

رسانه‌های آموزشی و ترویجی

مؤلفین:

مهری جوانمیر

فرحناز مصطفوی کهنکی



سرشناسه	: جوانمرد، مهری، ۱۳۵۵ -
عنوان و نام پدیدآور	: رسانه‌های آموزشی و ترویجی / مولفین مهری جوانمردی، فرحناز مصطفوی کهنگی.
مشخصات نشر	: مشهد: انتشارات جالبز، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	: ۲۰۵ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۲۶۳-۴۶۴-۳
وضعیت فهرست	: فیا
نویسی	: کتابخانه: ص. ۲۰۲ - ۲۰۵.
یادداشت	: کشاورزی -- ایران -- آموزش
موضوع	: Agricultural education -- Iran
موضوع	: رسانه‌های گروهی
موضوع	: Mass media
موضوع	: رسانه‌های رقمی
موضوع	: Digital media
موضوع	: تدریس -- ابزار و وسایل
موضوع	: Teaching -- Aids and devices
موضوع	: تکنولوژی آموزشی
موضوع	: Educational technology
موضوع	: برنامه‌های چندرسانه‌ای
موضوع	: Media programs (Education)
شناسه افزوده	: مصطفوی کهنگی، فرحناز، ۱۳۵۲ -
رده بندی کنگره	: ۵۰۲۲۹
رده بندی دیویی	: ۱۵۰۹۵ / ۶۲۰
شماره کتابشناسی	: ۷۵۶۲۶۹۸
ملی	



رسانه های آموزشی و ترویجی

مهری جوانمرد (استادیار گروه کشاورزی دانشگاه پیام نور)

فرحناز مصطفوی کهنگی (عضو علمی گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور تهران ایران)

ناشر: انتشارات جالبز

چاپ: اول، زمستان ۱۳۹۹ / ۵۰۰ نسخه

قطع: وزیری / تعداد صفحه: ۲۰۵

قیمت: ۶۵۰,۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۶۳-۴۶۴-۳

طراح جلد: صالح مقدم

ویراستار ادبی: نجمه رحیم زاده

صفحه آرائی: سعید محمد مهدیزاده فیض آبادی

حق چاپ محفوظ است

آدرس: مشهد، بلوار شهید رضوی و روبروی درب دانشکده روانشناسی دانشگاه فردوسی

تلفن تماس: ۰۹۱۵۹۳۰۹۹۶۳ - ۰۹۱۵۸۳۱۹۵۳۵ - ۰۵۱۳۴۹۵۲۸۸

فهرست مطالب

فصل اول..... ۱۳

مقدمه..... ۱۴

تعریف رسانه / انواع رسانه..... ۱۵

درباره رسانه..... ۱۵

❖ رسانه‌های شخصی..... ۱۷

❖ رسانه‌های جمعی..... ۱۷

زبان رسانه..... ۲۰

ویژگی‌های رسانه‌های ارتباطی..... ۲۲

کارکردهای رسانه..... ۲۳

نقش رسانه‌ها..... ۲۹

(۱) نقش آموزش..... ۲۹

(۲) نقش خبری رسانه‌های جمعی..... ۳۰

(۳) نقش تفریحی رسانه‌های جمعی..... ۳۳

(۴) نقش همگن‌سازی..... ۳۴

(۵) احساس تعلق اجتماعی..... ۳۵

(۶) نقش تبلیغی..... ۳۵

اثرات رسانه‌های ارتباط جمعی و عوامل مؤثر بر آن..... ۳۶

فصل دوم..... ۳۹

رسانه‌های الکترونیک..... ۳۹

مقدمه..... ۴۰

تقسیم‌بندی رسانه‌ها..... ۴۱

۴۱	 رسانه‌های چاپی
۴۱	 رسانه‌های الکترونیکی
۴۲	 رسانه‌های دیجیتالی
۴۳	 رسانه‌های سایبر (مجازی)
۴۳	 رسانه‌های الکترونیک
۴۳	 تعریف رسانه‌های الکترونیک
۴۳	 رسانه‌های الکترونیکی
۴۵	 ویژگی‌ها و مشخصات رسانه‌های الکترونیک
۴۸	 تاریخچه پیدایش رسانه‌های الکترونیک
۴۸	 مدیریت محتوا در رسانه‌های الکترونیک
۴۸	 مدیریت مخاطب در رسانه‌های الکترونیک
۵۱	 مزایای رسانه‌های الکترونیک
۵۲	 چالش‌های رسانه‌های الکترونیک
۵۸	 سواد الکترونیکی
۵۸	 یادگیری الکترونیکی
۶۱	 عوامل مؤثر در استفاده از رسانه‌های الکترونیک
۶۱	 شیوه‌های اطلاع‌رسانی در رسانه‌های الکترونیک
۶۶	 فصل سوم
۶۶	 آموزش الکترونیک
۶۷	 آموزش الکترونیکی
۶۸	 تعریف آموزش الکترونیکی
۷۱	 تاریخچه آموزش الکترونیکی
۷۱	 تاریخچه آموزش مجازی E-LEARNING