

جنسیت و اجتماعات دینی مجازی: مطالعه مقایسه‌ای مشارکت دینی زنان

و مردان شیعه در کلوب امام رضا (ع)

مجید موحد^۱، محمدتقی عباسی شوازی^{۲*}

چکیده

مساله جنسیت یکی از موضوعات مغفول در جامعه‌شناسی دین تا نیمه دوم قرن بیستم بوده است. دینداری بالاتر زنان، جایگاه آنان در سلسله مراتب اقتدار دینی و حضور و مشارکت آنان در اجتماعات دینی از جمله موضوعات مناقشه‌انگیز معاصر می‌باشد. ظهور و گسترش اینترنت و ورود دین به فضای مجازی ابعاد تازه‌تر و ناشناخته‌تری را به این حوزه مطالعاتی بخشیده و شواهد چندانی از وضعیت زنان در اجتماعات دینی مجازی وجود ندارد. بر همین اساس، این مطالعه درصدد پاسخگویی به این سئوالات بوده است که میزان و سطوح مشارکت دینی زنان در اجتماع دینی مجازی مورد مطالعه چگونه است؟ آیا زنان توانسته‌اند با بهره‌گیری از پتانسیل‌های اجتماعات مجازی موقعیت خود را در اجتماعات دینی بهبود بخشند؟ و این وضعیت چه اشاراتی برای اجتماعات دینی در دنیای واقعی دارد؟ این مطالعه بخشی از مطالعه گسترده‌تر قوم نگارانه مجازی بوده است و داده‌ها با روش وینوگرافی از کلوب امام رضا (ع) جمع‌آوری و تحلیل شده است. نتایج نشان می‌دهد که زنان در تمامی فعالیت‌های دینی و حتی سلسله مراتب اقتدار دینی در این اجتماع مجازی مشارکت بالاتر و حضور فعال‌تری به نسبت مردان دارند. به بیانی دیگر زنان نه تنها با بهره‌گیری از فضای مجازی و امکانات آن توانسته‌اند علایق دینی خود را فارغ از محدودیت‌های جنسیتی اجتماعات دینی سنتی در دنیای واقعی دنبال کنند، بلکه با حضور و مشارکت خود اجتماعی مساواتگرایانه‌تر و جنسیت‌زدائی شده‌تر از اجتماعات دینی واقعی بوجود آورند.

واژه‌های کلیدی: اجتماعات دینی مجازی-واقعی، امام رضا(ع)، مشارکت دینی، جنسیت، زنان،

^۱ - دانشیار بخش جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز

^۲ - دکترای جامعه‌شناسی، دانشگاه شیراز

* - نویسنده مسئول مقاله: mtabbasi@rose.shirazu.ac.ir

مقدمه

امروزه جهان اجتماعی بیش از هر زمان دیگری در تاریخ، عرصه تاخت و تاز دگرگونی‌های سریع و عمیقی قرار گرفته است که در حال دگرگون کردن ساختارهای جوامع هستند. به زعم کاستلز^۱ (Castells, 2006:59)، بشر در ابتدای هزاره سوم در یکی از نادرترین مقاطع تاریخی زندگی می‌کند که وجه مشخصه آن دگرگونی تمامی ابعاد جامعه، به خصوص "فرهنگ مادی"، توسط یک پارادایم فناورانه جدید است. آنچنان که بسیاری از نظریه‌پردازان اجتماعی با آگاهی از این تغییرات و یا پیش‌بینی آن، ادعا کرده‌اند که زندگی اجتماعی بشر وارد مرحله تازه‌ای شده است که اطلاعات و ارتباطات در آن نقش محوری دارد (Webster, 2004:17-18).

بنا به تعبیر کاستلز ساختار اجتماعی عصر اطلاعات را "جامعه شبکه‌ای"^۲ شکل می‌دهد، جامعه‌ای که یکی از ویژگی‌های مهم آن "فرهنگ واقعیت مجازی"^۳ است، فرهنگی که در چارچوب انتقال نمادها به وسیله واسطه‌های الکترونیک شکل می‌گیرد (Castels, 2006: 17). فضاهای اجتماعی برآمده از این فناوری‌های نوین به خصوص اینترنت، فضایی مجازی^۴ می‌باشند که به‌عنوان بخشی از واقعیت اجتماعی دوران معاصر در آمده‌اند. بنابراین به موازات دنیای واقعی، دنیایی مجازی خلق شده است که خصلت‌های جدیدی به پدیده‌ها و تعاملات اجتماعی که به این فضا وارد می‌شوند بخشیده است و جهان اجتماعی را "دو فضایی" کرده است (Ameli, 2009).

همراه با بسیاری از پدیده‌های جهان واقعی که به فضای مجازی راه یافته است، دین نیز در اشکال و ابعاد مختلف خود، وارد این فضا شده است. لذا اجتماعات دینی مجازی یا آنلاین به‌عنوان یکی از اشکال حضور دین و گروه‌های دینی در فضای مجازی، تعاریف سنتی از اجتماع دینی و مقتضیات آنرا دگرگون کرده و تاکید بر ارتباطات رودررو و مکان جغرافیایی در تعریف اجتماعات، جای خود را به تاکید بر "شبکه" داده است. شبکه‌ای از افراد که حول یک مساله اعتقادی، از موضوع کلی معنویت یا عرفان گرفته تا تمرکز خاص بر اعتقادات فرقه‌ای یا واجبات و اعمال و مناسک دینی گرد هم می‌آیند. آنها گروه‌های تعاملی‌اند و کنش‌های متقابل دوسویه را بوسیله صور متنوعی از فناوری‌های اینترنت تسهیل می‌کنند (Campbell^B, 2005:125).

با بوجود آمدن فضای مجازی دینی، بحث مشارکت در آن همچون بحث مشارکت در فضای دینی واقعی اهمیت خاصی می‌یابد. به زعم بسیاری از محققین، زنان مسلمان، مشارکتی منفعلانه و نقشی حاشیه‌ای در اجتماعات دینی در دنیای واقعی دارند به نحوی که از نقش‌های رهبری و مرکزی در

¹-Castels

²- Networked Society

³- Culture of Virtual Reality

⁴- Virtual Space

حاضر بدنبال کشف و بررسی میزان و سطوح مشارکت زنان شیعه در مقایسه با مردان در کلوب امام رضا (ع) بعنوان یک اجتماع دینی مجازی فعال می‌باشد. با توجه به مباحث بالا، این مطالعه درصدد پاسخگویی به سئوالات زیر بوده است:

- مردان و زنان شیعه چگونه و در چه سطحی در این اجتماع دینی مجازی مشارکت دارند؟
- آیا زنان توانسته‌اند با بهره‌گیری از ظرفیت‌های اینترنت و اجتماعات دینی مجازی سطوح مشارکت خود را بهبود بخشیده و موقعیت خود را در اجتماعات دینی تغییر دهند؟
- این وضعیت چه اشاراتی برای اجتماعات دینی شیعیان دارد؟

با توجه به نوظهور بودن فضای مجازی و به‌خصوص حضور دین و اجتماعات دینی مجازی در جامعه ایران تحقیقاتی که بطور خاص در مورد زنان در اجتماعات دینی مجازی صورت گرفته باشد موجود نیست و به نظر می‌رسد این مطالعه یکی از اولین مطالعات این حوزه مطالعاتی باشد. بیش‌تر مطالعات صورت گرفته در ایران بر روی شکاف دیجیتالی جنسیتی، پتانسیل‌های اینترنت برای زنان، دینداری زنان و مردان و .. می‌باشد که در این مقاله به برخی از آنها اشاره می‌شود.

دینداری بالاتر زنان به نسبت مردان امری پذیرفته شده و مستند در تحقیقات جامعه‌شناسی دین است (موحد و کایدان، ۱۳۸۶). در همین راستا مطالعات دین‌سنجی در ایران نیز همانند مطالعات در کشورهای دیگر جهان دینداری بالاتر زنان به نسبت مردان را نشان می‌دهند (Serajzade, 1998; Mohseni, 2001; Ministry of Culture and Islamic Guidance, 2003; Talebi, 2001). چنانچه دیگر محققان (Meimandi & Sadrabadi, 2010) در مطالعه‌ای به بررسی رابطه جنسیت با میزان و ابعاد دینداری در بین دانشجویان دانشگاه یزد پرداخته‌اند. نتایج تحقیق آنها حاکی از آن است که زنان دیندارتر از مردان هستند. در تمامی ابعاد دینداری به جز بعد مناسکی، تفاوت بین مردان و زنان معنادار است، و زنان در تمامی ابعاد پیامدی، اعتقادی، عاطفی نمره دینداری بالاتری دارند. نکته بسیار مهم برای این مطالعه نتایج پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (Ministry of Culture and Islamic Guidance, 2003) است که در سراسر ایران انجام گرفته است. نتایج نشان داده که حضور زنان در اجتماعات دینی همچون نماز جماعت، نماز جمعه، هیات‌های مذهبی و عزاداری‌های محرم در تاسوعا و عاشورا کم‌رنگ‌تر از مردان است و مردان حضور پررنگ‌تری را در اجتماعات دینی دارند. این در حالیست که زنان در مولفه‌هایی چون اقامه‌ی مرتب نماز، اعتقاد به آخرت، توکل به خدا، روزه گرفتن، تلاوت قرآن، دعای کمیل، زیارت اماکن مقدسه، احساس نزدیکی به خدا و استخاره نمره بالاتری از مردان گرفته‌اند. این امر نشان دهنده این امر است که زنان در ابعاد فردی دین و دینداری در وضعیت بهتری به نسبت مردان هستند.

باستانی (Bastani, 2007) در مطالعه‌ای با عنوان "زنان مسلمان آنلاین"، به بررسی تاثیر فناوری‌های نوین ارتباطی بر شیوه‌های تعامل زنان مسلمان پرداخته است. نتایج این مطالعه که با

روش قوم‌نگاری مجازی بر روی وب‌سایت "شبکه زنان مسلمان"^۱ انجام شده است نشان می‌دهد که زنانی که به لحاظ اجتماعی و فیزیکی منزوی‌تر هستند و به دور از اجتماعات مسلمانان زندگی می‌کنند تلاش بیش‌تری برای بدست آوردن اطلاعات و حمایت بصورت آنلاین می‌کنند تا حس انزوای خود را کاهش دهند. ایشان معتقد است زنان می‌توانند از اینترنت برای به چالش کشیدن سلسله مراتب مردسالاری موجود در اجتماعات دینی بنیادگرای خودشان استفاده کنند گرچه همچنان وفادار گفتمان و فرهنگ اجتماع خود هستند.

بارزیلای-ناون و بارزیلای (Barzilai-Nahon & Barzilai 2005)، در مطالعه خود بر روی یکی از وب‌سایت‌های شبکه‌سازی فلسطین اشغالی به بررسی چگونگی استفاده از اینترنت توسط یهودیان سکولار، دیندار و راست‌آئین افراطی پرداخته‌اند. نتایج مطالعه آنها نشان می‌دهد که وب‌سایت یهودیان راست‌آئین افراطی به شدت سلسله‌مراتبی و مردسالارانه است و مردان بیش از زنان از اینترنت استفاده می‌کنند. زنان در اجتماع یهودیان افراطی دسترسی کمتری به نت دارند و حضور آنها کم‌رنگ است و در وب‌سایت‌های آنان اساساً به جنسیت توجهی نمی‌شود و کور جنسیتی^۲ هستند.

اشمیت (Schmidt, 2008) به بررسی نحوه مشارکت زنان مسلمان آمریکا در عرصه‌های وسیع اجتماعی و هم‌چنین مشارکت آنها در درون اجتماع دینی خودشان می‌پردازد. نتایج این مطالعه حاکی از آن است که مشارکت زنان در اجتماعات و مکان‌های دینی کمتر از مردان است و مردان نقش‌های مقتدرانه‌تری برای خود قائل هستند و زنان از سمت رهبری این اجتماعات محروم هستند و محدودیت فضایی زنان به عنوان یک مشکل عمومی در اجتماع مسلمانان آمریکا وجود دارد. بیش‌تر زنان مورد مصاحبه به حاشیه رانده شدن زنان در درون مساجد ناراضی بوده‌اند. از این رو آنها استراتژی‌های مختلفی را برای تغییر این وضعیت اتخاذ کرده‌اند. برخی از آنها با حضور و عبادت در قسمت مردان، و تعدادی دیگر با استفاده از فضاهای مساجد بطور اختصاصی و بدون حضور مردان و بدون به چالش کشیدن رهبری مردان، و برخی دیگر برگزاری جلسات مذهبی زنانه در محیط‌های دیگری به جز مساجد همچون دانشگاه‌ها و خانه‌های مسلمانان. اشمیت معتقد است که استفاده مستقل زنان از محیط مساجد و تشکیل گروه‌های زنانه در آن توزیع قدرت حاکم بر اجتماعات دینی را به چالش می‌کشد.

بر خلاف منطق روش‌شناسی اثبات‌گرایانه که رویکردی قیاسی و نظریه‌محور به جهان اجتماعی دارد، منطق روش‌شناسی تفسیری دارای رویکردی استقرایی است و نظریه‌نقشی کم‌رنگ‌تر دارد

1- Muslim Women Network

2- Gender-blind

(Neuman, 2000). بر این اساس در تحقیقات اکتشافی و روش‌های کیفی نظریات می‌توانند با فراهم کردن یکسری مفاهیم حساس کننده^۱ برای محقق به عنوان راهنمای عمومی تحقیق مد نظر قرار گیرد. بر این اساس، در این قسمت به بیان مختصر برخی مفاهیم و تعاریف مرتبط با اجتماعات دینی مجازی و استفاده‌های دینی از اینترنت می‌پردازیم.

در حالی که بسیاری از اندیشمندان اجتماع را پدیده‌ای دانسته‌اند دارای قلمرو جغرافیایی، ارتباطات چهره به چهره و امری که ریشه در مکان دارد؛ با ظهور و گسترش فضاهای مجازی و تعاملات رایانه واسط جامعه‌شناسان بیش‌تر از آنچه بر خصلت‌های مکانی، جغرافیایی و تعاملات رودررو افراد در تعریف اجتماع تاکید کنند بر ماهیت شبکه‌ای و رهایی آنها از فشارها و محدودیت‌های زمانی و مکانی تاکید می‌کنند (Reingold, 1993; Hampton & Wellman, 2002; Campbell, 2005a; VanDijk, 1997). چنانچه ون دایک (VanDijk, 1997:93) معتقد است بهترین تعریف مفهوم مجازی در این بستر "رهایی مداوم ارتباطات انسانی از محدودیت‌ها و فشارهای زمان و مکان" است؛ همپتون و ولمن (Hampton & Wellman, 2002:346) نیز بیان می‌کنند که امروزه "اجتماع بدون مجاورت"^۲ دیگر مفهومی جدید نیست، و "اجتماع مجازی بر پراکندگی جغرافیایی پیوندهای اجتماعی تاکید می‌کند (Wellman & Hampton, 1999). بنابراین، می‌توان گفت "اجتماعات مجازی اجتماعاتی هستند که به زمان و مکان خاص متصل نیستند، اما هنوز علایق مشترکی در واقعیت اجتماعی، فرهنگی و ذهنی افراد دارند، از علایق و فعالیت‌های عمومی گرفته تا خاص (VanDijk, 1997:40).

یکی از این علایق که باعث پیوند افراد در فضای مجازی و شکل‌گیری اجتماعات مجازی می‌شود، دین، اعتقادات دینی و انجام امور معنوی است. از این روی یکی از اجتماعات مجازی یا آنلاین "اجتماعات دینی آنلاین"^۳ (Campbell, 2005^A & ^B; 2010) هستند که امروزه در قالب‌های، مساجد و کلیساهای مجازی، وبسایت‌های شبکه‌سازی اجتماعی و وبلاگ‌های دینی، ایمیل لیست‌ها، گروه‌های بحث ایمیلی، اتاق‌های گفتگو^۴، چت اینترنتی واقعی^۵ با محوریت دین و معنویت در فضای مجازی جهانی حضور دارند. کمپل یکی از پیشگامان برجسته در حوزه مطالعاتی اجتماعات دینی آنلاین بیان می‌دارد که این نوع اجتماعات یک جلوه یا نمایشی است از اینکه

¹ - Sensitizing concepts

² - Community without Proximity

³ - Online Religious Community

⁴ - Chat Rooms

⁵ - Internet Real Chat

چگونه اینترنت توسط اجتماعات اعتقادی متفاوت به عنوان فضای مقدس^۱ و وابسته به امور مذهبی^۲ مورد استفاده واقع می‌شود (Campbell, 2005^B).

نو ظهور بودن پدیده فضای مجازی بطور کلی و به خصوص دین در فضای مجازی مطالعات اولیه محققان در این حوزه را به سمت مطالعات نظری، توصیفی - اکتشافی و سنخ بندی‌های مفهومی هدایت کرده است. محققان بیش تر بدنبال چهارچوب‌های مفهومی کلی برای فهم و درک تنوعات حضور دین در فضای مجازی بوده‌اند. بطور کلی می‌توان گفت که این حوزه جدید مطالعاتی هنوز هم از نبود نظریاتی کامل رنج می‌برد. در این میان، یکی از مفیدترین تمایزات مفهومی ساخته و پرداخته شده پیرامون دین در اینترنت تمایزی است که کریستوفر هلند (Heland, 2000) بین دین در فضای آنلاین^۳ (وارد کردن اشکال سنتی دین و اعمال دینی به محیط آنلاین) و دین آنلاین^۴ (منطبق شدن دین با خلق اشکال جدید و تعاملی معنویت در محیط آنلاین) مطرح کرده است (Campbell, 2010:119). هلند با توجه به این ساختار معتقد است، "یک سنخ شناسی ساده ای را می‌توان به کار برد تا سطوح مشارکت دینی در حال جریان از طریق این رسانه را بررسی کرد. سنخ اول دین در فضای آنلاین است. در این نمونه، وب سایت‌ها طراحی شده اند تا از شکل سنتی ارتباطات، بر اساس مفهوم کنترل از بالا به پایین و موقعیت اقتدار، بهره ببرند. (Heland, 2002: 293). مثال‌های این سایت ها را می‌توان سایت‌های مراجع تقلید و سازمان‌های دینی مانند حوزه-های علمیه و ... نامید. سنخ دوم دین آنلاین است. این شکل از دین آنلاین و مشارکت به محیط تعاملی ایده ال سایت مشخص می‌شود. در این حالت سایت به ارتباطات بسیار-با- بسیار^۵ بین کاربران و سایت با کاربران اجازه می‌دهد. افراد می‌توانند فعالیت‌هایی مانند دعا، عبادت، زیارت و حتی مدیتیشن را به صورت آنلاین و حتی دسته جمعی انجام دهند. از طریق لینک‌ها، اتاق‌های گفتگو، ایمیل لیست‌ها و لیست گفتگوها، محیط سایت به افراد اجازه می‌دهد تا اعتقادات شخصی خود را ارائه دهند، و حتی بازخورد شخصی بیابند (Ibid: 293). بنابراین مشارکت دینی در این دو نوع وب سایت‌ها، به لحاظ نوع و میزان متفاوت است.

برخی از محققین فمینیست مدعی هستند که اینترنت "رسانه زنان"^۶ است و این ایده امروزه در حال گسترش و پذیرش است حتی در نزد فمینیست‌های منتقد فناوری مانند الن بالکا (Balka, 1999) که بیان می‌دارد انتقادهای اولیه به ماهیت مردانه فناوری با اغوای پتانسیل‌های بدیع شبکه

1- Sacred Space

2- Sacramental Space

3- Religion online

4- Online religion

5- Many to many communication

6- Women's medium

جهانی اینترنت برای زنان راه خودش را به سمت فمینیسم سایبری باز کرده است. دال اسپندر (Spender, 1995) نیز معتقد است اینترنت می‌تواند در جهت توانمندسازی زنان در عرصه‌های مختلف عمل کند. در همین راستا شری ترکل (Turkle, 1995) معتقد است که آنچه ارتباطات اینترنتی نیازمند آن است یک اخلاق، وفاق و ارتباطات جماعتی است و این ویژگی‌هایی است که زنان در آن خوب عمل می‌کنند (Jenkins, 1999: 332). اینترنت و فناوری‌های مرتبط با آن با فراهم کردن پتانسیل‌های جدید و بی‌سابقه ارتباطی و اطلاعاتی برای زنان دیندار، وضعیت آنها را در اجتماعات دینی محلی‌شان دگرگون کرده است. حتی اینترنت فرصت‌های بهتری را برای شنیده شدن صدای زنان در بسترهای مردسالار دینی فراهم کرده است. گرچه هنوز این فرصت‌ها در بستر و چهارچوب اجتماعی و سلسله‌مراتبی آن صورت می‌گیرد (Barzilai-Nahon & Barzilai, 2005: 28). بر همین اساس باید دید آیا اینترنت و اجتماعات دینی مجازی توانسته است فرصت‌های بدیعی را در اختیار زنان قرار دهد و یا زنان توانسته‌اند از این پتانسیل‌ها برای ارتقا سطح و میزان مشارکت دینی خود و همچنین موقعیت خود در این اجتماعات استفاده کنند؟

اهداف پژوهش

محققان در این مطالعه برآنند تا به اهداف زیر دست یابند:

- ۱- کشف و توصیف چگونگی مشارکت مردان و زنان شیعه در اجتماع دینی مجازی مورد مطالعه.
- ۲- مقایسه چگونگی و سطوح مشارکت مردان و زنان شیعه در اجتماع دینی مجازی مورد مطالعه.
- ۳- تحلیل اشارات دگرگونی موقعیت زنان و مردان در اجتماعات دینی مجازی برای اجتماعات دینی واقعی.

روش پژوهش

روش تحقیق مورد استفاده در این مطالعه قوم‌نگاری مجازی بوده و داده‌ها با روش وبنوگرافی^۱ یا نتنوگرافی^۲ جمع‌آوری شده است. این روش نوعی مشاهده میدانی است که در آن داده‌ها از طریق کار میدانی آنلاین جمع‌آوری می‌شود. در روش وبنوگرافی محقق تلاش می‌کند با استفاده از اینترنت به جمع‌آوری داده‌ها از هر نوع کمی و کیفی بپردازد (Ferris & Peterson, 2011). این روش تحقیقاتی روشی ایده‌آل برای جمع‌آوری داده‌های غنی و ارائه توصیفی خوب از اجتماعات مجازی یا آنلاین و سایت‌های شبکه‌سازی اجتماعی می‌باشد (Francis, 2004). وبنوگرافی فرصت‌های بدیعی را در اختیار محقق قرار داده است تا به دیدگاه‌های این اجتماع و سطوح مشارکت آنها پی ببرد. استفاده از این روش تحقیقاتی برای گردآوری داده‌ها شیوه‌ای پذیرفته شده در میان

¹ - Webnography

² - Netnography

محققان (Dan & Forest, 1997; Nelson & Otnes, 2005; Rayan, 2008) است که جمع‌آوری داده‌ها را به شیوه‌ای غیره مزاحمتی^۱ فراهم می‌کند. لازم به ذکر است که داده‌ها و یافته‌های این مطالعه بخشی از مطالعه وسیع‌تری بوده است که با روش قوم‌نگاری مجازی^۲ انجام شده و از سال ۱۳۸۹ شروع شده و تا ۱۳۹۲ ادامه داشته است. بر همین اساس، محقق داده‌ها را از فروردین ۱۳۸۹ تا فروردین ۱۳۹۱ به عنوان عضو اجتماع دینی مورد مطالعه در بیش‌تر فعالیت‌های دینی انجام شده با حفظ فاصله، مشارکت داشته است و بیش‌تر فعالیت‌های این اجتماع دینی را مشاهده کرده و داده‌هایی را از فعالیت‌های آنها برای تحلیل جمع‌آوری کرده است. لازم به ذکر است محقق همچنان به عنوان عضو در این اجتماع به مشاهده روندها و فعالیت‌ها می‌پردازد و ارتباط خود را قطع نکرده است. در طول زمان کار میدانی، نوع و سطوح مشارکت زنان مورد توجه و مطالعه قرار گرفته و هدف ارائه توصیفی غنی از سطوح مشارکت زنان در این اجتماع مجازی دینی بوده است. داده‌ها با روش تحلیل محتوا^۳ تحلیل شده‌اند.

میدان مطالعه در این تحقیق یکی از کلوب‌های دینی وب سایت کلوب دات کام^۴ به نام "کلوب امام رضا (ع)"^۵ است. لذا میدان مطالعه، میدانی مجازی^۶ است. وب سایت کلوب که خود را به عنوان زندگی دوم ایرانیان معرفی می‌کند از جمله پر بازدید کننده‌ترین و پر طرفدارترین وب سایت‌های شبکه سازی فارسی زبان است که اساسا در ایران عمومیت دارد. این وب سایت یکی از بالاترین میزان‌های مراجعه کاربران در ایران را به خود اختصاص داده است. آمار وب سایت الکسا^۷ حاکی از آن است رتبه سایت کلوب دات کام به لحاظ میزان مراجعه کاربران در داخل کشور حائز رتبه پانزدهم و در بین وب سایت‌های شبکه سازی فارسی زبان بعد از فیس نما^۸ حائز رتبه دوم می‌باشد، شایان ذکر است در زمان شروع این مطالعه کلوب دات کام رتبه هشتم و اولین وب سایت شبکه اجتماعی فارسی زبان بوده است. هم‌چنین، رتبه جهانی کلوب دات کام در طول زمان انجام این مطالعه تغییراتی داشته است که از رتبه ۹۴۱ در سال ۹۰ به رتبه ۷۳۲ در سال ۹۱ و هم اکنون

^۱ -Unobtrusive

^۲ -Virtual ethnography

^۳ - Content analysis

^۴ - <http://www.cloob.com>

^۵ - http://www.cloob.com/clubname/imam_reza

^۶ - Virtual Field

^۷ - www.Alexa.com - این وب سایت اطلاعات تمامی وب سایت‌های قرار گرفته بر روی وب را بر اساس کارکرد سه ماهه اخیر آنها از جمله میزان مراجعه، میزان کاربران، ویژگی‌های دموگرافیک کاربران، رتبه آن در داخل و خارج از کشور و مقایسه آنها با یکدیگر را به کاربران ارائه می‌دهد

^۸ - www.facenama.com

۱۳۸۲ نزول یافته است.^۱ آمار فوق حاکی از آن است که میدان انتخاب شده برای مطالعه از پرتعدادترین و پر بازدید کننده‌ترین وب سایت شبکه سازی در ایران است که اقشار متنوعی از افراد از سراسر ایران در آن عضو هستند. کلوب امام رضا (ع) به عنوان یک اجتماع دینی مجازی در این وب سایت که میدان اصلی مطالعه بوده است با ۳۴۹۴۲ نفر عضو یکی از پر عضوترین کلوب‌های دینی در این وب سایت بوده که هم اکنون رتبه ۳۶ را در بین تمامی کلوب‌های دینی کسب کرده است.^۲ این رتبه حاکی از فعالیت‌های مستمر و زیاد این اجتماع دینی مجازی است. یکی دیگر از مسائلی که این اجتماع دینی را از سایر اجتماعات دینی این وب سایت متمایز می‌کند تنوع فعالیت‌های اعضاء می‌باشد. بسیاری از کلوب‌های دینی دیگر فقط بر فرستادن محتوا و اطلاعات دینی متمرکز هستند و تنها خصلتی تبلیغی دارند در حالی که در این اجتماع مجازی طیفی از مناسک دینی دسته جمعی از جمله خواندن دسته جمعی ادعیه و قرآن، مناسک دینی فردی و تلاش برای ارتقا سطح معنویت اعضاء انجام می‌گیرد. بر اساس شاخص‌های فوق این اجتماع دینی مجازی برای مطالعه انتخاب شده است.

چگونگی و سطوح مشارکت دینی زنان و مردان در فعالیت‌های متنوع این اجتماع دینی بر اساس سه شاخص زیر اندازه گیری شده است:

۱- مقالات ارسالی بر روی لیست مقالات:

مقالات عنوانی است برای مطالبی دینی که با پیشنهاد اعضاء یا مدیریت اجتماع دینی با تأیید مدیر یا معاونان آن برای تمامی اعضاء فرستاده می‌شود و در صفحه اصلی پروفایل شخصی اعضاء در قسمت "تغییرات کلوب‌ها" قابل رویت است. مقالات بخش مهمی از فعالیت‌های دینی کلوب را تشکیل می‌دهد و بیش‌تر ماهیتی اطلاعاتی-تبلیغی دارد. محقق با توجه به یکسان بودن کارکرد این امکان، با منبر در اجتماعات دینی در دنیای واقعی استعاره "منبر دیجیتال" را برای آن بکار گرفته است. در این پژوهش، تمامی مقالات ارسالی از فروردین ۱۳۸۹ تا شهریور ۱۳۹۰ جمع آوری شد. در طول این مدت ۳۵۵۰ مقاله از این اجتماع مجازی برای اعضاء ارسال شد. بدلیل ممکن نبودن تحلیل تمامی این پیام‌ها از یکسو، و قابل تعمیم بودن نتایج به تمامی ۳۵۵۰ مقاله، محققین با استفاده از تکنیک نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک و با استفاده از جدول لین و با احتساب ۴ درصد خطا، تعداد ۷۲۱ مقاله از بین مقالات انتخاب و تحلیل کرده اند.

^۱ - تاریخ بازدید ۹۳/۷/۱۹

^۲ - وب سایت کلوب دات کام بر اساس معیارهای فعالیت کلوب‌ها آنها را رتبه بندی می‌کند. این آمار بر اساس رتبه بندی خود وب سایت بود است. رتبه این کلوب دینی طی چند سال گذشته بر اساس شدت و میزان فعالیت‌ها بین ۱ تا ۴۵ در نوسان بوده است اما عموماً بین رتبه ۱۰-۲۰ بوده است.

یکی دیگر از بخش‌های این اجتماع مجازی که به مشارکت و فعالیت‌های دینی اعضاء اختصاص دارد فوروم بحث است که اعضاء و مدیریت این اجتماع بطور خلاقانه از این فناوری برای انجام بحث‌های دینی و مناسک دینی استفاده می‌کنند و اعضاء این امکان را می‌یابند که در آن به بحث و تبادل نظر و افکار خود حول موضوع تعیین شده بپردازند. بر همین اساس محقق ۵۰ بحث و مناسک دینی متفاوت انجام گرفته در این اجتماع مجازی را مورد بمطالعه و تحلیل قرار داده است به طوری‌که تمامی بحث‌ها تک به تک در طول زمان کار میدانی مورد بازدید قرار گرفته و میزان مشارکت زنان و مردان و مدیریت کنندگان و پیشنهاد دهندگان بحث مورد ثبت و ضبط قرار گرفته است.

مدیریت اجتماع دینی:

یکی دیگر از ابعاد مشارکت و فعالیت دینی در این اجتماع مجازی، به سطوح مدیریتی و انجام امور برنامه‌ریزی و هدایت فعالیت‌های دینی مربوط می‌شود. مدیریت این اجتماع متشکل است از یک مدیر با اختیارات کامل در برنامه‌ریزی و معاونان با اختیارات متفاوت کامل تا جزئی. به نوعی می‌توان مدیریت این اجتماع دینی را اقتدار دینی حاکم بر این اجتماع دانست. شاخص در نظر گرفته شده برای سنجش این نوع مشارکت، میزان حضور و فعالیت زنان و مردان در فعالیت‌های مدیریتی است.

توصیف میدان مطالعه

کلوب امام رضا (ع) یکی از ۲۳۹۸۴ گروه (کلوب) تاسیس شده در وبسایت کلوب و یکی از ۱۲۳۰ کلوب با طبقه بندی اعتقادات و مذهب می‌باشد. اما این کلوب دینی با داشتن بیش از ۳۴۹۴۲ عضو و فعالیت‌های متفاوت دینی از تبلیغات دینی گرفته تا مباحث و مناسک دینی یکی از فعال‌ترین کلوب‌های دینی وب سایت کلوب دات کام است. فعالیت‌های دینی این اجتماع مجازی که بر اساس اعتقادات تشیع و با محوریت امام رضا (ع) امام هشتم شیعیان تشکیل شده است محدود به بحث امامت در تشیع و یا مباحث مرتبط به امام رضا (ع) بطور خاص نمی‌شود، بلکه حوزه فعالیت‌های دینی این اجتماع مجازی تمامی حوزه‌ها و مسائل اسلام شیعی از قرآن و روایات، تا نماز، روزه، توسل، مباحث اعتقادی چه بطور دسته جمعی و چه فردی را شامل می‌شود. بنابراین این اجتماع مجازی را می‌توان به عنوان یک اجتماع دینی مجازی اسلامی - شیعی در نظر گرفت. بستر فناورانه - ی وب دوئی^۱ این وب سایت، کلوب امام رضا (ع) را از نوع "آنلاین دین"^۲ در طبقه بندی کریستوفر هلند قرار داده است. این امکان برای تمامی اعضاء فراهم است تا در طیفی از برنامه‌ها، مباحث و

¹-Web 2.0

²- online religion

فعالیت‌های دینی مشارکت کنند. این فعالیت‌ها را می‌توان از تهیه مطالبی دینی و فرستادن آن برای سایر اعضا، ارائه و پیشنهاد بحثی جدید برای اجرا، خواندن و داغ کردن مطالب ارسالی برای سایر دوستان، شرکت در مباحث ایجاد شده در فوروم بحث، مشارکت در برنامه‌های دسته جمعی طراحی شده در این اجتماع مانند ختم قرآن، خواندن ادعیه، خواندن دسته جمعی نماز شب در زمان خاص، توسل و درد دل با امام رضا (ع)، سلام به امامان شیعه، آموزش‌های دینی، تبلیغ دینی و ...

یافته‌های پژوهش

در این قسمت یافته‌های این تحقیق بر اساس اهداف طرح شده در این پژوهش می‌آیند. با توجه به اینکه کشف و توصیف چگونگی و سطوح مشارکت زنان و مردان همراه با مقایسه آنها به هم پیوسته است، در ادامه اهداف شماره ۱ و ۲ پژوهش با یکدیگر و به طور پیوسته ارائه می‌شوند. هدف سوم پژوهش که به اشارات دگرگونی موقعیت زنان و مردان در اجتماعات دینی مجازی برای اجتماعات دینی واقعی می‌پردازد در بخش نتیجه گیری بحث خواهد شد. در ادامه اهداف شماره ۱- کشف و توصیف چگونگی مشارکت مردان و زنان شیعه در اجتماع دینی مجازی؛ و ۲- مقایسه چگونگی و سطوح مشارکت مردان و زنان شیعه در اجتماع دینی مجازی در سه بخش الف، ب و ج خواهد آمد.

الف) بخش مقالات، منبر دیجیتال اجتماع مجازی

جدول شماره ۱ که به تحلیل موضوعی- جنسیتی مقالات ارسال شده توسط این اجتماع مجازی می‌پردازد نشان می‌دهد که بیش‌ترین میزان مقالات ارسالی به ترتیب به موضوعات روایات و احادیث، اشعار و دلنوشته‌ها و خاطرات (بیان مطالب دینی در قالب‌های هنری شعر و احساس گونه)، مطالب قرآنی، کلامی و فلسفی و سایر ادیان اختصاص یافته است. ۳/۷۴ درصد کل مقالات نیز تحت عنوان دین دیجیتال طبقه بندی شده است، چون مطالب با فرمت‌های صوتی و تصویری دیجیتالی شامل فیلم‌ها و صوت‌های مذهبی از علما، نوحه‌خوان‌ها و مراسمات دینی بوده است و نه صرفاً مطالبی در فرمت نوشته و متن.

تفکیک جنسیتی مشارکت دینی زنان و مردان در منبر دیجیتال این اجتماع مجازی حاکی از آن است که از ۷۲۱ مقاله نمونه‌گیری شده ۵۱۲ مقاله توسط زنان و تنها ۲۰۹ مقاله توسط مردان تهیه و ارسال شده است. این میزان بالای ۷۱/۲٪ زنان در مقایسه با ۲۸/۹۸٪ مردان حاکی از تسلط زنان بر منبر دیجیتالی این اجتماع مجازی است. این یافته از آنرو بسیار مهم و حیاتی است که بدانیم زنان در اکثر قریب به اتفاق منابر و ارائه مطالب و سخنرانی در اجتماعات دینی واقعی که مردان و زنان حضور دارند (نه اجتماعات دینی زنانه) هیچ نقشی ندارند، اما در اجتماعات دینی مجازی مانند کلوب امام رضا (ع) این زنان هستند که کنترل منبر را از ارائه مطالب با ذوق و سلیقه و دانش خود بر عهده گرفته‌اند.

نتایج جدول شماره ۱ هم‌چنین نشان می‌دهد که در تمامی موضوعات مقالات بدون استثناء درصد زنان ارسال‌کننده مقاله بیش از درصد مردان بوده است بطوریکه بالاترین میزان مقالات ارسال شده برای زنان مطالبی راجع به اعمال مستحبی روزانه " با ۸۸/۲۴٪ و برای مردان مطالبی با محتوای " اشاره به مکان‌های مقدس " با ۵۰٪ بوده است. ۶۰/۳۴٪ مقالات با عنوان " روایات و احادیث " و ۷۰/۹۰٪ مقالات با عنوان " اشعار و دلنوشته‌ها " و ۷۹/۷۱٪ مقالات " قرآنی " را زنان تهیه و ارسال کرده‌اند. درصد بالای زنان در ارائه مطالب " اشعار و دلنوشته‌ها " نیز تأیید کننده نتیجه‌گیری فوق مبنی بر پر رنگ بودن جنبه‌های عاطفی دین در مطالب ارائه شده در بخش مقالات به خاطر حضور بیش‌تر زنان، است. اما درصد پائین‌تر ارسال مطالب " فلسفی " توسط مردان (۴۰٪) به نظر در تضاد با نتیجه‌گیری فوق است چرا که به نظر می‌آید مردان در ارسال این مطالب باید بیش‌تر فعال بوده باشند، از نظر محقق این میزان پائین مربوط به همان روند اصلی مشارکت کمتر مردان است تا اینکه در تضاد با نتیجه‌گیری فوق باشد. اگر دقت شود، مشارکت ۴۰٪ مردان در ارسال مطالب فلسفی یکی از بالاترین درصدهای مردان است. با توجه به نتایج این جدول می‌توان گفت که مشارکت دینی زنان در تهیه و ارسال مطالب دینی از منبر دیجیتال این اجتماع مجازی یکی از پدیده‌های جدیدی است که در تاریخ اجتماعات دینی تشیع و حتی اسلام بی سابقه بوده است. پتانسیل‌های فضای مجازی به زنان این امکان را داده که بتوانند ظرفیت‌های خود را که در اجتماعات دینی واقعی و با محوریت مردان محدود شده بود به منصفه ظهور برسانند و با معنوی سازی اینترنت و وارد کردن آن به ریتم زندگی روزمره خود نقشی اساسی در آن ایفا کنند.

جدول شماره ۱؛ فراوانی و درصد مقالات منبر دیجیتال به تفکیک جنسیت و موضوع

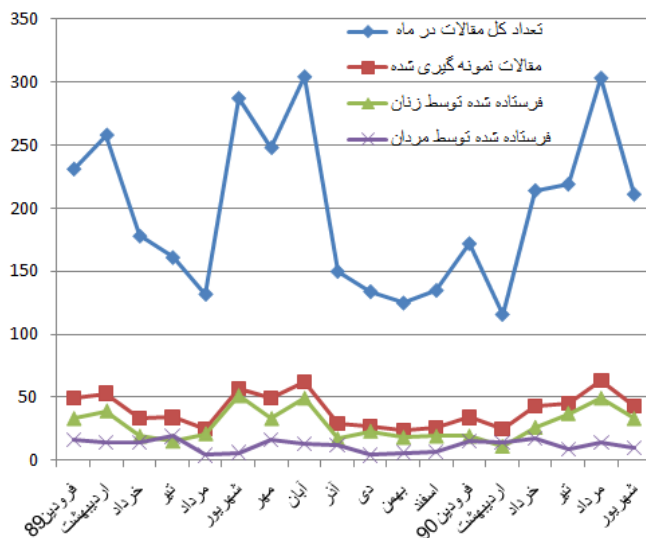
طبقه	تعداد کل	فرستنده مقاله
------	----------	---------------

مرد	زن	درصد موضوعی	فراوانی موضوعی	موضوع مقالات
۲۰/۲۹	۷۹/۷۱	۹/۵۷	۶۹	قرآنی
۳۹/۶۶	۶۰/۳۴	۲۴/۸۳	۱۷۹	روایات و احادیث
۴۰	۶۰	۱/۳۹	۱۰	کلامی- فلسفی
۱۵/۶۲	۸۴/۳۸	۴/۴۴	۳۲	اخلاقی
۲۱/۲۱	۷۸/۷۹	۹/۱۵	۶۶	شخصیت های دینی
۱۳/۰۴	۸۶/۹۶	۳/۱۹	۲۳	اعمال و مناسک دینی
۲۹/۱۰	۷۰/۹۰	۱۸/۵۹	۱۳۴	اشعار دلنوشته ها و خاطرات
۲۷/۲۷	۷۲/۷۳	۴/۵۸	۳۳	تاریخ اسلامی و شیعی
۳۵	۶۵	۵/۵۵	۴۰	اخبار و مسائل اجتماعی و فرهنگی
۲۲/۲۲	۷۷/۷۸	۲/۵۰	۱۸	عرفانی
۱۱/۷۶	۸۸/۲۴	۲/۳۶	۱۷	اعمال مستحبی روزانه
۲۹/۶۳	۷۰/۳۷	۳/۷۴	۲۷	دین دیجیتال
۴۰	۶۰	۰/۶۹	۵	سایر ادیان
۵۰	۵۰	۳/۳۳	۲۴	اشاره به مکان‌های مقدس و اجتماعات دینی
۱۸/۱۸	۸۱/۸۲	۶/۱۰	۴۴	غیره
۲۰۹	۵۱۲	٪۱۰۰	۷۲۱	جمع کل

نمودار شماره ۱، به تحلیل روند زمانی ارسال مقالات به تفکیک جنسیت و ماه‌های سال می‌پردازد. در این نمودار که یک نوع روند شناسی تحلیلی از مشارکت دینی زنان و مردان است شاخص‌هایی چون میزان کل مقالات ارسالی که ۳۵۵۰ بوده است، تعداد مقالات نمونه‌گیری شده در هر ماه و تعداد مقالات ارسالی در هر ماه توسط زنان و مردان نشان داده شده است. تفکیک میزان مقالات ارسالی بر اساس جنسیت و ماه‌های سال که در نمودار مشهود است حاکی از این امر است که میزان مشارکت مردان در منبر دیجیتال روندی تقریباً ثابت، بدون افت و خیز شدید و در اکثر قریب به اتفاق ماه‌های سال کمتر از زنان بوده است. تنها در تیرماه ۸۹ و اردیبهشت ۹۰ با فروکاهش مشارکت زنان در ارسال مقالات تعداد مقالات ارسالی توسط مردان اندکی بیش از زنان بوده است. اما این واقعه بیش‌تر از آن که ناشی از افزایش مشارکت مردان باشد، ناشی از فروکاهش مشارکت زنان بوده است. هم‌چنین نمودار نشانگر ثبات در روند مشارکت مردان بوده، اما مشارکت زنان در ارسال مقالات در طول ماه‌های سال به جز دو مورد ذکر شده در بالا در اکثریت ماه‌ها بیش‌تر از مردان بوده و حاکی از سطوح مشارکت بالاتر آنها به نسبت مردان می‌باشد. افزایش فعالیت‌های منبر دیجیتال در طول ماه‌های سال به دلیل افزایش مشارکت زنان بوده است تا مردان. چرا که افزایش مطالب ارسالی از طریق منبر دیجیتال در ماه‌های رمضان و دیگر مواقع سال همراه

با مشارکت بیش‌تر زنان بوده است. روند شناسی تحلیلی این فعالیت دینی که در نمودار شماره ۱، نشان دهنده تداوم و مستمر بودن مشارکت زنان در اجتماعات دینی مجازی در طول ماه‌های سال بوده است.

هم‌چنین بر اساس مقالات ارسال شده بدون در نظر گرفتن جنسیت، حاکی از افزایش شدید تعداد مقالات در ماه‌های مرداد و شهریور ماه ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰ است. این افزایش و کاهش در مقالات نمونه‌گیری شده و ارسالی توسط زنان و مردان نیز به خوبی انعکاس داده شده است و در نمودار مشهود است. با نگاه به تقویم اسلامی و قمری مشخص می‌شود که این افزایش‌ها در ماه رمضان هر دو سال بوده است که حال و هوای معنوی و مشارکت و فعالیت اعضاء در اجتماع دینی در این ماه بیش‌تر از سایر ماه‌های سال است. از جمله افزایش‌های دیگر در ماه‌های ابتدائی پائیز و همراه با شروع سال تحصیلی و یا در بهار بوده است. همین‌طور فروکاهش‌ها در ماه‌های دی و بهمن و خرداد و تیر بوده است. با توجه به اینکه اکثریت اعضاء این اجتماعات دینی را جوانان شاغل به تحصیل دانشگاهی و دبیرستانی تشکیل می‌دهند، این فروکاهش‌ها را می‌توان به ایام امتحانات مرتبط دانست. جالب اینجاست که به محض پایان یافتن این ایام میزان ارسال مقالات نیز افزایش می‌یابد. نتیجه اینکه، گرچه اجتماعات دینی مجازی در بستری آنلاین و فضای مجازی حضور دارند اما مستقل و بدون تاثیر از بستر اجتماعی- فرهنگی گسترده‌تری که در آن قرار دارند نمی‌باشند و برای فهم فرایندهای مشارکت دینی در اجتماعات دینی مجازی باید به فرایندهای اجتماعی و فرهنگی و سنت‌های دینی جامعه نیز توجه کرد، به بیانی دیگر با رویکرد دو فضائی باید این پدیده‌ها را تبیین کرد. بر این اساس در تحلیل فرایندهای دین در فضای مجازی باید به هر دو فضای مجازی و واقعی توجه داشت.



نمودار شماره ۱، فرایند زمانی ارسال مقالات از منبر دیجیتال اجتماع دینی بر اساس ماه و

جنسیت

ب) فوروم بحث^۱: فضایی مقدس برای مناسک دینی

یکی از ویژگی‌هایی که اجتماعات مجازی را از وب سایت‌هایی که صرفاً به ارائه اطلاعات می‌پردازند متمایز می‌کند و آنها را به یک اجتماع تبدیل می‌کند، یک حس "ما"ی جمعی است که از طریق ارتباطات رایانه- واسطی که به واسطه فناوری‌ها و نرم افزارهای گوناگون به کار گرفته شده در شبکه مجازی اینترنت تحقق می‌یابد. این امکانات، ارتباطات بین افراد و اعضاء اجتماع را در دو شکل ارتباطات همزمان^۲ و ناهمزمان^۳ تسهیل و ممکن می‌کنند و به اعضاء امکان تولید محتوا و تعامل با یکدیگر می‌دهند. یکی از این امکانات، وجود فوروم‌های بحث^۴ است که اعضاء این امکان را می‌یابند که در آن به بحث و تبادل نظر و افکار خود حول موضوع تعیین شده بپردازند. برخی از محققین فوروم‌های بحث را از جمله مهمترین ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی می‌دانند، چرا که این فوروم‌ها بیشترین استفاده‌ها را در اجتماعات مجازی بزرگ دارند و بیشترین مشارکت اعضاء را جلب می‌کنند (kim, 2008:29).

جدول شماره ۲ مشارکت زنان و مردان عضو این اجتماع دینی مجازی در ۵۰ بحث از بحث‌های انجام شده تا شهریور ماه ۱۳۹۰ را نشان می‌دهد. نتایج این جدول از جمله یافته‌های مشاهده

¹- Discussion Forum

²- Synchronies

³- Asynchronies

⁴- Discussion Forum

مشارکتی محقق از ابتدای شروع آن در فروردین ۱۳۸۹ می‌باشد، که بر اساس حضور و مشاهده بحث‌های متنوع و ثبت و ضبط داده‌ها بوده است. این جدول سعی دارد یک نمای کلی از مباحث و فعالیت‌های اعضای این اجتماع دینی را به تصویر بکشد. تمامی این مباحث متفاوت در قالب ۸ دسته متفاوت طبقه‌بندی شده که در جدول زیر مشهود است. برخی از بحث‌ها مربوط به انجام مناسک دینی خاصی بوده است که به دو صورت فردی و جمعی انجام شده است. مناسک دسته جمعی به آن دسته از برنامه‌ها و فعالیت‌های دینی اطلاق شده است که بصورت دسته جمعی توسط اعضاء این اجتماع مجازی انجام شده است. ۶ بحث با این عنوان طبقه بندی شده که پیشنهاد دهنده و اجرا کننده ۵ برنامه آن زنان بوده‌اند و تنها یک برنامه آن را مردان پیشنهاد داده‌اند. برخی از این مناسک عبارت بوده‌اند از "ختم دسته جمعی قرآن"؛ "ختم دسته جمعی سوره حشر"؛ "ختم زیارت آل یاسین"؛ "طرح چهله دعای عهد"؛ "ختم زیارت امین الله در روز ولادت حضرت امام رضا (ع)"؛ "ختم دسته جمعی امن یجیب در شب‌های جمعه" و ۸۵/۴۵٪ آنان زن بوده‌اند.

۷ بحث در دسته مناسک دینی فردی گنجانده شده که ۶ عدد از آنها را زنان پیشنهاد داده‌اند و تنها یکی از آنها را مردان. ۴۱۳۱ نفر در این مناسک فردی شرکت داشته‌اند و بیش‌ترین میزان شرکت کننده‌ها یعنی ۶۲/۷۲٪ از آن زنان بوده است. برخی از مباحثی که در قالب مناسک دینی فردی دسته بندی شده است عبارت بوده‌اند از "بیا برای سلامتی و تعجیل در فرج صاحب الزمان دعا کن"؛ "حضورت را با لعن و نفرین دشمنان اهل بیت اعلام کن"؛ "ذکر ایام هفته"؛ "اگه می‌خواهی به امام حسین و باران باوقایش درود بفرستی بیا اینجا".

تجربه دینی و یا بعد عاطفی - تجربی دین یکی دیگر از ابعاد دین است که در طبقه بندی مباحث و فعالیت‌های دینی این اجتماع مجازی بکار رفته است. ۹ بحث متفاوت در قالب بعد تجربی - عاطفی دسته بندی شده است که از این تعداد ۶ بحث را زنان و تنها ۳ بحث را مردان پیشنهاد داده‌اند. از ۱۹۴۳ مشارکت کننده در این بحث‌ها ۶۸/۵۵٪ از آنان را زنان تشکیل داده‌اند. برخی از عناوین این مباحث و برنامه‌ها عبارت بوده‌اند از "خاطرات زیارت امام رضا"؛ نامه‌ای به خدا"؛ "لحظه‌های بی تو (جمعه‌های انتظار) با خدا و امام زمان"؛ "ارسال تنها پیامک به خدا"؛ "خاطرات سفر حج". این دسته از فعالیت‌ها و بحث‌ها به لحاظ فراوانی بیش‌ترین تعداد را داشته است و تا اندازه‌ای جاذبه ابعاد عاطفی دین را برای اعضاء که بیش‌تر آن زنان بوده‌اند را نشان می‌دهد.

تنها ۴ بحث به مباحث اعتقادی اختصاص یافته‌اند که از این تعداد ۳ بحث با پیشنهاد مردان و تنها یک بحث با پیشنهاد زنان بوده است. از ۱۳۶ شرکت کننده در این چهار بحث ۵۹/۵۶٪ از آنان را مردان تشکیل داده‌اند. که نشان دهنده علاقه کمتر زنان به این مباحث بوده است. برخی از عناوین بحث‌های دسته بندی شده در این طبقه عبارت بوده‌اند از، "مبارزه با بهائیت (فرقه انحرافی و

ابتکاری استعمارگران)؛ "محکوم کردن وهابیون (دشمنان اهل بیت (ع) و لکه ننگ مسلمین جهان)؛ "مبارزه با شیطان پرستی"؛ "پرسش و پاسخ در زمینه شبهات اعتقادی، اگه سوال دارین بپرسین". هم‌چنین ۵ بحث از مباحث فوروم بحث این اجتماع مجازی بطور خاص به امام رضا (ع) اختصاص داشته است. ۳ بحث از این مباحث را مردان و ۲ بحث را زنان پیشنهاد داده‌اند. از ۲۲۴ شرکت کننده ۵۳/۵۷٪ زنان بوده‌اند. برخی از عناوین این مباحث عبارتند از، "دوست داری خادم حرم امام رضا بشی؟"؛ "با امام رضا (ع) ارتباط تلفنی داشته باشید ... "؛ "حرم شناسی (درباره حرم- اماکن حرم)؛ "شفا یافتگان".

مباحث اجتماعی- فرهنگی نیز از جمله بحث‌هایی بوده است که در فوروم بحث این اجتماع به بررسی گذاشته شده است. جدول زیر حاکی از آن است که ۶ بحث به مسائل اجتماعی- فرهنگی اختصاص یافته که از این تعداد ۴ بحث را مردان پیشنهاد داده‌اند و تنها ۲ بحث را زنان. با این حال از ۵۶۲ مشارکت کننده در این بحث‌ها ۶۳/۸۸٪ از آنان را زنان تشکیل می‌داده‌اند. برخی از عناوین این مباحث عبارتند از، "انتقاد از آستان قدس رضوی"؛ "پیام‌ها، گزارش‌ها و اخبار تصویری"؛ "چرا فشن‌ها به مسجد نمی‌آیند؟" و ..

آموزش دینی و اطلاعات دینی دسته‌ای دیگر از مباحث بوده است که سعی در افزایش اطلاعات و آگاهی‌های دینی اعضا داشته است. از ۸ بحثی که به آموزش و اطلاعات دینی اختصاص داشته بطور مساوی ۴ پیشنهاد دهنده زنان و ۴ پیشنهاد دهنده دیگر مردان بوده‌اند. از ۷۰۷ مشارکت کننده این مباحث ۵۰/۵۰٪ را مردان تشکیل داده‌اند و با اندکی اختلاف مشارکت بیش‌تری به نسبت زنان داشته‌اند. برخی از عناوین مباحث آموزشی- اطلاعاتی عبارت بوده‌اند از، "آموزه‌های قرآن"؛ "معرفی بهترین کتاب‌هایی که تا بحال خوانده‌اید"؛ "به سؤال نفر قبلیت جواب بده و به سؤال بپرس (درباره تاریخ، فرهنگ و تمدن است)"؛ "به سر بزین اینجا (هدیه امروز به شما از باغ نهج- البلاغه)"؛ "مسابقه اطلاعات دینی همراه با جایزه".

همچنانکه هر اجتماعی نیازمند ارتباطاتی بین اعضا با یکدیگر و رهبران آن اجتماع می‌باشد در این اجتماع دینی و مجازی نیز برخی از مباحث به دنبال ایجاد آشنائی و تعامل بیش‌تر اعضا و مدیریت اجتماع بوده‌اند. از ۵ بحث دسته بندی شده در این طبقه ۵ بحث را زنان پیشنهاد داده‌اند و تنها یک بحث را مردان. از ۲۸۱۱ مشارکت کننده در این ۶۳/۶۸٪ زنان بوده‌اند. برخی از عناوین این مباحث عبارت بوده‌اند از، "اونایی که دارن میرن زیارت و نیز اونایی که التماس دعا دارند"؛ "تازه واردها خوش اومدید، خودتونو معرفی کنید"؛ "نفر قبلی خودتو با یکی از سخنان اهل بیت (ع) یا بزرگان نصیحت کن".

جدول شماره ۲، تحلیل مشارکت دینی اعضاء در فوروم بحث بر اساس جنسیت و سنخ بندی

تعداد بازدید کننده	برنامه‌ها							
	مشارکت کنندگان		ارائه دهنده برنامه		فراوانی	سنخ بندی برنامه‌ها		
	کل	زن	مرد	زن			مرد	
۴۴۳۷	۱۷۴۶	۸۵/۴۵	۱۴/۵۵	۵	۱	۹	۱	مناسک دینی دسته جمعی
۷۸۵۲	۴۱۳۱	۶۲/۲۲	۳۷/۲۸	۹	۱	۷	۲	مناسک دینی فردی
۷۹۵۱	۱۹۴۳	۶۸/۵۵	۳۱/۴۵	۹	۲	۹	۳	تجربی - عاطفی
۵۵۰	۱۲۶	۴۰/۴۴	۵۹/۵۶	۱	۲	۴	۴	مباحث اعتقادی
۹۰۷	۲۲۴	۵۳/۵۷	۴۶/۴۳	۲	۲	۵	۵	مباحث مرتبط با امام رضا (ع)
۲۱۸۳	۵۶۲	۶۳/۸۸	۲۶/۱۲	۲	۴	۹	۶	مباحث اجتماعی-فرهنگی
۲۰۵۲	۷۰۷	۴۹/۵۰	۵۰/۵۰	۴	۴	۸	۷	آموزش و اطلاعات دینی
۶۹۱۶	۲۸۱۱	۶۳/۶۸	۲۶/۳۲	۴	۱	۵	۸	مباحث ارتباطی با اعضاء و مدیریت
۳۲۸۴	۱۲۲۶	۳۴/۰۲	۶۵/۹۸	۲۰	۲۰			جمع کل

در کل، نتایج جدول فوق که بخش مهمی از فعالیت دینی این اجتماع دینی را نشان می‌دهد، در راستای سایر فعالیت‌های دیگر حضور و مشارکت زنان بیش‌تر از مردان است. بطوریکه از ۱۲۲۶۰ مشارکت کننده در این مباحث ۶۵/۹۸٪ آنان را زنان و ۳۴/۰۲٪ مردان بوده‌اند. به جز مباحث اعتقادی و آموزش و اطلاعات دینی که خصلتی شناختی دارد و به نظر مورد علاقه زنان نبوده است در سایر مباحث زنان بیش‌ترین مشارکت را داشته‌اند. به لحاظ فراوانی مباحثی که بعد تجربی-عاطفی دین بوده‌اند با ۹ بحث بیش‌ترین تعداد را داشته‌اند که نشان دهنده علائق خاص زنانه در دین است. اما اگر مباحث و برنامه‌های مناسکی جمعی و فردی را با هم در نظر بگیریم با ۱۳ بحث و برنامه متفاوت بیش‌ترین فعالیت‌ها بوده است. از این رو می‌توان فوروم بحث اجتماع مجازی امام

رضا را فضایی مقدس برای انجام مناسک دینی بر شمرده که باز هم زنان با مشارکت بیش‌تر خود موقعیت بهتری به نسبت مردان.

ج) مدیریت کلوب امام رضا (ع)

یکی دیگر از شاخص‌های در نظر گرفته شده برای ارزیابی و بررسی نقش و مشارکت زنان در اجتماع مجازی امام رضا (ع) میزان حضور مردان و زنان در سمت‌های مدیریتی این اجتماع دینی می‌باشد. به بیانی دیگر می‌توان این افراد را صاحبان اقتدار دینی در این اجتماع دینی مجازی دانست. در طول دو سال و اندی حضور محقق در میدان مطالعه و مشاهده مشارکتی، مشاهده شد که گرچه افرادی که در سمت‌های مدیریتی این اجتماع دینی حضور دارند دستخوش تغییر و تحول بوده‌اند و نفرات مدام تغییر کرده‌اند، اما یک چیز ثابت بوده است و آن حضور پررنگ‌تر زنان در سمت‌های مدیریتی بوده است. بر اساس مشاهدات، فرایند انتخاب معاونین متکی به فعال بودن افراد و خواست آنها برای سمت معاونت است که باید مورد تأیید مدیر و برخی از فعال‌ترین معاونان این اجتماع دینی برسد. در تمامی طول مدت حضور محقق در این اجتماع دینی زنان بیش از دو سوم معاونین را تشکیل می‌داده‌اند و حضور و فعالیتی بیش از مردان در امور مدیریتی این اجتماع داشته‌اند.

نگاهی به بخش معاونان کلوب امام رضا (ع) نشان می‌دهد که این کلوب در حال حاضر یک مدیر و ۱۲ معاون دارد. از این معاونین تنها دو نفر مرد هستند و ۱۰ معاون دیگر را زنان تشکیل می‌دهند. جوان‌ترین آنها ۲۲ سال و مسن‌ترین آنها ۳۷ ساله با میانگین سنی ۲۷/۸ سال می‌باشد. تحصیلات ۴ نفر از معاونین زن فوق لیسانس، ۳ نفر لیسانس و مابقی دیپلم و فوق دیپلم می‌باشد. مردان دارای تحصیلات لیسانس، دیپلم و زیر دیپلم بوده‌اند. ۵ نفر متاهل و و بقیه مجرد و دارای اختیارات و سطوح متفاوت فعالیت هستند.

آنچه از اقتدار حاکم بر این اجتماع می‌توان نتیجه گرفت این که اقتدار مسلط حاکم بر این اجتماع را زنانی جوان و با تحصیلات بالا و غیر مرتبط با تخصص‌های دینی و حوزوی تشکیل می‌دهند. گرچه مدیر این اجتماع مرد است اما برخی معاونین زن هستند که اختیارات تقریباً کاملی همچون مدیر کلوب را بر عهده دارند. در بین اقتدار حاکم هیچکدام از آنها تحصیلات تخصصی و مرتبط دینی یا حوزوی را دارا نیستند و اکثراً افرادی دیندار با علایق دینی تشکیل می‌دهند. نتایج مبتنی بر مشاهدات و شواهد حاکی از آن است که زنان در عرصه مدیریتی این اجتماع دینی نیز دارای سطوح مشارکتی بالاتر و نقش پررنگ‌تری دارند. هدف سوم پژوهش که به اشارات دگرگونی موقعیت زنان و مردان در اجتماعات دینی مجازی برای اجتماعات دینی می‌پردازد در بخش بحث و نتیجه‌گیری خواهد آمد.

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از موضوعات بسیار مهم و اساسی در جامعه‌شناسی دین بحث جنسیت است که تا قبل از نیمه دوم قرن بیستم آنچنان مورد توجه جامعه‌شناسان دین نبوده است. تحقیقات این حوزه نشان می‌دهد که علیرغم دینداری بالاتر زنان به نسبت مردان حضور و مشارکت آنان در اجتماعات دینی کم‌رنگ‌تر است و یا اگر به لحاظ عددی حضور بیش‌تری دارند، اما در سلسله مراتب اقتدار حاکم در اجتماعات دینی جایگاه قابل توجهی ندارند، حتی در جوامع غربی (4-693؛ Irshad Khanb, 2012: 11-12; Hussain, 2008: 177-9; Schmidt, 2008: 211-12). اما آیا زنان می‌توانند با بهره‌گیری از پتانسیل‌های فضای مجازی و اجتماعات دینی مجازی این وضعیت را تغییر دهد؟ و اینکه اشارات دگرگونی موقعیت زنان و مردان در اجتماعات دینی مجازی برای اجتماعات دینی واقعی چیست؟

نتایج این مطالعه حاکی از آن است که بستر تکنولوژیک این اجتماع مجازی که با منطبق وب دوئی-ها طراحی شده است بروز و نمایش دین و مشارکت دینی را از نوع دین آنلاین است (Helland, 2000) قرار داده است. فضایی که افراد می‌توانند به تعامل با یکدیگر پرداخته و در فرایند ارتباطی دو سویه علائق دینی خود را پی‌گیری کنند.

داده‌ها حاکی از آن است که این اجتماع مجازی دینی حول محور امامت و بطور خاص امام هشتم شیعیان امام رضا (ع) در مذهب تشیع تشکیل شده است. اما حوزه فعالیت‌های دینی محدود به مفهوم امامت و شخص امام رضا (ع) محدود باقی نمانده است. فعالیت‌های دینی به بسیاری از حوزه-های احکام، مناسک، اعتقادات، تاریخ و ... مربوط می‌شود. اکثریت قریب به اتفاق اعضاء را جوانانی با تحصیلات بالا و سواد کامپیوتری تشکیل می‌دهند. داده‌ها از مشارکت بالاتر زنان به نسبت مردان در تمامی فعالیت‌های دینی خبر می‌دهد. روند شناسی مشارکت زنان در یکسال و نیم فعالیت آنان حاکی از آن است که مشارکت زنان مقطعی نبوده و در اکثریت قریب به اتفاق زمان‌ها در سطح بالاتری از مردان بوده است؛ و میزان مشارکت مردان روند ثابتی را داشته است. به نحوی که افزایش و کاهش فعالیت‌ها در این اجتماع مجازی تا حد زیادی مربوط به افزایش و کاهش فعالیت زنان بوده است.

تحلیل مطالب دینی ارائه شده از طریق "منبر دیجیتال" این اجتماع مجازی نشان داد که زنان با ارسال تقریباً ۷۲٪ مطالب از طریق "منبر دیجیتال" خطیبان مجازی بلامنازع این اجتماع مجازی بوده‌اند. منبر در اجتماعات دینی اسلامی- شیعی به سکوتی اطلاق می‌شود که خطیب بر روی آن می‌نشیند و به موعظه و خطابه برای مخاطبین خود می‌پردازد. این امکان همیشه در دست مردان بوده است و خطبا و روحانیون اقتدار و مشروعیت تکیه زدن بر آن و ایراد خطابه‌های دینی را داشته‌اند. اما این حوزه اقتدار مردانه در اجتماعات دینی مجازی توسط زنان به چالش کشیده شده

است و زنان نیز خطیبانی دینی، تکیه زده بر منبر البته منبر دیجیتال شده‌اند. حضور پر رنگ زنان در این اجتماعات خصلت‌های خاصی به این اجتماعات بخشیده است. همانطور که در جدول یک مشهود است بعد از مطالب ارسال شده مرتبط با "احادیث و روایات" که خصلت شیعی این اجتماع را نشان می‌دهد؛ در رتبه دوم مطالب احساسی و عاطفی دینی که همان "اشعار و دلنوشته‌ها" باشد بیش‌ترین فراوانی مطالب منبر دیجیتال را داشته‌اند. از سوی دیگر مطالب فلسفی و کلامی یکی از کمترین فراوانی‌ها را داشته‌اند؛ از سوی دیگر در مباحث و برنامه‌های فوروم بحث بیش‌ترین فراوانی با ۹ بحث از آن بحث‌هایی با ماهیت بعد عاطفی - تجربی دین بوده‌اند و از بالاترین تعداد مشارکت کنندگان نیز برخوردار بوده‌اند. این در حالی است که مباحث اعتقادی که ماهیتی فکری و غیره احساسی دارند کمترین فراوانی و کمترین میزان مشارکت اعضاء را جلب کرده‌اند. به نظر می‌رسد حضور و نقش پر رنگ زنان در این اجتماع مجازی تا اندازه‌ای خصلت عاطفی - احساسی به این اجتماع دینی مجازی بخشیده است بطوریکه جاذبه ابعاد عاطفی دین را برای اعضاء که بیش‌تر آن زنان بوده‌اند نشان می‌دهد.

اگر تعداد برنامه‌های به اجرا گذاشته شده در این اجتماع مجازی را که حول محور انجام مناسک دینی جمعی و فردی بوده‌اند را با هم ترکیب کنیم، مشاهده می‌شود که این برنامه با بیش‌ترین فراوانی یعنی ۱۳ برنامه، بیش‌ترین میزان بازدید کننده و بیش‌ترین میزان مشارکت کننده را به خود اختصاص داده‌اند. این امر به خوبی نشان دهنده این است که این اجتماع دینی هم‌چنین بیش‌تر بر مناسک دینی متمرکز است. برنامه‌هایی که انجام عبادات و دعاها را تشویق و ترغیب می‌کند. در این زمینه نیز می‌توان گفت بیش از ۷۵٪ مشارکت کنندگان و پیشنهاد دهندگان این برنامه‌ها زنان بوده‌اند.

یکی دیگر از مباحث مطرح در مورد زنان و اجتماعات دینی، بحث حضور زنان در سلسله مراتب اقتدار دینی حاکم بر اجتماعات دینی است. در حالیکه اکثریت قریب به اتفاق اجتماعات دینی اسلامی - شیعی که بطور عمومی برگزار می‌شود و زنان و مردان با هم در آن شرکت می‌کنند دارای اقتداری مردانه هستند و زنان بیش‌تر مخاطب صرف برنامه‌های ترتیب داده شده توسط مردان می‌باشند. شواهد و مشاهدات مشارکتی محقق در این اجتماع مجازی نشان می‌دهد که زنان نه تنها در فعالیت‌های دینی مشارکت مسلط را دارند، بلکه در سلسله مراتب اقتدار این اجتماع نیز جایگاهی بهتر از مردان را به دست آورده‌اند. هم به لحاظ کمیت حضور و هم کیفیت مشارکت زنان در حوزه‌های تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌های دینی این اجتماع نقشی اساسی را ایفا می‌کنند. این پدیده‌ای جدید، بی‌سابقه و چالش برانگیز برای اجتماعات دینی سنتی و اقتدار مردانه حاکم برای آن خواهد بود؛ همچنان که باستانی نیز یکی از چالش‌هایی که حضور گسترده و پررنگ زنان در اجتماعات دینی مجازی را چالش با مردسالاری حاکم بر اینگونه اجتماعات (Bastani, 2000)

می‌داند. نتایج این تحقیق این چالش را به خوبی نشان داده است. اما نباید از این نکته غافل ماند که حضور و مشارکت بالاتر زنان در عرصه‌های مختلف این اجتماع به خصوص در سلسله مراتب اقتدار به هیچ عنوان با ایدئولوژی‌های فمینیستی و یا انتقادی نبوده است. به زعم محقق و براساس مشاهدات میدانی، این روندی طبیعی و فارغ از هر گونه نگرش‌های انتقادی بوده است. به نظر می‌رسد مشارکت بالاتر زنان و نقش پررنگ تر آنان در رهبری این اجتماع غیر انتقادی و محصول پتانسیل‌های فضای مجازی برای زنان دیندار بوده است. زنانی که در عین حفظ دینداری خود و تعهد خود به شئونات و احکام اسلامی به شکل بندی دینی - اجتماعی اینترنت و معنوی‌سازی آن پرداخته‌اند و بطور خلاقانه در همان چهارچوب احکام و شئونات دینی، با بهره‌گیری از پتانسیل‌های فضای مجازی وضعیت خود را بهبود بخشیده‌اند. زیرا این اجتماع مجازی به اعضا خود اجازه می‌دهد فارغ از محدودیت‌های مکانی، زمانی، قومیتی، و جنسیتی و جسمانی بتوانند با دیگر اعضا به تعامل بپردازند، علایق دینی خود را پی‌گیری کنند، شبکه‌ای اجتماعی از افراد با علایق مشترک برای خود بسازند و فعالیت‌های دینی خود را بر اساس شایستگی‌ها و پتانسیل‌های خود پی‌گیری کنند و نه بر اساس محدودیت‌های جنسیتی. زنان دیندار توانسته‌اند به نوعی با ملاحظه قرار دادن اعتقادات و آموزه‌های دینی خود مشارکت دینی خود را افزایش دهند، چرا که فضای مجازی به آنان اجازه می‌دهد که با رعایت همان شئونات اسلامی که باعث مشارکت کمتر آنان در اجتماعات واقعی می‌شود، به سطوح بالای مشارکت و رهبری اجتماع مجازی دست یابند. آنان با شکل بندی دینی - اجتماعی به اینترنت توانسته‌اند دیندار بمانند و شئونات اسلامی را رعایت کنند اما به وضعیت و موقعیت حاشیه‌ای و منفعلانه خود در اجتماعات دینی پایان دهند. چرا که این اجتماع مجازی اجتماعی غیره جسمانی است، مستلزم حضور فیزیکی زنان در انظار مردان نیست، شئونات مرتبط با حجاب و اختلاط فیزیکی زنان و مردان محلی از اعراب ندارد. ارتباطات بین اعضا بر اساس متن، رایانه واسط، و نه چهره به چهره است. به نظر می‌رسد در دین اسلام بخشی از گزاره‌های دینی‌ای که مشارکت کمتر زنان را در اجتماعات دینی باعث می‌شود همین مسائل فوق باشد که در اجتماعات مجازی برای زنان بر طرف شده است. گزاره‌ای دینی که انجام مناسک دینی زنان را در خانه تشویق می‌کند تا در مسجد، امروز به نحوی محقق شده است که در عین در خانه بودن آنها می‌توانند در اجتماعات دینی مجازی باشند، مناسک دسته جمعی خود را با دیگر مردان و زنان هم کیش و هم اعتقاد خود انجام دهند و بتوانند حتی در سلسله مراتب اقتدار اجتماعات دینی وضعیت خود را ارتقا دهند.

در کل به نظر می‌رسد اجتماعات دینی مجازی‌ای مانند کلوب امام رضا (ع) از ساختارهای سلسله مراتبی و مردسالارانه اجتماعات دینی واقعی جدا شده به الگوهای روابط بازتر، یویاتر و جنسیت

زدائی شده‌تر با اقتدارهای زنان و مردان حرکت کرده‌اند. ارتباطات و اقتداری که تا به حال بر اساس سلسله مراتبی سفت و محکم کنترل می‌شدند. اجتماعات دینی مجازی تعریف دینی سنتی از اجتماع را با چالش مواجه کرده و تغییر داده‌اند. امروزه دیگر اجتماعات دینی مستلزم حضور افراد با تفکیک جنسیتی در مکان‌های فیزیکی و زمانی خاص نیستند. اجتماعات دینی مجازی خصلتی همه‌زمان و همه‌مکان به خود گرفته‌اند که در هر ساعتی از شبانه روز و هر مکانی قابل دسترسی هستند. این اجتماعات شبکه‌ای از افراد با علایق دینی هستند که بر اساس شایستگی و پتانسیل - های افراد و نه مرد یا زن بودن هدایت و رهبری می‌شود. حضور و مشارکت بیش‌تر زنان از یک سو نشان‌دهنده دینداری بیش‌تر آنان به نسبت مردان است و از سوی دیگر نشان‌دهنده پتانسیل‌های فضای مجازی در جهت توانمندسازی زنان دیندار. زنان شیعه در اجتماع دینی مجازی امام رضا(ع) به خوبی نشان داده‌اند که از امکانات و پتانسیل‌های این فضا به خوبی و در راستای اهداف و علایق دینی خود استفاده کرده و بهره‌برده‌اند و اجتماعی مساوات‌گرایانه‌تر و جنسیت‌زدائی شده‌تر به نسبت اجتماعات دینی در دنیای واقعی را بوجود آورده‌اند.

سپاسگزاری

محقق دوم تمایل دارد مراتب سپاسگزاری و تقدیر و تشکر خود را از تمامی اعضاء کلوب امام رضا(ع) به خصوص افرادی که محقق را در طول مدت مطالعه میدانی راهنمایی، کمک و حمایت کرده‌اند ابراز دارد. بطور خاص از حمایت‌های آقای جهان‌نور مدیر کلوب امام رضا(ع) و معاونین محترم خانم‌ها زهرا، رعنا، ماندانا (از نام‌های کلوبی افراد استفاده شده) و سایر معاونین و اعضاء محترم تشکر و قدردانی می‌کنم. دوستانی که با راهنمایی‌ها و حمایت‌هایشان انجام این مطالعه را برای من آسان کردند.

Reference

- Ameli, S. R. (2009). *Virtual Religion and Duality of Religious Spaces*. Asian Journal of Social Science, 37, 208–231.
- Balka, E. (1999). *Where Have All the Feminist Technology Critics Gone?* Loka Alert 6:6. Online. Available at: <http://www.loka.org>
- Barzilai Nahon, K. & G. Barzilai (2005). *Cultured Technology: The Internet and Religious Fundamentalism. The Information Society: An International Journal*, 21:1, 25-40
- Bastani, S. (2000). *Muslim Women On-line*. Arab World Geographer 3(1), 40-59.
- Bimber, B. (2000). *Measuring the gender gap on the internet*. Social Science Quarterly 81(3):868–876.

Brosnan, M., & Lee, W. (1998). *A cross-cultural comparison of gender differences in computer attitudes and anxieties: the United Kingdom and Hong Kong*. *Computers in Human Behaviour*, 14(4), 559–577.

Campbell, H. (2005^A). *Spiritualising the Internet Uncovering Discourses and Narratives of Religious Internet Usageonline*. Heidelberg Journal of Religions on the Internet 1, 1

Campbell, H. (2005^B). *Considering Spiritual Dimensions within Computer-Mediated Communication Studies*. *New Media and Society*, 7(1), 110–134.

Campbell, H. (2010). *Internet and Religion*. in Robert Burnett, Mia Consalvo, Charles Ess (Eds.). *The Handbook of Internet Studies*. Blackwell Publications.

Dann, S & Forrest, E (1997) *Webnography*. Australia New Zealand Marketing Educators Conference. Melbourne, Australia, Vol. 2,783-784

Ferris, S. P. & William P. (2011). *Millenials, Social Networking and Social Responsibility*. 277-91: in Kristin Klinger (Ed.), *Virtual Communities, Concepts, Methodologies, Tools and Applications* ed. IGI Global Publishing.

Francis, D. (2004). *Learning from participants in field based research*. Cambridge -Journal of Education, 34, 265-277.

Giddens, A. (2009). *Sociology*. 6th Edition. Polity Press

Goulding, A., and Spacey, R. (2002). *Women and the information society: Barriers and participation*. In *68th IFLA Council and General Conference*, p. 10. Glasgow, Scotland.

Hampton, K. N. & Barry W. (2002). *The Not So Global Village of Netville*. In Barry Wellman & Caroline Haythornthwaite (Eds.). *The Internet in Everyday Life*. Blackwell Publications.345-371.

Helland, C. (2000). *Online Religion/Religion Online and Virtual Communitas*. In J. K. Hadden & D. E. Cowan (Eds.). *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises*. London: JAI Press/Elsevier Science.

Helland, Christopher. (2002). *Surfing for Salvation*. *Religion*, 32, 293–302.

Hussain, S. (2008). *Counting Women with Faith: What Quantitative Data can reveal about Muslim Women in 'Secular' Britain*. In Kristin Aune, Sonya Sharma and Giselle Vincett (Eds.). *Women and*

Religion in the West: Challenging Secularization. Ashgate Publishing Company.

Irshad Khan, Md. (2012^B). *Encyclopedia of Women in Quran and Modern Islamic Society, Their Lives, Roles and Rights*; Vol: 3 Empowerment of Muslim Women. Koros Press Limited. London, UK.

Kim, S. Mi. (2008). *Social Capital and Online Community Engagement: Based on Comparative Study of Japan and Korea*. *Digital Communication Review*, 4-2.

Nelson, M. R. & Otnes, C. (2005). *Exploring cross-cultural ambivalence: a netnography of intercultural wedding message boards*. *Journal of Business Research*. 58, 1, 89-95.

Neuman, W. L. (2000). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Allyn and Bacon Pub.

Schmidt, Garbi (2008). *Being Seen by Many Eyes: Muslim Immigrant Women in the United States*. In Kristin Aune, Sonya Sharma and Giselle Vincett (Eds.). *Women and Religion in the West: Challenging Secularization*. Ashgate Publishing Company.

Spender, D. (1995). *Nattering on the Net. Women, Power and Cyberspace*. North Melbourne: Spinifex Press.

Talebi, A. (2001). *Religious Behaviours and Signs of Religiosity among Girl Students*. *A Quarterly Journal of Cultural Research*, Vol. 20-21, 77-96. (Persian).

Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of Internet*. New York: Simon and Schuster.

Van Dijk, J. (1997). *The Reality of Virtual Reality*. *Trends in Communication*. 1(1), 39-63.

Webster, F. (2004). *Theories of the Information Society*. Translated by: Ghadimi, S. Ghaside Sara Publication. (Persian)

Wellman, B. & Hampton, K. N. (1999). *Netville online and offline: observing and surveying a wired suburb*. *American Behavioral Scientist*, 43(3), 475-92.

Bastani, S. (2007). *Gender Gap in Computer and Internet Use: An Investigation of Students of Universities of Tehran City*. *Journal of Women Studies*. Year 5, Vol. 1. (Persian)

Castells, M. (2006). *The Rise of the Network Society, the Information Age: Economy, Society and Culture*. Translated by: Aligholian, A. & Khakbaz, A. Vol. 1. Tarhe No'w Publication, Tehran. (Persian)

Hajizade Meimandi, M. & Ebrahimi S. F. (2010). *The Relationship between Gender and Religiosity (The extent and Dimensions)*. Journal of Women in Development and Politics. Year 8, Vol, 3. (Persian)

Irshad khan, Md. (2012^A). *Encyclopedia of Women in Quran and Modern Islamic Society, Their Lives, Roles and Rights*. Vol: 2 Women, Islam and Gender Justice. Koros Press Limited. London, UK.

Ministry of Culture and Islamic Guidance (2003). *National Survey of the Iranians' Values and Attitudes*. Publications of Ministry of Culture and Islamic Guidance, Tehran. (Persian).

Mohseni, M. (2001). *An Investigation on Socio-Cultural Knowledges, attitudes and Behaviors in Iran*. Counsel of Public Culture. (Persian).

Serajzade, H. (1998). *Teenager's Religious Attitudes and Behaviors in Tehran*. A Quarterly Journal of Cultural Research, Vol. 7, 8, 105-120. (Persian).

