

چالش‌ها و راهکارهای بهره‌برداری از ظرفیت‌های فضای مجازی در تبلیغ و توسعه آموزش‌های دینی

نویسندگان: دکتر رضا بنی‌اسد^۱، حسین زبینه^۲

پذیرش: ۱۳۹۶/۰۷/۲۱

دریافت: ۱۳۹۶/۰۷/۱۵

چکیده

ظرفیت‌های فضای مجازی به معنای بهره‌برداری از منابع، ابزارها و امکانات فضای مجازی برای توسعه و تبلیغ دین از طریق آموزش است. امروزه از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی، وب، نظام‌های مدیریت یادگیری، بازی‌های رایانه‌ای و سایر ابزارها جهت نشر آموزش‌های دینی و تبلیغ ادیان استفاده می‌شود. ظهور کلیساهای مجازی، پاسخگویی تمام‌وقت به سؤالات دینی و مهم‌تر از همه، زندگی معنوی در فضای مجازی - تنها - بخشی از تعامل عالمان دین و کاربران در این فضا است.

هدف از این پژوهش، شناسایی چالش‌های پیش روی ظرفیت‌سازی به منظور توسعه محتوای آموزشی در فضای مجازی و ارائه راهبردهایی برای ظرفیت‌سازی در این فضا، در حوزه آموزش است؛ لذا این مقاله با رویکرد پژوهش کیفی برخط و با استفاده از تحلیل داده‌های موجود در فضای مجازی، ابتدا چالش‌های مرتبط با ظرفیت‌های آموزش محتوای دینی در فضای مجازی را بررسی کرده و سپس به ارائه راهبردهایی به منظور بهره‌برداری بهینه از ظرفیت‌های فضای مجازی پرداخته است.

نتایج حاصل از مطالعه نشان می‌دهد با توجه به سرعت بالای رشد و توسعه فضای مجازی، ضرورت اتخاذ راهبرد سازنده و زیرساختی، تدافعی و محتوامحور - بیش از پیش - احساس می‌شود.

واژگان کلیدی: آموزش دینی، تبلیغ و توسعه، ظرفیت‌سازی، فضای مجازی، چالش‌ها و راهکارها

۱. استادیار دانشگاه امام صادق ^{علیه السلام}، baniasadmba@gmail.com

۲. کارشناس ارشد معارف اسلامی و مدیریت دولتی و خط‌مشی‌گذاری عمومی، دانشگاه امام صادق ^{علیه السلام}،

hzibandeh73@gmail.com

مقدمه

امروزه بشر دوره‌ای از زندگی خود را سپری می‌کند که فراتر از يك زندگی واقعی و فیزیکی و قواعد حاکم بر آن است.

زندگی در فضای مجازی، برای عده‌ای يك زندگی دوم و در عین حال کاملاً جاری تلقی می‌شود. (بنی‌اسد، ۱۳۹۵ب) کسانی که در حوزه‌های دینی علاقمند به یادگیری هستند، از این امر مستثنی نیستند؛ این افراد به دنبال پاسخ‌های شرعی خود در فضای مجازی هستند، یادگیری خود را از طریق این فضا انجام می‌دهند و یافته‌های خود را با یادگیری دیگران به اشتراک می‌گذارند.

علاوه بر این، در این فضا فرصت‌هایی پیش روی ما قرار داده شده که می‌توان با رویکرد حداکثری از فرصت‌های تبلیغ و نشر آموزش‌های دینی از آن استفاده کرد.

هدف از این پژوهش - اول - شناسایی چالش‌های پیش روی ظرفیت‌سازی برای توسعه آموزش و محتوای دینی و - دوم - ارائه راهبردهایی برای بهره‌برداری بهینه از فضای مجازی است؛ لذا به دو سؤال زیر پاسخ داده می‌شود:

۱. چالش‌های پیش روی ظرفیت‌سازی برای توسعه محتوای آموزش‌های دینی کدامند؟
۲. راهبردهای ظرفیت‌سازی به منظور بهره‌برداری از فضای مجازی در حوزه آموزش‌های دینی کدامند؟

مبانی نظری پژوهش

امروزه فضای مجازی فرصت‌ها و تهدیداتی پیش روی بشریت قرار داده است؛ هرچند تهدیدات آن در کشور باعث نگرانی‌هایی شده، اما در هر صورت شرایط برای بهره‌برداری از فرصت‌های آن نیز بسیار فراهم است. (بنی‌اسد، ۱۳۹۵الف)

بهره‌برداری از فرصت‌های فضای مجازی مورد تأکید رهبر معظم انقلاب اسلامی نیز هست؛ چنان‌که در بیانات ایشان چنین اشاره شده است:

چالش‌ها و راهکارهای بهره‌برداری از ظرفیت‌های فضای مجازی در... / ۱۵۷

فضای مجازی امروز از فضای حقیقی زندگی ما چند برابر بزرگتر شده؛ بعضی‌ها اصلاً در فضای مجازی تنفس می‌کنند، زندگی‌شان در فضای مجازی است، جوانان هم سروکار دارند با فضای مجازی، با انواع و اقسام چیزها و کارها، با برنامه‌های علمی‌اش، با اینترنتش، با شبکه‌های اجتماعی‌اش... یک کسانی نشسته‌اند، فکر کرده‌اند، یک راهی باز کرده‌اند به عنوان این فضای مجازی و به قول خودشان سایبری؛ از این استفاده کنید، منتها استفاده درست بکنید. (مقام معظم رهبری، دیدار با معلمان و فرهنگیان، ۱۳ اردیبهشت ۱۳۹۵)

قبل از آن‌که صنعت-هم‌زمان ارتباطات- و در امتداد آن اینترنت به عنوان شبکه ارتباطی و اطلاعاتی جهانی ظهور کند، انسان‌ها در فضای فیزیکی زندگی خود به سر می‌بردند؛ اما امروزه با ظهور انواع فناوری‌های ارتباطی، زندگی در فضای مجازی در کنار فضای فیزیکی پا به عرصه وجود گذاشته و رخ‌نمایی می‌کند. دکتر عاملی برای شناخت و تبیین بهتر این دو فضا و ارتباط آن‌ها با یکدیگر، رویکرد دوفضایی شدن جهان را مطرح می‌کند. او بر این باور است که زندگی فیزیکی و مجازی باید در کنار یکدیگر فهم شود؛ چه این‌که فهم جهان فیزیکی منهای مجازی و بالعکس، مطالعه را گرفتار نوعی خطای فهم می‌کند. (عاملی ۱۳۹۰: ۲۵-۲۲)

از دیدگاه هاراوی^۱، ما اکنون سایبرگ^۲ شده‌ایم؛ ملغمه‌ای از انسان و ماشین که جهات زیست‌شناختی ما با جهات الکترونیکی و مکانیکی در هم گره خورده است. (هاراوی، ۱۳۸۶)

-
1. Donna Haraway
 2. Cyborg

رویکرد دوفضایی در آموزش‌های دینی به این معناست که در عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات توجه صرف به آموزش‌های حضوری کافی نبوده؛ بلکه باید توأمًا از فرصت‌ها و ظرفیت‌های هر دو فضا برای تبلیغ و عرضه محتوای دینی - هم برای جهانیان و هم برای داخل کشور- استفاده کرد. با رویکرد دوفضایی، آموزش حضوری و مجازی در چهار حالت اتفاق می‌افتد که در جدول زیر نمایش داده می‌شود:

جدول ۱: حالت‌های آموزش در فضای مجازی و دوفضایی

| آموزش در يك فضا | وقوع دوفضایی آموزش |
|----------------------|---|
| آموزش در فضای مجازی | آموزش در فضای مجازی و امتداد در فضای فیزیکی |
| آموزش در فضای فیزیکی | آموزش در فضای فیزیکی و امتداد در فضای مجازی |

یکی از امور خیریه که رشد و توسعه آن در فضای مجازی- به شدت- بالا رفته است، به آموزش‌های دانشگاهی، مدرسه و حوزه‌های علمیه در فضای مجازی می‌پردازد. در این حوزه در کشور، دانشگاه‌ها و فعالان زیادی حضور دارند. به طور کلی، آموزش یکی از امور خیریه است که اگر به صورت هدفمند انجام شود، باعث خودتکایی نیازمندان شده و در این صورت، خود آن افراد می‌توانند تولید درآمد کنند. (بنی‌اسد، ۱۳۹۵ الف)

دکتر عاملی هشت خصلت یا فرامتغیرهای مندرج در جدول زیر را برای فضای مجازی برمی‌شمارد که همه چیز را تحت تأثیر قرار می‌دهند؛ (عاملی، ۱۳۹۰: ۲۹-۲۶)

این فرامتغیرها برای توسعه و ترویج آموزش محتواهای دینی نیز صادق هستند.

جدول ۲: فرامتغیرهای فضای مجازی در ظرفیت‌سازی آموزش‌های دینی

| | |
|---|---------------------|
| کاربرد در آموزش‌های مجازی محتوای دین | فرامتغیر |
| سرعت انتشار محتوای آموزشی به آن سوی دنیا به اندازه يك كليك زمان | سرعت |
| توسعه نامحدود شبکه‌های ارتباطی و سخت‌افزاری و نرم‌افزاری فضای مجازی؛ موجب گسترش ارتباطات انسان‌ها با یکدیگر در مسیر انتشار و اشاعه دانش | فراگیری |
| دسترسی به آموزش‌های مجازی به صورت مستمر و در اختیار همه | دسترسی دائم |
| در دسترس بودن آموزش مجازی در هر زمان و بدون در نظر گرفتن مکانی خاص | فرازماني و فرامكاني |
| گسترش مرزها در جهان فیزیکی و زندگی واقعی | جهانی بودن |
| انتقال افراد و اطلاعات- به سرعت- از یک فضا به فضای دیگر | سیال بودن |
| سرعت تشدید واقعیت‌ها در فضای مجازی در سطح ذهنی و عینی | تشدید واقعیت |
| گسترش آموزش به صورت تعاملی و در همه جنبه‌ها | چندرسانه‌ای بودن |

بر اساس آمارهای منتشر شده در سال ۱۳۹۳، تعداد کاربران اینترنت بیش از ۶۰ میلیون نفر تخمین زده شده است؛ به طوری که بیش از ۵۰ درصد از ایرانیان - حداقل - عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی هستند (مرکز ملی فضای مجازی، ۱۳۹۵) و بیش از ۱۴ میلیارد ساعت بازی رایانه‌ای در سال صورت می‌گیرد که این قابلیت بزرگ فضای مجازی و در اختیار بودن آن، ضرورت توجه به آموزش را- بیش از پیش گوشزد- می‌کند.

امروزه متناسب با ظهور فضای مجازی از ترکیب سایبر^۱ و موضوعات مختلف هم‌چون پژوهش، اخلاق، جرم، حقوق، فرهنگ، جنگ و موارد متنوع دیگر، واژگانی ترکیبی به وجود آمده است؛ ظهور موضوعاتی هم‌چون پژوهش‌سایبر^۲

-
1. Cyber
 2. Cyber-Research

(پژوهش فضای مجازی)، جنگ‌سایبر^۱، اخلاق‌سایبر^۲، جرائم‌سایبر^۳، فرهنگ‌سایبر^۴ و حقوق‌سایبر^۵ بیان‌گر آن است که این موضوعات- به طور جدی- در فضای مجازی مطرح و درباره آن مطالعه شده است. (بنی‌اسد، ۱۳۹۵ب)

آموزش در و از طریق فضای مجازی یکی از اولین و مهم‌ترین حوزه‌هایی بوده که مورد توجه دانشگاه‌های برتر دنیا و مبلغان مسیحیت قرار گرفته است که توجه به کلیساهای مجازی از مصادیق این تبلیغ و انتشار محتوا به شمار می‌رود.

به عنوان مثال؛ طبق تحقیقاتی که مؤسسه پیو^۶ در سال ۲۰۰۴ میلادی انجام داده است، حدود دو سوم جوانان و یا ۶۴ درصد از کاربران اینترنت در آمریکا که جمعیتی ۱۲۸ میلیونی را تشکیل می‌دهند، با اهداف مذهبی و اعتقادی و به منظور جستجوهای دینی و مسائل معنوی از اینترنت استفاده می‌کنند.

طبق گزارش این مؤسسه، غالب استفاده‌های افراد از اینترنت با اهداف مذهبی و دینی به جستجو در مورد مسائل معنوی شخصی بوده است که این آمار، این نکته را متذکر می‌شود که اینترنت به عنوان یک فعالیت آنلاین مکمل در کنار فعالیت‌های مذهبی آفلاین در کلیساها تلقی می‌شود.

طبق گزارشات این مؤسسه، اینترنت به منظور تقویت کردن باورها و اعتقادات و معنویت مردم و اعضای کلیسا، توسط مبلغان مسیحی استفاده می‌شود؛ هم‌چنین آن‌ها برای ارتباط با دیگران و دعوت به دین مسیحیت و انتشار دین مسیحیت در سراسر جهان و استفاده‌های گوناگون و معنوی دیگر برای حضار در کلیسا، از اینترنت بهره می‌برند. (Casey, 2006)

-
1. Cyber-War
 2. Cyber-Ethic
 3. Cyber-Crimes
 4. Cyber-Culture
 - . Cyber-Law
 6. Pew Internet Research (PIR)

چالش‌ها و راهکارهای بهره‌برداری از ظرفیت‌های فضای مجازی در ... / ۱۶۱

براشرا^۱- از مؤلفان گروه تحقیقاتی بارنا- با انتشار کتابی^۲ ضمن تأکید بر ضرورت توسعه جوامع دینی در اینترنت، می‌نویسد:

بیش از یک میلیون وب‌سایت دینی روی اینترنت فعال است که این تعداد هر روز رو به افزایش است؛ این مسئله به فرقه‌های دیگری از مسیحیت و نیز ادیان دیگر- به ویژه بودیسم- سرایت کرد و آن‌ها نیز اقدام به راه‌اندازی چنین مراکزی کرده‌اند؛ اکنون در جهان مسیحیت کلیساهای مجازی وجود دارد که به شکلی گسترده و با مراجعان بسیار، نه تنها تمامی ویژگی‌های یک کلیسای واقعی را دارند؛ بلکه فعالیت و ارائه خدمات آن‌ها از تنوع بیشتری برخوردار است.

دسترسی شبانه‌روزی به کشیش‌هایی که ساعت‌ها با مراجعین گفتگوی آنلاین^۳ دارند، موسیقی‌های مذهبی که در تمام ساعات پخش می‌شوند، استفاده از کتابخانه‌ها و مقالات و تحقیقات آکادمیک و علمی و نیز حضور در دعا‌های دسته‌جمعی و خواندن کتاب مقدس از جمله متداول‌ترین امور کلیساهای اینترنتی است. (ر. ک: آسیابی، ۱۳۸۸)

نشانی اینترنتی برخی از این کلیساهای مجازی موجود نیز به شرح زیر است:

- <http://almcyberchurch.org>
- <http://Rccg.org>
- <http://Dclm.org>
- <http://Cogm.org>
- <http://Mountainoffire.org>
- <http://Christmbassy.org>

-
1. Brenda Brasher
 2. Region Online that Me Give
 3. Chat

امروزه وجود خدمات و وبسایت های کلیساهای مجازی و زیربنای آموزش آنلاین- هم چون سیستم های مدیریت یادگیری¹ و یادگیری باز²- در فضای مجازی بستر مناسبی جهت یادگیری و آموزش های عمومی و تخصصی، بدون وجود محدودیت های اجتماعی، مکانی و زمانی فراهم آورده که ترویج اندیشه ها و آموزه های مختلف را- بیش از پیش - ممکن ساخته است.

مطابق با تحقیقات انجام شده- در وضعیت فعلی- تبلیغ تخصصی دین باید یکی از اولویت های جدی دانشگاه ها و مراکز فرهنگی کشور باشد؛ البته در عرصه تبلیغ حضوری، برخی مبلغین به خارج از کشور اعزام شده و عمدتاً با مسلمانان آن کشورها به بحث و گفتگو می پردازند؛ اما یکی از جاهایی که تبلیغ برای آن ضروری بوده و البته اقدام عمیقی صورت نگرفته است، توجه به دانشگاهیان، خبرگان و متخصصان حوزه های مختلف علوم در کشورهای مختلف است.

به نظر می رسد این نوع تبلیغ می تواند از طریق بسته بندی بهینه دانش اسلامی متناسب با مسائل روز باشد. این شیوه تبلیغ و آموزش می تواند از طریق حضوری- مراجعه متخصصان و عالمان دینی و دانشگاهی در همایش ها و کنفرانس های بین المللی- بوده و یا این که از طریق فضای مجازی صورت گیرد.

با توجه به ظرفیت های فضای مجازی، در این پژوهش تلاش بر این است که ظرفیت های این فضا و ابزارهای آن برای توسعه و اشاعه آموزش های دینی مورد بررسی قرار گیرد.

در ادامه به بیان دیدگاه های مقام معظم رهبری در زمینه تبلیغ دین در فضای مجازی پرداخته می شود:

- رایانه و فضای مجازی که الان در اختیار شماست، اگر بتوانید این ها را یاد بگیرید،

-
1. Learning Management System (LMS)
 2. Open Learning

چالش‌ها و راهکارهای بهره‌برداری از ظرفیت‌های فضای مجازی در ... / ۱۶۳

- می‌توانید یک حرف درست خودتان را به هزاران مستمعی که شما آن‌ها را نمی‌شناسید، برسانید. این فرصت فوق العاده‌ای است، مبادا این فرصت ضایع شود؛ اگر ضایع شد، خدای متعال از من و شما در روز قیامت سؤال خواهد کرد؛ از فرصت این همه جوان، این همه استیبار، این همه میل و شوق به دانستن، شما برای ترویج معارف اسلامی چه استفاده‌ای کردید؟ (مقام معظم رهبری، دیدار با علما و روحانیون استان خراسان شمالی، ۱۹ مهر ۱۳۹۱)
- امروز هم فضای مجازی یک صحرای بی‌پایانی است که از همه طرفش می‌شود حرکت کرد؛ دیگر مثل سابق نیست که شما بخواهید یک مطلبی را بیان کنید، ناچار باشید روی کاغذ بنویسید، آن را پلی‌کپی کنید یا فتوکپی کنید ۱۰ نسخه، ۱۰۰ نسخه، ۲۰۰ نسخه؛ این جور نیست، هر یک نفری که بتواند با رایانه کار بکند یک رسانه است. می‌نشینند پخش می‌کنند شبها را، حرف‌ها را، جوان‌های مؤمن را، جوان‌های سالم را گمراه می‌کنند. این‌ها را باید شناخت؛ چه کسی بایستی بیاید وسط میدان و سینه سپر کند و مانع بشود از گمراهی جوانان؟ چه کسی باید مانع بشود از اقدام دشمن برای انحراف ذهن جوانان؟ به عهده چه کسی است این کار؟ جامعه علمی و مذهبی، یعنی روحانیت، اولین وظیفه‌اش این است؛ مهم‌ترین وظیفه‌اش این است.
- عرصه فضای مجازی این جور است؛ می‌توان از آن حداکثر منافع را [کسب کرد]؛ همان کاری که آن دشمن می‌کند، شما [هم] می‌توانید بکنید در جهت عکس؛ [یعنی] مفاهیم اسلامی و معارف اسلامی را پخش کنید بدون هیچ مانع و رادعی که بعضی‌ها از این مردمان مؤمن، جوان‌های مؤمن از معمم و غیر معمم، روحانی و غیر روحانی - بعضی

غیر روحانیون در این زمینه فعال‌تر هم هستند- کارهای بسیار خوبی را انجام می‌دهند؛ ناگهان در سطح دنیا یک مطلبی را، یک مفهومی را، یک فکر درستی را منتشر می‌کنند، طرف مقابل می‌ماند؛ [پس] بعضی از این جهت نقص دارند که با این کار، با این فن آشنا نیستند. (همان، بیانات در درس خارج فقه، ۱۶ شهریور ۱۳۹۵)

هم‌چنین تأکید جدی بر بهره‌برداری از فضای مجازی برای تبلیغ و اشاعه دین داشته‌اند؛ چرا که فضای مجازی هم فرصت امور خیر و هم تهدیدی با انجام امور شر را پدید آورده است؛ لذا ضرورت دارد که از روزه توجه به فرصت‌های خیر و آموزش و تبلیغ دین به فضای مجازی توجه جدی شود.

بر این اساس، آموزش‌های تخصصی دانشگاهی و اسلامی می‌تواند برای متخصصان غربی مورد توجه باشد و آن‌ها را مبنای تحقیقات خود قرار دهند.

به عنوان مثال؛ بر اساس فیلم‌ها و مستندهای موجود در اینترنت، کیت مور^۱- پدر علم جنین‌شناسی کانادا- از سوی دانشگاه عبدالعزیز عربستان به این کشور دعوت شد تا در مورد طبقه‌بندی جنین‌شناسی از نگاه قرآن پژوهش کند. او در کتاب‌های خود طبقه‌بندی متفاوتی از جنین‌شناسی معرفی کرده بود؛ اما با مشاهده طبقه‌بندی جنین‌شناسی در آیات سوره‌های مختلف قرآن کریم- مؤمنون، حج و سجده- متعجب شده و مسلمان می‌شود و حتی در کتاب خود نام قرآن و طبقه‌بندی آن را بیان می‌کند.

بیان این نکته نیز لازم است که این شرایط فرصتی را پدید آورد که این متخصص جنین‌شناسی، مسلمان شده و بعد از آن تعدادی از جنین‌شناسان دیگر نیز مسلمان شوند؛ لذا این فرصت نیز می‌تواند از طریق فضای مجازی و از طریق آموزش در اختیار دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی باشد تا بتوانند به تبلیغ دین بپردازند.

روش تحقیق

این پژوهش بر اساس روش‌شناسی تفسیری و رویکرد کیفی برخط^۱ با استفاده از راهبرد تحلیل محتوای برخط^۲ انجام می‌شود.

در این پژوهش، توصیف و تحلیل داده‌های گردآوری شده بر اساس سؤال محوری است. گیبسون و براون بر این باورند که یکی از روش‌های مناسب برای مرتبط کردن سؤالات پژوهش به تحلیل، محور قرار دادن خود سؤالات است؛ لذا بر محور سؤالات، داده‌های گردآوری شده تحلیل و گزارش پژوهش ارائه می‌شود.

(Gibson and Brown 2009: 197)

یافته‌های پژوهش

با محور قرار دادن سؤال اول باید گفت که چالش‌ها و راهبردهای استفاده از ظرفیت آموزشی فضای مجازی در سطح کلان به دو دسته سخت افزاری و نرم افزاری تقسیم می‌شوند که توجه به هر دو بعد از فضای مجازی لازم و ضروری بوده و هر بخش به عنوان مکملی برای بخش دیگر عمل خواهد کرد تا جایی که غفلت از هر کدام منجر به ناکارآمدی بعد دیگر خواهد شد.

بر این اساس، از لحاظ سخت افزاری لازم است که مسائل و چالش‌های استفاده از ظرفیت فضای مجازی در حوزه زیرساخت‌ها، فناوری‌ها و آمادگی الکترونیکی^۳ کشور شناسایی شده و راهبردهای متناسب با آن نیز ارائه شود. آمادگی الکترونیکی شاخصی است که مقدار توانایی پذیرش، استفاده و بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در جوامع مختلف را ارزیابی می‌نماید.

-
1. Online Qualitative Research (OQR)
 2. Online Content Analysis (OCA)
 3. E-Readiness

طبق گزارشی که مؤسسه IBM^۱ طبق مدل EIU^۲ منتشر کرده است، کشور ایران در سال ۲۰۰۹ میلادی رتبه ۶۸ جهان بوده و نمره ۴۳/۳ از ۱۰ را کسب نموده که نشان دهنده وضعیت نامساعدی از لحاظ آمادگی الکترونیکی است.

همچنین، از لحاظ بعد نرم افزاری و تهیه اندیشه‌ها و محتوای مورد نیاز و متناسب با افراد و جوامع مختلف با جنسیت‌ها، اقوام، زبان و فرهنگ‌های متفاوت نیز با چالش‌های جدی و اساسی رو به رو است که شناخت و تلاش به منظور رفع آن‌ها ضروری است.

یافته‌های حاصل از پژوهش با محوریت هر یک از سؤالات طرح شده در هر دو محور سخت افزاری و نرم افزاری عبارت است از:

۱. چالش‌های بهره‌برداری از ظرفیت‌های فضای مجازی در آموزش دین

- عدم وجود نیازسنجی دقیق از نیازهای آموزشی دنیا

قبل از تولید هر گونه محتوا و نرم افزار دینی در حوزه فضای مجازی، نیاز به شناسایی دقیق نیازهای آموزشی دنیا است. نیازسنجی مخاطبان و ارائه محتوای متناسب با آن نیازها، می‌تواند اثربخشی محتوا را چند برابر ساخته و به روند آموزشی کمک شایانی کند.

بر این اساس، شناسایی سؤالات و چالش‌های اصلی جامعه هدف و کشورهای مخاطب و در نظر گرفتن بستر فرهنگی و اجتماعی مردم آن کشورها و ارائه محتوای هدفمند و تهیه شده مخصوص هر کشور، شرط اقبال آن‌ها به داده‌ها و اطلاعات ارائه شده را افزایش می‌دهد.

1. IBM Institute for Business Value - <https://www.ibm.com>

2. Economist Intelligence Unit

- عدم وجود محتوای دیجیتال شده

یکی از چالش‌های جدی پیش روی این نوع تبلیغ، عدم وجود محتوای دیجیتال شده و متناسب با فضای مجازی است که با توجه به زمان و دانشی که در دانشگاه‌های مختلف وجود دارد، حجم بالایی از تولیدات دانش دینی به زبان فارسی، عربی و میزان اندکی به زبان انگلیسی و سایر زبان‌ها مشاهده می‌شود؛ اما این مکتوبات به صورت نسخه‌های چاپی یا آموزشی دانشگاهی در کشور وجود داشته و به صورت محتوای دیجیتال قابل عرضه در وب در نیامده است.

این یکی از چالش‌های بزرگ و جدی است که دانشگاه‌هایی که در سطح بین‌المللی کار می‌کنند و یا قصد خود را تبلیغ و اشاعه دین قرار داده‌اند، لازم است ابتدا این محتواها به صورت محتوای دیجیتال شده و مطلوب جامعه جهانی در بیاید. از طرف دیگر، عدم توجه به ابزارهای مورد استفاده و - بعضاً - ناتوانی برخی ابزارها در انتقال نوع خاصی از مطالب و مفاهیم، موجب ناکارآمدی در استفاده از فضای مجازی شده است. به عنوان مثال؛ مطرح کردن برخی مطالب عمیق فلسفی، طولانی و پُرحجم در بعضی شبکه‌های اجتماعی بی‌اثر خواهد بود.

محتوای ارائه شده دیجیتال کردن این محتواها می‌تواند از راه‌های زیر انجام شود:

أ. ترجمه محتوای فارسی و عربی به زبان انگلیسی و سایر زبان‌ها

ممکن است مطالبی که به زبان مادری نوشته شده‌اند، زیاد باشد؛ اما این مطالب به زبان‌های دیگر ترجمه نشده است، لذا ضرورت دارد در گام اول اقدام به ترجمه مطالب مفید و کلیدی از کتاب‌ها و مقالات کرده و در گام بعد به اشاعه آن پرداخته شود.

ب. تولید زیرنویس برای برخی از فیلم‌های فارسی

برخی از مفاهیمی که در قالب فیلم به زبان عربی و یا فارسی ارائه می‌شود، نیازمند این است که یا به صورت ضبط مجدد و یا به صورت زیرنویس به زبان انگلیسی و یا

دیگر زبان‌ها برای فیلم‌های قبلی، زمینه را برای استفاده دانشمندان سایر کشورها از این محصولات آماده کرد تا از این طریق بتوان علاوه بر عرضه دانش دینی به دنیا به اشاعه زبان فارسی نیز پرداخت و بر اساس فرمایش مقام معظم رهبری کاری انجام شود که تا ۵۰ سال آینده زبان فارسی زبان علم و زبان مراجعه دانشمندان برای یادگیری مفاهیم بیشتر باشد.^۱

ج. برقراری ارتباط و تعامل با شرکت‌های انتشاراتی بزرگ دنیا

یکی از فرصت‌های پیش روی کشور و دانشگاه‌ها این است که با شرکت‌ها و ناشران بزرگ دانشگاهی و غیر دانشگاهی - هم‌چون وایلی^۲، پالگریو^۳، اسپرینگر^۴، سیج^۵ - و سایر ناشرانی که از چاپ کتاب‌های اسلامی استقبال می‌کنند، وارد مذاکره و تفاهم نامه شده و از آن طریق اقدام به چاپ کتاب‌ها شود.

یک مزیت ممتاز این روش این است که محتواها به وسیله متخصصان و دانشمندان ایرانی تهیه شده و چاپ و نشر و توزیع آن به زبان انگلیسی با توجه به بازار گسترده‌ای که شرکت‌های انتشاراتی دارند، از طریق آن‌ها صورت خواهد گرفت و این اقدام، هم به نفع شرکت‌های انتشاراتی و هم دانشگاه‌های کشور خواهد بود.

د. فعالیت ناشرین المللی در فضای مجازی

ممکن است برای سازمان‌های فرهنگی و دانشگاهی ایران این امکان وجود داشته باشد که اقدام به راه‌اندازی شرکت‌های نشر بین المللی کرده و به طور ویژه به اشاعه فرهنگ دینی از طریق کتاب‌های مختلف بپردازند.

۱. ر. ک: مقام معظم رهبری، دیدار با شرکت‌کنندگان در هفتمین همایش ملی نخبگان جوان، ۱۷ مهر ۱۳۹۲.

2. Wiley
3. Palgrave
4. Springer
5. Sage

چالش‌ها و راهکارهای بهره‌برداری از ظرفیت‌های فضای مجازی در ... / ۱۶۹

م. ترجمه کتب شاخص و کتاب‌های مهم شیعه به فارسی و لاتین.

ترجمه کتاب‌های مهم شیعه - هم‌چون تفاسیر «تسنیم» و «المیزان» - و سایر کتاب‌های دینی که می‌تواند برای دیگران کاربردی و کلیدی باشد، یکی از ضروریاتی است که باید به آن برای اشاعه علوم درجه اول و پایه‌ای اقدام کرد.

ی. ایجاد محتوایی متناسب با ابزار قابل استفاده در فضای مجازی از لحاظ

حجم، زبان و میزان عمق و سن مخاطب

نیاز است محتوایی متناسب با انواع شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌ای، تالارهای گفتگو و دیگر ابزارهای فضای مجازی طراحی و تولید شود تا اثرگذاری را به حداکثر رسانده و جامعیت شبکه اشاعه مفاهیم را نیز گسترش داده و تمام افراد جامعه را با سلیقه‌ها و علایق متفاوت با این مفاهیم درگیر شوند.

۲. راهبردهای بهره‌برداری از ظرفیت‌های فضای مجازی در آموزش دین

- بهره‌برداری از سامانه‌ها و زیرساخت‌های جهانی

امروزه زیرساخت‌های زیادی در فضای مجازی وجود دارند که می‌توان آزادانه مفاهیم و محتواهای دیجیتال مرتبط با تبلیغ دین را در آن‌ها قرار داده و سهمی در تبلیغ و اشاعه دین داشت که از عمده‌ترین این سامانه‌ها می‌توان موارد زیر را نام برد:

ا. شبکه‌های اجتماعی فیلم‌محور

در شبکه‌های اجتماعی فیلم‌محور، زبان برقراری ارتباط و سخن گفتن، فیلم و ویدئو است؛ در این شبکه‌ها - مثل یوتیوب^۱، وی‌منو^۲، واین^۳، دیلی موشن^۴، آپارات^۵ - می‌توان

-
1. Youtube
 2. Vimeo
 3. Wine
 4. Dailymotion
 5. Aparat

از طریق قرار دادن فیلم‌های آموزشی و کلیپ‌های دیجیتالی مرتبط با تبلیغ و آموزش، مفاهیم اسلام را به طور عمومی برای همه مخاطبان به زبان‌های مختلف اشاعه و گسترش داد.

به عنوان نمونه؛ یوتیوب شرایطی فراهم کرده است که دسترسی غالب مخاطبان از سراسر دنیا به این سایت وجود داشته باشد؛ لذا می‌تواند به عنوان یک سایت مهم برای تبلیغ و اشاعه محتوای دینی مد نظر قرار بگیرد. وی‌مئو نیز مانند یوتیوب بوده و ممکن است برخی از مخاطبان خاص دیگر که کمتر به یوتیوب مراجعه می‌کنند را هدف قرار دهد.

ب. شبکه‌های اجتماعی تصویرمحور

توجه به آموزش و اشاعه مفاهیم دینی از شبکه‌های اجتماعی تصویرمحور هم‌چون- اینستاگرام^۱- نیز ممکن است؛ این شبکه که عمدتاً در بستر تلفن‌های همراه فعالیت می‌کند؛ می‌توان از آن به زبان‌های مختلف برای اشاعه آموزه‌های دینی در قالب تصویر، متن و ویدئو استفاده کرد.

مزیت این شبکه دسترسی تعداد بیشتری از مخاطبان فضای مجازی به دلیل کار با اینترنت است.

ج. شبکه‌های اجتماعی متن‌محور

در این نوع شبکه‌ها کاربران بیشتر از متن برای برقراری ارتباط با دیگران استفاده می‌کنند؛ گوگل پلاس^۲ و فیس بوک^۳ از مشهورترین شبکه‌های اجتماعی متن‌محور هستند. استفاده از چنین شبکه‌هایی با مخاطب بالا و محوریت متن، امکان انتقال

-
1. Instagram
 2. Google Plus
 3. Facebook

بسیاری از محتواهای دینی و تبیین آموزه‌های دین و گفتمان‌سازی این آموزه‌ها و مفاهیم را آسان خواهد کرد؛ ضمن آن‌که قابلیت شبکه‌سازی با طیف وسیعی از مخاطبان در سطح جهانی فراهم می‌شود.

د. شبکه‌های اجتماعی موضوع محور

آنچه بیش از هر چیزی به ارتباط در این نوع شبکه جهت می‌دهد، موضوع شبکه است؛ یعنی مهم نیست که کاربران از چه ابزاری برای برقراری ارتباط استفاده می‌کنند، بلکه موضوع مورد بحث اهمیت دارد.

این نوع از شبکه‌های اجتماعی بیشترین تنوع را دارند؛ برای مثال موضوعاتی مانند: کاریابی، تجارت و همکلاسی‌های قدیمی هر یک - حداقل - شبکه‌ای اجتماعی را به خود اختصاص داده‌اند که شبکه‌هایی از جمله لینکدین^۱، کلاسمیت^۲، داگاستر^۳ و تلگرام^۴ از این قبیل هستند.

ایجاد شبکه‌های موضوعی با محوریت مسائل مختلف دینی و متناسب با علائق و سلیقه‌های مختلف و نیاز افراد، تأثیر بسیاری در نشر مفاهیم دینی خواهد داشت.

ی. شبکه‌های اجتماعی مخاطب محور و طاقات فرهنگی

مخاطب، مهم‌ترین دلیل به وجود آمدن این نوع شبکه‌ها است که شبکه اجتماعی «نی نی فیس» با محور کودک و «امپرس» با محوریت زنان از جمله این شبکه‌ها هستند.

همان‌طور که بیان شد، توجه به نیازهای مخاطب و ارائه محتوا متناسب با آن نیازها از جمله مهم‌ترین نکاتی است که باید به آن توجه کرد؛ لذا ایجاد شبکه‌های

-
1. LinkedIn
 2. Classmate
 3. Dagaster
 4. Telegram

مخاطب محور دینی و ارائه آموزه‌های دینی متناسب با آن قشر از مخاطب، می‌تواند قدم مهمی در پاسخگویی هدفمند به نیازهای کاربران باشد.

۳. انجمن‌ها و تالارهای گفتگو

انجمن‌هایی است که در آن کاربران در مورد موضوع خاصی به صورت تخصصی و یا عمومی به تبادل اطلاعات می‌پردازند. کاربران در انجمن‌ها مانند شبکه‌های اجتماعی، ارتباط برخط میان فردی صوتی و تصویری ندارند و نمی‌توانند برای یکدیگر عکس، فیلم و یا هرچیز دیگری غیر از متن ارسال نمایند؛ بلکه تنها می‌توانند در مورد موضوع خاصی در اتاقی عمومی به بحث و تبادل اطلاعات بپردازند.

وجود انجمن‌هایی با محوریت مباحث دینی و اسلامی، شبهات روز، پرسش و پاسخ و تبیین معارف و مفاهیم دینی با نظارت مدیر انجمن آگاه و مطلع نسبت به این مسائل، می‌تواند بسیاری از سؤالات و شبهات را به صورت مستند و مستدل پاسخ دهد و مفاهیم و موضوعات مختلف را تبیین کند.

۴. بهره‌برداری از سامانه‌های آموزش مجازی و آموزش باز در دنیا

شاید بتوان یکی از اولین سایت‌ها و دانشگاه‌های فعال در تبلیغ و اشاعه آموزش مجازی را دانشگاه MIT^۱ نام برد؛ اما بعد از آن، دانشگاه Yale^۲ مشغول به کار شد و فایل‌ها و ویدئوهای ضبط شده از کلاس‌ها و دوره‌های علمی خود را در این سایت‌ها بارگذاری کرده و در اختیار کاربران قرار دادند. این خدمت به تدریج در بسیاری از دانشگاه‌های دیگر در سایر کشورها- از جمله ایران- راه‌اندازی شد؛ اما پس از گذشت مدتی از فعالیت در این حوزه، سایت‌هایی هم‌چون Udemey^۳،

-
1. <https://ocw.mit.edu>
 2. <https://open.yale.edu>
 3. <https://www.udemy.com>

چالش‌ها و راهکارهای بهره‌برداری از ظرفیت‌های فضای مجازی در ... / ۱۷۳

1 Coursera، 2 Edx، 3 Khan Academy وارد عرصه آموزش‌های مجازی شدند. در این میان، Coursera و Edx از طریق دانشگاه‌های برتر جهان به ارائه محتوای آموزشی خود می‌پردازند؛ جالب این‌جاست هنگامی که واژه Islam و یا Islamic جستجو می‌شود، به حداقل دوره آموزشی و ویدئو در Coursera و Edx می‌رسیم و این به این معناست که از فرصت‌های این وب‌سایت‌ها- به خوبی- استفاده نشده است؛ اما وب‌سایت‌هایی همچون Udemy فرصت راحت‌تری را در اختیار قرار می‌دهند تا بتوان با آپلود کردن ویدئوهای آموزشی و محتوای دیجیتال در تبلیغ و اشاعه مفاهیم تخصصی اسلامی نقش برجسته‌ای داشت.

در هر صورت می‌توان در حوزه جنین‌شناسی اسلامی، اقتصاد اسلامی، مدیریت اسلامی، فرهنگ و ارتباطات اسلامی، فلسفه فضای مجازی از دیدگاه اسلام، خانواده از نگاه اسلام و موارد متعدد دیگر را از طریق این وب‌سایت‌ها منتشر کرد. مزیت این سایت‌ها نسبت به یوتیوب این است که مخاطبان این سایت‌ها- عمدتاً- دانشجویان و متخصصان دانشگاهی بوده و می‌توان به تبلیغ و اشاعه مفاهیم دینی از طریق این سایت‌ها برای جهانیان پرداخت؛ البته بهره‌برداری از این پلت‌فرم‌ها و زیرساخت‌ها برای کشور ایران که در تحریم است، می‌تواند فرصت خوبی برای تبلیغ و اشاعه علوم دینی باشد.

۵. طراحی وب‌سایت و سامانه‌های آموزشی در تراز جهانی

راه دیگر این است که اقدام به طراحی سامانه‌ها و وب‌سایت‌هایی شود که پاسخگوی نیازهای علوم دینی به سامانه‌های آموزشی باشد؛ البته در حوزه زبان فارسی برای

-
1. <https://www.coursera.org>
 2. <https://www.edx.org>
 3. <https://www.khanacademy.org>

آموزش‌های مجازی- هم به صورت ترکیبی و هم به صورت آموزش باز^۱- موارد مشابهی وجود دارد، اما این سایت‌ها هنوز به طور جدی به عرصه جهانی و تبلیغات جهانی دین وارد نشده‌اند و عمدتاً موضوعات تخصصی را منتقل می‌کنند که از این سایت‌ها می‌توان به مکتب‌خونه، ویدرس و فرادرس اشاره کرد.

به عنوان نمونه؛ سایت ویدرس رسالت خود را در تولید آموزش‌های دینی و مذهبی برای جهانیان قرار داده و در حال حاضر به ارائه دروس مذهبی و دانشگاهی می‌پردازد تا از این طریق پیوند بین حوزه و دانشگاه نیز تقویت شود؛ البته این سامانه‌ها باید تقویت شوند تا بتوان محتوا و مفاهیم دینی را در این سامانه‌ها برای کشورهای دنیا عرضه کرد.

۶. طراحی بازی‌های رایانه‌ای

یکی دیگر از ظرفیت‌های فضای مجازی که می‌توان از آن برای آموزش محتوای دینی استفاده کرد، استفاده از طراحی و راه‌اندازی بازی‌های رایانه‌ای است. امروزه بازی‌های رایانه‌ای نقش مهمی هم در سرگرمی و هم در آموزش کودکان، نوجوانان و حتی افرادی بارده سنی بالاتر ایفا می‌کنند.

طراحی داستان‌های قرآنی، آموزش‌های علمی و اسلامی در بازی‌های رایانه‌ای به زبان‌های رایج دنیا و عرضه آن در فضای مجازی می‌تواند فرصت مناسبی برای اشاعه محتوای دینی و اسلامی باشد.

همان‌طور که در دانشگاه‌ها آموزش از طریق بازی‌های رایانه‌ای دنبال می‌شود، شایسته است برخی از مفاهیم دینی- به ویژه داستان‌های قرآنی و مفاهیم رساله‌های عملیه- از طریق بازی‌ها منتشر شود.

۷. تمرکز بر همه محتواهای دیجیتال

برای آموزش نباید تمامی محتواهای دیجیتال را به ویدئو خلاصه کرد؛ بلکه این آموزش می‌تواند از طریق تصاویر، پادکست یا صوت از طریق متن و یا سایر موارد دنبال شود. آموزش مفاهیم و اشاعه مفاهیم اسلامی در سطح دنیا می‌تواند از طریق طراحی دایرةالمعارف بزرگ و برخط برای جهانیان معرفی شود؛ هم‌چنین می‌توان به تولید محتواهای متنی در شبکه‌های اجتماعی - هم‌چون فیس‌بوک و توییتر - اقدام کرد و این دانش را از طریق شبکه‌های اجتماعی گسترش داد و در بین مردم توزیع کرد.

۸. پاسخگویی به شبهات

یکی دیگر از ظرفیت‌های تبلیغ فضای مجازی، راه‌اندازی سامانه‌ها و سیستم‌های اطلاعاتی به منظور پاسخگویی به شبهات فارسی‌زبانان و سایر زبان‌های دنیاست. این فرصت شرایطی را برای گفتگو و تعامل مسلمانان با هم فراهم کرده و به وسیله این ابزار می‌توان دانش اسلامی را از طریق متخصصان و کارشناسان داخلی به دنیا منتقل کرد. فعالیت در آموزش و تبلیغ دین از طریق فضای مجازی نیازمند پیش‌نیازهایی هم‌چون زبان تخصصی، دانش کافی در آن زمینه و حوزه فعالیت و شناخت و آشنایی با سیستم‌های رایانه‌ای است. با توجه به این‌که شبکه‌های اجتماعی از طریق برنامه‌هایی مانند Skype شرایطی را برای انتقال تصویر و ویدئو و حضور آنلاین فراهم می‌کند، می‌تواند به عنوان گزینه‌ای مورد توجه باشد. توجه به وبینارها^۱ و ویدئو کنفرانس‌ها نیز می‌تواند با ایجاد ارتباط با دیگر دانشگاه‌ها و مراکز علمی داخلی و خارجی - از طریق فضای مجازی - به ارتقای سطح علمی این مراکز کمک کند.

۹. پذیرش دانشجوی مجازی

از این مطلب نباید غافل بود که همانند سامانه‌های Edx و Corsera و سایر سامانه‌هایی که دانشگاه‌های دنیا راه انداخته‌اند، در دانشگاه‌های کشور به صورت مجازی در حوزه‌های تخصصی دینی دانشجو پذیرفته و از طریق فضای مجازی، بدون این‌که در ایران حضور داشته باشند مفاهیم اسلامی، دینی و تخصصی خود را به آن‌ها منتقل کرد.

در این حالت علاوه بر توسعه آموزش، نقش تربیت اسلامی دانشگاه‌ها نیز پُررنگ شده و خود آن افراد می‌توانند به نوعی مبلغ اسلام در سراسر دنیا باشند؛ البته در تحقق و اجرایی شدن این راهبرد، همکاری بین دانشگاه‌ها و حوزه‌های علمیه نیز ضروری است.

۱۰. ایجاد شبکه تبلیغی و هماهنگی مبلغین در سطح جهان

فضای مجازی این امکان را فراهم می‌کند تا بتوان مبلغین دینی در سراسر جهان را مدیریت کرده و شبکه تبلیغی متشکل از مبلغین اسلامی را ایجاد کرد. از مزیت‌های چنین شبکه‌ای به امکان رصد جهانی حضور مبلغین، تشخیص نقاط نیازمند به مبلغ، آشنایی مبلغین دینی سراسر جهان با یکدیگر و امکان پرسش و پاسخ و در تبادل تجربیات می‌توان اشاره کرد.

علاوه بر شبکه‌سازی و رصد فعالیت‌های مبلغین در سرتاسر جهان، وجود چنین شبکه‌ای این قابلیت را دارد که در ارتقای نرم افزاری و محتوایی مبلغین نقش بسزایی ایفا کند و مرجعی جهت پاسخگویی به سؤالات و مشکلات پیش آمده برای آن‌ها بوده و محتواهای مناسب را نیز به آن‌ها منتقل کند.

نتیجه‌گیری

در این پژوهش و در ابتدا، پس از بیان ظرفیت‌های فضای مجازی و علی‌رغم توصیه‌های مقام معظم رهبری، عدم استفاده مکفی در داخل - از این ظرفیت‌ها - و برخی چالش‌ها بررسی شد و راهکارهایی برای برون‌رفت از این چالش‌ها ارائه شد.

عدم وجود نیازسنجی و بی‌توجهی به موارد دیجیتال‌ی نشده علوم دینی از مهم‌ترین چالش‌هایی است که راهکارهایی برای دیجیتال‌ی کردن محتواها بیان شد و در ادامه به راهبردهای بهره‌برداری از فضای مجازی اشاره شد که می‌توان توجه به شبکه‌های اجتماعی، سامانه‌های مدیریت یادگیری را در اولویت قرار داد.

فضای مجازی روزبه روز در حال گسترش بوده و هر ساله کشورهای اسلامی بیشتری از ظرفیت‌های این فضا استفاده می‌کنند تا جایی که این کشورها و سایر کشورهای جهانی می‌توانند بازارهای جدیدی برای تبلیغ و اشاعه دین محسوب شوند؛ لذا توجه به حوزه‌های مختلف مطالعاتی جهت بهره‌برداری از فضای مجازی برای تبلیغ و اشاعه دین می‌تواند به عنوان اولویت‌های پژوهشی دانشگاه‌ها - به ویژه دانشگاه‌های مجازی کشور - قرار گیرد.

بیان این نکته نیز لازم است که نباید فضای مجازی بر فضای حقیقی ترجیح داده شود؛ بلکه با رویکرد دوفضایی همواره باید به عنوان مکمل، به این دو فضا نگاه کرد.

فهرست منابع

۱. تارنمای مقام معظم رهبری، به نشانی: <http://farsi.khamenei.ir>
۲. آسیابی، محمد (۱۳۸۸). فناوری، فرهنگ و تمدن. نامه پژوهش فرهنگی. سال ۱۰. دوره ۳. شماره ۸ (پیاپی ۴۰): ۹۴-۶۱.
۳. بنی‌اسد، رضا. (۱۳۹۵ الف). خیر مجازی: راهبردهای تحقق خیر فردی و خیر اجتماعی در فضای مجازی. همایش ملی خیر ماندگار، مطالعه و ارزیابی امور خیر در ایران.
۴. بنی‌اسد، رضا. (۱۳۹۵ ب). زمینه‌های تحقق گناهان کبیره در فضای مجازی: ارائه الگوی سه فضایی (ذهنی، فیزیکی و مجازی). سومین همایش ملی فضای مجازی پاک. قم: دفتر تبلیغات اسلامی.
۵. عاملی، سید سعیدرضا (۱۳۹۰). رویکرد دوفضایی به آسیب‌ها، جرائم، قوانین و سیاست‌های فضای مجازی. تهران، انتشارات امیرکبیر.
۶. مرکز ملی فضای مجازی (۱۳۹۵). حقیقت مجازی. تهران، مرکز ملی فضای مجازی: <http://majazi.ir/page/virtual-reality>
۷. هاروی، دونا. (۱۳۸۶). مانیفست سایبرگ: فمینیسم در روابط اجتماعی علم و فناوری. ترجمه امین قضایی. تهران: انتشارات گل‌آذین.

8. Gibson, W. J and Brown, A (2009). **Working with Qualitative Data**. London: Thousand Oaks, Calif: SAGE.
9. Casey, Cheryl (2006). **Virtual Ritual, Real Faith: The Revirtualization of Religious Ritual in Cyberspace**. Online-Journal of Religions on the Internet. Vol. 2 (1).