

دین در فضای مجازی: از کارکردهای رسانه زمینه ساز ظهور تا زمینه سازی برای جهانی شدن دین*

بشیر معتمدی^۱

چکیده

در این مقاله تلاش شده است تا حضور دین در فضای مجازی به عنوان یک رسانه نوین بررسی گردد و از این طریق کارکردهای آن برای مسلمانان از یک سو و از سوی دیگر تأثیرات آن بر روش های تبلیغ اسلام تبیین گردد. روش بررسی نیز نمونه سایت هایی است که در اینترنت دسترسی به آن امکان پذیر است. نتیجه مطالعه نشان می دهد که فضای مجازی علاوه بر این که کارکردهای متنوعی همچون اطلاع رسانی، همبستگی و هویت یابی، خدمات مختلف اجتماعی، امکانات جدید آموزشی و تعمیق معارف مسلمانان به عنوان یک رسانه زمینه ساز ظهور دارد، می تواند در جهت معرفی چهره دیگری از اسلام، ارتباط دوسویه در تبلیغ اسلام، ظهور اسلام اجتماعی و در نهایت زمینه سازی مناسب جهت جهانی شدن دین مورد استفاده قرار گیرد.

واژگان کلیدی

اسلام، مسلمانان، فضای مجازی.

مقدمه

پدیده «جهانی شدن» شامل دو بُعد نرم افزاری و سخت افزاری است. بُعد نرم افزاری که شامل بخش های فرهنگی، اقتصادی و سیاسی می باشد، به یک معنا به دنبال بسط و گسترش مدرنیته غربی است (گیدنز،^۲ ۱۹۹۰). اما بُعد سخت افزاری آن محصول «صنعت

* تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۵/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۶/۸

۱. استادیار پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران، ایران (motamedibashir@yahoo.com).

2. Giddens

جهانی ارتباطات^۱ است (عاملی، ۲۰۰۲a و ۲۰۰۲b).

این صنعت نوع جدیدی از «ارتباطات مجازی»^۲ به وجود آورده است که به آن «ارتباطات همزمان»^۳ می‌گویند. در فضای ارتباطی جدید، عامل زمان و مکان کم‌رنگ شده است و دوری و نزدیکی به عنوان عوامل خنثی در ارتباطات محلی و جهانی محسوب می‌شوند. در واقع جهان جدیدی به موازات جهان واقعی به وجود آمده که جهان بی‌مرز، جهان بی‌مکان و به تعبیر دقیق‌تر جهان مجازی نام گرفته است (عاملی، ۱۳۸۲ الف: ۱۴۴). جهانی شدن در هر دو بُعد خود بر پدیده‌های مختلف تأثیرات شگرفی داشته است که از جمله این پدیده‌ها، دین می‌باشد و اندیشمندان مختلفی نیز جنبه‌های مختلف آن را مورد بحث قرار داده‌اند (کیدنز، ۲۰۰۱؛ ترنر،^۴ ۱۹۹۴؛ رابرتسون،^۵ ۱۹۹۲).

آنچه که این مقاله مدنظر دارد، این است که اولاً فضای مجازی به عنوان یک رسانه نوین زمینه‌ساز چه کارکردهایی برای «مسلمانان» دارد؟ و به تعبیر دیگر جهان مجازی و صنعت ارتباطات چه استفاده و کاربردهایی برای مسلمانان می‌تواند داشته باشد؟ ثانیاً فضای مجازی چه تأثیراتی بر خود روش‌های تبلیغی دین «اسلام» و جنبه‌های مختلف اسلام داشته است و آیا این رسانه می‌تواند زمینه‌سازی جهت جهانی شدن دین نماید؟ شاهد مثال نگارنده در این مقاله بعضی سایت‌های اینترنتی است که متعلق به جمعیت‌ها و گروه‌ها، مؤسسات و مراکز اسلامی و شخصیت‌های حقیقی و حقوقی از میان مسلمانان می‌باشد.

کارکردهای فضای مجازی برای مسلمانان

مسلمانان به عنوان کسانی که دین اسلام را پذیرفته‌اند، بنای‌شان بر این است که به دستورات و تعالیم قرآن و سنت رسول اسلام ﷺ عمل کنند. اما در فضای جهانی که با

1. Global Communication Industry
2. Virtual Communication
3. Instantaneous communications
4. Turner
5. Robertson

استثناگرایی دولت‌های اروپایی و آمریکایی به معنی محور و مرجع قرار دادن خود همراه است (عاملی، ۱۳۸۲ ب: ۲۹۰-۲۹۱)، دچار تضییقات و مشکلاتی می‌شوند. فضای مجازی امکانی است برای خروج از این بن‌بست‌ها که در عین حال می‌تواند کارکردهای دیگری نیز داشته باشد. در ادامه به تعدادی از این کارکردها اشاره می‌گردد.

۱. همبستگی و هویت‌یابی

مسلمانان به ویژه در سال‌های اخیر و پس از حادثه ۱۱ سپتامبر به شدت زیر فشار تبلیغات منفی رسانه‌های همگانی غرب قرار دارند، به طوری که از این طریق امنیت فکری و اجتماعی آنان سلب شده است. همین امر موجب شده است که مسلمانان برای خروج از بحران و ایجاد همبستگی و بازسازی هویت دینی به فضایی روی آوردند که بدون هرگونه فشار و در آزادی کامل، هویت اصلی خود را اعلام دارند و بدین طریق نوعی همبستگی دینی را ایجاد کنند.

اگر هویت را نوعی بازنمایی بدانیم (هال، ۱۳۸۳: ۳۲۸)، ناامنی‌ها و مخاطراتی که مسلمانان در مواجهه با یک فرهنگ بیگانه تجربه می‌کنند، ایجادکننده هویت مقاومتی در میان آنان است (عاملی ۲۰۰۲). پس در واقع مسلمانان با رویکردی مقاومتی و با ابزار «فضای مجازی» به بازنمایی و بازسازی هویتی خود می‌پردازند و در نتیجه آن، پیوندهای اجتماعی خود را مستحکم کرده و به نوعی همبستگی روحی دست می‌یابند.

به طور مثال سایت‌های اینترنتی شیعیان (که تنها گروهی از جمعیت مسلمانان می‌باشند) در انگلیس، ۵۵ و در آمریکا ۸۹ مورد می‌باشد که متعلق به گروه‌ها و جمعیت‌های مختلف در سرتاسر این دو کشور است (سایت شیاسرچ، ۲۰۰۲). تنوع این سایت‌ها را می‌توان به طور نمونه در آمریکا از سایت مرکز اسلامی شهر میشیگان^۳ تا سایت بنیاد خیریه المهدی آریزونا^۴ و سایت مرکز اسلامی جعفریه در فلوریدا^۵ مشاهده کرد.

1. Hall
 2. www.shiasearch.com
 3. www.islamiccenteromc.com
 4. www.almahdi.net
 5. www.geocities.com/jicmail

۲. اطلاع‌رسانی و اطلاع‌یابی

به طور کلی یکی از کارکردهای اصلی فضاهای مجازی را به عنوان یکی از وسایل ارتباط جمعی، «اطلاع‌رسانی» دانسته‌اند (دادگران، ۱۳۸۱: ۱۱۹)، چرا که از طریق این شبکه‌ها در کوتاه‌ترین زمان می‌توان به اطلاع و اخبار دیگر جوامع در هر نقطه دست یافت. بر همین اساس است که عصر جدید را «عصر اطلاعات» (کاستلز، ۱۳۸۰: ۶۸) می‌نامند. در چنین فضایی مسلمانان این امکان را می‌یابند که از اخبار و رویدادهای یکدیگر آگاهی یابند و بدین ترتیب مسیر دو سویه اطلاع‌رسانی و اطلاع‌یابی در چنین فضایی میسر می‌شود، امری که پیش از این به این سرعت و وسعت امکان پذیر نبود. این اطلاع‌یابی هم شامل اطلاع یافتن از یکدیگر است، به این معنا که هر مسلمان در هر نقطه از جهان می‌تواند از رویدادها و حوادثی که برای مسلمانان در هر نقطه دیگری از کره زمین روی می‌دهد، در کوتاه‌ترین زمان مطلع شود و هم این‌که اطلاعات شامل اطلاع یافتن از مراکز، سمینارها، کتابخانه‌ها، نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها و نشریات دیگر مسلمانان است. در حوزه اخبار سایت‌هایی نظیر شبکه اخبار،^۲ الهدی،^۳ مجدد^۴ و نور^۵ به فعالیت اطلاع‌رسانی از رویدادهایی که برای مسلمانان رخ می‌دهد، می‌پردازند. به طور مثال در سایت اینترنتی نور در قسمت «المسلمون فی العالم» می‌توان اطلاعات مسلمانان آسیا، آفریقا، اروپا و آمریکا را به طور مجزا مشاهده کرد. در میان خبرگزاری‌ها، خبرگزاری شبستان^۶ وجود دارد که يك خبرگزاری غیردولتی است و سعی دارد به انعکاس صحیح رویدادهای دینی بپردازد. خبرگزاری شیعی^۷ نیز اخباری در رابطه با مسلمانان عراق، ایران، کویت، کشمیر و... دارد که به زبان عربی منتشر می‌شود و در کشور عراق مستقر است.

1. Castells
2. www.alhawra.com
3. www.al-hodaonline.net
4. www.alshirazi.no
5. www.al-shia.subnet.dk
6. www.shabestannews.com
7. www.vob.org

صدای بحرین،^۱ رادیو اهل البیت علیهم‌السلام^۲ و رادیو شیعه^۳ نیز رادیوهایی هستند که از طریق سایت خود به اطلاع‌رسانی می‌پردازند. رادیو اهل البیت علیهم‌السلام که به زبان انگلیسی است و در اسلو استقرار دارد، به رویدادهای مذهبی، منابع اسلامی و اطلاعات کلی پرداخته است. نکته جالب توجه در چنین سایت‌های اطلاع‌رسانی، سایت‌هایی است که در مناطق خیلی خاص و کوچک مسلمانان ایجاد شده است و به عنوان مثال يك مسلمان در استرالیا می‌تواند از اخبار مسلمانان روستاهای لیبی مطلع شود. هم‌چنان‌که این روستائیان مسلمان نیز از طریق فضای مجازی می‌توانند از اخبار دیگر مسلمانان مطلع شوند. سایت‌هایی نظیر قریه جنبیه،^۴ دارالکعب،^۵ کرزکان،^۶ نویدرات^۷ و قطیف^۸ هر کدام ضمن اعلام اخبار روستای خود، مطالب متنوع دیگری را نیز شامل می‌شوند.

بخش دیگر این اطلاع‌رسانی، به انتشار اطلاعات پیرامون فعالیت‌های مراکز مختلف مربوط می‌شود. در این سایت‌ها، مراکز، انجمن‌ها، هیأت‌ها و گروه‌های مختلف به اطلاع‌رسانی از فعالیت‌های خود می‌پردازند و دیگر مسلمانان را در نقاط مختلف دنیا از این فعالیت‌ها آگاه می‌سازند. بیش از ۷۷ سایت در رابطه با گروه‌ها و انجمن‌های مختلف مسلمانان در سراسر جهان وجود دارد که می‌توان از طریق سایت‌های آنان اطلاعاتی در موردشان کسب کرد (سایت شیاسرچ، ۲۰۰۲). در این قسمت از پایگاه اطلاع‌رسانی سراسری اسلامی^۹ در لندن تا پایگاه اطلاع‌رسانی مرکز اسلامی مونستر^{۱۰} و حتی پایگاه اطلاع‌رسانی امام جمعه مشکین شهر^{۱۱} و امام جمعه قشم^{۱۲} وجود دارد. به این

-
1. www.ebaa.net
 2. www.ahlulbaitradio.com
 3. www.shiaradio.com
 4. www.aljnabi.8m.com
 5. www.darkulaib.com
 6. www.karzakan.com
 7. www.nuwaidrat.com
 8. www.qatfoasis.com
 9. www.islamicdatabank.com
 10. www.hompages.compuserve.de
 11. www.jomeh.com
 12. www.jomeh-qeshm.org

ترتیب مسلمانی در انگلیس می‌تواند از فعالیت‌های امام جمعه جزیره قشم در ایران کسب اطلاع کند.

چنان‌که يك کاربر مسلمان می‌تواند از فعالیت‌های مسلمانان آفریقا از طریق سایت فدراسیون آفریقا^۱ و از فعالیت‌های مسلمانان اروپا از طریق سایت شورای جماعت اروپا^۲ آگاهی یابد. فضای مجازی این امکان را فراهم می‌کند که با گروه‌هایی همچون جمعیت اسلامی اهل البیت علیهم‌السلام کانادا،^۳ جمعیت پنج تن ویکتوریا،^۴ انجمن جوانان مؤمن کراچی،^۵ مرکز المهدی تانزانیا،^۶ انجمن اسلامی اهل البیت علیهم‌السلام ایتالیا،^۷ بنیاد فاطمه علیها‌السلام اندونزی^۸ و سازمان اسلامی آرژانتین^۹ آشنا شد و از فعالیت‌ها و مسائل آنها آگاهی یافت. هم‌چنین از طریق فضای اینترنت می‌توان از اماکن مذهبی، زیارتگاه‌ها، مساجد، حسینیه‌ها در کنار کنفرانس‌ها، سمینارها، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها کسب اطلاع کرد. به‌عنوان نمونه می‌توان به سایت‌های حسینیه جهرمیه^{۱۰} در بحرین، مسجد ابوذر غفاری^{۱۱} در کانادا، امامزاده محمد هلال بن علی علیه‌السلام^{۱۲} در آران و بیدگل ایران، حسینیه امام حسین علیه‌السلام^{۱۳} در تورنتو به‌عنوان سایت‌های اماکن مذهبی اشاره کرد. از طریق سایت زیارتگاه حضرت سکینه علیها‌السلام^{۱۴} در دمشق اطلاع‌یابی از محل جغرافیایی، معرفی خدمتگزاران، زیارت و اعانه امکان‌پذیر است. در سایت حسینیه حسینی^{۱۵} در کالیفرنیا

-
1. www.africafederation.org
 2. www.coej.org
 3. www.slamabc.org
 4. www.panjtan.org
 5. www.nazimparty.8m.org
 6. www.almahdicentre.com
 7. www.shia-islam.org
 8. www.fatimah.org
 9. www.organizacionislam.org.ar
 10. www.aljahromi.alhadee.com
 11. www.abo.ther.org
 12. www.helal.ir
 13. www.husainiyah.org
 14. www.hazratesakinah.com
 15. www.lajamaat.org

تنوع لینک‌ها جلب نظر می‌کند، مانند: حوادث ویژه، بخش مدرسه، بخش ورزش، گفت‌وگوی مستقیم، معرفی رستوران‌های با غذای حلال و اوقات نماز. به طور کلی بیش از ۱۸۱ مؤسسه و مرکز یا سازمان اسلامی در سراسر جهان فعالیت می‌کنند که از طریق سایت‌های آنان می‌توان با فعالیت‌ها و اقدامات آنان آشنا شد (همان). بنابراین می‌توان گفت که اینترنت به عنوان رسانه جدید نقش مهمی از اطلاع‌یابی مسلمانان از یکدیگر و از فعالیت‌ها و اقدامات و رویدادهای یکدیگر داشته است.

۳. خدمات

کاربرد دیگری که فضای اینترنتی برای مسلمانان دارد خدماتی است که می‌توان با استفاده از این فضا و بدون نیاز به حضور یا مراجعه به مکان مورد نظر از آن بهره برد. بعضی از این خدمات بدین شرح است:

الف) شغل و تجارت

یکی از خدمات فضای مجازی، کاریابی و انجام امور تجاری از طریق این فضا است. چنین امری با تأسیس سایت‌های ویژه برای مسلمانان امکان پذیر شده است. به عنوان نمونه می‌توان سایت‌های تجارت شیعه^۱، مؤسسه خدمات انسانی - اسلامی^۲ (در کانادا)، انجمن تجاری جعفری^۳ و مشاغل شیعیان^۴ را نام برد. این سایت‌ها به عنوان واسطه، فرصت‌های شغلی را معرفی کرده و امور تجاری را تسهیل می‌کنند. فروشگاه آنلاین الهادی^۵ نیز که در هند فعالیت می‌کند، امکان خرید اینترنتی را برای بازدیدکنندگان از سایت خود فراهم می‌کند.

یک نمونه جالب، سایت مرکز اسلامی هناء^۶ واقع در آمریکا می‌باشد که فعالیت اصلی آن در زمینه «پوشش اسلامی» است. در سایت این مرکز انواع پوشش‌های اسلامی برای سنین مختلف از زن و مرد معرفی شده و مشخصات کلی و قیمت آن در سایت آمده

1. www.shiabusiness.com
2. www.al-haqq.com
3. www.jbonline.org
4. www.job4shia.com
5. www.al-hadi.com
6. www.alhannah.com

است و کاربران با مراجعه به سایت و گرفتن مشخصات لباس می‌توانند البسه مورد نیاز خود را تهیه نمایند.

ب) مؤسسات خیریه

مؤسسات خیریه با تبلیغات از طریق سایت‌ها، کمک‌های لازم را برای پروژه‌های مختلف جمع می‌کنند. مثلاً در سایت خیریه اسلامی^۱ پروژه‌های مختلفی معرفی شده که هرکس بنا بر علائق خود می‌تواند در یکی از آنها مشارکت کند. کمک به ساخت مسجد، حمایت مالی از یک کودک، تدریس به کودکان بی‌بضاعت و مراقبت‌های پزشکی از این جمله‌اند. هم‌چنین در این سایت تبلیغاتی برای کمک به مسلمانان عراق، افغانستان و بنگلادش مشاهده می‌شود. بنیاد خیریه المهدی آریزونا^۲ و صندوق خیریه الدراز بحرین^۳ نیز از جمله دیگر مؤسسات خیریه اسلامی هستند که از طریق اینترنت به جمع‌آوری و ساماندهی کمک‌های انسانی اقدام می‌کنند.

در سایت موسسه خیریه حضرت فاطمه زهرا علیها السلام که فعالیت اصلی خود را به یتیمان اختصاص داده است، نیازهای دوره‌ای و فوری مؤسسه برای کمک به ایتام را در قسمت نیازمندی‌ها به اطلاع نیکوکاران رسانده است. به عنوان نمونه اقلام مورد نیاز کودکان برای شروع سال تحصیلی را به عنوان نیاز فوری مطرح کرده است. در یکی از لینک‌های جالب این سایت، فروشگاه مجازی (در داخل و خارج ایران به طور مجزا) ایجاد شده است که کاربران با مراجعه به سایت و سفارش اقلامی نظیر تاج گل، گوسفند قربانی و عقیده می‌توانند به خرید اقلام اقدام کنند و از طریق آن کمکی به خیریه انجام دهند. در این قسمت عکس، قیمت اقلام و کد خرید نیز ثبت شده است. علاوه بر آن دارای لینک‌هایی نظیر بیان‌کاری، اخبار، خدمات ارائه شده، عکس و... می‌باشد.

ج) خدمات حقوقی

از جمله خدمات دیگر، خدمات حقوقی است که از طریق اینترنت برای احقاق

1. www.islamic-charity.com

2. www.almahdi.net

3. www.durazfund.org.bh

4. www.fatemezhahra.org

حقوق از دست رفته مسلمانان در اقصی نقاط جهان عمل می‌شود. از جمله این سایت‌ها می‌توان به سایت کمیسیون حقوق بشر اسلامی لندن^۱ اشاره نمود که با تلاش پیگیر خود و از طریق ارسال نامه‌های اینترنتی فراوان، توانست باعث آزادی زن مسلمانی که به خاطر حجاب خود در ترکیه زندانی شده بود، گردد.

د) ازدواج

سایت‌های اسلامی در فضای اینترنت وجود دارد که برای تسهیل امر ازدواج در چارچوب اسلامی فعالیت می‌کنند. این سایت‌ها ضمن راهنمایی کاربران درباره مسایل مربوط به ازدواج، امکان آشنایی با فرد مورد نظر (مطابق با مشخصات فردی دلخواه) را فراهم می‌کنند. اما تفاوت آن با سایت‌های غیراسلامی این است که مروج دوستی‌های زودگذر نیست و ازدواج را مطابق با قواعد اسلامی ترویج می‌کند.

سایت‌های پایگاه ازدواج،^۲ وصلت شیعی^۳ و پایگاه فرهنگی ازدواج^۴ نمونه‌های چنین سایت‌هایی هستند. در سایت پایگاه فرهنگی ازدواج، احکام ازدواج و شرایط آن را از دیدگاه اسلامی در لینک‌های مختلفی بیان کرده است تا کاربر ابتدا با این مسائل آشنا شود و سپس به ازدواج اقدام نماید.

ه) کتابفروشی

بخش دیگر خدمات، خدماتی است که از طریق اینترنت به ارائه و فروش کتاب اقدام می‌کند و در نتیجه از این طریق کتب اسلامی امکان توزیع بیشتری می‌یابند. انتشارات انصاریان،^۵ بوستان کتاب،^۶ کتاب‌های اسلامی در اینترنت^۷ و کتابفروشی فدک^۸ از جمله این کتابفروشی‌هاست که با معرفی و ارائه قیمت کتاب، امکان خرید اینترنتی آن را برای کاربر فراهم می‌کند.

1. www.ihrc.org

2. www.zawaj.net

3. www.shiamatch.com

4. www.ezdewaj.ir

5. www.ansariyan.org

6. www.bustaneketab.com

7. www.islamicbooks.org

8. www.fadakbooks.com

در سایت انتشارات انصاریان که در قم مستقر است و کتاب‌هایی به ۱۱ زبان دنیا دارد، لینک‌هایی نظیر: وضعیت سفارشات، پرداخت، اشتراك کاربران، بازديد سبد خرید، معرفی پایگاه و تماس با ما وجود دارد. کتاب‌ها نیز علاوه بر تقسیم الفبایی به تقسیماتی دیگر همچون موضوعی، نویسندگان، مترجمین نیز دسته‌بندی شده‌اند. دو لینک نیز مربوط به کتاب‌های جدید و کتاب‌های زیر چاپ می‌باشد. لذا کاربران می‌توانند با مراجعه به سایت این کتابفروشی (ونظائر آن) با انتخاب کتاب مورد نظر خود نسبت به خرید آن اقدام کنند.

و) شرکت‌های مسافرتی و کاروان‌ها

یکی از خدمات دیگر، کاروان‌های زیارتی است که از طریق اینترنت اقدام به معرفی کاروان و ثبت نام از زائران می‌کنند و به جای حضور در محل شرکت مسافرتی، از طریق اینترنت امکان تهیه بلیط را تسهیل می‌نمایند. شرکت مهاجرین^۱، کاروان زیارتی حمیدان^۲، کمیته امداد حج آمریکای شمالی^۳ و کاروان الایمان^۴ از جمله این شرکت‌های مسافرتی هستند. شرکت مهاجران که خود را مجری کلیه سفرهای زیارتی از تمام نقاط دنیا می‌داند و اماکنی همچون مشهد، قم، اردن، سوریه، عراق، مکه و مدینه را در برنامه‌های خود پیش‌بینی کرده است؛ در سایت خود برای هر شهر و هر سفر این لینک‌ها را در نظر گرفته است: اماکن زیارتی، هتل، تغذیه، حمل و نقل، خدمات ویژه، کادر اجرایی، اعزام و هزینه ثبت نام.

در لینک کادر اجرایی، بیوگرافی عوامل شرکت در آن مسافرت نظیر مدیر شرکت، روحانی کاروان، معاون اجرایی و... اعلام شده است. در لینک حمل و نقل، اتوبوس شرکت را برای مسافرت معرفی و عکس‌هایی از نمای داخلی و خارجی آن نمایش داده است. در لینک هتل، هتل محل اقامت در کشور میزبان معرفی شده و عکس اتاق‌های آن نیز آمده است. در لینک تغذیه، کلیه برنامه‌های غذایی را به تفکیک روز اعلام کرده است. در قسمت خدمات ویژه نیز برای بعضی سفرها، خدمات ویژه‌ای همچون موبایل

1. www.mohajerin.com
2. www.hamidan.itgo.com
3. www.hajj.org
4. www.alqatif.org

اختصاصی و... در نظر گرفته است. کمیته امداد حج آمریکای شمالی نیز، از طریق سایت خود برای حج و دیگر اماکن زیارتی ثبت نام می‌کند و در لینک‌های آن امکانات، گالری عکس، ثبت نام و... مشاهده می‌شود.

ز دیگر خدمات

خدمات دیگری نیز از طریق اینترنت ارائه می‌شود که شامل مواردی همچون پاسخ به استفتائات، پاسخ به پرسش‌های دینی، ارتباط با علماء، اوقات شرعی، تقویم اسلامی، خدمات کفن و دفن و... می‌شود. در مجموع اینترنت به عنوان یک رسانه، جهش عظیمی در ارائه امکانات و تسهیلات خدماتی فراهم کرده است و مسلمانان نیز متناسب با زندگی روزمره خود از آن استفاده می‌کنند.

۴. امکانات جدید آموزشی

در اینترنت همه ظرفیت‌های آموزشی دنیا به نوعی در اختیار است و قدرت انتخاب وجود دارد. ضمن آن‌که در جهان مجازی، آموزش بی‌فضاست و محدود به عامل زمان و مکان نیست و به تعبیری «فرامکانی» و «فرازمانی» است (عاملی، ۱۳۹۰: ۲۷). همین ویژگی را می‌توان به آموزش علوم و معارف اسلامی تسری داد. می‌توان درواشنگتن بود و از دروس اسلامی حوزه‌های علمیه مستقر در قم استفاده کرد و از مباحثی نظیر احادیث، کلام، فقه، اخلاق، تاریخ، فلسفه، اصول، ادبیات و... بهره برد. دیگر مانند گذشته نیاز نیست که ساعت‌ها و روزها صرف پیدا کردن یک حدیث یا یک مبحث فلسفی در کتابی که فقط چند نمونه آن موجود است، شود و بسیاری از مباحث به طور کامل در فضای مجازی قرار گرفته است و از طریق سایت‌های گوناگون امکان دسترسی به آن وجود دارد.

در این زمینه می‌توان به سایت‌های پایگاه انصار^۱ (فعال در زمینه عقاید، کلام و فلسفه)، حلقه مطالعات فلسفه و اندیشه اسلامی^۲ (فعال در زمینه فلسفه و کلام)، مرکز تحقیقات دارالحدیث^۳ (فعال در زمینه رجال و حدیث)، رئوف^۱ (فعال در زمینه فقه و

1. www.ansarweb.net

2. www.halgheh.com

3. www.hadith.net

اصول)، نورانیت^۲ (فعال در زمینه اخلاق اسلامی)، پایگاه نور عرفان^۳ (فعال در زمینه قرآن) اشاره کرد.

در مرکز پژوهش‌های اعتقادی^۴ که به زبان عربی است، لینک‌های متعددی وجود دارد که بعضی از آنها به این قرار است: سؤالات اعتقادی (سؤال از مرکز، سؤال از علماء و...)، مکتب اعتقادی (قرآن، نهج البلاغه، صحیفه سجاده، رد شبهات، عقاید و مسائل اخلاقی و...)، شیعه و تشیع (شیعه در عالم، اخبار شیعه در عالم، مؤسسات شیعی و...) و مسابقات اعتقادی. علاوه بر اینها بعضی از مراکز دینی اعم از حوزه و دانشگاه کلیه مباحث آموزشی خود را در فضای اینترنت قرار داده‌اند. سایت‌های حوزه علمیه^۵، دانشکده بین‌الملل علوم اسلامی^۶ و پژوهشکده حوزه و دانشگاه^۷ از این جمله‌اند. بعضی از این مراکز به طور کلی مجازی هستند و دانشکده در محیط واقعی برای تدریس ندارند. مرکز اسلامی آموزش از راه دور^۸ از جمله این مراکز است که هدف از راه‌اندازی و تأسیس خود را ایجاد دانشکده اینترنتی فرهنگ و معارف اسلامی عنوان کرده است. دانشکده مجازی علوم و حدیث^۹ و دانشکده اینترنتی قرآن و عترت^{۱۰} نیز از دیگر نمونه‌ها هستند.

این مراکز آموزشی تنها در یک مکان خاص استقرار نیافته‌اند، بلکه در اقصی نقاط جهان چنین مراکز آموزشی وجود دارد که مباحث خود را متناسب با زبان آن منطقه به علاقمندان علوم اسلامی ارائه می‌کنند. مرکز آموزش اسلامی آلاباما^{۱۱} مرکز اسلامی امام

1 .www.raoofonline.com

2 .www.nooraniat.com

3 .www.noorehsan.net

4 .www.aqaed.com

5 .www.hawzah.com

6 .www.islamcollages.com

7 .www.hawah.com

8 .www.icde.net

9 .www.vu.hadith.ac.ir

10 .www.etrat.net

11 .www.aiec.8m.net

خوبی در سوانزی،^۱ مرکز اسلامی سیاتل (ارشاد)،^۲ مرکز آموزش‌های اسلامی هاستون،^۳ آکادمی اسلامی آلمان،^۴ حوزه علمیة لندن^۵ و مرکز فرهنگی اسلامی اوترخت هلند^۶ در زمرهٔ چنین مراکزی هستند.

در این میان اینترنت توانسته در وسایل آموزشی نظیر کتاب نیز تحول ایجاد کند. به عنوان مثال از طریق کتابخانه‌های الکترونیکی می‌توان به بسیاری از کتب اسلامی دسترسی پیدا کرد و از آنها بهره گرفت. کتابخانه الکترونیکی علوم اسلامی^۷ هدف خود را انتشار علوم اسلامی اعم از کتاب، مقالات، دروس حوزه و... از طریق سایت خود می‌داند. پایگاه دریافت کتب الکترونیکی^۸ و کتابخانه الکترونیکی کتب شیعه^۹ نیز این امکان را فراهم آورده‌اند که کتب و نشریات خود را به‌طور کامل در فضای مجازی در اختیار خوانندگان قرار دهند و می‌توان از طریق آن کتب دینی مورد نیاز را دریافت کرد. در کنار آن می‌توان به امکانات جدید آموزشی نظیر بانک‌های صوتی و تصویری اشاره کرد. به عنوان نمونه پایگاه کوثر^{۱۰} مباحث توحید «شیخ جعفر نمر» را هم به صورت مکتوب و هم صوتی در اختیار علاقمندان قرار می‌دهد و در تلاش است که امکان تصویری را نیز فراهم کند. سایت حدیث^{۱۱} نیز مجالس و مباحث آقای سید مجتبی حسینی شیرازی و سایت علامه^{۱۲} مباحث علامه عنوان بصری را به صورت بانک صوتی در اختیار علاقه‌مندان قرار داده است.

نتایج چنین کارکردی این است که هر کسی می‌تواند در هر زمان و مکانی از

1. www.alkhoei.org.uk

2. www.ershad.org

3. www.iec-houston.org

4. www.islamishe-akademic.do

5. www.hawza.org.uk

6. www.alrisala95.com

7. www.dilp.net

8. www.downloadbook.org

9. www.yasoob.com

10. www.alkuthar.com

11. www.al-hadeeth.net

12. www.alameh.ca

آموزش‌های دینی بهره‌گیرند و درباره مباحث اسلامی تخصص لازم را پیدا کنند و لذا همه اقشار و گروه‌های مردم می‌توانند از این نوع مباحث استفاده نمایند. همین امر موجب می‌شود که مسلمانان بتوانند با افزایش دانش اسلامی خود، زندگی روزمره خود را با محتوای اسلامی تطابق بیشتر و بهتری بدهند.

تأثیرات فضای مجازی برای دین اسلام

فضاهای مجازی غیر از کارکردهای متنوعی که برای مسلمانان دارند و در این جا بعضی از آنها را ذکر کردیم، توانسته‌اند تأثیرات شگرفی نیز برای جنبه‌های مختلف دین اسلام به ارمغان آورند. در این بخش بعضی از این تأثیرات مرور می‌شود.

۱. معرفی چهره دیگری از اسلام

یکی از سیاست‌های اصلی رسانه‌های غربی برای تضعیف دین اسلام در جهان، چهره‌سازی وحشت از اسلام و مسلمانان است. «اسلام‌هراسی»^۱ اصطلاحی است که «با نگاه حذف‌گرایانه غرب نسبت به رقیبان و با هدف نمایش و معرفی فرومایگی و ضعف اسلام و مسلمانان در رسانه‌های غرب مطرح گردیده است. به همراه آوردن کلمه اسلام و مسلمانان در کنار ترور، ضد حقوق بشر بودن، تهدید، خشونت، ضد زن بودن و یا عقب افتادگی و بربریسیم نمونه‌هایی از تفسیر وحشت‌آفرین از اسلام و مسلمانان است که دائماً در تیتراژ خبری و فیلم‌های مستند و داستانی رسانه‌های غرب دیده می‌شود» (عاملی، ۱۳۸۲: ۲۹۲-۲۹۳). ترسیم این چهره از اسلام بعد از حادثه ۱۱ سپتامبر تشدید شده است و مطالعه محققان این امر را نشان می‌دهد (ملون؛^۲ ۲۰۰۱؛ لی،^۳ ۲۰۰۲؛ نوریس،^۴ ۲۰۰۲؛ فاکس،^۵ ۲۰۰۱ به نقل از: عاملی، ۱۳۸۲: ۲۹۸). در واقع، جهان بعد از جریان یازدهم سپتامبر به وسیله رسانه‌ها سرگرم جریان روشمندی شد که براساس آن،

1. Islamophobia
2. Mellon
3. Li
4. Norris
5. Fox

اسلام، اهریمنی و شیطانی نشان داده می‌شود (آساموا جیادو،^۱ ۱۳۹۱: ۴۷).

در چنین فضایی که اکثر رسانه‌های بزرگ در اختیار سرمایه‌داران و کمپانی‌های غربی است و از این طریق تبلیغات منفی وسیعی علیه دین اسلام را راه‌اندازی می‌کنند و در واقع جنگ روانی یک طرفه‌ای ایجاد شده است؛ فضای مجازی امکانی است تا چهره دیگری از اسلام به مردم جهان معرفی شود؛ چرا که دیگر محدودیت‌های سیاسی و اقتصادی رسانه‌های دیگر وجود ندارد و یا کمتر به چشم می‌خورد. علاوه بر سایت‌های اینترنتی، وبلاگ‌ها نیز امکان دیگری در این جهت به حساب می‌آید. گیلمر^۲ به عنوان روزنامه‌نگار در مقاله‌ای با عنوان «رسانه، وبلاگ‌ها، حقیقت و پیامدهای آن» به بررسی نقش وبلاگ‌ها در مقایسه با رسانه‌های سنتی پرداخته است. وی در مورد وبلاگ‌ها - که قابل تعمیم به سایت‌های اینترنتی نیز می‌باشد - می‌گوید:

در مواقعی که روزنامه‌های بزرگ یا شبکه‌های خبری سراسری به بزرگ‌نمایی در وقایع می‌پردازند، جهان وبلاگ‌ها تردیدهای جدی را در صحت اصل ماجرا ایجاد می‌کنند (گیلمر، ۱۳۸۳: ۲).

گیلمر دلایل برتری وبلاگ‌ها را بر رسانه‌های سنتی این چنین برمی‌شمارد:

اول این‌که آنها قید و بندهای مختلف رسانه‌های بزرگ را ندارند، دوم این‌که بسیار زیاد هستند و رسانه‌های بزرگ سنتی در مقابل آنها اندک به حساب می‌آیند و سوم این‌که سرعت اطلاعات آنان به واسطه تکنولوژی دیجیتالی بسیار بیشتر است (همان).

در واقع رسانه‌های جدید، مدلی از رسانه‌ها با «منبع باز»^۳ به حساب می‌آیند. رسانه‌ها خواستار شفافیت هستند و فضاهای مجازی به طور وسیع چنین امری را میسر می‌کنند، به طوری که می‌توانند واقعیت را به طور واضح تبیین کنند. به این واسطه چنین امکانی برای مسلمانان فراهم است که از طریق فضاهای مجازی بتوانند واقعیت و چهره حقیقی اسلام را ترسیم کنند و نگذارند افکار عمومی آن طور که رسانه‌های بزرگ خواهان آن هستند، شکل گیرد.

1. Asamoah-Gyadu

2. Gilmer

3. Open Source

در کنار آن می‌توان به تکثرگفتمان‌هایی که از اسلام در این فضای مجازی مطرح می‌شود، اشاره کرد که از این طریق جنبه‌های مختلف اسلام امکان بروز و ظهور می‌یابند. البته این تکثر با تکثرپست مدرنیسم که مبتنی بر نسبییت مطلق و بی‌سامان است؛ متفاوت می‌باشد. چرا که در دل این تکثر وحدت است و اصل اساسی که این تکثر را به وحدت مبدل می‌کند، اصل «غایت» است؛ اصلی که در پست مدرنیسم دیده نمی‌شود. به بیان دیگر همه گفتمان‌های مختلف یک هدف را دنبال می‌کنند و آن «تحقق اسلام» است و ما شاهد یک وحدت متکثر از اسلام می‌باشیم (شجاعی زند، ۱۳۸۲: ۲۶۱). البته نمی‌توان از گفتمان‌های انحرافی که خود را منتسب به اسلام می‌کنند، چشم پوشید. اسلام بنیادگرایی و اسلام لیبرالیستی از این جمله‌اند.

۲. تحول در تبلیغات دینی

یکی از کارکردهای اصلی رسانه‌ها به طور کل، استفاده تبلیغاتی است (سورین^۱ و تانکارد،^۲ ۱۳۸۱: ۱۴۸؛ مک‌کوایل،^۳ ۱۳۸۲: ۳۲؛ دادگران، ۱۳۸۱: ۴۹). در این بین، هر کدام از رسانه‌ها نقش و جایگاه ویژه‌ای دارند و نوع خاصی از تبلیغات را می‌توانند انجام دهند. تبلیغات نیز خود به انواع تبلیغات تقسیم می‌شود: تبلیغات سیاسی، تبلیغات تجاری و... (مک‌کوایل، ۱۳۸۲: ۳۲-۳۳).

تبلیغات دینی نیز یکی از انواع تبلیغات است (محمدی، ۱۳۸۲: ۱۳۴) که سابقه چند هزار ساله دارد. با پیدایش فضای مجازی، تبلیغات دینی نیز خود را در قالب جدید و با نفوذ و تأثیر بسیار بیشتری نشان داد. اینترنت به عنوان یک رسانه زمینه جدی را برای تبلیغات دینی فراهم کرده است (بانت،^۴ ۲۰۰۲؛ اندرسون،^۵ ۲۰۰۱؛ نویوتاکا،^۶ ۱۳۸۲). بسیاری از سایت‌ها و وبلاگ‌ها با هدف تبلیغات دینی راه‌اندازی شده‌اند و حتی سایت‌هایی که شاید آموزشی و اطلاع‌رسانی باشند، به نوعی تبلیغ دینی را نیز مدنظر قرار

1. Severin
2. Tankard
3. McQuail
4. Bunt
5. Anderson
6. Noyataka

داده‌اند. سؤال این است که رسانه‌ای همچون اینترنت چه تأثیری بر تبلیغات دینی داشته است و از این جهت چه تفاوتی با رسانه‌های دیگری چون تلویزیون، رادیو و... دارد؟ در این قسمت توجه خود را معطوف به این تأثیرات می‌کنیم و بعضی از آنها را مرور می‌کنیم:

الف) تبلیغات دو سویه و تعاملی

یکی از ویژگی‌های اصلی رسانه‌های جدید را تعاملی و دوسویه بودن آنها می‌دانند (مک کوایل، ۱۳۸۱: ۱۶). بوخر^۱ تعاملی بودن را یک انتقال پارادایمی از قدرت فرستندگان به قدرت مخاطب می‌داند که در رسانه‌های جدید بر آن تأکید می‌شود (کوثری، ۱۳۸۶: ۳۷۷). بنابراین رسانه‌های جدید برخلاف رسانه‌های سنتی این امکان را برای مخاطب فراهم می‌کنند که به یک ارتباط دوطرفه و افقی با رسانه بپردازند. در واقع مخاطب دریافت‌کننده صرف نیست و می‌تواند حتی در مقام تولیدکننده نیز ظاهر شود.

از سوی دیگر آفتی که تبلیغ اسلام در سده‌های اخیر دچار آن شده است، ارتباط یک سویه و عمودی با مخاطبان خود است، به طوری که نماد عینی آن را می‌توان در شکل منبر دید. البته این روش برخلاف دستور صریح قرآن کریم و سنت اهل بیت علیهم‌السلام می‌باشد و چنان‌که در تاریخ نیز نقل شده، ابن ابی العوجاء زندیق معروف، محاجات و مباحثات مفصلی با امام صادق علیه‌السلام داشته است؛ به گونه‌ای که حتی خود او نیز از سعه صدر امام متعجب می‌ماند (کلینی، ۱۳۵۶).

فضاهای مجازی در واقع این تأثیر را بر روش تبلیغ اسلام نهاده‌اند که آن را به فضاهای تعاملی کشانده‌اند و تبلیغات اسلامی را از حالت عمودی و یک سویه به افقی و دوسویه مبدل کرده‌اند. این خاصیت افقی و دوسویه بودن را علاوه بر سایت‌هایی که به دلیل ماهیت اینترنت در فضای تعاملی قرار گرفته‌اند، می‌توان در سایت‌هایی که اساساً بر محور گفت‌وگو، مناظره و تعامل شکل گرفته‌اند دید. در این سایت‌ها، اصل را بر گفت‌وگوی دو طرفه که خاصیت افقی و دوسویه بودن دارد قرار داده‌اند و دیگر کمتر شاهد تبلیغات یک سویه و عمودی هستیم.

سایت‌هایی نظیر تالار گفت‌وگوی نور اسلام،^۱ پایگاه گفت‌وگوی آزاد اسلامی،^۲ گفت‌وگوی جوانان الهدی،^۳ تالار گفت‌وگوی اهل بیت علیهم‌السلام،^۴ تالار گفت‌وگوی اهل بتول،^۵ تالار گفت‌وگوی مناسبت‌های اسلامی،^۶ تالار گفت‌وگوی حوزه^۷ و تالار گفت‌وگوی منار^۸ بستر ساز چنین تعاملات دوطرفه و افقی هستند.

هم‌چنین پایگاه گفت‌وگوی شیعه و سنی^۹ فرصتی برای گفت‌وگوی شیعیان و سنی‌ها ایجاد کرده است و به جای این‌که کسانی در دو طرف به تعارض‌های اوهامی پردازند، این امکان را فراهم آورده است که در یک فضای رو در رو مسائل دینی را با یکدیگر بحث کنند. پایگاه دورنمای گفت‌وگوی اسلام و مسیحیت^{۱۰} نیز امکان گفت‌وگوی دو دین اسلام و مسیحیت را فراهم و تعامل را امکان‌پذیر کرده است. سایت مؤسسه گفت‌وگوی ادیان^{۱۱} نیز توجه خود را معطوف به گفت‌وگوی ادیان مختلف کرده است. پایگاه عرفان^{۱۲} و پایگاه عترت^{۱۳} نیز گفت‌وگو درباره دین را در سایت‌های خود فراهم کرده‌اند.

ب) تبلیغات اقناعی

اگر تبلیغات را در یک تقسیم‌بندی به تبلیغات احساسی و تبلیغات اقناعی تقسیم‌بندی کنیم، آنچه در سال‌های اخیر و در رسانه‌ها شاهد بودیم، تأکید بیش از حد بر تبلیغات احساسی در تبلیغ دینی است (محسنیان‌راد، ۱۳۸۲: ۶). تلویزیون و رادیو نیز به دلیل آن‌که بر تصویر تکیه بیشتری دارند، این امکان را بیشتر فراهم می‌کنند.

1. www.14noor.com
2. www.al-hawar.com
3. www.al-hoda.org
4. www.shiachat.com
5. www.shianet.de.ve
6. www.ezsfeeh.com/forum
7. www.alhawa.topshia.com
8. www.www.almanaar.com
9. www.imamali.i12.com
10. www.buyynet.alhouda.cib.net
11. www.iid.org.ir
12. www.arfaan.net
13. www.aletrah.com

این مسئله نیز درست برخلاف متون دینی است. اسلام بیشترین تأکید را بر پذیرش عقلانی دین کرده است (مطهری، ۱۳۶۶: ۱۰) و حتی پذیرش تقلیدی در اصول دین را نمی پذیرد. مطهری اولین شرط موفقیت یک پیام تبلیغی را عقلی بودن، قدرت و نیرومندی محتوای آن می داند (مطهری، ۱۳۷۰: ۱۹۷) و لذا اسلام از ادیانی است که تحریک احساسات و عواطف در آن کمتر از بُعد عقلانی به چشم می خورد (محسنیان راد، ۱۳۸۲: ۳).

اینترنت به دلیل فضای تعاملی و تأکید بیشتر بر مکتوب بودن که از آن تعبیر به «شفاهیت ثانویه» می کنند (فرنیک، ۲۰۰۳^۱)، امکان تبلیغ احساسی را به حداقل و امکان تبلیغ اقناعی را افزایش داده است و لذا سایت ها تأکید زیادی بر پرسش و پاسخ، گفت و گو و بیان عقلانی دین می کنند. سایت مناظرات اسلامی آنلاین^۲ امکان مناظره در باب موضوعات مختلف را فراهم کرده است و لذا امکان گفت و گوی عقلانی در باب دین فراهم می شود. سایت های ظهور،^۳ بلاغ،^۴ تبلیغ دارالسلام،^۵ مرکز اسلامی حجت،^۶ مرکز فرهنگ و اندیشه اسلامی،^۷ سرای اسلامی اندیشه،^۸ بنیاد اندیشه اسلامی^۹ از جمله سایت هایی هستند که با بحث های فکری و عقلی به تبلیغ اقناعی در باب دین اقدام می کنند. سایت پرتو اسلامی^{۱۰} در قسمت های تفکیک شده نظیر قرآن کریم، حدیث، عقاید اسلامی، شریعت اسلامی، فلسفه، کلام و... به بحث های عقلی و منطقی در باب موضوعات دینی پرداخته است. ضمن آن که لینک های جواب به سؤالات، مقالات اسلامی، درس های اسلامی و... را نیز به طور مجزا دارد. البته سایت هایی نیز هم چنان سعی دارند از طریق برانگیختن احساسات و عواطف، به تبلیغ اسلام بپردازند که در مجموعه تبلیغات دینی فضای مجازی در اقلیت قرار دارند.

1. Fernback
2. www.debateme.net
3. www.tahour.com
4. www.balag.com
5. www.dartabligh.org
6. www.hajjat.org
7. www.islamic.iiet.org
8. www.islamichouseofwisdom.com
9. www.itf.org.ir
10. www.islam4u.com

ج) تبلیغات تخصصی

یکی از امکاناتی که فضای اینترنت فراهم کرده است گستردگی و تنوع بسیار زیاد تولیدکنندگان و دریافت‌کنندگان (مخاطبان) است. تولیدکنندگان متنوع موجب شده‌اند که انواع تبلیغات دینی در یک چارچوب کلی، تکثر لازم را داشته باشد تا اکثر مخاطبان و بسیاری از سلاقی و گرایش‌ها را برای پذیرش دین پوشش دهد. از سوی دیگر تکثر مخاطبان نیز تولیدکنندگان را به این مسیر کشانده که پیام‌های دینی را با توجه به قشرها و گروه‌های مختلف درجه‌بندی و تقسیم‌بندی می‌کنند.

پایگاه‌های شبکه‌ی اسلامی کودکان و نوجوانان،^۱ قرآن و کودکان،^۲ مدرسه‌ی اسلامی معرفت^۳ و بازی کن و یاد بگیر^۴ اساس هدف تبلیغ دینی خود را کودکان و نوجوانان در نظر گرفتند و در تبلیغات خود این سنین را بیشتر مورد توجه قرار دادند. در سایت شبکه‌ی اسلامی کودکان و نوجوانان، لینک‌هایی چون بازی، مجلات، داستان و گالری عکس مشاهده می‌شود که بیشتر متناسب با این سنین است.

سایت کانون اندیشه جوان^۵ تبلیغ خود را معطوف به سنین جوانی کرده است که لینک‌هایی چون گفتمان، سیر مطالعاتی و کتابخانه (که متناسب با پرسشگری جوانان می‌باشد) در آن مشاهده می‌شود. سایت‌های زنان مسلمان،^۶ دفتر مطالعات و تحقیقات زنان^۷ و پایگاه اطلاع‌رسانی حجاب شیعه^۸ تبلیغات خود را برای زنان پایه‌ریزی کرده‌اند. در سایت زنان مسلمان، لینک‌هایی چون حقوق زنان، حضور اجتماعی زنان، حجاب، ازدواج و... دیده می‌شود که نشان‌دهنده‌ی توجه این سایت به رفع شبهات پیرامون نگاه و قوانین اسلام در مورد زنان دارد تا در نهایت موجب آشنا کردن بیشتر مسلمانان با نگرش اسلام پیرامون زنان شود. ضمن آن‌که دسترسی به اخبار زنان مسلمان، تولیدات فرهنگی (نظیر کتاب) و مقالات دینی نیز فراهم شده است.

1. www.husna.net
2. www.quranchildren.com
3. www.maarifat.com
4. www.playandlearn.org
5. www.canoon.org
6. www.islamwomen.org
7. www.womenrc.com
8. www.hejab-shia.com

۳. ظهور اسلام اجتماعی

سکولاریسم یکی از ارزش‌های فرهنگی غرب به حساب می‌آید که در جریان جهانی سازی به عنوان یک ایدئولوژی (شجاعی زند، ۱۳۸۲) بیش از پیش در جوامع اسلامی و بین مسلمانان افزایش می‌یابد. سکولار شدن جوامع در عام‌ترین تعریف، عدم حضور دین در عرصه سیاسی و اجتماعی عنوان می‌شود که در نهایت دین را به یک امر خصوصی و در حوزه فردی تقلیل می‌دهد (شجاعی زند، ۱۳۸۰: ۲۴۴). گسترش سکولاریسم منجر به بازتاب‌های عکس‌العملی و در نتیجه برجسته شدن دین‌گرایی می‌شود (عاملی، ۱۳۸۲ ب: ۳۰۸). این در حالی است که «برجسته شدن دین‌گرایی» در غالب رسانه‌های بزرگ که اکثراً در اختیار نظام سرمایه‌داری بین‌المللی قرار دارد (سورین و تانکارد، ۵۰۹-۵۱۶)، امکان بروز و ظهور نمی‌یابد، ضمن آن‌که نگاهی دقیق‌تر نیز حاکی از عدم توازن بین‌المللی در این زمینه است، به طوری که کشورهای در حال توسعه بخش عمده‌ای از برنامه‌های رسانه‌های اصلی خود را از تعدادی رسانه‌های بزرگ در کشورهای توسعه یافته خریداری می‌کنند؛ به این معنا که نقش آنها به مثابه شکلی از «تهاجم فرهنگی» پررنگ می‌شود (مک‌براید، ۱۳۷۵: ۱۳۶) که در نتیجه آن، اسلام خصوصی و فردی ترویج می‌شود.

از طریق فضاها و مجازی و سایت‌های اینترنتی این فرصت برای دین اسلام فراهم می‌شود که بعد اجتماعی آن نمایان شود، چراکه فضای مجازی، جهانی موازی با جهان واقعی است که هر آنچه که در جهان واقعی امکان ارائه خود را ندارد، در این جهان نمایان و آشکار می‌گردد و در نتیجه از این طریق مواجهه با سکولاریسم تسهیل می‌گردد. نمونه‌های این امر را می‌توان در تعداد سایت‌های خبری از یک طرف و سایت‌های سیاسی از طرف دیگر مشاهده کرد. سایت‌های خبری مسلمانان نشانگر آن هستند که مسلمانان نسبت به جهان پیرامون خود و جهان اسلام به طور ویژه حساس هستند و اخبار آن را پیگیری می‌کنند و این به یک معنی، اسلام را به وجه اجتماعی خود سوق می‌دهد. سایت‌های شبکه اخبار، الهدی و مجدد نمونه‌های چنین سایت‌هایی است که قبلاً (ص ۳) ذکر آن رفت. هم‌چنین مقابله با بحران فلسطین به عنوان یک چالش سیاسی در

برابرامت اسلامی از طریق سایت‌های اینترنتی بیانگر نمایان ساختن چهره اجتماعی اسلام است، چرا که اسلام فردی و خصوصی متعرض چنین حوزه‌هایی نمی‌شود. سایت‌هایی نظیر مرکز اطلاع‌رسانی فلسطین،^۱ راهنمای الکترونیکی فلسطین،^۲ القدس،^۳ اقصی،^۴ انتفاضه فلسطین،^۵ تاریخ فلسطین^۶ و دروازه فلسطین^۷ پیرامون فلسطین فعالیت می‌نمایند. همه اینها نشانگر آن است که فضای مجازی امکان ظهور و بروز اسلام اجتماعی را فراهم کرده است و در صورت بهره‌گیری بیشتر مسلمانان در آینده گسترش بیشتری نیز می‌یابد.

۴. گسترش جهانی اسلام

در مقابل فرایند استثناگرایی جهان غرب که بر محوریت رجحان آمیز تمدن غربی بر سایر فرهنگ‌ها و تمدن‌ها شکل گرفته است (عاملی، ۱۳۸۲: ب: ۲۸۷) و از طریق فرایند جهانی شدن به دنبال بسط و گسترش ایدئولوژی خود می‌باشد، شاهد جهانی شدن‌های معکوس (گیدنز، ۱۹۹۹) می‌باشیم که در مقابل این روند صف‌آرایی می‌کند. یکی از نمودهای مهم این جهانی شدن موازی (پین،^۸ ۲۰۰۰)، جهانی شدن دین می‌باشد. گسترش جهانی دین اسلام به دلیل این‌که بر اصل فطرت بنا شده است (مطهری، ۱۳۵۴: ۲۹)، بیش از سایر ادیان امکان بروز و ظهور دارد و همه انبای بشر به صورت فطری خواهان آن هستند. ضمن آن‌که اسلام با همه ادیان دیگر این تفاوت را دارد که از نوع قانون است نه برنامه برای یک مقطع خاص و لذا قانون اساسی بشریت به حساب می‌آید که طرحی کلی، جامع و همه‌جانبه را مطرح می‌کند (مطهری، ۱۳۷۰: ۲۲). در نتیجه یک زمینه مشترک در میان همه جهانیان دارد و همین امر امکانی است برای آن‌که اسلام جهانی شود.

1. www.palestine-persian.info

2. www.palseek.com

3. www.alquds.com

4. www.aqssa.8k.com

5. www.palintefada.com

6. www.palesinehistory.com

7. www.palgtes.com

8. Pinn

چنین زمینه‌ای در فضای مجازی نمایان می‌گردد و امکان جغرافیای مجازی واحد را از طریق ارتباطات هم‌زمان میسر می‌کند (عاملی، ۱۳۸۲ الف: ۱۵۴) و لذا می‌توان دین اسلام را از طریق فضاهای مجازی روز به روز گسترش داد. در واقع تکنولوژی ارتباطات که برای بسط و گسترش مدرنیته غربی بنا شده بود، به پاشنه آشیلی برای خود این جریان مبدل می‌شود و اسلام و مسلمانان می‌توانند از این تکنولوژی «اعتباری» غیر از آنچه مبدعان آن مدنظر داشته‌اند، بکنند و جهانی شدن اسلام را تحقق بخشند.

نتیجه‌گیری

در این مقاله سعی شد تا نشان داده شود که فضای مجازی از یک سو چه امکاناتی را برای مسلمانان فراهم می‌کند و از سوی دیگر چه تأثیراتی را بر دین اسلام دارد. توجه به این نکته نیز ضروری است که این مقاله بر این ایده قرار داشت که اولاً فضاهای مجازی را بیش از آن که یک «تهدید» بدانند، یک «فرصت» می‌بیند تا از این فرصت بهره‌گیری لازم صورت پذیرد. ثانیاً بسیاری از این موارد ذکر شده بیش از آن که بالفعل باشد، یک توان بالقوه برای مسلمانان و اسلام است که باید در مسیر تحقق عینی آن تلاش بیشتری شود. از مجموع آنچه گفته شد می‌توان نتیجه گرفت که دین اسلام در سیستم باز جهانی امکان بیشتری برای ارائه خود یافته است و لذا جوانب و زوایای مختلف اسلام از یک سو و تفکرات و ایده‌های متفاوت مسلمانان از سوی دیگر، این امکان را دارند که در سپهر عمومی ظاهر شوند و این حضور نیز در همه زمان‌ها و در همه مکان‌ها میسر گردد؛ به طوری که از آن به عنوان «دین بر خط» یا «Religion On Line» می‌توان تعبیر کرد. در نهایت می‌توان گفت که فضای مجازی منجر به شکل‌گیری «اسلام اینترنتی» شده است و به تعبیر دقیق‌تر، شاهد پدید آمدن «اسلام مجازی» هستیم.

بنابراین حضور و گسترش دین در فضای مجازی موجب شده است که فضای مجازی کارکردهای متعددی را به عنوان یک رسانه زمینه‌ساز ظهور برای مسلمانان داشته باشد. این زمینه‌سازی فضای مجازی تا آن جا می‌تواند پیش رود که امکان جهانی شدن دین اسلام را فراهم نماید.

منابع

۱. آساموا جیادو، ج. ک (۱۳۹۱)، «اجتماع»، در: کلید واژگانی در باب دین، رسانه و فرهنگ،

- ترجمه علی ماهری، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
۲. دادگران، م (۱۳۸۱)، *مبانی ارتباطات جمعی*، تهران، فیروزه.
 ۳. سورین، و؛ تانکارد، ج (۱۳۸۱)، *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، دانشگاه تهران.
 ۴. شجاعی زند، ع (۱۳۸۰)، *دین، جامعه، عرفی شدن: جستارهایی در جامعه‌شناسی دین*، تهران، مرکز.
 ۵. شجاعی زند، ع (۱۳۸۲)، *دین و جهانیت، جهانی شدن، جهانی سازی و جهانی گرایی*، مجموعه مقالات چهارمین کنگره دین پژوهان، قم، احیاگران.
 ۶. عاملی، س (۱۳۸۲ الف)، «جهانی شدن: دوج جهانی شدن‌ها و جامعه جهانی اضطراب»، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۱.
 ۷. عاملی، س (۱۳۸۲ ب)، «جهانی شدن‌ها: غربی شدن و اسلامی شدن جهان، اسلام‌هراسی و مدرنیته بزرگ شده»، مجموعه مقالات کنگره جهان‌شمولی اسلام و جهانی سازی، تهران، مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی.
 ۸. عاملی، س (۱۳۹۰)، *رویکرد دوفضایی به آسیب‌ها، جرایم، قوانین و سیاست‌های فضای مجازی*، تهران، امیرکبیر.
 ۹. کاستلز، م (۱۳۸۰)، *عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای*، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران، طرح نو.
 ۱۰. کلینی، م (۱۳۵۶)، *اصول کافی*، ترجمه سید جواد مصطفوی، تهران، مسجد چهارده معصوم.
 ۱۱. کوثری، م (۱۳۸۶)، *تعاملی بودن و بازبودگی در بازی‌های رایانه‌ای دینی در: دین و رسانه*، به کوشش محمدرضا جوادی یگانه و حمید عبداللهیان، تهران، دفتر پژوهش‌های رادیو.
 ۱۲. گیلمر، د (۱۳۸۳)، *رسانه، وبلاگ‌ها، حقیقت و پیامدهای آن*، ترجمه بشیر معتمدی، برگرفته از سایت www.siliconvalley.com.
 ۱۳. محسنیان راد، م (۱۳۸۲)، «حلقه وصل دین و رسانه‌ها: تشدید ادراک، تقلیل احساس»، *روزنامه ایران*، سال نهم، شماره ۲۶۳۰.
 ۱۴. محمدی، م (۱۳۸۲)، *دین و ارتباطات*، تهران، امیرکبیر.
 ۱۵. مطهری، م (۱۳۵۴)، *امدادهای غیبی در زندگی بشر*، قم، صدرا.

۱۶. مطهری، م (۱۳۷۰)، *ختم نبوت*، تهران، صدرا.
۱۷. مطهری، م (۱۳۶۶)، *مقالات فلسفی*، قم، حکمت.
۱۸. مطهری، م (۱۳۷۰)، *حماسه حسینی*، تهران، صدرا.
۱۹. مک براید، ش (۱۳۷۵)، *یک جهان چندین صدا*، تهران، سروش.
۲۰. مک کوایل، د (۱۳۸۱)، *مخاطب‌شناسی*، ترجمه مهدی منتظر قائم، تهران، مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ها.
۲۱. مک کوایل، د (۱۳۸۲)، *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*، ترجمه پرویز اجلالی، تهران، مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ها.
۲۲. نویوتاکا، ا (۱۳۸۲)، *گشتارهای مذهبی در عصر اطلاعات*، ترجمه فیروزه دشتی، برگرفته از سایت: www.IRITN.com
۲۳. هال، ا (۱۳۸۳)، «هویت‌های قدیم و جدید، قومیت‌های قدیم و جدید»، ترجمه شهریار وقفی پور، *ارغنون*، شماره ۲۴.
24. Ameli, S.R. (2002a), *Globalization, Americanization and British Muslim Identity*, London, ICAS Press.
25. Ameli, S.R. (2002b), *Global Space: Power and Powerlessness of Cultures*, Unpublished Paper.
26. Anderson, J.W. (2001) *Globalization Politics and Religion in the Muslim World*, Journal of Electronic Publishing.
27. Bunt, G. (2002) *Virtual Islamic Computer-mediated Communication and Cyber Islamic Environments*, Cardiff: University of Wales Press, <http://Leidenuir.nl/6/media/1.html>
28. Fernback, J. (2003), *Legends on the net: an examination of computer-mediated communication as a locus of oral culture*, new media & society, Vol 5(1): 29-45.
29. Giddens, A. (1990), *The Consequences of Modernity*, Stanford University Press.
30. Giddens, A. (1999), *Runaway World: How Globalization is Reshaping our Lives*, London, Profile books.
31. Giddens, A. (2001), *Sociology*, 4th Edition, Cambridge, Polity Press.
32. Pinn, A.B. (2000), *New Religion Movements in Global Perspective: Views from the Mainstream*, in *Reviews in Religion and Theology*, Vol 7(2), PP 145-150.
33. Robertson, R. (1992), *Globalization*, London, Sage.
34. Turner, B. S. (1994), *Orientalism, Postmodernism & Globalism*, London & New York, Routledge