

«بازنمایی خدا» در بلاگهای فارسی (تحلیل «الهیات مردم‌پسند مجازی اینترنتی» در ایران)

سید محمود نجاتی حسینی*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۰۹/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۱۱/۰۱

چکیده

در جهان پیشامجازی، به مدت دو هزاره، «خداوند» مضمون و گوهر الهیات سنتی در ادیان ابراهیمی (یهودیت، مسیحیت و اسلام) بوده است. اکنون در جهان مجازی، و در پرتو مجازی شدن و شکل‌گیری فضای مجازی، رسانه اینترنت ما را با نوع جدید و غیرقابل باوری از «رسانه‌ای شدن دین و الهیات» و نیز «مردم‌پسند شدن دین» و «دین مردم‌پسند» روبرو ساخته است. ما حاصل این فرایند «الهیات مجازی» است. در این مقاله ضمن بررسی نظری «الهیات مجازی و خدای مجازی»، تحلیل محتوایی کیفی از «بازنمایی خدای مجازی» در «وبلاگ‌های فارسی» ارائه شده است. مقاله نشان می‌دهد، که «وبلاگ‌ها» بنا به ماهیت رسانه‌ای و مجازی منحصر به فرد خود توانسته‌اند؛ برداشت سنتی و قرائت پیشامجازی از «خداوند و الهیات» آن را به چالش کشند؛ و در عوض به «هژمونی متنی» و مجازی «خدای دین مردم‌پسند» اجازه بروز و ظهور دهند. این چالش، فارغ و مجزا از نوع و ماهیت دآوری درباره درستی یا نادرستی آن و نیز قضاوت درباره تهدیدسازی یا فرصت‌سازی برای «دین داری‌های سنتی و اجتماعی» در هزاره سوم، دست مایه‌ای جدید و جذاب برای جامعه‌شناسی دین؛ به‌ویژه با تمرکز بر سه گانه: «جامعه‌شناسی وبلاگ‌های دینی»، «مطالعات فرهنگی دین مردم‌پسند مجازی» و «مطالعات رسانه دینی» در ایران است.

واژگان کلیدی

بازنمایی مجازی خدا، الهیات مجازی، الهیات و خدای پیشامجازی، جامعه‌شناسی وبلاگ‌های دینی فارسی

مقدمه

در جهان پیشامجازی، به مدت دو هزاره «خداوند» مضمون و گوهر الهیات سنتی در ادیان ابراهیمی (یهودیت، مسیحیت و اسلام) بوده است. اما اکنون در جهان مجازی، و در پرتو مجازی شدن و شکل‌گیری فضای مجازی، رسانه اینترنت ما را با نوع جدید و غیر قابل باوری از «رسانه‌ای شدن دین و الهیات» و «مردم پسند شدن دین»، «دین مردم‌پسند»^۱ و «خدای مردم‌پسند»^۲ روبرو ساخته است. ماحصل این فرایند «الهیات مجازی»^۳ است. مضمون و گوهر آن نیز «خداوند مجازی»^۴ است. متأسفانه این پدیده کمتر از آن چه که شایسته آن است، موضوع کاوش‌های جامعه‌شناختی و مطالعات فرهنگی دین و نیز مطالعات رسانه دینی قرار گرفته است.

در این حوزه مطالعاتی مسئله مهم این است، که این الهیات مجازی نوپدید که هم ابژه (مخلوق) و هم سوژه (خالق) دین مردم‌پسند (به اصطلاح مطالعات فرهنگی) است؛ چه تصویر، برداشت و خوانشی از «خداوند» به عنوان مضمون و گوهر اصلی و پایه چنین الهیات و دین مردم‌پسندی ارائه می‌دهد؟ برای یافتن پاسخ تجربی این پرسش گریزی از پژوهش در فضای مجازی، که رسانه اصلی در تولید الهیات، خدا و دین مردم‌پسند مجازی است، نیست. به این منظور در این مقاله به عمومی‌ترین شبکه وبلاگ ایرانی، «بلاگفا» (blogfa.com)، مراجعه شده است.

تا زمان مراجعه با این شبکه وبلاگی فارسی زبان (هفته اول شهریور ماه ۱۳۸۹) وفق فهرست بلاگفا ۲۴ هزار وبلاگ فارسی با مضمون مذهبی و اسلامی وجود داشته است؛ که از این تعداد حدود ۳ هزار وبلاگ (حدود ۱۵ درصد) پایش شده است. از این میان نیز ۳۳ وبلاگ (یک درصد) که کاملاً مناسب برای تحلیل شناخته شده‌اند و به‌طور مستقیم نیز عنوان و محتوای «خدا» را به صورت‌های گوناگون برای وبلاگ خود انتخاب کرده‌اند، به عنوان جمعیت نمونه، مبنای تحلیل قرار گرفته‌اند.^۵

درباره منطق روشی این مقاله نیز گفتنی است، برای انتخاب این تعداد وبلاگ وفق منطق نمونه‌گیری پژوهش کیفی عمل شده است. بر این مبنا از منطق «نمونه‌گیری غیر احتمالی» از نوع «نمونه‌گیری هدفمند» (دوآس، ۱۳۸۷، ص ۸۴) و به صورت ویژه آن، از «نمونه‌گیری بر مبنای مرتبط بودن موردها»^۶ برای تحلیل محتوای کیفی استفاده شده

است (فلیک، ۱۳۸۷، ص ۱۴۱). در این روش از نمونه‌گیری که منطبق با مقتضیات روش کیفی است؛ انتخاب موارد یا گروه‌هایی از موارد (در این جا وبلاگ‌ها) بر اساس محتوایشان انتخاب می‌شوند و نه بر مبنای معیارهای انتزاعی و روش‌شناختی که در پیمایش‌های تجربی و کمی مرسوم است. از این حیث نمونه‌گیری موردنظر این پژوهش تنها باید با میزان انطباق موارد نمونه‌گیری شده همخوانی داشته باشد. به نظر فلیک این اصل تنها مشخصه معتبر و مرسوم برای انتخاب جمعیت نمونه و گردآوری داده‌ها است. ضمن این که نمونه‌گیری کیفی، بر خلاف نمونه‌گیری احتمالی در روش کمی، تنها باید دارای قوت اشباع نظری باشد؛ لذا ملاک نمایایی یا معرف بودن قابل تعمیم تجربی نمی‌تواند به روش کیفی و نمونه‌گیری‌های آن تسری داده شود (فلیک، ۱۳۸۷، ص ۱۴۲). اما همانگونه که مشخصات URL (مکان یاب عمومی منبع) این وبلاگ‌ها نیز نشان می‌دهد؛ حتی در نام‌گذاری فارسی وبلاگ‌های مزبور نیز می‌توان شاهد بازنمایی و بازتولید فرهنگ مردم‌پسند^۷ بود. از این منظر این مقاله به سه بخش اصلی تقسیم شده است. در بخش اول و دوم ملاحظات نظری و تجربی مرتبط با فضای مجازی و الهیات مجازی به همراه دین مجازی و دین مردم‌پسند از چشم‌انداز «جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی دین»، به محوریت «جامعه‌شناسی وبلاگ‌های دینی»، بحث خواهد شد. در بخش سوم نیز یافته‌های کیفی منتج از تحلیل محتوای متنی «وبلاگ‌های بلاگفا» ارائه خواهد شد.

جدول شماره یک- مشخصات جمعیت «نمونه مرتبط» پژوهش

ردیف	عنوان وبلاگ	blogfa.com	ردیف	عنوان وبلاگ	blogfa.com	ردیف	عنوان وبلاگ	blogfa.com
۱	تنها فقط خدا	Khodayeha.mishe	۱۲	انس با خدا	Oncbakoda	۲۳	ارتباط باخدا	ertebatbakh.oda
۲	خدا عشق ابدی	Lovetolord	۱۳	تنها خدا	Yaveretanh.a	۲۴	من خدا هستم	Javidhero
۳	خدا و انسان و عشق	Shakeresha.kiba	۱۴	قطاری به مقصد خدا	Ghatarekho.da	۲۵	شکر خدا را فراموش مکن	Shokrekho.da
۴	چشم خدا	Cheshmek.hoda	۱۵	کلمات عاشقانه با خدا	takrim	۲۶	ارتباط باخدا	.rabb
۵	عشق خدا	eshghe.khoda	۱۶	همسایه خدا	hamsaye.khoda	۲۷	عشق به خدا	.raheshgh
۶	الهی به امید تو	mabudema.n	۱۷	صفات خداوند	.allah-sefat	۲۸	عاشق خدا	.alyasin
۷	زندگی با طعم خدا	.Only1987	۱۸	و اما خداوند	.rabenoor	۲۹	خدایا جقدر سخت است بدون تو بودن	Khodarash.okr
۸	دنبال خدا بیا تو	.atashiz	۱۹	عشق من خدا	Kashkool85	۳۰	خدایا به داده و نداده و گرفتهات شکر	Ghasedake.18

ردیف	عنوان وبلاگ	blogfa.com	ردیف	عنوان وبلاگ	blogfa.com	ردیف	عنوان وبلاگ
۹	خداوند را دریابید	Arefreza44	۲۰	و خدا مهربان است	Tazarve313	۳۱	وبلاگی برای خدا
۱۰	در آغوش خدا	godembrac.e	۲۱	و خدا ما را برد	donyayesof.i	۳۲	درد دل با خدا
۱۱	خداوند به انسان آموخت	Khodavael.m	۲۲	و گفتگو با خدا	elmira-21	۳۳	فقط خدا

(بلاگفا blogfa.Com، شهریور ۱۳۸۹).

۱. فرهنگ مردم‌پسند و مجازی شدن دین

۱-۱. کتاب‌شناسی تحلیلی

ادبیات مطالعات فرهنگی دین در دهه اخیر میلادی توجه به جنبه‌های گوناگون فرهنگ مردم‌پسند در هر دو حوزه واقعی و مجازی آن (ورزش، موسیقی، فیلم، اینترنت، گردشگری، ماهواره، موبایل و مانند آن) را گسترش داده است. اما مضمون الهیات مردم‌پسند و ماهیت و پیامدهای جامعه‌شناختی آن برای زندگی روزمره و به‌ویژه تعامل مجازی با رسانه دینی و به خصوص الهیات مجازی - اینترنتی همچنان جای کار دارد. در حوزه مطالعاتی اول، هوور و لاندبای (۱۳۸۲) به تفصیل نشان داده‌اند، که محورهای اصلی در تحلیل شبکه «رسانه و دین و فرهنگ مردم‌پسند» از چند منظر زیر تحلیل شده است:

۱- «تلویزیون دینی» که موضوع آن تحلیل برنامه‌ها و مخاطبان دینی در رسانه دینی است.

- ۲- «دین و موسیقی مردمی مذهبی» که تأثیرات متقابل را به همراه تبلور احساسات دوسویه در بین چند فرقه مذهبی از جمله «استارترک» نشان داده است.
- ۳- «دین‌داری و معنویت رسانه‌ای» که تأکید آن بر شکل‌گیری اشکال جدیدتر و رسانه‌ای شده مناسک دینی در حوزه عمومی است.
- ۴- «گفتمان درمان محور دینی رسانه‌ای» که موضوع اصلی آن تبیین ابعاد روان‌شناختی رسانه‌ای عواطف مذهبی در حوزه‌های عمومی و خصوصی و تجلی دینی فرهنگ جمعی از طریق رسانه دینی است (هور و لاندبای ۱۳۸۲، فصل ۱).
- در حوزه مطالعاتی دوم نیز، استوت (۱۳۸۸) به موضوعاتی مانند: ارتباطات مقدس و ماهواره‌ای؛ اینترنت دینی؛ تبشیرگرایی‌های مسیحی، یهودی و اسلامی در کانال‌های ماهواره‌ای و سایت‌های اینترنتی پرداخته است (استوت ۱۳۸۸، مقدمه).
- به صورت خاص، که مرتبط با حوزه دین مردم‌پسند مجازی^۸ است، می‌توان به پژوهش‌هایی اشاره کرد، که مضامین اصلی این نوع دین‌داری و معنویت‌گرایی اینترنتی^۹ در هزاره سوم میلادی را با تأکید بر نسل نوجوان و جوان غربی (تین ایجر ونسل X) تحلیل کرده‌اند (نجاتی حسینی، ۱۳۸۶، صص ۴۷-۷۹).
- ۱- بازتولید امر مقدس در زندگی روزمره مردم‌پسند و مجازی (Meehan, 2006)؛
 - ۲- رفتارهای فرهنگی در دین مردم‌پسند و روزمره (Bouden, 2006)؛
 - ۳- تجربه زیسته در دین مردم‌پسند و مجازی (Morgan, 2006)؛
 - ۴- مناسک‌گزاردینی در دین مردم‌پسند و مجازی (Schofield-clarck, 2000)
 - ۵- هویت‌یابی و هویت‌سازی مردم‌پسند دینی و مجازی (Murray, 2006)؛
 - ۶- ایمان جدید مردم‌پسند و مجازی (Campbell, 2006)؛
 - ۷- صنعت اطلاع‌رسانی - سرگرمی دینی مجازی و مردم‌پسند (Spinoza, 2007)؛
 - ۸- الگوهای مرجع دینی مجازی و مردم‌پسند نسل جوان (Kolzige, 2006).
- و بالاخره در حوزه مطالعاتی سوم باید به هانت اشاره کرد. هانت از منظر خاص مطالعات فرهنگی دین به تحلیل زندگی روزمره دینی پست مدرن پرداخته است. او با ارجاع گسترده به حجم کثیری از نظریه‌پردازان این عرصه؛ جمع‌بندی مناسبی از مسئله دین‌داری‌ها و معنویت‌گرایی‌های پست مدرنی رایج در جهان‌های غربی (و تا اندازه‌ای

شبه غربی) که با واسطه فضا و فرهنگ مجازی شده شکل گرفته، به دست داده است. در ادامه عمده‌ترین مضامین این حوزه از مطالعات فرهنگی و مجازی دین مردم‌پسند و پست مدرنی ارائه می‌شود (نجاتی حسینی ۱۳۸۶).

۱- «روزمره شدگی دین مردم‌پسند»؛ در این حوزه مضامینی مانند: اعتقاد بدون علقه و تعلق دینی؛ پیوندی شدن علایق دینی متفاوت در کنار هم؛ تنوع انتخاب دین‌داری؛ خصوصی‌شدن، شخصی‌شدن و فردی‌شدن دین‌داری؛ باز افسون‌زدایی از جهان و تهی کردن زندگی از دین متعارف؛ هویتی شدن متکثر دین‌داری‌ها بر اساس شبکه تعیین‌کننده قومیت، نژاد، جنسیت و زبان قابل طرح هستند

۲- «دین‌گرایی ذهنی و معنویت‌گرایی روشن فکری»؛ در این حوزه نیز مضمون‌هایی مطرح می‌شوند، که ناظر به تأثیر فرهنگ پست‌مدرنی بر دین‌داری‌ها هستند. برخی از این‌ها عبارتند از: روایت‌های خرد از دین‌داری؛ بازی‌های زبانی دینی مقایسه‌ناپذیر؛ بازار اقتصادی دین‌داری؛ و جهانی محلی شدن دین‌داری و معنویت‌گرایی.

۳- «انتخاب عاقلانه و بافتمند شدن کنش دین‌دار»؛ مضمون‌های اساسی در این حوزه پژوهشی عمدتاً توجه دادن به نقش انتخاب عاقلانه در گزینش کنش دینی به‌ویژه در نسل‌های جوان و میان سال غربی است؛ به عنوان نمونه شکنندگی‌ها و بحران‌های هویت دین‌داری؛ دین‌داری مبتنی بر هزینه فایده، کشش عرضه، تقاضای بازار دینی و سکولاریزم‌های سخت و نرم؛ را می‌توان مثال زد.

۴- «جنبش‌های دینی جدید»؛ در این حوزه نوظهور عمدتاً مضمون‌هایی از ابداعات در دین مردم‌پسند مورد بحث قرار گرفته است؛ از جمله: نحوه تعامل و تقابل جنبش‌های دینی جدید با جهان علم و تکنولوژی و مدرنیته؛ شکل‌گیری فرهنگ‌های ضد دین‌داری؛ پاگیری خرده فرهنگ‌های دینی؛ ایجاد کیش‌های فردی و محدود؛ ظهور خرده فرهنگ‌های دینی کاذب؛ و بنیادگرایی‌های یهودی، مسیحی و اسلامی (نجاتی حسینی، ۱۳۸۶، صص ۴۷-۷۹).

۲-۱. مجازی شدن دینی: تحول فرهنگی دین و دینداری

در پرتو این کتاب‌شناسی تحلیلی اکنون جای پرسش است، که دین‌داری مردم‌پسند مجازی و اینترنتی از چه قابلیت‌های جامعه‌شناختی برخوردار است، که آن را در مقایسه با دین‌داری‌های پیشامجازی و سنتی متعارف جذاب‌تر، کاربردی‌تر و نسبتاً فراگیرتر ساخته است؟ همچنین در این ارتباط طرح این پرسش نیز شایسته است، که چگونه از متن این شکل اجتماعی از دین‌داری در هزاره سوم میلادی ما شاهد الهیات مجازی و خدای مجازی هستیم؟

در رابطه با پرسش اول باید گفت، که دست کم از سه وجه، دین‌داری مردم‌پسند مجازی اینترنتی منجر به تحول فرهنگی رسانه‌ای شده است:

۱- تحول فرهنگی در ظرفیت‌سازی رسانه‌ای؛ مجازی شدن که به معنای رهایی از استبداد زمان و مکان فیزیکی و برداشته شدن مرزهای محدودکننده موجود در جهان واقعی و فیزیکی است (عاملی ۱۳۸۵، صص ۷-۱۲) در حوزه دین مجازی و اینترنتی منجر به ایجاد ظرفیت‌های فرامادی و فرافیزیکی شده است. از جمله این ظرفیت‌ها می‌توان به: سرزمین‌زدایی از دین، جهانی شدن بازار دین، دموکراتیزه کردن تعامل دینی، هویت‌زدایی از کاربران دینی، دسترس پذیرتر کردن دین و اعتمادسازی متقابل بینادینی در میان کاربران اینترنتی اشاره کرد.

۲- تحول فرهنگی در کارکردسازی رسانه‌ای؛ مجازی شدن دین از طریق اینترنت موجب گسترش کمی و کیفی در: اطلاع‌رسانی و ارتباط‌گیری دینی، آموزش و تبلیغ دینی، شناخت‌سازی دینی، کالایی کردن و بازاری کردن محصولات دینی، تجربه‌سازی دینی، هویت‌سازی دینی، وفاق و کشمکش دینی شده است.

۳- تحول فرهنگی در پیامدسازی رسانه‌ای؛ ظرفیت‌سازی و کارکردسازی مجازی و رسانه‌ای شده در دین از طریق اینترنت پیامدهای غیرمترقبه و خارق‌العاده‌ای داشته و دارد. از جمله این پیامدها می‌توان به موارد مهمی مانند: تغییرگرایی و تحریف‌گرایی هم‌زمان در آموزه‌ها و کردارهای دینی، ایجاد هم‌زمان وفاق و کشمکش میان کاربران دینی، وادارکردن هم‌زمان کاربران دینی به تولیدکنندگی و مصرف‌کنندگی محصولات دینی اشاره کرد (کوثری ۱۳۸۶، صص ۵-۲۴)

این فرایند مجازی شدن دین و دین‌داری به صورت تعاملی و آنلاین آن، فرهنگ مردم‌پسند و زندگی روزمره دینداری را متحول ساخته است. از این جهت می‌توان از سه چشم‌انداز، این تحول فرهنگی در دین و دینداری اینترنتی را پیگیری کرد:

۱- تحول فرهنگی دینی درون نسلی؛ اولین نقطه توجه در این زمینه باز تولید فرهنگی امر مقدس در زندگی روزمره مردم‌پسند است. از این حیث دین تجلی ارزش‌ها، باورها، کردارها، هنجارها و سنت‌هایی است، که از طریق دیالوگ و تعامل سازنده میان افراد و فرهنگ مردم‌پسند تبدیل به یک برساخته فرهنگی می‌شود. در این باره، همانگونه که میهان نیز تأکید کرده است، فرهنگ مردم‌پسند برای دین و بازتولید مردمی امر مقدس و امورات مذهبی کاربردی است. در نزد میهان فرهنگ مردمی اولین رسانه قابل توجه برای ایجاد هویت‌های فردی و اجتماعی دینی از گذر تجربیات دینی است، که منجر به شکل‌گیری کردارهای دینی در زندگی مردمی روزمره می‌شود. دومین نقطه نظر در همین زمینه، که بدون نیز به آن اشاره کرده است، برانگیختن حس تعلق دینی و نقش آن در هدایت رفتارهای فرهنگ دینی در زندگی روزمره مردم‌پسند است. از دیدگاه بدون ذهنیت فرهنگی دینی در زندگی روزمره از طریق تعامل دین و فرهنگ مردم‌پسند متجلی می‌شود. به همین منوال می‌توان به نقطه نظر سوم توجه کرد، که افرادی مانند مورگان آن را از منظر درک تجربه زیسته، باورها و کردارهای دینی متأثر از فرهنگ مردم‌پسند تحلیل کرده‌اند. در این مسیر نقطه نظر چهارم مبتنی بر پیوند میان مناسک‌گذار در زندگی روزمره مردم‌پسند و ماهیت دینی آن است. اسکوفیلد کلارک به این رابطه از چشم‌انداز بینا‌متنی شدن مجازی دین و فرهنگ مردم‌پسند توجه کرده است. وی بر این باور است، که تجلی دین در سایت‌ها، اینترنت، شبکه‌های ماهواره‌ای و مانند آن‌ها منجر به این می‌شود، که حس دینی کاربران اینترنتی در فضاهای مجازی تقویت و تحریک شده و آنان به باورها و کردارهای دینی مجازی دست پیدا کنند. روی هم نظرات میهان، بدون، مرگان و اسکوفیلد کلارک بیانگر این است، که دین و فرهنگ مردم‌پسند و مجازی‌داری تعامل‌پویا و سازنده‌اند و به باز تولید فرهنگی امر مقدس در زندگی روزمره منجر می‌شود.

۲- تحول فرهنگی دینی بینافرهنگی؛ مبنای این پدیده تا اندازه زیادی در شکل‌های فرهنگی است، که ناشی از تعامل فرهنگ دین و فرهنگ مردم‌پسند است. از دیدگاه میهان چهارگونه تعامل اجتماعی و شکل فرهنگی از این لحاظ دیده می‌شود: دین در فرهنگ مردم‌پسند، فرهنگ مردم‌پسند در دین، دین به مثابه فرهنگ مردم‌پسند، گفتگوی دین و فرهنگ مردم‌پسند.

• دین در فرهنگ مردم‌پسند: منظور استفاده از مضامین مذهبی، زبان، انگاره‌ها، منش‌ها و موضوعات دینی در فرهنگ مردم‌پسند است، که معمولاً به دو صورت اصلی به ویژه در رسانه فیلم و سینمای پاپ دینی متبلور می‌شود.

• فرهنگ مردم‌پسند در دین: این شکل از تعامل اشاره به شیوه‌ای دارد، که در آن موسیقی کلیسایی تحت تأثیر ژانرهای گوناگون موسیقی پاپ (هوی متال و...) قرار گرفته و یا رسانه‌ای خاص بازتولید می‌شود و شبکه‌های ماهواره‌ای، سایت‌های مجازی، اجتماعات مذهبی روی خط به بازار یابی مذهبی و تبلیغات رسانه‌ای دینی روی می‌آورند.

• فرهنگ مردم‌پسند به مثابه دین: در این جا صحبت از فلسفه و الهیات دین و کارکردهای ذاتی و فلسفی دین به میان نمی‌آید؛ بلکه صحبت از باورها و کردارهای دینی است، که مردم در فرهنگ مردم‌پسند و زندگی روزمره راجع به خداوند، قیامت، رستاخیز، عذاب، پاداش و سایر امورات مذهبی دارند و از آن‌ها در زندگی روزمره عادی اشان تأثیر می‌پذیرند.

• دیالوگ دین و فرهنگ مردم‌پسند: این دیالوگ بیشتر زمانی تقویت می‌شود، یا پا می‌گیرد، که اجتماعات مذهبی روی خط و مجازی برای تبیین مواضع دینی خود از چهره‌های فرهنگ پاپ (: ورزشکاران، ستاره‌های سینما، اندیشمندان مردمی و...) برای تبیین مسائل اجتماعی و حل این مشکلات با زبان خاص دینی استفاده می‌کنند. در حال حاضر شبکه‌های ماهواره‌ای و سایت‌های اینترنتی دینی مهم‌ترین مقرهای رسانه‌ای این دیالوگ هستند.

۳- تحول فرهنگی دینی بینا نسلی؛ مهم‌ترین تحول فرهنگی بینا نسلی را می‌توان در بروز پدیده «پسا سکولاریزم» و «معنویت‌گرایی» دید. مورای به‌ویژه برای امریکا

نشان داده است، که گروه اجتماعی تین‌ایجرهای (۱۳ تا ۱۷ ساله‌ها) امریکایی یک سوم مذهبی و یک سوم نیز در حال پیگیری امور مذهبی‌اند. اکثریت این تین‌ایجرها (پیمایش ملی جوانان و دین NSYR/۲۰۰۰/ نمونه ۳۳۷۰) خودشان را کاملاً مذهبی دانسته و گفته‌اند، که در جستجوی معنویت‌اند. نکته قابل توجه این است، که تین‌ایجرها خودشان را فردی معنوی می‌دانند، تا مذهبی به معنای سنتی و مرسوم آن. آنان معتقدند، که معنویت تأثیری زیاد در زندگی روزمره داشته است. کمپل نیز در پیمایش خود (۲۰۰۲-۲۰۰۰) در ایالات متحده به بررسی باورهای دینی نسل X (نسل تین‌ایجرهای بی‌هویت) پرداخته و آن را تحت عنوان ایمان جدید نام‌گذاری کرده است. یافته‌های کمپل نشان دهنده بازگشت نسل X امریکا به مذهب مردمی، روی گردانی از سکولاریزم و در عوض روی آوردن به اخلاق معنویت و مذهب جدید است. این تین‌ایجرها مخالفت خود را با زندگی مادی، عرفی شدن و لذت جویی بی‌بند و بار که ویژگی نسل پیرو مادونا (مادونایی‌ها) در دهه‌های ۷۰ و ۸۰ امریکا است، ابراز کرده‌اند. دست کم دو سوم این تین‌ایجرها ابراز کرده‌اند، که با روابط نامشروع، ماری جوانا، هم‌جنس‌گرایی و سقط جنین مخالف‌اند (نجاتی حسینی، ۱۳۸۶، صص ۴۷-۷۹).

با توجه به این تأثیرات و نیز با در نظر داشتن این‌که الهیات مجازی و خدای مجازی محصول آن، تابعی مهم و اساسی از فرایند مجازی شدن دین به معنای تحولات فرهنگی مزبور در دو حوزه رسانه‌ای و دینی است؛ در ادامه به تحلیل نظری این دو مضمون در پرتو این تحولات فرهنگی مجازی رسانه‌ای و دینی خواهیم پرداخت.

۲. مجازی شدن الهیات: خدای مجازی و مردم‌پسند

برای درک بهتر و گسترده‌تر تحول مجازی که در حوزه الهیات سنتی و متعارف رخ داده است؛ همچنین برای شناخت مناسب از چرایی روی آوردن بلاگرهای لاتین و به‌ویژه وبلاگرهای فارسی زبان به بازنمایی مفهوم خداوند در وبلاگ هایشان، لازم است، سه مضمون کلیدی به هم وابسته در این زمینه بحث شود. این‌ها عبارتند از: منطق الهیات پیشامجازی و مجازی؛ زیباشناسی و تکنولوژی الهیات مجازی؛ و فرصت‌ها و تهدیدهای گسترش الهیات مجازی.

۲-۱. منطق الهیات پیشامجازی و مجازی

الهیات سنتی^{۱۰} در جهان مسیحی، همان‌گونه که هورسفیلد نیز بیان کرده است، در خلال دو هزاره میلادی گذشته عمدتاً مشتمل بر فعالیت‌های سنتی و متعارفی مانند موعظه، تبلیغ، اجرای شعائر کلیسایی بوده است؛ و تا پیش از مجازی شدن و اینترنتی گشتن؛ عموماً با گفتگو، نوشتن، آموزش و سخنرانی ادامه مسیر داده است (Horsfield, 2005, pp.131-142).

در این مسیر، به گفته تایلور، همچنان همزبانی برداشت، سنتی از ماهیت کلام خداوند وفق تعلیمات پدران مقدس کلیسا حفظ شده است؛ تا با زنده داشت متن مقدس و خوانش‌های سنتی از آن بتوان همچنان به جستجوی ایمان و باور مومنانه در جهان مسیحی تداوم بخشید (Tylor, 2010, pp.1-5).

به همین منوال کلیسای واقعی و فیزیکی در جهان پیشامجازی، آموزش داده است، که خداوند در یک زمان و مکان واقعی و به صورت همیشه و همه جا حاضر بر عقل، قلب، روح و ذهن مومنان و موحدان سیطره دارد (Byrne, 2000, pp.1-10).

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، منطق الهیات پیشامجازی و سنتی در جهان مسیحی همچنان بازتولید متنی کلام خداوند از طریق رسانه سنتی زبان، نوشتاری چاپی و گفتاری حضوری، بوده است. مهم‌ترین مسایل مبتلا به این نوع الهیات نیز بیشتر پرداختن به موضوعاتی مانند صفات الهی، خلقت الهی و رهایی و نجات انسانی، تجربه انسانی امر مقدس و الوهیت، نقش پدرسالار خداوند برای بشریت، رابطه خالق و مخلوق، نسبت خداوند خالق با جهان و انسان مخلوق، مشیت الهی و اعمال انسانی در جهان خاکی، مسئله ملکوت و آخرت است (Fretheim, 2005, p.18; Gowan, 1998, p.78).

این مسایل با ظهور مجازی شدن و کشانده شدن پای الهیات به فضای مجازی و به تبع آن، اینترنتی شدن مباحث الهیاتی در یک حوزه عمومی فراگیر تحول خاصی پیدا کرده است. به نظر هورسفیلد با انفجار فضاهاى مجازی عمومی و آماتوری مانند وبلاگ‌تغییری در نقش‌های الهیات سنتی که مشتمل بر: دروازه بانی اطلاعات دینی؛ بازاریابی برای محصولات الهیاتی کلیسا؛ و چرخه تولید، توزیع و مصرف فرهنگی آنها است رخ داده و در نتیجه الهیات مجازی شکل گرفته؛ که الهیات پیشین را نیز بسیار متحول ساخته

است. به نظر وی موارد این تحول را می‌توان در شکل‌گیری بازارهای دینی خرد، گردش سریع اطلاعات الهیاتی مربوط به خداوند، فروش بهتر و سریع تر کالاهای دینی، چاپ متن‌های مجازی شخصی، انتشار گسترده و بدون برنامه نشریات الهیاتی الکترونیکی، تغییر ذایقه و سلیقه فکری مومنان و تغییر در مبانی نظری الهیات و خداشناسی دید. در این فرایند، مجازی شدن الهیات، از طریق بازسازی مجازی واقعیت الهیاتی و امر الهی، به دنبال تحقق چندین هدف است: بیان تجارب مشترک از خداوند، ارائه معانی دینی از خداوند، تجلی روابط امید و ایمان به خداوند و انتشار شعایر دینی مرتبط با پرستش خدا. بنابراین الهیات مجازی ویژگی‌های منحصر بفردی یافته است. به عنوان نمونه در الهیات مجازی با استفاده از تکنولوژی، هنر و رسانه معانی الهیاتی سنتی معنای تازه‌تری می‌گیرند؛ یک زبان دینی جدید برای بحث و گفتگو درباره خداوند خلق می‌شود؛ یک فرهنگ دینی که حاوی سنت‌ها، ارزش‌ها و هنجارها و باورهای جدیدی از خداوند است بروز می‌یابد؛ یک شبکه دینی که در بردارنده اطلاعات الهیاتی، عمل پرستش و پیروی دینی است شکل می‌گیرد و در نهایت دیالکتیک نظریه و عمل دینی نیز تحقق می‌یابد (Horsfield, 2005, p.143).

به عنوان یک نمونه مهم از کاربرد منطق الهیات مجازی به معانی بالا، می‌توان به سایت‌های اینترنتی مسیحی اشاره کرد، که در خدمت پرسش و پاسخ الهیاتی^{۱۱} کاربران هستند. یکی از معروف‌ترین و پرکاربرترین این‌ها، سایت «از دون استوارت بپرسید» است. این سایت یک بسته ۲۲ سؤالی از مهم‌ترین مضامین الهیاتی مورد ابهام و پرسش برای کاربران مسیحی به همراه پاسخ‌های الهیاتی آن‌ها است. این سؤالات عبارتند از:

وحی چیست؟ آیا وحی در متن مقدس هست؟ آیا از طریق وحی خداوند برانسان مکشوف می‌شود؟ تفاوت وحی عام و خاص چیست؟ آیا خداوند از طریق وحی بر طبیعت آشکار شده است؟ آیا اکتشافات مدرن موید وحی هستند؟ چگونه وجدان انسان وحی را درک می‌کند؟ چگونه مشیت موید وجود الهی است؟ چگونه وجود الهی از طریق سنت نانوشته کشف می‌شود؟ چگونه وجود خداوند از طریق ملل جهان منکشف می‌شود؟ آیا وحی عام مصبت وجود خداوند در متن مقدس است؟ چرا حقایق وحی عام برای شناخت خداوند ناکافی اند؟ از وحی عام چه نتایجی می‌توان گرفت؟ وحی

فراطبیعی چیست؟ آیا همه اجزای متن مقدس موید وحی هستند؟ کارکرد مشخص وحی چیست؟ وحی خاص چگونه منجر به کشف الهی می‌شود؟ آیا متن تثبیت شده موید خداوند است؟ آیا خداوند به صورت مشخص شده آن بر اشخاص نیز وحی می‌کند؟ ماهیت وحی گزاره مند چیست؟ ماهیت وحی پیشرفته چیست؟ نتایج وحی چیست (Don Stewart, 2000, pp.1-23).

این نوع بسته‌های الهیاتی^{۱۲}، همان‌گونه که هندی و ویتربه ادعا کرده‌اند، زیرمجموعه پرسش‌هایی اساسی هستند، که در فضای مجازی و آنلاین به دنبال پاسخ به حقیقت معنوی الوهیت است. اینان برآنند، که در این حوزه کاربران الهیات مجازی^{۱۳} به‌طور عمده به دنبال سه پرسش از نسبت خداوند با انسان هستند: خداوند و تقدیر و مشیت مرگ و زندگی انسان؛ ماهیت وجود خداوند و فهم انسان؛ و انسان و ماهیت ایمان به خداوند. به این معنا کاربران الهیات مجازی، یک خدای مجازی و خدای روی خط^{۱۴} را شکل داده‌اند. آنان از این طریق به دنبال درک ماهیت خداوند و انسان الوهیت مند و پاسخ دادن به نزاع عقل و قلب و حل مسئله جسم و روح در ارتباط با ماهیت خدا هستند؛ یعنی نوعی پرسش مجازی در تجربه الهی (Hendey, 2010, p.57; Wetherbe, 2003, p.76).

این نوع پرسش مجازی در تجربه الهی، که از طریق خلق خدای مجازی و خدای روی خط صورت گرفته است، پیامدهایی برای کاربران الهیات مجازی و در مجموع جهان الهیاتی کنونی دارد. از جمله این پیامدها می‌توان به این موارد اشاره کرد:

- ۱- درک تجربی تر خداوند از طریق ایماژهای مجازی و آیگون‌های اینترنتی؛
- ۲- فهم ملموس تر خدازیستی و خداباوری مدرن؛
- ۳- مکشوف شدن بهتر خداوند نامرئی بر خداباوران؛
- ۴- شناخت محسوس تر و معقول تر روح القدس؛
- ۵- تعمیق حضور خدایی همه‌جا و همیشه حاضر به واسطه جستاری علمی فنی مدرن؛

۶- کمک به خدا‌باوران، مرددان، مشککان و متزلزلان در رابطه با ایمان آوری و تجدید عهد با خداوند.

آموزش مجازی الهیات و آموزش الهیات مجازی بخشی از پیشرفت‌های اخیر است، که در تقویت این نوع پرش مجازی در تجربه الهی مؤثر بوده است. هدف این آموزش‌ها ارائه گسترده‌تر و سریع‌تر اطلاعات الهیاتی برای همگان به منظور بسط این نوع تجربه الهی بوده است. به عنوان نمونه می‌توان به چند دوره آموزشی الهیات مجازی اشاره کرد (Reis, 2003, pp.75-81): آموزش الهیات؛ آموزش کاتولیک اجتماعی؛ آموزش انجیل یوحنا؛ آموزش مسیح‌شناسی آموزش کاتولیک آمریکایی؛ آموزش خداوند و رمز خلقت. البته در این زمینه چند سایت مهم آموزش الهیات مجازی نیز قابل ذکر هستند؛ از جمله: دروازه مجازی عهد جدید^{۱۵}؛ مطالعات انجیلی^{۱۶}؛ مطالعات الهیات کلیسایی^{۱۷}.

اقتضائات جهانی شدن فرهنگی و مجازی شدن، جهان الهیاتی را ناگزیر از روی آوردن به پذیرش و بسط آموزش الهیات مجازی کرده است؛ با این وجود، همان گونه که باتریک و او اوژیوی نیز یادآوری کرده‌اند، این نوع آموزش در هزاره سوم میلادی با چالش‌ها و تنگناهایی مواجه شده است. به عنوان نمونه نهادزدایی شدن از آموزش‌های رسمی الهیاتی، فرانهادی شدن آموزش‌های الهیاتی و پیوندی شدن پداگوژی دینی و تکنولوژی اینترنتی به ترتیب چند مسئله بحرانی را برای الهیات رسمی ایجاد کرده است: مسئله اعتبار آموزه‌ها و محتواهای الهیاتی؛ مسئله کنترل نشریه‌های الهیاتی الکترونیکی؛ و مسئله حقیقت و واقعیت متن‌های الهیاتی اینترنتی (Reis, 2003, pp.75-81). به این مسایل باید سه مخاطره متنی مهم را نیز اضافه کرد: برداشت‌های منفی از آموزش‌های الهیات اینترنتی؛ برتری داشتن آموزش‌های شفاهی و حضوری الهیاتی و اقتصاد پرهزینه آموزش‌های الهیات اینترنتی برای کاربران مجازی (Reis, 2003:75-81). با وجود این مسایل، تنگناها، چالش‌ها و مخاطرات، همچنان جذابیت‌های هنری فنی علمی موجود در الهیات مجازی فریبنده است. این امر را باید ناشی از ماهیت زیباشناسی و تکنولوژی الهیات مجازی دید.

۲-۲. زیباشناسی و تکنولوژی الهیات مجازی

کول، ترنر با طرح مفهوم جنجالی «تخیل متصور خداوند»^{۱۸} به بهترین نحو پیوند هنر، علم و فن را با الهیات مجازی نشان داده است. او معتقد است، تخیل متصور خدا ناشی از بازتاب تکنولوژیکی شده امر الهیاتی است؛ و از طریق خلق فرهنگ الهیاتی مجازی انسان مخلوق خداوند، «مخلوق خالق یار»^{۱۹} شده است. بخشی از این تحول را می‌توان متأثر از چیزی دانست که ریس آن راتوانایی «نوشتن دیجیتال» می‌داند؛ نوشتنی که با پویایی در نوآوری، انعطاف فکری، آزادی عمل، سرعت انتقال و فراگیری تولید و مصرف متنی سروکار دارد (Reis, 2003, pp.75-81).

این «نوشتن و خواندن دیجیتال» در عرصه الهیات مجازی بیشتر مرهون پیوند میان هنر زیباشناسی و تکنولوژی رسانه در خدمت الهیات است (Possani, 2005, p.56).

در این باره تحلیل‌های مارش، نویسنده مقاله سه گانه «تکنولوژی پیشرفته و الهیات

مردم‌پسند» جالب توجه است. خلاصه آرای وی را می‌توان در چند بند ارائه داد:

۱- پیوند میان هنر، تکنولوژی و تئولوژی در فرهنگ مردم‌پسند از طریق اینترنت به چند صورت رخ داده است: هنر و تئولوژی به زیباشناسی الهیات کمک کرده است؛ تکنولوژی و تئولوژی به الهیات مجازی منجر شده است؛ تئولوژی و فرهنگ مردم‌پسند وجود یک خدای عامه‌پسند و همه فهم را ممکن کرده است؛ و رسانه و تئولوژی نیز موجب رسانه‌ای شدن دین و دین مردم‌پسند شده است.

۲- ژانرهای متنوع در فرهنگ مردم‌پسند (به‌ویژه فیلم، موسیقی، ادبیات، نشریات زرد، رقص، کارناوال، ورزش، بازی رایانه‌ای، اینترنت، تلویزیون ماهواره‌ای، موبایل و بلوتوث) به لحاظ برخورداری از مایه‌های زیباشناختی، تکنولوژیکی و رسانه‌ای هرکدام تجلی گاه بخشی از معنویت‌گرایی و الوهیت مدرن و پست مدرن هستند. در این میان الهیات مجازی، که توسط وبلاگ‌های عمومی و سایت‌های تخصصی تولید و مصرف می‌شود، هم چنان محور دین مردم‌پسند مجازی هستند.

۳- به این معنا الهیات مجازی را می‌توان مسامحتا مانند «موسیقی متن فیلم» برای زندگی روزمره مردم‌پسند در جهان مدرن و پست مدرن کنونی دانست. به عبارتی الهیات مجازی که تلفیقی از هنر و تکنولوژی رسانه برای تجلی امر الهیاتی است؛ نوعی

«اجرای هنری»^{۲۰} محسوب می‌شود، که پیامد رسانه‌ای آن مردم‌پسندتر کردن خداوند و تقویت اهداف الهیات سنتی است (Marsh, 2006, p.451).

طی یک دهه گذشته، جامعه‌شناسی‌های دین و مطالعات فرهنگی دین این تحول فرهنگی در الهیات و دین‌داری را به صورت‌های گوناگون نام‌گذاری کرده‌اند: ایمان دینی مدرن غربی انقلاب معنویت‌گرایی مدرن ایمان بسیار پیشرفته و پیشرونده معنویتی. با این وجود بررسی هم‌زمان مسأله فرصت‌سازی، تهدیدسازی این نوع الهیات مجازی، همچنان عامدانه، غافلانه کم‌رنگ دیده شده است. در ادامه این مقوله نیز بحث می‌شود.

۲-۳. فرصت‌ها و تهدیدهای گسترش الهیات مجازی

محصول مجازی شدن الهیات و اینترنتی شدن خداوندشناسی و ابراز ارادت معتقدانه به خداوند در فضای مجازی، به‌ویژه از سوی نسل جوان که بیشترین تعداد کاربران اینترنتی را تشکیل می‌دهند، مسئله الوهیت مجازی^{۲۱} را به پیش کشیده است. در حالی که نسخه سنتی این الوهیت، خداوند واقعاً حقیقی جای گرفته در ملکوت، همواره طی دو هزاره گذشته با پرسش از جایگاه خداوند در هستی و تاریخ و فرهنگ و جامعه بوده می‌رفته است؛ اما اکنون با مجازی شدن فضای فرهنگی ما و غلطیدن جهان الهیات به درون سیاه چاله فرهنگ اینترنتی و به تبع آن کشیده شدن پای زیست جهان معتقدان و موحدان به خداوند به درون این آستانه شناختی جدید؛ فضای آن پرسش و پاسخ الهیاتی قدیمی در باب خداوند و ارتباط او با خلقت و انسان نیز دگرگون شده است. این دگرگونی، همان‌طور که تا این بخش از مقاله در روایت الهیات مجازی گفته شد، شامل پیدا شدن فرصت فرهنگی خداجویی جدیدی برای تغییر نحوه بحث در باب خداوند از طریق اینترنت نیز شده است. همین فرصت‌سازی الهیاتی را اکنون کمی بیشتر مورد توجه قرار می‌دهیم. برای شروع بحث مزبور بهتر است، چند نکته‌ای را که با الهام از متن مقاله معروف لاونیا بیرنه «خدا در فضای مجازی: رسانه و الهیات»،^{۲۰۰۰م} استنباط و بازسازی کرده‌ایم؛ یادآور شویم.

۱- عرضه شدن خداوند به صورت‌های بسیار مدرن و پیشرفته آن بر ما، وضعیتی فرهنگی برای معنویت‌گرایی‌های نوظهور و متنوع و متفاوت با هم ایجاد کرده است؛

به طوری که مدل‌های الهیات سنتی (کلیسایی، اکادمیک و حوزوی) دیگر قادر به پاسخ دادن به ماهیت و پرسش‌های مرتبط با آن و حتی ابهامات احتمالی آن نیستند. در این مسیر این الهیات مجازی و فضای اینترنتی است، که تاب و توان مواجهه با این معنویت‌گرایی‌ها و الهیات‌های مجازی را از لحاظ زیباشناسی، متن‌نگاری، گفتگوی دینی، اطلاع‌رسانی مذهبی، تولید سریع مطلب و مصرف گسترده هوم پیج‌های الهیاتی و مانند آن دارد.

۲- کشش‌های هنری، فنی و رسانه‌ای جذاب در الهیات مجازی و اینترنتی، فرصتی خوب برای تقویت انگیزش‌های درونی انسانی مرتبط با خداجویی مجازی فراهم آورده است؛ تا ماندگاری خدازیستی و خداگونگی آدمی، به حکم آموزه‌های الهیاتی، هم چنان حفظ شود.

۳- اینترنت و وب پنجره‌ای جدید از زمان و مکان و سرمدیت و ازلیت و ابدیت الهی و تعالی خداوند بروی ما گشوده است؛ و اکنون به مدد الهیات مجازی تصویری استعاره‌ای و بسیار پیشرفته از خداوند به صورت خدای شبکه^{۲۲} فراهم شده است؛ که می‌توان وفق آموزه‌های پروتستان‌تیزم مسیحی و تفسیر ماکس وبری از آن برای شرکت در خلقت عظیم خداوند و شناخت خلقت بی‌نهایت خداوند استفاده کرد.

۴- به مدد انقلاب الهیاتی مجازی شده و اینترنتی اکنون خداوند در دسترس ما کاربران مجازی قرار گرفته است؛ جهان غیب الهی به جهان شهود اینترنتی انسانی رخنه کرده است؛ لذا دیگر لازم نیست، برای گفتگوی رودرروی و خودمانی و دوستانه با او به واسطه‌های روحانیتی، که بیگانه با ما و مدعی آشنایی با خدا هستند، متوسل شویم؛ اینترنت ما، ما و خدایمان را بی‌واسطه به هم پیوند داده است.

۵- ما اکنون به برکت اینترنت و الهیات مجازی به جای کاربر کلیسا، به یک سالک مجازی خداجوی^{۲۳} تبدیلیم؛ یعنی کاربر مجازی معنویت‌گرایی که در اینترنت به دنبال خداوند و گفتگو و درد دل و راز و نیاز با او است.

از این استنباطات تقریب به واقعیت از فرصت‌سازی اینترنت و الهیات مجازی، خوانش پست مدرنیستی هم به دست داده شده است؛ که به معنای چشم‌انداز تحول فرهنگی نهفته در پس و پشت رخداد‌های مجازی بالا است. استیو تیلور در مقاله

جذاب خود با عنوان «الهیات»: توانش‌های اعمال روزمره، آن‌گونه که در اجتماعات مجازی مندرج شده است، در سال ۲۰۱۰ با الهام از آرای دوسرتو، نگاهی به این فرصت‌سازی الهیاتی مجازی انداخته است. در این جا نیز چند استنباط بازسازی شده را با الهام از مقاله مزبور با هم مرور می‌کنیم.

- در حالی که برداشت سنتی از الهیات معطوف به خواندن متن مقدس و فق تعالیم پدران مقدس کلیسا است، با این هدف که مؤمنان به مسیح در جستجوی خداوند کامیاب شوند؛ اما با الهام از نگاه دوسرتویی باید گفت، که در زیست جهان پست مدرن ما شاهد دموکراتیزه شدن خوانش متن مقدس و معنویت‌گرایی مختلف وفق خرده روایت متنوع و سبک زندگی مردم‌پسند خواهیم بود.

- این کردارهای روزمره فرصتی هستند، برای الهیات مجازی؛ آن‌ها از سه طریق به اینترنتی شدن الهیات و الهیاتی شدن اینترنت مدد رسانده‌اند:

- ۱- ایجاد اجتماع مجازی الهیاتی؛ شبکه‌ای از کاربران الهیاتی مجازی که در یک محیط مجازی شده دارای یک هدف اصلی هستند و با هم تعامل دارند.
- ۲- ایجاد پایگاه‌های الهیاتی مجازی؛ سایت‌ها و وبلاگ‌های شخصی و گروهی و نهادی که در اینترنت به امر تولید و مبادله و مصرف منابع و مطالب الهیاتی مبادرت ورزیده‌اند.

- ۳- استفاده از پارامترهای الهیات مجازی؛ مجموعه قواعد متنی که برخی از کاربران الهیاتی و اعضای اجتماع مجازی الهیاتی از آن‌ها هنگام کار با اینترنت استفاده کرده‌اند: سنت‌مندی؛ وحی‌گرایی؛ فرهنگ‌مندی؛ تجربه‌مندی؛ متن‌مندی؛ عقل‌مندی.

با این وجود مسئله مخاطرات و تهدیدات ناشی از این فرصت‌سازی‌ها هم چنان از سوی مدافعان الهیات سنتی و مخالفان پاگیری الهیات مجازی مطرح شده است. برای نمونه می‌توان به مقاله قابل تامل تاماژ کوداسچی با عنوان «جهان مجازی و الهیات مجازی در فضای مجازی» در سال ۲۰۰۵م، اشاره نمود، که حاوی نکاتی اساسی در این باره است. به نظر کوداسچی هرچند برداشت عمومی از اینترنت این است، که در این فضا می‌توان نوعی آگورای حوزه عمومی را برای بسط هم زمان هر دو نوع گفتمان‌های سکولار و دینی از جمله الهیات مجازی به کار گرفت؛ با این وجود متألهان و الهیات

سنتی چند طیف شده‌اند: برخی الهیات مجازی را به خاطر مخاطرات اینترنتی آن طرد می‌کنند؛ برخی با توجه به مزایای لیبرالیستی اینترنت معتقدند، که می‌توان از آن برای توسعه آزادی اندیشه درباره الهیات استفاده کرد؛ و سرانجام این که برخی دیگر نیز برآن هستند، که باید هم‌زیستی مسالمت‌آمیز اینترنت و کلیسا را در موضوع الهیات مجازی پذیرفت. به تبع، کوداسچی از دو دسته مخاطرات الهیات مجازی نام می‌برد، که قابل تأمل هستند:

۱- مخاطره غیرشخصی بودن؛ این مخاطره بیشتر ناشی از ماهیت ناتوانی اینترنت در انتقال بار معنایی و هستی‌شناختی الهیات سنتی به کاربران اینترنتی است. در این راستا می‌توان از مشکلات فنی در انتقال حساسیت‌ها و جذابیت‌های متون مقدس به کاربران مجازی؛ فقدان وعظ و گفتارهای زنده الهیاتی در الهیات مجازی که منجر به بی‌جان کردن کلام خداوند می‌شود؛ و نبود یک زبان سرزنده برای تفسیر و تاویل پیچیدگی و ابهامات متن مقدس و کلام خداوند اشاره کرد.

۲- مخاطره پنهان ماندن، این مخاطره نیز عمدتاً به علت پنهان ماندن هویت اصلی کاربران مجازی در اینترنت است. این مسئله به‌ویژه برای بلاگرها و کامنت‌گزاران صادق است. با این هویت پنهان می‌توان هر حرف الهیاتی و شبه‌الهیاتی و حتی ضدالهیاتی را اینترنتی کرد؛ بدون این که واهمه‌ای از واکنش زیست جهان متخصصان و حوزه عمومی و بلاگ دوستان داشت.

به صورت خلاصه این دو مخاطره در الهیات مجازی می‌تواند، منجر به کارناوالی پر از ماسک، توده‌ای از کاربران مجازی گمنام ولی پرهیاهو و پرادعا، در حوزه الهیات مجازی شود. در این جا دیگر نمی‌توان از کلیسای حقیقی، به معنای سنتی آن که جایگاه اصلی حفظ قداست الهیات است، سخنی به میان آورد. این مسئله اخیراً در «کنفرانس اروپایی اینترنت مسیحی»^{۲۴} به بحث گذاشته شده است. در این کنفرانس برچند نکته مهم در این خصوص تأکید شده است:

• علی‌رغم قابلیت‌های اینترنت، فضای مجازی قادر به حفظ یک کلیسای حقیقی نیست؛

- با این وجود در بهترین حالت آن الهیات مجازی موجود می‌تواند فضایی برای شکل دادن به اجتماع مسیحیان مجازی تلقی شود؛
- اما این اجتماع مجازی نیز تنها فضایی برای تولید و مصرف مطالب سخیف آماتوری، عامیانه و غیرحرفه‌ای درباره مسیحیت و الوهیت است.

۴-۲. یک راهبرد پژوهشی پراگماتیستی

اما چه نتیجه مطلوبی از این بحث‌ها می‌توان گرفت؟ پر واضح است، که دلایل موافقان و مخالفان الهیات مجازی، مبنی بر فرصت‌سازی و تهدیدسازی این نوع الهیات پرکاربر و فوق‌العاده جذاب و کاربردی، به یک اندازه دلنشین و تأمل بر انگیز است. به این دلیل مهم که الهیات مجازی توانسته است، هم زمان هم فرصتی برای خداجویی اینترنتی فراهم کند؛ کاربران خداجوی مجازی پرهیاهو و پرمدها را به همراه یک اجتماع مجازی الهیاتی فرامرزی شکل دهد. از منظر جامعه‌شناسی الهیات مجازی این دستاوردها نیز دستمایه خوبی برای کاوش معناساختی و پدیدارشناختی در محتوای متن‌های الهیات مجازی، و به عبارت دقیق‌تر آن وبلاگ‌های خدا، الهیات مردم‌پسند است؛ همچنین محک تجربی مناسبی برای واری و آرسی صدق و کذب ادعاهای نظری بالا در خصوص فرصت‌سازی و تهدیدسازی الهیات مجازی است. با این راهبرد پراگماتیستی می‌توان پرتوی بر فضای الهیات مجازی نو پدید در ایران انداخت.

۳. فضای وبلاگی الهیات مجازی نو پدید در ایران

همان‌گونه که گفته شد، طیف گسترده‌ای از وبلاگ‌های فارسی معنون به نام «خداوند» هستند، که از منظر چهارچوب نظری و پژوهشی این مقاله، مطالب آن‌ها «الهیات مردم‌پسند به صورت مجازی» را تولید می‌کنند. در این بخش هدف تحلیل کیفی این نوع الهیات وبلاگی نوپدید است. به این منظور در تحلیل مزبور، وفق مبنای روشی که انتخاب شده است، به این موارد خواهیم پرداخت:

- توصیف ژانر ادبی ارائه مطالب الهیات وبلاگی
- تشریح عناوین - مضامین مندرج در وبلاگ‌های الهیاتی
- گونه‌شناسی مضامین مندرج در وبلاگ‌های الهیاتی

• ارائه نمونه‌هایی از قطعات الهیات و بلاگی

۳-۱. ژانرها و مضامین پست‌های الهیات و بلاگی فارسی

ژانر، قالب و ابزاری برای ارائه تولیدات فرهنگی است؛ تنظیمات آن به صورتی است، که حامل و حاوی شکل خاصی از روایت‌های فرهنگی به صورتی منسجم و الگومند است (Barker, 2004, pp.74).

از این جهت در ارائه مطالب و محتویات الهیات و بلاگی از ژانرهای خاصی برای تولید مضامین استفاده می‌شود. استفاده و بلاگرها از یک ژانر خاص در فرایند تولید و مصرف پیام تأثیرگذار بوده است و تا اندازه‌ای سودهنده به کارکرد مستمر و بلاگ است. از این حیث ژانرشناسی و بلاگ‌های الهیاتی می‌تواند، تا رسیدن به آستانه تبیین گونه‌های الهیات و بلاگی تولید شده به زبان فارسی کمک کند. به‌ویژه با توجه به استفاده‌ای که الهیات نامجازی از ژانرهای علمی فلسفی و کلامی فقهی برای تولید متن‌های الهیاتی موردنظر می‌کند؛ می‌توان به صورت مقایسه‌ای نیز تمایزات رادیکال میان این دو نوع الهیات (مجازی و بلاگی و نامجازی رسمی) را بهتر درک کرد.

وارسی و بلاگ‌های «نمونه مرتبط» این پژوهش نشان می‌دهد که از «ژانرهای دینی ادبی» متنوعی در و بلاگ‌های الهیات مجازی فارسی استفاده شده است. در حالی که کمتر ما شاهد استفاده از «ژانرهای فلسفی علمی و کلامی فقهی» در این و بلاگ‌ها هستیم. به این معنا، همان گونه که کمی بعد نیز به آن بیشتر توجه خواهیم کرد، می‌توان از وجود نوعی «رومانتیزم الهیاتی عرفانی و بلاگی» پرده برداشت؛ که حکایت از «هژمونی فرهنگ دینی مردم‌پسند» بر «فرهنگ دینی رسمی» دارد. جدول دو ژانرهای مورد استفاده در این و بلاگ‌های الهیاتی فارسی را نشان می‌دهد.

جدول شماره دو- ژانر الهیات و بلاگی فارسی

شعر(نو، کلاسیک، ابداعی)، دعا، حکایت، آیات قرآنی، حدیث، ضرب‌المثل، فولکلور، روایت، تجربه‌شخصی، مستندات ژورنالیستی، مضامین دینی	ژانر
---	------

(بلاگفا، شهریور ۱۳۸۹؛ ۳۳ مورد «نمونه مرتبط»)

به همین ترتیب عناوین و مضامین (سرمتن پست‌های وبلاگی) مورد استفاده در این وبلاگ‌ها نیز همسو با این ژانرها هستند. در وبلاگ‌های الهیاتی فارسی مجموعاً ۲۴۸ عنوان و مضمون استخراج شده است. از این تعداد، تنها ۶۶ پست، حدود ۲۷ درصد معنون و مزین به نام «خداوند» است؛ ۱۸۲ پست مابقی حدود ۷۳ درصد بدون نام خداوند بوده است؛ اما در متن به نوعی مرتبط نام خداوند آمده است.

وارسی عناوین انتخاب شده از سوی «وبلاگرهای الهیاتی» برای ۶۶ پست موردنظر نکته‌های جالب توجهی را در مورد جهت‌گیری‌های محتوایی این نوع الهیات مجازی مردم‌پسند نشان می‌دهد. به عبارتی مدعای نظری ما مبنی بر وجود نوعی «رومانتیزم الهیاتی عرفانی وبلاگی» در این وبلاگ‌ها و نیز هژمونی «فرهنگ مردم‌پسند دینی عرفانی» بر «فرهنگ دینی رسمی» البته با «چاشنی اجتماعی» از این طریق تأیید می‌شود. در جدول ۳ و ۴ گونه‌شناسی از این پست‌های وبلاگی الهیاتی فارسی (نسخه ۱ و ۲) به همراه عناوین سرمتن آن‌ها ارائه شده است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، در برداشت‌های وبلاگی شده از «امر الهیاتی و خداوند» بیشترین تعبیر وبلاگرهای فارسی با مضامین «بازنمایی متافیزیکی عرفانی، هنری و ادبی» و نیز «اجتماعی» به سبکی مردم‌پسند است. از این لحاظ فاصله جالب توجه و زیادی میان تعبیر الهیاتی «رسمی و تخصصی» از خداوند و این‌گونه تعبیر الهیاتی مجازی «مردم‌پسند و آماتوری» دیده می‌شود.

جدول شماره سه- گونه‌شناسی پست‌های وبلاگی الهیاتی فارسی

عنوان پست وبلاگی	گونه
خدایا شاکی ام، مهربان‌ترین خدا، آرامش با خدا، اول خدا، قطاری به مقصد خدا، خدا در قلب انسان هاست، خدا به شکل دید و نگرش تو در می‌آید، خدا کیه و خداچیه، عارف خداشناس، کرامات عاشقان خدا، خداشناسی‌ها، ارتباط با خدا در نماز، و خدا گمشده‌ای داشت، ما احتیاج داریم که خدا را پیدا کنیم، خدا و بنده اش، نیازت را در خانه خدا بیار، ذکر خدا، تجلی خدا، جمال خدا در همه جاست.	متافیزیکی عرفانی
خدای من زیباست، خدا عشق ابدی، خدایا ممنون، خدادوستت دارم،	هنری

عنوان پست و بلاگی	گونه
گنجشک و خدا، مورچه و خدا، لبخند خدا، سرمستی خدا، اشک خدا.	ادبی
گپی با خدا، من و خدا، من با خدا غذا خوردم، زندگی با طعم خدا، مهمان خدا، همسایه خدا، خدایا ببین دنیای مارا، میزبانی خدا، خدایا مواظبم باش، خودمانی با خدا، نامه‌ای به خدا، درد دل با خدا، خدایی رفتار کنیم، دیدار با خدا.	اجتماعی

(بلاگفا، شهریور ۱۳۸۹؛ ۳۳ مورد «نمونه مرتبط» ۳۳ پست)

جدول شماره ۴-گونه‌شناسی پست‌های وبلاگی الهیاتی فارسی

عنوان پست و بلاگی	گونه
سخن رسول، ماه رمضان، دعا و زیارت، اسماء الحسنی، طب الروح، دعا‌های ربنا، خواص آیات قرآنی، نماز پر فضیلت، صلوات‌های پر فضیلت، مساجد مقدس، احادیث ائمه، اسم اعظم، صاحب الزمان، علوم غریبه، پنج تن آل عبا، استفاده از تربت، علی ع در دنیای اجنه، توکل، یا غیاث المستغیثین، من خاک شوم پای امامم بوسم، بریده از همه و پناه آورده به تو، شب لیلہ الرغایب، سفر زیارتی سیاحتی همیشگی آخرت، بلوتوث قرآنی، درباره حجاب، فاطمه و پوشش بانوان، وصیتنامه حضرت امیر ع، روز قسمت، سه نشانه مومن، صحیفه سجادیه، ذکر یونسیه.	معارف فقهی و کلامی
با عشق زندگی کن، سرگذشت دو سنگ، شمع و فرشته، فرشته بیکار، بالهات را کجا گذاشته‌ای، واژه‌های بی باران، شوق، کام دل، روزی که دانشمندان همه مردند، مدعی نادان، بغض تلخ، عشق ترسناک، دلم گرفته، گنج شیطان، الفبای درد، گنج روزانه، ساعت ۱۱، اتوبوس خیال، کنار ثانیه‌ها، پوزه بند، بارش تردید، جنون دوست داشتنی، نیشخند تو، خنده با تو، لبخند زندگی، کورسوی زندگی، حکایت خورشید و باد، بوی‌اش نذری، کسی که هزار سال بزیست، شهر فرشته‌ها.	هنری ادبی
نقل مکان به خانه امن تر، ملامت، حلقه آسمانی، کیمیای محبت به حق، نشان از بی نشان‌ها، کرامات الصالحین، سالکان روشن ضمیر، گوشه‌ای از احوال شیخ، انیس الواعظین، فاصله نیکی و بدی، پایانی خوش، بخشش،	عرفانی اخلاقی

عنوان پست و بلاگی	گونه
مراعه‌دی است با جانان، تاج بندگی، باخت، خانه تکانی ذهنی رمز سلامتی بهداشتی، ارزشهای والای اخلاقی، خودخوری، با خودت روپوشو، من کنارت بودم و نشناختی ام، نکات اخلاقی آیت ... بهجت، از تو غافل شدم، شاخص حق.	
سهممون از دنیا، فرصت‌ها را از دست ندهیم، زندگی کردن یادمان نرود، آداب زندگی، رزق و دین، مرجع سبز، آموزه‌هایی از کوروش کبیر، به مناسبت سال همت مضاعف کار مضاعف، روش برخورد با دنیا، چند کلام از دکتر شریعتی، وصیتنامه داریوش بزرگ.	اجتماعی فرهنگی

(بلاگفا، شهریور ۱۳۸۹؛ ۳۳ مورد «نمونه مرتبط» ۱۸۲ پست)

۲-۳. محتوای الهیات و بلاگی فارسی (ایماجیو دی)

در این بخش مروری تحلیلی بر محتواهای این پست‌های و بلاگی (۲۴۸ مورد) خواهیم داشت. پیش از آن لازم است، اشاره کنیم، که الهیات و بلاگی مورد بررسی در این مقاله را از حیث محتوایی می‌توان ذیل چند مقوله کلیدی مهم، که از منظر زبان «الهیات اینترنتی» و «فلسفه دین مجازی» به آن ایماجیو دی یا برداشت دیجیتال ایدآل از خداوند می‌گویند، مرتب کرد. ماحصل استنباط تجربی ما در این زمینه نشان می‌دهد، که این «ایماجیو دی» در وبلاگ‌های الهیاتی فارسی به چهار «فرم» بازنمایی شده است. این موارد را ذیل عناوین زیر نام‌گذاری کرده‌ایم:

- دیالوگ الهیاتی (گفتگو با خداوند)
 - رومانیزم الهیاتی (معاشقه با خداوند)
 - ایستتیزم الهیاتی (بیان زیباشناختی خداوند)
 - پارادوکسیزم الهیاتی (واگویه موارد متناقض‌نما و شطحیاتی درباره خداوند)
- در ادامه به نقل نمونه قطعاتی از این محتواهای و بلاگی می‌پردازیم. پیش از آن ذکر این نکته مهم ضروری است، که اکثر این قطعات و بلاگی به صورت «بینامتنیتی» هستند؛ یعنی عمده مطالب اصلی نقل و قول‌هایی به صورت متن، شعر، حکایت، روایت، حدیث، دعا، آیه و... از دیگران هستند، تا آرای تولیدی خود و بلاگرها. با این

وجود نفس انتقال این مطالب و انتخاب آن‌ها به‌طور بینامتنی می‌تواند ماهیت «ایماجیو دی» و بلاگرهای درگیر در امر «الهیات مجازی»، همچنین سبک اندیشه‌ورزی آماتوری آن‌ها درباره خداوند، که به نوعی مواجهه شخصی آن‌ها با خداوند نیز هست، را نشان دهد. با این توضیح فرض مقبول این است، که این قطعات را می‌توان تولید فرهنگی و بلاگرهای الهیات مجازی دانست.

۳-۲-۱. دیالوگ الهیاتی و بلاگی (گفتگو با خداوند)

مهم‌ترین فرم مواجهه فردی و شخصی با خداوند «دیالوگ با او» است. در این دیالوگ و بلاگر درگیر در امر الهیات ناگزیر باید بتواند تصویری ایدآل از خداوند را نشان دهد. در الهیات رسمی و نامجازی که بسیار تخصصی و با دیسیپلین است؛ این امر رابطه‌مندی میان بنده و خداوند را به صورتی «متن مند» و منطبق با نص کتاب مقدس بیان می‌کند؛ حال آن‌که در «متن مجازی» و بلاگ‌های الهیاتی یا الهیات و بلاگی برقراری و گفتگو با امر مقدس و خداوند فارغ از دیسیپلین الهیات متن مند است. به عبارتی در این جا اصل مولوی‌گونه فرهنگ پست مدرنی «هیچ ترتیب و آدابی مجوی، هرچه می‌خواهد دل تنگت بگوی» حاکم است. در چند نمونه زیر به خوبی می‌توان شاهد و بلاگی ما را مشاهده نمود.

دیالوگ الهیاتی و بلاگی یک

از خدا پرسیدم خدایا چطوری می‌توان بهتر زندگی کرد؟ خدا جواب داد: گذشته ات را بدون هیچ تاسفی بپذیر، با اعتماد زمان حال ات را بگذران، و بدون ترس برای آینده آماده شو. ایمانت را نگهدار، و ترست را به گوشه‌ای بینداز. شک هایت را باور نکن و به باورهایت شک نکن....

دیالوگ الهیاتی و بلاگی دو

خدایا گفتم چقدر احساس تنهایی می‌کنم؛ گفتم: که من نزدیکم؛ گفتم تو همیشه نزدیکی، من دورم؛ کاش می‌شد بهت نزدیک می‌شدم؛ گفتم هر صبح و عصر پروردگارت را پیش خودت با خوف و تضرع آهسته یاد کن....

دیالوگ الهیاتی و بلاگی سه

دلم گرفته و خسته ام از دنیا خسته ام، از این دورنگی هاخسته ام، فقط می‌خوام تو تنهایی با خدا باشم؛ خدایا کمک کن، دلتنگم، دلتنگ تو، از روزی که مرا به زمین فرستادی پاک بودم و لی حالا چی....

دیالوگ الهیاتی و بلاگی چهار

خدایا چرا خدا؟ چرا اجابت نکردی تنها دعای این حقیرو؟ اونم تو ماه خودت، خودت گفته بودی که هر که خواسته‌ای در این ماه داشته باشه اجابت می‌کنی. ازت دلخورم و ناراحت. حداقل می‌گفتی چرا؟

دیالوگ الهیاتی و بلاگی پنج

با خدا ماندم، با خدا درددل کردم، سر در آغوشش گذاشتم و گریستم، با دستهای مهربانش نوازشم کرد، دوباره گریستم، خدا خیلی دوست دارم...

دیالوگ الهیاتی و بلاگی شش

خدایا اگر ولم کنی بدبخت میشم، خدایا یادته ۱۵ قرن پیش به محمد بن عبدا... گفتی که به بندگانت بگو هر کی یه قدم اومد طرفت تو ده قدم میای جلوتر؛ خدایا گیر من همین یه قدمه، پشتمو خالی نکن، کمک کن حسابی پوز شیطونو بزنم....

دیالوگ الهیاتی و بلاگی هفت

خدایا نگویم دستم بگیر که یه عمره گرفته ای؛ مبادا رهایم کنی، خدایا خودم را بتو می‌سپرم؛ تویی که پر از برکت و رحمت هستی؛ تویی که خدای من هستی، تویی که صاحب این تن و وجودی؛ می‌دانم که امانت دار خوبی نبودم، خدایا قلبم را بتو می‌دم؛ خدای من مواظبم باش، هیچ وقت دستم را ول نکن، می‌دانم گم میشم....

دیالوگ الهیاتی و بلاگی هشت

خدایا اگر مرا در آتش بسوزانی، شیطان شاد خواهد شد؛ و اگر مرا به بهشت ببری پیامبرت را شاد خواهی کرد؛ و من می‌دانم که تو شادی پیامبرت را دوست داری....

دیالوگ الهیاتی و بلاگی نه

خدایا ببین این دنیای مارا، ببین این لحظه‌های سخت ما را، برسان مولای ما را...

دیالوگ الهیاتی و بلاگی ده

خدای من ای بزرگترین دلیل زندگیم، ای ابی ترین، من را ببخش؛ برای همه کاستی هایم، همه گناهانم، همه نادانی هایم، همه خطاهایم...

دیالوگ الهیاتی و بلاگی یازده

ای خدای آسمانی، مرا به کلبه ات باز گردان؛ منی که دم عاشقی ات گل وجودم را بیدار ساخت؛ با نسیم نوازشت دوباره بیدارم ساز، ای کسی که «علی کل شی قدیر»؛ بارالها ببخشا که من خاکی آلوده دنیا گشته‌ام....

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، در این قطعات منتخب، بارقه‌هایی از وصف خداوند به «زبان و بلاگی آماتوری» بازنمایی شده است. در این فرم از «ایماجیو دی» و بلاگر فراسوی مرزهای رسمی میان خداوند و بنده و امر بندگی به تشریح رابطه «خود و خداوند» می‌پردازد؛ چیزی که برای الهیات رسمی و تخصصی امری غریب و بدعت‌آمیز است. در یکی از منحصر به فردترین قطعات و بلاگی منتخب می‌توان شاهد اوج این‌گونه «بازنمایی الهیاتی» بود:

دیالوگ الهیاتی و بلاگی دوازده

گفتم خسته‌ام، گفت «لاتقنطوا من رحمت ا...»؛ گفتم: انگار مرا فراموش کرده‌ای، گفت: «فاذکرونی اذکرکم»؛ گفتم: تا کی باید صبر کرد، گفت: «و مایدریک لعله الساعه تکون قریب»؛ گفتم: تو خدایی و صبور و من بنده‌ات و ظرف صبرم کوچک است، یک اشاره کنی تمام، گفت: «عسی ان تحبوا شیئا و هم شر لکم»؛ گفتم: «انا عبدک الذلیل و الضعیف» اصلا چطور دلت می‌یاد، گفت: «ان ا... بالناس لرثوف الرحیم»؛ گفتم: دلم گرفته، گفت: «به فضل ا... و برحمته فبذالک فلیفرحوا المومنون»؛ گفتم: اصلا بی خیال «تو کلت علی ا...»، گفت: «ان ا... یحب المتوکلین»؛ گفتم: خیلی چاکریم، گفت: «و من الناس من یعبد ا... علی حرف»؛ گفتم: چقدر احساس تنهایی می‌کنم، گفت: «فانی قریب»؛ گفتم: غیر تو کسی را ندارم، گفت: «نحن اقرب الیه من حبل الوریث»....

تازه فهمیدم خدایم این خداست؛ این خدای مهربان و آشناست؛ دوستی از من به من نزدیکتر، از رگ گردن به من نزدیک تر....

با وجود این که در این دیالوگ‌های الهیاتی و بلاگی به شکلی «بینامتنیتی» می‌توان رگه‌های زیادی از دیگر فرم‌های گفته شده را نیز به وفور دید؛ اما در لابلای و بلاگ‌های منتخب قطعاتی نیز می‌توان یافت، که به صورت خاص سرشار از «بازنمایی‌های زیباشناختی خداوند» و «عشق‌ورزی با خداوند» هستند. نکته مهمی که در این زمینه گفتن آن ضروری است، این است، که «در هم تنیدگی بینامتنیتی» این دو مقوله بازنمایی شده به اندازه‌ای است، که کمتر می‌توان آن‌ها را از هم جدا نمود. از این رو ناگزیر از ارائه همزمان این قطعات در لابلای هم خواهیم بود. در ادامه چند نمونه از این قطعات را نیز خواهیم آورد:

۳-۲-۲. ایستیزم و رومانتیزم الهیاتی و بلاگی (معاشقه با خداوند و بیان زیباشناختی خداوند)

همان‌گونه که پیشتر گفته شد، وجود فرم‌های زیباشناختی و احساسات‌گرایی که مندرج در و بلاگ‌های الهیاتی فارسی هستند، را باید بخشی دیگر از فرم‌های الهیات مجازی فارسی محسوب کرد. در این فرم‌ها و بلاگرها از تمامی پتانسیل عواطف و احساسات خود برای مواجهه با خداوند و نشان دادن تصویری از «رابطه عاشقانه با او» به نحوی هنری و با زبانی زیباشناختی استفاده می‌کنند. امری که چندان غریب نیست؛ زیرا در الهیات متعارف نیز خداوند مظهر و تجلی زیبایی، جمال و رحمانیت و عطوفت نسبت به مخلوقاتش است. اما غریب این است، که با استفاده از زبان روزمره و مردم‌پسند این عواطف و احساسات، به همان زیبایی سکولاریستی (!) که در زیست جهان اجتماعی فرهنگی مرسوم میان عاشق و معشوق (یا به عبارت فرهنگ پاپ آن: میان دوست پسر و دوست دختر!) به کار می‌رود، عینیت پیدا کند. بنابراین از این حیث زمانی که و بلاگرهای الهیاتی با کاربرت زبان فرهنگ پاپ از نوع دینی و الهیاتی آن به سراغ وصف زیباشناختی و رومانتیکی خداوند، به عنوان یک «معشوقه متافیزیکی و ملکوتی مقدس»، می‌روند؛ دیگر نمی‌توان این مسیر را دست کم با خط سیرهای الهیات رسمی،

که ترجیحاً از به کاربردن این نوع زبان روزمره برای الهیات و کلام دینی تخصصی طفره می‌رود، یکی گرفت. شاهد مثالی ما چند نمونه منتخب و بلاگی زیر است.

ایستتیزم و رومان‌تیزم الهیاتی و بلاگی یک

خدای من زیباست، خدای من رنگین‌کمان خوش‌بختی‌ها است؛ دیوارهای خالی اتاقم را از تصویرهای خیالی‌اش پر می‌کنم....

ایستتیزم و رومان‌تیزم الهیاتی و بلاگی دو

راستی راستی نام خدا قدرتمندترین انرژی کائناته، فقط نام خدا، چه برسه به بی نهایت برکت وصف ناشدنی‌اش؛ خدایا حسابی ماچت می‌کنم، و تشکر ویژه از نوع خودم می‌کنم، قربونت برم، یه لحظه به خودم رهام مکن؛ حتی یک لحظه هم نمی‌تونم تاب بیارم....

ایستتیزم و رومان‌تیزم الهیاتی و بلاگی سه

خدا این جاست، خدا در قلب انسان هاست؛ خدا به شکل دید و نگرشت در می‌آید؛ به میزان ایمان تو راه گشایت میشود؛ به میزان وسعت قلبت در درون تو جاری میشود؛ آنگاه می‌بینی خدا همه چیز هست؛ همه چیز تو؛ از اشک‌هایت و لبخندهایت گرفته تا تمام لحظات شاد و تلخ زندگیت....

ایستتیزم و رومان‌تیزم الهیاتی و بلاگی چهار

دل‌م برایت تنگ شده بود؛ صدایم کردی خیلی وقته که صدایم کردی، درست بعد از رفتنم؛ خدای خوبم مرا به گستاخی ام مجازات نکردی، دوباره به سویت برگشتم؛ در آغوشت؛ خدایا این من، این تو، این من، همه از آن تو؛ خدایا به شدت برایم دعا کن....

ایستتیزم و رومان‌تیزم الهیاتی و بلاگی پنج

خدای منی، تنها عشق کبیرتوست، در اولین و آخرین سطر؛ من بدون تو چگونه برسم به آخرین سطر؛ خدای منی عشق کبیر تو آخرین سطر من است؛ و عشق صغیر من اولین نقطه زندگی من است؛ اگر چه عشق‌های صغیر من بسیارند، اما عشق کبیر تو قطعاً آخرین سطر من است....

ایستتیزم و رومان‌تیزم الهیاتی و بلاگی شش

گی با خدا، خدایی که شکرخند لبش بیداد کرده این روزا؛ به هر جا چشم بیاندازی رنگ خدا را می‌بینی؛ بوی خدا همه لحظه‌ها را فضاها را عطر آگین کرده؛ خوابت با خدا، بیدارشدنت با عطر خدا؛ خوردنت با عطر خدا، نخوردنت با عطر خدا....

ایستتیزم و رومان‌تیزم الهیاتی و بلاگی هفت

خدا همین برایش بس است که عاشقش باشیم؛ به امید روزی که ظهور مهدی زهرا را ببینیم....

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، در این قطعات و بلاگی منتخب، به کارگرفتن واژه‌های «زبان فرهنگ مردم‌پسند» برای بیان زیباشناسی رومان‌تیزی الهیات و نیز نشان دادن «نزدیکی مردم‌پسند گونه خداوند به بندگانش» امری رایج و متعارف شده است؛ لذا و بلاگرها طوری از واژه‌هایی مانند «ماچ کردن، در آغوش گرفتن، قربان صدقه خدا رفتن، بی‌تابی برای خدا، دل‌تنگی خدا» و مانند آن استفاده می‌کنند، که گویی «تشخص انسان‌پنداری خداوند» اتفاق افتاده است. در نمونه و بلاگی منحصر بفرد زیر این شاهد مثالی به خوبی تبلور یافته است:

ایستتیزم و رومان‌تیزم الهیاتی و بلاگی هشت

دیشب خدا در گوشم زمزمه می‌کرد؛ چه صدای زیبایی داشت؛ راستی دیشب خدا مرا در آغوش گرفت و آرزویم را برآورده کرد؛ خدایا یاری ام رسان که تو تنها یاری‌رسانی؛ خدایا همه موجودات را خوشبخت نما فقط برای عشق....
اما اوج چنین بازنمایی الهیاتی در و بلاگ‌های فارسی را می‌توان در فرم دیگری سراغ گرفت، که در آن و بلاگر از قطعات شطحیات متناقض آمیز استفاده می‌کند. فرم «پارادوکسیزم الهیاتی»، که در ادامه خواهد آمد، ناظر به چنین موقعیتی است.

۳-۲-۳. پارادوکسیزم الهیاتی و بلاگی (واگویه موارد متناقض نما و شطحیات درباره خداوند)

گرایش به ابراز شفاهی یا نوشتاری موارد متناقض‌نما و ارائه جملات ناهمگون در متن‌ها نوعی تولید فرهنگی است، که می‌توان آن را پارادوکسیزم نامید؛ نظیر آن‌چه که در ادبیات متصوفه اسلامی از آن تحت عنوان شطحیات یاد می‌شود، مانند جمله معروف

«انا الحق» منصور حلاج. در وبلاگ‌هایی از نوع الهیات و بلاگی نیز، که موضوع اصلی این پژوهش است، چنین قاعده‌ای بیش و کم مصداق دارد؛ خصوصاً به خاطر صفات مجازیت متنی که در اینترنت رواج دارد و نیز به لحاظ استفاده و رغبت بیش از اندازه‌ای که این‌گونه وبلاگ‌ها به استفاده آماتوری از «عرفان و تصوف مردم‌پسند» از خود نشان داده‌اند؛ چنین رویه‌ای توجیه‌پذیر است. از سوی دیگر لغزندگی و منعطف بودن مقوله‌ای مانند خداوند، که وصف‌ناپذیری و تجسم‌ناپذیری فوق‌العاده بی‌نهایتی دارد، می‌تواند در دامن زدن به «ایماجیو دی» و بلاگرها نیز دامن بزند. به هر روی این واقعیتی است، که نمی‌توان از تحلیل آن چشم پوشید، خواه درست تلقی شود و خواه نادرست دانسته شود. با این توصیف می‌ماند ارائه نمونه‌هایی از قطعات و بلاگی که حاوی چنین فرمی هستند. در ادامه چند نمونه مختصر از این موارد ذکر می‌شود:

پارادوکسیزم الهیاتی و بلاگی یک

ای انسان‌ها زمستان است و من بیکارم؛ یعنی همه کارها را سپرده‌ام به دست فرشته‌هام؛ و تصمیم گرفتم در این هوای سرد به میان شما مخلوقات پیچیده‌ام پیام و یکم به کاراتون سرو سامون بدم؛ می‌بینید چه خدای مهربونی هستم....

پارادوکسیزم الهیاتی و بلاگی دو

خدایا کفر نمی‌گویم؛ پریشانم، چه می‌خواهی تو از جانم؛ مرا بی آن که خود خواهم، اسیر زندگی کردی؛ خداوندا تو مسئولی؛ خداوندا تو می‌دانی که انسان بودن و ماندن در این دنیا چه دشوار است؛ چه رنجی می‌کشد آن کس که انسان است و از احساس سرشار است....

پارادوکسیزم الهیاتی و بلاگی سه

تو برای خودت خدایی ساختی؛ خدایی از انکار انسان‌ها؛ خدایی از سارتر و هگل و کامو و کافکا و داستایوفسکی؛ و از خودت خدایی از جنس موسیقی راک؛ اما اکنون که ساخته‌ای درنگ کن، تو خدای خودت هستی؛ باور نداری که روزی خدایی این‌گونه مثل تو سردرگم باشد؛ و باور نداشته باشد و به جنگت ادامه می‌دهد، و جنگی تا خدایت رایپدا کنی....

پارادوکسیزم الهیاتی و بلاگی چهار

فهمیدن این که خدایی و خدایانی در کار نیست؛ فهمیدن این که قصه‌ها و قصه‌هایی در کار نیست؛ فقط نفهمیدن من است....

پارادوکسیزم الهیاتی و بلاگی پنج

خدایا خدایا، بارها آمدی و من نبودم؛ دست تورا وقتی از پرتگاه می‌افتادم دیدم، که مرا گرفتی.

پارادوکسیزم الهیاتی و بلاگی شش

گاه و بی‌گاه دلم بدجوری واسه خدا تنگ میشه؛ یه وقتایی دلم می‌خواد بهم وقت قبلی بده و توی یک جلسه خصوصی دو نفره درد دلامو بشنوه؛ اون منو هیچ وقت از ملاقاتش به خاطر نگرفتن وقت قبلی محروم نمی‌کنه؛ هیچ وقت اسمم واسه صحبت با اون وارد یک لیست انتظار طولیل نمیشه؛ که معلوم نیست کی نوبت به من برسه؛ محاله محاله ممکنه بهم بگه دیگه نمی‌پذیرمت؛ خیلی بزرگواره؛ باوجودی که بالاترین مقام این دنیای شلوغ پلوغه، هی وقت منتظم نمیداره.

پارادوکسیزم الهیاتی و بلاگی هفت

امروز که باران بارید، دلم خیلی گرفته بود خیلی؛ باران اشک خداست؛ ولی مگر خدا هم گریه می‌کند؟ آری خدا سالهاست که گریه می‌کند؛ و سالهاست، که باران می‌بارد و اشک می‌ریزد؛ به خاطر من و کسانی که از روی گردان می‌شوند...

پارادوکسیزم الهیاتی و بلاگی هشت

در رویاهام با خدا مصاحبه‌ای داشتم؛ خدا پرسید تو دوست داشتی با من مصاحبه کنی؟ گفتم اگر وقت داشته باشید؛ خدا لبخند زد و گفت، وقت من بی‌نهایت، چه سؤالاتی در ذهن داری؟....

همان‌گونه که در این قطعات دیده می‌شود، به کاربردن واژه‌ها و عبارات دو پهلویی در نسبت با خداوند؛ مانند: «بالاترین مقام این دنیای شلوغ و پلوغ»، «چه سؤالاتی در ذهن داری»، «تو خدای خودت هستی»، «فهمیدن این که خدا و خدایانی در کار نیست»

و «خداوندا تو مسئولی»، که می‌تواند به ابهام بیشتر ذهن در دریافت ماهیت حقیقی خداوند و امر الهی دامن زند، ناشی از «ایماجیو دی» آماتوری است که در وبلاگ‌های الهیاتی بدون هیچ قید و بند فلسفی و کلامی تخصصی سر ریز شده است. به هر روی این فرم از الهیات و بلاگی فارسی را می‌توان به رواج نوعی «عرفان پست مدرنی مردم‌پسند»ی نیز نسبت داد، که طرفدار هرچه بیشتر گسترش الهیات آماتوری با واسطه رسانه پرتفردار و پرکاربر اینترنت است.

جمع‌بندی: پارادوکس خدای مردم‌پسند مجازی

این مقاله می‌تواند، حاوی نکته پایانی درباره پارادوکس‌هایی باشد، که ناشی از پیامدهای پیش‌بینی نشده «گسترش وبلاگ‌های الهیاتی و الهیات و بلاگی» است. وبلاگی شدن امر الهیاتی و درگیری و وبلاگرهای آماتور با حوزه‌های بسیار تخصصی فلسفی و فنی از نوع اکادمیکی، حوزوی آن، به‌ویژه الهیات و فلسفه دین و کلام دینی، اگر چه مقابله و مواجهه دینی جالب توجهی با آثار سکولاریزم خزننده و جهنده در هزاره سوم است؛ با این وجود، انتشار بی‌قید و بند و فارغ از نظارت تخصصی این نوع مطالب آماتوری راجع به امر مقدس و الوهیت هم می‌تواند، به سهم خود و در آینده نزدیک مسیرهایی دیگر به روی دین‌گرایی بیشتر یا دین‌زدایی بیشتر باز کند. بنابراین از دیدگاه نگارنده در حالی که نظریه‌پردازان فلسفی اجتماعی برجسته‌ای مانند هابرماس از ظهور پدیده جامعه‌شناختی دینی جدیدی مانند پساسکولاریزم در زیست جهان مدرن و سکولاریستی کنونی یاد می‌کنند؛ با این وجود نمی‌توان از سهم و شراکت تأثیر گذار الهیات مجازی از این دست، در دگرگون کردن ماهیت سنت دین‌داری و الهیات سنتی پیشامجازی و در نتیجه پیش بردن پساسکولاریزم به سمت نوع دیگری از سکولاریزم الهیاتی که مجازی شده و اینترنتی است غفلت کرد. به عبارت دیگر در حالی که می‌توان از جهات گوناگون پرداختن و درگیری فکری نسل وبلاگر، که عمدتاً نسل جوان هستند با الهیات و امر مقدس و خداوند را، از حیث مقابله متنی با سکولاریزم، به فال نیک گرفت؛ با این وجود خطرات ناشی از متنیت مجازی شده و مقتضیات نوشتار و بلاگی، می‌تواند برای زیست جهان سنتی دین‌داری و الهیات تخصصی، از

جهت تغییر فضای مفهومی امر مقدس و خداوند، مخاطره آمیز تلقی شود. کم‌ترین آثار مخاطره‌آمیز این نوع الهیات و بلاگی همان‌گونه که در بحث از فرم‌های چهارگانه مندرج در وبلاگ‌های الهیاتی فارسی مورد بررسی این پژوهش مشتمل بر دیالوگ الهیاتی، رومان‌تیزم الهیاتی، ایستتیزم الهیاتی و پارادوکسیزم الهیاتی رواج نوعی خاص از «ایماجیو دی پست مدرنی و مردم‌پسند» است؛ که تن به «منطق گفتگویی انتقادی» نخواهد داد.

یادداشت‌ها

1. Popular Religion

2. Popular God

3. Virtual Theology

4. Virtual God

۵. لازم به ذکر است (تا هفته اول شهریور ۱۳۸۹ / سپتامبر ۲۰۱۰) بر اساس آمار سایت

Blogger.com حدود ۳۰ هزار "وبلاگ دینی" نیز به زبان لاتین فهرست شده است.

6. Relevance Sampling

7. popular culture

8. Virtual Popular Religion

9. Internet-Based Spirituality & Religiosity

10. Traditional Theology

11. catechism

12. Theological Packages

13. Virtual Theology Users

14. On-Line God

15. ntgateway.com

16. torreys.org.bible/itankah.org

17. virtualreligion.net

18. imagio dei

19. created co-creator

20. performance

21. Cyber Divinity

22. Web-God

23. god-cyber traveler

24. European Christian Internet Conference

کتابنامه

استوت، دانیل (۱۳۸۸)، برگزیده دانش نامه دین، ارتباطات و رسانه، گروه مترجمان، سید حمید رضا قادری، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
دوآس. دی. ای (۱۳۸۷)، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، هوشنگ ناییبی، تهران، نی.
عاملی، سید سعیدرضا (۱۳۸۵)، ارزیابی فضای مجازی ایرانی - مجموعه مقالات دانشجویی، تهران، دبیرخانه شورای عالی اطلاع‌رسانی.
فلیک، اووه (۱۳۸۷)، درآمدی بر تحقیق کیفی، هادی جلیلی، تهران، نی.
قادری، سید حمید رضا و عمید، حسین (۱۳۸۸)، جستارهایی در رسانه ۲: دین و رسانه، جمعی از مترجمان، قم، انتشارات دانشگاه ادیان و مذاهب.
کوثری، مسعود (۱۳۸۶)، اینترنت، دین و فرهنگ مردم‌پسند، نامه صادق(ع)، دو فصلنامه تخصصی مطالعات میان رشته‌ای دین و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق ع، سال ۱۴.

نجاتی حسینی، سید محمود (۱۳۸۶)، سیاست‌های دینی و فرهنگ مردمی در ایران: تحلیل گفتمان انتقادی برنامه‌های توسعه (۱۳۸۸-۱۳۶۸)، نامه صادق ع، دو فصلنامه تخصصی مطالعات میان رشته‌ای دین و فرهنگ و ارتباطات، تهران. دانشگاه امام صادق(ع).
هوور، استوارت و لاند بای، نات (۱۳۸۰)، بازاندیشی درباره رسانه - دین و فرهنگ، مسعود آریایی نیا، تهران: سروش.

Barker, C (2003), *Cultural Studies: Theory and Practice*, SAGE.

Id. (2004), *The Sage Dictionary of cultural Studies*, SAGE.

Campbell (2006), *Reporting on the "New Faithfull" in America*<<
<http://www.FACSNET.google>. june 13 2006.

Byrne ,L (2000), *God In Cyberspace:Media And Theology Project Public Lectures*, <http://www.google.cybergod>. aug25-2010>

Dean, J (2003), *Cultural Studies and Political Theory*, Cornell University press.

JRPC (Journal of Religion and pop culture) (2006), *Exploring the Research Agenda for Theology, Religion and Pop Culture*, vol xii, spring 2006, Editorial notes.

- Fretheim ,T. E (2005), *God And World In The Old Testament Relational Theology of Creation*,Nashvill,Abingdon,in, ([http://www. bookreviw. org. /subscribe. asp. pdf. society of biblical literature /30-8-2010](http://www.bookreview.org/subscribe.asp.pdf.societyofbiblicalliterature/30-8-2010))
- Don Stewart (2000), *God Has Spoken To Us: Looking At The Ways He Has Communicated-The Complete Bible Answer Series*, ([http://WWW. google. askdonstewart. com/30-8-2010](http://WWW.google.askdonstewart.com/30-8-2010))
- Garner,s (2005), *Hacking The Divine:A Possible Metaphor For Theology – Technology Engagement*,Colloquium,37,2:181-195.
- Gowan,D. E (1998), *Theology of The prophetic Books: The Death And Resurrection of Israel*, Louisville John Knop ,in<<[http://www. bookreviw. org. /subscribe. asp. pdf. society of biblical literature /30-8-2010](http://www.bookreview.org/subscribe.asp.pdf.societyofbiblicalliterature/30-8-2010)
- Hendey, L. M (2010), *God. Online: Faith Connections And Internet Metaphor*, ([http://www. christiancoloring. com](http://www.christiancoloring.com))
- Horsfield , P (2005), *Theology As A Virtualistic Enterprise*, Colloquium, 37,2:131-142.
- Hunt, S (2005), *Religion and Everyday life* , Routledge.
- Kodascy (2005), *Virtual World and Virtual Theology In Cyberspace*, ([http://www. metanexus. net](http://www.metanexus.net)).
- Kozlovic, A. K (2002), *Superman as Christ – Figure: the American Pop Culture Movie Messiah*, JRF (journal of Religion and film) vol 6 ,no1.
- Leistyna, P (Ed), (2005), *Cultural Studies: From Theory to Action*, Blackwell.
- Lynch ,G (ed) (2007), *Between Sacred And Profane:Researching Religion And Popular Culture* ,London &New York ,I. B. Tauris.
- Mahan, J. H (2006), *Religion and Pop Culture in America*, university of Columbia press, [http://www. Riss. Net/ culture books / repopculture / Google](http://www.Riss.Net/culturebooks/repopculture/Google). 29Apr 2006.
- Id. (2006), *Looking at the Many Ways Religion and Pop Culture Intersect, Reporting on Religion in Unexpected Places.* , [http://WWW. FACSNET,google](http://WWW.FACSNET.google), June 13, 2006.

- Marsh ,C (2008), *Theology* ,The Arts and Pop Culture:An annotated resource list, The Expository Times,119,12:589-595.
- Id. (2007), *Theology As Sound truck*: Pop Culture And Narratives Of Self, The Expository Times,118,11:530-541.
- Id. (2006), *High Technology /Popular Theology*:The Arts ,Popular Culture And The Contemporary Theological Tasks, The Expository Times,117,11:447-451.
- Murray, B (2006), *Faith and public life* ,[http://www. FASCNET. Org/Issues / faith/](http://www.FASCNET.Org/Issues/faith/) google.
- Mulhern, Francis (2000), *Culture / Meta Culture*, Rutledge
- Murray, B (2006), *How Pop Culture Icons Become Religion - like Figure ?* [http:// FACSNET ,Google](http://FACSNET,Google) ,June 13 2006.
- Id. (2006), *Understanding the Religious and Spiritual lives of Teenagers*, [http:// FACSNET, Google](http://FACSNET,Google), June 13 2006.
- Possani, A (2005), *Religion And Popular Culture: A Hyper-Real Treatment*, Brussels, Peter Long.
- Reis, C (2003), *Digital Publishing: Humans Write, God Reads*,Diognes,50,2:75-81.
- Schofield-Clark,L (1999), *Pop culture: Replacing Religion for Today's Teens?*. [http://www. Biblsociety. org. uk/explatory/articles](http://www.Biblsociety.org.uk/explatory/articles) Clark 99. google. 2006
- Tylor,S (2010), *Theology: The Potential of Everyday Practices-as Enscribed In Virtual Internet Communities*,<<<http://google. opensourcetheology. 30-8-2010>>>.
- Wetherbe, J (2003), *God. Online: Seeking God In 21 St Century*, Mead Publishing.