

## ظرفیت نو شبکه‌های اجتماعی مجازی در گفتمان‌سازی ایمان به وعده‌های الهی

تاریخ دریافت: ۹۸/۱۱/۲۱

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۲/۲۳

کد مقاله: ۴۰۳۴۲

روح‌الله آهنگران<sup>۱</sup>، شبنم رضایی عباسی<sup>۲</sup>

### چکیده

در راستای گسترش چشمگیر فضای مجازی در کلیه وجوه زندگی بشر، تولید شبکه‌های انسانی نیز عامل مهم دیگری در افزایش تعاملات مجازی بین افراد گردید. شبکه‌های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از وبسایت‌ها هستند که این روزها کانون توجه کاربران شبکه جهانی (اینترنت) قرار گرفته است. یکی از کارکردها و ظرفیت‌های این رسانه‌های نوظهور مجازی ایجاد تعامل و گفتمان‌سازی می‌باشد. با توجه به رشد فضای مجازی و ورود جنبه‌های مختلفی از دین و شکل‌گیری مذهب در فضای مجازی، گفتمان‌های گوناگونی از مفاهیم قرآنی و معارف دینی می‌تواند شکل بگیرد. یکی از آن مفاهیم که کمتر به آن پرداخته شده و لازم است بیشتر به آن توجه شود موضوع ایمان به وعده‌های الهی می‌باشد. مراحل گفتمان‌سازی عبارت‌اند از آگاه‌سازی، آرمان‌سازی و هدایت‌گری که با وجود ظرفیت‌های نوشبکه‌های اجتماعی می‌توان در مرحله آگاه‌سازی مخاطب نسبت به مفهوم وعده‌های الهی، اقسام آن و درکل به نقاط ضعف و قوت گروه‌ها در این موضوع آگاهی یافت و در مرحله آرمان‌سازی نیز می‌توان با تعریف نقاط آرمانی به‌خصوص وعده‌های 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 وعده‌های الهی است؛ گفتمان‌سازی وارد مرحله هدایت‌گری خواهد شد. هدف از انجام این پژوهش بررسی ظرفیت نوشبکه‌های مجازی در گفتمان‌سازی ایمان به وعده‌های الهی می‌باشد. روش تحقیق در این پژوهش، روش تحلیلی-استنباطی است و از لحاظ هدف کاربردی می‌باشد. همچنین نحوه گردآوری اطلاعات، روش اسنادی به روش فیش برداری می‌باشد.

**واژگان کلیدی:** ظرفیت، نوشبکه‌های مجازی، گفتمان‌سازی، وعده، وعید، شبکه‌های اجتماعی، رسانه مجازی

۱- دانش آموخته حوزه علمیه قم و دانشجوی دکتری فقه و مبانی حقوق دانشگاه آزاد تهران واحد تهران مرکزی، (مسئول مکاتبات)

R.ahangaran@chmail.ir

۲- دانشجوی دکتری فقه و مبانی حقوق دانشگاه آزاد تهران واحد تهران مرکزی