فصلنامه کارنو

شمارهٔ سه
پاییز ۱۴۰۵

بازارکار به دنبال چیست؟ مدرک یا مهارت؟

مهارت‌آموزی در عصر آموزش مجازی

هوش مصنوعی؛ استاد دوم دانشجو؟

از دانشگاه شخصی‌سازی شده چه می‌دانید؟



دانشگاه نسل ششم؟

پرونده ویژه دانشگاه نسل آینده؛
گذار از آموزش مدرک‌محور به مهارت‌آموزی
و کارآفرینی مبتنی بر هوش مصنوعی

شناسنامه

صاحب امتیاز:
دفتر رشد، نوآوری و کارآفرینی دانشگاه بین المللی مذاهب اسلامی

مدیر مسئول:
علی امینی

سردبیر:
میثم ویسی

طراح جلد و صفحه آرا:
شیوا نظری

شماره تماس:
۰۲۱۶۶۴۶۵۲۵۲

نشانی:
خیابان انقلاب کوچه سعید جنب دانشگاه امیرکبیر پلاک ۱۵ ساختمان شماره ۲ دانشگاه مذاهب اسلامی دفتر رشد، نوآوری و کارآفرینی

شبکه‌های اجتماعی:
mazahebkar

با تشکر از همراهی تمامی کسانی که در تدوین این نشریه سهیم بوده‌اند.



فهرست

۳ **از «گفت‌وگوی مذاهب» تا «همگرایی علمی»؛**
نقشه‌راه دفتر رشد خلاقیت و نوآوری در تحقق همگرایی

۵ **دانشگاه آینده؛**
گذار از آموزش مدرک‌محور به مهارت‌آموزی مبتنی بر کارآفرینی و هوش مصنوعی

۷ **از ایده خام تا کسب‌وکار؛**
نقشه راه تبدیل یک ایده خام به یک کسب وکار پایدار

۱۰ **از کلاس درس تا میدان نوآوری؛**
نقش استاد در تحقق گفتمان همزیستی

۱۳ **پرسش و پاسخ با میلاد اوصیا**

۱۶ **بازار کار به دنبال چیست؛**
مدرک یا مهارت؟

۱۸ **مهارت‌آموزی در عصر**
آموزش مجازی

۲۱ **دانشگاه کارآفرین**
یا کارجوساز؟

۲۳ **از دانشگاه شخصی‌سازی‌شده**
چه می‌دانید؟

۲۵ **تقریب دیجیتال؛**
چگونه هوش مصنوعی می‌تواند به همزیستی کمک کند؟

فراخوان
جذب ایده‌های نوآورانه

دفتر رشد، نوآوری و کارآفرینی دانشگاه بین‌المللی مذاهب اسلامی از دانشجویان دانشگاه‌های تهران دعوت می‌کند:

فراخوان همکاری در حمایت از طرح‌های کسب و کاری و ایده‌های نوآورانه دانشجویی

در حوزه‌های علوم انسانی و اسلامی و در محوریت **تقریب و همزیستی مسالمت آمیز**

بسته حمایتی از گروه‌های برگزیده:

- فضای کار اشتراکی و اختصاصی
- دوره‌های آموزشی و تخصصی
- شبکه مشاوران و منتورینگ
- حمایت مالی از توسعه پروژه



علاقه‌مندان جهت ارسال ایده‌های نوآورانه خود می‌توانند تا **۳۰ خرداد ۱۴۰۵** به نشانی زیر مراجعه نمایند:



از «گفت‌وگوی مذاهب» تا «همگرایی علمی»؛ نقشه‌راه دفتر رشد، خلاقیت و نوآوری در تحقق همگرایی



سید علی بطحایی

معاون پژوهشی و فناوری

دانشگاه بین‌المللی مذاهب اسلامی

مقدمه

جهان اسلام امروز بیش از هر زمان دیگری به «همگرایی» نیازمند است؛ همگرایی‌ای که نه در شعار، که در قالب محصولات فناورانه، اپلیکیشن‌های هوشمند و پلتفرم‌های تعاملی معنا پیدا کند. جمهوری اسلامی ایران با تکیه بر سیاست‌های کلی علم و فناوری و نقشه جامع علمی کشور، ظرفیت‌های بی نظیری برای تحقق این مهم در اختیار دارد. واحد رشد، نوآوری و خلاقیت مستقر در معاونت پژوهش و فناوری دانشگاه بین المللی مذاهب اسلامی با مأموریت و رسالت اجتماعی «توسعه همگرایی بین پیروان مذاهب»، «توسعه دانش‌های تقریبی و گسترش علوم مقارن» و «ارائه راه‌حل علمی برای چالش‌های فرهنگی ـ اجتماعی جهان اسلام»، در این چارچوب کلان تعریف شده است. اما پرسش اصلی این است: خروجی عینی و قابل‌لمس این دفتر برای دانشجویان و مخاطبان چیست؟ پاسخ، نمونه‌های عملی و اثرگذاری است که در ادامه با هم مرور می‌کنیم؛ نمونه‌هایی که هرکدام می‌توانند توسط یک تیم دانشجویی در همین ترم تحصیلی شروع شده و به محصولی قابل‌ارائه تبدیل شوند.

اول: توسعه همگرایی بین پیروان مذاهب با ابزارهای دانشجویی

همگرایی بین پیروان مذاهب، نیازمند «شناخت متقابل» است؛ شناختی که امروز با فناوری‌های نوین به‌سادگی قابل لمس است. واحد رشد، شکوفایی و نوآوری بستر علمی و محتوایی این حرکت هستند. اما خروجی دانشجویی در این حوزه چیست؟ نمونه عملی دانشجویی ۱: استارت‌آپ دانشجویی که با بهره‌گیری از هوش مصنوعی و پردازش زبان طبیعی، نظرات فقهی مذاهب تسعه را در موضوعات روزمره مانند بانکداری، ازدواج و سلامت تطبیق می‌دهد. خروجی این تیم، یک اپلیکیشن موبایل است که دانشجو با وارد کردن یک سؤال شرعی، پاسخ مذاهب مختلف را به‌صورت تطبیقی و مستند دریافت می‌کند. نمونه عملی دانشجویی ۲: پلتفرم «زیارت مجازی مراکز آموزشی و مذهبی» که توسط تیمی از دانشجویان رشته‌های کامپیوتر و علوم دینی طراحی شده است؛ این پلتفرم با استفاده از واقعیت مجازی (Virtual Reality)، امکان بازدید مجازی از مراکز دانشگاهی مذاهب اسلامی، مراکز دینی و زیارتی را برای دانشجویان فراهم می‌کند تا از نزدیک با فضای علمی و فرهنگی مذاهب مختلف آشنا شوند و جلسات پرسش‌وپاسخ زنده برگزار کنند.

دوم: گسترش وحدت اسلامی از طریق علمی با تکیه بر ظرفیت‌های نهادی کشور

«همگرایی از طریق دانشگاهی» به این معناست که منتورینگ ها (هدایتگران شغلی) استارت‌آپ‌ها و پروژه‌های دانشجویی، پل اتصال میان دانشگاه‌ها و نهادهای سیاست‌گذار باشند. وزارت عتف با راه اندازی «مراکز رشد، خلاقیت و نوآوری» و بنیاد ملی نخبگان و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با حمایت از هسته‌های مسئله‌محور، بستر این حرکت را فراهم کرده‌اند. نمونه عملی دانشجویی ۳: تصور کنید که پروژه دانشجویی که با حمایت نهادهای حمایتگر شکل گرفته بتواند مجموعه‌ای از مستندهای کوتاه تعاملی دربارهٔ مشاهیر مشترک جهان اسلام (مانند فارابی، ابن‌سینا، غزالی و ملاصدرا) تولید و با استفاده از فضای تعاملی واقعیت افزوده (Augmented Reality)، دانشجویان مذاهب مختلف را به همکاری در تولید محتوای علمی پیرامون این شخصیت‌ها دعوت می‌کند. خروجی این پروژه، یک شبکه اجتماعی علمی است که دانشجویان رشته‌های مختلف از سراسر کشور می‌توانند پایان‌نامه‌ها و پروژه های تحقیقاتی خود را با رویکرد تطبیقی و همگرایانه در آن به اشتراک بگذارند و برای انجام پروژه‌های مشترک، هم‌تیم پیدا کنند

سوم: توسعه دانش‌های تقریبی و علوم مقارن در بستر فناوری‌های نوظهور

«دانش‌های تقریبی» و «علوم مقارن» در عصر فناوری‌های همگرا (هوش مصنوعی، علوم شناختی و داده‌کاوی) به الگویی عملیاتی برای حل چالش‌های جهان اسلام تبدیل می‌شوند. نقشه راه چهارگانه دفتر (مسئله‌یابی، توسعه راه‌حل، شبکه‌سازی و تعامل آکادمیک طرفینی) در اینجا به‌خوبی قابل مشاهده است. نمونهٔ عملی دانشجویی ۴: تیم دانشجویی با شناسایی چالش «نبود دسترسی آسان به تفاسیر تطبیقی قرآن»، اقدام به طراحی یک سامانه هوشمند تفاسیر مقارن کرده است. این سامانه با استفاده از داده‌کاوی، تفاسیر تطبیقی المیزان، تبیان، فی‌ظلال‌القرآن و المنار را در کنار هم قرار داده و به کاربر امکان می‌دهد تا یک آیه را به‌صورت مقارن و با رویکرد تقریبی مطالعه کند. خروجی این پروژه در گام اول، یک نسخه آزمایشی تحت وب است که در تحقیقات مشترک قرآنی قابل استفاده است. نمونه عملی دانشجویی ۵: یک بازی موبایلی است که توسط تیمی از دانشجویان طراحی شده است. این بازی با شبیه‌سازی چالش‌های تاریخی و اجتماعی جهان اسلام، بازیکن را در موقعیت‌های تصمیم‌گیری قرار می‌دهد و با ارائه بازخوردهای علمی مبتنی بر آموزه‌های تقریبی، به کاهش پیش‌داوری‌های مذهبی در نوجوانان و جوانان کمک می‌کند.

سخن پایانی:

همگرایی مذاهب و وحدت اسلامی در عصر فناوری‌های نوظهور، از یک «شعار آرمانی» به «فرصتی عملیاتی» برای دانشجویان تبدیل شده است. جمهوری اسلامی ایران با تکیه بر اسناد بالادستی و شبکه گسترده نهادهای علمی و مذهبی — از دانشگاه بین‌المللی مذاهب اسلامی و تا صندوق نوآوری و شکوفایی و بنیاد ملی نخبگان — ظرفیت‌های ارزشمندی را در اختیار دارد که نمونه‌های عینی فوق، تنها گوشه‌ای از خروجی‌های قابل‌تحقق در دفتر ماست. طرح های دانشجویی بالا نه تنها پروژه‌های دانشجویی موفقی هستند، بلکه می‌توانند به عنوان الگوی موفق برای سایر تیم‌های دانشجویی شوند. دفتر رشد، نوآوری و خلاقیت، با در اختیار گذاشتن فضای کار اشتراکی، منتورینگ تخصصی و تسهیل ارتباط با نهادهای حامی، مسیر را برای شما دانشجویان گرامی هموار کرده است. اینک نوبت شماست؛ ایده شما کدام یک از این چالش‌ها را حل خواهد کرد؟ دفتر ما، جایگاه تحقق ایده شماست.



دانشگاه آینده؛
گذار از آموزش مدرک‌محور به مهارت‌آموزی مبتنی بر کارآفرینی و هوش مصنوعی

پاسخ، لزوماً حذف مدرک نیست؛ بلکه تغییر معنای آن است. گزارش Future of Jobs 2025 مجمع جهانی اقتصاد نشان می‌دهد که تا سال ۲۰۳۰ حدود ۳۹ درصد مهارت‌های فعلی نیروی کار دستخوش تغییر یا منسوخ‌شدن خواهد شد. همچنین ۶۳ درصد کارفرمایان، شکاف مهارتی را یکی از موانع اصلی تحول کسب‌وکار می‌دانند. این آمار نشان می‌دهد که دانشگاه نمی‌تواند صرفاً بر انتقال دانش ثابت تکیه کند.

از این منظر، دانشگاه آینده باید از «دانش برای امتحان» به «دانش برای عمل» حرکت کند؛ یعنی دانشجو علاوه بر دانستن یک موضوع، بتواند با استفاده از آن مسئله‌ای واقعی را حل کند.

مهارت؛ حلقه مفقوده آموزش عالی

مدرک دانشگاهی همچنان اهمیت خود را حفظ کرده و تحصیلات عالی با وضعیت بهتر اشتغال ارتباط دارد؛ اما در بازار کار جدید، مدرک به‌تنهایی کافی نیست. OECD در Skills Outlook 2025 بر اهمیت ترکیب آموزش رسمی با مهارت‌های موردنیاز بازار کار تأکید می‌کند.

دانشگاه مهارت‌محور باید دانشجویان را در موقعیت‌هایی قرار دهد که بتوانند پروژه انجام دهند، مسئله حل کنند، کار تیمی داشته باشند و تجربه واقعی کسب کنند. در چنین مدلی، ارزیابی دانشجو نیز می‌تواند علاوه بر امتحان، بر پروژه، نمونه‌کار و توانایی حل مسئله استوار باشد.

هوش مصنوعی؛ یک ابزار آموزشی یا یک تغییر پارادایمی؟

هوش مصنوعی مهم‌ترین عامل تحول در این مسیر است. اما استفاده از AI نباید به تولید سریع تکلیف یا متن محدود شود. یونسکو در چارچوب شایستگی هوش مصنوعی برای دانشجویان، بر چهار حوزه «نگرش انسان‌محور، اخلاق، کاربرد فناوری و طراحی سیستم‌های هوش مصنوعی» تأکید کرده است.

بنابراین دانشجوی آینده باید بتواند از هوش مصنوعی استفاده کند، پاسخ‌های آن را ارزیابی کند و از آن برای تحلیل، پژوهش، طراحی و حل مسئله بهره بگیرد. هدف، جایگزین‌کردن تفکر انسانی با AI نیست؛ بلکه افزایش توانایی انسان با کمک فناوری است.

کارآفرینی؛ از یک درس به یک فرهنگ

دانشگاه کارآفرین نیز الزاماً دانشگاهی نیست که همه دانشجویان آن شرکت تأسیس کنند. کارآفرینی در معنای گسترده‌تر، یعنی توانایی شناسایی فرصت، حل مسئله و خلق ارزش.

پژوهش‌های دانشگاهی نشان داده‌اند که آموزش کارآفرینی می‌تواند بر خودکارآمدی و قصد کارآفرینانه دانشجویان اثر بگذارد، هرچند کیفیت و شیوه اجرای این آموزش اهمیت زیادی دارد.

از این رو، آموزش کارآفرینی زمانی اثربخش‌تر خواهد بود که دانشجو با مسائل واقعی صنعت و جامعه مواجه شود، برای آنها راه‌حل طراحی کند و ایده خود را در یک محیط واقعی آزمایش کند.

مدل دانشگاه آینده

بر این اساس، می‌توان دانشگاه آینده را بر چهار پایه تصور کرد:

دانش تخصصی + مهارت عملی + هوش مصنوعی + کارآفرینی

در این مدل، ارتباط دانشگاه با صنعت نیز باید از استخدام فارغ‌التحصیلان فراتر برود و به همکاری در تعریف پروژه‌ها، کارآموزی، پژوهش و حل مسائل واقعی برسد.

از سوی دیگر، یادگیری نباید با دریافت مدرک پایان یابد. گزارش مجمع جهانی اقتصاد پیش‌بینی می‌کند که تا سال ۲۰۳۰ حدود ۵۹ درصد نیروی کار به نوعی آموزش یا ارتقای مهارت نیاز خواهند داشت. بنابراین دانشگاه آینده باید علاوه بر آموزش دوره‌های رسمی، به زیرساخت یادگیری مادام‌العمر تبدیل شود.

جمع بندی

دانشگاه آینده قرار نیست مدرک را حذف کند؛ بلکه باید مدرک را با مهارت، تجربه و توانایی خلق ارزش همراه کند. در چنین دانشگاهی، دانشجو فقط نمی‌آموزد که «چه می‌داند»، بلکه باید بتواند نشان دهد چه کاری می‌تواند انجام دهد و چگونه می‌تواند از دانش و هوش مصنوعی برای حل مسائل واقعی استفاده کند.

در نهایت، دانشگاه آینده دانشگاهی است که دانش را به مهارت، مهارت را به نوآوری و نوآوری را به خلق ارزش متصل می‌کند.





معاون مرکز کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف
زهرا زمانی

از ایده خام تا کسب‌وکار؛ نقشه راه تبدیل یک ایده خام به یک کسب‌وکار پایدار

یک ایده خوب، آغاز یک کسب‌وکار است؛ اما به‌هیچ‌وجه به معنای یک کسب‌وکار خوب نیست. فاصله میان این دو مفهوم بیش از همیشه به سرعت یادگیری، شناخت مشتری و توانایی اجرای ایده بستگی دارد.
تقریباً هر کسب‌وکاری روزی فقط یک ایده بوده است؛ یک مشکل که کسی متوجه آن شده، یک نیاز برآورده‌نشده یا حتی یک سؤال ساده: اگر این کار را به شکل دیگری انجام دهیم چه می‌شود؟
اما تاریخ کسب‌وکار نشان می‌دهد که تعداد ایده‌ها بسیار بیشتر از تعداد شرکت‌های موفق است. دلیل این فاصله نیز معمولاً کمبود ایده نیست؛ بلکه ناتوانی در تبدیل ایده به یک فرضیه قابل آزمایش، محصول قابل استفاده و در نهایت یک مدل درآمدی پایدار است.
در سال ۲۰۲۶ این مسئله شکل تازه‌ای پیدا کرده است. ابزارهای هوش مصنوعی ساخت نمونه اولیه، تحلیل اطلاعات و حتی انجام بخشی از فعالیت‌های عملیاتی را سریع‌تر کرده‌اند. در نتیجه، «توانایی ساختن» به‌تنهایی مزیت رقابتی سابق را ندارد. تمرکز بیشتر به سمت انتخاب مسئله درست، شناخت مشتری و اجرای سریع چرخه آزمون و یادگیری حرکت کرده است.
Harvard Business Review نیز در ۲۰۲۶ در بررسی خود درباره تغییر قواعد کارآفرینی، به همین نقش فزاینده هوش مصنوعی در فرآیند ساخت کسب‌وکار اشاره کرده است.

۱. همه‌چیز با مسئله شروع می‌شود

اولین اشتباه بسیاری از کارآفرینان این است که مستقیماً سراغ محصول می‌روند.
چه اپلیکیشنی بسازیم؟
چه خدماتی ارائه کنیم؟
چطور یک برند جدید راه بیندازیم؟

اما سؤال بنیادی‌تر این است:
چه مسئله‌ای وجود دارد که ارزش حل کردن دارد؟
یک ایده خام زمانی ارزش بررسی پیدا می‌کند که بتوان آن را به یک مسئله مشخص و یک گروه مشخص از مشتریان مرتبط کرد.
در این مرحله هدف، ساختن نیست؛ یاد گرفتن است.

۲. قبل از ساختن، اعتبارسنجی کنید

پس از تعریف مسئله، باید آن را با دنیای واقعی آزمایش کرد. گفت‌وگو با مشتریان احتمالی، بررسی رفتار آنها، مطالعه راه‌حل‌های موجود و تلاش برای پیدا کردن اولین مشتریان بالقوه می‌تواند اطلاعاتی به دست دهد که هیچ جلسه داخلی تیمی قادر به تولید آن نیست.

مهم‌ترین سؤال این نیست که آیا مردم ایده ما را دوست دارند؟

بلکه این است:

آیا این مسئله آن‌قدر مهم است که مشتری برای حل آن اقدامی واقعی انجام دهد؟

این تفاوت در سال ۲۰۲۶ اهمیت بیشتری پیدا کرده است؛ زیرا تولید یک نمونه اولیه با کمک ابزارهای هوش مصنوعی نسبتاً آسان‌تر شده، اما پیدا کردن تقاضای واقعی همچنان یک چالش تجاری است.

۳. نمونه اولیه؛ کوچک بساز، سریع یاد بگیر

پس از اعتبارسنجی اولیه، نوبت به نمونه اولیه (MVP) یا «حداقل محصول قابل ارائه» می‌رسد.

نمونه اولیه قرار نیست نسخه کوچک‌شده محصول نهایی باشد. هدف آن پاسخ دادن به مهم‌ترین فرضیه کسب‌وکار است.

اگر تصور می‌کنیم مشتری حاضر است برای یک خدمت مشخص پول پرداخت کند، نمونه اولیه باید بتواند همین فرضیه را آزمایش کند.

چرخه رشد در این مرحله چنین است:

ساخت > ارائه > مشاهده رفتار مشتری > یادگیری > اصلاح > ساخت دوباره

این چرخه ممکن است چندین بار تکرار شود.

۴. از اولین مشتری تا تناسب محصول و بازار

داشتن چند مشتری اولیه به معنای موفقیت قطعی نیست. مرحله مهم‌تر زمانی آغاز می‌شود که استفاده یا خرید مشتریان به یک رفتار قابل تکرار تبدیل شود.

اینجاست که مفهوم Product-Market Fit یا تناسب محصول با بازار اهمیت پیدا می‌کند.

تیم باید بتواند به سؤالاتی مانند اینها پاسخ دهد:

- چه گروهی بیشترین ارزش را از محصول دریافت می‌کند؟
- چرا مشتری محصول را انتخاب می‌کند؟
- آیا مشتری دوباره برمی‌گردد؟
- آیا دیگران محصول را به افراد جدید معرفی می‌کنند؟
- آیا مدل درآمدی با رشد مشتریان بهتر می‌شود؟

در این مرحله، داده‌های واقعی مهم‌تر از حدس‌های بنیان‌گذاران هستند.

۵. کسب‌وکار زمانی آغاز می‌شود که مدل درآمدی شکل بگیرد

یک محصول می‌تواند محبوب باشد، اما الزاماً کسب‌وکار خوبی نباشد.

کسب‌وکار زمانی شکل می‌گیرد که بتواند به‌صورت مستمر ارزش ایجاد کند، مشتری جذب کند و بخشی از ارزش ایجادشده را به درآمد تبدیل کند.

بنابراین باید رابطه میان این عناصر مشخص شود: مشتری > ارزش پیشنهادی > کانال فروش > درآمد > هزینه > سودآوری | در این مرحله، بنیان‌گذار از «ساختن محصول» به «ساختن سیستم کسب‌وکار» حرکت می‌کند.

۶. مقیاس‌پذیری؛ مرحله‌ای که همه‌چیز تغییر می‌کند

پس از اینکه مدل کسب‌وکار آزمایش شد، شرکت می‌تواند وارد مرحله رشد شود.
استخدام نیرو، توسعه کانال‌های فروش، تبلیغات، ورود به بازارهای جدید، استانداردسازی عملیات و استفاده گسترده‌تر از فناوری در این مرحله معنا پیدا می‌کنند.
اما مقیاس‌پذیری نباید جایگزین اعتبارسنجی شود.
اگر یک مدل کسب‌وکار هنوز جواب نداده باشد، بزرگ‌تر کردن آن فقط می‌تواند هزینه‌ها و مشکلات را بزرگ‌تر کند.
به همین دلیل می‌توان مسیر رشد را به شکل یک قیف دید:

ایده خام > مسئله واقعی > اعتبارسنجی > MVP > مشتری اولیه > Product-Market Fit > مدل درآمدی رشد > مقیاس‌پذیری

باکس ویژه: پنج سؤال قبل از سرمایه‌گذاری جدی

۱. دقیقاً چه مشکلی را حل می‌کنیم؟
۲. مشتری ما دقیقاً چه کسی است؟
۳. چه شواهدی داریم که این مشکل برای مشتری مهم است؟
۴. کوچک‌ترین آزمایشی که می‌تواند فرضیه ما را آزمایش کند چیست؟
۵. اگر آزمایش موفق شود، چگونه از آن درآمد ایجاد می‌کنیم؟

اگر پاسخ این پنج سؤال هنوز مبهم است، احتمالاً برای سرمایه‌گذاری بزرگ، استخدام گسترده یا توسعه سنگین محصول زود است.

۲۰۲۶؛ عصر سرعت یا عصر انتخاب درست؟

هوش مصنوعی در حال تغییر اقتصاد ساخت کسب‌وکار است. هزینه و زمان تولید بسیاری از نمونه‌های اولیه کاهش یافته و دسترسی به ابزارهای تحلیلی و تولیدی افزایش پیدا کرده است. اما همین اتفاق یک پیامد مهم دارد: وقتی ساختن آسان‌تر می‌شود، انتخاب مسئله درست ارزشمندتر می‌شود.
به همین دلیل، کارآفرین موفق آینده الزاماً کسی نیست که سریع‌تر محصول تولید می‌کند؛ بلکه کسی است که سریع‌تر یاد می‌گیرد کدام فرضیه درست نیست، کدام مشتری واقعاً نیاز دارد و کدام مدل می تواند به یک کسب‌وکار پایدار تبدیل شود.
در نهایت، مسیر تبدیل ایده به کسب‌وکار یک خط مستقیم نیست. گاهی لازم است از محصول به مسئله برگردیم، مشتری را تغییر دهیم، مدل درآمدی را بازطراحی کنیم یا حتی ایده اولیه را کنار بگذاریم.

ایده نقطه شروع است؛ اما یادگیری، اجرا و ایجاد ارزش واقعی برای مشتری است که آن را به کسب‌وکار تبدیل می‌کند.



از کلاس درس تا میدان نوآوری؛ نقش استاد در تحقق گفتمان همزیستی

یادداشتی درباره نقش اعضای هیئت علمی در توسعه دفتر رشد، نوآوری و کارآفرینی دانشگاه بین‌المللی مذاهب اسلامی

علی امینی (سرپرست دفتر رشد، نوآوری و کارآفرینی دانشگاه)

دانشگاه امروز دیگر صرفاً محل آموزش و انتقال دانش نیست. دانشگاه در جهان جدید باید بتواند میان دانش، جامعه، مسئله، فناوری، نوآوری و آینده پیوند برقرار کند و دانشجویانی تربیت کند که علاوه بر دانش تخصصی، توانایی حل مسئله، ایده‌پردازی، کارآفرینی و اثرگذاری اجتماعی داشته باشند. در این میان، دانشگاه‌های نسل پنجم یک گام فراتر می‌روند. در این رویکرد، دانشگاه نه‌تنها در خدمت توسعه علمی و اقتصادی، بلکه در خدمت انسان، جامعه، اخلاق، صلح، همزیستی و حل مسائل پیچیده اجتماعی قرار می‌گیرد. از این منظر، دانشگاه بین‌المللی مذاهب اسلامی به دلیل مأموریت و هویت علمی خود، ظرفیت ویژه‌ای برای ایفای نقشی متفاوت و اثرگذار دارد.

از «استاد آموزشی» تا «استاد راهبر»

یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌های دانشگاه، اعضای هیئت علمی آن هستند. استاد، بیش از آنکه صرفاً انتقال‌دهنده دانش باشد، می‌تواند راهنما، مشاور، منتور و الهام‌بخش حرکت دانشجو به سوی ایده و اقدام باشد. بسیاری از ایده‌های ارزشمند دانشجویان در همان مراحل اولیه متوقف می‌شوند؛ نه لزوماً به دلیل ضعف ایده، بلکه به دلیل نداشتن راهنما، شناخت کافی از مسیر اجرا، ناآشنایی با نیاز جامعه و نبود ارتباط با افراد و مجموعه‌های تخصصی. اینجاست که نقش استاد اهمیت پیدا می‌کند. استادی که در کنار دانشجو قرار می‌گیرد، می‌تواند یک سؤال علمی را به یک مسئله قابل حل، یک دغدغه اجتماعی را به یک ایده، یک ایده را به یک طرح و یک طرح را به یک فعالیت واقعی و اثرگذار تبدیل کند. دفتر رشد، نوآوری و کارآفرینی دانشگاه می‌تواند بستر این همکاری را فراهم کند و استادان را در نقش منتورهای تخصصی و مشاوران ایده در کنار دانشجویان قرار دهد.

گفتمان همزیستی؛ یک میدان بزرگ برای نوآوری

در دانشگاه بین‌المللی مذاهب اسلامی، نوآوری نمی‌تواند از مأموریت اصلی دانشگاه جدا باشد. «همزیستی»، «تقریب مذاهب»، «گفت‌وگو»، «پذیرش تفاوت‌ها»، «صلح»، «همبستگی اجتماعی» و «کاهش تعارضات» صرفاً موضوعاتی نظری نیستند؛ بلکه می‌توانند به مسئله‌های واقعی و میدان های گسترده‌ای برای ایده‌پردازی و نوآوری تبدیل شوند. یک استاد می‌تواند دانشجوی خود را تشویق کند که به جای انتخاب صرفاً موضوعات تکراری، به مسائل واقعی جامعه نگاه کند:

چگونه می‌توان از ظرفیت فناوری برای تقویت گفت‌وگوی بین‌مذهبی استفاده کرد؟

چگونه می‌توان یک محصول فرهنگی یا رسانه‌ای برای ترویج همزیستی طراحی کرد؟

چگونه می‌توان با استفاده از هوش مصنوعی، آموزش گفت‌وگو و پذیرش تفاوت‌ها را توسعه داد؟

چگونه می‌توان برای کاهش تعارضات اجتماعی در محیط‌های چندفرهنگی و چندمذهبی راهکارهای نوآورانه ارائه کرد؟

چگونه می‌توان گردشگری فرهنگی و مذهبی را به بستری برای شناخت متقابل و همزیستی تبدیل کرد؟

و چگونه می‌توان مفاهیم علمی و ارزشمند دانشگاه را از صفحات کتاب و مقاله به محصول، خدمت، پلتفرم، رویداد، کسب‌وکار اجتماعی و اثر واقعی در جامعه تبدیل کرد؟ اینجاست که مفهوم «نوآوری در خدمت همزیستی» می‌تواند به یکی از عرصه‌های متمایز دانشگاه تبدیل شود. استاد به‌عنوان «منتور ایده» منتورینگ الزاماً به معنای آن نیست که استاد همه پاسخ‌ها را در اختیار داشته باشد. نقش منتور بیشتر، پرسیدن سؤال درست، هدایت دانشجو، اصلاح مسیر، ایجاد ارتباط و کمک به عبور از موانع است. استاد منتور می‌تواند به دانشجو کمک کند تا:

مسئله واقعی را شناسایی و تعریف کند؛ ایده خود را دقیق‌تر و عملیاتی‌تر کند؛ مخاطب و نیاز جامعه را بشناسد؛ امکان‌پذیری طرح را بررسی کند؛ برای ایده خود مدل اجرایی یا کسب‌وکار طراحی کند؛ تیم مناسب تشکیل دهد؛ با متخصصان و سازمان‌های مرتبط ارتباط برقرار کند؛ از ظرفیت پایان‌نامه و رساله برای حل مسائل واقعی استفاده کند؛ نمونه اولیه ایده خود را بسازد و آزمایش کند؛ و در نهایت، با حمایت دفتر رشد، ایده را به یک طرح اجرایی، محصول، خدمت یا کسب‌وکار تبدیل کند. به این ترتیب، دفتر رشد و اعضای هیئت علمی رقیب یکدیگر نیستند؛ بلکه دو حلقه مکمل در یک زنجیره هستند. استاد، دانش و تجربه تخصصی را وارد این زنجیره می‌کند و دفتر رشد، مسیر نوآوری، شبکه‌سازی، آموزش، شتاب‌دهی و تبدیل ایده به اقدام را تسهیل می‌کند. یک شبکه از استادان؛ یک سرمایه برای دانشگاه اگر حتی بخشی از اعضای هیئت علمی دانشگاه در هر رشته به‌عنوان منتور یا مشاور تخصصی دفتر رشد فعال شوند، دانشگاه به یک سرمایه ارزشمند دست پیدا خواهد کرد؛
شبکه‌ای از متخصصان در کنار شبکه‌ای از ایده‌های دانشجویی.
برای مثال، استاد حوزه فقه و حقوق می‌تواند منتور ایده‌های مرتبط با حقوق، تقریب و مسائل اجتماعی باشد؛ استاد تاریخ اسلام می‌تواند در ایده‌های مرتبط با میراث مشترک و گفت‌وگوی تاریخی میان مذاهب نقش داشته باشد؛ استاد علوم قرآن و حدیث در طرح‌های مرتبط با اخلاق، گفت‌وگو و همزیستی؛ و استادان حوزه‌های زبان، ادیان، فلسفه و سایر رشته‌ها نیز می‌توانند ظرفیت تخصصی خود را در اختیار ایده‌های نو قرار دهند. این شبکه می‌تواند به‌تدریج به یک «شبکه منتورهای نوآوری و همزیستی دانشگاه» تبدیل شود. دفتر رشد؛ حلقه اتصال استاد، دانشجو و جامعه دفتر رشد، نوآوری و کارآفرینی زمانی می‌تواند به جایگاه واقعی خود در دانشگاه دست پیدا کند که به یک واحد صرفاً برگزارکننده کارگاه و جشنواره محدود نشود؛ بلکه به مرکز اتصال ایده‌ها، افراد و ظرفیت‌های دانشگاه با مسائل واقعی جامعه تبدیل شود. در این مسیر، همکاری با اعضای هیئت علمی اهمیت حیاتی دارد. دفتر رشد می‌تواند با ایجاد یک سازوکار مشخص، از استادان دعوت کند تا در سه سطح با دفتر همکاری کنند: ۱. کشف ایده؛ استاد در کلاس، پایان‌نامه، جلسات علمی و ارتباط با دانشجویان، مسائل و ایده‌های خلاقانه را شناسایی و آنها را به دفتر رشد معرفی کند. ۲. پرورش ایده؛ استاد به‌عنوان منتور تخصصی در کنار دانشجو قرار گیرد و با همکاری دفتر رشد، ایده را از مرحله خام به یک طرح قابل اجرا برساند.
۳. توسعه و اتصال؛ دفتر رشد با استفاده از شبکه خود، ایده را به متخصصان، سازمان‌ها، نهادهای اجتماعی، سرمایه‌گذاران، شرکت‌ها و سایر مجموعه‌های مرتبط متصل کند. در چنین ساختاری، یک ایده دانشجویی دیگر در دفتر استاد یا در ذهن دانشجو باقی نمی‌ماند؛ بلکه وارد یک مسیر رشد می‌شود.

از کلاس درس تا «مسئله واقعی»

شاید یکی از مهم‌ترین تغییرات مورد نیاز، تغییر نگاه ما به کلاس درس باشد. کلاس می تواند فقط محل تدریس یک سرفصل درسی نباشد؛ بلکه می‌تواند آزمایشگاه کشف مسئله و ایده باشد. استاد می‌تواند در کنار تدریس، از دانشجویان بپرسد: «این دانش قرار است کدام مسئله واقعی جامعه را حل کند؟»

همین پرسش ساده می‌تواند آغاز یک مسیر متفاوت باشد. دانشجویی که یاد می‌گیرد دانش خود را در برابر مسائل واقعی جامعه قرار دهد، به‌تدریج از «مصرف‌کننده دانش» به حل‌کننده مسئله تبدیل می‌شود. مسئولیت مشترک برای ساخت آینده توسعه دفتر رشد، نوآوری و کارآفرینی تنها مسئولیت مدیر و کارکنان این دفتر نیست. این موضوع یک مسئولیت دانشگاهی و نهادی است که نیازمند مشارکت آموزش، پژوهش، فرهنگی، بین‌الملل، روابط عمومی و مهم‌تر از همه اعضای هیئت علمی و دانشجویان است. اگر استادان دانشگاه به حلقه‌های اصلی این فرآیند تبدیل شوند، دفتر رشد می‌تواند به قلبی برای جریان یافتن ایده‌های نو در دانشگاه تبدیل شود؛ ایده‌هایی که بخشی از آنها ممکن است به پژوهش، بخشی به محصول و خدمت، بخشی به کسب‌وکار و بخشی به پروژه‌های اجتماعی و فرهنگی تبدیل شوند. مهم‌تر از همه، این فرآیند می‌تواند به دانشگاه کمک کند تا گفتمان همزیستی را از یک مفهوم علمی و نظری به یک جریان اجتماعی، فرهنگی و نوآورانه تبدیل کند.

سخن پایانی

دانشگاه بین‌المللی مذاهب اسلامی این فرصت را دارد که در مسیر دانشگاه‌های نسل پنجم، تعریف متفاوتی از نوآوری ارائه کند؛ نوآوری‌ای که تنها به فناوری و کسب‌وکار محدود نیست، بلکه نوآوری برای انسان، جامعه، اخلاق، صلح و همزیستی را نیز دربرمی‌گیرد. در این مسیر، استاد می‌تواند بیش از یک مدرس باشد؛ می‌تواند کاشف استعداد، پرورش‌دهنده ایده، منتور دانشجو و همراه او در مسیر تبدیل ایده به اثر باشد. و دفتر رشد، نوآوری و کارآفرینی می‌تواند این ظرفیت پراکنده را به یک شبکه منسجم تبدیل کند. شاید زمان آن رسیده است که در دانشگاه از خود بپرسیم: اگر هر استاد، تنها یک ایده را در طول سال از ذهن یک دانشجو به مرحله اقدام برساند، در پایان یک سال چه تعداد ایده جدید در دانشگاه شکل خواهد گرفت؟ و اگر این ایده‌ها در مسیر مأموریت دانشگاه و گفتمان همزیستی قرار گیرند، شاید بتوانیم یکی از مهم‌ترین رسالت‌های دانشگاه نسل پنجم را محقق کنیم: تبدیل دانش به اثر، ایده به اقدام و دانشگاه به بخشی از راه‌حل مسائل جامعه.

پرسش و پاسخ



میلاد اوصیا
مدیرعامل استارتاپ کوچه

شما به‌عنوان دانش‌آموخته دانشگاه بین‌المللی مذاهب اسلامی، مسیر خود را از دوران دانشجویی تا راه‌اندازی و مدیریت استارتاپ «کوچه» چگونه طی کردید؟ چه مهارت‌ها، تجربه‌ها یا تصمیم‌هایی در این مسیر بیشترین تأثیر را در ورود شما به فضای کسب‌وکار داشت؟

به نام خداوند مهربان. سلام عرض میکنم خدمت مخاطبان گرامی این نشریه وزین. من ورودی سال ۱۳۸۱رشته فلسفه و عرفان اسلامی هستم و خود را از آن دوران تاکنون جویای علم و تجربه می دانم.

به نظر من یکی از مهمترین عوامل موفقیت فارغ‌التحصیلان دانشگاه مذاهب، تسلط در عرصه علوم میان رشته‌ای است. دانشجویان اینجا طی تحصیل بر چند رشته از شاخه‌های علوم انسانی مسلط می‌شوند.

وقتی در جلسات مدیران مختلف سازمان‌ها، دانشجویان قبلی این دانشگاه را در قامت مدیر می‌بینم، برتری آنها بر سایر مدیران ارشد کاملا مشهود است. این برتری علمی قطعا حاصل زیست تحصیلی متفاوت آنها است که اعتماد به نفس بی‌نظیری در آنها ایجاد می‌کند. خود من بعد از فارغ التحصیلی در سال ۱۳۸۵ از این دانشگاه، در علوم حوزوی و همچنین روانشناسی تحصیل کردم و وارد فعالیت رسانه‌ای با خبرگزاری‌ها و روزنامه‌ها شدم. تسلط بر علوم مختلف سبب می‌شود دانشجو از تک بعدی بودن خارج شود و مسیرهای مختلف پیش روی خود ببیند.

دومین عامل موفقیت فارغ التحصیلان این دانشگاه به نظر من مربوط به کسب تجربه کار در شرایط دشوار است. همه ما تجربه برگزاری همایش‌های سنگین، حضور در نشست‌های کاری مختلف، انجام پروژه‌ها در زمان کم و ... را داریم که سبب شد مهارت شغلی افراد به طرز چشمگیری تقویت شود. وقتی انسان به حدی از اعتماد به نفس و خودکارآمدی برسد که بداند در هر مسئولیتی به بهترین شکل موفق می‌شود و می درخشد، طبیعتا خلاقیت هم در این مسیر به کمک شخص می‌آید و او حقیقتا از سایر رقیبان چندین سر و گردن جلو می‌زند. این مسیر برای من هم مصداق داشت و تحصیل مشتاقانه در رشته‌های مختلف به همراه حضور در عرصه‌های مختلف کاری سبب شد که عزت نفس و خلاقیت مد نظر را تجربه کنم.

دانشگاه چگونه دانشجو را برای بازار کار آماده کند؟ به نظر شما دانشگاه‌ها، به‌ویژه دانشگاه بین المللی مذاهب اسلامی، برای نزدیک‌تر کردن دانشجویان به فضای واقعی کسب‌وکار چه اقداماتی باید انجام دهند؟ برگزاری چه کارگاه‌ها، دوره‌ها، رویدادها یا برنامه‌های عملی می‌تواند دانشجو را از فضای صرفاً نظری به تجربه واقعی کسب‌وکار نزدیک کند؟

نخستین گام این است که دانشجویان اعتماد به نفس لازم را برای ورود به این عرصه پیدا کنند. این روزها بیشتر دانشجویان رشته‌های علوم انسانی همچون ادبیات، فلسفه، تاریخ، فقه و ... ناامید هستند و می‌گویند با این گرانی، ما در آینده چه شغلی خوبی می‌توانیم پیدا کنیم؟ اگر منظور این عزیزان این است که بدون کسب تجربه، دانشگاه‌ها یا سازمان‌ها به آنها شغلی را تقدیم کنند، تصویری دور از واقعیت است.

دانشجویان علوم انسانی اگر به خود باوری برسند و بتوانند از علم خود در مسیر خودشکوفایی استفاده کنند، گام اول را محکم برداشته‌اند. فضای کسب و کار امروز به گونه‌ای شده است که با یادگیری و خلاقیت می‌توان تبدیل به کارآفرین شد. در این راه یادگیری و کسب تجربه دائمی و مایوس نشدن رموز طلایی موفقیت است.

مهارت‌های ضروری برای دانشجویان امروز با توجه به تغییرات سریع بازار کار، دانشجویان در کنار دانش تخصصی رشته خود به چه مهارت‌هایی نیاز دارند؟ از مهارت‌های دیجیتال، هوش مصنوعی و تولید محتوا گرفته تا ارتباطات، مذاکره، حل مسئله، کار تیمی و مهارت‌های کارآفرینی، کدام مهارت‌ها را ضروری‌تر می‌دانید و چگونه می‌توان آنها را در دانشگاه آموزش داد؟

یکی از تجارب من به عنون روانشناس این بود که باید با متقاضیان پست‌های شغلی تمام رده های شرکتی معروف با حقوق‌های بسیار بالا مصاحبه کنم. در آنجا دیدم که همه افرادی که در مصاحبه شغلی موفق یا رد می شوند، به خاطر تسلط یا عدم تسلط آنها بر مهارت‌های نرم است.

مشکل آنها در دانش نبود زیرا بسیاری از آنها ساکن کشورهای پیشرفته اروپایی بودند اما همچنان مهارت‌های نرم مانند وقت شناسی، تعامل با همکاران، تاب‌آوری شرایط سخت کاری و مسئولیت پذیری را دارا نبودند.

امروزه فضای کسب و کار به گونه ای شده است که شرکت‌ها نیاز بسیار بسیار شدیدی به نیروی کار متعهد و حرفه‌ای دارند. از جوان ۱۸ساله گرفته تا افراد بازنشسته. اما چرا همچنان عده‌ای با داشتن تخصص و دانش همچنان شغل پردرآمدی ندارند؟ دلیل آن را در نداشتن مهارت‌های نرم جستجو کنید. من از همین تریبون اعلام می‌کنم که این آمادگی وجود دارد که هر یک از دانشجویان عزیز دانشگاه مذاهب که این مهارت‌ها را در خود دارند یا به دنبال ارتقای آنها هستند به شرکت‌ها، سازمان‌ها و استارتاپ‌ها معرفی خواهم کرد.

بسیاری از دانشجویان رشته‌هایی مانند فقه و حقوق، تاریخ اسلام، فلسفه، ادیان و مذاهب و ادبیات عرب، مسیر شغلی خود را محدود به مشاغل سنتی مرتبط با رشته‌شان می‌دانند. از نگاه شما، این دانشجویان چه ظرفیت‌ها و فرصت‌های جدیدی در بازار کار دارند و چگونه می‌توانند دانش تخصصی خود را به یک خدمت، محصول یا کسب‌وکار تبدیل کنند؟

شاید باورتان نشود اما اولین گام این است که با تمام وجودشان بخواهند. سپس توهم دانایی را در هر مرحله‌ای کنار بگذارند و متواضعانه بیاموزند و بیاموزند. بعد از کسب تجربه می‌بینند که اعتماد به نفس فوق‌العاده‌ای در آنها زنده شده است که خودشان ایده‌های بکر و خلاقانه حتی در ارتباط با رشته خودشان دارند. از اینکه برای یادگیری خود را به چالش بکشید نهراسید.

از تجربه خودتان در «کوچه» بگویید؛ مهم‌ترین چالش‌هایی که در مسیر راه‌اندازی و توسعه یک کسب‌وکار با آن مواجه شدید چه بود؟ اگر امروز دوباره از نقطه شروع حرکت می‌کردید، چه کارهایی را متفاوت انجام می‌دادید و چه توصیه‌ای برای دانشجویی دارید که ایده‌ای دارد اما نمی‌داند از کجا باید شروع کند؟

پرسش و پاسخ

ایده اولیه استارتاپ کوچه ۴ سال پیش آغاز شد که ساعات کار ادارات تهران برای اولین بار به ۶ صبح منتقل شد و مادران شاغل به مشکل بزرگی برخوردند زیرا هیچ مهد یا مدرسه‌ای از ساعت ۵ صبح آغاز به کار نمی‌کرد. در این فضا من ایده چندین ساله خودم را برای آموزش به کودکان بر اساس خطوط فطری آنها و نه با اجبار و جذابیت وسایل الکترونیک و اسباب بازی‌ها لاکچری، عملیاتی کردم.

راستش من تا اولین روز شروع کلاس‌ها نگران بودم که مگر می‌شود کودکان ۵ تا ۱۳ ساله را به مدت ۸ ساعت در محیطی که تاب و سرسره و حیاط و وسایل بازی ندارد سرگرم کرد؟ اما نتایج دقیقا در همان روز اول شگفت آور بود و مطمئن شدم که مسیر حرفه‌ای ارتباط با فطرت کودک را درست طراحی کردم. بلافاصله درخواست‌ها از سازمان‌ها و دستگاه‌ها برای برپایی این دوره آموزشی سرازیر شد و مجبور شدیم برای راه اندازی شعبه‌های هم زمان، کادرسازی و تربیت مربیان را با متد مد نظر خودم انجام بدهم. خوشبختانه در این مدت موفق شدیم که هفت دوره آموزشی را با برندهای مختلف برای دستگاه‌ها و ادارات برگزار کنیم. امسال نیز برای نخستین بار توانستیم با مشارکت مرکز رشد «آوین» این دوره را در غیرتابستان هم ادامه دهیم و پذیرای کودکان و دانش‌آموزان باشیم.

کار استارتاپ در ایران هر روزش با چالش‌های جدید همراه است. به گونه‌ای که اگر روزی مشکلی نباشد و و اوضاع آرام پیش رود، من منتظر هستم که به زودی چالش جدیدی پیش بیاید. می توانم با قاطعیت بگویم که هر مرحله از ایجاد یک استارتاپ همراه خودش مشکلات فراوان و البته شیرینی‌های ویژه‌ای دارد که طرح جزئیات ماجراها را به فرصت دیگری موکول می‌کنم.

در پایان اگر قرار باشد دفتر رشد، نوآوری و کارآفرینی دانشگاه فقط یک برنامه عملی برای دانشجویان طراحی کند، آن برنامه انگیزه بخشی به دانشجویان است تا افق های پیش روی خود را بتوانند مشاهده کنند. تا ببینند که با قرار گرفتن در مسیرهای جدید به فضل خداوند حتما می توان اوضاع را عوض کرد و به شرایط مطلوب رسید. فقط کافی است تصمیم جدی بگیرند و از فضای ناامیدی خارج شوند.

بازار کار به دنبال چیست؛ مدرک یا مهارت؟



یکی از پرسش‌های جدی برای دانشجویان و فارغ‌التحصیلان این است که بازار کار امروز بیشتر به «مدرک» اهمیت می‌دهد یا «مهارت»؟

در نگاه نخست، شاید پاسخ روشن به نظر برسد: مهارت. اما بررسی پژوهش‌های علمی نشان می‌دهد که واقعیت پیچیده‌تر از این دوگانه است. بازار کار نه صرفاً به مدرک نیاز دارد و نه صرفاً به مهارت؛ بلکه به فردی نیاز دارد که دانش، مهارت عملی و توانایی یادگیری و سازگاری را هم‌زمان داشته باشد.

مدرک دانشگاهی همچنان در بسیاری از مشاغل اهمیت دارد. در برخی حرفه‌ها مانند پزشکی، حقوق و بسیاری از مشاغل تخصصی، مدرک و مجوز حرفه‌ای اساساً شرط ورود به بازار کار است. علاوه بر این، مدرک می‌تواند برای کارفرما نوعی «نشانه» از دانش تخصصی، توانایی یادگیری و پشتکار فرد باشد. در اقتصاد، نظریه «علامت‌دهی» توضیح می‌دهد که کارفرما در شرایطی که شناخت کاملی از توانایی متقاضی ندارد، ممکن است از مدرک تحصیلی به‌عنوان یکی از معیارهای اولیه غربالگری استفاده کند.

بااین‌حال، مدرک به‌تنهایی تضمین‌کننده موفقیت شغلی نیست. آنچه در نهایت عملکرد فرد را در محیط کار مشخص می‌کند، توانایی به‌کارگیری دانش در موقعیت‌های واقعی است. یک فارغ‌التحصیل ممکن است دانش نظری مناسبی داشته باشد، اما اگر نتواند مسئله‌ای را حل کند، با دیگران ارتباط مؤثر برقرار کند، با ابزارهای تخصصی کار کند یا آموخته‌های خود را در شرایط واقعی به کار بگیرد، ارزش مدرک او در بازار کار محدود خواهد شد.

به همین دلیل است که در سال‌های اخیر مفهوم «استخدام مبتنی بر مهارت» مورد توجه قرار گرفته است. پژوهش مشترک Harvard Business School و Burning Glass Institute درباره بازار کار آمریکا نشان می‌دهد که برخی شرکت‌ها در سال‌های اخیر شرط مدرک دانشگاهی را از تعدادی از موقعیت‌های شغلی حذف کرده‌اند؛ بااین‌حال، این پژوهش تأکید می‌کند که حذف شرط مدرک، به‌تنهایی به معنای تغییر اساسی در شیوه استخدام نیست و سازمان‌ها باید روش‌های ارزیابی مهارت و توانایی افراد را نیز تغییر دهند.

از سوی دیگر، پژوهش‌های جدید درباره مشاغل مرتبط با هوش مصنوعی نیز نشان می‌دهند که تقاضا برای مهارت‌های تخصصی و قابل‌استفاده در حال افزایش است. مطالعه‌ای در سال ۲۰۲۵ که میلیون‌ها آگهی شغلی در بریتانیا را بررسی کرده، نشان می‌دهد در برخی مشاغل مرتبط با هوش مصنوعی، تأکید بر مهارت‌های مشخص افزایش یافته و در برخی موارد الزام مدرک دانشگاهی کاهش پیدا کرده است. این یافته البته به معنای بی‌ارزش‌شدن دانشگاه نیست؛ بلکه نشان می‌دهد در بازارهای فناوری‌محور، توانایی انجام کار و به‌روزرسانی مهارت‌ها اهمیت بیشتری پیدا کرده است.

بنابراین، شاید پرسش درست این نباشد که «مدرک یا مهارت؟» بلکه باید پرسید: «مدرک برای چه کاری و چه مهارتی برای چه شغلی؟» در مشاغلی که دانش تخصصی و صلاحیت رسمی اهمیت دارند، مدرک همچنان جایگاه مهمی دارد؛ اما در بسیاری از مشاغل جدید، به‌ویژه حوزه‌های فناوری، کارفرما بیش از گذشته به نمونه‌کار، تجربه عملی، حل مسئله و توانایی یادگیری توجه می‌کند.

در نهایت، می‌توان گفت مدرک می‌تواند درِ ورود به بازار کار را باز کند، اما مهارت است که به فرد کمک می‌کند در آن بازار باقی بماند و پیشرفت کند. بهترین رویکرد برای دانشجو و فارغ‌التحصیل نیز انتخاب میان دانشگاه و مهارت نیست؛ بلکه تبدیل دانش دانشگاهی به توانایی واقعی و قابل‌اثبات است. بازار کار امروز بیش از «مدرک به‌تنهایی» به ترکیبی از دانش، مهارت، تجربه و قابلیت یادگیری نیاز دارد. به بیان ساده، مدرک می‌گوید «چه خوانده‌ایم»، اما مهارت نشان می‌دهد «چه کاری از ما برمی‌آید».



مهارت‌آموزی در عصر آموزش مجازی

آموزش در سال‌های اخیر از یک فعالیت محدود به کلاس، دانشگاه و کتابخانه، به فرایندی گسترده و تا حد زیادی دیجیتال تبدیل شده است. گسترش آموزش مجازی، دوره‌های آنلاین، پلتفرم‌های آموزشی و یادگیری مبتنی بر ویدئو و هوش مصنوعی، یک پرسش اساسی را مطرح کرده است: آیا آموزش مجازی توانسته است فاصله میان «یادگیری» و «مهارت‌آموزی» را کاهش دهد؟

داده‌های جهانی نشان می‌دهند که تقاضا برای یادگیری آنلاین دیگر یک پدیده حاشیه‌ای نیست. گزارش مهارت‌های جهانی Coursera در سال ۲۰۲۵ بر اساس داده‌های بیش از ۱۷۰ میلیون یادگیرنده در بیش از ۱۰۰ کشور نشان می‌دهد که ثبت‌نام در دوره‌های مرتبط با هوش مصنوعی مولد نسبت به سال قبل ۱۹۵ درصد افزایش یافته و تعداد ثبت‌نام‌ها در این حوزه از ۸ میلیون گذشته است. همچنین ثبت‌نام در دوره‌های گواهی حرفه‌ای ۳۲ درصد رشد کرده است. این ارقام نشان می‌دهند که بخش قابل‌توجهی از یادگیری دیجیتال دیگر صرفاً با هدف کسب اطلاعات انجام نمی‌شود، بلکه به سمت کسب مهارت‌های مشخص و قابل استفاده در بازار کار حرکت کرده است.

اهمیت این تحول زمانی بیشتر می‌شود که آن را در کنار سرعت تغییر مهارت‌های مورد نیاز بازار کار قرار دهیم. گزارش OECD در سال ۲۰۲۴، بر اساس پیمایش مهارت‌های بزرگسالان در سال ۲۰۲۳ و داده های ۳۱ کشور و اقتصاد، نشان می‌دهد که به‌طور متوسط ۱۸ درصد از بزرگسالان در کشورهای مورد بررسی حتی به حداقل سطح مهارت در هیچ‌یک از سه حوزه سواد خواندن، سواد عددی و حل مسئله سازشی دست پیدا نکرده‌اند. این یافته نشان می‌دهد که مسئله آموزش در عصر دیجیتال صرفاً «دسترسی به محتوا» نیست؛ بلکه توانایی تبدیل آموزش به مهارت واقعی و قابل استفاده اهمیت اساسی دارد.

در همین نقطه، آموزش مجازی با یک فرصت مهم روبه‌روست. فرد دیگر برای یادگیری یک مهارت جدید الزاماً نیازمند ثبت‌نام در یک دوره بلندمدت دانشگاهی یا حضور فیزیکی در یک مرکز آموزشی نیست. می‌توان برنامه‌نویسی، تحلیل داده، زبان، بازاریابی دیجیتال یا حتی مهارت‌های مدیریتی را از طریق دوره‌های آنلاین و در زمان انعطاف‌پذیر آموخت.

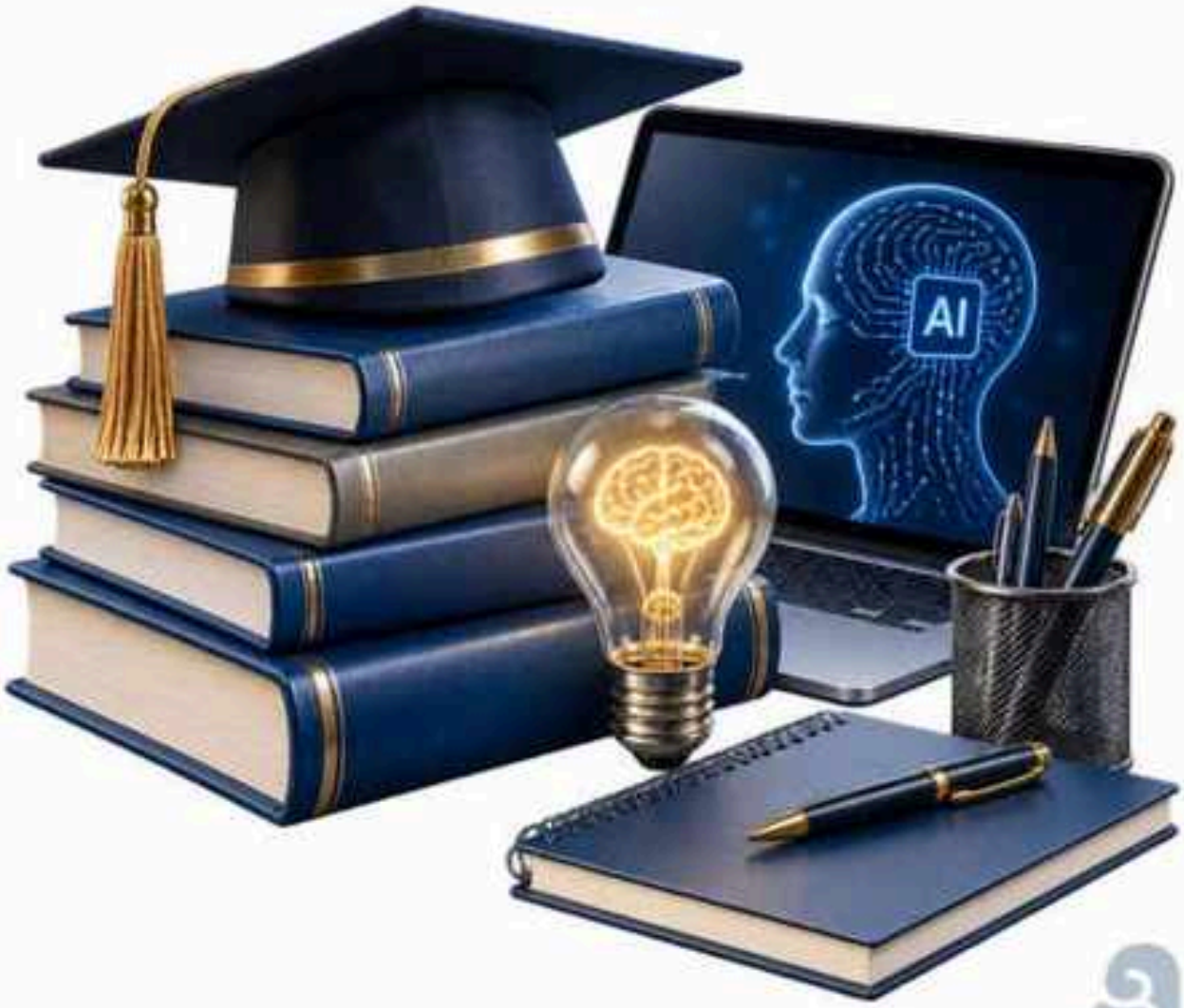
این ویژگی به‌خصوص برای شاغلان، افراد ساکن مناطق دور از مراکز آموزشی و کسانی که امکان حضور تمام‌وقت در دانشگاه را ندارند، اهمیت دارد. OECD نیز در گزارش ۲۰۲۵ خود درباره یادگیری بزرگسالان، یادگیری مستمر را یکی از ابزارهای مهم سازگاری با تغییرات فناوری، جمعیتی و نیازهای متحول بازار کار می‌داند.

بااین‌حال، آموزش مجازی را نباید با مهارت‌آموزی یکی دانست. مشاهده چند ساعت ویدئو یا دریافت یک گواهی پایان دوره لزوماً به معنای کسب مهارت نیست. مهارت زمانی شکل می‌گیرد که فرد بتواند آموخته‌های خود را در یک مسئله واقعی به کار بگیرد. بنابراین، کیفیت آموزش آنلاین باید نه فقط بر اساس تعداد دوره‌ها یا میزان ثبت‌نام، بلکه بر اساس میزان یادگیری، تمرین، پروژه عملی، بازخورد و توانایی انتقال آموخته‌ها به محیط واقعی سنجیده شود.

از سوی دیگر، داده‌های Coursera نشان می‌دهد که یادگیری آنلاین به سمت آموزش‌های کوتاه‌تر و تخصصی‌تر نیز حرکت کرده است. در سال ۲۰۲۵، ثبت‌نام در دوره‌های تفکر انتقادی ۲۸ درصد و دوره‌های امنیت سایبری ۱۱ درصد افزایش داشته است. همچنین زنان ۴۶ درصد از جامعه یادگیرندگان این پلتفرم را تشکیل داده‌اند. این داده‌ها نشان می‌دهند که آموزش دیجیتال می‌تواند دسترسی به یادگیری را برای گروه‌های متنوع‌تری فراهم کند، هرچند دسترسی برابر به اینترنت، تجهیزات، زبان و آموزش باکیفیت همچنان یک مسئله مهم است.

در نهایت، عصر آموزش مجازی بیش از آنکه پایان آموزش سنتی باشد، نشانه تغییر مفهوم «یادگیری» است. در گذشته، ممکن بود پایان تحصیل به معنای پایان مرحله اصلی یادگیری تلقی شود؛ اما در اقتصاد دیجیتال، مهارت‌ها با سرعت بیشتری تغییر می‌کنند و یادگیری باید به فرایندی مستمر تبدیل شود. آموزش مجازی این امکان را فراهم کرده است که یادگیری از یک رویداد مقطعی به فعالیتی مستمر، منعطف و شخصی‌سازی‌شده تبدیل شود. بااین‌حال، ارزش واقعی آن زمانی آشکار می‌شود که از «مصرف محتوای آموزشی» عبور کنیم و به «تمرین، تولید، حل مسئله و عملکرد واقعی» برسیم. بنابراین، چالش اصلی آموزش مجازی دیگر کمبود محتوا نیست؛ بلکه تبدیل انبوه محتوا به مهارت واقعی، قابل سنجش و قابل استفاده در زندگی و بازار کار است.

در نهایت، مسئله آینده دانشگاه «هوش مصنوعی یا استاد» نیست؛ بلکه هوش مصنوعی در کنار استاد و در خدمت یادگیری دانشجو است. دانشگاهی که بتواند به دانشجویان یاد بدهد چگونه پاسخ‌های تولیدشده توسط AI را بررسی کنند، خطاهای آن را تشخیص دهند، پرسش‌های بهتر بپرسند و از خروجی آن برای تولید دانش و حل مسئله استفاده کنند، درواقع مهارتی مهم‌تر از کار با یک ابزار خاص به آنها آموخته است: توانایی یادگیری در عصر هوش مصنوعی.





دانشگاه کارآفرین یا کارجوساز؟

سال‌هاست یکی از مسیرهای رایج آموزش عالی این‌گونه تعریف می‌شود: دانشجو وارد دانشگاه می‌شود، چند سال تحصیل می‌کند، مدرک می‌گیرد و پس از فارغ‌التحصیلی به دنبال شغل می‌گردد. در این الگو، دانشگاه عمدتاً وظیفه خود را در انتقال دانش و اعطای مدرک می‌بیند و مسئله اشتغال، به مرحله پس از دانشگاه موکول می‌شود. اما در جهانی که فناوری، هوش مصنوعی و مدل‌های کسب‌وکار با سرعت زیادی در حال تغییرند، این سؤال جدی مطرح است: آیا دانشگاه نباید به جای تربیت صرفاً «کارجو»، دانشجویانی تربیت کند که بتوانند خودشان کار خلق کنند؟

مفهوم «دانشگاه کارآفرین» دقیقاً از همین نقطه اهمیت پیدا می‌کند. دانشگاه کارآفرین قرار نیست همه دانشجویان را به مؤسس شرکت‌های بزرگ تبدیل کند؛ بلکه باید به دانشجو توانایی حل مسئله، شناسایی فرصت، تبدیل ایده به محصول یا خدمت و ایجاد ارزش اقتصادی و اجتماعی را آموزش دهد. در چنین دانشگاهی، دانشجو صرفاً برای گرفتن نمره و مدرک آموزش نمی‌بیند؛ بلکه می‌آموزد چگونه آموخته‌های خود را به یک فعالیت واقعی تبدیل کند.

این تغییر با تحولات بازار کار نیز ارتباط مستقیم دارد. گزارش Future of Jobs 2025 مجمع جهانی اقتصاد نشان می‌دهد تا سال ۲۰۳۰ بخش قابل‌توجهی از مهارت‌های مورد استفاده در مشاغل تغییر خواهد کرد و مهارت‌هایی مانند تفکر تحلیلی، خلاقیت، سواد فناوری، انعطاف‌پذیری و یادگیری مستمر اهمیت فزاینده‌ای پیدا می‌کنند. این وضعیت نشان می‌دهد که آموزش دانشگاهی نمی‌تواند تنها بر انباشت اطلاعات و دریافت مدرک متمرکز بماند.

در الگوی دانشگاه کارآفرین، «درس» باید به «توانایی انجام دادن» منتهی شود. دانشجوی مدیریت باید بتواند یک کسب‌وکار کوچک را از مرحله ایده تا بازارطراحی کند؛ دانشجوی مهندسی باید بتواند یک مسئله واقعی را به راه‌حل تبدیل کند؛ دانشجوی علوم انسانی باید بتواند دانش خود را در قالب محتوا، خدمات تخصصی، پژوهش کاربردی یا محصولات فرهنگی عرضه کند. حتی دانشجوی هنر نیز باید علاوه بر مهارت هنری، اصول بازار، برند شخصی، فروش و استفاده از ابزارهای دیجیتال را بشناسد.

در این نگاه، کارآفرینی یک درس دو واحدی در کنار سایر دروس نیست؛ فلسفه آموزشی دانشگاه است. دانشجو باید از همان سال‌های نخست تحصیل با پروژه واقعی، مشتری واقعی، مسئله واقعی و حتی شکست واقعی مواجه شود. دانشگاه می‌تواند با ایجاد مراکز نوآوری، شتاب‌دهنده‌ها، آزمایشگاه‌های مهارتی، ارتباط با صنعت و نظام آموزش پروژه‌محور، این تجربه را وارد فرآیند تحصیل کند.

از سوی دیگر، ورود هوش مصنوعی این ضرورت را جدی‌تر کرده است. دانشجویی که بتواند از هوش مصنوعی برای تحقیق، تولید محتوا، تحلیل داده، طراحی محصول، برنامه‌نویسی یا بازاریابی استفاده کند، می‌تواند با سرمایه و نیروی انسانی کمتری یک فعالیت اقتصادی یا حرفه‌ای را آغاز کند. بنابراین دانشگاه آینده باید به جای آنکه صرفاً دانشجو را برای ورود به مشاغل موجود آماده کند، او را برای خلق فرصت‌های جدید نیز آماده سازد.

البته کارآفرینی به معنای آن نیست که همه فارغ‌التحصیلان الزاماً باید کسب‌وکار شخصی داشته باشند. برخی افراد مسیر استخدام را انتخاب خواهند کرد و این انتخاب کاملاً طبیعی است. مسئله این است که دانشگاه نباید دانشجو را به شکلی تربیت کند که تنها گزینه قابل تصور او پس از فارغ التحصیلی، ارسال رزومه و انتظار برای استخدام باشد.

در نهایت، تفاوت «دانشگاه کارجوساز» و «دانشگاه کارآفرین» را می‌توان در یک سؤال خلاصه کرد: آیا دانشجو پس از چهار سال تحصیل فقط می‌پرسد «چه کسی مرا استخدام می‌کند؟» یا می‌تواند بپرسد «من چه مسئله‌ای را می‌توانم حل کنم و برای حل آن چه ارزشی می‌توانم ایجاد کنم؟»

دانشگاه آینده، دانشگاهی نیست که صرفاً مدرک بیشتری تولید کند؛ دانشگاهی است که توانایی بیشتری برای ساختن ایجاد کند. مدرک می‌تواند در یک شغل را باز کند، اما مهارت، مسئله‌شناسی و توان خلق ارزش می‌تواند به دانشجو امکان دهد که خود، در یک فرصت شغلی را بسازد.



از دانشگاه شخصی‌سازی‌شده چه می‌دانید؟

سال‌هاست دانشگاه برای همه دانشجویان یک نسخه تقریباً مشابه می‌پیچد؛ دانشجو وارد یک رشته می‌شود، مجموعه‌ای از دروس مشخص را می‌گذراند، امتحان می‌دهد و در نهایت مدرک دریافت می‌کند. اما آیا واقعاً همه دانشجویان یک رشته باید دقیقاً یک مسیر را طی کنند؟ آیا علاقه، استعداد، توانایی و هدف شغلی یک دانشجوی ۲۰ ساله با دانشجوی دیگر یکسان است؟

اینجاست که مفهوم «دانشگاه شخصی‌سازی‌شده» اهمیت پیدا می‌کند؛ دانشگاهی که با کمک هوش مصنوعی، مسیر آموزشی هر دانشجو را تا حد امکان بر اساس علاقه، استعداد، توانایی، عملکرد و هدف شغلی او طراحی می‌کند.

در این مدل، هوش مصنوعی صرفاً یک ابزار برای پاسخ دادن به سؤالات دانشجو نیست؛ بلکه می تواند به نوعی مشاور آموزشی و مهارتی دائمی تبدیل شود. سیستم هوشمند می‌تواند در طول تحصیل بررسی کند که دانشجو در چه موضوعاتی عملکرد بهتری دارد، به چه فعالیت‌هایی علاقه‌مند است، چه مهارت‌هایی را سریع‌تر یاد می‌گیرد و چه حوزه‌هایی برای آینده حرفه‌ای او مناسب‌تر است. سپس بر اساس این داده‌ها، مسیر یادگیری پیشنهادی او را تنظیم کند.

برای مثال، ممکن است دو دانشجوی رشته مدیریت در دانشگاه حضور داشته باشند؛ یکی به بازاریابی دیجیتال علاقه داشته باشد و دیگری به تحلیل داده. در دانشگاه سنتی، احتمالاً هر دو بخش عمده‌ای از مسیر آموزشی یکسانی را طی می‌کنند. اما در دانشگاه شخصی‌سازی‌شده، هوش مصنوعی می‌تواند برای دانشجوی اول مسیر مهارت‌هایی مانند تولید محتوا، بازاریابی دیجیتال و برندینگ را پررنگ‌تر و برای دانشجوی دوم تحلیل داده، هوش تجاری و ابزارهای تحلیلی را پیشنهاد کند.

این رویکرد زمانی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که هدف دانشگاه فقط صدور مدرک نباشد، بلکه تربیت دانشجویی باشد که پس از فارغ‌التحصیلی مهارت قابل عرضه در بازار کار داشته باشد.

پژوهش‌های حوزه یادگیری شخصی‌سازی‌شده نشان می‌دهند استفاده از فناوری‌های تطبیقی و تحلیل داده‌های یادگیری می‌تواند به بهبود عملکرد تحصیلی و مشارکت دانشجویان کمک کند. با این حال، پژوهش‌ها همزمان بر ضرورت طراحی مسئولانه و توجه به حریم خصوصی و محدودیت‌های الگوریتم‌ها تأکید دارند.

در دانشگاه آینده، بنابراین ممکن است کارنامه دانشجو فقط شامل نمره درس‌ها نباشد؛ بلکه «پروفایل مهارتی» او نیز شکل بگیرد. این پروفایل می‌تواند نشان دهد دانشجو چه توانایی‌هایی دارد، چه مهارت‌هایی را باید تقویت کند و چه مهارت‌هایی در بازار کار تقاضای بیشتری دارند. هوش مصنوعی می‌تواند میان سه نقطه ارتباط برقرار کند: «من به چه چیزی علاقه دارم؟»، «در چه چیزی توانمندم؟» و «بازار کار به چه چیزی نیاز دارد؟»

نتیجه چنین رویکردی می‌تواند تغییر نقش دانشگاه از «مدرک‌ساز» به «مسیرساز» باشد. دانشجو دیگر صرفاً برای گرفتن مدرک چهار سال وقت نمی‌گذارد؛ بلکه در طول تحصیل به تدریج مجموعه‌ای از مهارت‌های متناسب با شخصیت و هدف حرفه‌ای خود کسب می‌کند و حتی می‌تواند پیش از فارغ التحصیلی نمونه‌کار و تجربه عملی داشته باشد.

البته شخصی‌سازی نباید به معنای آن باشد که هوش مصنوعی درباره آینده دانشجو تصمیم بگیرد. الگوریتم ممکن است خطا کند، علایق انسان تغییر کنند و بازار کار نیز دائماً دستخوش تحول باشد. بنابراین تصمیم نهایی باید همچنان با خود دانشجو و با راهنمایی استادان و مشاوران انسانی باشد. یونسکو نیز در توصیه‌های خود درباره هوش مصنوعی در آموزش بر رویکرد انسان‌محور، حفاظت از داده‌های شخصی و استفاده مسئولانه از فناوری تأکید کرده است.

در نهایت، دانشگاه شخصی‌سازی‌شده را می‌توان دانشگاهی دانست که به جای اینکه بگوید «همه دانشجویان باید این مسیر را طی کنند»، می‌پرسد: «تو چه کسی هستی، به چه چیزی علاقه داری، در چه چیزی استعداد داری و برای رسیدن به آینده شغلی مورد نظرت چه مهارت‌هایی باید یاد بگیری؟»

شاید دانشگاه آینده جایی نباشد که یک برنامه درسی ثابت را به هزاران دانشجو ارائه کند؛ بلکه جایی باشد که با کمک هوش مصنوعی، برای هر دانشجو یک نقشه یادگیری، مهارتی و شغلی متناسب با خودش ترسیم کند.



تقریب دیجیتال؛ چگونه هوش مصنوعی می‌تواند به همزیستی کمک کند؟

نویسنده:
حمید ترکاشوند، معاون خانه خلاق آینه

چکیده

جهان در آستانه تحولی قرار گرفته است که در آن، هوش مصنوعی، رسانه‌های دیجیتال، کلان‌داده و فناوری‌های نوظهور، شیوه تعامل انسان‌ها، دانشگاه‌ها و جوامع را دگرگون کرده‌اند. در چنین شرایطی، مفهوم «تقریب» نیز نیازمند بازتعریف است. تقریب دیگر تنها به نشست‌های علمی یا گفت وگوهای حضوری محدود نیست، بلکه می‌تواند در بستر فناوری‌های هوشمند، شبکه‌های علمی و رسانه‌های دیجیتال به فرآیندی مستمر، فرامرزی و مبتنی بر اعتماد تبدیل شود. این مقاله با تکیه بر محتوای سند «تقریب و همزیستی در عصر هوش مصنوعی»، مفهوم «تقریب دیجیتال» را به‌عنوان چارچوبی نوین برای پیوند میان فناوری، رسانه، دانشگاه و دیپلماسی علمی معرفی می‌کند و نشان می‌دهد که آینده همزیستی، بیش از هر زمان دیگری به حکمرانی هوشمند، اعتماد اجتماعی و همکاری علمی وابسته است.

جهان در آستانه یک تغییر تمدنی

هوش مصنوعی دیگر تنها یک فناوری نیست؛ بلکه به زیربنای اقتصاد، آموزش، رسانه، حکمرانی و ارتباطات انسانی تبدیل شده است. همان‌گونه که اینترنت شیوه ارتباط انسان‌ها را تغییر داد، هوش مصنوعی نیز در حال تغییر نحوه تولید دانش، تصمیم‌گیری و تعامل میان جوامع است.

در این میان، دانشگاه‌ها نیز در حال عبور از نقش سنتی خود هستند. دانشگاه آینده تنها محل آموزش یا پژوهش نخواهد بود، بلکه به رهبر شبکه‌های دانشی، اعتماد و همکاری تبدیل می‌شود؛ نهادی که می‌تواند میان فرهنگ‌ها، ملت‌ها و اندیشه‌ها پل ارتباطی ایجاد کند.

از تقریب سنتی تا تقریب دیجیتال

تقریب در گذشته عمدتاً بر گفت‌وگوهای حضوری، همایش‌ها، تبادل استاد و انتشار آثار علمی استوار بود. اما تحول دیجیتال، این مفهوم را وارد مرحله‌ای تازه کرده است.

امروزه فناوری‌های نوظهور این امکان را فراهم کرده‌اند که دانشگاه‌ها، پژوهشگران و نخبگان، بدون محدودیت‌های جغرافیایی، در شبکه‌هایی گسترده با یکدیگر همکاری کنند.

در چنین فضایی، تقریب دیگر یک رویداد نیست؛ بلکه یک اکوسیستم پویا است که از تعامل میان فناوری، رسانه، دانشگاه و حکمرانی شکل می‌گیرد.

فناوری به‌تنهایی کافی نیست

یکی از مهم‌ترین پیام‌های این پژوهش آن است که فناوری، آغاز تحول است، نه پایان آن.

مسیر واقعی ارزش‌آفرینی چنین زنجیره‌ای را طی می‌کند:



- نگاه فرایندی و مرحله‌ای
- میان‌رشته‌ای و جامع
- قابل اجرا و اندازه‌گیری

این زنجیره نشان می‌دهد که فناوری نقطه آغاز است، اما تقریب و همزیستی پایدار نتیجه تعامل هوشمندانه همه اجزاء و عبور از مراحل ارزش‌آفرینی است.

بنابراین، اگر فناوری نتواند اعتماد ایجاد کند، هرگز به همکاری و همزیستی پایدار منجر نخواهد شد. این نگاه، تفاوت اساسی تقریب دیجیتال با بسیاری از پروژه‌های صرفاً فناورانه را نشان می‌دهد.

دانشگاه نسل پنجم؛ رهبر اکوسیستم اعتماد
تحلیل‌های مقاله نشان می‌دهد که دانشگاه‌های آینده باید فراتر از آموزش و پژوهش عمل کنند.
دانشگاه نسل پنجم:

- تولیدکننده دانش است؛
- شبکه‌های همکاری را توسعه می‌دهد؛
- رسانه علمی ایجاد می‌کند؛
- اعتماد اجتماعی می‌سازد؛
- و به بازیگر فعال دیپلماسی علمی تبدیل می‌شود.

در این نگاه، موفقیت دانشگاه تنها با تعداد مقالات یا ثبت اختراع سنجیده نمی‌شود، بلکه با میزان اثرگذاری آن بر همکاری‌های بین‌المللی، سرمایه اجتماعی و حل مسائل مشترک نیز ارزیابی خواهد شد.

رسانه؛ حلقه اتصال دانش و جامعه

رسانه‌های دیجیتال نیز نقش تازه‌ای یافته‌اند. رسانه دیگر صرفاً ابزار اطلاع‌رسانی نیست، بلکه به بستری برای شکل‌گیری اعتماد، روایت‌سازی و شبکه‌سازی تبدیل شده است.
دانشگاهی که بتواند یافته‌های علمی خود را به زبان قابل فهم و از طریق رسانه‌های نوین منتشر کند، مرجعیت اجتماعی بیشتری به دست خواهد آورد و سرمایه دانشی خود را به سرمایه اجتماعی تبدیل خواهد کرد.

تجربه جهانی چه می‌گوید؟

مرور تجربه‌های بین‌المللی نشان می‌دهد که مسیر آینده علم، بر همکاری‌های شبکه‌ای، آموزش باز، دیپلماسی علمی و استفاده مسئولانه از فناوری استوار است.
پلتفرم‌های آموزش آنلاین، شبکه‌های پژوهشی چندملیتی و رسانه‌های علمی، مرزهای جغرافیایی را تا حد زیادی از میان برده‌اند. این روند فرصت ارزشمندی برای دانشگاه‌های جهان اسلام فراهم می‌کند تا شبکه‌های علمی گسترده‌تری ایجاد کرده و نقش فعال‌تری در تولید دانش جهانی ایفا کنند.

چالش‌های عصر هوش مصنوعی

در کنار فرصت‌ها، این تحول با مخاطراتی نیز همراه است:

- گسترش اطلاعات نادرست و جعل عمیق (Deepfake)
- سوگیری الگوریتمی
- نقض حریم خصوصی
- استعمار داده
- شکاف دیجیتال
- کاهش اعتماد عمومی

بنابراین، موفقیت تقریب دیجیتال تنها به توسعه فناوری وابسته نیست؛ بلکه نیازمند حکمرانی هوشمند، اخلاق دیجیتال و سواد رسانه‌ای نیز هست.

آینده تقریب؛ یک پروژه تمدنی

شاید مهم‌ترین دستاورد این پژوهش، تغییر زاویه نگاه به مفهوم تقریب باشد. تقریب دیگر صرفاً یک فعالیت فرهنگی یا مذهبی نیست، بلکه یک پروژه تمدنی است که در آن فناوری، دانشگاه، رسانه، اعتماد و حکمرانی در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند.

اگر دانشگاه‌ها بتوانند از مصرف‌کننده فناوری به طراح اکوسیستم‌های دانشی تبدیل شوند و اگر رسانه‌ها بتوانند به جای تولید هیجان، اعتماد و گفت‌وگو ایجاد کنند، فناوری‌های نوظهور نه تهدیدی برای همزیستی، بلکه ابزاری برای تقویت آن خواهند بود.

جمع‌بندی

تحول دیجیتال، فرصت بی‌سابقه‌ای برای بازآفرینی مفهوم تقریب فراهم کرده است. اما تحقق این فرصت، تنها با توسعه ابزارهای فناورانه ممکن نیست؛ بلکه به شکل‌گیری اکوسیستمی نیاز دارد که در آن فناوری، رسانه، دانشگاه، حکمرانی و اعتماد به‌صورت هماهنگ عمل کنند. در چنین اکوسیستمی، تقریب از یک مفهوم نظری به یک راهبرد عملی برای توسعه همکاری‌های علمی، گفت‌وگوی بین فرهنگی و همزیستی پایدار تبدیل خواهد شد؛ راهبردی که می‌تواند نقشی مؤثر در آینده دانشگاه‌ها و جهان اسلام ایفا کند.

از کتابخانه تا الگوریتم:
فقهِ پویا در عصرِ فناوری‌های نوظهور

کانی سامعی، دانشجوی کارشناسی رشته فقه و حقوق شافعی دانشگاه بین المللی مذاهب اسلامی

فقهِ اسلامی، با قدمتی هزارساله، همیشه ظرفیتِ این را داشته که به مسائلِ تازه پاسخ بدهد. اما در دنیایِ امروز، این گنجینه‌ی گرانبها اغلب یا به شکلی کلیشه‌ای از آن یاد می‌شود، یا فقط در اختیارِ عده ای خاص از متخصصان باقی می‌ماند. این فاصله‌ی میان «توانایی فقه» و «دسترسی مردم به آن»، یک سوالِ اساسی پیش می‌کشد: چطور می‌توانیم فقه را از لابه‌لای کتاب‌های سنگین، به کوچه و خیابان و زندگیِ روزمره بیاوریم؟ و اینجا است که فناوری‌هایِ نوظهور، مخصوصاً هوش مصنوعی، می توانند نقشِ تعیین‌کننده‌ای داشته باشند.

چرا زبانِ فقه، برایِ ما مثلِ یک معما شده؟

اولین چیزی که این فاصله را ایجاد کرده، «زبانِ فقه» است. فقه، زبانی دقیق، عمیق و تخصصی دارد که برایِ خیلی از ما که در این حوزه تخصصی نداریم، سخت و پیچیده به نظر می‌رسد. روزگاری، این پیچیدگی نشانه‌ی عمقِ دانش بود، اما حالا در دورانِ داده‌ها و دسترسیِ آنی، گاهی تبدیل به یک سد می‌شود. اینجا است که فناوری وارد می‌شود؛ ابزارهایی مثل پردازشِ زبانِ طبیعی می‌توانند این زبانِ تخصصی را به زبانی ساده، روان و در عین حالِ دقیق، ترجمه کنند، بدون اینکه ذره‌ای از عمقِ علمیِ آن کم شود. این، اولین قدم برایِ «معاصر کردنِ فقه» است.

چرا رأیِ رسمی، تنها گزینه‌ی پیشِ رویِ ما نیست؟

دومین مسئله، «تکثرِ آرا» است. مذاهبِ اسلامی، هر کدام با پیشینه‌ای پربار، سرشار از نظراتِ گوناگون هستند که هرکدام ریشه در مبانیِ خاص خودشان دارد. اما در فضایِ عمومی، اغلب تنها یک دیدگاه به عنوانِ «رأیِ رسمی» معرفی می‌شود و باقیِ نظرات، نادیده گرفته می شوند یا در حاشیه می‌مانند. فناوری‌هایِ امروزی این ظرفیت را دارند که پژوهشگران و حتی مردمِ عادی را به این آرا، سریع‌تر و شفاف‌تر برسانند. این شفافیت، نه تنها به «نزدیکیِ مذاهب» کمک می‌کند، بلکه باعث می‌شود مردم به فقه اعتمادِ بیشتری پیدا کنند.

چرا دانشگاهِ ما، بهترین بسترِ این تحول است؟

و حالا، اینجا جایی است که دانشگاهِ بین‌المللی مذاهب اسلامی، یک مزیتِ بزرگ دارد. این دانشگاه، با گردهم آوردنِ اساتید و دانشجویانی از مذاهبِ مختلف، بستری فوق‌العاده برایِ همکاریِ علمی و فرهنگی فراهم کرده است. ظرفیتی که در اینجا وجود دارد، می‌تواند مثل یک «آزمایشگاهِ زنده» عمل کند؛ جایی که فقها، حقوقدانان و متخصصانِ کامپیوتر، کنارِ هم بنشینند و راه‌هایِ تازه‌ای برایِ ارائه‌ی دانشِ فقهی پیدا کنند. دانشگاهِ ما با این ویژگیِ بی‌نظیر، می‌تواند الگویی باشد برایِ همه‌ی مراکزِ علمیِ بین‌مذهبیِ جهانِ اسلام.

مگر می‌شود ماشین، جانشینِ مجتهد شود؟

البته، این مسیر یک دسته‌گل نیست و چالش‌هایِ خودش را دارد. مهم‌ترینش، این است که چطور مطمئن شویم «دقتِ اجتهادی» در کار با ماشین‌ها حفظ می‌شود. هوشِ مصنوعی باید نقشِ «دستیارِ مجتهد» را داشته باشد، نه اینکه بخواهد جایِ او را بگیرد. از طرفی، تبدیلِ متونِ کهنِ فقهی به داده‌هایی که ماشین‌ها بتوانند بخوانند، پروژه‌ای بزرگ و نیازمندِ سرمایه‌گذاریِ جدیِ علمی و مالی است. اما این همکاری، دقیقاً در فضایِ چندرشته‌ایِ دانشگاهِ بین‌المللی مذاهبِ اسلامی، دست‌یابی‌تر از هرجایِ دیگری است.

این فرصت، چه گنجی برایِ دانشجویانِ امروز دارد؟

این چشم‌انداز، فقط یک بحثِ تئوری نیست؛ بلکه یک فرصتِ عینی برایِ دانشجویانِ امروز است. از همین دغدغه‌ها می‌توان هسته‌های کارآفرینیِ دانشجویی را شکل داد؛ هسته‌هایی که با کمکِ هوشمندانه‌ی هوشِ مصنوعی، هم به دانشگاه در مصرفِ بهینه‌ترِ منابع کمک می‌کنند و هم راه‌هایِ شغلیِ جدیدی برایِ فارغ‌التحصیلانِ علومِ انسانی باز می‌کنند.

فناوری، پلی به سویِ فقهیِ زنده و جهانی

در پایان، فناوری‌هایِ نوظهور، یک فرصتِ استثنایی برایِ احیایِ نقشِ اجتماعیِ فقه به وجود آورده‌اند. فقهی که بتواند با زبانِ امروز حرف بزند و نظراتِ مختلف را به روشنی نشان دهد، به یکی از ارکانِ اصلیِ «همزیستیِ جهانی» و «عدالتِ تمدنی» تبدیل خواهد شد. دانشگاهِ بین‌المللیِ مذاهبِ اسلامی، با روحیه‌ی وحدت‌گرایانه‌اش، می‌تواند پرچمدارِ این تحول باشد؛ تحولی که در آن، فناوری، پلی می‌شود برایِ عبور از انزوا و رسیدن به هم‌افزاییِ جمعی.