



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

زمان چاپ: ۱۴۰۲/۰۴/۲۰

شماره مجوز مجله: ۸۰۴۰۰

## تحلیل و بررسی وجوه تاثیر گذاری محیط سایبر و عصر مجازی بر شبهات دینی دانش آموزان

امیررضا نجفوند دریکوندی<sup>۱</sup>، آریتا زنگنه<sup>۲</sup>، امیرحسین نجفوند دریکوندی<sup>۳</sup>، پوریا میری<sup>۴</sup>، رضا یاوریان<sup>۵</sup>

۱- دانشجوی کارشناسی پیوسته رشته آموزش ابتدایی دانشگاه فرهنگیان امام رضا (ع) اندیمشک

۲- دکتری جامعه شناسی سیاسی

۳- دانشجوی کارشناسی پیوسته رشته آموزش ابتدایی دانشگاه فرهنگیان امام رضا (ع) اندیمشک

۴- دانشجوی کارشناسی پیوسته رشته آموزش ابتدایی دانشگاه فرهنگیان امام رضا (ع) اندیمشک

۵- دانشجوی کارشناسی پیوسته رشته امور تربیتی دانشگاه فرهنگیان امام رضا (ع) اندیمشک

[Najafvand1380@gmail.com](mailto:Najafvand1380@gmail.com)

### چکیده

هدف از این پژوهش بررسی تاثیرات محیط سایبر و عصر مجازی بر شبهات دینی دانش آموزان می باشد. در این راستا، ابتدا به تعریف شبهات دینی و عوامل مؤثر در شکل گیری آن‌ها پرداخته شده است. سپس با توجه به گسترش فضای مجازی و افزایش استفاده از این فضا توسط جامعه، نحوه تأثیرگذاری آن بر شبهات دینی دانش آموزان بررسی شده است. روش تحقیق در این پژوهش به صورت توصیفی-تحلیلی از نوع کیفی است و روش گردآوری داده ها به صورت کتابخانه ای است که از منابع مدون شامل کتابها، رساله ها و مقالات استفاده شده است. نتایج نشان داده است که محتوای درسی و نظام آموزش می تواند تأثیر قابل توجهی در شکل گیری شبهات دینی داشته باشد. همچنین، فضای مجازی نقش مؤثری در تأثیرگذاری بر شبهات دینی دانش آموزان ایفا می کند. به عنوان مثال، اطلاعات نادرست و گمراه کننده در فضای مجازی ممکن است باعث افزایش شبهات دینی شود. بسط و دامنه فزاینده و روز افزون شبکه فراگیر اینترنت در تمام شئون زندگی انسان بویژه نفوذ و حضور فعال این شبکه در درون خانه ها که با تحت تاثیر قرار دادن افکار و اذهان ساکنان آنها به وضوح مشاهده می شود، موجب شده است، تا زمینه مشارکت مردم در بهره گیری از تجربه و ظرفیت های گروه های مختلف اجتماعی فراهم آید.

**کلمات کلیدی:** دانش آموزان، فضای مجازی، محیط سایبر، شبهات دینی

### ۱- مقدمه

در عصر حاضر، با پیشرفت فناوری و انتشار اینترنت، محیط سایبر و عصر مجازی به یکی از مهم ترین بخش های زندگی افراد تبدیل شده است. در این محیط، دانش آموزان نیز به صورت گسترده با شبهات دینی مواجه هستند. بسیاری از دانش آموزان در این محیط، با تعارض بین شبهات دینی و فضای سایبر روبرو می شوند که ممکن است منجر به تغییر نگرش و باورهای دینی آن‌ها شود. در این مقاله، به بررسی و تحلیل وجوه تاثیر گذاری محیط سایبر و عصر مجازی بر شبهات دینی دانش آموزان



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

پرداخته خواهد شد. همچنین، راهکارهای مناسب جهت کاستن اثرات منفی این محیط بر شبهات دینی دانش آموزان نقد و برسیدگی خواهد شد.

ما در حال حاضر پس از عبور از عصر اطلاعات و ارتباطات وارد دنیای مجازی شده ایم. در این عصر، فضای مجازی به عنوان یکی از جدیدترین ابزار تبلیغ دینی در یک محیط پر مخاطب و مملو از کاربران جستجوگر مدرن، امکان انتقال آموزه ها و مفاهیم دینی را فراهم ساخته است. این فضا به گونه ای است که امکان ارسال و انتقال پیامهای دینی را از روش و سبک سنتی به شیوه های نوین مدرن ارتباطی مهیا ساخته است (قرآن کریم).

اینترنت موقعیت و عرصه ای را برای عرضه و تقاضا و ارتباطات دوسویه اطلاعات و برقراری ارتباط بوجود آورده است که در این میان، هر کشوری از تکنولوژی برتر ارتباطات و نیز محتوای غنی و انبوه برخوردار باشد، بیشتر می تواند به عنوان کشوری قدرتمند در فضای مجازی تأثیر گذار گردد. به همین خاطر برای حضور قوی و فعال در این فضا می بایست هم در دستیابی و سهل الوصول کردن فناوریهای ارتباطی گامهای جدی برداشت و هم با برنامه ریزی اصولی و کارآمد از طریق غنا بخشی به محتویات و مفاهیم دینی و نیز انبوه سازی آن در قالبهای متفاوت، نوین و جذاب برای حضور پر رنگ تر و تأثیرگذارتر بر مخاطبان و کاربران اقدامات شایسته و بایسته انجام داد. فضای مجازی بستری است که در آن ضمن اینکه ذخیره، نگهداری و نقل و انتقال این اطلاعات و داده ها، بسیار ارزانتر و ساده تر انجام می شود، بلکه دامنه و وسعت فراگیری و بهره مند سازی کاربران از سلائق و عقاید متکثر و اقوام و ملل مختلف در گستره جهانی نیز بسیار فراگیرتر و وسیع تر می باشد. به همین خاطر با توجه به آمار نسبتاً مناسب کاربرانی که به دنبال اطلاعات معنوی و مذهبی هستند، رشد روز افزون فناوری اطلاعات زمینه ی بسیار خوبی را فراهم کرده که در قالب آن، جستجوگران در حوزه دین پژوهی و کاربران دسترسی آسان تر و سریع تری به اطلاعات خواهند داشت (قرآن کریم).

امروزه اینترنت، فضا و موقعیتی را در عرصه فن آوری و اطلاعات در جهان کنونی ایجاد نموده، که به هیچ عنوان توجیهی برای چشم پوشی و نادیده انگاشتن آن وجود ندارد. گسترش روز افزون و همه جانبه و نیز حضور بسیار فراگیر آن در تمام زوایای پنهان و آشکار جوامع انسانی موجب شده، تا از آن برای تبادل اطلاعات و انتقال مفاهیم و محتوای هدفمند، بهره گیری شود. توسعه لحظه به لحظه حوزه نفوذ آن در تمام ابعاد جامعه بشری و افزایش کمی تعداد کاربران آن در مقیاس وسیع، موجب شده است، تا عصر حاضر را عصر مجازی بنامند. انباشت اطلاعات در اینترنت که به مرحله انفجار نزدیک شده است و وجود محتوا و مطالب برای هر سلیقه و ذوقی از هر قشر و صنف، در مقاطع سنی مختلف از کودک گرفته، تا افراد مسن و نیز سهل الوصول بودن و دسترسی آسان به اطلاعات و ارزانی و سادگی در برقراری ارتباط با کاربران از هر فکر و عقیده و مذهب و ... موجب شده تا نوع جدیدی از مفاهیم ارتباط و تعامل بین اقوام و جوامع مختلف بشری در این فضای مجازی شکل گیرد. همواره باید این نکته اساسی را مد نظر قرار دهیم که فضای مجازی، یک فضای رقابتی و عرضه و تقاضا بوده و تولید اطلاعات مربوط به دین و دیگر اطلاعاتی را که ضدیت و مخالفت آشکار با ادیان دارد، بعنوان یک ابزار دو سویه یکجا با هم عرضه می کند. این جاست که کاربران با آزادی عمل و اختیار کامل به انتخاب و گزینش محتویات و اطلاعات می پردازند. در نتیجه کاربر اطلاعاتی را برمیگزیند که قرابت یا نزدیکی بیشتری با نظرات و سلائق او دارد. در این فضا صرف انبوه سازی اطلاعات کاربردی ندارد، بلکه اطلاعاتی که با در نظر گرفتن سلیقه کاربر و با برنامه ریزی صحیح بر اساس اصول علمی و مخاطب شناسی در نظر گرفته می شود و از قوت استدلال علمی و عقلی و نیز جاذبه های مناسب روز برخوردار می باشد، می تواند تا حدی موجب رضایت مخاطبان را فراهم آورده و تأثیر بسزایی بر آنها داشته باشد (بذرافشان، ۱۳۹۲).



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

## ۲- چارچوب نظری پژوهش

ارتباطات بشرامروز، همزمان با آغاز قرن بیستویکم، به شکل نوین و بسیار پیچیده ای آغاز شده است. گسترش روزافزون ارتباطات در محیط مجازی در عرصه ارتباطی جدید و ظهور اشکال سه بعدی در انتقال مفاهیم و ارتباطات، زمینه هایی هستند که نگاه جدیدی را در این خصوص می طلبد. امروزه با کوهی از اطلاعات مواجه هستیم. از طرفی اشکال نوین ارتباطی با عناوین وب ۲ و ۳ و ۴ در پیش روی ماست که در این فضای مجازی بیش از آنچه که کاربر بخواهد و انتظار و ظرفیت آن را داشته باشد، اطلاعات در اختیار اوست. این اطلاعات، شامل دانش و آگاهی معادل توانایی انسان و بزرگترین سرمایه سازگاری او با دنیای جدید است. در حال حاضر وجود میلیون ها سایت و وبلاگ ها و.. در فضای مجازی که به مثابه درگاههای ارائه اطلاعات و پایگاههای آموزشی فرهنگی اجتماعی و.. در محیط اینترنت هستند، مانند یک مرکزآموزش و ارائه کننده خدمات اطلاعات مجازی، مخاطبان و کاربران اینترنت را با انواع و اقسام نیازها، تغذیه و تأمین می کنند. در این محیط این امکان و فرصت برای آنها وجود دارد که بتوانند به تمام اطلاعات مورد نیاز در تمامی جنبه ها و زمینه هایی که فکر بشتر توان شناخت و دریافت آن را دارد، در هر زمان ممکن و در هر کجا و به هر قدر و میزانی که تمایل داشته باشد، دست یافته و آن را کسب نمایند. به همین خاطر، اینترنت تأثیر گذارترین و پر مخاطب ترین رسانه ای است که در میان سایر رسانه ها، نقش تعیین کننده ای در فرهنگ سازی، در سطح جوامع دارد. جالب است بدانیم بیشترین کاربران و مخاطبان اینترنت را نوجوانان و جوانان تشکیل داده و آنها بخشی از اوقات روزانه خویش را به این محیط اختصاص می دهند (بل، ۱۳۹۹). با توجه به اینکه آنها در مرحله ای از زندگی خویش به سر می برند که بیش از سایر اقسام در معرض تأثیرپذیری فرهنگی قرار دارند و عمدتاً نیاز استفاده کنندگان این پدیده هستند، این ارتباط می تواند در نگاهی مثبت، زمینه تعالی و افزایش آگاهی ها و نیز رشد مهارت های مختلف آنها را فراهم سازد و در نگاه منفی نیز زمینه ساز فساد، انحراف و در نهایت سقوط آنها گردد؛ بنابراین اینترنت از یک طرف این امکان را برای نوجوان و جوان ایجاد می کند، تا تحول و دگرگونی مثبت و اساسی در ساختار هویت و شخصیت او ایجاد شود و او را در مسیر کمال و دانایی و ارزشمندی سوق دهد و از سوی دیگر هم می تواند او را درگیر گروهها و افراد ناهنجار و ضد ارزش و ضد دین که به وفور در فضای اینترنت حضور فعال دارند، نماید و رفته رفته او را از فطرت و هویت اصیل خویش دور ساخته و به فردی ناهنجار و منحرف تبدیل نماید. با توجه به حضور گسترده و وسیع نوجوانان و جوانان در محیط اینترنت، لازم است در برنامه ریزیها و فعالیتهای هدفمند در حوزه تکنولوژی ارتباطی، به ویژه فضای سایبر و مجازی، جایگاه و نگاه ویژه ای نسبت به آن داشته باشیم. جمهوری اسلامی ایران در خاورمیانه جزو اولین کشورهایی بود که به اینترنت دست یافت. دسترسی به اینترنت در ایران از سال ۱۳۷۲ بیشتر برای مراکز دانشگاهی و پژوهشی امکان پذیر بود که به تدریج این پدیده به دیگر مراکز علمی، فرهنگی اجتماعی و اقتصادی گسترش یافت. به همین خاطر با عنایت به نقش محوری جمهوری اسلامی در تولید علم و دانش در میان کشورهای اسلامی و نیز تأکید فراوان مسئولان نظام مبنی بر ایجاد جنبش نرم افزاری، لزوم توجه بیش از پیش به بهره گیری و استفاده از اینترنت و فضای مجازی آشکار می گردد. با توجه به اینکه در حال حاضر نگرش فرهنگی و اجتماعی و سیاسی کاربران بیش تر از دیگر زمینه هاست (بذرافشان، ۱۳۹۲) و کارکرد اقتصادی و تجارت الکترونیک کمتر از کارکردهای فرهنگی و اجتماعی و سیاسی مد نظر می باشد، به همین خاطر به دلیل مهیا بودن شرایط و لوازم کار فرهنگی و دینی در فضای اینترنت، نسبت به دیگر امور زندگی بشری به خصوص برای کاربران ایرانی در درجه اول و در مراحل بعدی برای مخاطبان در سایر کشورها، ضروری است ابتدا شناختی دقیق از ظرفیتهای و پتانسیل محیط اینترنت و فضای مجازی در توسعه فرهنگ دینی صورت پذیرد و در گام بعدی برنامه ریزی های راهبردی مدون و اصولی و کاربردی برای حضور فعال در فضای اینترنت با هدف نفوذ و تأثیرگذاری مناسب در میان مخاطبان و کاربران مختلف انجام شود و نهایتاً با ایجاد پایگاههای ارتباطی و اطلاعاتی با شیوه های نوین و پر مخاطب، تعاملی دوسویه، در جهت گسترش تبادل اطلاعات و محتوا و تعاملات اجتماعی و فرهنگی بوجود آید. در این راستا با هدف فراهم سازی زمینه حضور گسترده مبلغین و



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

متولیان حوزه فرهنگ دینی در محیط سایبر فضای مجازی، سعی شده است بسترهایی را که ظرفیت و توان ایجاد جاذبه و تجلیب برای مخاطبان و کاربران را در این محیط دارند از طریق برقراری ارتباط تعاملی و دو سویه با کاربران، با ملحوظ داشتن نوع سلیقه و علائق آنها فراهم آورد، تا ضمن بهره مندی از مفاهیم و آموزه های دینی، در نهایت، زمینه اقبال آنان به سوی دین مداری، انجام اعمال عبادی و مناسکی، مساجد و نمازخانه ها در فضای پیچیده و گسترده مجازی و اینترنت فراهم گردد (بل، ۱۳۹۹).

## ۳- اهمیت و ضرورت پژوهش

قبل از ورود به بحث اصلی، شایسته است که دلایل و چرایی پرداختن به این موضوع مهم که امروزه از جایگاه ویژه ای در بین علوم مختلف برخوردار گردیده است بیان شود. اگر ضرورت و الزامات این بحث به درستی تبیین و تشریح نگردد و زمینه درک و شناخت منطقی و علمی از آن به عمل نیاید. قطعاً اهمیت و نقش بسیار مهم آن در کنکاش و واکاوی مباحث مطروحه که در ادامه خواهد آمد ناشناخته و مبهم باقی خواهد ماند. به همین خاطر در ادامه، ابتدا عصر مجازی ( که در حال حاضر در این عصر قرار داریم ) مورد بررسی قرار گرفته سپس جایگاه مسجد در این عصر با توجه به ، شأن و منزلتی که این نهاد فرهنگی در بین مردم جامعه اسلامی برخوردار است بررسی می شود ، و در آخر بحث نوجوانان و جوانان با توجه به اینکه بخش عظیمی از جمعیت جامعه ما را تشکیل می دهد و از سوی دیگر، عمده ترین کاربران و مخاطبان اینترنت را نیز این قشر عظیم تشکیل می دهند، مورد تحلیل، تدقیق نظر و بررسی قرار خواهد گرفت (حاجی میرزایی، ۱۳۹۸):

## ۱- عصر مجازی (figurative age) :

با توجه به ابزار ها و وسایل موجود در دست بشر و میزان پیشرفت تکنولوژی می توان سه دوره در زندگی بشر را از یکدیگر تفکیک کرد :

«سی هزار سال ابتدایی را می توان عصر کشاورزی نامید که هدف آن ، تهیه و تامین غذا برای انسان بود . عصر بعد به صنعت معروف شد که ۵۰۰ سال به طول انجامید . در عصر صنعت، علم ، پیشرفت و توسعه شایان توجهی یافت. این عصر با اختراعاتی چون ماشین بخار آغاز شد و با ورود یخچال، تلویزیون و ... به زندگی انسان، پس از سال ۱۹۰۰ میلادی، وی را در مرحله دیگری از زندگی ، مورد آزمایش قرار داد. این عصر هم مانند دوره های قبل پس از مدتی سپری گردید و نیاز بشر به اطلاعات بیش از پیش موجب ورود کامپیوترها به عرصه زندگی انسان در سال ۱۹۴۹ یا ۱۹۵۰ می گردد. از سال ۱۹۸۰ به بعد که تقریباً کامپیوترهای خانگی وارد عرصه زندگی مردم می شوند، این عصر جدید خودش را بیشتر نشان می دهد که از آن تحت عنوان "عصر اطلاعات یا دانش" یاد می شود. نماد این عصر یا موج سوم، همان اینترنت و کامپیوتر است که می بینیم در زندگی ما به گونه ای شگفت انگیز نفوذ کرده است (حاجی میرزایی، ۱۳۹۸).

۲- از تکنولوژی نیرو افزا به تکنولوژی دانش افزا.

۳- از اقتصاد ملی سنتی به سوی اقتصاد جهانی دانش محور.

۴- تغییر نگرش از کوتاه مدت به بلند مدت.

## ۲- ضرورتها و الزامات در محیط سایبر و فضای مجازی

در محیط سایبر و فضای مجازی «فرد می تواند فعالیت های دنیای واقعی خود را وارد کند. از خصوصیات بارز این فضا بی مکانی و بی زمانی است. از بین رفتن فاصله مکانی و افزایش بی سابقه توان انسان ها برای مبادله و مراده با یکدیگر ، فرایند هویت یابی جمعی افراد را دگرگون کرده است.» (بل، ۱۳۹۹).



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

از سوی دیگر «تکنولوژی کامپیوتر، ورود به شاهراه های اطلاعاتی را در فضای مجازی مهیا ساخته و همچنین فضا و بازاری را برای سرگرمی طیف وسیعی از افراد به خصوص نوجوانان و جوانان فراهم کرده که به سرعت و به طور مداوم، رو به رشد است. مرکز ثقل این تاثیر روی نسل در حال رشد یعنی نوجوانان و جوانان است. به عبارتی دیگر، بخش قابل توجهی از زندگی جوانان امروز را ارتباطات با اینترنت تشکیل می دهد این ارتباط می تواند به رشد مهارت های مختلف یادگیری منجر شود (خامه گر، ۱۳۹۶).

ویژگی های فضای مجازی سرعت عمل، ناشناس ماندن و سیال بودن است که کاربر در این فضا ظاهرا احساس امنیت می کند. در این فضا تفاوت های جنسیتی، قومی، نژادی و مذهبی دیگر مهم نیست و فرصت های جدیدی را نیز برای نمایش شخصیت در اختیار کاربران قرار می دهد. (حاجی میرزایی، ۱۳۹۸). در ذیل، تعدادی از ضرورت هایی را که در این فضا دارای اهمیت می باشد را بر می شمیریم:

۱- تعداد قریب به دو میلیارد نفر از شش میلیارد جمعیت جهان از اینترنت استفاده می نمایند. به همین خاطر برای این تعداد مخاطب لازم است زمینه ی تعامل و ارتباط با آنها ایجاد گردد. تعداد کاربران در داخل ایران نیز ۲۳ میلیون نفری باشند و در سال ۲۰۰۸ در سطح جهان از نظر جمعیت استفاده کننده، رتبه ۱۷ را کسب نموده ایم.

۲- حضور بسیار وسیع و فراگیر بلاگها و صاحبان سایتها، درگاهها و... در فضای مجازی با هدف ترویج و بسط اندیشه های مادی گرایانه، افکار انحرافی، باطل و شبهه افکن، لزوم حضور جدی ما را در این فضا برای مقابله نرم با آنها و جوابگویی به شبهات و تشکیک های ایجاد شده و نیز ترویج افکار حق گرایانه و آموزه های ناب اسلامی می طلبد (خامه گر، ۱۳۹۶).

۳- جمهوری اسلامی یکی از کشورهای مرجع و پیش قراول در خصوص مباحث علمی می باشد به همین خاطر بایسته است. برنامه و طرح های نرم افزاری و کاربردی با بهره گیری از محتوا و متون غنی اسلامی برای مقابله علمی و توأم با دانش و اندیشه برای دیگر کشورهای اسلامی پیرامونی تهیه و ارائه نماید (دهقانی، ۱۳۹۳).

۴- پیامبر گرامی اسلام را «طیب الدوار» می نامیدند. و حضرت ایشان مثل یک پزشک و طبیب به دنبال بیماران روحی و روانی می گشتند و تنها منتظر مراجعه آنها برای درمان نبودند و پیشقدم برای درمان می شدند. دوره گردی برای تبلیغ دین، از آن روی ضروری می نماید که امروزه با توجه به گسترده گی تکنولوژی مدرن و حضور شبکه های ارتباطی فردی و رسانه ای در مکانهای دور از دسترس و خانه های شخصی موجب شده است که در فضای مجازی آسیب های فکری و اجتماعی و انحرافی بیشتری مشاهده شود به همین خاطر باید خود به دنبال درمان بیماری و رفع آسیب های روحی و روانی و... باشیم.

۵- غالب کاربران محیط سایبر و فضای مجازی را نوجوانان و جوانان تشکیل می دهند که به عنوان جامعه هدف ما محسوب می گردند (قرائتی، ۱۳۹۷).

## ۳- رویکرد دینی بر فضای مجازی

همانگونه که در آیات و روایات اسلامی وارد شده است هدف از تأسیس و بنای مسجد، اختصاص مکانی خاص برای انجام امور عبادی و معنوی مسلمانان بوده است. و عمارت کنندگان مسجد کسانی هستند که به خدا و روز قیامت ایمان و باور دارند به همین جهت مهمترین دلیل اقبال به این مکان مقدس، ابعاد معنوی، مناسکی و عبادی آن می باشد. با عنایت به این که غایت و هدف اصلی این مقاله، ترویج فرهنگ مسجد و بسط و فرهنگ سازی بعد معنوی آن است به همین خاطر سعی شده است زمینه های معنوی و ضرورت های در نظر گرفتن این بُعد مهم در بررسی و تحلیل محیط سایبر و فضای مجازی با هدف روی آوری و استقبال بیشتر نوجوانان و جوانان به آن مد نظر قرار گیرد:



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

- مسجد، مکان مقدسی محسوب می شود که با احکام ویژه خود به خانه خدا (بیوت الله) شهرت دارد. سابقه ۱۴۰۰ ساله این مکان مقدس و نقش آفرینی آن، در همه تحولات اجتماعی و دینی، آن را به عنوان پایگاه نشر معارف الهی معرفی نموده و همین امر سبب شده است، تا این مکان از سایر مکانهای دیگر، متمایز گردد.
- ۲/۲- «مسجد یک رویکرد تربیتی دراز مدت دارد. افراد، از سن نوجوانی، تحت تربیت مسجد قرار می گیرند و تا پایان عمر به صورت خودجوش، در چند نوبت با حضور در مسجد، مراسم مختلف را برگزار نموده و مسائل و احکام دینی را آموزش می بینند. برای یک شخص معتقد، می توان به طور میانگین، تا پایان عمر محاسبه نمود که هزاران ساعت، تحت تربیت مسجدی قرار می گیرد، اگر در نوجوانی و جوانی، این روند تربیتی به نحو شایسته برنامه ریزی شود، انتظار می رود، تا پایان عمر، این روند استمرار و تداوم داشته باشد.» (گروه تحقیق، ۱۳۹۷).

## ۴- چرایی و ضرورت توجه به دانش آموزان

شخصیت نوجوان و جوان، تحت تأثیر عوامل و مؤلفه‌های فراوان شناخته شده و یا ناشناخته بیرونی و درونی شکل می‌گیرد. در کنار مؤلفه‌هایی چون: وراثت، خانواده، جامعه، ملیت، زیست بوم، طبقه اجتماعی، فرهنگ عصری ملی و جهانی، دیانت، گرایش سیاسی، میزان تحصیلات، نوع تخصص و عوامل پیچیده و... مبحثی جدید با عنوان حضور در فضای مجازی و اینترنت در چند سال اخیر به این مؤلفه‌ها اضافه شده است که میزان اثر گذاری آن بسیار عمیقتر و وسیع تر می باشد و بایسته است مطالعه دقیق و جامع علمی، نسبت به تبیین و تحلیل آنها انجام پذیرد و هر یک از مؤلفه های مذکور، منشاء و ملزم ظهور و بروز «مقتضیاتی» است که در مخاطب و ترابط با جوان و تنظیم مناسبات با این نسل، می بایست عمیقاً و دقیقاً و نیز از نظر کمی و کیفی مورد ملاحظه جدی و مذاقه نظر قرار گیرند. در ادامه بحث، علل و ضرورت‌های توجه و عنایت ویژه به موضوع نوجوان و جوان، مورد کنکاش و بررسی دقیق تر قرار خواهد گرفت (گروه تحقیق، ۱۳۹۷):

- با توجه به اینکه بیش از ۵۰ درصد ترکیب جمعیتی کشور، در مقطع سنی نوجوانی و جوانی قرار دارند، باید برنامه ای را در محیط سایبر و فضای مجازی برای این قشر عظیم، طرح ریزی نمود که زمینه ساز سوق دادن آنها به سوی مساجد باشد
- بیشترین کاربران و مخاطبین در محیط سایبر و فضای مجازی را نوجوانان و جوانان تشکیل می دهند. این امر نه تنها در کشور ما بلکه در سایر کشورهای جهان نیز به همین گونه است.

## ۵- تعریف مفاهیم

جهت آشنایی بیشتر با این مفاهیم و واژه ها که هر کدام نقش کلیدی، در شناخت بهتر مطالب دارد، بایسته است، در ابتدا، هر یک، به طور مجزا و خلاصه تشریح گردد. مباحث مطروحه حول محورهایی همچون: ۱- سایبر. ۲- فضای مجازی. ۳- جذب و جذابیت. ۴- مخاطب (کاربران). ۵- ضریب نفوذ اینترنت. ۶- نوجوانان و جوانان. ۷- مسجد. ۸- محتوا. ۹- ارتباطات مجازی. ۱۰- سازمان مجازی، ارائه خواهد شد. برای شناخت بیشتر این موضوعات، ضمن تعریف مفاهیم، اجمالاً توضیحاتی نیز، در همین ارتباط بیان خواهد گردید (گروه مولفان، ۱۳۹۷):

- سایبر (Cyber):

در منابع موجود آمده است که: واژه سایبر از لغت یونانی (Kybernetes) به معنی سکاندار یا راهنما مشتق شده است. سایبر، پیشوندی است برای توصیف یک شخص، یک شی، یک ایده و یا یک فضا که مربوط به دنیای کامپیوتر و اطلاعات است. در طی توسعه اینترنت، واژه‌های ترکیبی بسیاری از کلمه سایبر به وجود آمده است واژه "فضای سایبر" را نخستین بار "ویلیام



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

گیبسون " (William Gibson) نویسنده‌ی داستان علمی تخیلی در کتاب "نورومونسر" (Neuromancer) در سال ۱۹۸۴ به کار برده است. "سایبرنتیک" علم مطالعه و کنترل مکانیزم‌ها در سیستم‌های انسانی، ماشینی (و کامپیوترها) است. [۶]

- فضای مجازی (space figurative):

فضای مجازی از «دو مفهوم فضا و مجاز تشکیل شده است. پس بهتر است برای درکی روشن تر ابتدا به مفهوم واژگانی آن بپردازیم. فضای مجازی در واقع، محیطی است مشتمل بر شبکه‌های آنلاین (on-line) کامپیوتری، که به مبادله اطلاعات با یکدیگر می پردازند. این فضا مشتمل بر فرهنگی است، که میان کاربران آن ایجاد می‌شود.» [۸] فضای مجازی از دو کلمه فضا و مجاز تشکیل شده است. که هر کدام از این کلمات به طور جداگانه بررسی می شود (گروه تحقیق، ۱۳۹۷):

- مخاطب - کاربران (Users - addressset)

واژه «مخاطب» در فرهنگ عمید این گونه تعریف شده است: طرف خطاب، طرف صحبت، کسی که دیگری با او سخن بگوید. در این بحث، مخاطبان، شامل تمام اقشار جامعه اسلامی می باشند. نوجوانان و جوانان، در صد بالایی از جمعیت کشور را تشکیل داده و از پتانسیل بالقوه بالایی برخوردارند و میزان اثربخشی برنامه ها، در آنها بیش از سایر مقاطع سنی می باشد؛ به همین خاطر، مباحث مربوط به آنان، از ویژگی خاصی برخوردار است (قرائتی، ۱۳۹۷).

- کاربر اینترنت: (User)

تا کنون تعریف دقیقی از کاربر اینترنت به عمل نیامده است به گونه ای که مورد قبول همه باشد و به همین خاطر تعاریف متعددی از آن ارائه شده است. در تعریفی آمده است: «کاربر، کسی است که کامپیوتر + مودم یا اتصال به اینترنت دارد» و یا «هر شخصی با «هر روشی» و در هر مدتی که می خواهد به اینترنت وصل شود، طی مدت بازده زمانی یک سال را کاربر اینترنت گویند.» (گروه مولفان، ۱۳۹۷). تعریفی دیگر توسط کارشناس مرکز آمار ایران شده است: «کاربر اینترنت کسی که به صورت تفریحی و مثلاً هفته‌ای ۲ ساعت به اینترنت وصل می‌شود هفته‌ای ۲ ساعت یعنی روزانه کمتر از ۲۰ دقیقه (کسی که حداقل روزی H ساعت از اینترنت استفاده می‌کند (H می‌تواند از حداقل نیم ساعت تا مثلاً ۲ ساعت باشد. (قرائتی، ۱۳۹۷) در تعریفی دیگر از واژه کاربر آمده است: «هر کسی فارغ از اینکه در کجا و چگونه به اینترنت متصل شده و از آن استفاده می کند، به عنوان کاربر محسوب می گردد.» همچنین «نوع دسترسی به اینترنت و مدت زمان استفاده از اینترنت از دیگر مولفه های آمارگیری است که باید به آن توجه کرد.»

- ضریب نفوذ اینترنت

ضریب نفوذ اینترنت عبارت است از: «نسبت کاربران اینترنت به جمعیت کل کشور.» طبق آخرین آمار تا پایان شهریورماه سال ۱۳۸۷ متوسط استفاده از اینترنت ۱۲ هزار و ۷۳۴ مگابایت بر ثانیه پهنای باند مصرفی اینترنت در کشور است که نسبت به چهار سال پیش حدود ۳ برابر شده است. آمار متوسط استفاده از اینترنت و تعداد کاربران در تاریخ مذکور در کل کشور، تعداد ۲۱ میلیون نفر بوده است.» (گروه تحقیق، ۱۳۹۷). اگرچه از نظر ضریب نفوذ در اینترنت ITO آخرین آماری که اعلام کرده ۲۳ میلیون کاربر اینترنت در ایران را تعریف کرده است. بدین ترتیب اگر جمعیت تقریبی کشور را ۷۰۰۰۰۰۰۰ نفر محاسبه نمایم ضریب نفوذ اینترنت در ایران به میزان ۳۴ درصد می باشد. «با فرض این که در هر لحظه ۱۰۰ هزار نفر با اینترنت به صورت همزمان کار کنند در این صورت متوسط پهنای باندی برای هر نفر ۱۳۰ کیلوبایت بر ثانیه است که این میزان برای کارهای تحقیقاتی که عمدتاً از متن (text) استفاده می کنند تا حدی کافی است ولی برای تصویر و فیلم و اموری نظیر کنفرانس ویدئویی کافی نیست. در زمینه تلفن همراه چیزی حدود ۳۸ میلیون کاربر تلفن همراه با ضریب نفوذ ۵۴٪ را داریم. اما این اعداد و رقم ها بسیار ناچیز است. به خاطر اینکه در کشورهای خاورمیانه ما هنوز رتبه ۵ را به لحاظ ضریب نفوذ دارا می باشیم.» (قرائتی، ۱۳۹۷)



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

-دانش آموزان (نوجوانان و جوانان)(jobibians and youngsters) :

جوان، در لغت به معنای «برنا، تازه، نو و چیزی است که از عمر آن چندان نگذشته باشد.» [۶] براساس آمارهای موجود، پس از انقلاب اسلامی، میزان رشد جمعیت جوان و نوجوان کشور، «در شهرها ۱۰۹ درصد و در روستاها ۶۳ درصد بوده است.» [۷] بنابر این می توان گفت جمعیت کثیر نوجوانان و جوانان ، بخش عظیمی از مخاطبان دستگاه های فرهنگی، مذهبی و تربیتی کشور را، در بر می گیرد. به همین، جهت شناخت ویژگیها و پیچیدگیهای شخصیتی نوجوانان و جوانان ، اولین گام، در راستای ایجاد تعامل، تأثیرگذاری و جذب این قشر حسّاس و عاطفی، به مساجد خواهد بود. این نکته مهم را باید مدّ نظر قرار داد که در سیر زندگی انسان ها، زمینه های گرایش به فضائل معنوی و اخلاقی در مقطع نوجوانی و جوانی ایجاد می شود، به همین سبب ، اولیای دین، همواره از مبلغان آموزه های دینی و مربیان تربیتی می خواهند که به این قشر عظیم و تأثیرگذار، توجه ویژه نمایند. حضرت امام صادق علیه السلام در این خصوص می فرماید: «بر شما باد پرداختن به جوانان ؛ زیرا آنان نسبت به دیگران به سوی کار خیر شتاب گیرنده تر هستند.» (گروه تحقیق، ۱۳۹۷).

## ۶- فرصتها، قابلیتها و ظرفیتهای

برای اجرای هر برنامه فرهنگی و تبلیغی نیازمند برنامه ریزی و کارکارسناسی هستیم. برای برنامه ریزی، دو رکن اساسی در نظر گرفته اند: تعیین هدف و پیش بینی. هدف اصلی این مقال، رونق بخشی به مساجد با جذب نوجوانان و جوانان به مساجد می باشد و اما در خصوص پیش بینی جهت عملیاتی کردن مراحل دستیابی به هدف، پیش درآمد و اولین گام در این ارتباط، شناخت دقیق قابلیتها و ظرفیتهای موجود می باشد. که بدون آن امکان پیش بینی دقیق و با ضریب اطمینان بالا میسر نمی باشد. در این راستا قبل از آنکه ما روشها و شیوه های کاربردی در محیط سایبر و فضای مجازی را جهت جذب نوجوانان و جوانان بر شمریم، فرصتها، قابلیتها و ظرفیتهایی را که در این حوزه موجود می باشد را مورد تحلیل و بررسی قرار می دهیم، تا شناخت بیشتری نسبت به روشها و شیوه های کاربردی در این فضا داشته باشیم (گروه مولفان، ۱۳۹۷):

۱- از میان سه مؤلفه چرخه اطلاع رسانی و ابلاغ پیام دینی دو مؤلفه آن در دست ماست: نوع پیام، محتوا و دیگری گوینده یا صاحب پیام که این بهترین فرصت برای ایجاد تعامل و ارتباط دو سویه با کاربران برای انتقال مفاهیم و پیام های دینی است.

۲- از طریق محیط سایبر و فضای مجازی می توانیم محتوا و مفاهیم دینی را به کلیه جوامع بشری ابلاغ نماییم. در این فضا مخاطبان و کاربران از سایر مناطق جهان به صورت تعامل دو سویه و گفتمان مجازی می توانند با ما در ارتباط باشند و نیز می توان اطلاعات و مطالب هدفمند را به صورت پیام کوتاه، چکامه، نثر ادبی، داستان کواه، حکایت، ضرب المثل، شعر، پند و اندرزهای جهت دار را در قالب بلوتوث، اس ام اس و ام ام اس به کاربران عام و خاص فعال در عرصه اینترنت اطلاع رسانی کرد.

۳- در فضای مجازی هم «می توان گفتگو کرد و هم گفتگو را آموزش داد که هر دو به قدر کافی ارزشمندند لذا فضای مجازی می تواند با طرح این تکررگرای، مقدمه ای را برای کندوکاو برای یافتن حقایق کاملتر (نسبت به بقیه عقاید) فراهم سازد. پس برای ما این امکان فراهم می شود که در میان این عقاید متکثر بگردیم و بهترین عقیده را انتخاب کنیم.» (گروه مولفان، ۱۳۹۵).

## ۶- هویت دینی

هویت دینی نشان دهنده احساس تعلق و تعهد به دین و جامعه دینی است که یکی از پیچیده ترین فعالیتها در حوزه تعلیم و تربیت، شکل دهی به هویتی است که آموزش ها را در سطح ذهنیات باقی نگذاشته و تضمینی برای شکلگیری رفتارهایی بر اساس آنها باشد.

برای این منظور راهکارهای زیر پیشنهاد میشود:





# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

- مهندسی برنامه های درسی، سرفصلها و مواد آموزشی بر اساس منطق شکل گیری هویت دینی؛
- ایجاد شبکه های ملیتی و فراملیتی میان مخاطبان؛
- آموزش مدیریت اوقات زندگی و ارائه برنامه هایی برای اوقات فراغت در قالب رسانه های اینترنتی و سایر ابزارهای موجود؛
- ایجاد ارتباط فراگیران با شبکه های حضوری در مناطق و کشور های خود؛
- تشویق و حمایت از راهاندازی نهادهای اجتماعی میان فراگیران در حوزه های مختلف تحصیلی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی؛ (قرائتی، ۱۳۹۷)

## ۴- نتیجه گیری

با توجه به بررسی های انجام شده در این مقاله، مشخص شد که محیط سایبر و عصر مجازی تاثیر قابل توجهی بر شبهات دینی دانش آموزان دارد. با وجود اینکه این فضاها به عنوان یک فضای آموزشی و پژوهشی بسیار مفید هستند، اما به دلیل نبود نظارت کافی، ممکن است باعث پختگی شبهات دینی در دانش آموزان شود. علاوه بر این، نتایج نشان داد که عدم آگاهی و نادیده گرفتن خطرات محتمل در فضای سایبر، باعث افزایش رفتار های خلاف اخلاق و غیر قانونی در جامعه شده است. لذا، لازم است که برای جلوگیری از پختگی شبهات دینی و رفتار های خلاف اخلاق در فضای سایبر، نظارت کافی و آگاه سازی مناسب صورت گیرد.

پس از بررسی و تحلیل نقش سایبر و فضای مجازی در جذب نوجوانان و جوانان به مساجد، اهم موارد مشروحه ذیل را تحت عنوان نتایج حاصل از طرح این موضوع و بحث می توان بر شمرد:

۱- با استناد به آیه شریفه ۱۵ سوره مبارکه شورا، دین مبین اسلام یک دین تبلیغی و رسالت نبی مکرم اسلام (ص) نیز ابلاغ دستورات خداوند متعال برای مردم می باشد. حتی عدم بیان آنچه را که خداوند فرمان داده را به معنای، عدم انجام رسالت تبلیغی بر می شمرد. بنابراین این محیط سایبر و فضای مجازی یک عرصه تبلیغی و اطلاع رسانی است که هماهنگی و همخوانی با آموزه های دینی ما دارد.

۲- عصر حاضر، را عصر مجازی می نامند، تکنولوژی و فناوری ارتباطات و اطلاعات از رشد دم افزایی برخوردار است. اگر بخواهیم حضور تبلیغی قوی در بین جوامع مختلف داشته باشیم، می بایست ضمن یادگیری تکنولوژی های نوین، راهها و روشهای نوین ورود در عرصه فضای مجازی را به خوبی بدانیم و از آن استفاده بهینه نماییم.

۳- باید مدیریت اطلاعاتی داشته باشیم تا برای بهبود اهداف تبلیغ و ترویج مفاهیم دینی و اداره نهاد مساجد بتوانیم موفق عمل کنیم. یک مبلغ باید از بعد اطلاعاتی از زمان خویش جلوتر باشد تا بتواند با هرپدیده نوینی که روی میدهد با اندوخته اطلاعاتی خویش برای آن تصمیم عقلانی و علمی بگیرد.

۴- در حال حاضر، برای موفقیت در امر تبلیغ مفاهیم دینی باید تفکر مجازی (به همه چیز اعتماد نکنیم) را در کنار نگرش حقیقی به کار بست. در غیر این صورت امکان حضور و اثر گذاری در بخش وسیعی از فضای تبلیغی وجود نخواهد داشت.

۵- حسن ختام و سخن آخر: باید این نکته بسیار مهم و اساسی را همواره مد نظر قرار داد که محیط سایبر و فضای مجازی صحنه تقابل، تعامل، تبادل و ترابط اطلاعات، محتوا و مطالب متنوع و متکثر اعم از مفید، مضر، خنثی است. همه در این فضا با توسل به شگردهای مختلف تبلیغاتی با انگیزه های مختلف در صدد جذب مخاطبان و کاربران هستند. اگر چاره ای جدی برای حضوری قدرتمند و فعال در این فضا اندیشیده نشود. ضمن اینکه صحنه رقابت را برای رقیبان نارقیق خالی می نماییم، بلکه شمار زیادی از مخاطبان را نیز قطعاً از دست خواهیم داد. وبه خاطر این کاستی ها و تعلل ها، مجبوریم روز به روز در مواجهه با هجمه نرم و فرهنگی غرب که عمدتاً نوجوانان و جوانان را هدف قرار داده اند عقب نشینی نموده و خاکریزهای دفاعی را تنگتر



کنیم. پس باید تلاشی هدفمند، جهت دار، جامع الاطراف و مضاعف داشته باشیم. در نتیجه، به منظور حفظ امنیت و سلامت جامعه، لازم است که دانش آموزان و افراد جامعه به طور کلی، با خطرات محتمل در فضای سایبر آشنا شوند و برای جلوگیری از پختگی شبهات دینی و رفتارهای خلاف اخلاق در فضای سایبر، نظارت کافی و آگاه سازی مناسب صورت گیرد.

## ۵- مراجع

۱. قرآن کریم.
۲. بذرافشان، جواد (۱۳۹۲). بررسی تأثیر فضای مجازی بر هویت دینی جوانان روستا. مطالعات روانشناسی تربیتی. شماره ۱۷: ۲۲-۱.
۳. بل، دیوید (۱۳۹۹). درآمدی بر فرهنگهای سایبر. ترجمه مسعود کوثری و حسین حسینی. تهران: انتشارات جامعه شناسان.
۴. حاجی میرزایی، حمید (۱۳۹۸). جایگاه فضای مجازی در فرهنگ و تمدن اسلامی. نشر دانش. شماره ۱۱۷: ۱۳-۸.
۵. خامه گر، محمد (۱۳۹۶). راهکارهای افزایش سهم قرآن در فضای مجازی. ره آورد نور. شماره ۱۹: ۱۹-۶.
۶. دهقانی، روح الله (۱۳۹۳). ارزیابی تأثیر فرهنگی فعالیت در فضای مجازی. پژوهشهای منطقهای، شماره ۱۳: ۲۱۴-۱۷۵.
۷. قرائتی، محسن (۱۳۹۷). قرآن و تبلیغ. قم: مرکز نشر فرهنگی درسهایی از قرآن.
۸. گروه تحقیق (۱۳۹۷). روشهای اطلاع رسانی انبیاء از نگاه قرآن و حدیث. قم: انتشارات بیان جوان.
۹. گروه مؤلفان (۱۳۹۵). حقیقت مجازی، تهران: مرکز ملی فضای مجازی.