

دینداری در فضای مجازی (تحلیل محتوای وبلاگ‌های دینی فارسی زبان*)

شبنم شجاعی باغینی^۱

چکیده

این مقاله به بررسی اینترنت و دین می‌پردازد. لذا برای تحلیل محتوای وبلاگ‌های دینی از ۵ مقوله کلیدی در ابعاد اجتماعی دینداری و ۴ کارکرد دین مجازی استفاده شده است. اینها عبارتند از: ۱- باورها و اعتقادات دینی ۲- مناسک و شعایر دینی ۳- اخلاق دینی ۴- تجربه دینی ۵- دانش دینی. همچنین از کارکردهای دینداری مجازی و نیز دین آنلاین هم استفاده شده است. اینها نیز مشتمل بر این مواردند: ۱- بازنمایی دین ۲- آموزش دین ۳- تبلیغ و ترویج دین ۴- اطلاع رسانی دین. روی هم هدف مقاله تحلیل محتوای وبلاگ‌های دینی با استفاده از این مقوله‌ها و نیز بهره‌مندی از چارچوب نظری ابعاد اجتماعی دینداری (گلاک و استارک) و کارکردهای دین آنلاین (هاکت) است.

به این منظور ۵۰ مورد وبلاگ از میان وبلاگ‌های دینی که صرفاً به مقوله دین می‌پردازند و در مجموعه دینی- مذهبی قرار دارند، انتخاب و به روش تحلیل محتوای کمی و کیفی مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. نتایج حاصل از یافته‌ها بیانگر ظهور محتوای نوین دینی در فضای وبلاگی ایرانی است. آنچه که از کلیت محتوای وبلاگ‌ها می‌توان نتیجه گرفت آن است که در وبلاگ‌ها بیشتر مقوله دین آنلاین مطرح شده است، یعنی شرایطی را توضیح م‌دهد که فرد در فضای مجازی اعمال دینی خود را انجام می‌دهد، درواقع این نگاه منعکس کننده انتقال تجربه‌های روزمره دینی مانند نیایش‌های آنلاین، مراسم مذهبی در فضای آنلاین و یا برگزاری شعایر دینی در فضای مجازی است. دین آنلاین در واقع سطح فراگیرتر و به لحاظ تعاملی، ارتباط مدرن و پیوسته‌تری را در فضای مجازی منعکس می‌کند.

کلمات کلیدی: اینترنت و دین، وبلاگ‌های دینی، دین آنلاین، دینداری مجازی در ایران، وبلاگ‌های دینی فارسی.

* این مقاله برگرفته از رساله کارشناسی ارشد نگارنده در سال ۱۳۹۱ (به راهنمایی دکتر سید محمود نجاتی حسینی) است.

^۱ کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی- دانشگاه آزاد اسلامی واحد آشتیان. shabnam.shojaie@gmail.com

مقدمه

بیش از یک دهه از ورود اینترنت به ایران می‌گذرد. در این مدت نه چندان طولانی، همه ایرانیان همانند همه مردم جهان، با آغوش باز به استقبال این معجزه بشری رفته‌اند و آن را توانمندترین فناوری انسان معاصر در عرصه‌های اطلاع رسانی، آموزش، تحقیق، تبلیغ اندیشه یافته‌اند. وبلاگ مکان و فضایی در شبکه جهانی اینترنت است که معمولاً مبدایی شخصی و غیر تجاری دارد. تفاوت عمده آن با سایت یا وب سایت، در رایگان بودن آن و بهره‌گیری بی‌مزد و منت از سرورهای عمومی است. وبلاگ‌ها نیز برخلاف اکثر سایت‌ها در فاصله‌های زمانی کوتاه (گاه هر یک ساعت و حتی کمتر از آن) به روز می‌شوند و گستره عظیمی از موضوعات را پوشش می‌دهند. امکان انتشار اندیشه‌ها و عقاید تا به امروز تنها برای بخش خاصی از جامعه، همچون نویسندگان، اندیشمندان، دولت مردان و ادیبان فراهم بوده است، اما وبلاگ این امکان را برای اقشار مختلف، اعم از زن و مرد، پیر و جوان ایجاد کرده است.

ظهور وسایل ارتباط جمعی مدرن (سینما، رادیو و تلویزیون، اینترنت، شبکه‌های رایانه‌ای و...) شبکه ارتباطات سنتی را دست‌خوش تحولات کرده است، به حوی که مهمترین تحول پدید آمده در این زمینه را باید در انتقال برخی کارکردهای دینی رسانه‌های سنتی به رسانه‌های مدرن بدانیم. دین یکی از موضوعاتی است که امروزه راه خود را در وسایل ارتباط جمعی باز کرده، اما این حضور همواره با فراز و نشیب‌هایی تاریخی روبرو بوده که ارتباطی تنگاتنگی با فرهنگ جامعه داشته است.

زمانی که دین به عنوان مهم‌ترین نهاد معنابخش در زندگی انسان مطرح شود و کارکرد اصلی آن معنابخشی به زندگی باشد، می‌توان از ابزارهای مختلف معنابخشی دینی به زندگی سخن گفت، ما می‌توانیم خانواده دینی، آموزش و پرورش دینی و اینترنت دینی داشته باشیم که جامعه‌پذیری دینی را میان نسل جدید و نسل موجود تحقق بخشد.

شبکه جهانی اینترنت بدون شک مه‌ترین و جدیدترین عرصه در تعامل میان مذهب و رسانه به شمار می‌رود. این عرصه راه‌هایی جدید و غیرمتعارف را برای تعامل این دو پدیده در جوامع خاورمیانه گشوده و فرصت‌های بی‌بدیل و چالش‌هایی تصورناپذیر را در برابر مذهب قرار داده است.

رسانه در جهان امروز، یک جهان مجازی همگانی می‌سازد و تحولی که می‌توانیم آن را رسانه‌ای شدن جامعه و فرهنگ یا رسانه‌ای شدن جهان اجتماعی بنامیم. اینترنت یک فناوری ماهیتاً فرهنگی است، زیرا به وسیله ابزارهایی مانند: سایت‌ها، وبلاگ‌ها و... به تولید، بازتولید، ترویج و اشاعه نمادها و معانی می‌پردازد.

پدیده‌های رسانه‌ای پیوندی انکارناپذیر با فرهنگ عامه‌پسند دارند و دین هم به عنوان یکی از این پدیده‌ها از طرق مختلف (اینترنت) به امر خلق نمادهای فرهنگی می‌پردازد و به این وسیله در بازپروری فرهنگ عامه مشارکت می‌کند.

نحوه استفاده از اینترنت برای دین و دین‌داران متعدد است. اینترنت درک انسان معاصر را از ذهنیت (سوبژکتیویته) اجماع و عاملیت تغییر داده است و به سوی عینیت (ابژکتیویته) می‌برد، در حقیقت با

اصطلاحی به نام دین آنلاین روبه رو می‌شویم که امکان تجربه دینی را برای کاربران فراهم می‌کند. دین‌داران در جوامع مدرن به بازنمایی و تولید محتوا، با استفاده از وسایل ارتباط جمعی مدرن (اینترنت) می‌پردازند و بیش از پیش با تکیه بر ویژگی‌های دنیای مجازی خود را به مخاطب جهانی خود عرضه می‌کنند.

ما ایرانیان از جمله دست اندرکاران تبلیغ دینی بودیم که در حدود ۲۴۰ سال دیرتر از مسیحیان با اولین رسانه آشنا شدیم و در واقع، ۲۴۰ سال رسانه اصلی ما منبر بود و بر اساس برخی تخمین‌ها، هم اکنون حدود ۷۰۰،۰۰۰ وبلاگ فعال فارسی زبان در فضای وب وجود دارد که این تعداد ایران را از این حیث حائز رتبه دهم در جهان می‌کند، ایجاد و به روزرسانی ده‌ها هزار وبلاگ فارسی، تهران را به پایتخت وبلاگ نویسی در خاورمیانه تبدیل کرده است و وبلاگ نویسی، این توانایی را دارد که نوع جدید و مدرن‌تری از تبلیغ دینی را پذیرایی کند که همان تبلیغ دیجیتال و اینترنتی است.

از دهه ۷۰ به بعد، در ایران شاهد شکل‌گیری گونه‌های جدیدی از دین‌داری در حوزه بازنمایی، ترویج و آموزش تعالیم دینی هستیم که همه و همه بیانگر ایجاد موج تازه‌ای در جامعه ایرانی است در واقع در دوره زمانی مذکور گسترش امکانات ارتباطی و اینترنتی بسترساز ظهور و بروز دین‌داری آنلاین شد که تا پیش از این در سپهر دینی جامعه ما وجود نداشت و اگر هم وجود داشتند به وضوح و زیادی امروزه نبوده است.

دین آنلاین، دینداری آنلاین، دین بر فضای مجازی همگی واژگانی هستند که از پدیده جدیدی در جهان معاصر خبر می‌دهند که پژوهش‌های گوناگونی را در حوزه دین‌شناسی، جامعه‌شناسی، مطالعات فرهنگی و... به خود اختصاص داده است، مراکز و نهادهای گوناگونی در بررسی این مسئله شکل گرفته و شخصیت‌های پرتلاشی در عرصه این پژوهش پای نهاده‌اند، کتا‌های متعددی در این حوزه نگاشته شده است و در فضای مجازی نیز صرفنظر از سایت‌هایی که اختصاصاً به این مهم پرداخته‌اند، در اغلب دپارتمان‌های دین‌پژوهی مستقل یا مرتبط با دانشگاه‌های معتبر دنیا بخشی تحت همین عنوان ایجاد شده است که اطلاعات گوناگونی در این حوزه را به مخاطب ارائه می‌کند، اما نکته جالب توجه این است که همه این فعالیت‌ها در دنیای غرب روی داده است و در جامعه ما منابع و مأخذ در این حوزه بسیار محدود و کم است.

در جامعه ما پژوهش علمی و آکادمیک در این حوزه کمتر صورت گرفته است و به عبارت بهتر جامعه ما هنوز در این حوزه گرفتار احساسات دینی است تا نگاهی موشکافانه. به طوری که هر از چندگاهی برنامه‌هایی مرتبط با ادیان مجازی ساخته می‌شود یا خبرهایی در رسانه‌ها منتشر می‌شود که پیش از پیش به دیدگاه احساسی و بی‌منطق در این حوزه دامن می‌زند، لذا در چنین شرایطی مطالعه علمی وبلاگ‌های دینی و دین آنلاین در جامعه ما ضروری است.

وبلاگ‌های دینی، دین آنلاین و دینداری مجازی اصطلاحات جدیدی در ادبیات آکادمیک ماست. هر بار که از این اصطلاحات سخن به میان می‌آید بی‌درنگ با این سؤالات مواجه می‌شویم که کدام وبلاگ‌ها؟ چرا مجازی؟ از چه نظر دینی؟ و اساساً رابطه این بحث با جامعه ما در چیست؟ این پرسش‌ها

درست اما، در برابر واقعیت نوظهور و گسترش دین‌داری و تجربه‌های دینی جدید در ایران به عنوان پدیده‌های نوظهور که در دهه اخیر با اقبال بسیاری روبه‌رو گشته است بی‌پاسخ می‌ماند و زمینه و بستری نو را برای پژوهش در این حوزه مهیا می‌کند.

امروزه حتی سنت‌ترین مدارس علوم دینی در دور افتادترین شهرهای ایران وب‌سایت یا وبلاگ مخصوص به خود را دارند و همگام با آخرین روش‌های اطلاع‌رسانی، تبلیغ، بازنمایی و تعامل دینی، سعی دارند که شمار بازدیدکنندگان خود را افزایش دهند.

روشن است که برای مواجهه اصولی با این پدیده (دین‌داری آنلاین) که به نظر می‌رسد بلاگرها با یافتن کانالی سریع و مؤثر برای انتقال پیام خود به تعداد بی‌شماری مخاطب، بیش از گذشته بستر مناسبی برای عرضه عقاید و باورهای دینی خود یافته است، باید در گام نخست ابعاد اجتماعی دینداری ارائه شده توسط بلاگرها را در بستر جدید اینترنت شناخت و اینکه این ابعاد در فضای مجازی چه کارکردهایی دارند؟ بنابراین از مهم‌ترین اهداف این مقاله می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- مطالعه جامعه‌شناختی محتوای وبلاگ‌های دینی
- مطالعه و شناخت ابعاد اجتماعی دین‌داری در محتوای تولید شده وبلاگ‌های دینی
- مطالعه و شناخت کارکرد دین آنلاین در وبلاگ‌های دینی.

چارچوب نظری

با توجه به بسط و گسترش دیدگاه‌های مربوط به فضای سایبر در دهه اخیر، هنوز چارچوب نظری مشخصی برای تبیین موضوع "دین‌داری مجازی" وجود ندارد و آرایه‌ای که تا کنون از سوی برخی اندیشمندان در این زمینه ارائه شده است در مراحل ابتدایی خود قرار دارد با این وجود در بررسی‌هایی که به عمل آمده است، دانشمندان و پژوهشگران این عرصه هر کدام تعاریفی را درباره دین و فضای مجازی ارائه داده‌اند: عده‌ای از آنها هر نوع دینی که در فضای مجازی ارائه شود را دین مجازی می‌دانند، مانند براندا برآشر که معتقد است: حضور تشکیلات و فعالیت‌های دینی در فضای مجازی، همان دین مجازی است.

اما دسته‌ای دیگر از اندیشمندان به گونه‌ای دقیق‌تر به بین امر پرداخته‌اند:

مکسول (۲۰۰۲) حضور ادیان در فضای مجازی را به لحاظ نوع تعاملی که به کاربر برقرار می‌کند به دو گروه تقسیم می‌کند:

- ۱- دین در محیط آنلاین^۱
- ۲- دین آنلاین^۲

1-Religione online

2- Online Religion

منظور از دین در فضای آنلاین، نوع نمایندگی دین در فضای مجازی است که مجموعه اطلاعاتی را در مورد دین در فضای مجازی قرار می‌دهد و کاربران می‌توانند از آن اطلاعات استفاده کنند. اما دین آنلاین شرایطی را توضیح می‌دهد که فرد در فضای مجازی اعمال دینی را انجام می‌دهد.

آناستاسیا کارافلوکا نیز "دین در فضای مجازی" را جدا نموده است. او معتقد است که دین در فضای مجازی به معنای ادیانی است که در فضای مجازی ایجاد شده‌اند و تنها در فضای مجازی حضور دارند و "دین بر فضای مجازی" به معنای اطلاعات ارائه شده توسط هر مذهب کلیسا و شخص است که در فضای غیرمجازی هم وجود دارند می‌باشد (کارافلوکا، ۲۰۰۲: ۲۸۴).

داوسون در کتاب خود دین آنلاین و دین در اینترنت اطلاعاتی در مورد ادیان در اینترنت می‌داند و "ادیان اینترنتی" را تجارب و تمارین مذهبی در فضای مجازی می‌داند. بنابراین آنچه "مذهب روی فضای مجازی" می‌نامیم اطلاعات فرستاده شده به وسیله هر نوع مذهب، کلیسا، افراد یا سازمان‌هاست که (در جهان) موجودند و در دنیای آنلاین قابل دسترس‌اند. در این معنا و مفهوم، اینترنت به عنوان ابزار مورد استفاده قرار می‌گیرد. مذهب در درون فضای مجازی بیان و گفته مذهبی، معنوی و متافیزیک است که منحصرأ در فضای مجازی تولید شده و موجود است و از میزان قابل توجهی از "واقعیت مجازی" برخوردار است. بدین طریق دین یک نوع تعامل واقعی با این فضا انجام می‌دهد. این آن چیزی است که ما از آن به مجازی شدن واقعیت و واقعی شدن مجاز دینی مراد می‌کنیم (داوسون، ۲۰۰۴: ۱۷۸).

هالاند (۲۰۰۵) نیز بین این دو مفهوم تمیز قائل شده و می‌گوید: "دین به صورت آنلاین" گذاشتن اطلاعات دینی بر روی سایت‌ها و صفحات وب است. در این صورت سایت‌ها بیشتر به صورت یک قفسه مطالب و مواد دینی را عرضه می‌کنند و از پویایی اندکی برخوردار هستند. اما "دین آنلاین" استفاده از وب برای ارتباط با سایر مؤمنان، زیارت آنلاین، نذر آنلاین و خلاصه تجربه دینی‌ای است که در سایت‌های پیش گفته امکان تجربه آن وجود ندارند.

دین‌داری دارای ابعاد و درجات متفاوتی است. توجه به این تنوع و در نظر داشتن ابعاد متفاوت دین‌داری در مطالعه جامعه شناختی دین ضروری است. از جمله کسانی که با در نظر گرفتن تنوع ابعاد و سطوح دین و دین‌داری کوشیده‌اند تا ابعاد مختلف دین را تجزیه و تحلیل کنند، می‌توان از الیاده، مگیر، گلاک و استارک نام برد. الیاده پنج بعد را در ادیان بازشناسی کرده است که عبارت‌اند از نمادها، رستگاری، شعایر و مناسک، مکان‌ها و اشیای مقدس و تجربه دینی. مگیر با رویکردی اجتماعی، چهار بعد اصلی را برای دین در نظر گرفته است که عبارت‌اند از: باورها، مناسک، تجربه دینی و اجتماع مذهبی.

به نظر گلاک و استارک (۱۹۶۵) همه ادیان جهان به رغم آنکه در جزئیات بسیار متفاوت‌اند، دارای حوزه‌های کلی هستند که دینداری در آن حوزه‌ها، جلوه گر می‌شود. این حوزه‌ها که می‌توان آن‌ها را به مثابه ابعاد اصلی دینداری در نظر گرفت، عبارت‌اند از اعتقادی، مناسکی، تجربی و پیامدی (گلاک و استارک، ۱۹۶۵: ۲-۱۹).

نظریه سنت‌های فرهنگی بر این فرض استوار است که دین شامل اعتقادات، ارزش‌ها و اعمال دینی (تجربه) مسلط در هر جامعه است که ریشه در تاریخ‌ها و سنت‌های دیرینه دارند. همچنین ترنر دین را دارای سه بعد اصلی می‌داند که شامل باورها، ارزش‌ها و مناسک است. «باورها» که ماهیت تقدس و ماورالطبیعه را تعیین می‌کند. «ارزش‌ها» که در مورد مطلوب‌هایی که از ماورالطبیعه نشئت گرفته‌اند،

توضیح می‌دهند. «مناسک» (ساخت) که مداخله ماورالطبیعه در جهان مادی را مطالبه می‌کنند و رابرتسون نیز دین را در سه بعد «باورها»، «نمادها» و «اعمال» مورد بررسی قرار داده است و به نظر دورکیم دین را در دو بعد «اعتقادات» و «اعمال» مطالعه کرده است. و اما کارکردهای دین آنلاین از نظر هاکت به شرح ذیل است:

اطلاع‌رسانی: اینترنت راهی برای اطلاع‌رسانی و اطلاع‌جویی مؤمنان است. اطلاع‌رسانی در زمینه اعیاد مناسبت‌ها پدیده‌ها مرتبط با دین مانند اخذ فتوای دینی و... صورت گیرد. این مقوله می‌تواند توسط سازمان‌های دینی و یا به دست افراد غیر سازمانی صورت گیرد که وبلاگ‌ها در این زمینه به عنوان رسانه‌هایی پویا و منعطف عمل نموده و بسیاری از وسایل دینی را به تفسیر و منازعه کشانده و بستر نوعی تفسیرگرایی و شخصی شدن تفاسیر را مهیل می‌کند.

آموزش: اسناد کهن متون مقدس و مذهبی در گذشته غیر قابل دسترس بودند، اما این مضامین برای افرادی که به اینترنت دسترسی دارند، بدون دریافت وجه نقد و سانسور قابل دانلود می‌باشد. وب سایت‌های متعددی امکانات کاملاً مجهز لینک‌ها و منابع مذهبی در اختیار ذهن‌های کنجکاو در مورد مسائل قرار داده‌اند. فردی می‌تواند الگویی از هزاران مراسم و مناسک مذهبی از طریق اینترنت را مشاهده و آگاهی لازم را کسب کند (اما عده‌ای معتقدند دسترسی آسان به اطلاعات مذهبی و رسومات دینی به پیکره دین صدمه می‌زند) اینترنت با کاهش هزینه‌ها و دسترس‌پذیر ساختن مطالب که ممکن است برای همه در دسترس نباشند، تأثیر مهمی در دموکراتیزه نمودن دسترسی به اطلاعات دینی بر عهده دارد (هاکت، ۲۰۰۹).

تجربه کردن: از جمله مسائل مهم در ادیان تجربه روحانی امور مقدس است و اینترنت امکانی تازه برای تجربه روحانی یا دینی مانند مجذوب شدن یکتایی گریز از زندگی روزمره پرسایی و حس‌های اجتماعی را در اختیار افراد قرار می‌دهد. به وسیله امکانات ارائه شده توسط اینترنت (نظیر رادیوی اینترنتی زنده) کاربر به یک سفر رؤیایی توسط یک سایت خاص دعوت می‌شود، جایی که طراحی، موسیقی‌های عرفانی و... باعث لذت در وضعیت موجود برای او می‌شود.

اجرای اعمال دینی: اینترنت بر محدودیت‌های فضا و مکان فایق آمده و عرصه را برای کسانی که ناتوانی‌های مالی و فیزیکی دارند متاعی جدید ارائه کرده است. امروز از طریق اینترنت یک فرد می‌تواند یادداشتی بر روی دیوار دانش‌آموزان یهودی داشته باشد. سیک‌ها می‌توانند هر روزه به کتاب مقدس خود گوش دهند که رهبر مذهبی‌شان در معبد طلایی قرائت می‌کند. مک ویلیام ادعا می‌کند که یک سفر زیارتی همان قدر که برای بدن هم مفید است و شبیه‌سازی یک سفر روحانی زیارتی مجازی ممکن است آثار مثبتی بر روی فرد درخواست کننده داشته باشد (هاکت، ۲۰۰۹).

تبلیغ دینی: اینترنت فضایی است که در آن هر گروهی می‌تواند برای عقاید و باورهای خود مشتریان بیابد و مکتب و آیینی که به آن معتقدند به کاربران دیگر معرفی نموده و ذهن آنها را در آن جهت اغناسازی کند.

فرضیات

در راستای پاسخ به سؤالات تحقیق از متن چارچوب نظری فوق این فرضیات راهنمای تحلیل محتوای وبلاگهای دینی قرار گرفته‌اند.

۱ - به نظر می‌رسد تأکید وبلاگهای دینی با جهت‌گیری سنتی بیشتر بر باور و اخلاق دینی است؛ اما تأکید وبلاگهای دینی با جهت‌گیری مدرن عمدتاً متوجه دانش و تجربه دینی است.

۲ - به نظر می‌رسد تأکید وبلاگهای دینی با جهت‌گیری سنتی بیشتر بر تبلیغ و ترویج است؛ اما در وبلاگهای دینی با جهت‌گیری مدرن عمدتاً بازنمایی و اطلاع‌رسانی هدف اصلی است.

روش تحقیق

برخی از روش‌های کیفی موجود به گونه‌ای تغییر و تعدیل یافته‌اند که بتوانند از اینترنت به منزله ابزار، منبع و موضوع تحقیق بهره ببرند. حوزه‌های جدید مصاحبه‌های ایمیلی، گروه‌های متمرکز اینترنتی و قوم‌نگاری مجازی سؤالاتی درباره مشکلات اخلاقی و عملی تحقیق پیش آورده‌اند. تحلیل محتوا یکی از روش‌های کلاسیک تحلیل داده‌های متنی است بی آنکه به این توجه داشته باشد که از کجا آمده‌اند و در مورد محصولات رسانه‌ای تا داده‌های مصاحبه‌ای کاربرد دارد. تحلیل محتوای کیفی، روشی است که با استفاده از رویکرد کیفی و با به کارگیری فنون مختلف، به تحلیل نظام‌مند متون حاصل از مصاحبه یادداشت‌های روزانه، یادداشت‌های مشاهدات و یا اسناد می‌پردازد.

نمونه مورد مطالعه

در این پژوهش در ابتدا از میان وبلاگهای دینی که صرفاً به دین می‌پردازند و در مجموعه دینی- مذهبی قرار دارند، انتخاب شده است؛ سپس از میان این وبلاگ‌ها آن دسته وبلاگ‌هایی انتخاب شد که در طول زمان مطالعه، به طور مرتب (ماهانه چندین بار) به روز شده‌اند. به منظور جستجوی وبلاگهای دینی که مناسب با اهداف پژوهش حاضر باشند. لذا سعی شد تا حجم وسیعی از وبلاگهای دینی گردآوری شود و سپس با مطالعه محتوای وبلاگ‌ها از میان آنها، وبلاگ‌هایی انتخاب شد که با موضوع پژوهش مطابقت داشتند. در نهایت ۵۰ وبلاگ از ۳ موتور جستجو شامل Blogfa, Mihanblog, Persianblog در شاخه اسلام برای مطالعه به عنوان نمونه این تحقیق برگزیده شد.

در انتخاب وبلاگ‌ها سعی شد که محتوای آنها با اهداف تحقیق مطابقت داشته و محتوای مطالب وبلاگ‌ها به گونه‌ای نباشند که ما را از اهداف اولیه تحقیق دور کنند. علت انتخاب این حجم نمونه نیز به منظور مطالعه عمیق وبلاگ‌ها است و قصد بر تعمیم نتایج این پژوهش به حجم کل بلاگرهای دینی نیست، بلکه هدف اصلی مطالعه نمونه‌ای از وبلاگهای دینی است.

از حیث روش نمونه‌گیری نیز باید گفت که از نمونه‌گیری نظری استفاده شده است. اصل اساسی نمونه‌گیری نظری عبارت است از انتخاب موارد یا گروه‌هایی از موارد بر اساس محتوای شان و نه با استفاده از معیارهای انتزاعی روش‌شناختی. نمونه‌گیری بر مبنای مرتبط بودن موردها [با تحقیق] و نه نمایا بودنشان انجام می‌شود. این اصل مشخصه استراتژی‌های مربوط به گردآوری داده در تحقیق کیفی نیز به شمار می‌آید (فلیک، ۱۳۸۷: ۱۴۱).

از سویی، می‌توان مشابهت‌هایی میان گزینش تدریجی با مفهوم «چند بعدی کردن» نزد دنزین یافت که به تلفیق منابع گوناگون داده‌هایی اشاره دارد که بر اساس زمان، مکان و شخص از یکدیگر متمایز

شده‌اند. دنزین پیشنهاد می‌کند که «همان پدیده» را در زمان‌ها، مکان‌ها و با اشخاص متفاوتی مطالعه کنیم. علاوه بر این، او مدعی است که استراتژی نمونه‌گیری نظری را به روش خودش و به منزله گزینش و تلفیق هدفمند و سیستماتیک اشخاص و گروه‌هایی از اشخاص و زمینه‌های محلی و موقت و گذرا، به کار رفته است (فلیک، ۱۳۸۷: ۱۴۲).

جدول ۱: پرسشنامه معکوس (مقولات و مصادیق پژوهش)

مؤلفه‌ها	مقولات	مضامین	مصادیق
ایجاد اجتماعی دین‌داری	باورهای دینی	اصول دین	توحید، نبوت، امامت، معاد (روز رستاخیز، زندگی پس از مرگ، بهشت)
		فروع دین	نماز، حج، زکات، خمس، کتب مقدس (قرآن)
		موعودگرایی و منجی گرایی	انتظار، ظهور، غیبت
		اعتقادات اجتماعی	حلال و حرام، محرم و نامحرم، فرشتگان، شیطان، استخاره
	مناسک و شعایر دینی	مناسک فردی	نماز یومیه، قرآن خواندن، دعا خواندن، روزه گرفتن
		مناسک جمعی	شرکت در نماز جمعه و جماعت، حج، جلسه قرآن و زیارت کردن حرم
	اخلاق دینی	اخلاق فردی	پاکدامنی، حیا، فروتنی، مهرورزی، شکرگزاری، دوری از کینه و حسد
		اخلاق اجتماعی	ایثار، احترام به دیگران، کمک به دیگران
	دانش دینی	فرائض	اصول نمازهای واجب و مستحبی، اصول روزه، اصول حج، اصول فطریه
		آیات و احادیث	آیات قرآن، نهج البلاغه، هج الفصاحه، صحیفه سجاده
		زندگینامه‌ها	زندگینامه ائمه، پیامبران، اولیاء الهی، آدم و حوا
		احکام و فتاوا	احکام حقوقی (دیه، مهریه، ارث و قصاص) احکام عبادی (حجاب، محرم-نامحرم، حلال-حرام)
	تجربه دینی	تجربه دینی فردی	نماز خواندن (یومیه)، روزه گرفتن، قرآن خواندن، نیایش و راز و نیاز کردن با خداوند و ائمه، شفا گرفتن و در خواب دیدن ائمه
		تجربه دینی جمعی	نماز خواندن به جماعت، قرآن خواندن به جماعت
کاردهای دین مجازی	آموزش دین	روایات دینی	اصول دین، فروع دین، فتاوا
		داستان‌ها و اشعار دینی	ائمه و پیامبران، پند آموز، اعیاد و مناسبت‌های دینی
		خدمات آنلاین	استخاره آنلاین، قرآن آنلاین، دانلود نمودن کتب و مطالب دینی
	اطلاع رسانی دین	خدمات آنلاین	آگاهی دادن درباره اعیاد، مناسبت‌های دینی، برگزاری مراسم دینی
		آیات و احادیث دینی	آیات قرآن، احادیث ائمه و پیامبر

بازنمایی دین	روایات دینی	اصول دین، فروع دین، وقایع دینی، نیایش و راز و نیاز، شفا گرفتن
	داستان‌ها و رویدادهای دینی	اثمه و پیامبران، پند آموز، اعیاد و مناسبت‌های دینی
تبلیغ و ترویج دین	تعامل	بحث و گفت‌وگوهای دینی، نظرات دینی
	خدمات آنلاین	تبریک و تسلیت گفتن اعیاد، مناسبت‌های دینی، برگزاری مراسم دینی

یافته‌های تحقیق

پس از تحلیل و سنتز داده‌ها برخی از مهم‌ترین یافته‌های تحقیق در ادامه آمده است.

جدول ۲: فراوانی ابعاد اجتماعی دین‌داری

ابعاد اجتماعی دینداری	باورهای دینی	مناسک دینی	اخلاق دینی	دانش دینی	تجربه دینی	جمع کل
فراوانی	۴۹۱	۹۱	۱۶۲	۴۹۹	۱۰۵	۱۳۴۸
درصد	۳۶.۵	۶.۷	۱۲	۳۷.۱	۷.۷	۱۰۰٪

بر حسب یافته‌های جدول شماره ۲ محتوای پست‌ها در بعد باورهای دینی سهمی نزدیک به ۳۶.۵ درصد، شعایر دینی ۶.۷ درصد، اخلاق دینی ۱۲ درصد، دانش دینی ۳۷.۱ درصد و تجربه دینی ۷.۷ درصد از کل ۱۳۴۸ پست را به خود اختصاص داده‌اند.

پس از بررسی ابعاد اجتماعی دین‌داری درپنج بعد؛ می‌توان گفت تأکید بلاگرها در انتخاب پست وبلاگ‌ها بیشتر بر بعد دانش دینی است. این بعد در مطالبی همچون آموزش و اطلاع‌رسانی درباره اعمال واجب و مستحب، فتاوی علمای دینی و یا بکار بردن مضامینی مانند احادیث، آیات قرآنی و زندگینامه ائمه و پیامبران می‌باشد.

پس از این مقوله تأکید وبلاگ نویسان دینی بیشتر بر باورهای دینی خود تأکید دارند؛ بازنمایی کردن اعتقاداتی همچون موعودگرایی و منجی‌گرایی، قیامت و روز رستاخیز، اتوپیا و مدینه فاضله و یا به کاربردن مضامینی مانند: اشعار دینی که بیانگر اعتقادات و باورهای دینی بلاگرهاست.

در مرحله بعد، بلاگرهای دینی تأکید بسیاری بر بعد مناسک و شعایر دینی دارند که بیشتر با محتواهایی مانند شرکت در مراسم مذهبی، حضور در زیارتگاه‌ها و یا اطلاع رسانی جهت شرکت و برگزاری مراسم‌های مذهبی نیز به چشم می‌خورد.

همچنین پس از این مقوله تأکید وبلاگ نویسان دینی بیشتر بر بعد اخلاق دینی می‌باشد که این بُعد در مطالبی چون بازنمایی و ترویج درباره عفت و پاکدامنی، ایثار و گذشت و یا به کاربردن مضامینی مانند داستان‌ها و احادیث درباره دوری از بخل و حسد و... به چشم می‌خورد.

در آخر، با توجه به نتایج به دست آمده اولیه از محتوای پست‌ها کم‌ترین تأکید بلاگرهای دینی بر روی بعد تجربی دین بوده است که تنها ۷ درصد از محتوای پست‌ها را شامل شده است.

جدول ۳: فراوانی کارکرد ابعاد اجتماعی دین‌داری

کارکرد ابعاد اجتماعی دینداری	آموزشی	اطلاع رسانی	تبلیغی و ترویجی	بازنمایی	جمع کل
فراوانی	۴۰۴	۲۵۵	۱۶۰	۵۲۹	۱۳۴۸
درصد	۳۰	۱۸.۹	۱۱.۹	۳۹.۲	٪۱۰۰

از میان ۱۳۴۸ پست بررسی شده، ۳۹ درصد از پست‌ها دارای کارکرد بازنمایی می‌باشند که راهی است برای شناساندن و منعکس کردن هر چه بهتر ابعاد اجتماعی دین‌داری به مخاطبان که از ۵۲۹ پست بیشترین سهم (۲۴۷ پست) متعلق به باورهای دینی است که اکثر بلاگرها سعی در بازنمایی باورها و اعتقادات دینی داشته‌اند.

پس از آن کارکرد آموزشی است که از ۱۳۴۸ پست، ۳۰ درصد از آنها دارای کارکرد آموزشی می‌باشند که هدف این کارکرد در فضای مجازی، کاهش هزینه‌ها و دسترس‌پذیر ساختن مطالبی که ممکن است برای همه در دسترس نباشند و ایجاد قابلیت دانلود و بهره‌برداری از اطلاعات دینی است که بیشترین سهم در آموزش را باورهای دینی داشته‌اند.

کارکرد بعدی، کارکرد اطلاع رسانی است که حدود ۱۹ درصد از ابعاد اجتماعی دین‌داری بررسی شده دارای این کارکرد هستند که توسط سازمان‌های دینی و یا به واسطه افراد غیر سازمانی صورت می‌گیرد که وبلاگ‌ها در این زمینه به عنوان رسانه‌های پویا و منعطف جهت اطلاع رسانی یا اطلاع جویی دین‌داران در زمینه‌های مذهبی، مناسبت‌ها و یا فتاوای دینی صورت می‌گیرد.

آخرین کارکرد ابعاد اجتماعی دین‌داری در فضای مجازی کارکرد تبلیغی - ترویجی می‌باشد که با توجه به فراوانی‌های به دست آمده از محتوای پست‌ها در حدود ۱۲ درصد از کل پست‌ها را شامل می‌شود که به این واسطه هر گروهی می‌تواند برای عقاید و باورهای خود مشتریانی بیابد و مکتب و آیینی که به آن معتقدند را به کاربران دیگر معرفی و ذهن آنها را در آن جهت اغنا سازی کند.

نتیجه‌گیری

پس از آنکه مطالعه و بررسی کمی و کیفی وبلاگ‌ها و تقسیم‌بندی ابعاد اجتماعی دین‌داری و کارکردهای دین‌داری مجازی صورت گرفت، در پاسخ به سؤال اول این پژوهش که در پی مطالعه تأکید بلاگرها با نگاه سنتی و یا مدرن بر ابعاد اجتماعی دین‌داری (باورهای دینی، مناسک دینی، اخلاق دینی، دانش دینی و تجربه دینی) بوده و سپس پاسخ به سؤال دوم که تأکید بلاگرها با نگاه سنتی و یا مدرن بر کارکردهای دین‌داری مجازی (آموزش، بازنمایی، اطلاع‌رسانی و تبلیغ و ترویج) بوده است. یافته‌های تحقیق نشانگر آن است که بلاگرهای دینی هریک بر جنبه‌های ویژه‌ای از دین‌داری تأکید دارند و اکثر بلاگرها سعی دارند یک بعد خاص از دینداری را پررنگ‌تر جلوه دهند.

نتایج اولیه این تحقیق نشانگر آن است که اکثر بلاگرها سعی بر پررنگ‌تر جلوه دادن دانش دینی را داشته‌اند و سعی بر آموزش و اطلاع‌رسانی درباره دانش دینی داشته و بیشتر به مضامینی همچون آیات و احادیث، احکام حقوقی (دیه، مهریه، ارث و...) و احکام عبادی (محرم- نامحرم، حلال- حرام و...) تأکید داشتند و با هدف ارتقاء سطح دانش دینی در فضای مجازی به انعکاس و اطلاع‌رسانی نظرات و فتاوی رهبران دینی پرداخته‌اند. در حقیقت، بلاگرها از وبلاگ به مثابه ابزاری که می‌تواند سبب رشد و ارتقاء دانش دینی جامعه شود بهره برده‌اند.

به رغم اینکه در گذشته، دانش دینی منحصر به رسانه‌های مکتوب (سنتی) بوده است و رهبران و نهادهای دینی از طریق این رسانه‌ها می‌توانستند به تبلیغ و ترویج بپردازند و مخاطبان آنها هم گستره محدودتری را شامل می‌شد که عمدتاً نخبگان و دانشجویان بودند، اما اینک با توجه به مطالعه ۵۰ بلاگ دینی می‌توان این نتیجه را گرفت که گستره دانش دینی نه محدودیت رسانه‌ای دارد و نه محدودیت مخاطب بلکه شکل و نوع دانش دینی تغییر کرده است و اینترنت با یک ویژگی مدرن و منحصر به فرد از یک ابزار صرف فراتر رفته و در عمل به پدیده‌ای از جنس رسانه ولی با کارکرد و تأثیراتی به مراتب فراتر و پیچیده‌تر از آن تبدیل شده است و در نقش یک رسانه سهم عمده‌ای را در بسط و توسعه فضای اجتماعی میان نخبگان و افراد عامی جامعه بر عهده گرفته است و در این جایگاه دین را به فضای عمومی جامعه کشانده است و آن را به مخاطبانی فراتر از مرزهای ملی و به شکل‌ها و روش‌های گوناگون مانند: دانلود کردن، کلاس‌های دینی آنلاین، قرآن آنلاین و ... عرضه کرده است.

پس از دانش دینی، بُعد باورهای دینی یکی از ابعاد است که بلاگرها زیاد بر روی آن تأکید کرده‌اند و با بازنمایی و انعکاس باورهای دینی که روزانه با آنها روبه‌رو هستند، سعی دارند تا اعتقادات و باورهای را که شاید تا حدودی از ذهن‌ها دور شده‌اند را معنادار کنند. این دسته از بلاگرها با لینک کردن سایر وبلاگ‌های دینی این امکان را فراهم ساختند تا در قالب شبکه‌های کوچک به هم پیوندند و با تشکیل اتاق‌های فکر مجازی و با به اشتراک گذاشتن باورها و اعتقادات دینی سبب ایجاد فضای تعاملی در درون فضای مجازی و سپس تبلیغ و ترویج آنها شوند. بدین ترتیب به تدریج وبلاگ‌ها بخشی از رسالت رسانه‌های مکتوب (سنتی) را در تبلیغ و ترویج دین به عهده می‌گیرد در کل آنگونه که از نتایج برآمده است حاکی از آن است که وبلاگ‌ها عمدتاً پاسخگوی نیاز دینی‌داران بودند نه دین‌دار کردن انسان‌های بی‌دین و سبب تحکیم اعتقادات و باورهای دینی در افرادی می‌شود که همیشه دینی عمل کرده‌اند.

بعد دیگر دین‌داری، اخلاق دینی می‌باشد که در این بعد بلاگرها بیشتر بر بازنمایی و ترویج اخلاق دینی فردی تأکید داشتند تا تأکید بر اخلاق جمعی و از محتوای اکثر پست‌ها چنین برمی‌آید که این اخلاق فردی است که اخلاق جمعی و اخلاق حاکم بر یک جامعه را می‌سازد و این دو در رابطه متقابل با یکدیگرند.

تجربه دینی از دیگر ابعاد اجتماعی دین‌داری است که اکثر بلاگرها آنها را به گونه‌ای بازنمایی کرده‌اند که مخاطبان مجازی حس هم‌نوایی و هم‌دلی از تجربه دینی را همانگونه که احساس و تجربه فردی را از ادراک زمان و مکان لحظات دینی را دارند که از یک تجربه دینی سنتی فردی و در فضای واقعی خارج از رسانه دارند، پس می‌توان ادعا کرد که وبلاگ‌ها با تمام ویژگی‌ها و اقتضایات خاص خود، برای ورود به درک زمان و مکان‌های مقدس از خلال تجارب دینی مدرن تأثیر نه چندان مشابهی را بر مخاطبان خود می‌گذارد و وبلاگ‌ها نیز مانند دیگر مکان‌های مقدس در نظر گرفته می‌شود. بدین لحاظ نوع ارتباطی که با امر قدسی به واسطه رسانه به وجود می‌آید مانند ارتباطی خواهد بود که با تجارب دینی فردی در مراکز مذهبی و یا در مواجهه با خداوند یا ائمه ارائه می‌شود و در وبلاگ‌ها هم به همین ترتیب مخاطب می‌تواند با از بین بردن مقولاتی مانند زمان و مکان تجربه دینی داشته باشد.

آخرین بعدی که بلاگرها بر روی آن تأکید داشتند بعد مناسک و شعایر دینی است که بلاگرها بیشتر به شیوه مدرن آنها را بازنمایی و منعکس کرده‌اند و فضای جدید رسانه برای ارائه مراسم مذهبی اگرچه توجه به زمان و مکان را به طور مجازی در خود می‌پروراند، اما مقید به این دو مقوله نمی‌باشند. در عوض ایجاد فضای خاص با ابژه‌ها، رنگ‌ها، تصاویر و ژست‌ها را تشویق می‌کنند تا تأثیر همانندی را بر آگاهی و احساس عاطفی و دینی شرکت‌کنندگان در مراسم دینی بگذارند. ارائه وجوه مقدس در وبلاگ‌ها بیشتر از طریق توجه به تجلیات ظاهری، مراسم، شعایر تأثیر گذار و ارائه نمادهای دینی صورت می‌گیرد. مناسک دینی در وبلاگ‌ها مقید زمان نیستند و حتی مخاطب می‌تواند بارها و بارها در هر زمان و مکانی از آنها بهره‌برد، مثلاً سخنرانی‌های مذهبی یا مراسم عزاداری و ... که در وبلاگ‌ها قابلیت دانلود دارند این امکان را برای مخاطب فراهم می‌کند که هر زمان و در هر مکانی که نیاز داشته باشد از آن استفاده کند و بهره‌برد.

برخی بلاگرها به بازنمایی و تدوین آداب و رسوم دینی و مناسک خاصی پرداخته‌اند که آنها می‌توانند از طریق وبلاگ سبب ترویج، تعمیق و پایداری آنها در جامعه شوند. نمونه‌ای از این نوع مناسک را می‌توان در آن بخش از وبلاگ‌هایی که دارای زیارت آنلاین، فیلم برگزاری مراسم عاشورا در فضای مجازی و ... هستند دید. این نوعی بازنمایی و انعکاس مدرن مناسک دینی است که یکی از بهترین روش‌های طرح مناسک و شعایر دینی در حوزه عمومی است و با مطالعه وبلاگ‌ها در بعد مناسک دینی سنتی بیشتر تأکید بر بعد دینی این مناسک و اجر معنوی آنها تکیه دارد، اما در حالی که در مناسک دینی به شیوه مدرن بیشتر تأکید بر ابعاد انسانی، ملی و شهروندی است و این بدین معنی نیست که بعد دینی این مناسک از بین رفته است، بلکه بافت اجتماعی آن تغییر کرده و تمایزاتی که در آن صورت گرفته پ، بلاگرها را به این سمت کشیده که از عناصر ملی- انسانی جهت اطلاع‌رسانی به عموم مردم استفاده کنند.

برخی پیشنهادات

در این پژوهش تلاش شد تا نحوه بازنمایی ابعاد اجتماعی دینداری در فضای وبلاگی مورد مطالعه قرار گیرد. مسئله پژوهش نیز بر اساس محتوای وبلاگهای دینی در این عرصه بود. در واقع این پژوهش به دنبال فهم ابعاد اجتماعی دینداری به واسطه وبلاگ نویسی و کارکرد آنها در این فضای رسانه‌ای بود. با این حال مطالعه و فهم ابعاد گوناگون فضای مجازی دینی تنها به تحلیل متون وبلاگ‌ها خلاصه نمی‌شود. بلکه اهمیت فضای مجازی و رسانه مدرن وبلاگ در دین و دینداری نیازمند مطالعات و پژوهش‌های کیفی و کمی گسترده‌تری است. در این پژوهش تنها بر بُعد تولید محتوا در فضای عمومی وبلاگ و نگاشتن از مسائل و ابعاد دینداری با نگاهی مدرن و سنتی تأکید شد، در حالی که در پژوهش‌های دیگر می‌توان:

- رابطه دین و دینداری و وبلاگ‌نویسی را از جنبه‌های دیگر نیز مطالعه کرد.
- برای فهم عمل وبلاگ‌نویسی از دریچه نگاه دینی می‌توان از روش مصاحبه استفاده کرد و این عمل رسانه‌ای را از جانب تولیدگران دینی مورد مطالعه قرار داد. همچنین میزان رضایتمندی از وبلاگ‌نویسی دینی، خود می‌تواند موضوع پژوهشی دیگر در این زمینه باشد.
- مطالعه نحوه شکل‌گیری ارتباطات دوسویه در فضای تعاملی وبلاگ و ارتباط خوانندگان و وبلاگ‌نویسان دینی نیز می‌تواند زمینه پژوهش دیگری را فراهم آورد.
- همچنین در تحقیقات آتی در زمینه دین و وبلاگ می‌توان به انواع گوناگون وبلاگ‌نویسی (سیاسی، اجتماعی، تخصصی و...) توجه کرد و یا تحقیق مقایسه‌ای از تفاوت‌های ژانرهای وبلاگ‌نویسی را مورد مطالعه قرار داد.
- در مجموع هر یک از ابعاد مطالعه شده در مقاله حاضر در رابطه با دین و دینداری در فضای سایبر، خود می‌تواند موضوع مستقلی برای مطالعات آتی باشد.

منابع

- اختر محقق، مهدی، ۱۳۸۵، جامع‌شناسی اینترنت، تهران.
- آشنا، حسام الدین، ۱۳۸۶، اجتماع محوری در محیط سایبر دینی؛ مطالعه مقایسه‌ای سایت‌های اسلام آنلاین و تبیان، دفتر پژوهش‌های رادیو، تهران.
- بابایی، رضا، ۱۳۸۴، «منبرهای دیجیتال: در باب ضرورت تبلیغ دین با ابزارهای مدرن»، نشریه همشهری.
- بل، دیوید، ۱۳۸۹، درآمدی بر فرهنگ‌های سایبر، ترجمه مسعود کوثری و حسین حسینی، تهران: نشر جامعه‌شناسان.
- حریری، نجلا، ۱۳۸۵، اصول و روش‌های پژوهش کیفی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- دروش، هانری، ۱۳۸۶، جامعه‌شناسی در مواجهه با دین، ترجمه سارا شریعتی، تهران: نشر کوچک.
- راووداد، اعظم، ۱۳۸۶، تعامل دین و رسانه، تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو.

- رایف، دانیل، لیس، استفن و فیکو، فریدریک جی، ۱۳۸۵، *تحلیل پیامهای رسانه‌ای: کاربرد تحلیل محتوای کمی در تحقیق*، ترجمه مه‌دخت بروجردی علوی، تهران: انتشارات سروش.
- ضیایی پور، حمید، ۱۳۸۶، «دنیای سایبر در خدمت دین»، *روزنامه ابتکار*.
- عاملی، سعیدرضا، ۱۳۸۶، دین مجازی، دو فضایی شدن محیط دینی و ارتباطات درون دینی و بین دینی، دین و رسانه، تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو.
- فلیک، اووه، ۱۳۸۸، *درآمدی بر تحقیق کیفی*، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- قادری، حمیدرضا، عمید، حسین، ۱۳۸۸، *جستارهایی در رسانه جلد دوم: دین و رسانه*، قم: دانشگاه ادیان و مذاهب.
- کاظمی، عباس، فرجی، مهدی، ۱۳۸۸، *سنجه‌های دینداری در ایران*، تهران: نشر جامعه و فرهنگ.
- کریپندرف، کلوس، ۱۳۸۷، *روش تحلیل محتوا*، ترجمه هوشنگ نایی، تهران: انتشارات سروش.
- کوثری، مسعود، ۱۳۸۶، «اینترنت، دین و فرهنگ مردم پسند»، *نامه صادق*، س(۱۴)، ش(۲).
- گیویان، عبدالله، ۱۳۸۶، «دین، فرهنگ و رسانه»، *فصلنامه رسانه*، ش ۶۹.
- محمدی مهر، غلامرضا، ۱۳۸۹، *روش تحلیل محتوا*، تهران: دانش نگار.
- منتظر قائم، مهدی، ۱۳۸۱، «دموکراسی و حکومت الکترونیک: سیاست و حکومت در عصر تکنولوژیهای اطلاعاتی و ارتباطی»، *نامه علوم اجتماعی*.
- همیلتون، ملک، ۱۳۸۷، *جامعه شناسی دین*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر ثالث.

منابع لاتین

- Castells, manuel , 2001, *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society*, London: Oxford University Press.
- Hackett, Rosalind I. J., 2009, "Religion and the Internet", <http://www.sagepublications.com>
- Hoover, Stewart M, 2002, "Religion in the Media Age", <http://www.sagepublications.com>
- Karafloka, Anastasia, 2002, "Religious Discourse and cyberspace", *Religion*, No, 32, Elsevier science Ltd, P279-291.
- Kollock, P & Smith, M. ,1999, *Communities in cyberspace*, London: Routledge.