد  
و باید پشیمان بود

توانسته به خوبی اطلاع بدانی. ۳۰ سال به پیش از این زمان  
خفیه نورسی، از نظر اطلاعات سلامت به مراکز بهداشتی  
در سطح مراکز سلامت.

با تشخیص به موقع و درمان مناسب در زمانه  
از بروز عوارض کشنده، عصبی، چشمی و  
قلب عروقی پیشگیری کنید.

اصلاح شیوه زندگی با رعایت غذای زیر امکان  
پذیر است.

- کاهش وزن با استفاده از رژیم غذایی مناسب
- زودتر پیش پزشک مراجعه کنید تا سوءتغذیه نبوده تا و
- کاهش مصرف نمک بودنی و چربی در غذای
- از استرس اجتناب کنید.
- ترک سیگار و الکل.

مطالعه یکی از عوامل حیاتی در ابتلا به  
دیابت نوع ۲ می باشد.

پیشگیری و کنترل دیابت

در سطح مراکز بهداشتی در سطح مراکز و  
محیطه بوده یکی از اهداف وزارت بهداشت است  
از نظر عوامل خطر ابتلا به بیماری قلبی عروقی و  
دیابت نوع ۲ بررسی فرار گرفته و در صورت ابتلا به این  
بیماری باید عوامل خطر مانند مصرف الکل، استرس  
آزمودگی و چربی خون را کنترل و کاهش برونه  
نفس مراقبتی، ورزشی و مشاوره تخصصی فرار می  
گردد.

شیرینک، ایستادگی و درمان غیرمستقیم ندارد  
و باید پشیمان بود

# لیفلت ( leaflet )

لیفلت از سه لت بیشتر است. گاهی بصورت آکاردئونی طراحی می شود.



## فولدر (folder)

در اندازه کاغذ A4 است که از وسط تا می شود و به تاشو نیز معروف است . این وسایل می توانند آموزشی ، هشدار دهنده و یا تبلیغاتی باشند و بعلاوه کم حجم بودن مورد استفاده زیادی دارند، طراحی و تصویر و صفحه آرایی متناسب با موضوع باشد.



# طراحی

الف) صفحه روی جلد :

نام و نشان سازمان متبوعه ، عنوان نشریه، تصویر متناسب با موضوع ( در صورت لزوم) نام فرد، واحد یا مرکز تهیه کننده نشریه، ناشر و شماره و تاریخ انتشار

ب) صفحات داخلی :

نام خدا ، مقدمه در مورد اهمیت موضوع و ضرورت انتشار ، معرفی موضوع، راههای سرایت یا ابتلا، پیشگیری، درمان، زمان و مدت و تاریخ ، طرز تهیه یا استفاده تأثیرات فواید ، مضرات ، توصیه ها ، تصویر و سایر اطلاعات ضروری

ج) صفحه پشت جلد :

هشدارها ، شعارها ، آیات و روایات و نقل قولها ، نشانی و شماره تماس ، طرحها و تصاویر

# بروشور:

**آنفلوانزای A چیست؟**

بیماری آنفلوانزا، از یک بیماری عفونی ناشی از آلودگی با ویروس آنفلوانزا می باشد. این بیماری بسیار عفونی بوده و به سرعت می تواند از فردی به فرد دیگر منتقل گردد.

**آنفلوانزای A** ناشی از یک گونه جدید و خطرناک ویروس آنفلوانزا است که معمولاً باعث بروز علائم مشابهی نسبت به آن قبلی می باشد. از این رو باعث انتشار وسیع بیماری می شود. البته پس از همه گیری، خطر آن به سال به سال کاهش می یابد.

**مزایای بیماری آنفلوانزای نوع A:**

- **بیماری آنفلوانزا** هیچگونه عوارض جانبی از جمله سردرد، گلودرد، خارش، عطاس، تب و ... ندارد.
- **دوره واکنش** آنفلوانزا از یک روز قبل از شروع علائم تا ۲ روز بعد از شروع علائم بیماری، واکنش دارد.
- **زمانهای انتقال بیماری:** آن عفونی برای آلوده شده با دارند عفونی حاصل از صرفه یا عطسه فرد بیمار. آن عفونی با کاشانه یا نوشیدنی آلوده به غریبهات عفونی بیمار آلوده می شود. پول و ...

گروه های در معرض خطر مانند زنان باردار، افراد دارای بیماری های زمینه ای، سالمندان و کودکان زیر ۲ سال به مکانی مشخصه عفونی به پزشک مراجعه نمایند.

جهت کسب اطلاعات بیشتر در این زمینه با شماره ۰۲۱-۸۴۴۰۰۰۰۰ تماس حاصل نمایید.

شرکت تولیدکننده این دارو: **شرکت آنفلوان فارما**

تک برگگی است (یک یا دو رو)، معمولاً سایز A4 برای موضوعات آموزشی ساده و اطلاع رسانی بکار می رود، گروه هدف آن اقشار جامعه است. تک لت است و فاقد طرح روی جلد و پشت جلد است.

عنوان، نام و نشان سازمان متبوعه در ابتدا و نام تهیه کننده و ناشر و شماره و تاریخ نشر در انتهای آن می آید.

## استیکر یا برچسب ( Sticker )

استیکر نیز بیشتر در بسیج های آموزشی مورد استفاده قرار می گیرد و در اندازه کوچک طراحی شده و می تواند مدت ها در انظار بینندگان باقی بماند. استیکر می تواند جنبه آموزشی ، هشدار دهنده و تبلیغاتی داشته باشد



## چارت (chart)

تعدادی پوستر یا تصویر یا تراکت است که به ترتیب یکی بعد از دیگری نشان داده می شود ، و از این طریق می توان جنبه ها و مراحل مختلف یک موضوع را نشان داد .

**چارتهای** رسانه هایی هستند که حس دیدن را به کار می گیرند.

در آنها از خط، تصاویر، کاریکاتور، عکس، نمودار، نقاشی و نوشته برای خلاصه کردن مفاهیم و اندیشه ها و نظم دادن به آنها استفاده می کنند. چون چارتهای بیشتر به اطلاعات ارائه شده نظم می دهند ، پس می توان آنها را بر روی هر حامل ارتباطی مثل تخته سیاه ، تابلو پارچه ای ، تابلو مغناطیسی ، طلق شفاف یا مقوا رسم نمود.

## تراکت (Tract)



نشریه ای است تک برگی که گاهی دارای تصاویر می باشد و از عرض به صورت افقی طراحی می شود و اندازه آن معمولا کاغذ A4 و یا دو برابر آن است ولی بزرگتر و کوچکتر از آن هم طراحی می شود . تراکت باید در جای مناسب نصب شود

## چارتهای برگردان

در این نوع از چارتهای اطلاعات تقسیم شده و هر بخش یا مرحله بر روی یک صفحه قرار می گیرد .

سپس یک طرف از این صفحه ها به هم وصل می شوند، هنگام ارائه مطالب در هر زمان بر حسب نیاز ، صفحه ها به ترتیب برگردانده شده و در مقابل دید تماشاگران قرار داده می شوند.

### بسته چارت سازمانی



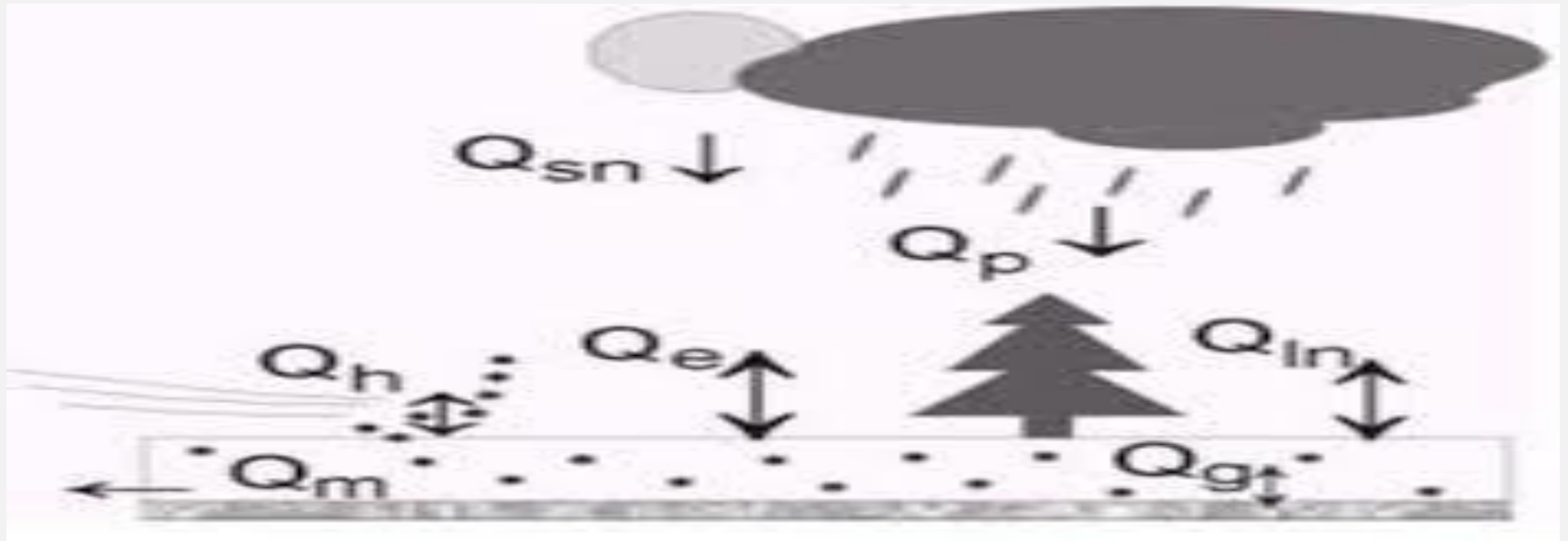
# چارتهای پوششی

در چارتهای پوششی گر چه اطلاعات بر روی یک سطح قرار دارند اما هر بخش بوسیله کاغذ پوشانده شده است. هنگام ارائه مطالب ، کاغذی که بر روی هر بخش قرار داده شده ، یکی یکی برداشته می شوند و فقط بخشی که مورد نیاز است در مقابل دید بیننده قرار می گیرد



## چارت‌های جریانی

در این چارت‌ها گام‌هایی که در تهیه یک چیز طی می‌شود، یا رویدادهایی که به دنبال هم می‌آیند بر روی یک صفحه نمایش داده می‌شوند.



## عکس و کاربرد آن

۱- در نمایشگاه های جنبی همایش های نمایشگاه های مستقل، مراحل تکمیل یک پروژه

۲- در مراکز ثابت مثل مراکز جهاد کشاورزی دهستان (عکس مراسم، مسابقات ...)

۳- در کلاسهای آموزشی از طریق ویدئو پروژکتور و ... .

# فیلم ویدئویی و کاربرد آن

۱- به شکل سخنرانی در موضوعات علمی و آموزشی

۲- مهارت در انجام دادن یک عمل با استفاده از انیمیشن یا واقعی

۳- نمایشنامه

۴- برگزاری مراسم بهداشتی انجام شده

۵- مراحل مختلف اجرای طرح

۶- به صورت مستند ترکیبی

۷- به صورت فیلم داستانی

۸- به صورت کلیپ (سرود همراه با تصاویر واقعی متحرک یا ثابت)

۹- به صورت جنگ تصویری (فیلمی شامل سرود، میان پرده، سخنرانی کوتاه مدت، دکلمه، شعر

، موسیقی، کلیپ ...)

# ۱- مواد دیداری غیر شفاف



## MEDIA

## ۲- مواد دیداری شفاف ثابت



## ۳- مواد دیداری شنیداری شفاف متحرک



## ۴- مواد و وسایل شنیداری

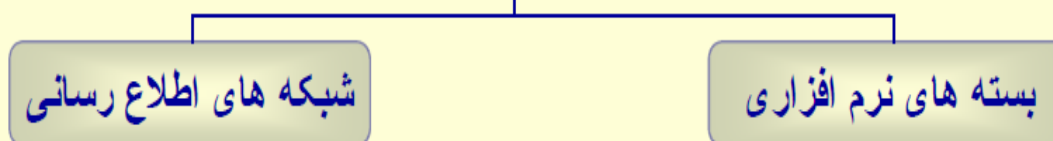


## MEDIA

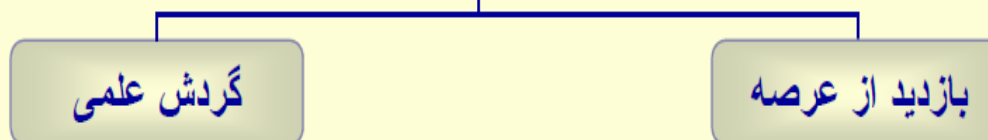
## ۵- سه بعدی ها



## ۶- کامپیوترها



## ۷- منابع انسانی و موقعیت ها





فناوری اطلاعات  
در خدمت کشاورزی

## سامانه هوشمند ارسال بلوتوث

در مقوله آموزش سلامت به منظور ارتقای سواد سلامت مردم ، استفاده از رسانه آموزشی مناسب که بتواند مخاطبین به ویژه قشر جوان را به خود جلب کند، از اهمیت زیادی برخوردار است.

فناوری تلفن همراه از نموده‌های فناوری ارتباطات و اطلاعات است که به حوزه سلامت راه یافته است.

اهداف این سامانه به شرح زیر می باشد:

- \* فرهنگ سازی و آموزش و ترویج استفاده از ابزارهای نوین آموزشی
- \* ایجاد ارتباط فراگیر و امکان پایش و نظارت بر عملکرد



## سامانه پیام کوتاه

این سامانه ، امکانات ارزش افزوده پیام کوتاه در حوزه کشاورزی را در اختیار مشترکین تلفن همراه در سراسر کشور قرار می دهد. این سامانه با بخش های سرویس های اطلاع رسانی و سرویس های خدمات کشاورزی همراه و... فعال شده است.

در بخش سرویس های اطلاع رسانی پیام هایی به صورت روزانه از سرویس مورد نظر ارسال می شود و در بخش خدمات کشاورزی فعال شده است.



## سامانه پیامک

از مزایای این سامانه پیامک می توان به موارد زیر اشاره کرد:

اشتراک اکثر افراد جامعه به ویژه جوانان با اپراتورهای تلفن همراه

\*به کارگیری حواس چندگانه جهت یادگیری

\*تسهیل در تکرار برنامه

\*دسترسی آسان

گروه هدف این سامانه به این شرح می باشند

\*بهره برداران کشاورزی با سطح سواد خواندن و نوشتن

\*داشتن تلفن همراه

\*توانایی استفاده از تلفن همراه را دارند

\*مقرون به صرفه بودن

امروزه با وجود پیام رسان های متنوع موبایل می تواند برای اهداف آموزشی بکار رود.

ارتباط با اینترنت، امکان فرستادن انواع پیام، قابلیت های صوتی و تصویری و داشتن وب کم امروزه ان را به وسیله ای موثر در امر ارتباطات مطرح است.



## نرم افزارهای چند رسانه ای

مالتی مدیا در لغت به معنای چند رسانه ای است یعنی ارتباط و انتقال موضوع ها و مفاهیم با استفاده از رسانه های متفاوت همچون گفتار، موسیقی، عکس، متن، انیمیشن، محیط های تعاملی و رابط با کاربر انجام میشود محصولات مالتی مدیا یا چند رسانه ای به طور کلی به سه قسمت عمده تقسیم می شوند:



- \* آموزشی
- \* تبلیغاتی
- \* کاربردی

## نرم افزارهای چند رسانه ای

استفاده از نرم افزارهای چند رسانه ای سلامت باعث افزایش سرعت بازیابی و پردازش اطلاعات میشود. در چند رسانه ای (مولتی مدیا) با توجه به نوع مخاطب و نوع ارتباط دو یا چند رسانه (صدا، فیلم، متن، انیمیشن و ...) را در کنار هم به کار می گیرند، به طوری که نقاط ضعف و قوت یکدیگر را پوشش می دهند. به این ترتیب یک چند رسانه ای آموزشی ابزاری برای یادگیری آسانتر از طریق درگیر شدن حواس مختلف و افزایش آگاهی است.

از اهداف نرم افزارهای چند رسانه ای می توان به موارد زیر اشاره نمود:

\*ارتقای سواد سلامت جامعه

\*انتقال اطلاعات کامل و کاربردی درباره اولویت های پیشگیرانه با استفاده از فن آمی روزآمد و جدید مولتی مدیا (چند رسانه ای)

\*ایجاد مجموعه های آموزشی دیجیتال با کاربری آسان و در دسترس

## کتاب رسانه های دیجیتال

رشد روزافزون رسانه های مدرن و مجازی در جامعه و تاثیر این رسانه ها در فرهنگ، اقتصاد، سیاست، امنیت، دانش و فناوری جامعه، دست اندرکاران را به تاملی ویژه در این حوزه هدایت می کند و گسترش اینترنت در کشور از یک سو و نقش و جایگاه رسانه های مدرنی مثل تلفن همراه، سامانه های مبتنی بر اینترنت، نرم افزارهای چند رسانه ای و بازی های رایانه ای در زندگی روزمره اجتماع، مباحث جدی و قابل بحثی است که می تواند تاثیرات شگرفی در فرهنگ سازی و ارتقای دانش بهره برداران جامعه داشته باشد.

# تعریف تکنولوژی اطلاعات از نظر انجمن فناوری اطلاعات آمریکا

مطالعه، طراحی، توسعه، پیاده سازی، پشتیبانی یا مدیریت سیستم های اطلاعاتی مبتنی بر رایانه، خصوصا برنامه های نرم افزاری و سخت افزار رایانه.

تحولات در زمینه رایانه و ارتباطات باعث ایجاد تغییرات عمده ای در عرصه های متفاوت بشری شد.

\*انسان همواره از فناوری استفاده نموده است.

\*فناوری سبب انتقال اطلاعات با سرعت بسیار بالا به اقصی نقاط جهان شد.

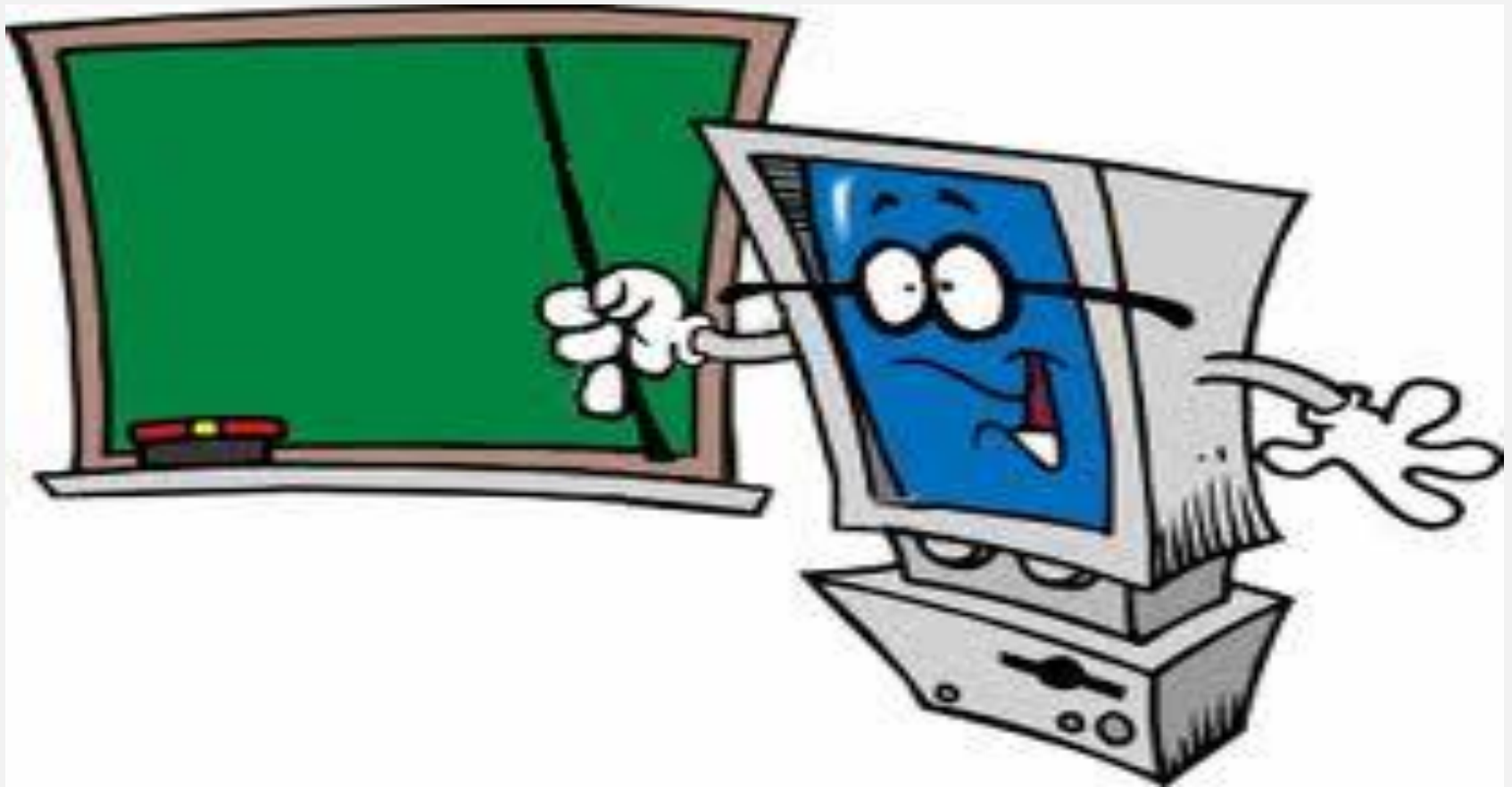
# اینترنت

یکی از مهمترین کانال های فناوری اطلاعات اینترنت است. ویژگی آن عبارت است از :  
۱- سهولت استفاده ۲- سرعت بالای ارتباطی ۳- همه گیری  
**مرورگر وب**: روشی است که راهنما یا مربی در وب می چرخد و این در حالی است که فراگیران با مرورگرهای خود وی را دنبال می کنند.



# آموزش الکترونیکی

استفاده نظام مند از فناوری اطلاعات و ارتباطات در تدریس و یادگیری



## کانال های ارتباطی دیجیتالی تعاملی

وب سایت های اینترنتی

گروههای خبری

چت

ایمیل

پینک بوک (تبادل اطلاعات با گروههای همسال و....)

ایجاد و نمایش تبلیغاتی

درگیر نمودن کاربران در جریان مشارکت فعال یادگیری و ...

# CD-ROM

دیسک های کامپیوتری که می تواند حاوی مقادیر زیادی اطلاعات همراه با صدا یا کلیپ های تصویری باشد.



Download from  
Dreamstime.com



Light from  
Dreamstime.com

# تلویزیون تعاملی

نوعی استفاده از تلویزیون که افراد از طریق آن می توانند مستقیماً اطلاعات را با لینک شدن به وب سایت ها دریافت می کنند.



## پست الکترونیکی

این امکان را به مخاطبان می دهد که بطور غیر همزمان با آموزشیار ارتباط داشته باشند. مخاطبان از پست الکترونیکی برای پرسیدن سؤال خود از مربی آموزش و همچنین برای بحث درباره مسایل مختلف با سایر افراد استفاده می کنند.

**میلینگ لیست** : بحث های ایمیلی که بر روی یک موضوع خاص متمرکز است. همه افراد ثبت نام شده در لیست می توانند، هر پیام فرستاده شده برای سایر افراد را دریافت کنند.



[www.DaneshMag.com](http://www.DaneshMag.com)



## چت و گروه های خبری پیام رسان

فضاهایی که کاربران مکالمات خود را در آن تایپ می کنند. که در حال حاضر با بکارگیری پیام رسان های متنوع خیلی پر کاربرد شده است.

در حال حاضر ده ها هزار گروه خبری عام در اینترنت وجود دارد که مردم از طریق آنها موارد مورد علاقه خود را باهم به بحث و گفتگو می گذارند. نرم افزاری که چنین گفتگوهایی را امکان پذیر می سازد. هرروز بر تعداد این گروه ها در پیام رسان ها افزوده می شود.



## شبکه داخلی Intranet

منابع اطلاعات الکترونیکی با دسترسی محدود ( مثلا وب سایت هایی که فقط برای اعضای یک سازمان یا کارکنان یک شرکت قابل دسترسی است ).



## کنفرانس ویدیویی

به فراگیران این امکان را می دهد که یکدیگر را دیده و صدای همدیگر را بشنوند. این شیوه یک ارتباط کامل بین اشخاص ایجاد می کند.



## بنرهای تبلیغاتی

از جمله مواردی است که بطور موثر می تواند در آموزش و ترویج کشاورزی بکار رود . بنر جذاب می تواند توجه فرد را به یک موضوع یا هشدار بهداشتی جلب کند



# video sharing

برخی وب سایت ها که امکان دانلود فیلم را فراهم می کنند

## Upload Video

You Tube

Dailymotion

metacafe

!VIDEO

REVER

vimeo

veoh

blip.tv

## VIDEO SHARING SOLUTIONS



## تالار ترویج

در حال حاضر موسسه آموزش و ترویج کشاورزی بانک رسانه های متنوع آموزشی و ترویجی در قالب رسانه های نوشتاری ؛ رسانه های الکترونیکی ، نرم افزار های کشاورزی و اپلیکیشن را طراحی و تهیه و تدوین نموده است که از طریق لینک : <https://agrilib.areeo.ac.ir/>

بصورت رایگان برای همگان از جمله مروجان و بهره برداران کشاورزی قابل داند می باشد.

رسانه های قابل بهره برداری شامل:

کتاب، کلیپ یا فیلم کوتاه آموزشی و ترویجی ، نشریه آموزشی، نشریه فنی، دست نامه ، بروشور، پوستر ، اسلاید ویژن، انیمیشن ، آثار صوتی ، جزوه آموزشی، فصلنامه ترویجی ، دستورالعمل فنی ، سخنرانی علمی،.....می باشد.



سپه پاسداری برای تولید

وزارت جهاد کشاورزی  
سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی

موسسه آموزش و ترویج کشاورزی



معاونت علمی و فناوری  
شبکه دانش کشاورزی  
سلسله برنامه‌های ویدیو کنفرانس انتقال دانش به روز در گستره ملی بخش کشاورزی

عنوان:

**کاربرد رسانه‌ها در آموزش و ترویج کشاورزی**

سخنران:

**دکتر مجید رضا خداوردیان**

عضوهیات علمی

موسسه آموزش و ترویج کشاورزی

۷ مردادماه ۱۴۰۴ - ساعت: ۱۰