

کدام سکو؟

انواع سکوهای رسانه اجتماعی چیست و چطور بهترین آن‌ها را انتخاب کنیم؟
برگرفته از رهیار سواد فضای مجازی
(abrishahr.ir) «ابری شهر»



توضیح

چکیده درس‌نامه

یکی از اشتباه‌های رایج کاربران فضای مجازی این است که به تفاوت کارکردهای رسانه‌های گوناگون اجتماعی توجه ندارند و گونه‌های فعالیت‌های مجازی خود را به یکی دو رسانه اجتماعی محدود متمرکز کرده‌اند. این در حالی است که قابلیت‌های هر رسانه اجتماعی برای پاسخ به نیاز و هدف خاصی توسعه یافته است. از این رو، در این درس پس از آشنایی با مفهوم «سکوی اینترنتی»، دسته‌بندی جامعی از انواع رسانه‌های اجتماعی ارائه و به دانش‌آموزان توصیه می‌کنیم متناسب با محتوا و هدفی که دارند، رسانه اجتماعی مناسب را انتخاب کنند. در پایان نیز با چگونگی اعمال حکمرانی توسط سکوها، از طریق بیانیه مهم «شرایط استفاده از خدمات» آن‌ها آشنا می‌شویم.

شرایط اجرای درس‌نامه

این درس‌نامه برای دانش‌آموزان دوره متوسطه، از پایه هفتم تا دهم، مناسب است و در مدت زمان یک تا دو جلسه (۵۰ تا ۸۰ دقیقه) قابل اجراست. محتوای آن نیز با سرفصل‌های کتاب «آمادگی دفاعی» پایه نهم قابل تلفیق است. برای اجرای این طرح یادگیری در کلاس درس، لازم است امکانات اتصال به اینترنت برای معلم، به همراه پخش

درس‌نامه‌های سواد فضای مجازی که در هر شماره از مجله منتشر خواهند شد، چارچوب مشخصی دارند:

■ **شروع خوب** زمینه اتصال دانش‌آموزان به موضوع درس را ایجاد می‌کند و توجه آنان را به محتوا جلب می‌کند.

■ **درس‌گام** بخش‌های اصلی آموزش در کلاس است که با پیشنهادها و مختلف سعی در تحقق اهداف آموزشی دارد.

■ **پایان خوب** هم با هدف جمع‌بندی مطالب تدریس شده و تثبیت یادگیری طراحی شده است.

■ **ارزشیابی** شامل ایده‌هایی برای سنجش میزان یادگیری و همچنین امتداد محیط یادگیری به بیرون از کلاس درس است.

در هر کدام از بخش‌های چهارگانه فوق، چند پیشنهاد ذکر شده است که معلمان گرامی بتوانند با توجه به شرایط کلاس و نیازهای دانش‌آموزان خود، از بین آن پیشنهادها بهترین را انتخاب و اجرا کنند.

در کنار این درس‌نامه که دستورالعملی برای اجرای کلاس است، محتوای مکمل چند رسانه‌ای شامل پرده‌نگار، کاربرگ‌ها و فیلم‌های آموزشی هم در نظر گرفته شده که همگی از پایگاه رهیار سواد فضای مجازی ابری شهر (abrishahr.ir) قابل دریافت است.

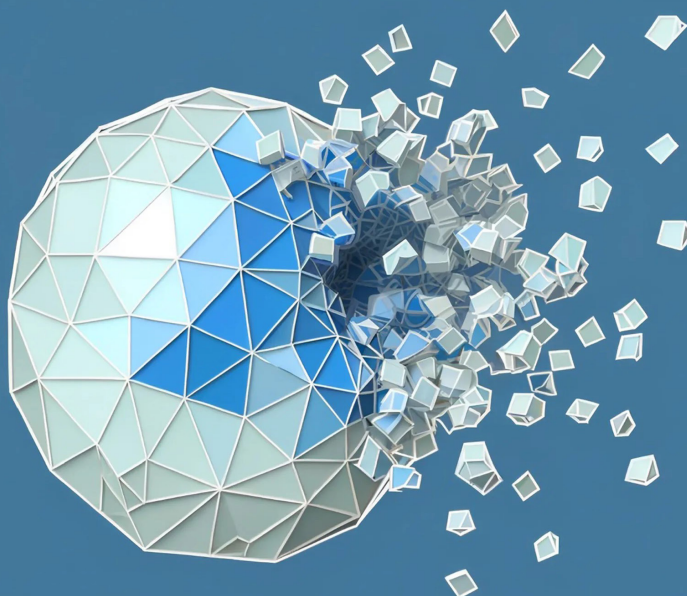


والدین توصیه می‌شود. توجه و التزام عملی به رده‌بندی سنی عضویت و کاربری هریک از سکوها اجتماعی ضروری است. نکته مهم دیگری که باید در میان اجرای این درس‌نامه به آن توجه کرد، این است که یکی از شبهه‌های پرتکرار در مقابل توصیه به انتخاب رسانه اجتماعی تخصصی و متناسب با کارکرد، موضوع حضور اکثر مخاطبان در یک یا چند شبکه اجتماعی یا پیام‌رسان خاص است. در پاسخ به این پرسش، باید به ضرورت مخاطب‌شناسی برای توزیع محتوا، ارزش‌آفرینی بالای محتوای تخصصی در مقابل محتوای عمومی و افزایش بازدهی و کیفیت فعالیت‌ها در هنگام استفاده از ابزارهای تخصصی اشاره کرد تا بتوان این شبهه را در کلاس پاسخ داد.

توجه داشته باشید، رویکرد محوری این درس‌نامه آن است که دانش‌آموزان در مواجهه با رسانه‌های اجتماعی بتوانند با توجه به نیاز خود بهترین رسانه را انتخاب کنند و از آن بهترین استفاده را داشته باشند.

چند رسانه‌ای، به علاوه لوازم مربوط به چاپ کاربرد به تعداد گروه‌های کلاسی، فراهم شود. با توجه به متصل نبودن موضوعات درس‌گام ۱ و درس‌گام ۲ به یکدیگر، در صورت محدودیت زمان می‌توانید به تناسب نیاز دانش‌آموزان صرفاً یکی از درس‌نامه‌ها را انتخاب و اجرا کنید.

با توجه به تنوع محتوای موجود در رسانه‌های اجتماعی، ملاحظات اخلاقی و مسئولیت تربیتی معلمان نسبت به دانش‌آموزان ایجاب می‌کند تدریس این درس‌نامه به گونه‌ای صورت نگیرد که دانش‌آموزان را به عضویت در رسانه‌های اجتماعی جدیدی که پیش از این نمی‌شناختند تشویق کند. از این رو، در صورت اطلاع از اینکه عمده دانش‌آموزان کلاس درگیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی نیستند، ضرورتی به تدریس این درس‌نامه وجود ندارد. البته تشویق دانش‌آموزان به فعالیت در رسانه‌های اجتماعی انتشار محور که می‌تواند زمینه مطالعه علمی و تقویت نگارش آن‌ها را فراهم کند، با رعایت ملاحظات تربیتی و هماهنگی و نظارت



شروع خوب: جلب توجه دانش آموزان به تنوع رسانه های اجتماعی و کاربردهای اختصاصی آنها	
به منظور آشنایی دانش آموزان با گونه های متنوع رسانه های اجتماعی، طی یک فعالیت مشارکتی، دانش آموزان پس از مواجهه با رسانه های گوناگون اجتماعی، سعی می کنند آنها را دسته بندی کنند. ابتدا دانش آموزان را به گروه های سه تا پنج نفره تقسیم کنید. در صورت امکان، چیدمان کلاس را نیز تغییر دهید. از اعضای هر گروه بخواهید به شکل دایره ای دور هم بنشینند و کاربرگ ۱ را میان گروه ها توزیع کنید. این کاربرگ حاوی مجموعه ای از نشان واره (لوگو) رسانه های اجتماعی به صورت کارت های مجزا است. بهتر است # کاربرگ ۱ را پیش از کلاس به صورت رنگی روی کاغذ ضخیم چاپ کنید و خودتان برش دهید تا در کلاس های متعدد از آن استفاده کنید. در غیر این صورت، از گروه ها بخواهید در ابتدای فعالیت کارت ها را به کمک قیچی یا خط کش برش دهند. در مرحله بعد از گروه ها بخواهید کارت ها را بررسی کنند و رسانه هایی اجتماعی را که هیچ کدام از اعضای گروه نمی شناسند، از بقیه جدا کنند. در ادامه، کارت های ناشناخته را به صورت اختصاصی برای هر گروه یا به شکل عمومی در یک جمله معرفی کنید. در مجموع، برای این کار حداکثر پنج دقیقه (به علاوه پنج دقیقه تمدید) به دانش آموزان فرصت دهید. پس از پایان بررسی رسانه های اجتماعی، به گروه ها بگویید کارت های موجود را مبتنی بر معیار دلخواه خودشان، به پنج یا شش یا هفت دسته تقسیم و برای هر دسته نام مناسب انتخاب کنند. در ادامه باید دسته بندی ها و نام رسانه های اجتماعی مرتبط با هر دسته را روی کاربرگ دوم ثبت کنند. در مجموع برای این مرحله حداکثر ۱۰ دقیقه (به علاوه پنج دقیقه تمدید) زمان دهید. با پایان یافتن فرصت دسته بندی، از گروه ها بخواهید نماینده شان پای تخته بایانند و دسته هایی را که در گروه به آن ها رسیدند، روی تخته بنویسند. پس از نوشته شدن عنوان دسته بندی ها، از گروه ها درباره مصداق های رسانه های اجتماعی هر دسته و علت انتخابشان، سؤال و به صورت کلاسی نتیجه کار گروه ها را نقد و بررسی کنید. نکته: وجود فشار زمانی در تمام فرایند اجرا و هم زمان با آن تهییج و تشویق دانش آموزان به انجام سریع تر فعالیت، از اصول مهم یادگیری همدارانه است. در پایان بحث را به این سمت هدایت کنید که «به نظر می رسد هر رسانه اجتماعی برای کارکرد و استفاده خاصی طراحی شده است».	پیشنهاد ۱ فعالیت مشارکتی ۴۰ دقیقه
پرده نگار را در کلاس اجرا کنید و از دانش آموزان بپرسید: «ملاقه به چه دردی می خورد؟» پاسخ های اولیه احتمالاً به کارکردهای آن در آشپزخانه اشاره دارد. برای اینکه دانش آموزان به اهمیت کارکرد ذاتی وسایل برسند، از آن ها بپرسید «اگر ملاقه و قاشق چای خوری (یک ابزار بسیار مشابه ملاقه) را به جای هم استفاده کنیم، چه می شود؟» پس از مختصری گفت و گو، ذهن دانش آموزان را به سمت کاربری های غیرعادی و عجیب سوق دهید: «آیا نمی شود با ملاقه پشت کمر را خاراند؟ / خاک را بیل زد؟ / توی سر کسی زد؟ / خطاطی کرد؟ / به عنوان کلاه از آن استفاده کرد؟» بحث را به این سمت هدایت کنید که «به نظر می رسد هر ابزار فناوری برای کاربری خاصی طراحی شده است!» و از آن ها بپرسید «آیا هر یک از رسانه های اجتماعی هم برای کاربردی خاصی طراحی شده اند؟» تصویر نشان واره برخی از رسانه های اجتماعی را نمایش دهید و در گفت و گو با دانش آموزان، کارکرد اصلی (درست) و کاربری های فرعی (نادرست) آن ها را مرور کنید.	پیشنهاد ۲ پرسشگری معلم ۲۰ دقیقه
چند موقعیت فرضی استفاده از رسانه اجتماعی نامناسب برای کاربردهای گوناگون مطرح کنید و در گفت و گو با دانش آموزان، چالش ها و خطرات قابل تصور در این موقعیت ها و ابزار جایگزین مناسب تر برای آن را بررسی کنید. برای مثال می توانید برخی از این موقعیت ها را به ترتیب مطرح کنید: ۱. مسئول جشن نیمه شعبان هیئتی، هماهنگی و تقسیم کار مراسم را در گروه مجازی ۵ نفره اعضای هیئت در پیام رسان ایتا انجام می دهد. (چالش ها: شلوغی گروه و ارسال پیام های غیر مرتبط، ندیدن گروه توسط بعضی افراد، گم شدن کارها و وظایف سپرده شده میان انبوه پیام ها). ۲. دانش آموزی روش رفع خطایی را که در فرایند نصب بازی مورد علاقه اش روی رایانه به آن برخورد، با انتشار وضعیتی در بله سؤال می کند. (چالش ها: دیده نشدن وضعیت، محدودیت زمانی نمایش وضعیت، نبودن شخص متخصصی که پاسخ سؤال را بداند، در میان مخاطبانی که وضعیت وی را می بینند). ۳. دانشجویی با ارسال پیام خصوصی به حساب کاربری شرکت ها در شبکه های اجتماعی دنبال کار می گردد. (چالش ها: غیررسمی بودن درخواست، بررسی نشدن پیام های خصوصی توسط شرکت، افشای تصاویر شخصی منتشر شده در حساب کاربری شخص متقاضی شغل و دوستان و آشنایانی که دنبالش می کنند). ۴. یک مدرس آشپزی، دستور پخت غذاها و آموزش های آشپزی اش را در رسانه اجتماعی ویراستی منتشر می کند. (چالش ها: محدودیت تعداد حروف در یک پیام ویراستی، نداشتن دسته بندی موضوعی، قابل جست و جو نبودن محتوا در موتورهای جست و جو). ۵. اعضای هیئت مدیره یک شرکت، جلسه مجازی شان را از طریق پخش زنده در یک شبکه اجتماعی برگزار می کنند. (چالش ها: لورفتن اطلاعات خصوصی شرکت؛ ضبط ویدیوی جلسه و احتمال سوءاستفاده از آن، نبود امکان حضور/غیاب، محدودیت امکان تعامل شرکت کنندگان). ۶. مادری به خاطر پرشدن فضای ذخیره سازی تلفن همراهش، فیلم های تولد فرزندش را روی قسمت خدمات اشتراک ویدیوی آپارات بارگذاری و نگهداری می کند. (چالش ها: احتمال دست به دست شدن ویدئو و سوءاستفاده دیگران از آن، خدشه به آبروی فرزند در بزرگسالی وی، به خاطر انتشار عمومی ویدئو، خطر رخنه گری در سکو و افشای عمومی ویدئو). نکته: ممکن است دانش آموزان برای چالش های مربوط به برخی از موقعیت های ذکر شده، راه حل هایی ارائه کنند. شما بر این نکته تأکید کنید که «آیا ابزار مناسب تر با چالش کمتر و مزیت های بیشتر برای این کار وجود ندارد؟» و بحث را این طور جمع بندی کنید که «به نظر می رسد هر رسانه اجتماعی برای کارکردهای مخصوصی طراحی شده است».	پیشنهاد ۳ پرسشگری معلم ۲۰ دقیقه

درس گام ۱: آشنایی با مفهوم «سکو» (پلتفرم) اینترنتی و کارکرد مشترک سکوهای رسانه اجتماعی	
پیشنهاد ۱ پرستگری معلم ۱۵ دقیقه	با این سؤال آغاز کنید: «اصلی‌ترین کاری که همه رسانه‌های اجتماعی انجام می‌دهند چیست؟» پاسخ‌ها را به این سمت هدایت کنید: «جمع کردن آدم‌ها دور هم و رساندن پیام به آن‌ها». سپس در گفت‌وگو با دانش‌آموزان، این کارکرد را به مشابه آن در محیط واقعی تشبیه کنید: مثلاً «بلندی (سکو) کلاس که معلم برای تدریس روی آن می‌رود».
پیشنهاد ۲ بیان مستقیم ۱۵ دقیقه	مفهوم «سکوی اینترنتی» و سه نکته مهم در تعریف آن (یک: کسب و کار بودن؛ دو: ارزش آفرینی از طریق ایجاد تعامل؛ سه: قانون‌گذاری برای تعامل) را به همراه بررسی مثال‌هایی از سکوهای رسانه اجتماعی و غیررسانه اجتماعی (مثل درگاه پرداخت آپ، برنامه اسنپ، درگاه یکپارچه خدمات دولت الکترونیکی و...) بیان کنید. (برای مطالعه بیشتر به مدخل سکو در دانشنامه سواد فضای مجازی ابری شهر مراجعه کنید).
درس گام ۲: معرفی دسته‌بندی رسانه‌های اجتماعی بر اساس کارکرد	
پیشنهاد ۱ بیان مستقیم ۱۵ دقیقه	دسته‌های شش‌گانه تقسیم‌بندی رسانه‌های اجتماعی بر اساس کارکرد را پای تخته بنویسید و مصداق هر دسته را به کمک دانش‌آموزان فهرست کنید.
پیشنهاد ۲ بیان مستقیم ۲۰ دقیقه	پرده‌نگار را پخش کنید. سیر تحول دسته‌بندی رسانه‌های اجتماعی و تازه‌ترین نسخه از آن را نمایش دهید. سپس به تعریف کارکرد اصلی هر دسته و مصداق‌های آن بپردازید. نکته: با توجه به اینکه آقای کاوازا شکل دسته‌بندی رسانه‌های اجتماعی را سالانه به‌روز می‌کند، سعی کنید حتماً آخرین نسخه آن را دریافت کنید و در کلاس نمایش دهید؛ با جست‌وجوی عبارت «Fred Cavazza Social Media Landscape» در گوگل، یا مراجعه به تارنمای شخصی آقای کاوازا (https://fredcavazza.net).
پایان خوب: جمع‌بندی دسته‌بندی رسانه‌های اجتماعی و توصیه‌های کاربری آن‌ها	
پیشنهاد ۱ پرستگری معلم ۱۵ دقیقه	درباره «کاربرد آشنایی با دسته‌بندی رسانه‌های اجتماعی» با دانش‌آموزان گفت‌وگو کنید. می‌توانید آن‌ها را به تشبیه ش.خ پ ۲ ارجاع دهید. بحث را این‌طور جمع‌بندی کنید که «دسته‌بندی هر چیز کمک می‌کند انتخاب آگاهانه‌تری از محصولات متنوع آن داشته باشیم». سپس آن‌ها را تشویق کنید از این به بعد به‌صورت کارکردمحور از رسانه‌های اجتماعی متناسب با نیاز و هدفشان استفاده کنند. در انتهای بحث و حین مرور سه نکته مهم تعریف مفهوم «سکو»، از دانش‌آموزان به‌عنوان سؤال پایانی بپرسید: «سکوهای رسانه اجتماعی نکته سوم (قانون‌گذاری بر تعامل) را چطور اعمال می‌کنند؟» در نهایت، به بیانیه «شرایط استفاده از خدمات» که «اغلب کاربران آن را نخوانده علامت می‌زنند و می‌پذیرند» به‌اختصار اشاره کنید. می‌توانید به‌عنوان نمونه چند جمله مهم از بیانیه گوگل یا اینستاگرام را برای آن‌ها بخوانید.
پیشنهاد ۲ بیان مستقیم ۲۰ دقیقه	پرده‌نگار را پخش کنید و به کمک دانش‌آموزان نمودار آقای کاوازا را این‌بار با رسانه‌های اجتماعی ایرانی بازآفرینی کنید. درباره توصیه به «استفاده طبق نیاز و هدف از رسانه‌های اجتماعی، متناسب با کارکرد اصلی آن‌ها» با دانش‌آموزان گفت‌وگو کنید. ذیل استفاده کارکردمحور و با ارجاع به نکته مهم سوم تعریف مفهوم «سکو»، بیانیه «شرایط استفاده از خدمات» و ضوابطی را که باید برای فعالیت در رسانه‌های اجتماعی رعایت کرد، به دانش‌آموزان معرفی کنید.
ارزشیابی	
پیشنهاد ۱ تحقیق و کاوشگری ۱۰۰ دقیقه	از دانش‌آموزان بخواهید مستند «مرز دلهره‌آور» ^۱ درباره چگونگی اثرگذاری رسانه‌های اجتماعی بر افکار عمومی در دنیا را ببینند. سپس کاربرگ فیلم‌پژوهی آن را کامل کنند.
پیشنهاد ۲ تحقیق و کاوشگری ۳۰ دقیقه	هر یک از دانش‌آموزان یک رسانه اجتماعی را انتخاب کند و تا جلسه آینده چکیده‌ای از محتوا و جمله‌های مهم «سیاست‌نامه حریم خصوصی» و «بیانیه شرایط استفاده از خدمات» آن را به کلاس گزارش کند.
پیشنهاد ۳ تحقیق و کاوشگری ۳۰ دقیقه	به دانش‌آموزان پیشنهاد دهید یک سکوی رسانه اجتماعی انتشارمحور را انتخاب و روی آن مطالبی حول یکی از موضوعات علمی موردعلاقه خود جمع‌آوری و منتشر کنند.