

عنوان مقاله:

نقش شبکه های اجتماعی در ایجاد و گسترش شبهات دینی زنان

محل انتشار:

فصلنامه رهنمون انقلاب اسلامی، دوره 1، شماره 1 (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 29

نویسندگان:

فائزه عظیم زاده اردبیلی - دانشیار و عضو هیئت علمی گروه فقه و حقوق اسلامی دانشگاه امام صادق، تهران، ایران.

فاطمه رضوی راد - دانشجوی دکتری جامعه شناسی، گرایش مسائل اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

یکی از مهم ترین عرصه هایی که شبکه های اجتماعی به عنوان پرکاربردترین شکل از رسانه های نوین توانسته اند در آن تغییرات اساسی ایجاد کنند، عرصه شبهات دینی بالخصوص در حوزه مسائل زنان است که در سال های اخیر دامنه آن به شدت افزایش پیدا کرده است. لذا پژوهش پیش رو با هدف بررسی نقش بنیان گذاران و حامیان شبکه های اجتماعی در ایجاد و گسترش شبهات دینی در عرصه مسائل زنان، به کمک روش کتابخانه ای اسنادی، این مسئله را مورد مطالعه قرار داده است. بررسی رابطه بین عملکرد رسانه ها و صاحبان و بنیان گذاران آن ها نشان داد که منافع مشترک، تداخل و یکی شدن منافع، شبکه های اجتماعی و صاحبان و بنیان آن ها که عموماً کارتل ها، تراست ها و شرکت های تجاری وابسته به نظام سرمایه داری جهانی هستند، باعث می شود که شبکه های اجتماعی تنها در راستای اهداف و منافع صاحبان و بنیان خود عمل کنند. صاحبان این شبکه ها برای دستیابی به اهداف غیرمالی، چون جهت دهی به افکار عمومی، ایجاد تغییر در مفاهیم و باورهای دینی، تغییر نهاد خانواده، دگرگونی در عرصه زندگی زنان و اهداف مالی چون ترویج مصرف گرایی و مدرگرایی، اقدام به ایجاد و گسترش شبهات دینی در حوزه زنان می کنند و زنان به دلیل آن که بدون هدف خاص (بیشتر برای سرگرمی و ارتباط با دوستان) بیشترین زمان را، در این شبکه ها سپری می کنند، طبق نظریه کاشت، بیشترین تاثیر را از این شبکه ها می پذیرند و به همین دلیل به عنوان یکی از اصلی ترین گروه های هدف از سوی صاحبان این شبکه ها، انتخاب می شوند.

کلمات کلیدی:

اهداف شبکه های اجتماعی، حامیان و بنیان شبکه های اجتماعی، شبکه های اجتماعی، شبهات دینی زنان، زنان در شبکه های اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2030550>

