

How the role of the clergy in the activity and response to religious doubts in the era of global epidemics (Corona)

Ali Eghbali

Acceptance time: 1401/02/06

Publication time: 1401/03/30

Abstract

Missionaries faced problems in responding to religious doubts during the outbreak of global epidemics and after it (Corona), the most important problem in communicating with audiences and answering doubts is the loss of communication space for presentation.

The cause of this issue can be considered the change of lifestyle in the outbreak of the global epidemic that people cannot communicate with their audience like in the past. Various methods have been proposed to solve this problem, but most of them have not been effective enough, so this article examines a method to answer It is as if he has dealt with religious doubts in the era of global epidemics.

The method used in this research to solve this problem is the Delphi method, the opinion of experts in the field of advertising has been taken, and solutions have been provided for this problem, the most important of which is the use of combined methods that take into account the face-to-face and virtual aspects in a consolidated manner.

Keywords : Corona, students, accountability, missionary activity, combined education

چگونگی نقش روحانیت در فعالیت و پاسخ‌گویی به شبهات اعتقادی در دوران اپیدمی های جهانی

(کرونا)

علی اقبالی^{۱۶}

زمان پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۰۶ زمان انتشار: ۱۴۰۱/۰۳/۳۰

چکیده

مبلغان در پاسخ‌گویی به شبهات اعتقادی در دوران شیوع اپیدمی‌های جهانی و پسا آن (کرونا) با مشکلاتی روبه‌رو شدند که مهم‌ترین مشکل در ارتباط با مخاطبین و پاسخ‌گویی به شبهات، از بین رفتن فضای ارتباطی برای ارائه است. علت این قضیه را می‌توان تغییر سبک زندگی در شیوع اپیدمی جهانی دانست که افراد به‌مانند گذشته نمی‌توانند با مخاطب خود ارتباط بگیرند، برای حل این معضل روش‌های مختلفی پیشنهاد شده است ولی اکثر آنها کارایی کافی را نداشته‌اند لذا این مقاله به بررسی روشی برای پاسخ‌گویی به شبهات اعتقادی در دوران اپیدمی‌های جهانی پرداخته است.

روشی که در این تحقیق برای حل این مشکل انجام‌گرفته است روش دلفی است که نظر متخصصان در زمینه تبلیغ گرفته شده است و راهکارهایی برای این مشکل ارائه شده است که مهم‌ترین آن استفاده از روش‌های ترکیبی است که توجه به بعد حضوری و مجازی را به‌صورت تلفیقی در نظر دارد.

کلمات کلیدی

کرونا، طلاب، پاسخ‌گویی، فعالیت تبلیغی، آموزش ترکیبی

مقدمه

نگرانی از شیوع بیماری کرونا^{۱۷} (کووید ۱۹^{۱۸}) همچنان در جهان و در کشور جمهوری اسلامی ایران جدی است در این راستا برنامه ریزان واحدهای مربوط به مسائل اعتقادی به فکر اجرای راهکار مناسب برای وضعیت‌های نامعلوم اعتقادی در سال جدید ۱۴۰۰ در دوران کرونا و پساکرونا هستند و برای سال جاری راهکار آموزشی پیشنهاد می‌کنند.

دستیابی به هدف اصلی هر تحقیق (نظریه‌سازی) زمانی که جستجوی شناخت با روش‌شناسی درست صورت پذیرد میسر خواهد بود. روش‌شناسی به مجموعه‌ای به‌هم‌پیوسته از قواعد اصول و شیوه‌های معمول در یک‌رشته از دانش اطلاق می‌شود (بازرگان و همکاران، ۱۳۸۳).

به‌عبارت‌دیگر منظور از روش انجام پژوهش این است که مشخص گردد چه روشی برای بررسی موضوع خاص لازم است. اصلی‌ترین نقش را در یک پژوهش علمی روش کشف یافته‌ها برعهده دارد. انتخاب روش انجام تحقیق بستگی به هدفها و ماهیت موضوع پژوهش و امکانات اجرایی آن دارد؛ بنابراین هنگامی می‌توان در مورد روش بررسی و انجام یک تحقیق تصمیم گرفت که ماهیت موضوع پژوهش، هدفها و نیز وسعت دامنه آن مشخص باشد (حجازی و دیگران، ۱۳۸۳).

به سخن دیگر هدف از انتخاب روش تحقیق آن است که محقق مشخص نماید چه شیوه و روشی اتخاذ کند که او را هرچه دقیق‌تر، آسان‌تر، سریع‌تر و ارزان‌تر در دستیابی به پاسخ‌هایی برای پرسش یا پرسش‌های تحقیق موردنظر یاری رساند (سرمد و همکاران، ۱۳۸۳).

بیان مسئله

در گذشته پاسخگویی به شبهات به‌صورت حضوری فراهم بود اما در حال حاضر با توجه به ویروس کرونا این امکان سلب گردیده است، باید این شرایط درک شود و رعایت مسائل بهداشتی بیش از قبل صورت پذیرد، باید به دنبال رعایت پروتکل‌های بهداشتی بود تا پاسخگویی به سؤالات و شبهات با همان کیفیت و چه‌بسا بهتر از گذشته انجام گیرد. در دوران حضوری پاسخگویی راحت‌تر انجام می‌پذیرفت بدین ترتیب که افراد برای رفع شبهه خود به کارشناس مربوطه مراجعه کرده و پاسخ

شبهه خود را دریافت می‌کردند اما در حال حاضر باید هم فرد مراجعه‌کننده و هم کارشناس مربوطه هماهنگ باشند تا بتوانند پیرامون مسئله موردنظر رفع شبهه نمایند. مسئله دیگری که باید به آن اشاره نمود این است که دسترسی در زمان حضوری راحت‌تر انجام می‌گرفت از این جهت که کارشناس در دفتر و مکان خود حاضر و آماده رفع شبهه بود اما الان باتوجه به شرایط امکان دسترسی کمتر گردیده است. البته ذکر یک نکته مهم است، برای افراد به صورت مجازی شرکت کردن راحت‌تر خواهد بود، افراد در هر مکان و شرایطی می‌توانند شبهه‌های خود را با کارشناس مطرح نمایند یکی از محدودیت‌هایی که در زمان حضوری وجود داشت این بود که اگر فردی با کارشناس خاصی رفع شبهه می‌کرده است، اگر به‌عنوان مثال فرد یا کارشناس نقل مکان کرده باشند، دسترسی آن‌ها به هم به لحاظ حضوری سخت خواهد بود به‌خصوص در این ایام کرونایی که اگر مسافت زیادی را نقل مکان کرده باشند سخت است. نکته‌ای دیگری که در زمان حضوری بودن ممکن است پیش بیاید این است که فرد با تمام جدیت و حواس نتواند در فضای حضوری هنگام پرسش و پاسخ حاضر باشد که البته اگر این شبهات جایی ذخیره می‌شد و دوباره امکان رجوع داشت این مشکل جدیت و حواس حل می‌شد. حال که با این مشکلات حضوری در پاسخگویی به سؤالات می‌شیم باید به دنبال جایگزینی برای آن باشیم، به علت کثرت دسترسی‌های امروزی به وسایل ارتباطی انواع آنها مثل استفاده از سامانه‌های پیامکی، تلفن و فضای مجازی پیشنهاد می‌شود ولی سؤال در این پژوهش این است که چه فضایی و به چه نحوی برای پاسخ‌گویی به شبهات مؤثر و مفید است.

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از حیث جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی پیمایشی است که به چگونگی نقش طلاب در پاسخ‌گویی به شبهات اعتقادی در دوران شیوع کرونا می‌پردازد. پژوهش‌های توصیفی پیمایشی شامل جمع‌آوری اطلاعات برای آزمون فرضیه یا پاسخ به سؤالات مربوط به شناسایی راهکارهای جدید برای پاسخ به سؤالات و شبهات مخاطب

می‌باشد. پیمایش نیز اکنون فراتر از یک ابزار صرف برای جمع اطلاعات به حساب می‌آید. مشخصه پیمایش مجموعه ساختارمند یا منظمی از داده‌هاست از آنجاکه پرسش‌نامه رایج‌ترین ابزار گردآوری اطلاعات می‌باشد. تبدیل به رایج‌ترین تکنیک مورد استفاده در پژوهش پیمایشی نیز شده است اما ضرورت پیوندی میان پژوهش پیمایشی و پرسش‌نامه وجود ندارد.

64، نقش روحانیت در پاسخ‌گویی به شبهات اعتقادی دوران اپیدمی های جهانی (کرونا)

تحقیق بنیادی: هدف تحقیق بنیادین تبیین روابط بین پدیده‌ها و افزودن به مجموعه دانش موجود در یک زمینه خاص می‌باشد. در تحقیق بنیادین نظریه‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرند و تأیید یا تعدیل می‌گردند.

تحقیق کاربردی: هدف از این نوع تحقیق توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص می‌باشد. تحقیق کاربردی به سمت کاربردی علمی دانش هدایت می‌شود.

تحقیق و توسعه: این نوع تحقیق به‌منظور تدوین و تشخیص مناسب بودن یک فرآورده آموزشی انجام می‌شود. هدف اساسی این نوع تحقیقات تدوین یا تهیه برنامه‌ها و طرح‌ها می‌باشد، به‌طوری‌که در ابتدا موقعیت نامعین خاصی انتخاب شده و بر اساس یافته‌های پژوهشی طرح یا برنامه ویژه آن تدوین و تولید می‌شود.

این تحقیق از نظر هدف از نوع کاربردی است طرح تحقیق در این پژوهش توصیفی است از نوع پیمایشی - توصیفی است به این خاطر که تصویری از وضع موجود را ارائه می‌دهد و پیمایشی است از این جهت که با گردآوری اطلاعات از جامعه آماری می‌پردازد. تحقیق توصیفی تحقیقاتی هستند که به توصیف عینی واقعی و منظم خصوصیات یک موقعیت یا یک موضوع می‌پردازد.

مروری بر روش دلفی^{۱۹}

قلمرو پژوهش

قلمرو موضوعی: موضوع پژوهش، چگونگی نقش طلاب در پاسخ‌گویی به شبهات اعتقادی در دوران شیوع کرونا با استفاده از تکنیک دلفی است.

قلمرو مکانی: قلمرو مکانی این پژوهش، طلاب مستقر در حوزه علمیه قم است.

قلمرو زمانی: فاصله زمانی این پژوهش از زمان تصویب پیشنهاد نامه تا اتمام پژوهش به مدت ۴ ماه است.

جامعه و نمونه آماری

در این پژوهش واحد تحلیل صاحب نظران و مبلغین حوزه های علمیه قم می باشند و اطلاعاتی که از افراد جمع آوری می شود وضعیت تبلیغ و پاسخ گویی به شبهات را در وضع عموم جامعه مشخص می کند.

جامعه آماری این مطالعه طلابی را شامل می شود که در گذشته مشغول به فعالیت تبلیغ بودند که تعداد این افراد ۳۰ نفر می باشد. از آنجاکه دسترسی به این تعداد میسر و امکان پذیر می باشد لذا نیاز به تعیین حجم نمونه نمی باشد. بدین شکل جامعه و نمونه در این مطالعه یکسان بوده و نیازی به روش نمونه گیری نیست.

روش گردآوری اطلاعات

برای گردآوری اطلاعات لازم هم از منابع اولیه و هم ثانویه استفاده شده است.

الف) منابع اولیه: مبانی نظری و پیشینه پژوهش از راه مطالعات کتابخانه ای و با مطالعه کتابها مقالات پایگاه های اینترنتی. پایان نامه های مرتبط داخلی و خارجی قابل دسترس، تهیه شده است.

ب) منابع ثانویه: داده های اولیه مورد نیاز نیز از راهکار میدانی و به وسیله پرسش نامه جمع آوری شده است.

بنابراین با مطالعه ادبیات حوزه پاسخ گویی به شبهات و همچنین بررسی پژوهش های انجام شده پیرامون نحوه پاسخگویی به شبهات انواع عوامل و راهکارهای مؤثر در حوزه پاسخگویی شبهات، مورد شناسایی قرار می گیرند.

روایی و پایایی ابزار اندازه گیری

روایی و پایایی ابزار پژوهش موارد مهمی هستند که باید در هر پژوهش مورد توجه قرار گیرند در این قسمت پیرامون روایی و پایایی ابزار مورد استفاده توضیح داده شده است.

روایی

مفهوم روایی یا اعتبار به این پرسش پاسخ می دهد که ابزار اندازه گیری تا چه حد خصیصه مورد نظر را می سنجد. آزمون های روایی را می توان تحت سه عنوان کلی روایی محتوا، روایی معیار و روایی سازه گروه بندی کرد (دانایی فرد، ۱۳۸۳). در

پژوهش حاضر به‌منظور سنجش روایی از اعتبار محتوا صوری استفاده گردیده است که افراد متخصص موضوع پرسش‌نامه را مورد بررسی قرار داده‌اند. پرسش‌نامه این تحقیق از نوع اعتبار منطقی و محتوایی برخوردار می‌باشد. چرا که در روش مقایسه‌های زوجی تمام عوامل با هم سنجیده می‌شوند که این عمل تمام احتمالات مرتبط با در نظر گرفتن یک معیار، یک سؤال را فاقد اعتبار می‌نماید.

پایایی

قابلیت اعتماد و پایایی یکی از ویژگی‌های فنی ابزار اندازه‌گیری است. پایایی با این امر سروکار دارد که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی را به دست می‌دهد. به‌عبارت‌دیگر پایایی ثبات و سازگاری مفهوم مورد سنجش را نشان می‌دهد (دانایی و الوانی، ۱۳۸۹).

در بین فنون تصمیم‌گیری چند شاخصه موجود، تنها تکنیکی که می‌توان پایایی آن را سنجید تکنیک تحلیل سلسله مراتبی است. سنجش پایایی در فنون تصمیم‌گیری چند معیار متفاوت از سنجش پایایی در آمار است. بدین منظور برای هر ماتریس تصمیم استخراج شده طبق نظر خبرگان بایستی نرخ ناسازگاری محاسبه گردد تا مشخص شود که آیا بین مقایسه‌های زوجی

و نظر تصمیم‌گیرندگان سازگاری قابل قبول وجود دارد یا خیر. بدیهی است چون تصمیم‌گیرنده به مقایسه دوه‌دو عوامل امکان دارد مقایسه‌های وی در کل باهم سازگار نباشند، لذا وجود سازگاری یا عدم سازگاری در مقایسه‌های با محاسبه نرخ سازگاری تعیین می‌گردد. به زبان ریاضی اگر مقایسه‌های از سازگاری کامل برخوردار باشد آنگاه می‌توان نوشت:

بنابراین اگر تمام مولفه های ماتریس از سازگاری کامل برخوردار باشند

$$A_{ik} \times a_{ik} = a_{ij} \quad i,j,k=1,2,3,\dots,n$$

می توان گفت:

$$A_{ij} = \frac{w_i}{w_j}$$

باید خاطر نشان کرد که در عالم کاربرد خطا همواره در مقایسه‌های وجود دارد، لذا با محاسبه نرخ سازگاری تعیین می‌گردد که آیا خطا از میزان قابل قبولی برخوردار است یا خیر، نرخ سازگاری به شرح زیر محاسبه می‌گردد.

$$w_{sv} = w \times a$$

گام اول: محاسبه بردار مجموع وزنی w_{sv}

$$Cv = \frac{w_{sv}}{w}$$

گام دوم: محاسبه بردار سازگاری Cv

C_i

گام سوم: محاسبه شاخص سازگاری

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

گام چهارم: محاسبه نرخ آن (CR)

که در آن RI نشان دهنده مقدار شاخص تصادفی است. این شاخص از جدول ۱-۳ که توسط ساعتی و هرکر تهیه شده است، استخراج میگردد.

جدول (۱-۱) شاخص ناسازگاری تصادفی

N	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
RI	۰	۰	۰.۵۸	۰.۹	۱.۱۲	۱.۲۴	۱.۳۲	۱.۴۱	۱.۴۵	۱.۴۹	۱.۵۱	۱.۴۸	۱.۵۶	۱.۵۷	۱.۵۹

در تحلیل شاخص سازگاری باید گفت چنانچه این مقدار کمتر از ۱ باشد جدول مقایسه‌های از سازگاری قابل قبولی برخوردار است. در غیر این صورت لازم است در مقایسه‌های تجدیدنظر به عمل آید، از طرفی گسترش استفاده از اعداد فازی و فاصله‌ای در ماتریس‌های تصمیم روش‌های مختلفی نیز برای محاسبه نرخ ناسازگاری وجود دارد، برای تعیین پایایی پرسش‌نامه‌های تصمیم‌گیری، نرخ ناسازگاری هریک از ماتریس‌ها محاسبه می‌گردد اگر ماتریس مقایسه‌های زوجی قطعی سازگار باشد

ماتریس مقایسه‌های زوجی فازی نیز سازگار خواهد بود. پس بایستی ابتدا ماتریس‌های تصمیم فازی را به ماتریس‌هایی با اعداد قطعی تبدیل کرد که بدین منظور از روش‌های قطعی سازی به نام روش مرکز ناحیه ca استفاده می‌گردد که طرز محاسبه آن برای عدد فازی $m=a,b,c$ به صورت زیر می‌باشد. در این صورت اعداد مثلثی فازی به یک عدد قطعی تبدیل می‌گردند:

مرکز ناحیه عدد مثلثی m

$$ca = \frac{(c-a)+(b-a)}{3+a}$$

68، نقش روحانیت در پاسخ‌گویی به شبهات اعتقادی دوران اپیدمی های جهانی (کرونا)

در بخش تحلیل یافته پس از دی فازی کردن تبدیل اعداد فازی به اعداد قطعی با روش Ca ماتریس های تصمیم گیری که متشکل از اعداد فازی مثلثی می باشند، طبق چهار گام فوق اعداد فازی به یک عدد قطعی تبدیل می شوند در بخش بعد برای همه ماتریس های تصمیم گیری نرخ های ناسازگاری محاسبه می گردد.

روش تجزیه و تحلیل داده ها

تفسیر کردن به معنای تبیین و معنا بخشیدن به داده‌هاست. تبیین داده‌های خام دشوار و غیرممکن است؛ بنابراین شخص باید داده‌ها را تجزیه و تحلیل کند و سپس به تفسیر آنها بپردازد. تحلیل به معنی طبقه‌بندی تنظیم پردازش دست‌کاری و خلاصه کردن داده‌ها برای یافتن پاسخ برای پرسش‌های پژوهش است. هدف از تحلیل داده‌ها به شکل قابل فهم و قابل تفسیر

است، به نحوی که بتوان روابط متغیرهای گوناگون مرتبط با مسئله پژوهش را مورد مطالعه قرار دارد. در تفسیر کردن با توجه به نتایج تحلیل استنباط‌هایی پیرامون روابط مطالعه شده در پژوهش انجام می‌گیرد و درباره این روابط نتیجه‌گیری‌هایی به عمل می‌آید. پژوهشگری که نتایج پژوهش را تفسیر می‌کند در جستجوی معانی و کاربرد آنهاست.

استفاده از تکنیک دلفی

روش دلفی در اوایل دهه ۱۹۵۰ توسط الف هلمر^{۲۰} و همکارانش در شرکت رند هنگامی که بر روی یک پروژه دفاعی کار می‌کردند ایجاد شد (یوسف، ۲۰۱۲).

نام دلفی از نام پیشگویی در یونان گرفته شده که می‌توانسته آینده را پیش‌بینی کند. این روش شامل گردآوری نظرات خبرگان می‌شود که ابتدا توسط ارتش برای پیش‌بینی تأثیر احتمالی جنگ اتمی به کار گرفته شده (تنگارانتیام وردمن^{۲۱}، ۲۰۱۴)، هر جا که به کارگیری قضاوت‌ها و نظرات خبرگان و شاغلان حرفه‌ای ضروری باشد، استفاده از دلفی مفید خواهد بود. دلفی یک فرایند گروهی است که شامل ارتباط متقابل میان پژوهشگر و گروهی از خبرگان شناسایی شده در ارتباط با موضوع مشخص است که معمولاً از راه پرسش‌نامه اجرا می‌شود (یوسف، ۲۰۱۲).

دلفی روشی است که برای ساختاردهی فرایند ارتباط گروهی به گونه‌ای که فرایند موردنظر به افراد گروه اجازه می‌دهد که با یک مشکل پیچیده روبرو شوند و به آن بپردازند. دستیابی به این ارتباط ساختاریافته زمانی امکان پذیر است که شرایط زیر وجود داشته باشند (استون و تراف^{۲۲}، ۲۰۱۰):

۱. روشی برای ارائه بازخورد درباره اطلاعات و دانش دریافت شده از خبرگان وجود داشته باشد.

۲. روشی برای ارزیابی نظر خبرگان وجود داشته باشد.

۳. خبرگان فرصت داشته باشند تا دیدگاه خود را تغییر دهند.

۴. ناشناس ماندن خبرگان.

گرچه عده‌ای دلفی را به علت کاربرد چشمگیری که در حوزه پیش‌بینی دارد، رویه‌ای برای آن پیش‌بینی می‌دانند اما دلفی در حوزه دیگر چون گردآوری داده‌های به‌روز یا داده‌های تاریخی که یا به‌درستی شناخته شده نیست یا در دسترس نمی‌باشد و شفاف‌سازی و ایجاد تمایز میان انگیزه‌های واقعی و انگیزه‌های ادراک شده انسان‌ها می‌باشد (لینستون^{۲۳} و همکاران، ۲۰۱۰).

معمولاً یک یا تعداد بیشتری از ویژگی‌های زیر نیاز به به‌کارگیری دلفی را آشکار می‌کند (لینستون و همکاران، ۲۰۱۰):

۱. مسئله مورد بررسی به‌سادگی با تکنیک‌های تحلیلی دقیق قابل سازگاری نیست اما می‌تواند از قضاوت نظر جمعی برمند شود.

۲. افرادی که قرار است در آزمون این مسئله پیچیده و جامع نقش داشته باشند در گذشته ارتباط چندانی با یکدیگر نداشته باشند تا بتوانند طیف متنوعی از تجربه‌ها و مهارت‌ها را ارائه کنند.

۳. تعداد افراد موردنیاز بیش از تعداد معمول باشد که نتوان به‌صورت رودررو با آنها ارتباط برقرار کرد.

۴. زمان و هزینه سبب شود که نتوان به‌صورت مرتب و منظم جلسه گروهی برگزار کرد.

۵. با کمک فرایند ارتباط گروهی بتوان اثربخشی جلسه‌های رودررو را افزایش داد.

۶. مخالفت میان اعضا چندان شدید باشد که ناشناس بودن فرد باید تضمین شود.

۷. ناهمگونی اعضای گروهی دلفی باید حفظ شود تا از تسلط شخصیت خاص یا اکثریت بر جمع جلوگیری شود.

روش دلفی معمولی حداقل در ۲ دوره انجام می‌شود. معمولاً هدف دوره نخست، شناسایی موضوعات مرتبط با مسئله پژوهش است (تنگار اتینگام، ۲۰۰۷)، در بسیاری از پژوهش‌هایی که با روش دلفی انجام شده پرسش‌نامه دوره نخست توسط خود پژوهشگر و بر اساس مرور گسترده و فراگیر ادبیات یا از طریق گروهی از خبرگان یا استفاده از تیم سرپرستی انجام شده است (مالن، ۲۰۱۶).

پس از پایان دور نخست پاسخ‌های دریافتی ویرایش شده و پرسش‌نامه دوم در اختیار خبرگان قرار می‌گیرد. در دور دوم و دوره‌های پس از آن تخصصی‌تر می‌باشد و هدف از آنها رتبه‌بندی عوامل گوناگون بر اساس میزان اهمیتشان می‌باشد و به‌صورت کمی تحلیلی می‌شوند (تنگار اتینگام، ۲۰۰۷).

هدف از اجرای دلفی این است که بر سر میزان اهمیت و اولویت عوامل یا پرسش‌های مطرح شده توافق به دست آید (هنافین، ۲۰۰۴).

در بخشی از مقاله خود جدولی درباره شرایط توافق میان خبرگان ارائه کرده است که در پژوهش‌های گوناگون به کاررفته‌اند

بخشی از آن جدول در زیر ارائه شده است:

جدول (۱-۲) شرایط توافق میان نخبگان

ش	نام پژوهشگر	شرایط توافق / عدم توافق	تحقیقات همسو
۱	کمیل و همکاران (۲۰۰۰)	عدم توافق زمانی رخ می‌دهد که ۳۰٪ یا بیشتر از نظرات خبرگان، در یک‌سوم بالای طیف لیکرت ۹ نقطه‌ای (۷ تا ۹) یا یک‌سوم پایین طیف	(هنافین ^{۲۴} ، ۲۰۰۴)
۲	راجرز ^{۲۵} و همکاران (۲۰۰۲)	میزان توافق در دور دوم، از درصد تعداد خبرگانی که نظرات آنها در فاصله ۱/۶۴ از میانگین قرار گرفته باشد، تعیین می‌شود.	(۲۰۰۴)
۳	ونزلینگین ^{۲۶} (۲۰۰۳)	توافق کیفی، به این معنی که «نظرات خبرگان در موارد زیادی با هم تفاوت نداشته باشند.»	
۴	میلر ^{۲۷} (۲۰۰۱)	توافقی کیفی: استفاده از واژگانی چون «توافق عمومی» و «ناهماهنگی میان نظرات»، «پراکندگی نظرات» و...	
۵	میلر (۲۰۰۶)	معمولاً توافق زمانی به دست می‌آید که درصد مشخصی از نظرات در بازه از پیش تعیین شده‌ای، قرار گیرد.	(هسو ^{۲۸} و همکاران، ۲۰۰۷)
۶	دوبیت ^{۲۹} (۱۹۸۳)	هنگامی که ۸۰٪ نظرات در دو نقطه از مقیاس ۷- نقطه‌ای [لیکرت] قرار	
۷	گربن ^{۳۰} (۱۹۸۲)	هنگامی که ۷۰٪ خبرگان در مقیاس ۴- نقطه‌ای لیکرت عدد ۳ یا ۴ را	

نکته‌ای که باید بدان توجه شود این است که معیارهایی که برای تعریف و تعیین به کار می‌روند وابسته به تفسیر پژوهشگر

است (هسو و استفورد)، همچنین در روش دلفی تکرار دوره‌ها تا زمانی ادامه می‌یابد که یا به سطح از پیش تعیین شده‌ای

^{۲۴} Henafin

^{۲۵} Rogers

^{۲۶} Wenzlingin

^{۲۷} Miller

^{۲۸} Hesso

^{۲۹} Doubt

^{۳۰} Gerben

از توافق دست‌یابیم یا یکدیگر اطلاعات جدیدی به دست نیاید (گروبلار^{۳۱}، ۲۰۰۷). در پژوهش حاضر چنانچه ۷۰٪ از خبرگان برای عاملی اهمیت زیاد یا اهمیت بسیار زیاد در نظر بگیرند یعنی بر روی آن عامل توافق به دست آمده است. اگر در دوره نخست بر روی عاملی توافقی به دست نیامد آن عامل در پرسش‌نامه دور دوم نیز وارد شد به این دلیل که ممکن بود خبره بخواهد نظر خود را تغییر دهد.

راه‌های پیشنهادی دور اول

راه‌های مختلفی می‌تواند مورد استفاده قرار بگیرد یکی از طریق ارتباط آنلاین مجازی است، اگر به دنبال پاسخگویی باشند می‌توانند به صورت آنلاین زمانی را تعریف کرده و در خدمت عزیزان باشند، در واقع این شکل ارتباط‌گیری به مانند ارتباط حضوری است، هرآنچه ارتباط‌گیری‌ها از طرق مجازی بیشتر صورت پذیرد بهتر خواهد بود.

پاسخگویی می‌تواند از طریق تماس تلفنی انجام شود منتهی باید برای این کار برنامه‌ریزی انجام شود و زمانی توسط کارشناسان اعلام شود، البته در این مورد باید یادآور شویم ارتباط فقط به صورت صوتی است.

راهکار دیگری که از آن نام برده می‌شود پاسخگویی به صورت پیامک هست، به این صورت که افراد دارای شبهه سؤال خود را مطرح کرده و کارشناسان محترم پاسخگو خواهند بود، البته اهم این مواردی که مطرح گردید، در واقع همان ارتباط آنلاین مجازی است، چه بسا برخی سؤالات به صورت متنی درست انتقال پیدا نکند و طبیعتاً پاسخگویی با اشکال مواجه خواهد شد و مواردی از این دست، باید به این نکته بیشتر دقت شود که باید فضا را برای پاسخگویی به شبهات طوری آماده کرد که فرد پاسخگو بعد دچار اشکال و به وجود آمدن شبهه بیشتر نشود و از آن بپرهیز کند.

راه‌های پیشنهادی دور دوم

این قسمت از پژوهش به دنبال پاسخ به سؤال زیر است؛ چگونه مدیران عقیدتی و نظارت در زمان کرونا ویروس تبلیغ کنند که بازخورد منفی مخاطبین شامل حال مدیران نشود، با توجه به جو فکری به وجود آمده پیشنهاد این است که بدون عدم رعایت پروتکل‌ها تبلیغ نشود ولی از طرفی قصد این است که در هر شرایطی مدیران عقیدتی کارشان را ادامه دهند. برای تبلیغات نکات زیر را باید رعایت شود.

• مستقیم تبلیغ نشود!

- در تبلیغات فضای مجازی جوری تبلیغ نشود که مخاطب به صورت مستقیم متوجه شود! البته هر کار تبلیغی که با استفاده از موج کرونا و ضرورت آن باشد مخاطب متوجه خواهد شد پس به ظرافت‌های جو موجود دقت شود.
- برای این کار به تیتراهای تبلیغاتی خیلی دقت شود و با حساسیت زیادی تبلیغ نویسی شود.
- سعی شود به صورت غیرمستقیم تبلیغ شود. برای مثال می‌توان از محتواهای آموزشی استفاده شود. جزئیات این نکته در این مقاله نمی‌گنجد ولی درباره تبلیغات غیرمستقیم و روابط عمومی در اینترنت مقالات زیادی است که مطالعه آنها می‌تواند به مدیران عقیدتی و نظارت کمک کند.
- پست‌های تبلیغاتی اینستاگرام برای موضوعات دیگر را دیده و کامنت‌های آنها مطالعه شود این مورد می‌تواند در تبلیغ نویسی و روشی که انتخاب می‌شود به مدیران عقیدتی و نظارت کمک کند.
- تشکیل گروه پاسخ‌گویی در پست‌هایی که افراد مخالف و معاند می‌گذارند پیشنهاد می‌شود که در زیر پست‌های مختلف کامنت گذاری شود.
- از روش A/B تست استفاده شود، برای این کار ۲ تبلیغ مختلف یا ۲ تیترا متفاوت را در نظر بگیرید در جاهای پربازدید با توجه زیاد تبلیغات را به اشتراک بگذارید. یا ۲ متن مختلف پیامک را به ۲ دسته ۱۰۰۰ نفری از افراد در ۲ روز متفاوت ولی یک ساعت خاص ارسال شود. ببینید کدام پیامک بیشترین مخاطبین را برای مدیران عقیدتی و نظارت آورده است. پیامک A یا پیامک B اون تبلیغی که بیشترین بازخورد را به مدیران عقیدتی و نظارت داده تکرار شود و وقت و سرمایه‌ی مدیر صرف آن شود.

نتیجه

به دلیل وضعیت کنونی پیشنهاد آموزش ترکیبی پیشنهاد می‌شود، آموزش ترکیبی «آموزه‌ای از آموزش حضوری و آموزش در فضای مجازی خواهد بود» که در شرایط خاص کرونایی، بسته‌های آموزشی و تلویزیون نیز پای کار هستند. باتوجه به شرایط متفاوت تعلیم و تربیت سهم هر یک از بخش‌ها در این بسته ترکیبی مشخص می‌شود.

به نظر می‌رسد که یادگیری ترکیبی با داشتن مزیت‌های هر دو رویکرد آموزش (سنتی و الکترونیکی) یک رویکرد مؤثر برای افزایش اثربخشی یادگیری، سهولت دسترسی به مواد آموزشی باشد. همچنین به دلیل ارائه فرصت‌های مختلف به منظور

74، نقش روحانیت در پاسخ‌گویی به شبهات اعتقادی دوران اپیدمی های جهانی (کرونا)

یادگیری، موجب آن می‌شود که در کنار افزایش جذابیت آموزش، به تفاوت‌های فردی فراگیران نیز به طور مناسبی توجه شود، زیرا همه افراد به یک شیوه یاد نمی‌گیرند و به همین دلیل استفاده از روش‌های مختلف برای آموزش ضروری به نظر می‌رسد.

باتوجه به ماهیت آموزش، پویایی آن، نوع محتوا و غیره، مبلغ می‌تواند دو روش آموزش حضوری (سنتی) و آموزش مجازی (الکترونیکی) را ترکیب کند این روش به معلم کمک می‌کند تا برنامه و قواعد یادگیری را به بهترین نحو برآورده کند. راهکارهای آموزش ترکیبی را می‌توان در فرمت‌های مختلف ارائه داد. هرکدام از این روش‌ها، ارزش منحصر به فردی را ارائه می‌دهند.

باتوجه به بحران کرونا مبلغ اغلب نیازهای آموزشی را نمی‌تواند به طور کامل با رویکرد حضوری و یا یک رویکرد کاملاً آنلاین برطرف کند. اساساً، برای رسیدن به نتایج مورد نیاز، مجبورند بخشی از محتوای درس را با رویکرد حضوری و بخشی دیگر را به صورت مجازی ارائه دهند. به این دلیل ترکیبی از هر دو رویکرد، یعنی «آموزش ترکیبی» ضروری است.

مزایا

۱. یادگیرنده محور است و کنترل بیشتری را برای مخاطبین فراهم می‌کند.
۲. علاوه بر انعطاف‌پذیری که برای مخاطبین ایجاد می‌کند، دسترسی به منابع آنلاین را فراهم می‌سازد.
۳. پس از آنکه کلاس مجازی پایان یافت، مخاطبین می‌توانند بحث‌های موضوعی را (در صورتی که صوتی باشند) مجدد گوش دهند یا (در صورتی که تصویری باشند) مشاهده کنند.
۴. مبلغین می‌توانند با تولید محتوای سرگرم‌کننده و راهکارهای جالب و پرترفدار، تجربه یادگیری بهتری را به وجود آورند که موجب یادگیری بیشتر شود.

۷۶، نقش روحانیت در پاسخ‌گویی به شبهات اعتقادی دوران اپیدمی های جهانی (کرونا)

۵. باتوجه به محتوای درسی و شرایط محیطی موجود در شهرهای مختلف (وضعیت سفید، زرد یا قرمز)، آموزش نمی‌تواند به آموزش حضوری (سنتی) محدود شود؛ بلکه لازم است از طریق پلتفرم آنلاین (مثلاً برنامه‌های ال ام اس^{۳۲}) مسیرهای یادگیری ادامه یابد.

اگر ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های تشکیل‌دهنده یادگیری ترکیبی، به‌خوبی نیازسنجی، طراحی، اجرا، ارزشیابی و بازخورد بگیرند؛ می‌تواند به‌عنوان یک رویکرد منطقی و منعطف، بر بهبود عملکرد تحصیلی یادگیرندگان تأثیر فراوان داشته باشد.

معایب

به‌منظور اجرای آموزش ترکیبی دست‌اندرکاران آموزش لازم است هرچه سریع‌تر به دنبال راه‌حلهایی برای رفع مشکلات زیر باشند:

۱. تدابیری برای مناطقی که تحت پوشش آنتن مخابرات نیستند، اندیشیده شود.
۲. در راستای ارتقای توانمندی‌های مبلغان، آموزش‌هایی جهت آموزش الکترونیک و مجازی، ارائه امکانات از قبیل محتوا، نرم‌افزار و سخت‌افزار بیندیشند.
۳. برنامه خاصی برای کودکان که در ابتدای تحصیل خود هستند به‌خصوص ابتدایی‌ها در نظر گرفته شود.
۴. دستورالعمل مناسب برای آموزش‌های خاص اقشار کودکان استثنایی (کودکان با معلولیت‌های جسمانی متفاوت)، در نظر گرفته شود.
۵. راهکاری برای آموزش در اقشار کپری، کانتینری و..... که در مناطق صعب‌العبور قرار دارند؛ اندیشیده شود.
۶. برای آموزش در اقشار عشایری، فرایند آموزشی مناسب در نظر گرفته شود.

منابع

1. تکنیک دلفی: ابزاری در تحقیق، فضل اله احمدی، خدیجه نصیریانی، پروانه ابادری، مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی بهار و تابستان - ۱۳۸۷: ۸(۱)؛
2. Imani Jajarami H. [Ashnaie ba ravesh Delphi va karborde an dar tasmimgiri]. Faslnameh Modiriat Shahri 2000; 1(1): 35-9. Persian
3. Kennedy HP. Enhancing Delphi research: methods and results. J Adv Nurs 2004 Mar; 45(5): 504-11
4. Dunham R. The Delphi technique. 1996. [Cited 2002 Mar 24]. Available from: <http://www.medsch.wisc.edu/adminmed/2002/orgbehav/delphi.pdf>
5. Powell C. The Delphi technique: myths and realities. J Adv Nurs 2003 Feb; 41(4): 376-82 .
6. Foresight Methodologies; UNIDO;2004
7. Mohapatra, P.; Bora, M.; Sahu, K. (1984). "Incorporating Delphi Results in System Dynamics Models: A Case of Indian Tea Industry". Technological Fore and Social Change Journal. Vol. 25, pp. 159-177
8. "Gazing Into the Oracle". Google Books. 2016-09-15. Retrieved 2016-10-09.
9. Helmer, Olaf (1977-02-01). "Problems in futures research: Delphi and causal cross-impact analysis". Futures. 9 (1): 17–31. doi:10.1016/0016-3287(77)90049-0. ISSN 0016-3287. Retrieved 2016-10-09.
10. Woudenberg (1991). "An Evaluation of Delphi". Technological Forecasting and Social Change.
11. Gene Rowe and George Wright (1999). "The Delphi technique as a forecasting tool: issues and analysis". International Journal of Forecasting. www.elsevier.com