به نام خدا

پيش‌بيني الزامات پيش‌رو در طراحي الگو براي آموزش ديني در فضاي سايبر

طراحي الگوي آموزش تابع چهار متغيّر اصلي آموزش است:

1. آموزش‌دهنده
2. آموزش‌گيرنده
3. ابزار ارتباط آموزشي
4. محتواي آموزشي

با ملاحظه اين چهار متغيّر مي‌توان «برنامه آموزش» را تنظيم نموده و «سازماني» را كه بايد آموزش را مديريت نمايد طراحي نمود.

در موضوع مورد نظر اين نوشته «ابزار» در نظر گرفته شده براي آموزش «اينترنت» است و محتواي آموزشي، هر مطلبي است كه تحت عنوان «ديني» قرار بگيرد. محتواي «ديني» مي‌تواند شامل زيرمجموعه‌‌هايي باشد:

1. اعتقاد و باورهاي ديني (كلام، عقايد)
2. دستورات ديني (احكام، فقه)
3. رفتارهاي ديني (تربيت، اخلاق، عرفان عملي)

هر كدام از سه نوع محتواي ذكر شده نيز مي‌تواند بر اساس اقشار آموزش‌گيرنده در سه دسته طبقه‌بندي شود:

1. محتواي تخصّصي: آن آموزش‌هايي كه فقط براي متخصّصين (مانند طلاّب) قابل استفاده است.
2. محتواي خاصّ: هر مطلبي كه قشر خاصّي از جامعه را هدف گرفته است (مثلاً احكام سفر براي رانندگان بين‌شهري)
3. محتواي عمومي: محتوايي كه مصرف عمومي دارد و براي همگان كاربرد دارد.

بنابراين آموزش‌گيرنده‌ها را مي‌توان اين‏گونه تقسيم كرد:

1. متخصّصين علوم ديني: كساني كه اساساً براي دريافت آموزه‌هاي ديني تلاش مي‏كنند.
2. اقشار خاصّ: كساني كه به دليل «شغل»، «سن»، «تحصيلات» يا «موقعيت جغرافيايي» نيازمند دريافت بخش خاصّي از آموزش‌هاي ديني هستند.
3. عموم جامعه: تمام كساني كه قصد دين‌‌داري دارند و باري افزودن اطلاعات ديني خود حاضر به دريافت آموزش‌هاي ديني باشند.

گروه دوم، اقشار خاصّ، بر اساس چهار گزينه طبقه‌بندي مي‌شوند:

1. شغل: كارمندان، بازاريان، كشاورزان و دامداران، مسئولان سياسي، متوليان فرهنگ و…
2. سن: كودكان، جوانان، سالمندان و…
3. تحصيلات: پيش‌دبستاني، دبستان، راهنمايي، دبيرستاني، دانشجو، طلبه و…
4. موقعيت جغرافيايي: مناطق شيعه، مناطق سني، مناطق كردنشين، مناطق بلوچ و…

در يك نگاه شامل‌تر، مي‌توان پيروان ساير مكاتب الهي يا غيرالهي را نيز داخل در مخاطبين قرار داد و گزينه‌هايي براي طبقه‌بندي آنان بر اين تقسيم افزود.

ابزار پيش‌رو براي ارتباط «اينترنت» است كه بر اساس زيرساخت‌هاي تعريف قابليت ارائه سه نوع خدمات را دارد كه هر كدام از آن‏ها مي‌تواند نقشي را در آموزش ديني بر عهده بگيرد:

1. اطلاع‌رساني: ارائه اطلاعات يك‌سويه
2. ارتباط‌دهي: تماس كتبي، صوتي يا تصويري، هم‌زمان (زنده) يا غيرهم‌زمان
3. دوركاري: تعريف گردش كار بين ايستگاه‌هاي كاري و پياده‌سازي از طريق اينترنت

از اين رو، در يك نگاه اجمالي مي‌توان اجزاي متغيّرهاي اصلي آموزش ديني در فضاي سايبر را به ترتيب ذيل ملاحظه نمود:

1. آموزش‌گيرنده
   1. متخصصان علوم ديني
   2. اقشار خاصّ
      1. بر اساس شغل و كار
      2. بر اساس سن
      3. بر اساس تحصيلات
      4. بر اساس موقعيت جغرافيايي
   3. عموم جامعه
2. ابزار ارتباط آموزشي
   1. اطلاع‌رساني
   2. ارتباط‌دهي
      1. مكتوب
         1. هم‌زمان: چت متني
         2. غيرهم‌‌زمان: ايميل
      2. صوتي
         1. هم‌زمان: چت صوتي
            1. يك به يك
            2. يه به چند
         2. غيرهم‌‌زمان: پيام‌‌رسان صوتي (پادكست)
      3. تصويري
         1. هم‌زمان: تله‌كنفرانس
         2. غيرهم‌زمان: پيام‌رسان تصويري
   3. دوركاري
      1. سامانه‌هاي آموزشي مبتني بر پيش‌تعيين وظايف و تكاليف استاد و شاگرد
3. محتواي آموزشي
   1. اعتقاد و باورهاي ديني (كلام، عقايد)
      1. تخصّصي
      2. خاصّ
      3. عمومي
   2. دستورات ديني (احكام، فقه)
      1. تخصّصي
      2. خاصّ
      3. عمومي
   3. رفتارهاي ديني (تربيت، اخلاق)
      1. تخصّصي
      2. خاصّ
      3. عمومي

البته شايد بتوان اقسامي نيز براي «آموزش‌دهنده» ذكر كرد، امّا به نظر نمي‌رسد در الگوي پيشنهادي ما تأثيري داشته باشد.

در نهايت ما با يك جدول سه‌‌بعدي مواجه خواهيم شد كه از تركيب اجزاي سه متغيّر از چهار متغيّر اصلي پديد آمده است. هر خانه از اين جدول مي‌تواند بيان‌گر الگوي منحصر به فردي در آموزش ديني باشد.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| محتواي آموزشي | | | اعتقاد و باورهاي ديني | دستورات ديني | رفتارهاي ديني |
| آموزش‌گيرنده | متخصصان علوم ديني | | 1… | 2… | 3… |
| اقشار خاص | بر اساس شغل و كار | 4… | 5… | 6… |
| بر اساس سن | 7… | 8… | 9… |
| بر اساس تحصيلات | 10… | 11… | 12… |
| بر اساس موقعيت جغرافيايي | 13… | 14… | 15… |
| عمومي | | 16… | 17… | 18… |
| ابزار آموزشي | اطلاع‌رساني | | 1… | … | … |
| ارتباطي | مكتوب | 2… | … | … |
| صوتي | 3… | … | … |
| تصويري | 4… | … | … |
| دوركاري | | 5… | … | … |

بخش سوّم و پاييني جدول در حقيقت بعد سوّم جدول بوده و با تمام 18 خانه فوقاني تركيب مي‌شود و در نهايت جدولي از «وضعيت‌‌هاي آموزش سايبري» ارائه مي‌نمايد كه شامل 90 خانه خواهد بود. هر «وضعيت» از تركيب سه متغيّر «محتواي آموزشي»، «هويّت آموزش‌گيرنده» و «نوع ابزار آموزشي» پديد آمده است. به عنوان مثال يكي از گزينه‌هاي «وضعيت» اين‌چنين خواهد بود:

الگوهاي آموزش «اعتقاد و باورهاي ديني» به «عموم جامعه» از طريق «اطلاع‌‌رساني» اينترنتي

دو نكته در پايان قابل ذكر است:

1. آن‏چه بايد در طراحي الگو اتفاق افتد، تنظيم «برنامه آموزشي» و طراحي «سازماني» است كه عهده‌دار اين آموزش باشد. محتواي آموزشي در ضمن برنامه آموزشي تدوين خواهد شد و سازمان مذكور پس از تشكيل اجراي برنامه را بر عهده خواهد گرفت.
2. وضعيت‌هاي حاصله از آموزش‌گيرنده‌ها بسيار فراتر از سرفصل‌هايي است كه ذكر شده است. قطعاً طبقه‌بندي مخاطبين بر اساس شغل، تحصيلات يا منطقه جغرافيايي نيازمند مطالعاتي ميداني و پيمايشي است. نتايج حاصله از اين مطالعات مي‌تواند تحليل «وضعيت»ها را ممكن سازد و مقدمه‌اي براي طراحي الگوهاي پيشنهادي باشد.

سيدمهدي موشَّح ـ 19/6/1390