

### اینترنِت، دین و فرهنگ مردم‌پسند

دکتر مسعود کوثری\*

تاریخ دریافت: ۸۷۰۲/۲۵

تاریخ پذیرش: ۸۷۰۷/۱۵

چکیده: مقاله حاضر به بررسی رابطه اینترنت، دین و فرهنگ مردم‌پسند می‌پردازد و می‌کوشد نشان دهد که اینترنت ضمن آنکه امکاناتی را در اختیار دین قرار می‌دهد، چگونه به عنوان پایگاهی برای تعاملی جدید میان دین و فرهنگ مردم‌پسند قرار می‌گیرد. در ابتدا، به این نکته اشاره خواهد شد که فضای مجازی حداقل به دلیل پنج ویژگی فضای مساعده‌ی را برای گسترش ارتباطات دینی فراهم می‌سازد: ۱. سرزمین‌زدایی و جهانی‌شدن بازار دین، ۲. دموکراتیزه کردن دین، ۳. گمنامی، ۴. دسترسی آسان، ۵. اعتماد. مقاله تلاش می‌کند که به دو نوع حضور دین در فضای مجازی اشاره کند: دین برخط و دین به صورت برخط. تعاملی‌ترین شکل تعامل دین و اینترنت «دین به صورت برخط» است که در آن مؤمنان می‌توانند در فضای مجازی به تعاملات دینی خود بپردازند. سرانجام، مقاله به این مسئله می‌پردازد که اینترنت فضایی برای حضور فرهنگ مردم‌پسند است و حضور این محتوا و تعامل آن با محتوای دینی، به درک و تفسیر جدیدی از دین منجر می‌شود.

کلیدواژه: اینترنت، تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، دین، فرهنگ مردم‌پسند، دین برخط، دین به صورت برخط، فضای مجازی دینی

هوور و همکاران (۱۳۸۲) در کتاب مشهورشان به خوبی به این نکته پرداخته‌اند که چگونه باید به رابطه سه‌گانه دین، رسانه و فرهنگ مردم‌پسند پرداخت. به زعم آنان، بدون توجه به فرهنگ مردم‌پسند و نقشی که رسانه‌ها در پخش و گسترش آن دارند، درک درستی از رابطه رسانه‌ها و دین به دست نمی‌آید. رسانه‌ها اکنون به پایگاهی مهم برای گسترش فرهنگ مردم‌پسند درآمده‌اند و از این طریق بر دین و دینداران در وجوه مختلف اثر می‌گذارند. مطالعات متعدد در باره رسانه‌های مختلف، به ویژه تلویزیون، سینما و موسیقی نشان داده است که چگونه نوعی تعامل میان دین و فرهنگ مردم‌پسند در این رسانه‌ها پدید آمده است. دان بار (2002) با بررسی تحول راک اند رول نشان می‌دهد که چگونه این موسیقی، به ویژه در دوران اولیه تحولش، به بیان مفاهیم جدید دینی در جامعه آمریکا می‌پرداخت. حرکات کیش گونه راک اند رول در واقع نوعی مناسک دینی برای جوانان هوادار راک اند رول بود. کاتالدو (2005) به انتقاد از برخی نحله‌های موسیقی پاپ از مسیحیت می‌پردازد و بر آن است که اشعار این آثار مشحون از نقد مسیحیتی است که خود را از جامعه و فرهنگ جدا نگه می‌دارد و بنابراین دیگر نمی‌تواند درس عشق و پذیرش دیگری را بدهد. در این آثار نوعی پیام جدید برای عشق‌ورزی بیان می‌شود که می‌خواهد جای کوتاهی مسیحیت را بگیرد. بوما (2006) معتقد است که ژانر جدید کانتری به نام آلترنیتیو کانتری همچون کانتری سنتی آمریکایی حاوی نوعی «الهیات‌رهایی‌بخش متعصب‌ها» (redneck liberation theology) است. به نظر بوما اشعار آلترنیتیو راک حاوی مفاهیمی در باره زندگی «اینجا و اکنون» است و رهایی انسان را از درد کشیدن در دنیای کنونی جستجو می‌کند، تا آن را به وعده‌های بهشت موعود و دور از دسترس واگذار کند. برای مثال، اشعار گروه درایو-بای تراکرز (Drive-By Truckers) حاکی از آن است که خداوند و کلیسای سازمان یافته ناتوان از سامان دادن به وضع بشرند و در نتیجه این موسیقی است که باید به منزله یک «دین‌جانشین» پاسخ‌های معنوی لازم را، اگرچه به صورت بداهه، فراهم سازد.

رمان مشهور رمز داونچی دن براون نیز روایتی مشحون از فرهنگ مردم‌پسند در باره مسیحیت است. فیلم‌هایی هالیوودی چون مصایب مسیح مل گیبسن از

نمونه‌هایی است که نوعی بینامتنیت با فرهنگ مردم‌پسند امریکایی در آن وجود دارد. در آخرین فیلم گیسسن به نام *آپوکالیپتو* (2007) نیز چنین بینامتنیتی دیده می‌شود. روایت سقوط و فروپاشی قوم مایا در این فیلم در اساس روایتی توراتی از فروپاشی تمدن‌ها به دلیل ظلم و جور و فساد است. مقاله جالب توجه اندرسون (2004) نشان می‌دهد که چگونه نویسنده‌ای نظیر چارلی کافمن (Charlie Kaufman) بخشی از زندگی خود را در روایت‌های کهن مسیحی در فیلم‌هایی نظیر *جان مالکوویچ بودن* (Being John Malkovich, 1999) / *اقتباس* (Adaptation, 2002) و *درخشش جاودانی ذهن پاکیزه* (Eternal Sunshine of the Spotless Mind, 2004) گنجانده است.

اسکافیلد (1999) بر آن است که اثر رسانه‌ها فراتر از انتقال صرف محتوای فرهنگ مردم‌پسند است. به گفته وی رسانه‌ها برای جوانان چیزی شبیه دین پدید می‌آورند. به دیگر بیان، جوانان که از سازمان‌ها و فضاهای رسمی دین‌گريزان شده‌اند، معبد خود را در رسانه‌های جمعی می‌جویند. این عملکرد شبیه دینی رسانه‌های جمعی، به ویژه تلویزیون، اعمال و مناسک خاصی را شبیه اعمال و مناسک دینی پدید می‌آورد. نقش رسانه‌های نوین در ایجاد چنین نگرشی در میان کاربران، به ویژه جوانان، حتی از رسانه‌های سنتی نظیر رادیو و تلویزیون نیز بیشتر است. تیلور از پیچیدگی لایبرنت گونه ایترنت به عنوان امری که به آن خصلتی الهی می‌بخشد، یاد می‌کند (Hecht, 2006, p.68). در میان رسانه‌های نوین، ایترنت و بازی‌های رایانه‌ای از جایگاهی ویژه برخوردار هستند؛ زیرا همان گونه که در پی خواهد آمد، ایترنت و تا حدودی بازی‌های رایانه‌ای و ویدئویی، نقش یک فضا- رسانه را بازی می‌کنند. در این فضا- رسانه و به مدد ویژگی‌هایی نظیر تعاملی بودن (McMillan, 2002) است که کاربر همزمان هم مخاطب است و هم پیام‌فرست یا تولیدکننده.

ایترنت از سویی، رسانه‌ای قدرتمند برای انتقال محتوای فرهنگ مردم‌پسند میان کاربران و گسترش سریع آن است. به گفته فرن بک (2003) آنچه به ارتباطات کاربران در ایترنت چنین قدرتی می‌بخشد، همانا شباهت آن به ارتباطات شفاهی و چهره به چهره است که وی آن را «شفاهیت ثانویه» می‌نامد. اما علاوه بر انتقال فرهنگ مردم‌پسند به عنوان محتوا، ایترنت فضایی برای تولید و بازتولید فرهنگ مردم‌پسند است. در این

مقاله، ابتدا به بررسی کاربردهای اینترنت برای دین می‌پردازیم و سپس تعامل دین و فرهنگ مردم‌پسند را در فضای اینترنت بررسی خواهیم کرد.

### اینترنت: یک فضا- رسانه

اینترنت تنها یک ابزار به معنای مرسوم کلمه نیست. در عوض، رساترین تعبیر برای اینترنت یک فضا- رسانه است. از این رو، ما نه تنها از اینترنت به عنوان یک رسانه بهره می‌بریم، بلکه در آن زندگی می‌کنیم. زندگی در اینترنت از آن رو مهم است که مواجهه ما با این پدیده باید با مواجهه ما با پدیده‌های مشابه (نظیر تلویزیون و رادیو) تا حدی متفاوت باشد. متولیان دین در دنیای مسیحی و سپس دنیای اسلامی به سادگی، و البته پس از مدتی تردید، آموختند که رادیو و تلویزیون می‌تواند ابزاری در خدمت تبشیر و تبلیغ دینی درآید. از این رو، تعبیری چون تله ونجلیسم به وجود آمد. مبلغان دینی که پیش از این در کلیساها به تبلیغ می‌پرداختند، اکنون در استودیو شوهای دینی اجرا می‌کردند. با این همه، و به‌رغم شباهت اینترنت با رسانه‌های پیش از خود، نظیر رادیو و تلویزیون، از یک منظر مهم‌ترین تفاوت اینترنت و رسانه‌های قدیمی در آن است که ما در اینترنت زندگی می‌کنیم. به بیان دیگر، مسئله فضا در اینترنت بسیار جدی است. بخشی مهم از آنچه به عنوان فضای مجازی تحقق پیدا کرده، به کمک اینترنت است. البته امکان تجربه فضای مجازی حتی در بازی‌های رایانه‌ای نیز وجود دارد. با این حال، زنده‌ترین و پویاترین تجربه متعلق به اینترنت است. به گفته پیس (2004) اینترنت رسانه‌ای قدرتمند است که از طریق آن نه تنها اطلاعات، بلکه عواطف و همدردی، تبادل می‌شود و جایی است که جامعه‌پذیری رخ می‌دهد. مردم در اینترنت تنها به دنبال اطلاعات نیستند، بلکه به دنبال انسان‌های دیگر هستند و همین تعامل است که به جامعه‌پذیری در اجتماعات مجازی منجر می‌شود. اینترنت یک رسانه گرم است، به این معنا که عواطف و احساسات را می‌توان به صورت آنلاین تجربه و رد و بدل کرد. بنابراین، ارتباطات دینی که مشحون از تجربه عاطفی است، نسبت به این رسانه نوین عقب می‌ماند.

چپمن (2005) بر آن است که اینترنت تا اندازه‌ای پیامدی از اصلاح پروتستانی است. به نظر وی، اینترنت با پخش و اشاعه شرایط پست مدرن عدم وحدت و قطعه‌قطعه‌شدگی دانش و فرهنگ، نوعی پروتستان‌تیسیم تشدید شده (hyper protestantism) را تسهیل می‌کند. از این رو، برای فهم آینده اینترنت باید تاریخ پروتستان‌تیسیم را مطالعه کرد. چپمن (2005, p.14) نیز بر آن است که انتقال اطلاعات در اینترنت نقش کاملاً ثانویه دارد و به جای آن باید به وب سایت‌ها به منزله نوسازی ارتباطات مناسکی (ritual communication) نگرست. به نظر وی، ارتباطات مناسکی در باره انتقال اطلاعات نیست، بلکه به جای آن تمرکز بر ارزش‌های مشترک است. ارتباطات مناسکی متضمن حس «مراسم مقدس» به هدف گردهم آوردن مردم برای دوستی و همراهی است. ریشه مشترک مفهوم ارتباطات با شراکت، اشتراک و اجتماع (commonness, communion, community, communication) این معنا را تا حدودی بیان می‌کند.

در یکی از تحقیقات، جستجو در موتورهای جستجو نظیر گوگل نشان داد (Kale, 2003, p.478) که بیش از ۱۹ میلیون صفحه وب برای کلمه مسیحیت، ۲/۱۳۰/۰۰۰ برای اسلام، ۶۶۰/۰۰۰ برای هندو، ۴۶۱/۰۰۰ برای ویکا و درست زیر ۵ میلیون صفحه برای کلمه «نیو ایج» (new age) وجود داشته است. تحقیق مفصل هوور و همکاران (2004) در باره رفتار کاربران آمریکایی در فضای اینترنت نتایج جالب توجهی به دست داده است. طبق نتایج به دست آمده ۶۴ درصد (۱۲۸ میلیون) کاربران آمریکایی در محیط آن‌لاین کوشیده‌اند تا به مطالب دینی یا معنوی دسترسی پیدا کنند. به گفته این محققان دو سوم (نزدیک به ۸۰ میلیون) بزرگ‌سالانی که از اینترنت در ایالات متحده استفاده می‌کنند، از اینترنت برای دست یافتن به مطالب اعتقادی و ایمانی سود جستند. از جمله رایج‌ترین و مهم‌ترین فعالیت‌های آن‌لاین مربوط به مسائل معنوی موارد زیر بوده است:

- ۳۸ درصد از ۱۲۸ میلیون کاربر اینترنت ایمیل‌هایی با محتوای معنوی ارسال یا دریافت کرده‌اند.

- ۳۵ درصد کارت‌های تبریک مرتبط با اعیاد دینی ارسال یا دریافت کرده‌اند.

- ۳۲ درصد از محیط آنلاین برای خواندن اخبار و شرح امور و وقایع دینی استفاده کرده‌اند.

- ۲۱ درصد به جستجوی اطلاعاتی در باره اینکه چگونه اعیاد دینی را جشن بگیرند، پرداخته‌اند.

- ۱۷ درصد در پی یافتن اطلاعاتی راجع به اینکه در کجا می‌توانند به خدمات دینی دست یابند، بوده‌اند.

به نظر کیل (Kale, 2003, p.479) به دلیل پنج ویژگی زیر، ارتباطات مجازی چنین فضای مساعدی را فراهم ساخته است:

۱. سرزمین‌زدایی و جهانی‌شدن بازار دین: اینترنت با زدودن مرزهای زمان و مکان سبب شده است که همه ادیان، از ادیان با سابقه گرفته تا جنبش‌های معنوی تازه روییده، دسترسی یکسانی به مخاطبان خود در سطح جهانی داشته باشند؛ پدیده‌ای که پیش از این سابقه نداشته است.

۲. دموکراتیزه کردن دینی: فضای دموکرات اینترنت به هر گروهی از مؤمنان اجازه داده است که باور خود را عرضه کنند و در این بازار معنوی شرکت کنند. بازاری که پیش از این انحصاری بوده است. این مسئله، ماهیت و سطح رقابت در بازار دینی را دگرگون کرده است.

۳. گمنامی: افراد و گروه‌هایی که به دلایل مختلف نمی‌توانند در نیایش اجتماع سنتی خود مشارکت کنند، می‌توانند چنین اجتماعی را در اینترنت ایجاد کنند. افراد و گروه‌هایی که به دلایلی از اجتماع دینی حذف شده‌اند یا خود را حذف کرده‌اند، می‌توانند اکنون از راه دور و به صورت گمنام به مطالب دینی مورد نیاز خود دست یابند.

۴. دسترسی آسان: اینترنت امکان دسترسی آسان به مطالب دینی مربوط به عقاید خود و حتی عقاید دیگران را فراهم ساخته است. اینترنت تنها اطلاعات مربوط به ادیان را عرضه نمی‌کند، اینترنت اجازه می‌دهد که افراد از راه دور به صورت همزمان یا ناهمزمان به نیایش بپردازند.

۵. اعتماد: اینترنت می‌تواند فضایی مناسب را برای اعتماد که از عناصر مهم در ارتباطات دینی است، فراهم آورد. پیس (2004) نشان می‌دهد که اینترنت چگونه می‌تواند اعتماد میان رهبران دینی و پیروانشان را تقویت کند. برقراری اعتماد میان رهبران دینی و پیروان آنان، به ویژه در جنبش‌های نوین دینی، از اهمیت خاصی برخوردار است.

### کارکردهای اینترنت برای دین

استفاده‌ها یا کاربردهای اینترنت برای دین و دینداران متعدد است. اینترنت درک انسان معاصر را از ذهنیت (سویژکتیویته)، اجتماع و عاملیت تغییر داده است (Hecht, 2006, p.67). عده‌ای نظیر اولیری بر آن هستند که اختراع اینترنت برای گسترش و بسط دین به همان انقلابی بودن رسانه‌های چاپی برای دین بوده است (Hecht, 2006, p.67). با این حال، در این باره دیدگاه‌های خوشبینانه (اتویپایی) و بدبینانه (دستوپایی) همچنان وجود دارد. ارتباطات رایانه-محور امکاناتی جدید را در اختیار دین، سازمان‌های دینی و دینداران قرار داده است. البته، برداشت دینداران از اینترنت بسیار متفاوت است. برخی آن را موهبتی برای گسترش دین می‌دانند، برخی نگاهی ابزاری به آن دارند و عده‌ای دیگر کاملاً بدبینانه به آن می‌نگرند. بدبینان، اینترنت را ابزاری می‌دانند که همزمان اجتماع دینی را ضعیف می‌کند؛ سنت دینی را بر هم می‌زند و امر مقدس را به امری روزمره بدل می‌کند. البته، همان‌گونه که هلاند (2005) می‌گوید باید بین دو مفهوم «دین به صورت آن‌لاین» و «دین آن‌لاین» تمایز گذاشت. منظور هلاند از دین به صورت آن‌لاین گذاشتن اطلاعات دینی بر روی سایت‌ها و صفحه‌های وب است. در این شکل، سایت‌ها بیشتر به صورت یک قفسه مطالب و مواد دینی را عرضه می‌کنند و از پویایی اندکی برخوردار هستند. اما، منظور از دین آن‌لاین، استفاده از فضای وب برای ارتباط با سایر مؤمنان، زیارت آن‌لاین، نذر آن‌لاین و خلاصه تجربه دینی‌ای است که در سایت‌های پیش‌گفته امکان تجربه آن وجود ندارد.

سؤال مهم‌تر آن است که آیا استفاده از اینترنت به نوعی تضاد بین-دینی دامن می‌زند یا میزان هارمونی و گفتگو میان ادیان را افزایش می‌دهد؟ زیرا در گذشته امکان تعامل یا مواجهه میان طرفداران ادیان مختلف بسیار بود. زیرا کمتر پیش می‌آمد که اجتماعات یا گروه‌های دینی به این امکان دست یابند که در فضای واقعی به رویارویی و مواجهه با یکدیگر بپردازند. حتی برای مواجهه میان طرفداران دو مذهب از یک دین واحد (نظیر اسلام) گاه این رویارویی در جهان واقعی کمتر پیش می‌آید. البته، این مواجهه همواره در داخل مرزهای ملی و با «دشمن تصویری» صورت می‌گیرد. حال اینترنت، امکان این رویارویی را به سهولت فراهم آورده است. این رویارویی بدون هزینه زیاد و به سریع‌ترین وجه صورت می‌گیرد. مواجهه‌ای که پیش از این واقعاً تصورناپذیر بود. حال در این مواجهه که می‌توان آن را «مواجهه تشدید شده» نامیدش، هم امکان افزایش تعارض‌های دینی وجود دارد و البته، امکان گفتگو و تعامل.

این ویژگی‌ها سبب شده است که اینترنت کارکردهای متفاوتی برای دین داشته باشد. هاکت (2006) این کارکردها را عبارت از برقراری ارتباط، تبلیغ، اطلاع‌جویی، آموزش و تجربه دینی می‌داند. در زیر به اختصار به هر یک از این کارکردها می‌پردازیم.

**برقراری ارتباطات:** یکی از کارکردهای مهم اینترنت برای دین برقراری ارتباط است. ارتباطات رایانه-محور که هم زمان دارای خصلت نوشتاری و شفاهی است، قابلیت‌هایی دارد که آن را از ارتباطات پیشین متمایز می‌سازد. ادیان بیش از هر چیز بر ارتباط استوارند؛ زیرا ادیان همواره «پیامی رو به بیرون» هستند. جوهره پیام دینی همگان، از پیامبران گرفته تا توده مردم، را به ارتباط برقرار کردن فرامی‌خواند. از این رو، ادیان به جای آنکه حرکتی معطوف به درون داشته باشند، حرکتی معطوف به بیرون داشته‌اند. به همین دلیل است که ادیان اولین منادیان جهانی شدن بوده‌اند. این داعیه به ویژه در اسلام و مسیحیت قوی بوده است. البته، کیل (2003, p.479) بر آن است که ادیان به دلیل دو آموزه‌ای که به پیروان خود تعلیم می‌دهند، مخالف سرزمین‌زدایی که پیامد ناگزیر جهانی شدن است، هستند. نخست، تحقق اصالت خود و دیگری به اقتدار اجتماع دینی کردن نهادن.



اینترنت چون موهبتی نوین ارتباطات مؤمنان را با یکدیگر فراهم می‌سازد و از این طریق خوشنودی از احساس «مای» دینی (دورکیم، ۱۳۸۴) فراهم می‌شود. برای برخی از مسیحیان مشارکت در اینترنت یعنی تحقق «پیکره مسیح(ع)» و برای مسلمانان یعنی تشکیل «امت واحده اسلامی». اما پرسش مهم این است که آیا ارتباطات مجازی تنها «توهم جامعه» را به وجود می‌آورد، یا واقعاً شواهدی دال بر تعاملات اجتماعی واقعی که می‌تواند اجتماعات انسانی را در دنیای «آفلاین» تقویت کند، وجود دارد؟ نتایج تحقیقات ولمن (2001) در باره اینترنت و انزوای اجتماعی متناقض است. برخی از تحقیقات نشان می‌دهند که استفاده از اینترنت کاربران را در دنیای واقعی دچار انزوای اجتماعی می‌کند و از این طریق به تضعیف همبستگی اجتماعی منجر می‌شود. با این حال، تحقیقات دیگر نشان داده‌اند که این امر بستگی زیادی به سابقه کاربری دارد. به دیگر بیان، به زبان آماری رابطه استفاده از اینترنت و انزوای اجتماعی یک رابطه خطی نیست؛ بلکه یک رابطه سهمی است. در ابتدا، با افزایش میزان استفاده از اینترنت انزوای اجتماعی افزایش می‌یابد، و سپس با افزایش سابقه کاربری نه تنها اینترنت به انزوای اجتماعی منجر نمی‌شود، بلکه به افزایش روابط اجتماعی منجر خواهد شد. کاربران با سابقه، به ویژه با یافتن دوستان جدید، شبکه روابط اجتماعی خود را حتی در دنیای واقعی گسترش می‌دهند.

بری ولمن (2001) کوشیده است که با کمک «نظریه روابط ضعیف» راپاپورت توضیح دهد که اینترنت ممکن است در ابتدا به تضعیف روابط قوی (رابطه با خانواده) منجر شود، ولی تقویت روابط ضعیف (رابطه با دوستان و دیگران در سطوح مختلف) می‌تواند به تقویت روابط اجتماعی در مجموع بینجامد. به نظر راپاپورت در جامعه معاصر اهمیت روابط ضعیف در گسترش اعتماد و همبستگی اجتماعی حتی از روابط قوی هم بیشتر است. در هر حال، مفهوم اجتماع یکی از محوری‌ترین مفاهیم ادیان مختلف است و همین امر نقش اینترنت را در تقویت یا تضعیف اجتماع دینی محل بحث و مناظره قرار می‌دهد.

تبلیغ دین: ادیان مختلف نه تنها از پیروان خود می‌خواهند که با هم باشند و اجتماع مؤمنان را تشکیل دهند، بلکه از آنان توقع دارند که به تبلیغ پیام دین و فراخواندن

دیگران به دین خود (proselytizing) پردازند. امر به معروف و نهی از منکر در دین اسلام رفتاری بر این ایده استوار است که پیام دینی در موقعیت عملی مورد دفاع و تبلیغ قرار گیرد. اینترنت با هزینه کم و با سهولت این امر را امکان‌پذیر می‌سازد که افراد به تبلیغ دین خود پردازند. از این موضوع با عنوان «بازاریابی دین» در فضای سایبر (Kale, 2003) هم یاد می‌شود. اینترنت فضایی است که در آن هر گروهی می‌تواند برای عقاید و باورهای خود مشتریانی بیابد. در دانش ارتباطات به این نظریه، نظریه «بازاریابی اطلاعات» گفته می‌شود. اما، نکته مهم آن است که در جهان معاصر که آزادی عقیده و دین جزء اصول مورد توافق است، چگونه می‌توان از اینترنت برای تبلیغ عقاید استفاده کرد. پرسش اساسی این است که آیا اینترنت باید وسیله‌ای برای تبلیغ عقاید باشد یا نه؟ این پرسش، تنها از این منظر که تبلیغ دین ممکن است به تغییر دین عده‌ای منجر شود، حایز اهمیت به شمار نمی‌رود. بلکه مسئله این است که تبلیغ دینی در فضای اینترنت می‌تواند وسیله‌ای برای ترویج شیوه‌های خشونت آمیز برای ترویج عقاید دینی باشد. نگاهی به گفتگوها و مکالمات اتاق‌های گفتگوی دینی نشان می‌دهد که بیشتر کنش‌های ارتباطی در این اتاق‌های گفتگو مبتنی بر تعصب، پیشداوری و خشونت کلامی هستند.

هاکت می‌گوید که دانشجویان از وجود مسیحیان دو آتش‌ای خبر دادند که می‌توان آنان را سایبرونجلیست (cyberevangelists) نامید. سایبرونجلیست‌ها به اتاق‌های گفتگوی مسلمانان حمله می‌برند تا با آنان منازعه‌ای خشمگینانه بر سر باورها و اعمالشان به راه اندازند (Hecht, 2006, p.69). گمنامی کاربران در اینترنت چنین محاجه‌ای را برای افراد کم‌دردستر می‌سازد و در نتیجه امکان گفتگوهای خشونت آمیز را به وجه خطرناکی افزایش می‌دهد. هاکت از پیغام‌هایی که به دست عده‌ای از هواداران یک دین خاص به اتاق‌های گفتگوی پیروان ادیان دیگر فرستاده می‌شود به عنوان موشک تبلیغی (proselytic missile) یاد می‌کند. نکته دیگر، به تفکیک عرصه عمومی و خصوصی باز می‌گردد. آیا وارد شدن به اتاق‌های گفتگو یا فرستادن پیغام‌های تبلیغی دینی مداخله در عرصه خصوصی افراد نیست؟ اگر به خود اجازه دهیم که

صرفاً به وظیفه دینی خود برای تبلیغ عمل کنیم، امکان مداخله در عرصه خصوصی افراد بسیار پیش خواهد آمد.

اطلاع‌رسانی: کارکرد دوم که با کارکرد نخست مرتبط است، اطلاع‌رسانی است. اینترنت راهی برای اطلاع‌رسانی و اطلاع‌جویی مؤمنان است. این اطلاع‌رسانی نه تنها به مسائل دینی (اعیاد، مناسبت‌ها و پدیده‌های مرتبط با دین) مربوط می‌شود، بلکه می‌تواند در باره مسائل غیردینی که به نحوی با زندگی دینداران مرتبط است، نیز به کار آید. در خصوص مسائل دینی در اسلام این کار به ویژه برای اخذ فتاوی مراجع به کار می‌آید، کاری که در جهان واقعی هر روزه به دست مؤمنان صورت می‌گیرد. اطلاع‌رسانی می‌تواند به دست سازمان‌های دینی (نظیر حوزه‌های علمیه، دفتر مراجع یا سازمان‌های تحقیقاتی و اطلاع‌رسانی دینی) یا به دست افراد و به صورت غیرسازمانی صورت گیرد. وبلاگ‌ها و پادکست‌ها از این نظر می‌توانند به عنوان رسانه‌هایی بسیار پویا و انعطاف‌پذیر عمل کنند. هرچند، وبلاگ‌ها مفهوم سنت و حجیت و مشروعیت مقام‌های دینی در تفسیر پدیده‌های دینی را به منازعه می‌کشند و به بسط این مشروعیت منجر می‌شوند. به این ترتیب، هر نویسنده وبلاگی به خود اجازه می‌دهد که به تفسیر پدیده‌های دینی بپردازد و این امر بی‌شک باب نوعی تفسیرگرایی و شخصی شدن تفاسیر را باز می‌کند.

آموزش: وجه دیگر از کاربرد اینترنت، آموزش مسائل دینی است. آموزش دینی می‌تواند هم مربوط به کتب مقدس ادیان باشد و هم به متون و مواد ثانویه (روایات و احادیث)، نوشته‌های روحانیون و محققان در باره دین. اینترنت با کاهش هزینه و دسترس‌پذیر ساختن مطالبی که ممکن است به دلیل سانسور در جوامع مختلف در دسترس نباشد، تأثیری مهم در دموکراتیزه کردن دسترسی به اطلاعات دینی برعهده دارد. البته این دسترس‌پذیری گسترده و ارزان بسیار بیشتر از پیدایش چاپ می‌تواند سنت دسترسی به مطالب مقدس را دگرگون سازد.

تجربه کردن: از جمله مسائل مهم در همه ادیان تجربه روحانی یا تجربه امر مقدس است. همین تجربه است که به نظر بسیاری از دینداران لایدرک و لایوصف است. یکی از دلایل گرایش بسیاری از افراد در جوامع معاصر به ادیان غیرمناسکی (نظیر ذن،

بودیسم و حتی یوگا) تجربه یک سفر معنوی یا روحانی است که چندان با مناسک ربطی ندارد. اینترنت فضایی را فراهم می‌آورد که امکاناتی جدید را برای تجربه روحانی یا دینی (مجدوب شدن، یکتایی، گریز از زندگی روزمره، پارسایی و حس اجتماع) در اختیار افراد قرار می‌دهد.

همچنین اینترنت اجازه «سفارشی کردن» تجربه دینی را بسته به نوع سبک زندگی افراد می‌دهد. این موضوع به ویژه برای کسانی که به دلایل مختلف (کمبود وقت، درگیری‌های شغلی و غیره) نمی‌توانند به شیوه مرسوم تجربه دینی داشته باشند، می‌تواند راهی برای تجربه دینی باشد. صوفی‌های مدرن از اینترنت برای ارتباط بین مرشد و شاگردانش استفاده می‌کنند. مسلمانان هم می‌توانند یک امت یا اجتماع جهانی را تجربه کنند (Hecht, 2006, p.70). به نظر هاکت وب گردی نوعی تجربه شمنیستی است، نوعی بی‌خانمانی، جستجو و سفر کردن دائمی. رادیوهای اینترنتی که همراه بیان تجربه‌های دینی موسیقی‌های عرفانی را پخش می‌کنند، افراد را به نحوی به «سفرهای ناوبری روانی» (psychonavigation trips) می‌برد.

اجرای اعمال دینی: به نظر ترنر (Lovheim, 2005, p.7) یکی از کارکردهای مهم مناسک دینی آن است که در قدم اول رابطه فرد را با امور روزمره قطع می‌کند و او را مهبای تجربه امر مقدس می‌سازد. حرکات و آدابی که در مناسک دینی اجرا می‌شود، زمان را به بی‌زمانی تبدیل می‌کند و فرد را موقتاً از تعلقات روزمره و مکانی که در آن به سر می‌برد، می‌گسلد. به همین دلیل، لوهایم اینترنت را یک «فضای انتقالی» می‌نامد. فضای مجازی مکانی مناسب برای تجربه مناسک دینی معنادار است. کسانی که به دلایل اجتماعی از رفتن به مکان‌های رسمی نپایش پرهیز می‌کنند، یا تحت فشار اجتماعی از چنین کارهایی سرباز می‌زنند، می‌توانند از اینترنت به عنوان فضایی برای اجرای مناسک دینی بهره ببرند. این موضوع به ویژه برای جوانان مهم است. زیرا جوانان گروهی هستند که در جوامع معاصر از وجوه مناسکی دین در دنیای واقعی می‌گریزند، و این تجربه‌ای جهانی است. برای جوانان که به دلایل اجتماعی نمی‌خواهند همچون توده مردم در مناسک دینی شرکت کنند، اینترنت فضایی مناسب به شمار می‌رود. تلویزیون بسیار پیش از اینترنت چنین وضعی را پدید آورده است. پخش

مناسک عزاداری از شبکه‌های تلویزیونی برای کسانی که به دلایل مختلف نمی‌خواهند یا نمی‌توانند به مناسک دینی در دنیای واقعی بروند، فضایی مشابه ایجاد می‌کند. این کارکرد، حتی تا حدودی بسیار در نحوه گوش دادن به مراسم عزاداری دینی، به ویژه به شکل گوش دادن جوانان به موسیقی پاپ دینی در اتومبیل، مشاهده‌پذیر است. البته، در باره قدرت تأثیرگذاری عاطفی و بیانی اینترنت نسبت به رسانه‌های جمعی سنتی نظیر تلویزیون اختلاف نظر وجود دارد. قدرت اینترنت نسبت به تلویزیون هرچه باشد، از تأثیر آن نباید غافل ماند.

همچنین، به دلیل وابستگی مناسک به «زمان» و «مکان» مناسب، درست و دقیق انجام اعمال، اینترنت می‌تواند در گسترش این زمان و مکان مؤثر واقع شود. کسانی که به دلیل اجبارهای مالی و ناتوانی‌های فیزیکی نمی‌توانند به زیارت اماکن مذهبی بروند یا مناسک را در مکان‌های مرتبط انجام دهند، می‌توانند از اینترنت استفاده کنند. وب‌کم‌ها (دوربین‌های رایانه‌ای) می‌توانند از طریق زنده کردن این تجربه، فضایی کاملاً واقعی به وجود آورند. اعمال و مناسک دینی برای کسانی که در دیاسپوراها (diaspora) (اجتماعات پراکنده) (نظیر مسلمانان در جوامع غربی) زندگی می‌کنند و به راحتی نمی‌توانند مناسک خود را اجرا کنند، اینترنت فضایی مناسب است. از دیگر سو، انجام مناسکی که به دلایلی در حال حاضر تحریم شده است، در چنین فضایی امکان‌پذیر است.

سرانجام، باید به این مسئله اشاره کرد که اینترنت فضایی برای انجام مناسک دینی فراهم می‌کند، فضایی که ممکن است در همه جای آن روحانیان خبره برای هدایت مناسک به شیوه درست وجود نداشته باشند. از این رو، نوعی شخصی شدن مناسک نیز ممکن است به این شیوه پدید آید.

**جستجو کردن:** یکی دیگر از کارکردهای اینترنت برای دین جستجو است. این جستجو از سویی نوعی تلاش برای درک و فهم ادیان و یافتن اطلاعاتی راجع به آن‌ها است و از دیگر سو نوعی سلوک معنوی و حقیقت‌جویی. در اینجا، مسئله فقط دستیابی به اطلاعات نیست که در بندهای گذشته به آن اشاره شد؛ بلکه مسئله نوعی

تلاش برای کسب حقیقت است. وب‌گردی دینی اکنون می‌تواند تا حدودی جایگزین سلوک و حقیقت‌جویی سنتی گردد.

**کالایی کردن:** اینترنت می‌تواند تبدیل به فضایی شود که در آن نیازمندی‌های مؤمنان عرضه شود. بنابراین، در اینجا با نوعی بازاری کردن (Kale, 2003) امر مقدس روبه‌رو هستیم. به گفته کیل از آنجا که اینترنت به عنوان واسطه تجارت در دسترس قرار گرفته است، دین و پورنوگرافی دو صنعتی هستند که بیشتر از همه در پی بهره‌برداری از امکانات بالقوه این شیوه ارتباط بوده‌اند (Kale, 2003, p.477). به گفته کیل در روزگاری که نیازهای معنوی بیش از هر زمان دیگری در گذشته مهم شده‌اند، دسترس‌پذیری تکنولوژی اینترنت می‌تواند شیوه رقابت سازمان‌های دینی را برای تهیه کتاب‌های جیبی زیارت از طریق وب به صورت انقلابی دگرگون کند. جاشوا رامو نخستین کسی که از تأثیر اینترنت بر دین سخن گفت، بر آن بود که اینترنت یک «بازار معنوی با سرعت بالا» را فراهم آورده است که در آن هزاران تن از مؤمنان - و حتی تعداد بی‌شماری از غیر مؤمنان - یکدیگر را ملاقات می‌کنند و در باره چیزهایی، نظیر ایمان و باورهای دینی‌مان، که ما مدت‌ها بحث در باره آن‌ها را در میان عموم مردم فراموش کرده بودیم، به بحث می‌پردازند (Kale, 2003, p.478).

در اینترنت نه تنها می‌توان اشیا دینی و غیردینی مورد نیاز مؤمنان را عرضه کرد، بلکه حتی می‌توان به نیازهای جنسی آنان، از طریق یافتن همسر مؤمن مناسب برای افراد مجرد، پاسخ داد. برای نمونه، می‌توان نام تعدادی از سایت‌های مسیحی و اسلامی را در این خصوص یاد کرد.

**طوفانداری و مبارزه دینی:** نویسندگان بسیاری از نقش اینترنت به عنوان یک عرصه عمومی جدید یاد کرده‌اند. نویسندگان حتی نقش اینترنت به عنوان ابزاری برای تقویت جنبش‌های اجتماعی (راسل، ۲۰۰۵) نظیر زاپاتیست‌ها را خاطر نشان ساخته‌اند. از این رو، می‌توان گفت که برای ایجاد تغییرهای اجتماعی، دینی و فرهنگی می‌توان از فضای اینترنت بهره فراوان برد. دینداران می‌توانند برای بیان مخالفت خود با تصمیم‌ها و حوادثی که در جامعه خودشان یا حتی جوامع دیگر می‌گذرد، عکس‌العمل نشان دهند و

حتی جریان‌های مبارزه راه بیاندازند. این مبارزات حتی می‌تواند در خصوص برخی از مسائل دینی باشد.<sup>۱</sup>

مواهب پزشکی و حل مسائل: سرانجام، باید به ارائه خدمات مشاوره روانی و پزشکی از طریق اینترنت اشاره کرد. از طریق اینترنت می‌توان از مشکلات مختلف روانی و اجتماعی مؤمنان آگاه گشت و به آنان خدمات پزشکی و مشاوره ارائه داد. در برخی از مواقع افراد نمی‌توانند به سازمان‌های دینی و خیریه مراجعه کنند تا نیاز یا مشکل خود را برطرف سازند. از این رو، با اطلاع از مشکل این دسته از افراد از طریق اینترنت می‌توان برایشان کمک‌های لازم را فرستاد. برخی از سایت‌های اینترنتی می‌کوشند که با قراردادن مشکلات دینداران و راه‌حل‌های آنان که به دست مشاوران مختلف ارائه شده است، به راهنمایی آنان پردازند. این امر گاه شجاعت آنان را که مسائل مشابهی دارند، برای درخواست کمک از این سازمان‌ها افزایش می‌دهد. این سایت‌ها با انتشار نتایج تحقیقات علمی، به راهنمایی افراد می‌پردازند. در اینجا، گمنامی باز هم این امکان را فراهم می‌سازد که افراد بی‌آنکه ترس از ریختن آبروی خود را داشته باشند، بتوانند مسائل خود را مطرح کنند و به راه‌حل‌های مناسب این مسائل پی‌ببرند.

#### دین، اینترنت و فرهنگ مردم‌پسند

کارکردهای اینترنت برای دین به خوبی حاکی از تأثیرگذاری اینترنت در گسترش دین و مطالب دینی است. با این حال، باید به این نکته هم اشاره کرد که اینترنت می‌تواند به «عوامانه کردن دین» هم کمک کند. این مسئله، نه از منظر گسترش محتوای خرافی یا نادرست در باره دین، بلکه از منظر وفور مطالب و امکان تفسیر شخصی از این مطالب است. نگاهی به سایت‌ها و وبلاگ‌های دینی در فضای وب ایرانی به خوبی نشان می‌دهد که اینترنت تلاقی‌گاه فرهنگ مردم‌پسند و دین خواهد بود. همان گونه که پیش از این آمد، اینترنت می‌تواند به عنوان یک فضا- رسانه عمل کند، و از این منظر رابطه اینترنت و دین را می‌توان از دو منظر مورد بررسی قرار داد. در نگاه نخست، اینترنت رسانه‌ای است که امکان تبادل محتواهای فرهنگ مردم‌پسند و محتواهای دینی هر دو را فراهم می‌سازد. عرضه محتواهای فرهنگی مردم‌پسند و محتواهای دینی هم در ترکیب با

هم می‌توانند بر هم اثر بگذارند، و هم رابطه‌ای بینامتنی بین آن‌ها وجود دارد. هورسفیلد (۱۳۸۴) به خوبی نشان می‌دهد که چگونه رابطه‌ای بینامتنی بین فیلم مصایب مسیح مل گیسن و نقاشی‌های ایتالیایی در بارهٔ تصلیب مسیح و دیگر فیلم‌های او نظیر شیردل و میهن‌پرست وجود دارد. در اینجا به خصوص باید به ویلاگ‌های دینی اشاره کرد که چگونه در آن‌ها با در کنار یکدیگر قرار گرفتن محتواهای مختلف دینی و فرهنگ مردم‌پسند نوعی رابطهٔ بینامتنی ایجاد می‌شود.

از دیگر سو، اینترنت به عنوان یک فضا هم عمل می‌کند. در اینجا، به ویژه از فضا این نکته را در نظر داریم که متفاوت با دیگر رسانه‌ها «جایی برای زیستن» نیز هست. اگر نویسندگان بسیاری به مدد مفهوم فضای مجازی تا حدودی به اینترنت به عنوان یک فضا اشاره کرده‌اند، با این حال کمتر به زندگی واقعی و روزمره‌ای که در اینترنت ایجاد می‌شود، توجه شده است. بنابراین، زندگی در فضای اینترنت به طور کامل و عمیق مورد نظریه پردازی و تحقیق قرار نگرفته است. به نظر بارزیلای و بارزیلای (۲۰۰۴) ما همواره با «تکنولوژی فرهنگی شده» مواجه هستیم؛ یعنی با تکنولوژی‌ای که معنا و کاربرد آن به صورت اجتماعی برساخته می‌شود. به نظر این دو محقق یکی از عناصر مهم فرهنگی، که به تکنولوژی رنگ و معنای خاص می‌دهد، دین است. این عنصر به ویژه در جوامع دینی پررنگ‌تر است و از جمله عواملی است که در «برساختن اجتماعی معنای تکنولوژی» مؤثر واقع می‌شود. آنان بر آن هستند که استفاده از اینترنت در اجتماعاتی که نوعی بنیادگرایی دینی در آن‌ها وجود دارد، حداقل از چهار جنبه با تنگنا و تنش مواجه است: سلسله مراتب، پدرسالاری، انضباط و خلوت. حال آنکه، در بیشتر موارد بنیادگرایی دینی با تکیه بر سلسله مراتب، پدرسالاری، انضباط و خلوت گزینی برای نیایش همراه است، در اینترنت سلسله مراتب دینی تغییر می‌کند، زنان و مردان قدرت برابر می‌یابند؛ از رسمی و خشک بودن انضباط (دیسپلین) دینی کاسته می‌شود و سرانجام نوعی تجربهٔ جمعی نیایش تجربه می‌شود. البته، اگرچه این ابعاد در بارهٔ همهٔ ادیان صادق است، با این حال تأکید ادیان مختلف بر سلسله مراتب یا مناسک متفاوت است. همان گونه که کروگر (۲۰۰۲، p.188) معتقد است، برای مثال در بارهٔ



دینی مثل زرتشتی تأکیدی کمتر بر سلسله مراتب وجود دارد. از این رو، بین گفتمان درون‌نهادی مراجع رسمی و گفتمان مردم‌عامی در اینترنت فاصله‌ای اندک وجود دارد.

### جمع‌بندی

تعامل دین و اینترنت به مسئله بسیار جالب توجهی تبدیل شده است که افقی جدید را به روی محققان حوزه رسانه و دین می‌گشاید. حتی جامعه‌شناسان دین نیز در وضع جدید ناگزیر از بازنگری در نظریه‌ها و مفاهیم سنتی خویش هستند. از آنجا که می‌توان اینترنت را یک فضا-رسانه دانست، تعامل دین و اینترنت را باید از این دو منظر نگریست. عمیق‌ترین وجه تعامل دین و اینترنت که افقی جدید را به روی تجربه دینی ما می‌گشاید، اینترنت به عنوان یک فضا است. در این فضا نه تنها متون دینی معنایی دیگر می‌یابند، بلکه سلسله مراتب دینی، اجرای مناسک دینی و تجربه دینی دگرگون خواهد شد. این موضوع به ویژه از این منظر شایان توجه است که نه تنها در اینترنت محتوای فرهنگ مردم‌پسند در کنار متون دینی قرار می‌گیرند، بلکه نوعی بینامتنی جدید نیز در این جهت ایجاد می‌شود که عمیق‌ترین نحوه تعامل دین و فرهنگ مردم‌پسند در فضای اینترنت است.

### یادداشت‌ها

۱. مبارزات اینترنتی (e-campaign) و طومار الکترونیکی (e-petition) از جمله کاربردهای اینترنت برای بسیج سیاسی هستند.

### کتابنامه

- دورکیم، امیل (۱۳۸۴). صور بنیانی حیات دینی. ترجمه باقر پرهام. تهران: نشر مرکز.
- واترز، مالکوم (۱۳۷۹). جهانی شدن. ترجمه اسماعیل مردانی و سیاوش مریدی. تهران: نشر سازمان مدیریت صنعتی.

هورسفیلند، پیتر (۱۳۸۴). مصائب مسیح، فیلمی از مل گیسون، پژوهشی در باب دین و فرهنگ عمومی. چکیده مجموعه مقالات همایش بین‌المللی دین و رسانه. صدای جمهوری اسلامی ایران و دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

هورر، استوارت ام. و لاندبای، نات (۱۳۸۲). بازاندیشی در باره رسانه، دین و فرهنگ. ترجمه مسعود آریایی‌نیا. انتشارات سروش و مرکز مطالعات، تحقیقات و سنجش برنامه‌های سازمان صدا و سیما.

- Anderson, M. (2006). "Adaptation: The Self-proclaiming Rhetoric of Charlie Kaufman and of the Apostle Paul". *Journal of Religion and Popular Culture*, Vol. 8, summer.
- Anwyl, John Hugh (2005). "Religion at the base of the Pyramid, Religion and Media Conference". Tehran: Section for Research in Radio.
- Barzilai-Nahon, Karine and Barzilai, Gad. (2004). "Cultured Technology: Internet and Religious fundamentalism", *The Information Society*, 21 (1).
- Buma, M. (2006). "Stand tall, turn your three guitars up real loud, and do what you so': the Redneck Liberation Theology of the Drive- By Truckers". *Journal of Religion and Popular Culture*, Vol. 8.
- Casey, Cheryl Ann (2001). "Online Religion and Finding Faith on the Web: An Examination of Beliefnet.org", *Proceeding of the Media ecology Association*, 2, pp.32- 40.
- Cataldo, Jeremiah (2005). "Popular Music on Christianity in the United States: Christianity's Failure to Love", *Journal of Religion and Popular Culture*, Vol. 4.
- Id. (2005). "Popular Music on Christianity in the United State: Christianity's Failure to Love", *Journal of Religion and Popular Culture*, Vol.9, pp.1-15.
- Chapman, R. (2005). *Hyperlinks and HyperProtestantism, The Internet as a Postmodern Epistemological Shift*. Lincoln Trail College, Robinson, Illinois.
- Deacy, C. (2006). "Reflections on the Uncritical Appropriation of Cinematic Christ-Figures: Holy Other of Wholly Inadequate?". *Journal of Religion and Popular Culture*, Vol. 8.

- Dunbar, d. (2002). "The Evolution of Rock and Roll: Its Religious and Ecological Themes". *Journal of Religion and Popular Culture*, Vol. 2.
- Fernback, Jan (2003). "Legends on the net: an examination of computer-mediated Communication as a locus of oral culture". *Nnew Media & Society*, Vol.5 (1): pp.29- 45.
- Helland, Christopher (2005). "Online Religious as Lived Religion: Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet". *Online- Heidelberg Journal of Religious on the Internet 1 (1)* pp.1-16.
- Hoover, Stuart (2002). "The Culturalist Turn in Scholarship on Media and religion". *Journal of Media and Religion*, 1 (1), pp.25-36.
- Id. (2006). *Religion in the Media Age*. New York: Routledge.
- Hoover, S., Schofield, L and Rainie, L. (2004) "Faith Online". *Pew Internet & American Life Project*, Washington. D. C.
- Horsfield, Peter (2005). "Mel Gibson's the Passion of the Christ: A Study in Religion and Popular Culture". *Tehran International Conference on Religion and Media*, University of Tehran and the Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB).
- Kale Sudhir and Kamineni, Rajeev (2003). "Marketing of Religion in Cyberspace". *ANZMAC, Conference Proceeding Adelaide*, 1-3 December.
- Kiouis, S. J. (2002). "Interactivity: a concept Explication". *New Media & Society*, Vol4 (3): pp.355-383.
- Krauger, Oliver (2002). "The Internet as Distributor and Mirror of Religious and Ritual Knowledge". *A.J.S. Vol. 32: No.2*, pp.183-197.
- Id. (2005a). "Gnosis in Cyberspace? Body, Mind and Progress in Posthumanism". *Journal of Evolution and Technology*, 14, pp.77-89.
- Id. (2005b). "Methods and Theory for Studying Religion on the Internet: Introduction to the Special Issue on the Theory and Methodology". *Online- Heidelberg Journal of Religious on the Internet 1 (1)*, pp.1-7.
- Leander, Kevin and Johnson, Kelly (2002). "Tracing the Everyday "Sittings" of Adolescents on the Internet: A Strategic Adaptation of Ethnography Across Online and Offline Spaces". *Draft Paper Presented*

- at the Annual Meeting of The American Educational Research Association New Orleans.
- Lovheim, Mia. (2005). "Young People and the Use of the Internet as Transitional Space". *Online- Heidelberg Journal of Religious on the Internet* 1 (1), pp.1-22.
- McMillan, S. J. (2002). "A Four-part Model of Cyber-Interactivity; Some Cyber-Places are more Interactive than Others". *New Media & Society*, Vol.4 (2), pp.271-291.
- Ostrowski, Alley (2006). "Cyber Communication: Finding God in the Little Box". *Journal of Religion and Society*, 8, pp.1-8.
- Pace, S. (2004). "Miracle or Love? How Religious Leaders Communicate Trustworthiness Through the Web". *Journal of Religion and Popular Culture*, Vol. 7, summer.
- Papacharissi, Zizi (2002). "The virtual sphere: The Internet as a Public Sphere". *New Media & Society*, Vol. 4 (1), pp.9-27.
- Radde-Antweiler, Kerstin (2006). "Ritual is Becoming Digitalized: Introduction to the Special Issue on Rituals on the Internet". *Online-Journal of Religion on the Internet*, 2 (1), pp.1-5.
- Roman, Anthony G. (2006). "Texting God: SMS and Religion in the Philippines", pp.1-19.
- Russell, Adrienne (2005). "Myth and the Zapatista Movement: Exploring a Network Identity". *New Media Society*, 7, 559.
- Schofield, Lynn Clark (1999). *Popular Culture: Replacing Religion for Today's Teens? The Bible in Transition.*
- Underwood, Meredith (1999). "Wired Women: Lost (Or Found?) in Cyberspace". *Journal of Religion and Society*, 1, pp.1-12.
- Wellman, Barry et. al. (2001). "Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? Social Networks, Participation, and Community Commitment". *American Behavioral Scientist*, Vol. 45 (3) pp.436- 455.