

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

نام درس: اصول طراحی پیام های آموزشی

فصل دوم: مبانی روان شناختی طراحی پیام های آموزشی

نام استاد: سرکار خانم دکتر جعفر خانی

تهیه کننده: غلامرضا دریایی

مقدمه

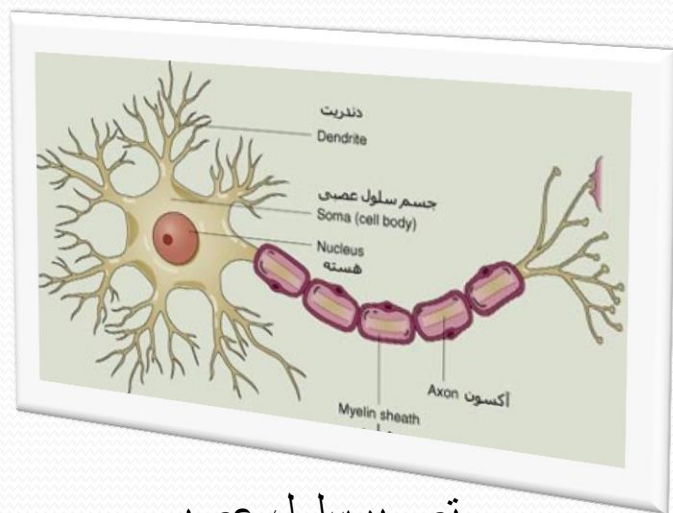
- بسیاری از اصول مهم و توصیه های طراحی پیام های آموزشی ، از نتایج تحقیقات در زمینه های مختلف روان شناسی حاصل می شوند.
- هدف های آموزشی -یادگیری این فصل ها عبارتند از:
- ۱-تعریف احساس و اجزاءتشکیل دهنده آن
- ۲-تعریف توجه و راه های مختلف جلب توجه
- ۳-تعریف ادراک و عوامل موثر بر آن
- ۴-جایگاه توجه ، احساس و ادراک جهت شناخت محیط و استفاده از آن در طراحی پیام های آموزشی
- ۵-رابطه مفاهیم ادراک، حافظه و به خاطر سپاری
- ۶-ابعاد مختلف نظریه های حافظه ای
- ۷-توضیح شباهت ها و تفاوت های سه رویکرد رفتارگرایی ، شناخت گرایی و ساختن گرایی
- ۸-راهبردهای شناختی و فراشناختی مطالعه و یادگیری در طراحی پیام های آموزشی
- ۹-تعریف انگیزشی و انواع آن
- ۱۰-طراحی پیام آموزشی بر اساس مدل «ARCS»

احساس

- ۱- محرک: عامل محیطی که سبب تحریک گیرنده های حسی می شود.
- ۲- گیرنده های حسی: سلول های حساس نسبت به محرک های مختلف که در اندام های حسی قرار دارند.
- ۳- عصب آورنده: تحریکات الکتریکی حاصل در سلول های گیرنده حسی از اندام ها به مغز می آورد.
- ۴- مرکز عصبی: ناحیه خاصی از قشر خاکستری مغز است که عصب به آن جا ختم می شود.

- تعریف احساس: تصور اجمالی اولیه ناشی از برخورد محرک های محیطی نظیر نور، گرما و... بایکی از گیرنده های حسی مانند چشم، گوش، زبان و پوست
- تعریف احساس: اخذ تحریک های محیطی از طریق اندام های گیرنده و انتقال آن ها به مراکز که برای دریافت آن ها اختصاص داده شده است.
- هر حس از چهار جزء تشکیل شده است.

حس



تصویر سلول عصبی



توجه

- فرآیندشناختی جهت گیری به سوی محرک و دریافت آن را توجه می گویند.
- **توجه:** تمرکز تلاش ذهنی بر رویدادهای حسی یا ذهنی خاص است.
- در هر لحظه اندام های حسی با هزاران محرک محیطی روبرو می شوند و دستگاه عصبی به دلیل ظرفیت محدودش فقط بر تعداد کمی از آن ها متمرکز می شود و آن ها را شناسایی می کند.
- توجه، امری محدود و انتخابی است که مادر هر لحظه فقط می تواند بر بخش کوچکی از محیط پیرامون خود متمرکز شویم.
- **راه های جلب توجه که طراحان پیام های آموزشی از آن بهره می گیرند به شرح ذیل می باشد:**
- ۱- **متفاوت بودن:** ایجاد تغییر نسبت به روال عادی ارائه محرک
- ۲- **بدیع بودن:** پدیده های جدید و غیر منتظره ارائه شود.
- ۳- **پیچیدگی نسبی:** ارائه مطالب یا محرک هایی که پیچیدگی نسبی نه بسیار پیچیده به جای مطالب ساده باعث جلب توجه می شود.
- ۴- **تاکید بر نکات مهم:** خط کشیدن زیر کلمه یا جمله - پررنگ کردن مطالب
- ۵- **شدت محرک بیشتر باشد.**
- ۶- **حرکت**
- ۷- **هیجان:** اطلاعاتی که بار هیجانی بیش تری دارند - پدیده ای شادی آور و یا ترسناک
- ۸- **تضاد و تقابل:** وجود پدیده ای متضاد در کنار هم باعث جلب توجه بیشتر می شود.

ادراک

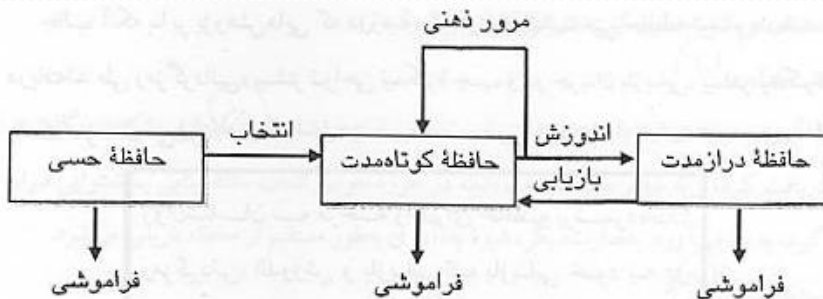
- تعریف ادراک: تغییر و تفسیر محرک هایی که از طریق گیرنده های حسی دریافت و به مغز می رسد.
- تعریف ادراک: فرآیند کسب معنا از آن چه ما حس می کنیم.
- عوامل موثر در ادراک ۱ - عوامل درونی: مانند عوامل روان شناختی
- ۲- عوامل بیرونی: مانند زمینه
- زمینه: هر محرک در مکان و موضع خاصی قرار می گیرد که به آن مکان زمینه می گویند، زمینه های متفاوت می توانند پدید آورنده ی معانی گوناگون برای یک محرک باشند. در شکل زیر طرح وسط زمانی که که کنار حرف A, C قرار گیرد یا در کنار اعداد 12, 14 متفاوت درک می شود. که در ردیف حروف B خوانده می شود و در ردیف اعداد 13 خوانده می شود.

A	13	C
12	13	14

- محتوا باید در محیطی رشد دهیم که برای دانش آموز معنا دار و به زندگی آن مربوط باشد.

نظریه خبرپردازی

- این نظریه به نظریه «پردازش اطلاعات» معروف است. این نظریه بیشتر برگرفته از عملکرد رایانه هاست و به بررسی چگونگی فرآیندهای ذهنی (دریافت، نگهداری و یادآوری اطلاعات) یا به گونه ای (یادگیری، به یادسپاری و یادآوری اطلاعات) می پردازد.
- نظام حافظه ای انسان به سه قسمت عمده تقسیم می شود.
- الف: حافظه حسی
- ب: حافظه ی کوتاه مدت (فعال)
- ج: حافظه بلندمدت



- هر یک از این ساختار در مغز پردازش هایی انجام می دهند تا محرک ها یعنی داده ها را به اطلاعات تبدیل نمایند.

نظریه رمزهای دوگانه

- نظریه خبرپردازی بارمزگردانی متفاوت است.
- براساس نظریه رمزهای دوگانه، ذهن نسبت به محرک های شنیداری (کلمات گفتاری-صداها - موسیقی) و محرک های تصویری (دیداری) مانند عکس، فیلم و پویانمایی به گونه ای متفاوت و دوگانه برخورد می کند.
- در ذهن دوکانال جدا از هم برای پردازش اطلاعات کلامی - شنیداری از یک سو و تصویری - دیداری از سوی دیگر وجود دارد. این اطلاعات در دو حافظه بلند مدت جداگانه ذخیره می شود اما با این که جدا از هم می باشند در ارتباط نیز هستند.
- این نظریه بر اهمیت استفاده از محرک های دیداری در کنار محرک های شنیداری تأکید دارد یعنی وقتی اطلاعاتی به صورت شنیداری و تصویری دریافت می شود، احتمال بیشتری برای جای گرفتن در حافظه بلند مدت و یادآوری بعدی آن دارد. به عنوان مثال: وقتی معلم در مورد قله ی کوه توضیح می دهد و همراه توضیحات تصاویری از کوه و قله به دانش آموزان نشان می دهد این مفهوم ملموس تر بوده و سریع تر یاد می گیرند.
- در این نظریه فرضیه ای به عنوان «ظرفیت محدود» وجود دارد و به این معنا است که ظرفیت پردازش مغز برای یک زمان واحد در هر مجرا محدود است.

نظریه بازشناختی

- نظریه پردازان بازشناختی سه نوع بازشناختی را بیان نموده اند:
- ۱- بازشناختی درونی: تلاش های حافظه ی فعال فرد که به ماهیت ابعاد و عناصر تشکیل دهنده یک مفهوم می پردازد.
- ۲- بازشناختی بیرونی: به نحوه ارائه یا تدریس یک موضوع خاص مربوط می شود.
- ۳- بازشناختی مطلوب : میزان تلاش شناختی که یادگیرنده صرف ساختن و ثبت موارد یادگیری می کند و در ارتباط با دو مورد قبلی است.

یادگیری

- یادگیری: تغییر نسبتاً پایداری که بر اثر آموزش و گاهی بدون آموزش و تدریس که باعث ایجاد تجربه می شود.
- نظریه هایی که پیرامون یادگیری ارائه شده است.

رویکرد ساختن گرایی

رویکرد شناخت گرایی

رویکرد رفتار گرایی

- رفتار گرایی: تغییر نسبتاً پایداری در رفتار فرد در اثر محرک بیرونی محیط صورت می گیرد.
- روان شناسان رفتار گرایی تاثیر محیط در چگونگی یادگیری و رفتار اهمیت می دهند. نوع رفتار معلم در ارائه و اداره درس بر یادگیری شاگردان تاثیر دارد.
- مهمترین نظریه این رویکرد شرطی سازی کلاسیک یا پاسخ گر پاولف - شرطی سازی وسیله ای ثرندایک- شرطی سازی عامل اسکینر است.
- شناخت گرایی: روان شناسان شناخت گرایی مدعی هستند یادگیری از طریق فرآیندهای ذهنی مانند حافظه، انگیزش و تفکر است.
- ساختن گرایی: شعور یا آگاهی را با تجزیه به عناصر متعدد، مثل احساس، ادراک و هیجان تعریف می کند.
- راهبردهای شناختی شامل سه حیطه به شرح ذیل می باشند. ۱- تکرار و مرور ۲- بسط و گسترش معنایی ۳- سازماندهی
- - راهبرد تکرار یا مرور: ویژه موضوع های ساده و غیر معنی دار مانند حفظ کردن نام شهرها یا کشورها
- - راهبرد بسط و گسترش معنایی: موجب ارتباط بین موضوع ها یا مواد اطلاعاتی غیر هم طبقه می شوند.
- - راهبردهای سازماندهی: برقراری ارتباط ویژه بین موارد مجزا و دسته بندی آن ها به گرو های بزرگ تر
- فراشناخت عبارت است از تفکر درباره تفکر خود شخص
- به گفته سیف راهبردهای فراشناختی به سه دسته تقسیم می شوند.
- الف: راهبرد برنامه ریزی: انتخاب آگاهانه راهبردها به منظور دستیابی به اهداف مورد نظر
- ب: راهبرد نظارت: آگاهی از چگونگی پیشرفت خود
- ج: راهبرد نظم دهی: تنظیم فعالیت های یادگیری خود برای دستیابی به هدف ها جزئی و کلی

انگیزش

- باتوجه به گفته سیف «انگیزش عبارت است از نیروی ایجاد کننده و هدایت کننده رفتار که عامل درونی ایجادکننده انگیزش ، انگیزه است. انگیزه نیاز ویژه ای است که سبب انگیزش می شود.
- ۱- انگیزه های طبیعی : خواسته هایی که در تمام انسان ها وجود داشته و بر اثر آموزش و تجربه نیست مثل گرسنگی - نیاز به امنیت - نیاز به محبوب بودن
- ۲- انگیزه های اکتسابی : خواسته هایی هستند که تحت تاثیر عوامل بیرونی و بر اثر تجربه و یادگیری فرد به وجود می آیند. این انگیزه هادر تمام افراد به یک صورت وجود ندارد و از فردی به فرد دیگر متفاوت است. مثل دریافت پاداش - دوری از تنبیه
- کلر (celler)
-
- کلر (celler) مدلی چهار عاملی مرسوم به ARCS برای شکل دهی انگیزش دریادگیرنده طراحی نموده است.

- مدل کلر در مورد انگیزش



- این مدل زمینه ی نظری در اختیار طراحان پیام های آموزشی قرار می دهد که بر اساس آن به جنبه های انگیزشی طراحی پیام های آموزشی توجه کند .