

عنوان مقاله:

ظرفیت نو شبکه های اجتماعی مجازی در گفتمان سازی ایمان به وعده های الهی

محل انتشار:

پژوهش در هنر و علوم انسانی، دوره 4، شماره 9 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

روح الله آهنگران - دانش آموخته حوزه علمیه قم و دانشجوی دکتری فقه و مبانی حقوق دانشگاه آزاد تهران واحد تهران مرکزی

شبیم رضایی عباسی - دانشجوی دکتری فقه و مبانی حقوق دانشگاه آزاد اسلامی، تهران واحد تهران مرکزی

خلاصه مقاله:

در راستای گسترش چشمگیر فضای مجازی در کلیه وجوه زندگی بشر، تولید شبکه های انسانی نیز عامل مهم دیگری در افزایش تعاملات مجازی بین افراد گردید. شبکه های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از وب سایت ها هستند که این روزها کانون توجه کاربران شبکه جهانی (اینترنت) قرار گرفته است. یکی از کارکردها و ظرفیت های این رسانه های نوظهور مجازی ایجاد تعامل و گفتمان سازی می باشد. با توجه به رشد فضای مجازی و ورود جنبه های مختلفی از دین و شکل گیری مذهب در فضای مجازی، گفتمان های گوناگونی از مفاهیم قرآنی و معارف دینی می تواند شکل بگیرد. یکی از آن مفاهیم که کمتر به آن پرداخته شده و لازم است بیشتر به آن توجه شود موضوع ایمان به وعده های الهی می باشد. مراحل گفتمان سازی عبارتند از آگاه سازی، آرمان سازی و هدایت گری که با وجود ظرفیت های نوبشبه های اجتماعی می توان در مرحله آگاه سازی مخاطب نسبت به مفهوم وعده های الهی، اقسام آن و درکل به نقاط ضعف و قوت گروه ها در این موضوع آگاهی یافت و در مرحله آرمان سازی نیز می توان با تعریف نقاط آرمانی به خصوص وعده های مرتبط با مسائل آخرالزمان و حکومت مهدوی برای ایجاد انگیزش در راستای حرکت جمعی به مقصد دست یافت و پس از این دو مرحله مقدماتی که متناظر با کلیت موضوع وعده های الهی است؛ گفتمان سازی وارد مرحله هدایت گری خواهد شد. هدف از انجام این پژوهش بررسی ظرفیت نوبشبه های مجازی در گفتمان سازی ایمان به وعده های الهی می باشد. روش تحقیق در این پژوهش، روش تحلیلی-استنباطی است و از لحاظ هدف کاربردی می باشد. همچنین نحوه گردآوری اطلاعات، روش اسنادی به روش فیش برداری می باشد.

کلمات کلیدی:

ظرفیت، نوبشبه های مجازی، گفتمان سازی، وعده، وعید، شبکه های اجتماعی، رسانه مجازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1242764>

