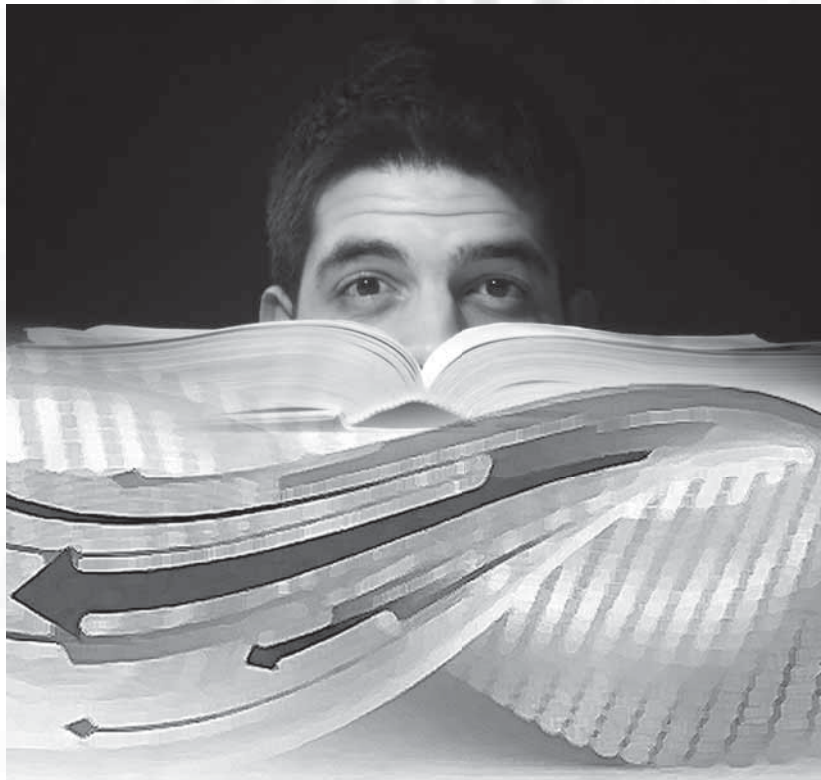




دکتر سیدعباس رضوی  
عضو هیئت علمی دانشگاه شهید چمران



# کاربرد رسانه‌های اجتماعی در آموزش

## اشاره

در سال‌های اخیر، نوع جدیدی از رسانه‌ها در شبکه اینترنت مورد توجه و استقبال کاربران قرار گرفته است که «رسانه‌های اجتماعی» نامیده می‌شود. این نوع رسانه‌ها که با قابلیت‌های وب ۲ مطرح شده‌اند، امکان مشارکت افراد و زمینه کاربرمحوری را فراهم کرده‌اند. بدین ترتیب که افراد می‌توانند با استفاده از رسانه‌های اجتماعی، در تولید و خلق محتوای وب نقش داشته باشند و اطلاعات خود را با دیگران به اشتراک بگذارند. رسانه‌های اجتماعی قابلیت‌های سودمندی برای آموزش دارند و می‌توانند بسترساز ایجاد محیطی مشارکتی و فعال برای یادگیرندگان باشند. در این مقاله، مفهوم رسانه‌های اجتماعی تشریح و برخی از زمینه‌های کاربرد این گونه رسانه‌ها در یادگیری و آموزش مطرح می‌شود.

## مقدمه

رسانه‌های آموزشی قابلیت‌های خاصی دارند و هر کدام به شیوه‌ای یادگیرندگان را در دست‌یابی به هدف‌های یادگیری کمک می‌کنند. از سوی دیگر، رسانه را به

نقش رسانه‌ها در افزایش اثربخشی و کیفیت آموزش و همچنین بهبود و تسهیل یادگیری، روشن و آشکار است.

فناوری آموزشی،  
رسانه، رسانه  
اجتماعی، آموزش،  
یادگیری، اینترنت،  
وب ۲.



شکل‌های متفاوتی دسته‌بندی و برای هر کدام اصطلاح خاصی را به کار برده‌اند. برای مثال، رسانه‌ها می‌توانند به صورت انفرادی، گروهی یا جمعی مورد استفاده قرار گیرند. در این میان، رسانه‌های ارتباط جمعی مانند تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها و نظایر آن، به سبب این که با مخاطبان وسیع‌تر و متنوع‌تری سروکار دارند، در تعلیم و تربیت جامعه از قابلیت و قدرت خاصی بهره‌مندند. در سال‌های اخیر علاوه بر این، اصطلاح دیگری با عنوان «رسانه اجتماعی» شکل گرفته است که بیانگر شکل خاصی از تعامل و ارتباط افراد است. این رسانه‌ها حتی نوعی فرهنگ جدید را در میان کاربران و مخاطبان ایجاد کرده‌اند.

### مفهوم رسانه اجتماعی

اصطلاح «رسانه اجتماعی» به مواد اینترنتی اطلاق می‌شوند که توسط عموم افراد تهیه می‌شود و محتوای آن از محتوایی که توسط نویسندگان حرفه‌ای، روزنامه‌نگاران، یا متخصصان حوزه صنعت یا رسانه‌های جمعی تهیه می‌شود، متمایز است [بوزارت، ۲۰۱۰: ۱۱]. رسانه‌های اجتماعی که با مفهوم وب ۲ ارتباط دارند، متشکل از فناوری‌هایی از جمله وبلاگ، پادکست، محتوای مشارکتی (مثل ویکی‌پدیا)، شبکه اجتماعی (مثل فیس‌بوک)، اشتراک چندرسانه‌ای (مثل یوتیوب و فلیکر)، و بازی‌های اجتماعی هستند (رکر، آلاموتکا و پونسی، ۲۰۱۰: ۴). هم‌چنین می‌توان فناوری‌های دیگری از جمله فناوری بازیگری و ابراز عقیده (مثل خوانندگان آمازون) را نیز رسانه اجتماعی قلمداد کرد [بوزارت، ۲۰۱۰: ۱۱]. البته رسانه‌های اجتماعی کارکردهای متفاوتی

دارند. برای مثال، برخی از آن‌ها برای ایجاد مجموعه‌ای از دانش سازمان یافته مورد استفاده قرار می‌گیرند که کاربر محور است و کاربران می‌توانند در تولید آن نقش داشته باشند. برخی دیگر از رسانه‌های اجتماعی نیز برای ایجاد اجتماعات و شبکه‌ای از افراد به کار می‌روند. ولی در مجموع، این گونه رسانه‌ها از خرد جمعی بهره می‌گیرند و رسانه را از انحصاری بودن خارج می‌کنند.

### وب ۲: نسل دوم وب

طی سال‌های اخیر، چگونگی استفاده افراد از اینترنت دستخوش تغییراتی قابل توجه شده است. شبکه جهانی وب که پیش از این عمدتاً به منظور مشاهده و مطالعه محتوای موجود به کار گرفته می‌شد، امروزه به محیطی تبدیل شده است که افراد در آن علاوه بر استفاده از محتوا، به تولید محتوا نیز می‌پردازند. محیط‌هایی که مبتنی بر شبکه وب هستند، امروزه نه تنها برای ارائه اطلاعات مورد استفاده قرار می‌گیرند، بلکه بخش جدایی‌ناپذیر زندگی افراد شده‌اند و در محیط‌های رسمی و غیررسمی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند. افراد به جای مصرف‌کننده اطلاعات و محتوای اینترنتی، به تولید اطلاعات و محتوای دیداری و شنیداری می‌پردازند و برای خودشان شبکه‌ای می‌سازند که در آن با دیگران ارتباط دارند و با استفاده از امکاناتی که در اختیارشان قرار دارد، ایده‌هایشان را منعکس و محتوای مورد نظر خود را خلق می‌کنند [سالوو، ۲۰۰۸: ۱۲۱].

فناوری‌های اجتماعی از جمله ارتباطات شبکه‌ای و ارتباط، از طریق واسطه‌های تصویری، و هم‌چنین،

خدماتی که در این زمینه ارائه می‌شوند (مثل ویکی‌پدیا)، مالکیت محیط الکترونیکی و اینترنتی را به سمت کاربران سوق داده و بدین‌سان حضور و مشارکت آنان افزایش یافته است. چنین محیطی نه تنها امکان به اشتراک گذاشتن اطلاعات را ممکن می‌سازد، بلکه یادگیری از یکدیگر و بهره‌گیری از تجارب و تخصص دیگران را نیز به دنبال دارد [داونز، ۲۰۰۵].

ایده رسانه اجتماعی یکی از نتایج مفهوم وب ۲ است [رکر، آلاموتکا و پونسی، ۲۰۱۰: ۴]. تفاوت بین وب ۱ و وب ۲ در آن است که وب ۱ عمدتاً با صفحات ایستا سروکار دارد که توسط تعدادی از افراد تهیه می‌شوند، در حالی که فناوری وب ۲ همه افراد را برای تهیه و به اشتراک گذاشتن محتوا دعوت می‌کند [بوزارت، ۲۰۱۰: ۱۱]. صابری و صدیقی (۱۳۸۶) اشاره می‌کنند که در وب ۲ کاربران صرفاً «مصرف‌کننده» محتوا نیستند، بلکه خودشان هم در فرایندی جمعی و غیرمتمرکز به تولید محتوا می‌پردازند و به طور کلی افراد در چرخه حیات وب نقشی مستقیم و مؤثر ایفا می‌کنند (ص ۳). در واقع، فناوری‌های مبتنی بر وب ۲ فناوری‌های مردمی‌تری هستند و داده‌های آن‌ها پویاتر است. هم‌چنین در خصوص آموزش، این فناوری‌ها امکان مشارکت آزادانه افراد را فراهم می‌آورند و از قابلیت‌های خرد جمعی بهره می‌گیرند.

### رسانه‌های اجتماعی، آموزش و یادگیری

رسانه‌های اجتماعی فرصت‌های مناسبی را برای آموزش و یادگیری فراهم می‌کنند. یکی از این فرصت‌ها

## اصطلاح «رسانه اجتماعی» به مواد اینترنتی اطلاق می‌شوند

## رسانه‌های اجتماعی محیط یادگیری را از حالت انفعالی به فعال تبدیل می‌کنند

آن است که می‌توان محیط یادگیری را از حالت انفعالی به فعال تبدیل کرد و تمرکز برنامه‌ریزی و اجرای آموزش را کاهش داد. برای نمونه، «دایره‌المعارف ویکی‌پدیا»، به عنوان یکی از رسانه‌های اجتماعی، این امکان را فراهم کرده است که افراد بتوانند اطلاعات جدیدی به آن بیفزایند و اطلاعات موجود را بر اساس آخرین یافته‌های علمی تغییر دهند. گرچه ممکن است چنین فناوری‌هایی دارای کاستی‌ها و نقصان‌هایی باشند، لیکن امروزه به عنوان جریانی تأثیرگذار و پرطرفدار شناخته می‌شوند که به قول نظریه‌پردازان وب، موجب تمرکززدایی شده است [ایزدپناه، ۱۳۸۴: ۲۱۴].

همواره یکی از مسائل مهم در یادگیری و آموزش الکترونیکی تدارک محیطی اجتماعی بوده است. چرا که غفلت از تعامل‌های اجتماعی می‌تواند به تربیت افرادی منجر شود که از نظر اجتماعی به قدر کافی رشد نیافته‌اند و مهارت‌های اجتماعی در آن‌ها ضعیف مانده است. یکی دیگر از فواید استفاده از رسانه‌های اجتماعی در آموزش آن است که این رسانه‌ها می‌توانند با ایجاد محیط یادگیری غیررسمی‌تر، مشارکتی‌تر، و تعاملی‌تر، فاصله و مانع ارتباطی بین یادگیرنده و معلم را کمتر کنند. از طرف دیگر رسانه‌های مذکور این امکان را فراهم می‌آورند که یادگیرندگان بتوانند در خارج از ساعات کلاس درس با سایر شاگردان و معلم مذاکره و گفت‌وگو کنند و ارتباط داشته باشند و با ایجاد یک اجتماع یادگیری، فضای آموزش و یادگیری را به خارج از مرزهای کلاس درس گسترش دهند [بوزارت، ۲۰۱۰: ۱۳]. برای نمونه، هنگامی که چند شاگرد با یکدیگر یک وبلاگ گروهی را

راهاندازی می‌کنند، می‌توانند با استفاده از مطالب متنوع و مرتبط با موضوع کاری خود، وبلاگشان را پویا نگه دارند و در قالب یک گروه، محتوای مورد نظر خود را در اختیار دیگران قرار دهند. این تشریک مساعی، علاوه بر آن که موجب یادگیری محتوای خاصی می‌شود، مهارت‌های آنان را در انجام فعالیت‌های گروهی و فعالیت در قالب تیم و گروه بهبود می‌بخشد.

هم‌چنین در سال‌های اخیر، فناوری پادکست یا تولید پرونده شنیداری و دیداری که می‌توان آن را در اینترنت به اشتراک گذاشت، رواج زیادی یافته است. می‌توان با یک رایانه شخصی یا یک پخش‌کننده قابل حمل از پادکست استفاده کرد [مک دونالد، ۱۳۸۹: ۳۸]. در واقع پادکست‌ها معمولاً آماتوری و غیررسمی هستند. نسبت پادکست به رادیوی اینترنتی مثل نسبت وبلاگ است به روزنامه اینترنتی [چابکی، ۱۳۸۶: ۹۹]. این فناوری نیز به مثابه یک رسانه اجتماعی می‌تواند فرصت‌های خوبی برای تمرکززدایی در آموزش فراهم آورد و امکان مشارکت یادگیرندگان را در امر آموزش و تهیه محتوا ایجاد کند. امروزه بسیاری از معلمان به اهمیت این فناوری پی برده‌اند. برای مثال، مک دونالد در «دانشگاه هارتفورد»، درس‌های فیزیک خود را در قالب شنیداری به صورت پادکست ارائه داده است [مک دونالد، ۱۳۸۹: ۳۸]. به علاوه، دانش‌آموزان و دانشجویان نیز می‌توانند مطالب مورد نظر خود را به صورت پادکست تهیه کنند و آن را در اختیار دیگران قرار دهند. از سوی دیگر، محتوای پادکست شده می‌تواند متناسب با نیازهای کلاس تغییر کند. برای مثال، می‌توان از پادکست

برای مرور مطالب پیش از کلاس درس استفاده کرد یا حتی پاسخ پرسش‌هایی را که به دلیل کمبود زمان در کلاس درس پاسخ داده نمی‌شوند، در آن گنجاند [همان، ص ۳۹].

علاوه بر رسانه‌های اجتماعی مذکور، شبکه‌های اجتماعی نیز امروزه طرفداران زیادی پیدا کرده‌اند. گرچه برخی از افراد ممکن است در این شبکه‌ها (مثل فیس‌بوک) مسائل دیگری (مثل مسائل سیاسی) را دنبال کنند، لیکن استفاده صحیح از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی می‌تواند با ایجاد تعامل اجتماعی بین افراد مختلف، سطح توانمندی‌ها و یادگیری افراد را به صورت رسمی و غیررسمی افزایش دهد. به سبب چنین اثرگذاری است که مسئولان جامعه می‌کوشند برای افراد، شبکه‌های اجتماعی طراحی شود. برای مثال، به تازگی «مؤسسه فرهنگی تیان» یک شبکه اجتماعی را با هدف ایجاد عرصه‌ای برای تعاملات مجازی فراخور شأن فرزندان ایران اسلامی و متناسب با فرهنگ متعالی ایرانی-اسلامی برای کاربران تدارک دیده است. هم‌چنین، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، برای دانشجویان یک شبکه اجتماعی طراحی کرده است که هدف از طراحی آن، افزایش سطح تعامل و ارتباط بین دانشجویان است تا در آن، با یکدیگر ارتباط علمی، فرهنگی و اجتماعی داشته باشند.

تحقیقات انجام شده در خصوص رسانه‌های اجتماعی، اثربخشی آموزشی این رسانه‌ها و تأثیر آن‌ها بر یادگیری نشان می‌دهند. برای مثال، پژوهش‌هایی که توسط «مؤسسه مطالعات فناوری آینده» (IPTS) انجام شده، نشان داده

است که کاربرد رسانه‌های اجتماعی خارج از محیط‌های آموزشی رسمی در حال افزایش است و فرصت‌های جدیدی برای ایجاد نوآوری و تدارک محیط و سازمان‌های آموزشی نوین در قرن بیست و یکم فراهم آورده است [رکر، آلاموتکا و پونی، ۲۰۱۰: ۴].

به نظرمی‌رسد از این روست که امروزه افراد از فرصت‌هایی که رسانه‌های اجتماعی برای تسهیل ارتباطات و تبادل دانش فراهم آورده‌اند، استقبال می‌کنند. از سوی دیگر، با توجه به نظریه‌های اجتماعی (از جمله نظریه فرهنگی - اجتماعی و یوگوتسکی) عوامل اجتماعی می‌توانند تأثیر زیادی بر یادگیری داشته باشند. این تأثیر به اندازه‌ای است که این گونه نظریه‌ها بر همکاری و مشارکت میان افراد برای یادگیری تأکید کرده‌اند. نظریه‌های دیگری مثل نظریه «ارتباط‌گرایی» و «شناخت توزیع شده» نیز تأیید می‌کنند که نه تنها ایجاد پیوند بین افراد و حضور آن‌ها در یک شبکه اجتماعی و با استفاده از یک رسانه اجتماعی می‌تواند مفید باشد، بلکه اساساً دانش و شناخت در سراسر شبکه‌ای از افراد و فناوری‌ها توزیع شده است. شبکه‌های اجتماعی به ویژه در خصوص یادگیرندگان جوان‌تر نیازمند بهره‌گیری

از روش‌های جدید برای تفکر در خصوص نقش تعلیم و تربیت است [اسکندری و رضوی، ۱۳۸۸].

### نتیجه‌گیری

مفهوم رسانه‌های اجتماعی گرچه از نظر اصطلاحی با رسانه‌های جمعی شباهت دارد، لیکن از ابعادی، بین این دو تفاوت وجود دارد. یکی از تفاوت‌های اساسی آن‌ها چنین است که معمولاً رسانه‌های اجتماعی توسط افراد یا گروهی خاص طراحی و تهیه می‌شوند و برای مخاطبان در سطحی گسترده ارائه می‌شوند. این در حالی است که رسانه‌های اجتماعی نه تنها کاربران و مخاطبان متنوع و گسترده‌ای دارند، بلکه تهیه و تولید محتوا در آن‌ها در انحصار افراد خاصی نیست و بسیاری از کاربران نیز می‌توانند با به اشتراک گذاشتن اطلاعات در اشکال گوناگون، اعم از متن، صدا، تصویر، فیلم، و... در خلق محتوای رسانه نقش داشته باشند. این خصوصیت از رسانه‌های اجتماعی، برخی از آموزه‌های دیدگاه «ساختن‌گرایی» را در ذهن تداعی می‌کند. به نظر می‌رسد وب ۲ از نظر زیربنای فکری و قابلیت‌های عملی به ساختن‌گرایی نزدیک‌تر باشد. دیگر تفاوت بین رسانه‌های

اجتماعی و جمعی در آن است که رسانه‌های جمعی به طور عمده اهداف مشخص و از پیش تعیین شده‌ای را دنبال می‌کنند، در حالی که رسانه‌های اجتماعی، آن هم زمانی که به صورت شبکه‌های اجتماعی مطرح می‌شوند، جهت‌گیری و انتخاب هدف را بر عهده کاربران می‌گذارند و تا حد زیادی در این خصوص انعطاف‌پذیری وجود دارد.

با استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌توان در خصوص گسترش دین و فرهنگ، تبلیغ فکر و اندیشه مذهبی و تربیت اسلامی اقدامات خوبی را انجام داد [عباسی، ۱۳۸۷]. در واقع، همانند بسیاری دیگر از رسانه‌ها و ابزارها، رسانه‌های اجتماعی نیز می‌توانند به صورت مثبت یا منفی مورد استفاده قرار گیرند. لذا مهم این است که بتوان از این رسانه‌ها در جهت مفید و سازنده بهره گرفت. هم‌چنین، از رسانه‌های اجتماعی می‌توان برای تحقق اهداف خاص آموزشی بهره گرفت. برای مثال، مربی می‌تواند با راه‌اندازی یک وبلاگ ساده از شاگردان خود بخواهد در ارتباط با موضوعی خاص، به مطالعه، تحقیق و جمع‌آوری مطالب دست بزنند و آن‌ها را در وبلاگ قرار دهند و از این طریق به تبادل نظر و اشتراک تجارب بپردازند.

### پادکست نیز

### مانند یک رسانه

### اجتماعی می‌تواند

### فرصت‌های خوبی

### برای تمرکززدایی در

### آموزش فراهم آورد

### و امکان مشارکت

### یادگیرندگان را در امر

### آموزش و تهیه محتوا

### ایجاد کند

### منابع

۱. اسکندری، حسین و رضوی، سیدعباس (۱۳۸۸). نظریه ارتباط‌گرایی، به سوی پارادایم نو در یادگیری الکترونیکی. مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین‌المللی یادگیری الکترونیکی. دانشگاه علم و صنعت. تهران.
۲. ایزدیناه، پرهام (۱۳۸۴). وب ۲ - شوق یک جهان نو. ماهنامه شبکه، شماره ۶۳.
۳. چابکی، شایسته (۱۳۸۶). درباره پادکست بیشتر بدانیم. ماهنامه رادیو، سال هفتم، شماره ۳۹.
۴. صابری، محمدکریم و صدیقی، حسن (۱۳۸۶). مروری بر وب ۱ با نگاهی به وب ۲. مجله نما، دوره هفتم، شماره سوم.
۵. عباسی، احمد (۱۳۸۷). کاربرد محوری در دنیای وب. فصل‌نامه ره‌آورد نور، سال هفتم، شماره ۲۵.
۶. مک دونالد، جیمز آی. آر (۱۳۸۹). پادکست کردن درس فیزیک. ترجمه معصومه قاسمی. رشد آموزش فیزیک، دوره بیست‌وششم، شماره ۱.
7. Bozarth, Jane (2010). Social media for trainers: techniques for enhancing and extending learning. CA: Pfeiffer
8. Downes, Stephen (2005), 'E-learning 2.0', eLearn Magazine. Aivaliable at: <http://www.elearnmag.org/subpage.cfm?section=articles&article=29-1>.
9. Redecker, Christine; Ala-Mutka, Kirsti and Punie, Yves (2010). Learning 2.0 - The Impact of Social Media on Learning in Europe. Seville: European Commission, JTS, Institute for Prospective Technological Studies.

### پی‌نوشت

1. Bozarth
2. Redecker, Ala-Mutka, and Punie
3. Salavuo
4. Downes
5. Hartford
6. Institute for Prospective Technological Studies (IPTS)