

## چکیده

با ظهور اینترنت و فناوری‌های وابسته، بیشتر جنبه‌های زندگی بشر تحت تأثیر این پدیده نوظهور قرار گرفته است. از امکانات جدید می‌توان به صورت مثبت و سازنده در جهت تسهیل زندگی بهره برد و برای استفاده درست از آن برنامه‌ریزی کرد. یکی از جنبه‌های متأثر از اینترنت، بحث دینداری افراد می‌باشد که در محیط اینترنت باید برای تبلیغ و حفظ آن برنامه‌ریزی کرد. در این مقاله ضمن معرفی امکانات مختلف موجود در اینترنت، پیشنهادهای نیز در جهت استفاده مؤثر از آنها در خدمت دین ارائه شده است.

کلیدواژه‌گان: دینداری، فضای سایبر، اینترنت، وب.



# دینداری در اینترنت



مجید نبوی

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران

در اینترنت هستند که به علت تنوع موضوعی و تعداد زیاد آن‌ها، کسی امید آن را ندارد که بتواند آن‌ها را دسته‌بندی کند. بسیاری از این پایگاه‌ها در چگونگی ارائه مطالب خود کاملاً پیشرفته هستند. امروزه مردم، به‌خصوص جوانان، دین خود را طریق اینترنت و ابزارهایی چون گروه‌های خبری (۳)، پست الکترونیک (۴)، گپ اینترنتی (۵)، وبلاگ (۶) و شبکه‌های اجتماعی (۷) در معرض چالش قرار می‌دهند. پژوهش‌های اخیر، از مراجعه روزانه میلیون‌ها نفر از مردم آمریکا به اینترنت در راستای اهداف دینی و معنوی حکایت می‌کند (هوجس‌گارد، ۲۰۰۵: ۵۰). برای نمونه، جدول ۱ نمونه خوبی برای نشان دادن افزایش تعداد فزاینده پایگاه‌های وب (۸) در مورد دین است.

آنچه در مورد جدول شماره ۱ باید گفت، این است که این ارقام با استفاده از موتور جستجوی (۹) آلتاویستا (۱۰) به دست آمده و تعداد نتایج بازیافتی این موتور جستجو را در قبال جستجوی کلیدواژه‌های مربوطه نشان می‌دهد. نکته قابل توجه این است که با توجه به قدرت موتور جستجوی گوگل (۱۱)، نتایج بازیافتی در این موتور جستجو تفاوت معناداری با این نتایج خواهد داشت.

## مقدمه

شاید آنگاه که فردریش نیچه، فیلسوف نامدار آلمانی، با بیانی جهان‌گیر، مرگ خدا را به جهانیان اعلام کرد، کمتر کسی فکر می‌کرد که دیگر خبری از خدا، دین و معنویت باقی بماند. به گمان نیچه و هوادارانش انسان با دانش و فناوری پیشرفته خود به تدریج باید جای خدا را می‌گرفت و باورهای مذهبی و غیرمادی رخت برمی‌بست؛ اما گذشت زمان از خیال‌های خام ایشان پرده برداشت و بر همگان روشن ساخت که نه تنها خدا و دین او نمرده است، بلکه همگام با پیشرفت فناوری روز، به ویژه فناوری اطلاعات، بازگشت به دین و احیای شعائر و جنبش‌های دینی نیز به طور چشمگیری فزاینده بوده است (جهانگیر، ۱۳۸۳).

یکی از کلمات جدیدی که به مطالعه دین در جامعه معاصر که مقارن با ظهور فضای مجازی است، می‌پردازد، دین سایبر (۱) است. این مفهوم از زمانی که بررسی دانشگاهی رابطه بین دین و فضای مجازی در نیمه‌های دهه ۱۹۹۰ شروع شد (هوجس‌گارد (۲)، ۲۰۰۵) به صورت‌های مختلفی تعریف می‌شود که برخی از محققان از این مفهوم به صورت کلی برای توصیف هر نوع دینی که به واسطه اینترنت ارائه می‌شود، بهره می‌برند. پایگاه‌های دینی بسیاری

کلمات مرتبط با دین	تعداد صفحات در سال 1991	تعداد صفحات در سال 2004	افزایش مطلق	افزایش نسبی (درصد)
مسیحیت	610470	9140000	8529530	1397
کلیسا	7102579	65400000	58297421	820
ایمان	2047530	37800000	35752470	1746
خدا	5287260	83200000	77712740	1470
ادب	3461870	58000000	54538130	1575
مذهب	1794270	51800000	50005730	2787
کلیسای مجازی	1054	19600	18546	1760

جدول ۱: تعداد صفحات وب دینی از سال ۱۹۹۹ و ۲۰۰۴ (هوجس گارد، ۲۰۰۵: ۳)

### پست الکترونیکی

پست الکترونیکی، یکی از پرکاربردترین ابزارهای تعاملی غیرهمزمان در اینترنت است. امروزه پایگاه‌های بسیاری از جمله یاهو و گوگل، به ارائه این خدمت می‌پردازند که افراد می‌توانند به صورت رایگان در آن‌ها عضو شده و از این امکان استفاده نمایند.

تحقیق انجام شده به وسیله هور (۱۲) و همکارانش در سال ۲۰۰۴ در زمینه اینترنت و زندگی آمریکایی بیان می‌کند که شاید پر طرفدارترین فعالیت در اینترنت، فرستادن یا دریافت پست الکترونیکی با محتوای معنوی است. (۳۸٪ از ۱۲۸ میلیون کاربر اینترنت به چنین کاری می‌پردازند) چنین عملی با فرستادن و دریافت کارت‌های احوالپرسی آنلاین که با تعطیلات مذهبی مرتبط اند، تحقق می‌یابد و استفاده از اینترنت بیشتر برای مطالعه در مورد وقایع و رویدادهای مذهبی می‌باشد (مکنا (۱۳)، ۲۰۰۷).

پست الکترونیکی، این حسن را دارد که با استفاده از آن می‌توان پیامی را در یک زمان به افراد بسیاری فرستاد. برای این کار لازم است که یک فهرست پستی (۱۴) داشته باشیم. مساجد و نهادهای مذهبی می‌توانند در هنگام ثبت نام از افراد، نشانی پست الکترونیکی آن‌ها را دریافت کرده و گزارش‌ها، مطالب، خبرها و برنامه‌های خود را از این راه به آگاهی افراد عضو برسانند.

### گپ اینترنتی

برخط یا آنلاین (۱۵)، وضعیت یا حالت وصل بودن به رایانه مرکزی را گویند؛ یعنی وصل بودن یک کاربر به اینترنت و شبکه‌های الکترونیکی مانند آن. زمانی که شما به اینترنت متصل می‌شوید، در واقع، قابل دسترس هستید و هر کسی می‌تواند با استفاده از

### اینترنت

اینترنت را باید بزرگ‌ترین سامانه‌ای دانست که تاکنون به دست انسان طراحی، مهندسی و اجرا گردیده است. ریشه این شبکه عظیم جهانی، به دهه ۱۹۶۰ باز می‌گردد که آژانس‌های نظامی ایالات متحده آمریکا بر روی پروژه‌های تحقیقاتی برای ساخت شبکه‌ای مستحکم، توزیع شده و با تحمل خطا سرمایه گذاری نمودند. این پژوهش به همراه دوره‌ای از سرمایه‌گذاری شخصی بنیاد ملی علوم آمریکا برای ایجاد یک ستون فقرات جدید، سبب شد تا شرکت‌های جهانی آغاز گردد و از میانه دهه ۱۹۹۰، اینترنت به صورت یک شبکه همگانی و جهان شمول دربیاید.

اینترنت، در برگیرنده منابع اطلاعاتی و خدمات گسترده‌ای است که برجسته‌ترین آن‌ها، وب جهان گستر و پست الکترونیک می‌باشد. غالباً در گفتگوهای روزمره از دو واژه وب و اینترنت، به اشتباه بدون تمایز زیادی استفاده می‌شود. اما این دو واژه، معانی متفاوتی دارند. اینترنت یک سامانه ارتباطی جهانی برای داده‌ها و زیر ساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری است که رایانه‌ها را در سراسر جهان به یکدیگر متصل می‌سازد. در مقابل، وب یکی از خدماتی است که بر روی اینترنت ارائه می‌شود و برای ارتباط از شبکه اینترنت بهره می‌جوید.

جهانی و فرامرزی بودن، دسترس به آخرین اطلاعات، جذابیت و تنوع، و نیز آزادی اطلاعات و ارتباطات، از ویژگی‌های اینترنت محسوب می‌شوند. اینترنت، همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، بر زندگی دینی افراد مؤثر است و در این مقاله بحث در مورد امکانات تعاملی موجود در این فضا و چگونگی تأثیر و استفاده از آن‌ها در تبلیغ دین و تقویت دینداری افراد است.





با توجه به این که گپ به جهت ویژگی هایی که دارد، یکی از پر طرفدارترین خدمات ارتباطی در اینترنت است، متخصصان دینی و مراجع در مساجد یا حوزه‌ها می‌توانند به صورت برخط پاسخگوی سؤالات افراد در مورد مسائل مختلف دینی باشند. بنابراین، آشنایی با اصول گپ اینترنتی که اغلب به شکل متنی است، امری لازم و ضروری برای پاسخگویان به پرسش‌های استفاده کنندگان از مسجد مجازی خواهد بود



با توجه به این که گپ به جهت ویژگی‌هایی که دارد، یکی از پر طرفدارترین خدمات ارتباطی در اینترنت است، متخصصان دینی و مراجع در مساجد یا حوزه‌ها می‌توانند به صورت برخط پاسخگوی سؤالات افراد در مورد مسائل مختلف دینی باشند. بنابراین، آشنایی با اصول گپ اینترنتی که اغلب به شکل متنی است، امری لازم و ضروری برای پاسخگویان به پرسش‌های استفاده کنندگان از مسجد مجازی (۱۹) خواهد بود.

### گروه‌های خبری

یوزنت (گروه خبری) (۲۰)، شبکه جهان گستر سیستم‌های یونیکس (۲۱) است که به صورت غیر متمرکز اداره می‌شود و مانند یک سیستم تابلو اعلانات الکترونیکی توسط گروه‌های بحث با موضوعات خاص، مورد استفاده قرار می‌گیرد. یوزنت، بخشی از اینترنت متشکل از هزاران گروه خبری است که هر یک از آن‌ها به موضوعات خاصی اختصاص دارند. کاربران می‌توانند پیام‌هایی را برای سایر افراد این گروه‌ها بفرستند و یا دریافت کنند.

یوزنت یا همان گروه خبری، مجموعه‌ای بالغ بر ۱۱۰۰۰ گروه‌های بحث برخط است که در سراسر دنیا اتصال آن‌ها از طریق سرورهای اینترنتی فراوانی انجام می‌شود. فایل‌ها و سایر قالب‌های اطلاعاتی این گروه‌ها از سرور به سرور دیگر از طریق خطوط تلفن و الگوهای پیچیده تعامل اتوماتیک، انتقال می‌یابند.

از طریق یوزنت فرد می‌تواند گروه‌های حوزه مورد علاقه خود را پیدا کند. بسیاری از گروه‌های خبری، کنترل و اداره می‌شوند. در مقابل، بعضی از گروه‌ها هستند که هیچ گونه کنترلی روی آن‌ها وجود ندارد. تقریباً تمامی ایمیل‌هایی که به نشانی گروه فرستاده می‌شوند، به همه اعضای گروه فرستاده می‌شوند. (کینی، ۲۲)، (۱۹۹۵) گروه خبری مذهب اجتماعی اسلام، نمونه خوبی برای نشان



ابزار مناسب، به طور مستقیم و بی‌درنگ با شما ارتباط برقرار کند. معنای واقعی این واژه، به‌خصوص زمانی نمود پیدا می‌کند که شما از نرم‌افزارهای پیام‌رسانی فوری (۱۶) مانند یاهو مسینجر (۱۷) و نظایر آن استفاده می‌کنید.

گپ اینترنتی، این امکان را به چندین کاربر اینترنت می‌دهد که به صورت همزمان با یکدیگر صحبت کنند. البته این صحبت‌ها بسته به فناوری نرم‌افزار مربوطه هم می‌تواند به صورت صوتی و یا متنی و تصویری یا ترکیبی از چند حالت باشد. بنابراین، بسیاری از افرادی که در اتاق‌های چت مشغول گفتگو با یکدیگر می‌باشند، با مشخصاتی غیر واقعی ظاهر شده و از زبان شخصیتی دروغین که از خود ساخته‌اند و آن را به مخاطب یا مخاطبان خود معرفی کرده‌اند، صحبت می‌کنند و با این حال، همین شخصیت‌های ناشناس چه تأثیرات مختلفی بر یکدیگر دارند. برخی ملاحظات عام درباره ویژگی‌های ارتباط و رفتار در محیط‌های گپ متنی و فضای پیام رسان فوری عبارت‌اند از: (پانا، ۱۸)، (۱۳۸۵)

- فقدان نشانه‌های کلامی؛
- فقدان لحن صدا یا لحنه؛
- استفاده از نمادهای احساس نما برای توصیف ایما و اشاره های جسمی؛
- به کار گیری زبانی که بیشتر به زبان گفتار شباهت دارد تا نوشتار؛

- آهنگ سریع ارتباط؛
- اهمیت مهارت‌های تاپپی؛
- اهمیت مهارت‌های نگارشی و املائی؛
- مشارکت فعال کاربران؛
- هویت متغیر؛
- کاهش کمرویی‌ها.

دادن حجم بحث‌های یک گروه خبری است. در بازدید دوره‌ای  
برخط از این گروه در سال ۱۹۹۴ این رویدادها مشاهده شد:

- بحث‌های بین مسلمانان شیعه و سنی با توجه به اعمال و  
همچنین تفاسیر آن‌ها از اسلام؛

- تلاش‌هایی که توسط مدافعان اسلام اصولی برای تحریم پیام  
هایی که به وسیله فرقه احمدیه برای بد جلوه دادن اسلام انجام  
می‌شد؛

- بحث در زمینه وضعیت زنان در اسلام؛

- بحث‌های نسبتاً محترمانه بین مسیحیان و مسلمانان؛

- شرکت کنندگان در این بحث‌ها از کشورها و فرهنگ‌های  
متنوعی بودند (کینی، ۱۹۹۵).

از آن جایی که سازمان و اداره مخصوصی مسئول گروه‌های  
خبری در اینترنت نیست، افراد می‌توانند از طریق پایگاه‌هایی مانند  
گوگل که چنین خدمتی را ارائه می‌کنند، گروهی را ایجاد نمایند.

گروه‌ها و نهادهای مذهبی نیز می‌توانند با تشکیل گروه‌های  
بحث کنترل شده (با ممانعت از ارسال پیام‌های غیر مرتبط با بحث)  
افراد را به شرکت در بحث‌های مذهبی دعوت کرده و آرا و نظرات  
گوناگون افراد و گروه‌های مختلف به بحث گذاشته شود. حتی  
می‌توان از کارشناسان امور دینی برای پاسخ به شبهات و مسائلی  
که در این گروه‌ها مطرح می‌شوند، استفاده نمود.

### شبکه‌های اجتماعی

خدمات شبکه‌های اجتماعی، روی ساختن جوامع مجازی از  
افرادی که مایل به اشتراک‌گذاری فعالیت‌ها و یا علایق خود هستند  
و یا افرادی که مایل به جستجو در علایق و فعالیت‌های دیگران  
دارند، تمرکز می‌کند. بسیاری از خدمات شبکه‌های اجتماعی، از  
طریق وب ارائه می‌شوند و راه‌های متنوعی مانند: پست الکترونیکی،  
پیام‌رسانی آنی (گپ) و وبلاگ را برای تعامل در اختیار کاربران  
قرار می‌دهند؛ به طوری که می‌توان گفت این شبکه‌ها شماری از

امکانات تعاملی اینترنت را به نوعی در کنار هم گرد آورده‌اند.  
شبکه‌سازی اجتماعی، راه‌های جدیدی را برای ارتباط و به  
اشتراک گذاشتن اطلاعات فراهم کرده است؛ به طوری که وب  
سایت‌های مرتبط با شبکه‌های اجتماعی، به طور مرتب مورد  
استفاده میلیون‌ها نفر می‌باشند.

با وجود اشتراک برخی از خدمات ارائه شده در شبکه‌های  
اجتماعی با سایر خدمات موجود در اینترنت، خدمات اختصاصی که  
در درون این شبکه‌ها وجود دارند، به‌تازگی طرفداران زیادی به  
دست آورده است.

انواع اصلی خدمات شبکه‌سازی اجتماعی، آن‌هایی هستند که  
حاوی بخش‌های طبقه‌بندی شده هستند، مانند سال‌های ابتدایی  
مدرسه یا همکلاسی‌ها. که این نوع شبکه‌سازی امکان برقراری  
ارتباط دوستان را به‌خصوص از طریق صفحاتی که خودشان را  
در آن معرفی کرده‌اند، فراهم کرده و یک نظامی پیشنهادی برای  
وصول به حقیقت است. روش‌های طرفدار امروزی، ترکیبی از  
بسیاری از این خدمات هستند. نمونه‌هایی از این شبکه‌ها عبارت  
اند از: مای اسپیس (۲۳)، تویتر (۲۴)، لینکدین (۲۵) که بیشتر در  
آمریکای شمالی مورد استفاده‌اند، نکسوپیا (۲۶) (بیشتر در کانادا)،  
بیو (۲۷) (بیشتر در آلمان)، تگد (۲۸)، بادو (۲۹)، (در بخش‌هایی از  
اروپا) اور کات (۳۰)، و سای ورد (۳۱) (در آسیا و جزایر اطراف اقیانوس  
آرام) در ایران نیز کلوب (۳۲)، یکی از طرفدارترین شبکه‌های  
اجتماعی است.

هر کدام از این شبکه‌ها، امکانات تعاملی جالبی دارند که از آن  
ها می‌توان در امور تجاری، آموزش، و حتی تبلیغ دین استفاده نمود.  
تعداد کثیری از شبکه‌های اجتماعی با موضوع مذهبی در اینترنت  
وجود دارند که به افراد اجازه می‌دهند که گروه‌های نیایش ایجاد  
کنند، در مورد فیلم‌ها بحث کنند و افرادی را که به طور بالقوه در  
این زمینه‌ها استعداد دارند، پیدا کرده و با آن‌ها آشنا شوند. بسیاری  
از شبکه‌های مذهبی به وسیله افرادی (این افراد به کاربران گزارش



گروه‌ها و نهادهای مذهبی نیز می‌توانند با تشکیل  
گروه‌های بحث کنترل شده (با ممانعت از ارسال پیام  
های غیر مرتبط با بحث) افراد را به شرکت در بحث  
های مذهبی دعوت کرده و آرا و نظرات گوناگون افراد و  
گروه‌های مختلف به بحث گذاشته شود. حتی می‌توان از  
کارشناسان امور دینی برای پاسخ به شبهات و مسائلی  
که در این گروه‌ها مطرح می‌شوند، استفاده نمود



### پایگاه‌های اطلاعاتی دینی

در مورد بسیاری از مسائل دینی می‌توان از بانک‌ها و یا پایگاه‌های اطلاعاتی استفاده نمود که دارای قابلیت‌های پژوهشی و جستجویی بسیار پیشرفته هستند و علاوه بر کاستن مدت زمان انجام تحقیق، بر غنای کیفی آن افزود. یک نمونه از این بانک‌های دینی، پایگاه حوزه است که یک پایگاه بسیار غنی در حوزه مسائل دینی است. با ازدیاد تعداد این پایگاه‌های اطلاعاتی و اسناد اطلاعاتی موجود در آن‌ها می‌توان در راستای پاسخ به سؤالات مذهبی و همچنین کمک به محققان این حوزه گام مهمی برداشت. (جهانگیر، ۱۳۸۳)

در زمینه پایگاه‌های قرآنی می‌توان گفت که فعالیت‌های قرآنی کشور در فضای واقعی به طور پراکنده در حال شکل‌گیری است و همواره در سطح جامعه شاهد اختصاص یافتن بودجه‌هایی برای اجرای طرح‌های قرآنی هستیم. نقصانی که به‌شدت در فعالیت‌ها و طرح‌های قرآنی کشور احساس می‌شود، وجود نداشتن سازمانی اجرایی است که مختص این‌گونه فعالیت‌ها باشد؛ برای مثال، برای پیگیری و آگاهی از چگونگی عملکرد طرح‌های ورزشی باید به سازمان تربیت بدنی مراجعه کرد؛ اما برای آگاهی از فعالیت‌های متنوع قرآنی هیچ سازمان مشخصی وجود ندارد.

این مشکل در فضای مجازی با چالش‌های بیشتری روبه‌رو است. انبوه پایگاه‌های قرآنی یا پایگاه‌های اسلامی و غیر اسلامی که به گونه‌ای در زمینه قرآن فعالیت می‌کنند، وضعیت آشفته‌ای را در این فضا به وجود آورده است. در این شرایط، افزون بر آن که کاربر نمی‌داند برای پاسخگویی به نیازهای قرآنی خود در جنبه‌های علمی، فرهنگی یا حفظ و قرائت به چه پایگاهی مراجعه نماید. متولیان امور فرهنگی و علاقه‌مندان به سرمایه‌گذاری در زمینه نشر معارف قرآن در اینترنت نیز نمی‌دانند در این باره چه خلایق وجود دارد تا جهت حل آن سرمایه‌گذاری کنند.

راه‌اندازی پایگاه‌هایی که بتواند به پرسش‌ها و شبهات ایجادشده در مفاهیم قرآنی، به‌صورت پیوسته پاسخ دهد، یکی از ضرورت‌های

می‌دهند که چه کسانی محتوای زشت و مستهجن و یا محتوای مضر را در پایگاه قرار داده‌اند) مورد بازرسی قرار می‌گیرند و حتی در مواردی افراد خاطی از پایگاه رانده می‌شوند.

در شبکه‌های اجتماعی مذهبی، فناوری، شبکه‌سازی اجتماعی و مذهب با هم آمیخته می‌شوند تا محیطی فراهم آورده شود که برای بخشی از کاربران اینترنت کاملاً جذاب باشد. در ادامه، سه شبکه در حوزه ادیان پر طرفدار، یعنی اسلام و مسیحیت و یهود معرفی می‌شود که با بررسی آن‌ها و همچنین تعیین سطح علایق مردم کشور می‌توان شبکه‌های اجتماعی با موضوع مذهب در ایران ایجاد نمود و از این راه در راستای تبلیغ دین و اطلاع‌رسانی به افراد کوشید.

مازلیم اسپیس(۳۳): این شبکه در حوزه دین اسلام است که بنا به اعتقاد برخی از اعضای این شبکه، در آن به بحث‌هایی پرداخته می‌شود که غیر مسلمانان با آن‌ها آشنا نیستند و می‌توان گفت به جنبه‌های خاص این دین پرداخته می‌شود.

زیانز(۳۴): این شبکه در حوزه دین مسیح است که بی‌حرمتی به مقدسات در آن ممنوع بوده و محتوای آن شدیداً تحت کنترل است. بنا به گفته یکی از کاربران این شبکه، «زیانز، مانند یک کلیسای بزرگ است.»

شموز(۳۵): این شبکه در حوزه دین یهود است که این پایگاه بیش از ۵۰۰۰ عضو دارد و به افراد این امکان را می‌دهد که به زمینه‌های مختلف دین یهود بپردازند. بنا به قول یکی از کاربران آن، این شبکه به افراد این امکان را می‌دهد که کمی بیشتر به تنوع محتوا و گروه‌های یهودی بپردازیم.

البته موضوعیت دینی یک شبکه را دین اکثریت اعضای آن شبکه و تعدد بحث‌های انجام شده در مورد یک مذهب تعیین می‌کند.

این روش تبلیغ، مضراتی نیز دارد که باید آن‌ها را در نظر گرفت؛ ولی می‌توان گفت که تمامی روش‌های تبلیغی که در این مقاله در مورد آن‌ها بحث می‌شود، همگی را به نوعی در این شبکه‌ها می‌توان یافت.



راه‌اندازی پایگاه‌هایی که بتواند به پرسش‌ها و شبهات ایجادشده در مفاهیم قرآنی، به صورت پیوسته پاسخ دهد، یکی از ضرورت‌های فضای مجازی امروز است. این پایگاه‌ها با دریافت سؤالات قرآنی مخاطبان و پاسخگویی زود هنگام، می‌توانند نقش بسیاری در افزایش سهم قرآن در فضای مجازی داشته باشند



فضای مجازی امروز است. این پایگاه‌ها با دریافت سؤالات قرآنی مخاطبان و پاسخگویی زود هنگام، می‌توانند نقش بسیاری در افزایش سهم قرآن در فضای مجازی داشته باشند.

اکنون چندین پایگاه قرآنی برای این منظور راه‌اندازی شده است که بسیاری از آن‌ها در پایگاه ستاد پاسخگویی به مسائل مستحدثه معرفی شده‌اند. در برخی از این پایگاه‌ها هزاران سؤال قرآنی پاسخ داده شده و روزانه صدها پرسش به آن‌ها افزوده می‌شود. در این مجال، جا دارد از پایگاه پاسخگویی به سؤالات قرآنی، یعنی «پرسمان» نام ببریم که در آن به بیش از بیست هزار پرسش قرآنی، پاسخ داده شده است. (خامه گر، ۱۳۸۶)

### وبلاگ

وبلاگ، امکان ورود و ابراز نظر برای کاربران را در محیط وب ممکن می‌سازد. وبلاگ، صفحه‌ای اینترنتی و با قابلیت دستیابی عموم کاربران به آن است.

وبلاگ‌ها را می‌توان روزنامه‌ها یا مجلات شخصی میلیون‌ها انسان دانست که سردبیر، نویسنده، ویراستار و حروف‌چین و صفحه‌آرای آن‌ها یک نفر است؛ یعنی هر نویسنده‌ای می‌تواند در اینترنت، مجله‌ای برای خود راه بیندازد که سردبیر آن خود او است و در هر فرصت که خواست یا توانست، مطلبی بر آن بیفزاید یا حذف و ویرایش کند. هر انسانی می‌تواند بدون صرف هزینه، در اینترنت وبلاگ داشته باشد و هر انسان دیگری نیز می‌تواند خواننده نوشته‌ها و مطالب او باشد. بدین ترتیب، وبلاگ‌نویسی، یعنی ارتباط نزدیک، آسان، رایگان و دوسویه با هر کاربری که پا به این عرصه بی‌مرز و شفاف می‌گذارد و مطلوبی را جستجو می‌کند. (بابایی، ۱۳۸۵)

آشکارترین تفاوت وبلاگ‌ها با پایگاه‌های اینترنتی، رایگان بودن آن‌ها است؛ یعنی هر کاربر ساده‌ای می‌تواند از طریق یکی از پایگاه‌های ویژه، فضایی را در شبکه جهانی اینترنت به تملیک خود در آورد و درباره هر موضوعی که می‌پسندد، به هر زبانی که می‌تواند، به هر شیوه‌ای که دوست دارد و برای هر خواننده‌ای که حضور می‌رساند، بنویسد. وبلاگ، با ویژگی‌های دیگری نیز از پایگاه‌های

اینترنتی متمایز می‌شود؛ مثلاً پایگاه‌ها رسمی‌تر و ثابت‌ترند. وبلاگ‌ها مانند اتاق نشیمن، و پایگاه‌ها همچون اتاق پذیرایی عمل می‌کنند. همچنین پایگاه‌ها، بیشتر محلی برای نگهداری و عرضه تولیدات و محصولات پیش‌ساخته است؛ یعنی بسیاری از مواد و متاع پایگاه‌ها، برای عرضه در آن ساخته و پرداخته نشده‌اند؛ بلکه به بهانه‌ها و مناسبت‌های دیگر تولید و در محل‌های مختلف عرضه شده‌اند، اما نویسنده وبلاگ، برای وبلاگ خود می‌نویسد و معمولاً از تولید به مصرف است.

وبلاگ‌ها دارای امکانات زیادی هستند که از آن جمله می‌توان به: آزادی عمل، ایجاد پیوند به صفحات مشابه و هم‌موضوع، قابلیت‌های شنیداری و دیداری، بخش نظرات و آرشيو اشاره نمود. بی‌گمان، ورود به جهان وبلاگ‌ها، امکانات بی‌حد و حصری در اختیار هر نویسنده و صاحب‌نظری قرار می‌دهد. صاحبان اندیشه‌ها و ترویج دهندگان مرام‌های گوناگون، اکنون با همه قوا و توان اینترنتی خود وارد این میدان فراخ شده‌اند. متأسفانه، کمترین سهم از این جهان بزرگ، نصیب نویسندگان دینی است. غفلت و بیگانگی از این موهبت تمدن جدید، خسارات بسیاری به روند گسترش تبلیغ دینی خواهد زد. نویسندگان مذهبی باید هر چه زودتر این گنج شایان را مهر بکشایند و به درون آن راه یابند. اکنون، شماری از نویسندگان دینی و طلاب جوان حوزه، این عرصه را شناخته و بدان قدم گذاشته‌اند؛ اما تا تبدیل وبلاگ‌نویسی به فرهنگ رایج در میان حوزویان، راه دور و درازی در پیش است. چگونه است که ما برابر چاپ یک کتاب در شمارگان دو یا سه هزار، از صرف هیچ‌گونه هزینه‌ای دریغ نمی‌ورزیم، اما امکانات اولیه برای ورود به این عرصه جهانی مبارک را فراهم نمی‌کنیم. آیا امکان یافتن میلیون‌ها مخاطب و خواننده، به اندازه چاپ کتاب‌هایی با شمارگان دو یا سه هزار ارج و اجر ندارد؟ آیا روزی فرا خواهد رسید که بدانیم در کجا ایستاده‌ایم و حال آن که می‌توانستیم در کجا باشیم؟ (بابایی، ۱۳۸۵)

همان‌گونه که بلاگرهای فارسی در مدت کوتاهی توانستند زبان فارسی را به سومین زبان دنیا در اینترنت ارتقا دهند؛ بلاگرهای مذهبی نیز می‌توانند با تلاش دو چندان، وضعیت قرآن را در اینترنت

نسبت به سایر کتب مذهبی بهبود بخشند. آنان می‌توانند با راه‌اندازی تالارهای گفتگوی قرآنی، طرح نظرات خود درباره مباحث قرآنی، ارائه برداشت‌های آزاد از آیات قرآن، اطلاع‌رسانی از جدیدترین کتب و مقالات قرآنی و انتشار برخی مقالات قرآنی، به افزایش سهم قرآن در فضای مجازی کمک کنند (خامه گر، ۱۳۸۶). البته در کشور مسائل و مشکلاتی در این زمینه وجود دارند که عبارت‌اند از:

۱. نبود انسجام در عمل و برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری کلان و درازمدت در خصوص وبلاگ‌های ارزشی که دوباره کاری و موازی کاری در پی داشته است. بر خلاف وبلاگ‌های سکولار و ضد دینی، متأسفانه وبلاگ‌های دینی و ارزشی از انسجام و اتحاد کافی برخوردار نمی‌باشند و برنامه آینده‌نگر ندارند. مجامعی هم که متولی امور وبلاگ‌نویسی هستند، به علل مختلف نتوانسته‌اند آن چنان که باید و شاید به وظایف خود عمل کنند. این مراکز چون پشتوانه مالی ندارند و از کادر قوی و تمام‌وقت برخوردار نیستند، تا به حال نتوانسته‌اند در جهت‌دهی به وبلاگ‌ها و نیز برنامه‌ریزی کلان آینده‌نگر موفق عمل کنند.

۲. نبود استقلال در وبلاگستان و پیروی آن از رسانه‌ها و پایگاه‌های فعال در اینترنت مشکلی است که گریبانگیر همه وبلاگ‌ها، اعم از دینی و غیر دینی می‌باشد. اگرچه وبلاگ‌های دینی تا حدودی مستقل‌تر از وبلاگ‌های دیگر عمل می‌کنند، ولی در کل، وبلاگ‌ها تا به حال دنباله‌رو بوده‌اند. البته تأثیرپذیری از پایگاه‌هایی که با امکانات زیاد تولید اطلاعات می‌کنند، اجتناب‌ناپذیر است؛ ولی وبلاگستان باید با هویت مستقل در عرصه دنیای مجازی حضور داشته باشد.

۳. نبود حمایت کافی از وبلاگ‌ها هم مشکل دیگری است که امروزه وبلاگ‌های دینی با آن روبه‌رو هستند. بیشتر وبلاگ‌نویسان دینی در حال تحصیل در مقطع دبیرستان و دانشگاه می‌باشند و در تأمین هزینه‌های تحصیل مشکل دارند و هزینه‌های وبلاگ‌نویسی هم به آن اضافه می‌شود. در این میان، وجود سازمان‌هایی که به آن‌ها در کاهش هزینه‌ها کمک کند، ضروری است که تا آن جایی که نگارنده اطلاع دارد چنین مراکزی یا وجود ندارد یا اگر هم باشد، به

علت نبود توازن بین امکانات آنان با تعداد پرحجم وبلاگ‌نویسان، خدماتشان کم‌اثر است.

۴. در کشورهای خارجی، پایگاه‌های بزرگ بخشی را به معرفی وبلاگ‌ها اختصاص می‌دهند که این امر در رونق امر وبلاگ‌نویسی مؤثر است؛ ولی در کشور ما به غیر از چند پایگاه خبری، از این حمایت‌ها خبری نیست. (ضیایی پرور، ۱۳۸۶)

### نتیجه‌گیری

رشد فناوری اطلاعات به طور عام و اینترنت به طور خاص، بستری بی‌نظیر فراهم کرده که در قالب آن دین‌پژوهی و معنویت‌طلبی بسیار آسان‌تر و مطلوب‌تر از گذشته شده است. طبق آمارها، از هر ۶ کاربر اینترنت در جهان، حداقل یک نفر به دنبال اطلاعات معنوی و مذهبی است. در این زمینه همچنین آمارهایی وجود دارد که نشان می‌دهد میزان دین‌پژوهی در اینترنت بین ۲۵ تا ۳۰ درصد کل کاوش‌های اینترنتی را تشکیل می‌دهد که این امر نشانگر استقبال و گرایش نسل جدید به دین و معنویت می‌باشد.

بنابراین، با گسترش اینترنت و امکانات اینترنتی، ضرورت پرداختن به این رسانه به عنوان یک رسانه مهم در امور و مسائل دینی، بیش از پیش احساس می‌شود. در این راستا، می‌توان از امکانات اینترنت در تبلیغ دین به شکل کارا بهره‌گیری نمود.

زندگی در محیط سایبرنتیک (۳۶)، ارتباطات انسانی را توسعه و دگرگون ساخته است؛ به طوری که مک لوهان، دانشمند فیلسوف و ارتباطاتی‌کانادایی، جهان را به مثابه دهکده‌ای می‌داند که همه از احوال یکدیگر آگاه و مطلع بوده و نسبت به هم به قضاوت می‌پردازند. قاعدتاً شکل تبلیغات باطل و به گمراهی کشیدن، در دستیابی بشر به فناوری‌های جدید تغییر یافته و از این نظر، دست‌اندرکاران فرهنگی و دینی باید به فکر شیوه‌های جدید تبلیغ دینی برای رساندن پیام حق به انسان‌ها باشند تا در بحبوحه تغییرات فکری و فرهنگی دنیای امروز، اصل دین با قواعد اصولی آن حفظ شده و پیروان آن با قبول این اصول به تغییرات زندگی خود در جهان امروز بپردازند. ■

رشد فناوری اطلاعات به طور عام و اینترنت به طور خاص، بستری بی‌نظیر فراهم کرده که در قالب آن دین‌پژوهی و معنویت‌طلبی بسیار آسان‌تر و مطلوب‌تر از گذشته شده است. طبق آمارها، از هر ۶ کاربر اینترنت در جهان، حداقل یک نفر به دنبال اطلاعات معنوی و مذهبی است. در این زمینه همچنین آمارهایی وجود دارد که نشان می‌دهد میزان دین‌پژوهی در اینترنت بین ۲۵ تا ۳۰ درصد کل کاوش‌های اینترنتی را تشکیل می‌دهد که این امر نشانگر استقبال و گرایش نسل جدید به دین و معنویت می‌باشد

۱. خامه‌گر، محمد (۱۳۸۶)، راهکارهای افزایش سهم قرآن در فضای مجازی، ره‌آورد نور، سال ششم، ش ۱۹، ص ۱۶-۱۹.
۲. طارمی، محمدحسین (۱۳۸۷)، فضای سایبر: آسیب‌ها و مخاطرات، ره‌آورد نور، سال هفتم ش ۲۲، صفحه ۳۲-۳۷.
۳. بابایی، رضا (۱۳۸۴)، حوزه و نشریات مجازی، فصلنامه پژوهش و حوزه، سال ششم، ش ۲۳-۲۴، ص ۲۶۲-۲۷۳.
۴. تبلیغات دینی در بستر اینترنت (۱۳۸۷)، بازبایی شده از پایگاه <http://www.gerdab.ir/fa/pages/?cid=78> در تاریخ ۱۳۸۵/۰۶/۰۵.
۵. جهانگیر، عیسی (۱۳۸۳)، دین‌پژوهی روشمند در اینترنت: ابزارها و راهکارها، ره‌آورد نور، سال سوم، ش ۸، ص ۴۲-۴۷.
۶. ضیایی‌پرور، جمید (۱۳۸۶)، دنیای سایبر در خدمت دین، روزنامه ابتکار، ش ۱۱۱۷، ۲ بهمن.
۷. یانا، رونان (۱۳۸۵)، مصاحبه مرجع پیوسته، سال بیست و یکم، ش ۴ (پیاپی ۴۸)، ص ۱۲۱.

8. Kinney, Jay (1995) «Net worth? Religion, cyberspace and the future». Futures, Vol. 27, No. 7, Pp:763-776.
9. Davinder(2007) «3 Faith or Religion based Social Networking Websites». Retrieved May 12, 2009, from <http://www.toth-epc.com/.../3-faith-or-religion-based-social-networking-websites>.
10. McKenna, Katelyn Y.A. & West, Kelly J (2007) «Give me that online-time religion: The role of the internet in spiritual life». Computers in Human Behavior, vol23,issue2,Pp:942-954. Retrieved May 12, 2009, from <http://www.sciencedirect.com>.
11. Hjsgaard, Morten T,& Warburg, Margit (2005) Religion and Cyberspace. New York: Routledge.
12. Socialnetwork service(2009). Retrived May 12, 2009, from [http://en.wikipedia.org/wiki/social\\_network\\_service](http://en.wikipedia.org/wiki/social_network_service)
13. Zezima, Katie (2007) «Web Space Where Religion and Social Networking Meet». Retrieved May 12, 2009, from <http://www.nytimes.com/2007/06/30/us/30religion.html>.

1. cyber religion.
2. Hojsgaard.
3. News group.
4. Email.
- 5.Chat.
6. Weblog.
7. Social netwo.
8. Website.
9. Search engine.
10. Altavista.
11. Google.
12. Hoover.
13. McKenna.
14. mailing list.
15. Online.
16. instant messaging software.
17. yahoo messenger.
18. Ronan.
19. virtual mosque.
20. use net.
21. UNIX.
22. Kinney.
23. MySpace.
24. Twitter.
25. LinkedIn.
26. Nexopia.
27. Bebo.
28. Tagged.
29. Badoo.
30. Orkut.
31. Cyworld.
32. Cloob.
33. Muslimspace.
34. Xianz.
35. Schmooze.
36. Cybernetic.