

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری



دانشکده علوم انسانی

پایان نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی – گرایش مطالعات فرهنگی

ارزیابی و تحلیل وبلاگ های دینی روحانیون در ایران

نگارش

صالح اصغری

استاد راهنما

دکتر مسعود کوثری

مهر ۱۳۹۲

تقدیم به:

ساحت مقدس خانم فاطمه معصومه سلام الله علیها

با تشکر از :

پدر و مادر عزیزم، همسر مهربانم و اساتید گرانقدرم.

چکیده

هدف این پژوهش که به صورت مطالعات بین رشته‌ای (جامعه‌شناسی، علوم ارتباطات و وب‌سنجی) انجام پذیرفته این است که از طریق تدوین الگو و چارچوبی به ارزیابی وبلاگ‌های دینی روحانیون و افزایش کیفیتشان بپردازد. رشد وبلاگ‌نویسی در ایران منجر به ایجاد فضای فعال و پرنشاط وبلاگستان فارسی شده‌است. در سال‌های اخیر روحانیون با درک این موضوع، فرصت را جهت حضور فعال و تبلیغ دین در این فضا فراهم دیده‌اند. اما رشد کمی وبلاگ‌های روحانیون لزوماً به معنای دستیابی به اهداف آن‌ها و تبلیغ موثر دین نخواهد بود. این پژوهش در دو فاز انجام پذیرفته. در بخش اول با روش مطالعه اسنادی بر روی ادبیات موضوعی «وبلاگ و رسانه‌های دیجیتال» و «دین آنلاین» انجام و مدلی با عنوان «هرم سه سطحی» مبتنی بر معیارهای عمومی و اختصاصی جهت ارزیابی و تحلیل وبلاگ‌ها ارائه نموده‌است.

در مطالعه‌ی اسنادی جهت تدوین معیارهای عمومی به ۲۳ شاخص دست یافتیم که در قالب چهار معیار تعاملی بودن، خاص بودگی، نمایایی و دسترس‌پذیری امکان ارزیابی وبلاگ‌ها را فراهم می‌آورد. سپس در سطح دوم که مرتبط با معیارهای تخصصی تحلیل و ارزیابی وبلاگ‌های دینی روحانیون است چهار معیار روزآمدی تقویم دینی، حجیت (اعتبار صوری و محتوایی)، کاربردی بودن (خدمات دینی آنلاین) و ویژه‌نگاری به دست آمد. در فاز دوم پژوهش جهت ارزیابی و تحلیل وبلاگ‌های دینی روحانیون ۳۰ وبلاگ در طول یک سال و با استفاده از روش تحلیل محتوا، مبتنی بر مدل هرم سه سطحی که دربرگیرنده‌ی معیارهای ارزیابی است مورد مطالعه قرار گرفت. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که میزان استفاده روحانیون از امکانات و قابلیت‌های رسانه‌ای وبلاگ که در چهار معیار تعاملی بودن، خاص بودگی، نمایایی، دسترس‌پذیری سامان‌دهی شده بود در یک طیف سه وضعیتی (ضعیف، متوسط و قوی)، متوسط ارزیابی شد. آنچه که از کلیت محتوای وبلاگ‌ها می‌توان نتیجه گرفت این است که در وبلاگ‌ها رویکرد‌های سنتی تبلیغ دین یعنی آموزش و اطلاع‌رسانی مورد توجه قرار گرفته و کمتر مقوله‌ی دین آنلاین مطرح شده‌است، در واقع این نگاه منعکس‌کننده انتقال تجربه‌های روزمره دینی مثل نیایش‌های آنلاین، مراسم مذهبی در فضای آنلاین و یا برگزاری شعایر دینی در فضای مجازی است که در وبلاگ‌های روحانیون کمتر دیده می‌شود.

کلمات کلیدی: وبلاگ، ارزیابی، روحانیون، فضای مجازی، تبلیغ دین، هرم سه سطحی

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱.....	فصل اول مقدمه و کلیات.....
۱.....	۱-۱-مقدمه.....
۱.....	۱-۲-طرح مسئله.....
۵.....	۱-۳-سوالهای تحقیق.....
۵.....	۱-۴-ضرورت و اهداف انجام تحقیق.....
۷.....	۱-۵-اهداف تحقیق.....
۷.....	۱-۶-مرور تحقیقات پیشین.....
۸.....	۱-۶-۱-پژوهش های انجام شده در ایران.....
۱۰.....	۱-۶-۲-پژوهش های انجام شده در خارج از ایران.....
۱۲.....	۱-۶-۳-نقد و بررسی پژوهش های انجام شده.....
۱۴.....	فصل دوم ادبیات موضوعی.....
۱۵.....	۲-۱-مقدمه.....
۱۵.....	۲-۲-فضای مجازی.....
۱۷.....	۲-۳-ویژگی فضای مجازی.....
۱۷.....	۲-۳-۱-دیجیتالی بودن.....
۱۸.....	۲-۳-۲-حافظه مجازی.....
۱۸.....	۲-۳-۳-تعاملی بودن.....
۱۹.....	۲-۳-۴-فرا متن و فرا رسانه.....
۱۹.....	۲-۳-۵-واقعیت مجازی.....
۱۹.....	۲-۳-۶-غیر مرکزی بودن.....

- ۲-۴-وب نوشت و شیوه عمل آن.....۲۰
- ۲-۵-وبلاگ به مثابه یک رسانه.....۲۴
- ۲-۶-دین و فضای مجازی.....۲۶
- ۲-۷-کارکردهای دین آنلاین.....۲۹
- ۲-۷-۱-چند رسانه ای بودن.....۲۹
- ۲-۷-۲-اطلاع رسانی.....۲۹
- ۲-۷-۳-آموزش.....۲۹
- ۲-۷-۴-تعاملی بودن.....۳۰
- ۲-۷-۵-تجربه کردن.....۳۰
- ۲-۷-۶-جستجو کردن.....۳۰
- ۲-۷-۷-طرفداری کردن.....۳۱
- ۲-۷-۸-شبکه ای شدن.....۳۱
- ۲-۷-۹-شفا و حل مشکل.....۳۲
- ۲-۷-۱۰-تبلیغ دینی.....۳۲
- ۲-۷-۱۱-اجرای اعمال دین.....۳۲
- ۲-۷-۱۲-برقراری ارتباط.....۳۳
- ۲-۸-وبلاگ نویسی طلاب.....۳۴
- ۲-۹-منبر دیجیتال.....۳۹
- ۲-۹-۱-منبر به مثابه یک رسانه جمعی.....۳۹
- ۲-۹-۲-ویژگیهای منبر دیجیتال.....۴۰
- ۲-۹-۳-سازه های منبر دیجیتال.....۴۱
- ۲-۹-۴-وبلاگ منبر دیجیتال و فضای اجتماعی.....۴۴
- ۲-۹-۵-وبلاگ نویسی تخصصی و منبر دیجیتال.....۴۴

- ۴۵-۹-۶-نوع پیام و منبر دیجیتال.....
- ۴۶-۹-۷-مکانمندی منبر و مساله ی مشروعیت و اعتبار منبر دیجیتال.....
- ۴۶-۹-۸-مکانمندی منبر و دغدغه ی مخاطبین منبر دیجیتال.....
- ۴۷-۹-۹-مکانمندی منبر و تجربه ای امر قدسی.....
- ۴۸-۲-۱۰-ارزیابی منابع و پایگاههای اینترنتی.....
- ۵۰-۲-۱۱-بزارهای ارزیابی.....
- ۵۰-۲-۱۱-۱-ارزیابی خودکار.....
- ۵۰-۲-۱۱-۲-ارزیابی دستی.....
- ۵۲-۲-۱۱-۳-ارزیابی کاربر محور.....
- ۵۲-۲-۱۲-مدل ارزیابی منابع و پایگاههای اینترنتی.....
- ۵۳-۲-۱۳-معیارهای ارزیابی منابع و پایگاههای دیجیتال.....
- ۵۴-۲-۱۴-معیارهای ارزیابی وب سایت ها.....
- ۵۹-۲-۱۵-ارزیابی وبلاگهای دینی روحانیون.....
- ۵۹-۲-۱۵-۱-رویکرد ارزیابی وبلاگ های دینی روحانیون.....
- ۶۰-۲-۱۵-۲-مدل و چگونگی ارزیابی وبلاگ های دینی روحانیون.....
- ۶۱-۲-۱۵-۳-معیارهای عام.....
- ۶۲-۲-۱۵-۴-معیارهای ارزیابی طبقه ای.....
- ۶۴- فصل سوم: روش تحقیق و شیوه گرد آوری اطلاعات.....
- ۶۵-۳-۱-مقدمه.....
- ۶۵-۳-۲-طرح تحقیق.....
- ۶۵-۳-۳-اینترنت به منزله موضوع تحقیق.....
- ۶۶-۳-۴-ارزیابی وبلاگ.....
- ۶۶-۳-۴-۱-بزار ارزیابی.....

۶۶	۲-۴-۳-مدل ارز یابی.....
۶۶	۳-۴-۳-روش تحقیق و دلیل انتخاب.....
۶۷	۳-۴-۴-مراحل تحقیق.....
۶۸	۳-۴-۵-نمونه ی مورد تحلیل.....
۶۹	۳-۵-۵-معیارهای انتخاب وبلاگ های نمونه.....
۶۹	۳-۵-۱-حجم نمونه ، روش نمونه گیری و دلیل انتخاب آن.....
۷۰	۳-۵-۲-واحدهای سنجش.....
۷۰	۳-۵-۳-واحد محتوا.....
۷۰	۳-۵-۴-معیارهای ارزیابی.....
۷۱	۳-۶-۶-معیارهای عام (مشترک).....
۷۳	۳-۷-۷-معیارهای خاص (تخصصی).....
۷۶	۳-۸-۸-کار کرد دین آنلاین.....
۷۷	۳-۹-۹-مشکلات تحقیق.....
۷۸	۳-۹-۱-ناپایداری صفحات وب.....
۷۸	۳-۹-۲-ناهمکونی اطلاعات.....
۷۸	۳-۹-۳-مشکلات مربوط به نرم افزار های کاربردی در این فضا.....
۷۹	۳-۹-۴-مسائل مربوط به موتورهای جستجو به عنوان ابزارهای گردآوری اطلاعات.....
۷۹	۳-۹-۵-تغییر نشانی منابع.....
۸۰	فصل چهارم یافته های پژوهش.....
۸۱	۴-۱-مقدمه.....
۸۱	۴-۲-ارزیابی و تحلیل معیارهایعام در وبلاگها.....
۸۱	۴-۲-۱-بررسی معیارهای تعاملی بودن.....
۸۳	۴-۲-۲-بررسی معیار نمایایی.....

۸۵	۳-۲-۴-بررسی معیار خاص بودن.....
۸۸	۴-۲-۴-بررسی معیارهای دسترس پذیری.....
۹۰	۳-۳-۴-بررسی وضعیت معیارهای تخصصی در وبلاگ ها.....
۹۰	۱-۳-۴-ارزیابی و تحلیل معیار به روز رسانی تقویم دینی.....
۹۰	۲-۳-۴-بررسی معیار حجیت در وبلاگ های روحانیون.....
۹۵	۳-۳-۴-بررسی مقوله های ویژه نگاری در وبلاگ های روحانیون.....
۹۵	۱-۳-۳-۴-ویژه نگاری محتوایی.....
۹۶	۲-۳-۳-۴-ویژه نگاری مخاطب گزین.....
۹۶	۴-۳-۴-بررسی کارکردهای دین آنلاین در وبلاگ های روحانیون.....
۱۰۳	۴-۴-یافته های تحلیل.....
۱۰۳	۱-۴-۴-مبلغان وبلاگ نویسی.....
۱۰۴	۲-۴-۴-زنان طلبه وبلاگ نویس.....
۱۰۴	۳-۴-۴-هویت وبلاگ نویسان.....
۱۰۴	۴-۴-۴-اطلاعات فنی وبلاگ نویسان.....
۱۰۵	۵-۴-۴-وبلاگ های غیر تقویمی.....
۱۰۶	۶-۴-۴-وبلاگ های عمومی.....
۱۰۷	۷-۴-۴-اهداف وبلاگ نویسی.....
۱۰۸	فصل پنجم:نتایج و پیشنهادات.....
۱۰۹	۱-۵-مقدمه.....
۱۱۰	۲-۵-بحث و نتیجه گیری.....
۱۱۰	۱-۲-۵-تعاملی بودن.....
۱۱۱	۲-۲-۵-پیشنهادات.....

۵-۳-پیشنهادات به نهادها و دستگاههای ذیربط.....۱۱۱

۵-۴-پیشنهاد به محققان و تحقیقات آینده.....۱۱۲

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۳-۱-معیارهای عملیاتی سازی معیار عام.....	۷۲
جدول ۳-۲-معیارها در قالب متغیر.....	۷۳
جدول ۳-۳-معیارهای عملیاتی سازی معیار خاص.....	۷۵
جدول ۳-۴-مقوله سازی کارکرد آنلاین.....	۷۷
جدول ۴-۱-روش بدیع ارتباط با مخاطبین توسط روحانیون در وبلاگ.....	۸۲
جدول ۴-۲-وضعیت تعاملی بودن.....	۸۳
جدول ۴-۳-وضعیت نمایایی.....	۸۳
جدول ۴-۴-نمونه عنوان مناسب وبلاگ.....	۸۴
جدول ۴-۵--وضعیت خاص بودگی.....	۸۵
جدول ۴-۶-مقایسه شیوه استفاده از بخش درباره وبلاگ.....	۸۶
جدول ۴-۷-نمونه وبلاگ طلبه یاشار.....	۸۸
جدول ۴-۸-وضعیت دسترسی پذیری.....	۸۹
جدول ۴-۹-شیوه ی صحیح معرفی وبلاگ به موتور های جستجو.....	۸۹
جدول ۴-۱۰-وضعیت معیار حجیت.....	۹۱
جدول ۴-۱۱-وبلاگ حاج آقا مسئله.....	۹۴
جدول ۴-۱۲-وبلاگ طلبه پاسخگو.....	۹۴
جدول ۴-۱۳-درج صحیح موضوعات در وبلاگ.....	۹۵
جدول ۴-۱۴-کارکرد دین آنلاین.....	۹۷
جدول ۴-۱۵-اخلاق در وبلاگ.....	۹۹

- جدول ۴-۱۶- ذکر آنلاین ۱۰۰
- جدول ۴-۱۷- اخلاق ورزشکاری..... ۱۰۱
- جدول ۴-۱۸- وبلاگ مهندس طلبه..... ۱۰۱
- جدول ۴-۱۹- معرفی شخصیت های دینی در وبلاگ ۱۰۲

فهرست اشکال

صفحه	عنوان
۸۷	شکل ۴-۱- وبلاگ گلدختر.....
۱۰۳	شکل ۴-۲- جستجوی گل دختر در گوگل.....

فصل اول

مقدمه و کلیات

۱- مقدمه

ظهور اینترنت به مثابه رسانه‌ای قدرتمند در سال‌های اخیر دوباره باب گفتگوهای جدید را درباره نقش رسانه‌ها در جهان نوین گشوده است. اینترنت به مثابه یک رسانه در سال‌های اخیر رشد حیرت‌انگیزی کرده است و فرصت‌ها و تهدیدات بسیاری را به همراه داشته است. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های اینترنت که در توسعه و گسترش کاربرد آن نقشی اساسی ایفا کرده، چند کاربردی بودن آن است. امروزه اینترنت در طیف وسیعی از فعالیت‌های تجاری، اقتصادی، فرهنگی، تبلیغی، اداری و سازمانی، سیاسی و نظامی، اجتماعی و علمی کاربرد پیدا کرده است.

نهاد کهن دین نیز از این رهگذر بی‌تاثیر و بی‌بهره نبوده است. دین و متولیان آن در طول تاریخ ظهور رسانه، مواجهه‌های مختلفی را با این ابزار انتقال پیام داشته‌اند. ضرورت‌های کارکردی این نهاد چون ایجاد همبستگی اجتماعی و معنا دهی به عرصه زندگی بشر، باعث شده است که همواره نسبت به ابزارهایی که در زندگی انسان نقش اساسی پیدا می‌کنند حساس شود و منفعلانه با آن برخورد نکند.

در ایران نیز دو نهاد دین و رسانه از تعامل ویژه‌ای در جامعه برخوردارند. با رشد رسانه‌های دیجیتال و نفوذ آن در جنبه‌های مختلف زندگی مردم نهاد دین رویکرد فعالانه‌ای را در مواجهه با رسانه‌های نوین اتخاذ نمود. در این پژوهش خواهیم کوشید به بررسی چگونگی استفاده روحانیون از رسانه‌های نوین (در اینجا وبلاگ) در مسیر تبلیغ دین بپردازیم.

۱-۲ طرح مساله

هنگامی که شبکه جهانی اینترنت در دهه‌ی ۱۹۹۰ در حال گسترش بود، پیشگویی‌هایی مبنی بر اینکه این شبکه، افراد را ترغیب کند که خود ناشر آثارشان باشد و تا آنجا که توان آنها اجازه دهد، اندیشه‌های خود را پیرامون هر موضوعی منتشر سازند، آثار خلاقانه خود را در معرض عموم و با

دیگران به اشتراک گذارند و یا پیرامون هر آنچه که در زندگی روزانه آنها مهم تلقی می‌شود صحبت کنند، وجود داشت. با آنکه برخی از کاربران اولیه وب چنین اقداماتی را انجام دادند، اما این رویا در آن زمان به طور کامل تحقق نیافت، راه‌اندازی یک وب سایت و به روز رسانی آن امری دشوار بود.

اما طی چندین سال اخیر، همان آرزوی اولیه تحقق یافت و بدین ترتیب کاربران این شبکه جهانی به استقبال نوآوری‌هایی چون وبلاگ‌ها رفتند. بسیاری بر این باورند که وبلاگ‌ها جریان رسانه‌ها را تغییر خواهند داد و این رسانه‌ی نوین را به عنوان آثار اتوبیوگرافی، مجتمع‌های ساختمانی جوامع آنلاین و در نهایت به عنوان فضایی برای ظهور دموکراسی قلمداد می‌کنند. همچنین از وبلاگ به عنوان چالشی در برابر، رسانه‌های سنتی یاد می‌شود (Quiggin, 2006: 431). امروزه وبلاگ به عنوان یکی از محصولات نسل جدید اینترنت جایگاه خود را به خوبی یافته و در حال ترقی از مرحله عمومی (دفترچه خاطرات پیوسته) به تخصصی شدن (مجله علمی-خبری پیوسته) است؛ متخصصان مشاغل گوناگون، دانشجویان، اساتید و محققان خواه به صورت گروهی یا منفرد، حاصل تجارب، یافته‌ها و مطالعات خود را در وبلاگ‌هایشان به اشتراک می‌گذارند (کرمی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲).

وبلاگ و وبلاگ‌نویسی نیز در ایران رشد اعجاب‌انگیز و تصاعدی را به همراه داشته‌است. آنچنان که پس از ایجاد اولین وبلاگ فارسی، ایران توانست علیرغم دسترسی ۷ تا ۸ درصدی خود به شبکه جهانی، در سال ۱۳۸۴ سومین کشور در عرصه وبلاگ‌نویسی، و در اواخر سال ۲۰۰۵ میلادی از نظر تعداد وبلاگ حائز رتبه دوم شود. این جایگاه اگرچه در ادامه با تنزل روبه‌رو شد، اما بنابر آخرین آمار تکنوراتی جایگاه ایران هم اکنون در رتبه دهم قرار دارد (Sifry, 2007). گسترش وبلاگ‌نویسی و ابعاد مختلف کاربردهای آن، منجر به ظهور پدیده‌ای به نام وبلاگستان شده‌است. فضایی که وبلاگ‌ها و گردانندگان آن و همچنین مخاطبین‌شان را در قالب شبکه‌ای ارتباطی-اطلاعاتی در فضای مجازی به دور هم گرد آورده‌است.

از سویی دیگر با ظهور رسانه‌های نوین و در صدر آن اینترنت پس از گذشت اندک زمانی، اشتیاق نهادهای دینی در بهره‌گیری از این رسانه نیز قابل پیش‌بینی بود. چنان که هم اکنون وب-سایت‌ها، وبلاگ‌هایی با محوریت مسایل دینی در فضای مجازی قابل مشاهده است.

نهاد دین با درک ظهور وبلاگستان فارسی تلاش مضاعفی را در تولید محتوای دینی و حضور فعالانه در این فضا انجام داده است. افزایش تعداد وبلاگ‌های روحانیون علاقه‌مند به وبلاگ‌نویسی دینی، برگزاری جشنواره‌های وبلاگ‌نویسی برای روحانیون و کلاس‌های آموزش وبلاگ‌نویسی برای حوزویان از مصادیق این امر است. تاکنون چندین بار جشنواره وبلاگ‌نویسی طلاب برگزار شده است که آخرین آن در مهر ماه ۱۳۹۲ با محوریت سیره ازدواج پیامبر اکرم توسط حوزه‌های علمیه خاوران استان اصفهان برگزار شد. نکته‌ی قابل توجه دیگری که در این زمینه می‌توان بدان اشاره کرد سامانه‌ی وبلاگ‌نویسی است که در وب‌سایت حوزه‌ی علمیه خاوران قابل استفاده است.

در طول مدت زمانی که وبلاگ‌نویسی در بین روحانیون رونق یافت دو سایت مستقل با نام‌های «مرکز توسعه وبلاگ‌نویسی دینی» و «طلبه‌بلاگ» ایجاد گردیدند که به ارائه‌ی خدمات تخصصی برای وبلاگ‌نویسان روحانی می‌پردازد.

حضور فعال وبلاگ‌نویسان روحانی در فضای مجازی به گونه‌ای بوده است که رسانه‌های خارجی نیز نسبت به آن واکنش نشان داده‌اند. سایت بی‌بی‌سی فارسی در گزارشی با عنوان (قم، پایتخت کامپیوتری ایران) به قلم مهدی خلجی در تاریخ سه شنبه ۲ اوت ۲۰۰۵ برابر با ۱۱ مرداد ۱۳۸۴ به بررسی فناوری اطلاعات در حوزه‌ی علمیه قم از جمله وبلاگ‌نویسی طلاب پرداخت و با اشاره به ارزش وبلاگ‌ها برای تاریخ‌نویس‌ی روحانیت، نوشت: «در سال‌های اخیر، روحانیون بسیاری به وبلاگ‌نویسی روی آورده‌اند. در نوشته‌های آنان جسته و گریخته می‌توان نکته‌هایی درباره طرز درس‌خواندن طلبه‌ها، طرز برخورد مردم با آن‌ها، خاطره‌های آنان از تبلیغ و سفرهای تبلیغی به دست آورد. اما بیشتر این وبلاگ‌ها به اقتضای شغل و مرام طلبگی، کمتر از وبلاگ‌های مردم

عادی، صمیمی و راحت هستند. و خواننده به آسانی نمیتواند از درون آن وبلاگ ها اطلاعاتی شخصی درباره ی نوع زندگی نویسندگان طلبه اش بیرون بکشد.»

حضور ادیان در فضای مجازی ، ظهور جنبش های نوین دینی ، دین آنلاین و کارکرد های فضای مجازی در تبلیغ دین از نتایج تعامل دین و رسانه محسوب میشود و فرصت و چالش های بی بدیلی را در جوامع مختلف ایجاد نموده است. تا پیش از ظهور رسانه های نوین، ادیان مختلف و به ویژه اسلام از شیوه ها و ابزارهای سنتی برای ارتباط با پیروان ترویج مسایل دینی استفاده می کردند اما اکنون شیوه های نوین نشر آموزه های دینی شرایطی را پدید آورده که نگاهی دقیق و ریزبینانه ای را به این ابزار ها می طلبد

به نظر میرسد رویکرد ایجابی به بهره گیری از ابزار های نوین در راستای تبلیغ دین ازجمله مثبت نوآوری در شیوه های تبلیغ متناسب با تغییر شرایط زندگی باشد. این رویکرد نقطه شروع قابل تحسینی می باشد اما چگونگی استفاده از قابلیت های رسانه ای وبلاگ و همچنین محتوای پیام در کیفیت امر ارتباط و انتقال محتوای دینی و در نهایت کیفیت تبلیغ دین تاثیر گذار است.

ساکنین عصر دیجیتال به دلیل زندگی در فضایی که رسانه های مختلف آن ها را احاطه نموده اند می بایست با حداقل سواد دیجیتال آشنا باشند. در این میان روحانیون و وبلاگ نویسان دینی که با هدف نشر آموزه های وحیانی اقدام به حضور در این عرصه می کنند به دلیل اهمیت کارشان به طور خاص می بایست با قابلیت های وبلاگ به مثابه ابزار انتقال پیام و برقراری ارتباط با مخاطب آشنا باشند

لذا باتوجه به موج آنچه گفته شد و موج نوظهور ورود روحانیون به فضای مجازی وبلاخس وبلاگستان با هدف بازتولید گفتمان دینی و جنبه های تبلیغی آن ما در این پژوهش به دنبال این هستیم که به بررسی چگونگی بهره گیری مبلغان دینی(روحانیون و طلاب) از وبلاگ به عنوان ابزار

انتقال پیام پردازیم و از خلال بررسی چگونگی بهره گیری روحانیون از این ابزار به ارزیابی وبلاگ های ایشان پردازیم.

مطالعه ی وضعیت وبلاگ نویسی طلاب روشن خواهد کرد که روحانیون تا چه حد و چگونه توانسته اند از این ابزار در جهت نشر آموزه های دینی بهره بگیرند.

۱-۳ سوالهای تحقیق:

این تحقیق در جهت پاسخگویی به سوالات زیر طراحی شده است :

۱- روحانیون چگونه از وبلاگ به مثابه یک رسانه (از حیث استفاده از امکانات آن) جهت انتقال پیام های دینی بهره می برند؟

۲- مهم ترین مضامین عرضه شده در وبلاگ های دینی روحانیون کدام است؟

۱-۴ ضرورت و اهداف انجام تحقیق

طبق آخرین آمار ها حدود دو میلیون وبلاگ در کشور ثبت شده اند که حدود ۴۰۰ هزار از آن ها فعال هستند و از حیث تعداد ایران حائز رتبه ی دهم در جهان است. همچنین ایجاد و به روزرسانی ده ها هزار وبلاگ فارسی، تهران را به پایتخت وبلاگ نویسی در خاورمیانه تبدیل کرده است. از میان این ۴۰۰ هزار وبلاگ فعال حدود ۴۰ هزار وبلاگ دینی می باشد (مسعودی، ۱۳۹۰: ۲۵).

چندین سال پس از ورود وبلاگ به عرصه فضای مجازی ایرانی و ایجاد فضای پرنشاط وبلاگستان فارسی، تعداد قابل توجهی از وبلاگ های دینی در سال های اخیر توسط طلاب و روحانیون به وجود آمدند. برگزاری همایش های وبلاگ نویسی طلاب را میتوان نمونه هایی از اهمیت یافتن حضور فعال روحانیون در فضای مجازی و به خصوص وبلاگستان دانست.

فاصله زمانی اندکی که میان ظهور وبلاگ و حضور روحانیون در این فضا وجود دارد نشان گر

رغبت استفاده از ابزارهای روز توسط مبلغین دینی را نشان می دهد. روحانیون در ایران پس از

انقلاب تجربه در اختیار گرفتن رسانه هایی چون رادیو، تلویزیون، ماهواره و انواع رسانه های چاپی را به دست آوردند. دور از انتظار نبود که در اندک مدتی اینترنت و رسانه های دیجیتال را نیز در مسیر اهداف خویش به کار گیرند.

وبلاگ نویسی، این توانایی را دارد که نوع جدید و مدرن تری از تبلیغ دینی را پذیرایی کند که همان تبلیغ دیجیتالی و اینترنتی است. وبلاگ به عنوان یک رسانه ی دیجیتال می تواند برخی نقاط ضعف تبلیغ سنتی را از جمله عدم استمرار تبلیغ برای مخاطبین در مدت زمان زیاد، عدم توجه به قشر های غیر مذهبی، محدودیت های مکانی و زمانی که به دلیل حضور مبلغ در مسجد و محله پدید آمده را بر طرف نماید. اما نکته ی حائز اهمیت در استفاده از رسانه ها(چه سنتی مانند منبر و چه مدرن مانند تلویزیون) با هدف تبلیغ دین چالش هایی است بر سر راه جذب، تاثیرگذاری و تعامل با مخاطب ایجاد می شود. طرح مباحثی چون تولید محتوای جذاب برای نسل جوان، حضور ناموفق منبر در رسانه، عدم استقبال جوانان از برنامه های مذهبی، بازنمایی نامناسب ارزش های دینی در رسانه جملگی بر اهمیت نحوه تعامل دین و رسانه و بکارگیری مناسب یکی در خدمت دیگری می افزاید.

حضور در فضای مجازی و تبلیغ دین در این فضا نیز مبری از مشکلات تبلیغ دین توسط رسانه های یادشده نیست. به نظر میرسد این مشکلات در فضای مجازی به گونه دیگر خود را نشان میدهد. گستردگی فضای مجازی و حجم بالای اطلاعات موجود در آن و آزادی مخاطب در گزینش محتوا و محدودیت زمان، علایق و سلیق مختلف مخاطبین و همچنین نوظهور بودن این رسانه و سابقه نه چندان زیاد روحانیون در استفاده از قابلیت های آن، کار را برای فعالین این عرصه سخت تر می گرداند

لذا موفقیت در امر انتشار محتوای دینی در فضای مجازی، برقراری ارتباط موثر با مخاطبین، تبلیغ دین و کلیه کارکردهایی که توسط اینترنت و به خصوص وبلاگ برای نشر دین در فضای مجازی

متصور است نه تنها آسان به نظر نمی رسد بلکه نیازمند آموزش های ویژه ای نیز می باشد. در همین زمینه میتوان به سایت طلبه بلاگ که به پشتیبانی وبلاگ نویسی روحانیون در فضای مجازی می پردازد اشاره نمود. این سایت در همان بد امر تاسیس بخش بسیار مهمی را ایجاد نمود که به شیوه وبلاگ نویسی می پردازد. و در بخش های بعد به اصول وبلاگ نویسی دینی می پردازد. پرداختن به وبلاگ نویسی روحانیون به طور عام و ارزیابی و تحلیل نحوه ی به کارگیری این رسانه از حیث استفاده از قابلیت های آن و محتوای پیام های منتشر شده به طور خاص زمینه را برای تبلیغ موثر دین توسط ابزارهای نوین ارتباطی فراهم می آورد. لذا در این پژوهش با درک اهمیت استفاده از رسانه های عصر دیجیتال توسط روحانیون به وبلاگ نویسی ایشان از منظری میان رشته ای پرداخته ایم.

۱-۵ اهداف تحقیق

اهداف این پژوهش را می توان در دو سطح اصلی و فرعی بیان نمود. هدف اصلی این تحقیق کمک به افزایش کیفیت و بهبود وضعیت انتقال پیام های دینی (تبلیغ دین) از طریق وبلاگ است. ازسوی دیگر ارائه ی مدلی جهت ارزیابی و تحلیل وبلاگ های دینی روحانیون جهت آسیب شناسی نحوه ی به کارگیری روحانیون از وبلاگ به عنوان رسانه ی انتقال پیام از اهداف فرعی پژوهش محسوب می شود.

۱-۶ مرور تحقیقات پیشین

باتوجه به گسترش رسانه های دیجیتال چون وبلاگ و وب سایت در جوامع مختلف تحقیقات مناسبی نیز در سال های اخیر در این زمینه انجام پذیرفته است. این تحقیقات با رویکرد های مختلف در رشته هایی چون کامپیوتر، علوم ارتباطات، علوم اجتماعی، اطلاع سنجی وغیره انجام پذیرفته است. باتوجه به مبنای