

# آسیب‌شناسی و ارائه راهکارهای ارتقای آموزش‌های دینی در فضای مجازی

نویسنده: محمد جواد محسن‌زاده<sup>۱</sup>

پذیرش: ۱۳۹۶/۰۷/۱۱

دریافت: ۱۳۹۵/۱۲/۰۵

## چکیده

با آغاز هزاره سوم میلادی و توسعه و رشد فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات، و نیز با حضور و گسترده‌گی رسانه‌ها در سپهر عمومی و شئون زندگی، چارچوبی فراهم شده است که آموزش، فرهنگ، سیاست و اجتماع انسانی حول محور ارتباطات و رسانه در بستر فضای مجازی جریان یابد.

از طرف دیگر، انسان قرن بیست و یکم با توجه به مشغله زیاد در عصر مدرن و نداشتن وقت کافی برای حضور در دوره‌های آموزش حضوری، به سبک جدیدی از آموزش به نام آموزش مجازی نیاز پیدا کرده، که اکنون در سرتاسر دنیا در حال گسترش است.

این پژوهش که با روش کیفی از نوع توصیفی - پیمایشی، کتابخانه‌ای و مشاهده مشارکتی انجام شده، با هدف آسیب‌شناسی آموزش‌های دینی و علوم اسلامی در فضای مجازی و ارائه راهکارهای ارتقای آن صورت گرفته است.

هم‌چنین مبانی نظری برای تبیین علمی پژوهش بر اساس آموزه‌های دینی در اهمیت تعلیم، تعلم و تبلیغ انجام یافته؛ و در حوزه ارتباطات نیز بر اساس نظریه‌های ارتباطی اشاعه و نوآوری اورت راجرز، تبلیغات به مثابه گفت‌وگو دانش - قدرت میشل فوکو، نقش‌های اجتماعی ارتباطات هارولد لاسول و چارلز رایت، نقش وسایل ارتباط جمعی ویلبر شرام، نظریه آموزشی اثربخش بزرگسالان و نقش ارتباطات گرافیکی انجام شده است.

---

۱- دانش‌پژوه دکتری فرهنگ و ارتباطات. [mj.mohsenzadeh@gmail.com](mailto:mj.mohsenzadeh@gmail.com)

نتایج پژوهش نشان می‌دهد با توجه به ساختار نوین ارتباطی در عصر ارتباطات و فناوری اطلاعات؛ فضای مجازی دارای کارکرد، فرصت، ظرفیت مناسب و نقش تأثیرگذاری در شکل‌گیری سبک جدیدی از آموزش غیر حضوری و الکترونیک در حوزه آموزش دینی است؛ اما با توجه به نوپا بودن آموزش‌های دینی در فضای مجازی لازم است با برنامه‌ریزی مناسب، آسیب‌ها و ضعف‌ها شناسایی شود تا با ساماندهی و رفع چالش‌های موجود، از این فرصت برای تحقق منویات مقام معظم رهبری در خصوص سواد فضای مجازی، اهداف آموزشی، فرهنگی، تبلیغی و احیاء و گسترش تمدن اسلامی استفاده گردد.

**واژگان کلیدی:** آموزش دینی، فضای مجازی، نظریه‌های ارتباطی، سواد رسانه‌ای، وسایل ارتباط جمعی

### مقدمه

رسانه‌ها به عنوان نیروی محرکه جوامع، در رشد و توسعه فرهنگی عامل مهمی به شمار می‌آیند؛ توسعه به آموزش و آگاه‌سازی و آماده کردن افکار عمومی برای بهره‌برداری از امکانات مادی و معنوی جامعه نیازمند است، و در این میان نقش رسانه‌ها به ویژه استفاده از پایگاه‌ها، فناوری‌ها و شاهراه‌های اطلاعاتی - هم‌چون بستر رایانه، اینترنت، رسانه‌های دیجیتال و الکترونیکی و فضای مجازی - با کارکردهای آموزشی، اطلاع‌رسانی، تفریحی و سرگرمی خود در توسعه همه‌جانبه، انکارناپذیر است.

این انتظار وجود دارد، که با ارتقای جایگاه و افزایش ضریب نفوذ اجتماعی آموزش‌های علوم دینی و اسلامی در فضای مجازی، با ایجاد بستر مناسب - از قبیل تربیت نیروهای کارشناس و کادر مجرب در حوزه‌های علمیه، سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و اجرا، استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی

آسیب‌شناسی و ارائه راهکارهای ارتقای آموزش‌های دینی در فضای مجازی / ۱۲۵

و تعهد به اخلاق حرفه‌ای- موجب ایجاد انگیزه برای دانشجویان و طلاب برای آموزش علوم دینی و اسلامی بر اساس آخرین روش‌های آموزشی، رفع شبهات احتمالی، تعالی و افزایش آگاهی و اشاعه فرهنگ ناب محمدی ﷺ شود. به نظر می‌رسد مسئولین امر- به خصوص حوزه‌های علمیه، دانشگاه‌ها، مراکز آموزش و پرورش و نهادهای فرهنگی مرتبط- با بکارگیری راهبرد مناسب و محاسن حوزه فناوری اطلاعات و فضای مجازی و آموزش دیجیتال و برخط<sup>۱</sup> می‌توانند تهدیدهای موجود در زمینه تهاجمات فرهنگی را به فرصتی برای برنامه‌ریزی برای ترویج فرهنگ اسلامی- ایرانی و مذهب تشیع کرده، و در زمینه جذب، تشویق، ترغیب و اقناع مخاطب در حوزه علوم اسلامی گام‌های مؤثری بردارند.

### ضرورت و اهمیت پژوهش

در ساختار فرهنگی و آموزشی نظام جمهوری اسلامی، سفارش‌های فراوانی برای تحصیل علم و کسب معارف شده است تا جایی که سلاح علم را موجب سرفرازی و اعتلای کشور و حرکت به سمت اهداف والای اسلامی و انسانی دانسته‌اند، که به برخی از این فرازاها اشاره می‌شود:

من به همه مسئولین و دست‌اندرکاران سفارش می‌کنم، که به هر شکل ممکن وسایل ارتقای اخلاقی و اعتقادی و علمی و هنری جوانان را فراهم سازید، و آنان را تا مرز رسیدن به ارزش‌ها و نوآوری‌ها همراهی کنید.<sup>۲</sup>

---

1. Online

۲- امام خمینی، ۱۳۶۱، ج ۲۱، ص. ۹۶.

باید با استفاده از توانایی‌ها و استعدادهای جوان کشور و با سیاستگذاری صحیح و اقدامات سنجیده و هماهنگ و بدون از دست دادن زمان، به سمت خروج از حالت انفعال در عرصه فضای مجازی، و حضور فعال و تأثیرگذار و تولید محتوای اسلامی متقن و جذاب حرکت کنیم.

فضای مجازی به عنوان یک قدرت نرم فوق‌العاده در عرصه‌های مختلف از جمله فرهنگ، سیاست، اقتصاد، سبک زندگی، ایمان، اعتقادات دینی و اخلاقیات مورد استفاده قرار گیرد.<sup>۱</sup>

رایانه و فضای مجازی و سایبری که الان در اختیار شماست، اگر بتوانید این‌ها را یاد بگیرید، می‌توانید یک کلمه حرف درست خودتان را به هزاران مستمعی که شما آن‌ها را نمی‌شناسید، برسانید؛ این فرصت فوق‌العاده‌ای است؛ مبدا این فرصت ضایع شود، اگر ضایع شد، خدای متعال از من و شما روز قیامت سؤال خواهد کرد.<sup>۲</sup>

به طور کلی، ساختار جوامع و ارتباطات میان آن‌ها تا حدود زیادی از طریق جریان اطلاعات در آن‌ها شکل می‌گیرد؛ چنان‌که در دو دهه اخیر پژوهشگران علاوه بر مشاهده، به مطالعه چگونگی تأثیرگذاری و خلق جریان اطلاعات نیز علاقه‌مند شده، و شیوه پذیرش و انتشار اطلاعات را نیز مورد توجه قرار داده‌اند.<sup>۳</sup> بر این اساس، لازمه حضور فعال و تأثیرگذار برای آموزش معارف دینی و اسلامی در فضای مجازی، تمرکز در تصمیم‌گیری، جدیت در اجرا بدون از دست دادن زمان، هماهنگی میان دستگاه‌ها، پرهیز از موازی‌کاری و تعارض،

۱- مقام معظم رهبری، دیدار با اعضای شورای عالی فضای مجازی، ۱۶ شهریورماه ۱۳۹۴.

۲- همان، دیدار با علما و روحانیون استان خراسان شمالی، ۱۹ مهر ۱۳۹۱.

۳- دانش و دیگران، ۱۳۹۲، ص. ۱۱.

آسیب‌شناسی و ارائه راهکارهای ارتقای آموزش‌های دینی در فضای مجازی / ۱۲۷

بهره‌مندی از سواد رسانه‌ای، استفاده از فناوری‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری هم‌چون وسایل ارتباط جمعی نوین، شبکه‌های اجتماعی، فضای مجازی و استفاده از هنر ارتباطات گرافیکی است. اهمیت موضوع این پژوهش از آن‌جا نشئت می‌گیرد، که در جهان امروز فضای مجازی به جزئی جدایی‌ناپذیر از زندگی انسان‌ها تبدیل شده است. در این میان، پاسکال<sup>۱</sup> - فیلسوف فرانسوی - افکار عمومی را ملکه جهان می‌داند؛ و مک‌لوهان<sup>۲</sup> - نظریه‌پرداز حوزه ارتباطات - وسیله را پیام می‌داند، و آن را در جهانی کردن پیام، مؤثر می‌داند؛ از آن جهت که همه ساختار رسانه‌ای بر این تلاش‌اند تا اهداف خود - که جذب سلیقه مخاطب، آموزش، تبلیغ و جهت دادن به فکر مخاطبان و حتی ساخت یک هنجار برای تعیین سبک و روش زندگی مخاطب خود است - را پیاده کنند؛ لذا بستر فضای مجازی می‌تواند به عنوان یک وسیله و ظرفیت برای بهینه‌سازی، رشد و توسعه آموزش مجازی با رویکرد دینی و نیز نیل به اهداف بلند تمدن نهضت اسلامی و اشاعه اسلام ناب محمدی ﷺ با شگردهای مختلف رسانه‌ای و گرافیکی به عرصه عمل برساند.

## اهداف پژوهش

- اهداف اصلی
- ۱- آسیب‌شناسی ارتقای آموزش‌های دینی در فضای مجازی؛
- ۲- ارائه راهکار برای رفع آسیب‌های آموزش‌های دینی در فضای مجازی.

## - اهداف فرعی

- ۱- شناخت مفاهیم نظری تعلیم و تعلم در آموزه‌های دینی؛

---

1. Blaise Pascal (1623-1662)  
2. Herbert Marshall McLuhan (1911-1980)

- ۲- شناخت نظریه‌های ارتباطات در خصوص اشاعه و نوآوری، تبلیغات، نقش‌های اجتماعی ارتباطات و نقش ارتباطات گرافیکی؛
- ۳- شناخت مفاهیم نظری فضای مجازی، آموزش پداگوژی<sup>۱</sup> و آندوراگوژیک<sup>۲</sup>، سواد رسانه‌ای<sup>۳</sup>، پایگاه‌های وسایل ارتباط جمعی<sup>۴</sup>، جامعه اطلاعاتی<sup>۵</sup> و رویکرد مذهب به رسانه و تبلیغ<sup>۶</sup>.

### سؤالات پژوهش

#### - سوالات کلی

- ۱- چالش‌ها و آسیب‌های ارتقای آموزش‌های دینی در فضای مجازی چیست؟
- ۲- راهکارهای مناسب برای رفع آسیب‌های آموزش دینی در فضای مجازی چیست؟

#### - سوالات جزئی

- ۱- کارشناسان مذهبی چگونه می‌توانند در تشویق، ترغیب و اقناع مخاطبان- به ویژه جوانان- در توسعه آموزش‌های دینی و گسترش تمدن اسلامی مؤثر باشند؟
- ۲- جایگاه و نقش فضای مجازی و پایگاه‌های وسایل ارتباط جمعی نوین در توسعه و رشد آموزش علوم اسلامی چیست؟

- 
1. Pedagogy
  2. Andragogy
  3. Media Literacy
  4. Mass Media
  5. Information Society
  6. Media and Advertising

آسیب‌شناسی و ارائه راهکارهای ارتقای آموزش‌های دینی در فضای مجازی / ۱۲۹

۳- فضای مجازی چگونه می‌تواند با ایجاد جاذبه‌های رسانه‌ای مختلف منجر

به دستیابی به سبک زندگی اسلامی بر اساس آموزه‌های دینی شود؟

۴- چه سبکی از آموزش برای آموزش مجازی- به ویژه برای

بزرگسالان- مفید است؟

### فرضیه‌های پژوهش

۱- به نظر می‌رسد کارشناسان مذهبی و فرهنگی در انتقال و آموزش

پیام‌های دینی و علوم اسلامی به مخاطبان و ترغیب آنان برای استفاده

از سبک زندگی اسلامی و ایرانی، می‌توانند نقش مؤثری ایفا کنند.

۲- به نظر می‌رسد متولیان و مسئولان ذی‌ربط با خلاقیت و نوآوری و

استفاده از ابزارهای نو و ظرفیت فضای مجازی در جبهه فرهنگی و

جنگ نرم، می‌توانند از این بستر به عنوان یک قدرت نرم فوق‌العاده در

عرصه‌های مختلف- به ویژه آموزش دینی و انتقال فرهنگ، سیاست،

اقتصاد، سبک زندگی، ایمان، اعتقادات دینی و اخلاق- با ایجاد فرهنگ

مقاومتی به عنوان نظریه‌ای در مقابل تهاجم فرهنگی در نهادینه کردن

فرهنگ دینی مورد استفاده قرار دهند، و موجب تحرک، رشد علمی،

تحقق سبک زندگی اسلامی- به ویژه در میان نسل جوان- شوند.

### روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با هدف آسیب‌شناسی آموزش‌های دینی و علوم اسلامی در فضای

مجازی و ارائه راهکارهای ارتقای آن صورت گرفته است؛ در همین راستا محقق

با استفاده از روش کیفی و مشاهده مشارکتی، اطلاعات لازم برای تدوین مقاله را

از طریق توصیفی، مشاهده، پیمایشی و کتابخانه‌ای گردآوری کرده است.

## پیشینه پژوهش

با نگاهی به آثار منتشر شده در حوزه ارتباطات، روابط عمومی، شبکه‌های اجتماعی و آموزش مجازی، بخشی از یافته‌ها، حاکی از موارد زیر است:

- عاملی (۱۳۸۸) در کتاب «متن مجازی» با تکیه بر خصیصه‌های منحصر به فرد متن در فضای سایبر با نگاهی توصیفی-تحلیلی به قلمروهای اصلی تولید و عرضه یافته‌های علمی و دانشگاهی در دنیای مجازی پرداخته، و راهکارهایی برای ارائه شایسته‌تر این مواد در محیط مجازی ارائه کرده است.
- محسنیان راد و قدیمی (۱۳۸۸) در پژوهشی به آسیب‌شناسی روابط عمومی در ایران پرداختند؛ بر اساس یافته‌های به دست آمده از این پژوهش، روابط عمومی‌ها در ایران با الگوی تبلیغی سازگارند، و اطلاع‌یابی از نیازها و انتظارات مشتریان و محیط در حال تغییر، به عنوان فرآیند اصلی کار در روابط عمومی‌ها و بستر لازم برای اطلاع‌رسانی، آموزش و برقراری روابط و مناسبات سازنده و دوسویه-عامداً-مورد غفلت قرار گرفته؛ به نحوی که زیرساخت‌ها و ساختارهای پژوهشی لازم برای تحقق این امر وجود ندارد.
- گودرزی و اسماعیلی (۱۳۹۰) در پژوهشی به رتبه‌بندی ابزارهای روابط عمومی بر مبنای مدل AIDA در بخش تولیدی صنعت ورزش با روش AHP پرداختند؛ با توجه نقش مهم روابط عمومی در رساندن پیام سازمان به مخاطبان، هدف این پژوهش رتبه‌بندی ابزارهای روابط عمومی و انتخاب مناسب‌ترین آن‌ها برای بخش تولیدی صنعت ورزش است. نتایج در سطح سوم بر مبنای مدل AIDA نشان داد، که از نظر ایجاد آگاهی، تبلیغات با ضریب اولویت (۰,۳۱۰) و روابط عمومی با ضریب اولویت (۰,۳۳۴)، از نظر ایجاد علاقه و تمایل، پیشبرد فروش با ضریب اولویت (۰,۳۵۹) و از نظر سوق دادن مشتریان به خرید، فروش شخصی با ضریب اولویت (۰,۴۴۰) اهمیت بیشتری داشتند.



آسیب‌شناسی و ارائه راهکارهای ارتقای آموزش‌های دینی در فضای مجازی / ۱۳۱

- مسعودی و باغانی (۱۳۹۲) در پژوهشی به میزان تحقق آموزه‌های اسلامی در روابط عمومی‌های تهران پرداختند؛ بررسی‌ها نشان داد مدیران، رؤسای واحدها یا کارشناسان روابط عمومی، موافق اجرای آموزه‌های اسلامی از سوی روابط عمومی‌ها هستند.
- امیری (۱۳۹۳) در پژوهشی به بررسی دیدگاه‌های کارشناسان عضو انجمن‌های روابط عمومی تهران نسبت به عملکرد روابط عمومی‌ها در ایران پرداخته است؛ آن‌چنان که یافته‌های این تحقیق و نظرات کارشناسان نشان می‌دهد، روابط عمومی‌ها در ایران بیشتر تبیین‌گر و توجیه‌گر می‌باشند.
- عزیزمحمدی (۱۳۹۴) در کتاب «شبکه‌های خصوصی مجازی»، شبکه‌های اینترنت و شبکه‌های اختصاصی مجازی VPN را بررسی کرده، و به مزایای آن از قبیل گسترش محدوده جغرافیای ارتباطی، بهبود وضعیت امنیت، کاهش هزینه‌های عملیاتی در مقایسه با روش‌های سنتی WAN، کاهش زمان ارسال و حمل اطلاعات برای کاربران از راه دور و بهبود بهره‌وری و پیوستگی آسان<sup>۱</sup> اشاره نموده است.
- علی‌محمدی (۱۳۹۵) در کتاب «حقیقت مجازی» با موضوع فضای مجازی در شش فصل به بررسی موضوع پرداخته است.
- آهنگران (۱۳۹۵) در پژوهشی در کتاب «آداب اسلامی در شبکه‌های اجتماعی» به بررسی آداب اسلامی در شبکه‌های اجتماعی و عملکرد کاربران در این حوزه پرداخته است.

## تحلیل نظریه‌های ارتباطی

همزمان با پیشرفت بشر و بروز تکنولوژی‌های جدید ارتباطی و هنری، اگر شیوه آموزش دینی، انتقال و جلوه‌گر ساختن پیام‌های موردنظر علوم اسلامی با استفاده از امکانات جدید، با جذابیت‌بخشی، استفاده از بستر پایگاه‌های وسایل ارتباط جمعی نوین، فضای مجازی و ارتباطات گرافیکی در مسیر مورد توجه جامعه هدف- به ویژه جوانان- صورت پذیرد، می‌تواند برای دارنده آن ایجاد قدرت کند، و منجر به ترغیب، تشویق و اقناع مخاطبان شده و اهداف تبلیغی، اطلاع‌رسانی و آموزشی خود را تأمین کند.

در همین راستا به منظور تبیین علمی پژوهش از آموزه‌های دینی در اهمیت تعلیم و تعلم و در حوزه ارتباطات از نظریه‌های ارتباطی اشاعه و نوآوری راجرز<sup>۱</sup>، تبلیغات به مثابه گفتمان دانش- قدرت فوکو<sup>۲</sup>، نقش‌های اجتماعی ارتباطات لاسول<sup>۳</sup> و رایت<sup>۴</sup>، نقش وسایل ارتباط جمعی شرام<sup>۵</sup> و نقش ارتباطات گرافیکی استفاده شده است.

### ۱- اهمیت تعلیم و تربیت در آموزه‌های دینی

فلسفه بعثت انبیاء ﷺ و سفیران آسمانی و هدف نهایی کتاب‌های ایشان، ارشاد و هدایت مردم و اجرای مسئله آموزش، تربیت و تبلیغ بوده است. تعلیم و تعلم برگرفته از واژه علم و از مشتقات آن است، که در باب تفعیل و تفعل- ثلاثی مزید- به کار رفته است تا معنای آموزش دادن و نیز آموزش گرفتن را بیان دارد.

- 
1. Everett M. Rogers (1931-2004)
  2. Paul-Michel Foucault (1926-1984)
  3. Harold Dwight Lasswell (1902-1978)
  4. Charles Wright Mills (1916-1962)
  5. Wilbur Lang Schramm (1907-1987)

آسیب‌شناسی و ارائه راهکارهای ارتقای آموزش‌های دینی در فضای مجازی / ۱۳۳

به طور کلی، مشتقات واژه علم در قرآن کریم، بسیار آمده است.<sup>۱</sup>

## ۲- نظریه ارتباطی اشاعه و نوآوری اورت راجرز

به اعتقاد متفکران حوزه نوسازی روانی- به خصوص راجرز و همکارانش- مقابله و برخورد با امری نو دارای سازوکاری است، که متأثر از عوامل گوناگونی است.

در این میان، فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی- به عنوان ابزاری نو- هم کارکرد ارتباطی داشته، و هم کارکردهای دیگری از قبیل آموزشی و اطلاع‌رسانی دارند.

با توجه به تبیین نظریه‌های نشر، این فناوری‌ها می‌توانند تغییرات و واکنش‌هایی را در جامعه روستایی داشته باشند؛ همان‌گونه که ورود فناوری‌هایی نظیر رادیو، تلویزیون و ادوات کشاورزی در این جامعه تأثیر داشته است.

راجرز با این هدف دست به مطالعه نشر نوآوری می‌زند، که معتقد است هر چند حقیقت دارد که ما بیش از هر زمان دیگری در عصر تغییر زندگی می‌کنیم؛ اما ساختار نظام اجتماعی و ویژگی‌های فردی- غالباً مانع نشر نوآوری‌ها می‌شود؛ لذا فعالیت‌های ما در زمینه آموزش، کشاورزی، پزشکی و صنعت- غالباً- بدون بهره‌گیری از مزایای آخرین دانسته‌های پژوهش جاری است.<sup>۲</sup>

## ۳- تبلیغات به مثابه گفتمان دانش- قدرت میشل فوکو

تشبیه تبلیغات به عنوان یک رژیم حقیقت- قدرت، همزمان هم می‌تواند محدودکننده باشد، به این دلیل که- احتمالاً- نگاه‌ها را تنها به سوی جنبه‌های سرکوبگر و محدود کننده آن می‌کشاند؛ هر چند این جنبه‌ها همواره در تبلیغات حضور داشته، و کارکرد اصلی را در نظام تبلیغات معاصر دارند؛ و هم فراهم کننده یک توصیف از تبلیغات باشد.<sup>۳</sup>

۱- به عنوان نمونه؛ ر. ک: الرحمن، ۲؛ علق، ۴-۵.

۲- راجرز و شومیکر، ۱۳۶۹، ص. ۷۳.

۳- فوکو، ۱۳۹۲، ص. ۳۶.

#### ۴- نقش‌های اجتماعی ارتباطات

نظریه‌های مربوط به نقش‌های اجتماعی و کارکردهای ارتباطات پس از جنگ جهانی دوم در دیدگاه‌های مطالعاتی و تحقیقاتی ارتباطی، تأثیرهای خاصی به جا گذاشته‌اند. تعریف و طبقه‌بندی دقیق نقش‌های اجتماعی ارتباطات، برای نخستین بار از سوی هارولد لاسول- محقق آمریکایی- در مقاله‌ای که در سال ۱۹۴۸ میلادی در این باره نوشت، صورت گرفت؛<sup>۱</sup> او در این مقاله، سه نقش اساسی نظارت بر محیط (نقش خبری)، ایجاد و توسعه همبستگی‌های اجتماعی (نقش تشریحی) و انتقال میراث فرهنگی (نقش آموزشی) برای وسایل ارتباط جمعی در نظر گرفت.<sup>۲</sup> بر اثر توجه خاصی که در مطالعات فراگرد ارتباط به دریافت کنندگان پیام شده است، مفهوم همگرایی که معرف استنباط‌ها و ادراک‌های مشترک افراد در مورد موضوع‌ها و مسائل معین است نیز اهمیت خاص یافته است؛ با تکیه بر این مفهوم، گفته می‌شود که هر چه میزان همگرایی افراد بیشتر باشد، جریان ارتباط میان آن‌ها مؤثرتر می‌شود.<sup>۳</sup>

#### ۵- نقش و پایگاه‌های وسایل ارتباط جمعی

برای ارتباط جمعی تعاریف متعددی بیان شده است، که به دو نمونه از آن‌ها اشاره می‌شود:

- ارتباط جمعی یا بهتر بگوییم ارتباطات در میان توده‌ها، عبارت از انتقال اندیشه‌ها به تعداد فراوانی از افراد در آن واحد است.<sup>۴</sup>

---

1. Lasswell, 1975.

2. Brysonal, 1948, p. 93.

۳- محسنیان راد، ۱۳۹۰، ص. ۹۱.

۴- شکرخواه، ۱۳۸۴، ص. ۳۲. (به نقل از ژان استوتزل- Jean Stotzel- مؤلف کتاب «روانشناسی اجتماع»)

آسیب‌شناسی و ارائه راهکارهای ارتقای آموزش‌های دینی در فضای مجازی / ۱۳۵

- عبارت است از فراگرد انتقال پیام از سوی فرستنده برای گیرندگان؛ مشروط بر آن که درگیرندگان پیام مشابهت معنی با معنی مورد نظر فرستنده پیام ایجاد شود.<sup>۱</sup>

به طور کلی، ارتباط جمعی تعبیر جدیدی است که جامعه‌شناسان آمریکایی برای مفهوم وسایل ارتباط جمعی به کار برده‌اند؛ این واژه که از ریشه لاتین وسایل و اصطلاح انگلیسی توده تشکیل شده است، پایگاه‌های آن عبارت است از: رسانه‌های نوین؛ هم‌چون رادیو، تلویزیون و اینترنت. از طرف دیگر، امروزه عمده‌ترین نقش‌های وسایل ارتباط جمعی عبارتند از: فرهنگ‌سازی، آموزش، خبر، اطلاع‌رسانی، گذران اوقات فراغت و ایجاد مشارکت اجتماعی.<sup>۲</sup>

دادگران در کتاب «مبانی ارتباط جمعی» در تبیین نقش وسایل ارتباط جمعی آورده است:

ویلبرام شرام بر اساس پژوهش‌های بی‌شمارش در مورد نقش وسایل ارتباط جمعی در جهان سوم می‌گوید: ترغیب مردم در کشورهای در مسیر توسعه به تصمیم‌گیری پیرامون توسعه، زمینه دادن به آن‌ها برای مشارکت مؤثر، تسریع و هماهنگ کردن تحولات مورد نظر، تحقق توسعه اجتماعی با بسط آموزش و اطلاعات و نیز تأثیرپذیری از طریق وسایل ارتباط جمعی و توسعه فرهنگی و اقتصادی محقق می‌شود.<sup>۳</sup>

---

۱- محسنیان راد، ۱۳۹۰، ص. ۴۱.

۲- معتمدنژاد، ۱۳۸۵، ج ۱، ص. ۶۳.

۳- دادگران، ۱۳۹۱، صص. ۱۶۴-۱۰۵.

## ۶- نقش ارتباطات گرافیکی

ارتباط گرافیکی در دنیای امروز، واسطه‌ای برای پیوند جامعه و هنر می‌باشد؛ آثار ارتباطات گرافیک نیز- امروزه- همه جا در زندگی انسانی پیوند خورده و کاربرد دارد؛ لذا طراحی اسکناس‌ها، آرم‌های مختلف، تابلوهای راهنمایی، بروشورها و عکاسی شبیه به اکسیژنی شده‌اند، که تا زمانی که حضور دارند و تنفس می‌کنیم، متوجه نقش حیاتی آن‌ها نمی‌شویم.<sup>۱</sup>

بر این اساس، به خدمت گرفتن تمامی شیوه‌های رایج در بیان هنری پیام برای واگویه مستقیم یا غیر مستقیم پیام با توجه به موقعیت‌های زمانی و مکانی، هنری است که مدیران موفق روابط عمومی را از دیگر همکارانشان جدا می‌سازد؛ لذا ایجاد و توسعه رشته آموزشی ارتباط تصویری- گرافیک- در مقاطع مختلف تحصیلی، تأسیس انجمن صنفی طراحان و فعالیت مؤثر هنرمندان این رشته در سطوح مختلف جامعه نشان می‌دهد، که هنر گرافیک می‌تواند بیشتر از یک کتاب یا یک شعر در میان مردم نقش خود را پیدا کند. بنابراین، استفاده از ارتباطات تصویری- به خصوص گرافیک خبری و اطلاع‌رسان- می‌تواند با ایجاد جذابیت در ارائه پیام- به ویژه در حوزه آموزش مجازی دروس اسلامی- با تشویق، ترغیب و اقناع مخاطب، به صورت کارآمد عمل کرده، و باعث جذب سلیقه‌های مختلف می‌گردد.

## ۷- نتیجه تحلیل

با واکاوی نظریه‌های مربوط به نقش‌های اجتماعی و کارکردهای ارتباطات، آموزش مجازی از مهم‌ترین عناصر تأثیرگذار و نقش‌آفرین در ساختار اجتماعی جوامع و توجه مخاطبین به پیام‌های رسانه‌ای است، که با ایفای نقش‌های مرتبط با آموزش،

آسیب‌شناسی و ارائه راهکارهای ارتقای آموزش‌های دینی در فضای مجازی / ۱۳۷  
توسعه همبستگی اجتماعی و همگرایی افراد، انتقال میراث فرهنگی، آگاهی‌بخشی و سرگرمی با حفظ تنوع و تازگی در تولیدات فرهنگی، تبلیغی و هنری- به ویژه در آموزش دروس اسلامی- تأثیرگذار است؛ چه این‌که در دنیای امروز- فضای مجازی- واسطه‌ای برای پیشرفت جامعه و ظهور تمدن اسلامی است.

### رویکرد مذهب به رسانه و تبلیغ

رسانه‌های دینی، تربیت‌محور و ابزار تفکر هستند؛ هم‌چنان‌که در نگاه رهبران انقلاب کبیر اسلامی، همین نگاه حاکم است، که در ادامه به دو نمونه از این فرازا که ناظر به رسانه دینی و ملی می‌باشد، اشاره می‌شود:

رسانه دینی تربیت‌محور است نه شخصیت‌محور؛ رسانه دینی ابزار تفکر است نه ابزار غفلت ملت؛ دست‌اندرکاران رسانه دینی از دین‌مداران جامعه‌اند نه دین‌بازان ریاکار، رسانه دینی غذای روح آدمی را در فرآیندی تدریجی به او ارائه می‌دهد.<sup>۱</sup> سازمان صدا و سیما با مأموریت خطیر هدایت و مدیریت فرهنگ و افکار عمومی جامعه- به مثابه دانشگاه عمومی- با تکیه بر فعالیت‌ها و برنامه‌های حرفه‌ای پیشرفته و عمیق رسانه‌ای، وظیفه گسترش دین و اخلاق و امید و آگاهی و ترویج سبک زندگی اسلامی- ایرانی در میان آحاد ملت را بر عهده دارد.

مسئولیت تاریخی رسانه ملی در مقطع کنونی، حفظ و ارتقای استقلال فرهنگی و هویت انقلاب ایران اسلامی است؛ عزم ملی و ابتهاج معنوی و نشاط انقلابی آحاد جامعه در مسیر اهداف بلند نظام اسلامی، در گرو آگاهی و معرفت عمیق و گسترده عمومی، و نیازمند پیوند با سرچشمه‌های تولید فکر ناب دینی و خیل دل‌بستگان فرهیخته و پرانگیزه انقلاب اسلامی است.

سازمان صدا و سیما هم‌چنین به عنوان موتور محرک و مشوق پیشرفت کشور، وظیفه پشتیبانی رسانه‌ای همه‌جانبه و مبتکرانه در امر بسیج عمومی ملت و نیز کمک به مدیریت‌های اجرایی در جهت تأمین اهداف و اجرای سیاست‌های کلان نظام و تحقق سند چشم‌انداز کشور را بر دوش دارد.<sup>۱</sup>

بر این اساس، دین از رسانه‌ها در راستای تبلیغ، آموزش، نشر و گسترش آموزه‌های اسلامی استفاده کرده است؛ هم‌چنان که بررسی‌های تاریخی نشان می‌دهد، رسانه‌ها نیز به تقویت دینداری کمک کرده‌اند؛ به نحوی که مبلغان دینی با بکارگیری ظرفیت رسانه‌ها توانسته‌اند به درک و شناخت انسان از جهان پیرامون خود معنا ببخشند.

خداوند متعال در قرآن کریم آیات فراوانی را در خصوص تبلیغ و رسالت پیام‌رسانی و بصیرت‌دهی برای هدایت بشر نازل فرموده است، که به یک نمونه از این آیات نورانی اشاره می‌شود:

«مَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ وَاللَّهُ يَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا تَكْتُمُونَ»<sup>۲</sup>؛ بر پیامبر جز ابلاغ [رسالت] نیست؛ و خداوند آنچه را آشکار و آنچه را پوشیده می‌دارید، می‌داند.

### نقش فضای مجازی در آموزش و آموزش علوم اسلامی

از مهم‌ترین وظایف و نقش‌های وسایل ارتباط جمعی و فضای مجازی می‌توان به برقراری ارتباط پویا و زنده با پیام‌گیران، حفظ تنوع و تازگی در تولیدات فرهنگی - مذهبی، فکری، سیاسی، عرضه اندیشه‌های نوین، حراست از محیط، ایجاد همبستگی میان اجزای جامعه و نیز انتقال میراث‌های فرهنگی و اسلامی از نسلی به نسل دیگر نام برد.

۱- مقام معظم رهبری، حکم انتصاب رئیس سازمان صدا و سیما، ۱۵ آبان ۱۳۹۳.

۲- مائده، ۹۹.



آسیب‌شناسی و ارائه راهکارهای ارتقای آموزش‌های دینی در فضای مجازی / ۱۳۹

بر این اساس، مسئولان و متولیان امور دینی و آموزش علوم اسلامی با مسلح شدن به سلاح تخصص در حوزه سایبر، هنر و استفاده از وسایل ارتباط جمعی می‌توانند نقش خود را در اشاعه فرهنگ دینی - به ویژه توسعه و رشد تمدن اسلامی - به انجام برسانند.

بیان این نکته نیز لازم است، که پایگاه‌های نوین ارتباطی و رسانه‌های جمعی - هم‌چون رادیو، تلویزیون، بستر فناوری اطلاعات و فضای مجازی - با ایجاد جذابیت‌های تصویری، انتشار اطلاعات و اخبار نقش مهمی در بهتر جلوه دادن محتوای دینی در فضای مجازی و نیز انتقال پیام‌های موردنظر از جمله سیاست‌ها و راهبردهای نظام اسلامی، فرهنگ‌سازی و انتقال مفاهیم و ایده‌های دینی، هشیارسازی اجتماعی، اصلاح و تغییر ذهنیت مخاطبین با هدف گسترش تمدن اسلامی، ایجاد مدینه فاضله، سبک زندگی و فرهنگ دینی در ارتباط با جوانان، معرفی پیام‌ها و آموزه‌های دینی، احیای امر به معروف و نهی از منکر، اشاعه فرهنگ نماز و در حوزه‌های قرآنی، توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را دارند.

#### ۱- آموزش مجازی و جامعه اطلاعاتی

ساخت اجتماعی واقعیت به معنی این است، که جهان هر کس بر اساس روابط متقابل انسانی‌اش شکل می‌گیرد، و از طریق همین تعاملات، محیط اجتماعی ساخته می‌شود.

مفهوم جامعه اطلاعاتی در دنیای ارتباطات و آموزش مجازی، یک سند اتحادیه بین‌المللی ارتباطات دوربرد<sup>۱</sup> است، که با عنوان عناصر و اصول جامعه اطلاعاتی از سوی کلادیا ساروکو تهیه شده، و با محورهای زیر طبقه‌بندی شده است:

- ۱- بینش مشتمل بر ارائه خدمات و دسترسی جهانی، برابری فرصت‌ها، تنوع محتوا، آزادی بیان و داشتن آزادی دسترسی؛
- ۲- کاربردها مشتمل بر آموزش الکترونیک، تجارت، بهداشت، حکومت الکترونیک و تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی چندمنظوره؛
- ۳- ساختن جامعه آینده، که بر ضرورت ایجاد بینش مشترک و درک مشترک پیرامون ضرورت نیل به جامعه اطلاعاتی بحث می‌شود. با در نظر گرفتن این اصول، می‌توان گفت که در جامعه اطلاعاتی آزادی و برابری گسترش پیدا خواهد کرد، و همه جوامع به طور یکسان به منظور دستیابی به عدالت اجتماعی از امکانات تکنولوژی- هم‌چون آموزش الکترونیکی، مبادلات تجاری، بهداشتی- استفاده خواهند کرد.<sup>۱</sup>

## ۲- ویژگی‌های آموزش مجازی

آموزش مجازی مبتنی بر اوج ترکیب نقش ماشین‌های دیجیتال و انسان با فرمت چندسویه و چندرسانه‌ای، و مبتنی بر چاپ است. وین کراسبی<sup>۲</sup> - سردبیر نشریه اینترنتی دیجیتال دلیورنس<sup>۳</sup> - در تعریفی از سایبر به تمایز سایبر مدیا با تارنما پرداخته است، که عبارت است از: استفاده از مولتی مدیا، سرعت به روز رسانی اطلاعات، توزیع افقی اطلاعات، تمرکززدایی، قابلیت دسترسی و داشتن قابلیت دوسوییگی است.<sup>۴</sup>

---

۱- شکرخواه، ۱۳۸۴، ۵۰.

2. Vin Crosbie

3. Digital Deliverance

۴- دادگران و رسولی، ۱۳۹۱، ص. ۷۵.

- آسیب‌شناسی و ارائه راهکارهای ارتقای آموزش‌های دینی در فضای مجازی / ۱۴۱
- شش سطح دوسویگی مورد استفاده در آموزش مجازی که مورد استفاده رسانه‌های برخط نیستند، در سال ۱۹۸۹ میلادی توسط کری هیت<sup>۱</sup> شناسایی شده است، که عبارتند از:
- امکانات جستجو<sup>۲</sup>: پیچیدگی انتخاب موجود با داشتن امکانات بیشتر جستجو در حوزه‌های مورد نظر مخاطب؛
  - درصد تلاش کاربران<sup>۳</sup>: تلاشی که کاربران باید اعمال کنند، و معرف درصد تلاش کاربر نسبت به درصد تلاش سیستم است؛
  - پاسخ‌دهندگی<sup>۴</sup>: در رسانه‌های سایر- صرفاً- با اتکا به انسان نیست، رایانه‌ها نیز در این پاسخ‌دهندگی نقش‌هایی را بر عهده می‌گیرند. اوج دوسویگی رسانه‌ها و آموزش مجازی در تلفیق نقش‌های ارتباطی انسان و ماشین در فرایند ارتباط است، که- در عمل- به دوسویگی هوشمند<sup>۵</sup> می‌انجامد.
  - تسهیل ارتباطات بین فردی<sup>۶</sup>: استفاده از اتاق بحث و چت‌روم‌های زنده و اتاق‌های کنفرانس جزو موارد رایج در رسانه‌های سایر است.
  - سهولت در افزایش اطلاعات<sup>۷</sup>: این حالت دوسویگی خاص رسانه‌های سایر است، که در آن مخاطب در نقش‌های مختلف وارد عمل می‌شود، و به اطلاعات رسانه سائیری که در حال مطالعه است، می‌افزاید؛ حتی برخی از مواردی که رسانه‌های سایر امکان افزودن اطلاعات را در آن‌ها به مخاطبان خود می‌دهند عبارت است از: افزودن صفحات وب<sup>۸</sup>، اعلام خبرهای تولد، ازدواج و مرگ، نوشتن مطالب تحقیقی، نقد، خبر، گزارش‌های فرهنگی و سرگرم‌کننده.

- 
1. Darrie Heeter
  2. Search Facilities
  3. Effort Users must Exert
  4. Responsiveness
  5. Intelligent Interactivity
  6. Facilitation of Interpersonal Communication
  7. Ease of Adding Information
  8. WebPage

- نظارت بر کاربرد سیستم<sup>۱</sup>: رسانه‌های سایبر امکان نظارت بر کاربرد سیستم خود را ایجاد می‌کنند تا از سلائق مخاطبان خود نیز مطلع باشند؛ حتی برخی از رسانه‌های سایبر امکان افزودن اظهار نظر مخاطبان را نیز در متون آموزشی و بخش‌های مختلف ایجاد کرده‌اند.<sup>۲</sup>

### ۳- مزایای آموزش مجازی

- آموزش مجازی مزایای قابل انکاری دارد که بدون توجه به آن‌ها نمی‌توان ابعاد تحولات برخاسته از آن را درک کرد؛ برای بیان برخی از مزایای رسانه‌ها و آموزش سایبر، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:
  - آزادی از زمان و مکان، امکان دسترسی به ادبیات جهانی و ژه‌ها، امکان استفاده از صدا، موسیقی و تصویر ثابت و متحرک، امکان ارتباط بی‌واسطه، امکان کنش و واکنش دوسویه، امکان شخصی شدن و رفتارهای افقی و بدون سلسله مراتب؛<sup>۳</sup>
  - قدرت واکنشی در ارائه محتوای آموزشی در فضای سایبر و تغییر شکل و محتوا بر اساس نیاز مخاطب؛
  - شکستن محوریت حجمی رسانه‌های کاغذی، شامل بودن بر صدا و تصویر و ارتباط گرافیکی علاوه بر متون، پیگیری همزمان و موازی یک محتوا از چندین منبع، اتصال از منبعی به منبع دیگر با لینک‌ها. بنابراین، محتوای دیجیتال می‌تواند به طرز پیوسته‌ای روزآمد شود، و بدون محدودیت در ارتباط با موضوع‌های مرتبط خود قرار گیرد.<sup>۴</sup>

---

#### 1. Monitor System Use

۲- دادگران و رسولی، ۱۳۹۱، ص. ۷۸.

۳- همان.

۴- نمکدوست، ۱۳۸۵، ص. ۱.

## آسیب‌ها و چالش‌های آموزش مجازی

در ایران با گسترش بسترهای نوین ارتباطی و فضای مجازی و به منظور استفاده از این ظرفیت، مراکز آموزشی اسلامی، حوزوی و دانشگاهی مختلف هم‌چون دانشگاه مجازی المصطفی ﷺ با هزاران دانشجوی طلبه از سراسر جهان، دانشگاه مجازی قرآن و حدیث، واحد الکترونیک دانشگاه آزاد اسلامی با بیش از ۱۷ هزار دانشجو، بنیاد آموزش مجازی و الکترونیکی ایرانیان و... به آموزش مجازی روی آورده‌اند.

به نظر می‌رسد مجموع مشاهدات و تجربیات در این حوزه مطلوب و رضایت‌بخش نبوده است؛ به طور مثال می‌توان گفت، دانشجویان و طلابی به آموزش مجازی روی می‌آورند، که - معمولاً - محدودیت زمانی و مکانی برای حضور در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی حضوری را دارند؛ اما گاهی زمان برگزاری کلاس‌ها تابع شرایط خاص مدیران برنامه‌ریز و استادان بوده، و دانشجو مجبور می‌شود در ساعات پراکنده در ایام هفته - در منزل یا محل کار - مقابل سیستم رایانه نشسته، و با وصل شدن به اینترنت در کلاس درس حضور یابد.

به طور مثال؛ هنگامی که استاد با تجهیزات رایانه‌ای هم‌چون قلم نوری مشغول نوشتن مطالب ارائه شده در کلاس و نمایش آن برای دانشجویان به صورت برخط می‌شود، کاربر و دانشجو به علت پایین بودن سرعت پهنای باند اینترنت، دسترسی برخط به مطالب را ندارند؛ یا گاهی صدای استاد به صورت ناپیوسته پخش و مکرراً قطع می‌شود؛ هم‌چنین قطع و وصل مکرر سیستم، عدم همخوانی برخی نرم‌افزارها با رایانه‌های شخصی و عدم اجرای برنامه‌های مورد نیاز از دیگر مشکلات سامانه‌های مجازی است.

علی‌رغم تمام نکات قوت بیان شده، برای این نوع آموزش به دلیل کمبود زیرساخت‌ها، مشکلات و چالش‌هایی وجود دارد، که به نظر می‌رسد تا فیر نوری و سرویس‌های پر قدرت وجود نداشته باشند، نمی‌توان از آموزش مجازی سخن گفت. مؤلفه دیگر در تبیین رسانه‌های سایبر، عوامل تعاملی است؛ به این معنا که در برابر کنش شما، واکنش نشان می‌دهد؛ اما این مطلب نیز هنوز اصالت خود را نیافته است؛ یا گاهی مشاهده شده که برای حدود ۱۰۰۰ نفر دانشجوی تنها یک نفر کارشناس برای پاسخگویی حضور دارد، که او نیز در کاربری با سیستم ضعیف‌هایی دارد.

از دیگر آسیب‌ها و چالش‌ها به دلیل عدم حضور فیزیکی استاد و حضور برخط یا ضبط شده استادان می‌توان نام برد؛ چون در برخی اوقات به عدم تحلیل و بررسی کامل مطالب علمی توسط استاد و عدم مشارکت دانشجویان در محیط، مباحثه‌ای است که ممکن است به پیش‌بینی‌های غلط و تحلیل نادرست مسائل بیانجامد، که این باعث سردرگمی دانشجویان و از بین رفتن انگیزه برای ادامه تحصیل می‌شود.

### راهکارهای ارتقای آموزش مجازی

به نظر می‌رسد آنچه امروز مشاهده می‌شود، بیشتر بر آموزش برخط تأکید دارد تا آموزش مجازی و سایبری؛ لذا لازم است راهکارهایی فراهم شود تا شرایط تحقق آن در فضای اینترنتی شکل بگیرد؛ از جمله راهکارهای زیر:

۱- اگر دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی علوم اسلامی و دینی، دوسویه شدن و تعامل را بپذیرند، خیلی از مسائل حل می‌شود؛ چون می‌توانند به دانشجویان اجازه دهند صفحات مخصوص خود را داشته باشند.

آسیب‌شناسی و ارائه راهکارهای ارتقای آموزش‌های دینی در فضای مجازی / ۱۴۵

۲- در صورت فعال شدن امکان نظردهی و پرسش، باید به حرف‌های مخاطبان جواب داد، چرا که بخش اصلی سایبر، واکنش نشان دادن به کاربر است؛ به نحوی که کاربر با کمترین تلاش به بیشترین خواسته‌هایش از طریق تارنما، برسد.

۳- آشنایی با مبانی آماری و برآوردهای عملکرد آموزشی و تبلیغاتی و نیز شیوه‌های بررسی بازتاب در آموزش، نقش مهمی در ارتقای آموزش دینی در فضای مجازی دارد؛ لذا متولیان این سبک از آموزش با شناخت آسیب‌ها و چالش‌ها باید در رفع مشکلات و موانع آن بکوشند تا آموزش مجازی توسعه و رشد یابد.

۴- دانش و بینش مهم‌ترین شرط رسیدن به مقصد و اصابت به واقع است، که باید مورد توجه قرار بگیرد.

۵- لازم است پیش‌بینی‌های نرم‌افزاری مانند نحوه ارائه در بستر فضای مجازی برای استاد روشن و آشکار باشد؛ همچنین باید استاد دارای قدرت و تسلط کامل بر درک و فهم مطالب و ارائه آن بوده، و بتواند مخاطبین را به اقناع و درک کامل مباحث درسی برساند.

۶- محتوا و سبک ارائه شده دروس اسلامی در فضای مجازی باید از هر گونه ابهام و گنگ بودن پیراسته باشد تا مخاطب دچار سوء برداشت نشود؛ چرا که هر چه پیام روشن‌تر باشد، آرامش مخاطب در برداشت از مطالب، بیشتر می‌شود.

۷- در ارائه سبک‌های آموزش متون اسلامی و تبلیغ علوم دینی، نوآوری نه تنها پسندیده- بلکه- لازم است؛ چرا که مشکلات جامعه بشری نو می‌شود، و مشکلات نو، راه حل نو می‌خواهد.

- ۸- در تبلیغات دینی کسانی می‌توانند بیشترین نقش آفرینی و موفقیت را داشته باشند، که خویشتن را از علقه وابستگی مادی رها کرده باشند؛ لذا لازم است مبلغان با رویکردی الهی به فضای مجازی وارد شوند.
- ۹- تبلیغ و آموزش دینی در فضای مجازی یک خدمت آموزشی و تربیتی است؛ به این معنا که اگر نشر و تعلیم این آموزه‌ها در فضای مجازی برای گسترش فرهنگ دینی و رشد اجتماعی استفاده شود، منجر به تربیت نسل جدید و به وجود آمدن دستاوردهای علمی و پژوهشی گسترده می‌شود.
- ۱۰- مطلب آخر نیز این که کم‌اطلاعی و عدم بهره‌گیری از قالب‌های هنری و ارتباط گرافیکی در آمیختن آموزش، تبلیغات و هنر باید رفع شود.

### یافته‌های پژوهش

در فضای سایبری میزان انعطاف بالاست، و در هر لحظه می‌توان تغییرات لازم را اجرا نمود. به طور کلی، آموزش مجازی تنها یک جمع محدود نیست، که برای یک جمع گسترده مطلب تولید کند؛ بلکه فضایی تعاملی است که از حضور جمع گسترده‌ای برای تولید مطلب استفاده می‌کند.

هم‌چنین، در دنیای سایبر امکان دسترسی به ادبیات یک واژه با کلیک روی آن به علت وجود ابرمتن<sup>۱</sup> وجود دارد؛ لذا محصول نهایی آموزش سایبر می‌تواند آموزش همگانی و عمومی و دسترسی به جامعه اطلاعاتی باشد.

مطابق با تحقیقات به عمل آمده بخشی از مسائل و مشکلات در حوزه آموزش مجازی مربوط به کمبودها و مشکلات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری و برخی نیز مربوط به کمبود زیرساخت و بسترهای لازم برای آموزش مجازی و برخط در بستر شبکه جهانی، و البته کمبود متخصصان در این حوزه است.



آسیب‌شناسی و ارائه راهکارهای ارتقای آموزش‌های دینی در فضای مجازی / ۱۴۷

مسئله قابل بحث دیگر این‌که آموزش مجازی در داخل کشور به عنوان یک نیاز مورد توجه قرار نگرفته، و هنوز در جامعه نهادینه نشده است. از جمله راهکارهایی که به صورت پیشنهاد ارائه می‌شود؛ آموزش‌های حرفه‌ای، متناسب و به روز برای دست اندرکاران و کارشناسان حوزه آموزش مجازی است؛ هم‌چنین ارائه آموزش‌های مدیریتی رسانه، سیاستگذاری رسانه‌ای و آموزش‌های فنی متناسب با نیاز مدیران به متولیان و برنامه‌ریزان دانشگاه‌های مجازی پیشنهاد می‌شود.

از طرف دیگر، برگزاری همایش‌ها و سمینارهای تخصصی به منظور تحقیق و بررسی دقیق‌تر پیرامون محتوای مطالب و نحوه ارائه آموزش در فضای مجازی توسط استادان، دانشجویان و پژوهشگران علاقه‌مند به منظور ایجاد قالب‌های متفاوت در حوزه آموزش مجازی نیز توصیه می‌گردد.

هم‌چنین، برای ارتقای آموزش مجازی در حوزه دینی و تقویت جذب و ایجاد انگیزه و دغدغه برای جوانان به منظور علم‌آموزی دروس اسلامی و تبلیغ علوم دینی استفاده از ارتباطات گرافیکی در بسترهای نوین ارتباطی - از جمله فعالیت در شبکه‌های مختلف اجتماعی - است.

در مجموع، با پیشرفت مباحث نظری در روش‌های آموزش و تربیت، صاحب‌نظران این عرصه با بکار بردن روش‌های مختلف آموزشی، در جهت دریافت بهتر دانش‌آموزان و تأثیرگذاری بیشتر، به این نتیجه رسیده‌اند که تربیت، آموزش و تبلیغ غیر کلامی در مخاطب اثرگذارتر است، و مخاطب واکنش بهتری نسبت به این نوع آموزش در مقابل تربیت و آموزش کلامی دارد؛ لذا استفاده از ارتباط تصویری و گرافیکی می‌تواند با ایجاد جاذبه‌های تصویری موارد آموزشی را جذاب‌تر نموده، و باعث ترغیب و اقناع بیشتر مخاطب گردد.

هنوز مراکز آموزش مجازی در کشور ایران خیلی جوان هستند، و گاهی تنها منبعی برای ارائه محتوا به صورت برخط بوده، و نیازمند این هستند که سازوکار گردآوری اطلاعات، پردازش اطلاعات و ارائه آن را به نحو مطلوب برای مخاطبین داشته باشند.

بیان این مطلب نیز لازم است، که یکی از کاربردهای آموزش مجازی، اشاعه اطلاعات و گفتگو است، که باید از طریق اینترنتی، نظر، اطلاعات، خبر و محتوای علمی کسب شود؛ لذا شتاب آموزشی سایبر به حدی است که تشکیل مرکزی برای دایر کردن تخصصی این نوع آموزش، ضروری به نظر می‌رسد.

### نتیجه گیری

دانش و بینش مهم‌ترین شرط رسیدن به مقصد است؛ با توجه به این‌که مبلغان دینی، متولیان تعلیم دین و شریعت به عموم مردم هستند، این عنوان و مسئولیتی تکلیف‌آور بوده، و مسیری است که محتاج دانش و بینش است؛ لذا شناخت ظرف و مظروف و لواحقش از ضروری‌ترین مباحثی است که برای درست راندن در مسیر تبلیغ و آموزش دینی باید آموخته شود.

قرینه مطلب آن‌جاست، که نادانی آسیب‌زاست و کم‌دانی و بددانی نیز آسیب‌آفرین است؛ پس باید بدانیم و از جهل رها شده، و پُر و دقیق نیز بدانیم.

بر این اساس، فعالیت در عرصه آموزش دروس اسلامی در فضای سایبر و مجازی نیز مستلزم شناخت از این حوزه است.

آسیب‌شناسی و ارائه راهکارهای ارتقای آموزش‌های دینی در فضای مجازی / ۱۴۹

در مجموع، مهم‌ترین ویژگی‌های متن در فضای سایبر یا مجازی عبارت است از: تغییرپذیری، ذخیره‌سازی مجازی، پیوند خوردن با سایر متون مرتبط و غیر مرتبط، چندرسانه‌ای شدن، قابلیت دسترسی دائمی و غیر مرکزی شدن که از این منظر می‌توان متن مجازی را به منزله نوعی متن زنده و متحرک شناخت، که امکان رشد و نمو و تحرک و نیز امکان تعامل با دیگر متون، به سادگی در آن امکان‌پذیر است.<sup>۱</sup> چنان‌چه این خصیصه‌ها در کنار متن ایستا و فاقد تحرک قرار بگیرد، به ظرفیت‌های گسترده متن در فضای مجازی پی برده می‌شود.

این امر مؤید این مطلب است، که انتشار متون علمی در این فضا- صرفاً- نمی‌تواند به معنای بازتولید آن‌ها به شکلی ساده باشد؛ لذا قابلیت‌ها و ویژگی‌های متمایز میان آن دو باید مدنظر قرار گیرد.

به طور کلی، چالش‌های ایجاد شده فراروی آموزش مجازی، آینده این نوع آموزش است تا جایی که گسترش و تنوع منابع آموزشی محرکه رشد و گسترش آموزش در فضای مجازی محسوب می‌شود.

از آن‌جا که جوامع مدرن، اطلاعات و آموزش را از منابع گوناگون به دست می‌آورند، مدیران و برنامه‌ریزان باید تکنیک‌های نوین رقابت را که برآمده از تکنولوژی‌های نوین آموزشی است، بیاموزند؛ لذا آشنایی با آموزش در فضای مجازی یک ضرورت است.

هم‌چنین پذیرش آموزش در فضای مجازی و توجه به مزیت‌ها و قابلیت‌های آن نسبت به آموزش حضوری از جنبه‌های مختلف از قبیل هزینه، درآمد، به روز بودن اطلاعات، سرعت پخش، دسترسی در هر زمان و مکان، و نیز به وجود آوردن نیاز برای مخاطبین و جامعه هدف آموزشی باید مورد بررسی قرار گیرد.

نتیجه آن‌که پیام دارای کارکردهای متنوعی است، و پیام‌های دینی می‌توانند دارای اثرات سازنده و مفید باشند؛ به نحوی که اگر شیوه انتقال پیام درست بوده، و در مسیر درست منتشر گردد، می‌تواند اهداف تبلیغی، اطلاع‌رسانی و آموزشی خود را تأمین نموده، و آثار فراوانی داشته باشد.

از طرف دیگر، آشنایی نسل جوان با رایانه و انبوه اطلاعات در سایر، فراگیری و تنوع مطالب آموزشی، اطلاع‌رسانی و سرگرمی، ارتباط با سایر ملل، سرعت تحولات در کسب برخط محتواهای علمی در سطح جهان، مقابله با فعالیت گسترده رسانه‌های سایر کشورها در حوزه جنگ نرم و تهاجم فرهنگی اقتضا می‌کند، که آموزش مجازی توسعه و گسترش یابد.

با توجه به مطالب طرح شده در این پژوهش، الگوی آموزش بزرگسالان- آندوراگوژیک- برای همه دوره‌های سنی قابل استفاده بوده- به ویژه در سبک آموزش در فضای سایبر و مجازی- که باعث ایجاد تحول در نظام آموزشی می‌شود؛ چرا که آموزش جامعه را بر اساس نیازسنجی و شناخت نیازهای افراد دنبال می‌کند.

در عصری که استفاده از ابزارهای الکترونیک و فضای مجازی با توجه به اقتضات دنیای مدرن، امری ضروری و گریزناپذیر است، متولیان و مسئولان فرهنگی و مبلغان دینی باید با استفاده از بستر رسانه‌ها و پایگاه‌های وسایل ارتباط جمعی نوین با نوآوری و بهره‌گیری از هنر تبلیغات و ارتباطات تصویری و نوآوری در تبلیغ، ایجاد جاذبه و انتقال پیام‌ها و ارزش‌های اسلامی در کمترین زمان با سرعت غیر قابل قیاس با تأثیرگذاری و امکان ارزیابی سریع بازخورد آموزشی و ارتباط بی‌واسطه با مخاطبان ضمن ارتباط دوسویه و امکان آموزش برخط در فضای مجازی با قدرت مانور و به روز بودن، اصلاح و ویرایش سریع و تکمیل مطالب علمی

آسیب‌شناسی و ارائه راهکارهای ارتقای آموزش‌های دینی در فضای مجازی / ۱۵۱

ضمن تشویق، ترغیب و اقناع مخاطبان- به ویژه جذب حداکثری نسل جدید- بتوانند منجر به ارتقا و رفعت جایگاه علوم اسلامی شوند، و ضمن مبارزه با خرافات و انحرافات، در سبک‌دهی زندگی اسلامی و مدیریت امور مسلمانان تأثیرگذار باشند، و بتوانند در دستیابی به اهداف، برنامه‌ها و سیاست‌های نظام اسلامی و آرمان‌های تمدن اسلامی موفق‌تر عمل کنند.

### منابع و مآخذ

- ۱- قرآن کریم.
- ۲- امام خمینی، سید روح‌الله، (۱۳۶۱)، صحیفه نور، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ۳- تارنمای مقام معظم رهبری، <http://farsi.khamenei.ir>
- ۴- آهنگران، روح‌الله، (۱۳۹۵)، آداب اسلامی در شبکه‌های اجتماعی، قم: انتشارات ابتکار دانش.
- ۵- امیری، سمانه، (۱۳۹۳)، بررسی دیدگاه‌های کارشناسان عضو انجمن‌های روابط عمومی تهران نسبت به عملکرد روابط عمومی‌ها در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی- واحد تهران شرق (قیام‌دشت).
- ۶- راجرز، اورت،، شومیکر، فلوید، (۱۳۶۹)، رسانش نوآوری‌ها؛ رهیافتی میان‌فرهنگی، ترجمه عزت‌الله گرمی و ابوطالب فنایی، شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز.
- ۷- شکرخواه، یونس، (۱۳۸۴)، روزنامه‌نگاری سایبر، تهران: انتشارات ثانیه.
- ۸- دادگران، سید محمد، (۱۳۹۱)، مبانی ارتباط جمعی، تهران: نشر فیروزه.
- ۹- دادگران، سید محمد، رسولی، آذر،، موانع و مشکلات روزنامه‌نگاری در فضای سایبر، فرهنگ ارتباطات، ۷ (۱۳۹۱): ۸۹-۶۹.
- ۱۰- دانش، فرشید، زاهدی، راضیه، رشیدی، ورا، تحلیلی بر مفاهیم پذیرش و اشاعه نوآوری جهت ارائه مدلی مفهومی برای پذیرش و اشاعه اطلاعات، پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات، دوره ۲۸، ۳ (۱۳۹۲): ۵۸۲-۵۶۹.

۱۱- روحانی، محمد رضا، کارکردهای رسانه از دیدگاه امام خمینی علیه السلام، روزنامه کیهان، خبر ۴ مرداد ۱۳۹۵.

۱۲- علمی، سعیدرضا، (۱۳۸۸)، **متن مجازی**، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

۱۳- عزیزمحمدی، سحر، (۱۳۹۴)، **شبکه‌های خصوصی مجازی**، تهران: انتشارات کتاب سبز.

۱۴- علی محمدی، بهنام، (۱۳۹۵)، **حقیقت مجازی**، تهران: انتشارات مرکز ملی فضای مجازی کشور.

۱۵- فوکو، میشل، (۱۳۹۲)، **دیرینه‌شناسی دانش**، ترجمه نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده، تهران: نشر نی.

۱۶- گودرزی، محمود، اسماعیلی، نرگس، رتبه‌بندی ابزارهای روابط عمومی بر مبنای مدل AIDA در بخش تولیدی صنعت ورزش با روش AHP، پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، دوره اول، ۱ (۱۳۹۰): ۱-۱۳.

۱۷- محسن‌زاده، محمد جواد، (۱۳۹۵)، **نقش ارتباطات گرافیکی در جذب مخاطبان روابط عمومی**، تهران: انتشارات کارگزار روابط عمومی.

۱۸- محسنیان راد، مهدی، قدیمی، اسماعیل، آسیب‌شناسی روابط عمومی در ایران، فصلنامه علوم اجتماعی، ۴۷ (۱۳۸۸): ۱۲۳-۷۶.

۱۹- محسنیان راد، مهدی، (۱۳۹۰)، ارتباط‌شناسی، تهران: انتشارات سروش.

۲۰- مسعودی، امیدعلی، باغانی، مریم، میزان تحقق آموزه‌های اسلامی در روابط عمومی‌های تهران، مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۲۴ (۱۳۹۲): ۸۵-۹۸.

۲۱- معتمدزاد، کاظم، (۱۳۸۵)، **وسایل ارتباط جمعی**، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.

۲۲- نمکدوست، حسن، دیواری میان روزنامه‌نگاری سایبر و کاغذی نیست، **خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)**، سرویس رسانه، ۱۳۸۵.

23-L, Brysonal (ed.), **The Communication of Ideas**, New York: Harper, 1948.

24- Harold., Lasswell., (1975), **The Communication: A Sociological Perspective**, New York: Random House.