



The Impact of Social Media on Religious Thought: Challenges and Opportunities

Leila Lotfi¹, Hajar Hosseini², Zeynab Azarang³, Marziyeh Hashemi⁴, and Mahdiah Gholami⁵

¹ Level ۷ seminary student, Al-Zahra Specialized Islamic Seminary, Sahneh County, Kermanshah Province, Iran

² Level ۷ seminary student, Al-Zahra Specialized Islamic Seminary, Sahneh County, Kermanshah Province, Iran

³ Level ۷ seminary student, Al-Zahra Specialized Islamic Seminary, Sahneh County, Kermanshah Province, Iran

⁴ Level ۷ seminary student, Al-Zahra Specialized Islamic Seminary, Sahneh County, Kermanshah Province, Iran

⁵ Level ۷ seminary student, Al-Zahra Specialized Islamic Seminary, Sahneh County, Kermanshah Province, Iran

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received

۲۰ October ۲۰۲۴

Received in revised form

۲۰ December ۲۰۲۴

Accepted

۶ January ۲۰۲۵

Available online

۲۰ March ۲۰۲۵

Keywords:

Social media

Religious thought

Cyberspace

Religious communications

Media literacy

ABSTRACT

In recent decades, social media has become one of the most important communication tools and has greatly influenced cultural and religious spheres. This study examines the role of social media in the formation and transformation of religious thought. The main objective is to analyze the opportunities and challenges created by social media in relation to religious teachings. The research method is descriptive-analytical and based on documentary and library studies. The findings show that social media has expanded access to religious knowledge and resources. These platforms have also strengthened communication between religious preachers and audiences and encouraged religious dialogue. At the same time, challenges such as superficial understanding of religion and the spread of religious doubts have emerged. Media algorithms can influence beliefs and contribute to polarized religious discussions. The growth of cyberspace has changed the way religious concepts are received and interpreted. The study concludes that media literacy and conscious engagement with social media are essential to reduce negative effects and benefit from its positive capacities.

Cite this article: Lotfi, Leila; Hosseini, Hajar; Azarang, Zeynab; Hashemi, Marziyeh; and Gholami, Mahdiah (۲۰۲۵). The Impact of Social Media on Religious Thought: Challenges and Opportunities. *Modern Islamic Studies in the Context of Modernity*, ۱(۲), ۶۸-۷۹.

 <http://doi.org/.....>



© The Author(s).

Publisher: Quarterly Journal of Modern Islamic Studies and Modern.

مقدمه

در عصر حاضر، پیشرفت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات موجب شکل‌گیری تحولات گسترده‌ای در شیوه‌های ارتباطی انسان شده است. رسانه‌های اجتماعی به عنوان یکی از مهم‌ترین نمودهای این تحول، ساختار ارتباطات انسانی را از الگوی یک‌سویه و متمرکز به الگویی تعاملی و شبکه‌ای تغییر داده‌اند. در این فضا، کاربران نه تنها دریافت‌کنندگان اطلاعات، بلکه تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان محتوا نیز هستند و همین ویژگی سبب شده است که جریان اطلاعات با سرعت و گستردگی بیشتری در سطح جامعه منتشر شود. گسترش چنین رسانه‌هایی پیامدهای متعددی در حوزه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی و معرفتی به همراه داشته و بسیاری از الگوهای سنتی شکل‌گیری اندیشه و باور را دستخوش تغییر کرده است. یکی از حوزه‌هایی که تحت تأثیر این تحولات قرار گرفته، حوزه دین و نحوه مواجهه افراد با آموزه‌های دینی است.

با گسترش رسانه‌های اجتماعی، دسترسی به اطلاعات دینی به طور چشمگیری افزایش یافته است. کاربران می‌توانند در هر زمان و مکان به انواع محتوای دینی، سخنرانی‌ها، متون و تحلیل‌های مختلف دسترسی پیدا کنند. این وضعیت از یک سو فرصت‌های تازه‌ای برای گسترش آموزش‌های دینی و ارتباط میان مبلغان دینی و مخاطبان فراهم کرده و از سوی دیگر زمینه‌های جدیدی برای شکل‌گیری برداشت‌های متنوع و گاه متعارض از مفاهیم دینی ایجاد کرده است. در چنین فضایی، پرسش اساسی این است که رسانه‌های اجتماعی چگونه بر نحوه شکل‌گیری و تحول تفکر دینی تأثیر می‌گذارند و چه فرصت‌ها و چالش‌هایی در این زمینه ایجاد می‌کنند. بررسی این مسئله از آن جهت اهمیت دارد که تفکر دینی یکی از عناصر مهم در شکل‌دهی به هویت فرهنگی و معنوی جوامع محسوب می‌شود و تغییر در الگوهای شکل‌گیری آن می‌تواند پیامدهای گسترده‌ای در حوزه‌های اجتماعی و فرهنگی به همراه داشته باشد.

هدف این پژوهش بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به تفکر دینی و تحلیل پیامدهای معرفتی حضور گسترده این رسانه‌ها در زندگی انسان معاصر است. این پژوهش می‌کوشد با بررسی ویژگی‌های ارتباطی رسانه‌های اجتماعی و نحوه تعامل کاربران در این فضا، نشان دهد که چگونه این رسانه‌ها می‌توانند در گسترش آگاهی‌های دینی، شکل‌گیری گفتمان‌های دینی جدید و نیز بروز برخی چالش‌های معرفتی در حوزه دین مؤثر باشند. دستیابی به چنین تحلیلی می‌تواند به درک بهتر تحولات معرفتی مرتبط با دین در عصر ارتباطات کمک کند و زمینه را برای بهره‌گیری آگاهانه‌تر از ظرفیت‌های رسانه‌های اجتماعی در حوزه آموزش و تبلیغ دینی فراهم سازد.

اهمیت و ضرورت این پژوهش از آنجا ناشی می‌شود که رسانه‌های اجتماعی به بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره افراد تبدیل شده‌اند و بسیاری از تعاملات فکری و فرهنگی در این فضا شکل می‌گیرد. در چنین شرایطی، نحوه مواجهه کاربران با مفاهیم دینی نیز به طور فزاینده‌ای در بستر رسانه‌های اجتماعی صورت می‌گیرد. این مسئله می‌تواند پیامدهای مثبت و منفی متعددی برای فهم و تفسیر آموزه‌های دینی داشته باشد. از یک سو، این رسانه‌ها می‌توانند زمینه گسترش آگاهی‌های دینی و تعامل میان دیدگاه‌های مختلف را فراهم کنند و از سوی دیگر ممکن است به انتشار برداشت‌های سطحی یا نادرست از مفاهیم دینی منجر شوند. بنابراین بررسی دقیق این پدیده می‌تواند به شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های موجود و ارائه راهکارهایی برای مدیریت بهتر آن کمک کند.

در سال‌های اخیر پژوهش‌های متعددی در زمینه رابطه دین و رسانه‌های نوین انجام شده است. برخی از این پژوهش‌ها به بررسی نقش فضای مجازی در گسترش ارتباطات دینی پرداخته‌اند و نشان داده‌اند که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند بستر مناسبی برای انتقال پیام‌های دینی و ارتباط میان نهاد‌های دینی و مخاطبان فراهم کنند. برخی دیگر از پژوهش‌ها به بررسی پیامدهای فرهنگی و معرفتی حضور دین در فضای مجازی پرداخته و به چالش‌هایی مانند سطحی‌شدن فهم دینی یا گسترش برداشت‌های متنوع از آموزه‌های دینی اشاره کرده‌اند. با وجود این، بسیاری از این پژوهش‌ها بیشتر بر جنبه‌های ارتباطی یا فرهنگی این پدیده تمرکز داشته‌اند و کمتر به بررسی عمیق تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر فرایند شکل‌گیری تفکر دینی پرداخته‌اند.

وجه تمایز پژوهش حاضر با مطالعات پیشین در این است که تلاش می‌کند با نگاهی تحلیلی و جامع، رابطه میان ویژگی‌های ساختاری رسانه‌های اجتماعی و فرایندهای شکل‌گیری تفکر دینی را مورد بررسی قرار دهد. در این پژوهش علاوه بر بررسی فرصت‌های موجود برای گسترش آموزش و گفت‌وگوی دینی در فضای مجازی، چالش‌هایی مانند تأثیر الگوریتم‌های رسانه‌ای، شکل‌گیری گفتمان‌های رقابتی دینی و نقش سواد رسانه‌ای در مواجهه با این فضا نیز مورد توجه قرار گرفته است. بدین ترتیب، این مقاله می‌کوشد تصویری نسبتاً جامع از تعامل میان رسانه‌های اجتماعی و تفکر دینی ارائه دهد و زمینه‌ای برای پژوهش‌های بیشتر در این حوزه فراهم سازد.

۱. مفهوم‌شناسی

در بررسی هر پدیده علمی، تبیین مفاهیم بنیادی نقش مهمی در روشن شدن چارچوب نظری پژوهش دارد. از این رو، در این بخش به تعریف و تبیین مفاهیم کلیدی «رسانه‌های اجتماعی» و «تفکر دینی» پرداخته می‌شود تا زمینه لازم برای تحلیل رابطه میان آن‌ها فراهم گردد.

۱.۱. مفهوم رسانه‌های اجتماعی

در دهه‌های اخیر با گسترش فناوری‌های ارتباطی و ظهور بسترهای نوین دیجیتال، مفهوم رسانه دچار تحول گسترده‌ای شده است. در میان این تحولات، رسانه‌های اجتماعی به عنوان یکی از مهم‌ترین اشکال رسانه‌های نوین شناخته می‌شوند که شیوه‌های تولید، توزیع و مصرف اطلاعات را به طور بنیادین دگرگون کرده‌اند. رسانه‌های اجتماعی به طور کلی به مجموعه‌ای از بسترهای ارتباطی مبتنی بر اینترنت اطلاق می‌شود که در آن کاربران می‌توانند به تولید محتوا، اشتراک‌گذاری اطلاعات و تعامل با یکدیگر بپردازند. در این رسانه‌ها مرز میان تولیدکننده و مصرف‌کننده محتوا تا حد زیادی از میان رفته و کاربران خود به بازیگران فعال در فرآیند ارتباطی تبدیل شده‌اند (میرخانی، ۱۳۹۷، ص ۵۷).

یکی از ویژگی‌های اساسی رسانه‌های اجتماعی، ماهیت تعاملی آن‌هاست. برخلاف رسانه‌های سنتی که ارتباط در آن‌ها عمدتاً به صورت یک‌سویه از سوی تولیدکننده به مخاطب صورت می‌گرفت، در رسانه‌های اجتماعی کاربران می‌توانند به طور هم‌زمان نقش تولیدکننده، توزیع‌کننده و دریافت‌کننده محتوا را ایفا کنند. این ویژگی سبب شده است که جریان ارتباطات در این فضا از حالت متمرکز خارج شده و به شکلی شبکه‌ای و چندسویه شکل گیرد (آذربخش، ۱۳۹۲، ص ۴۳).

از دیگر ویژگی‌های مهم رسانه‌های اجتماعی می‌توان به سرعت بالای انتشار اطلاعات اشاره کرد. در این فضا، محتواها در مدت زمان کوتاهی در میان کاربران گسترده‌ای منتشر می‌شوند و همین امر موجب شده است که شبکه‌های اجتماعی به یکی از مهم‌ترین بسترهای انتقال اطلاعات در جهان معاصر تبدیل شوند. این سرعت انتشار، امکان شکل‌گیری سریع گفتمان‌های اجتماعی، فرهنگی و حتی دینی را فراهم کرده است و به همین دلیل رسانه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به افکار عمومی نقش قابل توجهی ایفا می‌کنند (رستمی و دیگران، ۱۳۹۶، ص ۳۲).

ویژگی دیگر رسانه‌های اجتماعی، دسترس‌پذیری گسترده آن‌هاست. کاربران در نقاط مختلف جهان می‌توانند تنها با دسترسی به اینترنت در این فضا حضور یابند و با دیگران ارتباط برقرار کنند. این گستردگی سبب شده است که شبکه‌های اجتماعی به بستری برای تعامل میان افراد با پیشینه‌های فرهنگی، اجتماعی و فکری متفاوت تبدیل شوند. چنین تنوعی در کاربران و دیدگاه‌ها موجب می‌شود که این فضا به محیطی پویا برای تبادل اندیشه‌ها و شکل‌گیری گفتمان‌های مختلف تبدیل گردد (خبازی، ۱۳۹۰، ص ۳۸). رسانه‌های اجتماعی علاوه بر ایجاد امکان ارتباط میان کاربران، به بستری برای تولید و بازنشر انواع محتوا تبدیل شده‌اند. در این فضا، محتواها می‌توانند در قالب‌های گوناگون متنی، صوتی، تصویری و چندرسانه‌ای منتشر شوند و همین تنوع قالب‌ها موجب شده است که انتقال مفاهیم و پیام‌ها با شیوه‌های متنوع‌تری صورت گیرد. رسانه‌های اجتماعی تنها ابزار انتقال اطلاعات نیستند، بلکه محیطی هستند که در آن معناها تولید، بازتولید و بازتفسیر می‌شوند (سلیمانی، ۱۳۹۷، ص ۴۶).

با توجه به این ویژگی‌ها، رسانه‌های اجتماعی را می‌توان فضایی ارتباطی دانست که در آن تعامل کاربران، سرعت گردش اطلاعات، تولید گسترده محتوا و ساختار شبکه‌ای ارتباطات در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند. این ویژگی‌ها موجب شده است که رسانه‌های اجتماعی در حوزه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی و معرفتی تأثیرگذار باشند و از جمله در حوزه دین و تفکر دینی نیز نقش مهمی ایفا کنند.

۱،۲. مفهوم تفکر دینی

تفکر دینی یکی از مفاهیم بنیادین در مطالعات دینی و علوم انسانی است که به شیوه اندیشیدن انسان درباره دین، آموزه‌ها و مفاهیم دینی اشاره دارد. این مفهوم به مجموعه‌ای از فرایندهای ذهنی و معرفتی اطلاق می‌شود که از طریق آن‌ها انسان به فهم، تفسیر و تحلیل آموزه‌های دینی می‌پردازد. تفکر دینی تنها به پذیرش گزاره‌های دینی محدود نمی‌شود، بلکه شامل تأمل، پرسشگری و تلاش برای درک عمیق‌تر مفاهیم دینی نیز هست (قائمی‌نیا، ۱۳۸۸، ج ۱، ص ۷۲).

در چارچوب مطالعات دینی، تفکر دینی فرایندی است که در آن انسان می‌کوشد رابطه میان آموزه‌های دینی و زندگی فردی و اجتماعی خود را درک کند. این فرایند می‌تواند در قالب‌های مختلفی مانند تفسیر متون دینی، تأملات کلامی، تحلیل‌های اخلاقی و بررسی‌های فلسفی بروز یابد. در واقع، تفکر دینی زمینه‌ای فراهم می‌کند که انسان بتواند مفاهیم دینی را در چارچوب مسائل و نیازهای زمانه خود مورد بازاندیشی قرار دهد (میراحمدی و احمدی، ۱۳۹۶، ص ۵۴).

یکی از ویژگی‌های مهم تفکر دینی، پیوند آن با نظام معرفتی و فرهنگی جامعه است. نحوه فهم و تفسیر آموزه‌های دینی در هر جامعه تا حدی تحت تأثیر شرایط فرهنگی، اجتماعی و تاریخی آن جامعه قرار دارد. از این رو، تفکر دینی پدیده‌ای پویا و در حال تحول است که در تعامل با شرایط زمان و مکان شکل می‌گیرد و تغییر می‌یابد (شمشیری و ایزدپناه، ۱۳۹۲، ص ۷۴).

تفکر دینی همچنین با مفاهیمی همچون ایمان، معرفت و عقلانیت ارتباط نزدیک دارد. در بسیاری از دیدگاه‌های دینی، تأمل عقلانی درباره آموزه‌های دینی نه تنها امری مجاز، بلکه ضرورتی برای فهم عمیق‌تر دین تلقی می‌شود. از این منظر، تفکر دینی نوعی تلاش عقلانی برای فهم معانی و اهداف آموزه‌های دینی است که می‌تواند به تعمیق باورهای دینی و ارتقای شناخت انسان از دین منجر شود (خبازی، ۱۳۹۰، ص ۶۱).

در عین حال، تفکر دینی تنها یک فعالیت فردی نیست، بلکه در بستر تعاملات اجتماعی نیز شکل می‌گیرد. گفت‌وگوهای دینی، مباحثات علمی، آموزش‌های دینی و ارتباطات فرهنگی همگی در شکل‌گیری و تحول تفکر دینی نقش دارند. محیط‌های ارتباطی و رسانه‌ای که افراد در آن‌ها به تبادل اندیشه می‌پردازند، می‌توانند در جهت‌دهی به نحوه شکل‌گیری تفکر دینی مؤثر باشند (علیپور ملاباشی و دیگران، ۱۳۹۹، ص ۹۶).

با توجه به این نکات، تفکر دینی را می‌توان فرایندی معرفتی و پویا دانست که در آن انسان در تلاش است تا آموزه‌های دینی را فهم، تفسیر و با زندگی فردی و اجتماعی خود مرتبط سازد. این فرایند تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله شرایط فرهنگی، محیط‌های ارتباطی و ابزارهای رسانه‌ای قرار دارد و از همین رو بررسی رابطه میان رسانه‌های اجتماعی و تفکر دینی می‌تواند به درک بهتر تحولات معرفتی در عصر ارتباطات کمک کند.

۲. نقش آفرینی رسانه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به تفکر دینی

تحولات ارتباطی در دهه‌های اخیر، به‌ویژه با گسترش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، ساختارهای سنتی انتقال و تولید معرفت را دستخوش تغییرات بنیادین کرده است. یکی از حوزه‌هایی که به طور قابل توجهی از این تحولات تأثیر پذیرفته، حوزه دین و تفکر دینی است. رسانه‌های اجتماعی با فراهم آوردن بستری گسترده برای انتشار و تبادل اطلاعات، امکان شکل‌گیری نوعی زیست‌جهان دیجیتال را فراهم کرده‌اند که در آن مفاهیم دینی نه تنها منتقل می‌شوند، بلکه در فرآیندی پویا مورد تفسیر، بازتولید و بازتعریف قرار می‌گیرند. این فضا به دلیل ماهیت شبکه‌ای، سرعت انتشار اطلاعات و امکان مشارکت گسترده کاربران، به محیطی تبدیل شده است که در آن مرز میان تولیدکننده و مصرف‌کننده محتوا تا حد زیادی از میان رفته است.

۲.۱. گسترش دسترسی به معارف و منابع دینی در بستر رسانه های اجتماعی

یکی از مهم ترین پیامدهای گسترش رسانه های اجتماعی در حوزه دین، افزایش چشمگیر دسترسی عمومی به منابع و معارف دینی است. پیش از ظهور این رسانه ها، دسترسی به منابع دینی تا حد زیادی به حضور در مراکز علمی، کتابخانه ها یا نهادهای مذهبی محدود بود و بسیاری از افراد تنها از طریق حضور در مجالس دینی یا مطالعه منابع چاپی با آموزه های دینی آشنا می شدند. اما با گسترش فضای مجازی، بخش بزرگی از این منابع در قالب های دیجیتال در دسترس عموم قرار گرفته است و کاربران می توانند بدون محدودیت زمانی و مکانی به طیف گسترده ای از منابع دینی دسترسی پیدا کنند.

در بستر شبکه های اجتماعی، بسیاری از متون دینی، تفاسیر، سخنرانی ها و مباحث علمی در قالب های مختلف صوتی، تصویری و متنی منتشر می شوند و همین امر موجب شده است که مخاطبان گسترده تری با این معارف آشنا شوند. این تحول در برخی پژوهش ها به عنوان نوعی گسترش دسترسی عمومی به دانش دینی توصیف شده است؛ به این معنا که دانش دینی که پیش تر در اختیار گروه محدودی از متخصصان یا نهادهای خاص قرار داشت، اکنون در فضای گسترده تری در اختیار عموم کاربران قرار گرفته است (خبازی، ۱۳۹۰، ص ۵۰).

رسانه های اجتماعی همچنین امکان دسترسی به دیدگاه های متنوع دینی را فراهم کرده اند. کاربران می توانند در این فضا با سخنرانی ها، مقالات، تحلیل ها و مباحث مختلفی که توسط عالمان و پژوهشگران دینی ارائه می شود آشنا شوند. این تنوع دیدگاه ها می تواند به افزایش آگاهی معرفتی کاربران کمک کند و آنان را با طیف گسترده ای از برداشت ها و تفسیرهای دینی مواجه سازد. چنین وضعیتی می تواند به تعمیق شناخت دینی در میان مخاطبان منجر شود، به ویژه برای کسانی که در مناطق دور از مراکز علمی یا آموزشی زندگی می کنند و پیش از این امکان دسترسی مستقیم به چنین منابعی را نداشته اند (قراحتی، ۱۳۸۷، ج ۱، ص ۹۶).

شبکه های اجتماعی بستری را فراهم کرده اند که در آن محتوای آموزشی دینی به شکل ساده تر و قابل فهم تر در اختیار کاربران قرار گیرد. انتشار درس های کوتاه آموزشی، جلسات پرسش و پاسخ دینی، و برنامه های آموزشی در قالب های چندرسانه ای موجب شده است که بسیاری از مفاهیم دینی با زبان و شیوه ای متناسب با نیازهای مخاطبان معاصر ارائه شوند. این امر می تواند به افزایش جذابیت آموزش های دینی و گسترش دامنه مخاطبان آن کمک کند (صاحبی، بی تا، ص ۴۸).

۲.۲. بازتولید و بازنمایی مفاهیم دینی در شبکه های اجتماعی

شبکه های اجتماعی تنها ابزار انتقال مفاهیم دینی نیستند، بلکه در فرآیند بازتولید و بازنمایی این مفاهیم نیز نقش فعال دارند. در این فضا، مفاهیم دینی غالباً در قالب هایی متفاوت از قالب های سنتی ارائه می شوند. تصاویر، ویدئوهای کوتاه، نقل قول های گزینش شده و انواع محتوای چندرسانه ای از جمله ابزارهایی هستند که برای بازنمایی مفاهیم دینی مورد استفاده قرار می گیرند.

چنین شیوه هایی از بازنمایی می توانند به قابل فهم تر شدن مفاهیم دینی برای مخاطبان گسترده کمک کنند، زیرا بسیاری از کاربران با قالب های بصری و چندرسانه ای ارتباط بیشتری برقرار می کنند. مفاهیم دینی که پیش تر در قالب متون طولانی یا مباحث تخصصی ارائه می شدند، اکنون در قالب هایی کوتاه تر و ساده تر در دسترس مخاطبان قرار می گیرند. برخی مطالعات نشان داده اند که این شیوه بازنمایی می تواند در افزایش توجه مخاطبان به مفاهیم دینی مؤثر باشد (علیپور ملامباشی و دیگران، ۱۳۹۹، ص ۱۰۸). با این حال، بازنمایی مفاهیم دینی در شبکه های اجتماعی همواره با تغییراتی در نحوه ارائه و فهم این مفاهیم همراه است. در بسیاری از موارد، پیام های دینی به منظور افزایش جذابیت یا تأثیرگذاری، در قالب های کوتاه و ساده شده ارائه می شوند. این فرآیند می تواند به نوعی بازتفسیر مفاهیم دینی در چارچوب فرهنگ دیجیتال منجر شود، به گونه ای که مفاهیم دینی با زبان، نمادها و الگوهای ارتباطی رایج در فضای مجازی بیان شوند (رستمی و دیگران، ۱۳۹۶، ص ۴۷).

ماهیت تعاملی شبکه های اجتماعی نیز در این بازتولید معنایی نقش مهمی دارد. کاربران در این فضا تنها دریافت کننده محتوا نیستند، بلکه می توانند با بازنشر، اظهار نظر و تولید محتوا در شکل دهی به معنای مفاهیم دینی مشارکت کنند. این مشارکت گسترده موجب شده است که مفاهیم دینی در فضای مجازی در معرض تفسیرهای متنوعی قرار گیرند و در فرآیندی جمعی بازتولید شوند (آذربخش، ۱۳۹۲، ص ۷۲).

در بسیاری از موارد، بازنمایی دین در شبکه‌های اجتماعی با عناصر فرهنگی و اجتماعی معاصر در هم می‌آمیزد. کاربران ممکن است آموزه‌های دینی را در ارتباط با مسائل روزمره، سبک زندگی یا موضوعات اجتماعی بازتفسیر کنند و همین امر موجب می‌شود که دین در قالبی نزدیک‌تر به تجربه‌های زیسته کاربران ارائه شود. چنین بازنمایی‌هایی می‌تواند به پویایی گفتمان دینی در فضای عمومی کمک کند و امکان طرح دیدگاه‌های متنوع درباره دین را فراهم آورد (میراحمدی و احمدی، ۱۳۹۶، ص ۶۹).

۲.۳. شکل‌گیری گفتمان‌ها و جریان‌های فکری دینی در فضای مجازی

رسانه‌های اجتماعی با فراهم آوردن فضایی برای تبادل گسترده دیدگاه‌ها، به بستری برای شکل‌گیری گفتمان‌های فکری مختلف تبدیل شده‌اند. در حوزه دین نیز این فضا امکان طرح و گسترش دیدگاه‌های گوناگون را فراهم کرده است و به تدریج زمینه شکل‌گیری جریان‌های فکری جدید را در محیط دیجیتال فراهم آورده است.

در فضای شبکه‌های اجتماعی، کاربران می‌توانند درباره مسائل دینی به بحث و تبادل نظر بپردازند و دیدگاه‌های خود را در معرض نقد دیگران قرار دهند. این تعاملات مستمر می‌تواند به شکل‌گیری نوعی گفت‌وگوی جمعی درباره مسائل دینی منجر شود و در نتیجه گفتمان‌های فکری جدیدی در این حوزه پدید آید. موضوعاتی مانند رابطه دین و زندگی معاصر، تفسیر آموزه‌های دینی در شرایط جدید یا مسائل اخلاقی و فرهنگی مرتبط با دین از جمله محورهای هستند که در این فضا مورد بحث قرار می‌گیرند (سلیمانی، ۱۳۹۷، ص ۵۹).

در بسیاری از موارد، این گفت‌وگوها به شکل‌گیری اجتماعات مجازی با علایق مشترک منجر می‌شود. کاربران با پیوستن به گروه‌ها، کانال‌ها یا صفحات مرتبط با موضوعات دینی، در شبکه‌هایی از ارتباطات قرار می‌گیرند که در آن دیدگاه‌ها و مباحث دینی به صورت مستمر مطرح و بررسی می‌شوند. چنین اجتماعاتی می‌توانند به تقویت هم‌افزایی فکری در میان اعضای خود منجر شوند و در شکل‌دهی به جریان‌های فکری دینی نقش ایفا کنند (قائم‌نیا، ۱۳۸۸، ص ۶۲).

ساختار شبکه‌ای رسانه‌های اجتماعی امکان انتشار سریع دیدگاه‌ها را فراهم کرده است. یک دیدگاه یا تحلیل دینی می‌تواند در مدت کوتاهی در میان تعداد زیادی از کاربران منتشر شود و واکنش‌های مختلفی را برانگیزد. این سرعت انتشار موجب شده است که برخی جریان‌های فکری در مدت زمان کوتاهی در فضای مجازی گسترش یابند و حتی بر افکار عمومی در جامعه تأثیر بگذارند (میرخانی، ۱۳۹۷، ص ۸۴).

فضای مجازی به محیطی تبدیل شده است که در آن اندیشه‌های دینی نه تنها منتقل می‌شوند، بلکه در قالب گفتمان‌های متنوع مورد بحث و بازتفسیر قرار می‌گیرند و همین امر نقش مهمی در پویایی تفکر دینی در عصر دیجیتال ایفا می‌کند.

۲.۴. ایجاد و گسترش شبهات و چالش‌های معرفتی در تفکر دینی

در کنار فرصت‌هایی که رسانه‌های اجتماعی برای گسترش دانش دینی فراهم کرده‌اند، این فضا زمینه بروز چالش‌های معرفتی جدیدی را نیز ایجاد کرده است. ماهیت باز و غیرمتمرکز شبکه‌های اجتماعی موجب شده است که انواع دیدگاه‌ها، پرسش‌ها و نقدها درباره دین به سرعت در این فضا منتشر شوند و کاربران به آسانی با آن‌ها مواجه گردند.

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های این فضا سرعت بالای انتشار اطلاعات است. طرح یک پرسش یا شبهه درباره مسائل دینی می‌تواند در مدت کوتاهی در میان تعداد زیادی از کاربران منتشر شود و واکنش‌های مختلفی را برانگیزد. در بسیاری از موارد، چنین پرسش‌هایی پیش از آنکه پاسخ‌های علمی و مستدل برای آن‌ها ارائه شود، در میان کاربران بازنشر می‌شوند و همین امر می‌تواند به گسترش برداشت‌های نادرست یا تردیدهای معرفتی منجر شود (خبازی، ۱۳۹۰، ص ۱۲۸).

تنوع گسترده دیدگاه‌ها در فضای مجازی نیز می‌تواند برای برخی کاربران چالش‌هایی ایجاد کند. کاربران در این فضا ممکن است با دیدگاه‌هایی مواجه شوند که با باورهای دینی پیشین آنان تفاوت دارد یا حتی آن‌ها را به چالش می‌کشد. چنین مواجهه‌ای در صورتی که با آگاهی کافی از مبانی معرفتی دین همراه نباشد، ممکن است به شکل‌گیری تردیدها و پرسش‌های عمیق در ذهن مخاطبان منجر شود (رستمی و دیگران، ۱۳۹۶، ص ۶۵).

در برخی موارد نیز محتوایی در شبکه های اجتماعی منتشر می شود که با هدف نقد یا تضعیف باورهای دینی تولید شده است. این محتواها گاه با استفاده از شیوه های اقناعی یا برجسته سازی برخی مسائل خاص تلاش می کنند دیدگاه های خاصی درباره دین را ترویج کنند. کاربران، به ویژه نسل جوان که بخش قابل توجهی از زمان خود را در فضای مجازی سپری می کنند، ممکن است در مواجهه با چنین محتواهایی دچار سردرگمی یا تردید شوند (عظیم زاده اردبیلی و رضوی راد، ۱۴۰۳، ص ۳۹).

همچنین ساختار گفت و گو در شبکه های اجتماعی اغلب به شکل مباحث کوتاه و پراکنده است و در بسیاری از موارد فرصت کافی برای بررسی عمیق مسائل پیچیده دینی فراهم نمی شود. این وضعیت می تواند به ساده سازی بیش از حد مباحث کلامی و فلسفی منجر شود و زمینه شکل گیری برداشت های ناقص از این مباحث را فراهم آورد. در چنین فضایی، گاه دیدگاه های مختلف بدون بررسی دقیق و استدلال علمی در کنار یکدیگر قرار می گیرند و همین امر می تواند به تشدید چالش های معرفتی در حوزه تفکر دینی منجر شود (شمشیری و ایزدپناه، ۱۳۹۲، ص ۱۰۱).

در چنین شرایطی، تفکر دینی نیز از چارچوب های سنتی انتقال معرفت فاصله گرفته و در بستر جدیدی از تعاملات دیجیتال شکل می گیرد. کاربران شبکه های اجتماعی می توانند به صورت فعال در فرایند طرح پرسش های دینی، تفسیر متون مذهبی، نقد دیدگاه ها و حتی تولید محتوای دینی مشارکت داشته باشند. این مشارکت گسترده موجب شده است که حوزه تفکر دینی وارد مرحله ای جدید از پویایی و تحول شود و در عین حال با چالش ها و فرصت های تازه ای مواجه گردد. برخی پژوهش ها نشان داده اند که رسانه های اجتماعی به واسطه ساختار تعاملی خود می توانند به بستری برای شکل گیری انواع برداشت های دینی در میان کاربران تبدیل شوند و همین امر نقش مهمی در جهت دهی به نگرش ها و باورهای دینی در جامعه ایفا می کند (آذربخش، ۱۳۹۲، ص ۵۸). گسترش این رسانه ها همچنین موجب شده است که ارتباط میان مخاطبان و تولیدکنندگان دانش دینی دگرگون شود. در گذشته، انتقال آموزه های دینی عمدتاً در چارچوب نهادهای رسمی و ساختارهای سنتی صورت می گرفت، اما در فضای مجازی این فرایند به شکل گسترده تری میان کاربران توزیع شده است. چنین وضعیتی موجب شده است که شکل گیری و تحول تفکر دینی بیش از گذشته تحت تأثیر تعاملات اجتماعی و ارتباطات دیجیتال قرار گیرد و رسانه های اجتماعی به یکی از عوامل مؤثر در جهت دهی به فهم دینی در جامعه تبدیل شوند (رستمی و دیگران، ۱۳۹۶، ص ۴۱).

۲.۵. سطحی شدن فهم دینی در اثر مصرف سریع و گزینشی محتوا

گسترش رسانه های اجتماعی موجب تغییر الگوهای دریافت و مصرف اطلاعات در میان کاربران شده است و این تغییر در حوزه مفاهیم و آموزه های دینی نیز تأثیرات قابل توجهی بر جای گذاشته است. یکی از ویژگی های بارز فضای رسانه های اجتماعی، سرعت بالای گردش اطلاعات و تمایل کاربران به دریافت محتواهای کوتاه، خلاصه و سریع الفهم است. در چنین فضایی، بسیاری از مطالب دینی در قالب جملات کوتاه، تصاویر، کلیپ های چند ثانیه ای یا نقل قول های گزینش شده منتشر می شوند. این شیوه انتقال اطلاعات اگرچه می تواند موجب افزایش دسترسی مخاطبان به مفاهیم دینی شود، اما در عین حال خطر شکل گیری نوعی فهم سطحی و غیر عمیق از آموزه های دینی را نیز در پی دارد، زیرا بسیاری از مفاهیم دینی در ذات خود پیچیدگی های معرفتی و تفسیری دارند و در قالب های بسیار کوتاه امکان تبیین دقیق آن ها فراهم نمی شود (خبازی، ۱۳۹۰، ص ۱۷۶).

ماهیت شتاب زده مصرف اطلاعات در شبکه های اجتماعی باعث می شود که کاربران اغلب بدون تأمل کافی در زمینه های تاریخی، تفسیری و معرفتی یک گزاره دینی، آن را دریافت و بازنشر کنند. در چنین شرایطی، گزاره های دینی گاه به صورت گزینشی از متون اصلی استخراج شده و بدون توجه به سیاق و زمینه های تفسیری منتشر می شوند. این فرایند می تواند موجب تغییر در معنای اصلی برخی مفاهیم دینی گردد یا فهمی ناقص از آن ها در ذهن مخاطب ایجاد کند. هنگامی که آموزه های پیچیده دینی در قالب پیام های کوتاه و ساده ارائه می شوند، احتمال آن وجود دارد که لایه های عمیق معرفتی آن ها نادیده گرفته شود و مخاطب تنها با برداشتی ابتدایی از آن مفاهیم مواجه گردد (رستمی و دیگران، ۱۳۹۶، ص ۸۳).

ساختار شبکه های اجتماعی به گونه ای است که کاربران معمولاً در معرض حجم گسترده ای از اطلاعات قرار دارند. این تراکم اطلاعاتی سبب می شود که بسیاری از کاربران به جای مطالعه دقیق و عمیق محتوا، به مرور سریع مطالب بسنده کنند. مفاهیم

دینی نیز در چارچوب همین الگوی مصرف سریع اطلاعات دریافت می‌شوند و فرصت لازم برای تأمل و بررسی عمیق آن‌ها فراهم نمی‌شود. برخی پژوهش‌ها نشان داده‌اند که چنین الگوی مصرفی می‌تواند به شکل‌گیری نوعی دین‌داری مبتنی بر گزاره‌های کوتاه و پراکنده منجر شود که در آن پیوند منسجم میان مفاهیم دینی کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد (میرخانی، ۱۳۹۷، ص ۱۰۴). علاوه بر این، الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی معمولاً محتواهایی را برجسته می‌کنند که از جذابیت بیشتری برای مخاطبان برخوردار باشند. در بسیاری از موارد، پیام‌های کوتاه، ساده و احساسی بیشتر از تحلیل‌های عمیق مورد توجه کاربران قرار می‌گیرند و همین امر سبب می‌شود که چنین محتواهایی بیشتر در معرض دید قرار گیرند. محتوای دینی که نیازمند توضیح‌های مفصل و تحلیل‌های علمی است، کمتر دیده می‌شود و در مقابل پیام‌های ساده‌سازی شده یا گزینشی بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند (آذربخش، ۱۳۹۲، ص ۱۱۲).

این وضعیت می‌تواند به تدریج نوعی تغییر در شیوه مواجهه کاربران با آموزه‌های دینی ایجاد کند. کاربران ممکن است به دریافت سریع گزاره‌های دینی عادت کنند و کمتر به دنبال مطالعه منابع تفصیلی یا تحلیل‌های عمیق باشند. چنین روندی در بلندمدت می‌تواند به کاهش عمق فهم دینی در میان برخی مخاطبان منجر شود و فاصله میان دانش تخصصی دینی و برداشت‌های عمومی از دین را افزایش دهد (قائمی‌نیا، ۱۳۸۸، ص ۹۵).

۲.۶. تأثیر الگوریتم‌ها و ساختار رسانه‌های اجتماعی بر جهت‌دهی باورهای دینی

ساختار فنی رسانه‌های اجتماعی و به‌ویژه الگوریتم‌های توزیع محتوا نقش مهمی در شکل‌دهی به تجربه کاربران از اطلاعات دارند. این الگوریتم‌ها با تحلیل رفتار کاربران، محتواهایی را در معرض دید آنان قرار می‌دهند که با علایق و ترجیحات پیشین آن‌ها سازگارتر باشد. کاربران اغلب با مطالبی مواجه می‌شوند که با دیدگاه‌ها و باورهای قبلی آنان همسو است. این ویژگی می‌تواند در حوزه باورهای دینی نیز تأثیرگذار باشد و به تدریج نوعی همگرایی یا تقویت برخی نگرش‌های خاص را در میان کاربران ایجاد کند (سلیمانی، ۱۳۹۷، ص ۷۴).

زمانی که کاربران به طور مداوم با محتواهایی مواجه می‌شوند که دیدگاه‌های مشابهی را درباره مسائل دینی مطرح می‌کنند، ممکن است به تدریج تصور کنند که آن دیدگاه خاص، دیدگاه غالب یا حتی تنها تفسیر معتبر از دین است. چنین پدیده‌ای می‌تواند به شکل‌گیری نوعی فضای هم‌فکری محدود در میان کاربران منجر شود که در آن دیدگاه‌های متفاوت کمتر دیده می‌شوند. تنوع واقعی دیدگاه‌ها در حوزه تفکر دینی ممکن است در تجربه کاربران از فضای مجازی بازتاب نیابد (میراحمدی و احمدی، ۱۳۹۶، ص ۸۲).

الگوریتم‌های رسانه‌های اجتماعی علاوه بر انتخاب محتوا، در نحوه دیده شدن آن نیز نقش دارند. محتواهایی که تعامل بیشتری از سوی کاربران دریافت می‌کنند، معمولاً بیشتر در معرض دید قرار می‌گیرند. در حوزه دین نیز گاه مطالبی که از نظر احساسی یا چالش‌برانگیزتر هستند، تعامل بیشتری ایجاد می‌کنند و در نتیجه بیشتر منتشر می‌شوند. این وضعیت می‌تواند سبب شود که برخی دیدگاه‌های خاص یا حتی برداشت‌های نادرست از مفاهیم دینی بیش از حد برجسته شوند (علیپور ملاباشی و دیگران، ۱۳۹۹، ص ۱۳۶).

الگوریتم‌های رسانه‌های اجتماعی گاه موجب شکل‌گیری نوعی قطبی‌شدن در مباحث دینی می‌شوند. هنگامی که کاربران بیشتر با دیدگاه‌های همسو با باورهای خود مواجه می‌شوند، ممکن است نسبت به دیدگاه‌های متفاوت موضعی انتقادی‌تر یا حتی تقابلی‌تر اتخاذ کنند. چنین وضعیتی می‌تواند به افزایش شکاف‌های فکری در مباحث دینی منجر شود و گفت‌وگوهای سازنده را دشوارتر سازد (شمشیری و ایزدپناه، ۱۳۹۲، ص ۱۴۷).

ساختار الگوریتمی رسانه‌های اجتماعی تنها یک ابزار فنی برای مدیریت اطلاعات نیست، بلکه عاملی است که می‌تواند به طور غیرمستقیم در شکل‌گیری و جهت‌دهی به باورهای دینی کاربران نقش ایفا کند. این ساختار با تعیین آنچه کاربران می‌بینند و آنچه کمتر در معرض دید آنان قرار می‌گیرد، می‌تواند بر نحوه مواجهه افراد با دیدگاه‌های دینی مختلف تأثیر بگذارد و در شکل‌گیری نگرش‌های آنان نسبت به دین نقش داشته باشد (عظیم‌زاده اردبیلی و رضوی‌راد، ۱۴۰۳، ص ۵۷).

۲.۷. فرصت های رسانه های اجتماعی برای تبلیغ، آموزش و ترویج تفکر دینی

با وجود چالش هایی که رسانه های اجتماعی برای فهم دینی ایجاد کرده اند، این فضا ظرفیت های قابل توجهی نیز برای تبلیغ و آموزش مفاهیم دینی فراهم آورده است. یکی از مهم ترین ویژگی های این رسانه ها گستردگی مخاطبان آن هاست. شبکه های اجتماعی این امکان را فراهم کرده اند که پیام های دینی در مدت زمان کوتاهی به مخاطبان گسترده ای در مناطق مختلف جغرافیایی منتقل شود. چنین ظرفیتی می تواند فرصت تازه ای برای گسترش آموزش های دینی در سطح جامعه ایجاد کند (خبازی، ۱۳۹۰، ص ۱۴۲).

در فضای رسانه های اجتماعی، تولیدکنندگان محتوای دینی می توانند آموزه های دینی را در قالب های متنوع و متناسب با نیازهای مخاطبان ارائه کنند. استفاده از قالب های چندرسانه ای مانند ویدئو، پادکست، اینفوگرافیک و تصاویر آموزشی موجب شده است که بسیاری از مفاهیم دینی با شیوه ای جذاب تر و قابل فهم تر برای مخاطبان ارائه شوند. این امر به ویژه برای نسل جوان که بخش قابل توجهی از زمان خود را در فضای مجازی سپری می کند، اهمیت زیادی دارد (میرخانی، ۱۳۹۷، ص ۱۲۱).

رسانه های اجتماعی همچنین امکان ارتباط مستقیم میان مبلغان دینی و مخاطبان را فراهم کرده اند. در گذشته، ارتباط میان عالمان دینی و مخاطبان غالباً در چارچوب مکان ها و زمان های خاصی مانند مجالس دینی یا کلاس های آموزشی صورت می گرفت. اما در فضای مجازی این ارتباط می تواند به صورت مستمر و بدون محدودیت زمانی و مکانی برقرار شود. کاربران می توانند پرسش های دینی خود را مطرح کنند و پاسخ های لازم را در کوتاه ترین زمان دریافت نمایند (رستمی و دیگران، ۱۳۹۶، ص ۹۸). شبکه های اجتماعی امکان انتشار سریع و گسترده محتوای آموزشی را فراهم کرده اند. یک درس کوتاه یا سخنرانی دینی می تواند در مدت کوتاهی توسط کاربران بازنشر شود و به مخاطبان بیشتری برسد. این ویژگی می تواند در گسترش آموزش های دینی و آشنایی افراد با مفاهیم دینی نقش مؤثری ایفا کند (آذربخش، ۱۳۹۲، ص ۱۳۵).

همچنین رسانه های اجتماعی می توانند به بستری برای معرفی آثار علمی و پژوهش های دینی تبدیل شوند. بسیاری از پژوهشگران و مراکز علمی از این فضا برای معرفی کتاب ها، مقالات و نشست های علمی استفاده می کنند و از این طریق زمینه آشنایی مخاطبان با مباحث تخصصی تر دینی فراهم می شود (قائم نیا، ۱۳۸۸، ج ۲، ص ۱۴۳).

۲.۸. ظرفیت تعامل، گفت و گو و تبادل اندیشه های دینی در فضای مجازی

یکی از ویژگی های اساسی رسانه های اجتماعی ماهیت تعاملی آن هاست. برخلاف رسانه های سنتی که در آن ها ارتباط غالباً یکسویه بود، در شبکه های اجتماعی کاربران می توانند به صورت فعال در تولید و تبادل محتوا مشارکت داشته باشند. این ویژگی سبب شده است که فضای مجازی به بستری برای گفت و گو و تبادل اندیشه های دینی تبدیل شود.

در این فضا، کاربران می توانند درباره موضوعات مختلف دینی به بحث و گفت و گو بپردازند و دیدگاه های خود را با دیگران در میان بگذارند. چنین تعاملاتی می تواند به افزایش آگاهی دینی کاربران کمک کند، زیرا افراد در جریان این گفت و گوها با دیدگاه ها و استدلال های مختلف آشنا می شوند (سلیمانی، ۱۳۹۷، ص ۸۹).

شبکه های اجتماعی همچنین امکان شکل گیری اجتماعات مجازی حول موضوعات دینی را فراهم کرده اند. گروه ها و کانال های مختلفی در این فضا وجود دارند که در آن ها کاربران به بحث درباره مسائل دینی می پردازند. این اجتماعات مجازی می توانند نقش مهمی در تبادل اندیشه ها و تقویت گفت و گوهای دینی ایفا کنند (میراحمدی و احمدی، ۱۳۹۶، ص ۹۴).

ماهیت گفت و گو محور این فضا همچنین می تواند به طرح پرسش های جدید در حوزه تفکر دینی منجر شود. کاربران در جریان مباحثات آنلاین ممکن است پرسش هایی را مطرح کنند که پیش تر کمتر مورد توجه قرار گرفته بود. چنین پرسش هایی می تواند زمینه ای برای پژوهش ها و بررسی های جدید در حوزه مطالعات دینی فراهم آورد (علیپور ملاباشی و دیگران، ۱۳۹۹، ص ۱۵۷).

۲,۹. نقش سواد رسانه‌ای در مواجهه با چالش‌های تفکر دینی در رسانه‌های اجتماعی

در مواجهه با فرصت‌ها و چالش‌های رسانه‌های اجتماعی در حوزه دین، یکی از عوامل مهمی که می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کند، سطح سواد رسانه‌ای کاربران است. سواد رسانه‌ای به معنای توانایی تحلیل، ارزیابی و استفاده آگاهانه از اطلاعات در محیط‌های رسانه‌ای است و می‌تواند به کاربران کمک کند تا در مواجهه با حجم گسترده اطلاعات موجود در شبکه‌های اجتماعی رویکردی نقادانه و آگاهانه اتخاذ کنند (شمشیری و ایزدپناه، ۱۳۹۲، ص ۱۶۳).

در حوزه تفکر دینی، سواد رسانه‌ای به کاربران کمک می‌کند تا میان منابع معتبر و نامعتبر تمایز قائل شوند و از پذیرش یا باز نشر مطالبی که از پشتوانه علمی کافی برخوردار نیستند خودداری کنند. این امر به ویژه در فضایی که انواع دیدگاه‌ها و تفسیرهای دینی در آن منتشر می‌شود اهمیت زیادی دارد (خبازی، ۱۳۹۰، ص ۱۹۱).

علاوه بر این، سواد رسانه‌ای می‌تواند به کاربران کمک کند تا سازوکارهای رسانه‌های اجتماعی و نحوه عملکرد الگوریتم‌های آن‌ها را بهتر درک کنند. آگاهی از این سازوکارها موجب می‌شود که کاربران نسبت به محتوایی که در معرض آن قرار می‌گیرند دیدگاهی انتقادی‌تر داشته باشند و بدانند که همه آنچه در فضای مجازی دیده می‌شود لزوماً بازتاب کامل واقعیت نیست (عظیم‌زاده اردبیلی و رضوی‌راد، ۱۴۰۳، ص ۶۴).

از منظر آموزشی نیز ارتقای سواد رسانه‌ای می‌تواند نقش مهمی در تقویت فهم عمیق‌تر از مفاهیم دینی ایفا کند. کاربران آگاه‌تر می‌توانند میان محتوای سطحی و تحلیل‌های علمی تمایز قائل شوند و برای فهم دقیق‌تر آموزه‌های دینی به منابع معتبر مراجعه کنند. چنین رویکردی می‌تواند به شکل‌گیری نوعی مواجهه سنجیده و آگاهانه با دین در فضای رسانه‌های اجتماعی کمک کند (رستمی و دیگران، ۱۳۹۶، ص ۱۰۷).

نتیجه‌گیری

تحولات ارتباطی ناشی از گسترش رسانه‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های عصر حاضر به شمار می‌آید. این رسانه‌ها با ایجاد بسترهای جدید ارتباطی، شیوه‌های دسترسی به اطلاعات و تبادل اندیشه را دگرگون کرده‌اند و در حوزه‌های مختلف فرهنگی و معرفتی تأثیرات گسترده‌ای بر جای گذاشته‌اند. یکی از حوزه‌هایی که بیش از پیش تحت تأثیر این تحولات قرار گرفته، حوزه تفکر دینی است. بررسی انجام‌شده در این پژوهش نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی به واسطه ویژگی‌هایی همچون سرعت انتشار اطلاعات، دسترسی گسترده کاربران و ماهیت تعاملی خود، نقش مهمی در شکل‌دهی و تحول تفکر دینی در جامعه معاصر ایفا می‌کنند.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی فرصت‌های قابل توجهی برای گسترش آگاهی‌های دینی فراهم کرده‌اند. این رسانه‌ها امکان دسترسی سریع و گسترده به منابع دینی، سخنرانی‌ها و مباحث علمی را برای کاربران فراهم ساخته و زمینه ارتباط مستقیم میان مبلغان دینی و مخاطبان را نیز تقویت کرده‌اند. همچنین فضای تعاملی شبکه‌های اجتماعی می‌تواند بستری برای طرح پرسش‌ها، تبادل دیدگاه‌ها و شکل‌گیری گفت‌وگوهای دینی فراهم آورد که در نهایت می‌تواند به پویایی مباحث دینی کمک کند.

در کنار این فرصت‌ها، چالش‌هایی نیز در ارتباط با حضور دین در رسانه‌های اجتماعی مشاهده می‌شود. از جمله این چالش‌ها می‌توان به انتشار گسترده اطلاعات غیرمستند، شکل‌گیری برداشت‌های سطحی از مفاهیم دینی، تأثیر الگوریتم‌های رسانه‌ای بر جهت‌دهی به دیدگاه‌ها و گسترش فضای رقابتی و گاه تقابلی در مباحث دینی اشاره کرد. چنین شرایطی می‌تواند در برخی موارد به ایجاد سردرگمی معرفتی در میان کاربران یا شکل‌گیری برداشت‌های ناقص از آموزه‌های دینی منجر شود.

بر این اساس، می‌توان نتیجه گرفت که رسانه‌های اجتماعی در عین حال که ظرفیت‌های قابل توجهی برای گسترش آموزش و گفت‌وگوی دینی فراهم می‌کنند، نیازمند مواجهه‌ای آگاهانه و مسئولانه نیز هستند. تقویت سواد رسانه‌ای، توجه به اعتبار منابع و تلاش برای تولید محتوای دینی دقیق و علمی از جمله اقداماتی است که می‌تواند به بهره‌گیری بهتر از ظرفیت‌های این رسانه‌ها

کمک کند. در مجموع، مدیریت آگاهانه حضور دین در فضای رسانه های اجتماعی می تواند زمینه ساز تقویت تفکر دینی و ارتقای سطح آگاهی دینی در جامعه باشد.

فهرست منابع و مآخذ

- قرآن کریم.
- نهج البلاغه.

کتابها:

۱. آذریخش، علی محمد (۱۳۹۲ش). درآمدی بر نقش رسانه ها در جریان سازی. قم: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش های اسلامی، چاپ اول.
۲. ثقفی تهرانی، محمد (۱۳۸۳ق). روان جاوید. تهران: برهان، چاپ دوم.
۳. جمعی از نویسندگان (۱۳۹۲ش). امید و رسانه: پژوهشی در مبانی، ابعاد و راهبردهای امیدآفرینی اجتماعی در رسانه ملی. قم: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش های اسلامی، چاپ اول.
۴. جمعی از نویسندگان (۱۳۹۳ش). رسانه های نوین و تحولات بین المللی. قم: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش های اسلامی، چاپ اول.
۵. حسنی، محمد (۱۳۸۵ش). فرهنگ و رسانه های نوین. قم: دفتر عقل، چاپ سوم.
۶. حسینی شاه عبدالعظیمی، حسین بن احمد (۱۳۶۳ش). تفسیر اثنی عشری. تهران: میقات، چاپ اول.
۷. خبازی، مجید (۱۳۹۰ش). شادی و رسانه: مبانی، آسیب ها و راهکارها. قم: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش های اسلامی، چاپ اول.
۸. دهخدا، علی اکبر (۱۳۶۳ش). لغت نامه دهخدا. تهران: ادبیات و علوم انسانی، چاپ اول.
۹. صاحبی، محمدجواد (بی تا). حسین (علیه السلام)، طلایه دار نهضت احیای تفکر دینی. بی جا: بی نا.
۱۰. صادقی، محمود (۱۳۹۵ش). احکام شبکه های اجتماعی. قم: نشر معروف، چاپ اول.
۱۱. صادقی، محمود (۱۳۹۴ش). فقه و زندگی ۳۳: احکام رایانه و اینترنت. قم: نشر معروف، چاپ سوم.
۱۲. طیب، عبدالحسین (۱۳۷۸ش). اطیب البیان. تهران: اسلام، چاپ دوم.
۱۳. عمید، حسن (۱۳۶۴ش). فرهنگ فارسی عمید. تهران: امیرکبیر، چاپ ششم.
۱۴. غزالی اصفهانی، حسین (۱۳۸۹ش). فرهنگ لغت اصطلاحات روابط عمومی. اصفهان: مرکز تحقیقات رایانه ای قائمیه، چاپ اول.
۱۵. فیض کاشانی، محمد بن شاه مرتضی (۱۴۱۵ق). تفسیر الصافی (به کوشش حسین اعلمی). تهران: مکتبه الصدر، چاپ دوم.
۱۶. قرائتی، محسن (۱۳۸۷ش). تفسیر نور. تهران: مرکز فرهنگی درس هایی از قرآن، چاپ اول.

۱۷. مجلسی، محمدباقر (۱۳۱۵ق). بحار الأنوار. تهران: دارالکتب الاسلامیه، چاپ اول.

۱۸. معین، محمد (۱۳۸۷ش). فرهنگ فارسی معین. تهران: زرین، چاپ دوم.

۱۹. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۸۰ش). تفسیر نمونه. تهران: دارالکتب الاسلامیه، چاپ سی و دوم.

۲۰. هادیان رستانی، الهه (بی تا). نقش امام خمینی در احیای تفکر دینی متأثر از عاشورا. بی جا: بی نا.

مقالات:

۲۱. تقی زاده، محمد (۱۳۸۱ش). «نقش فضای تفکر دینی در شکل گیری هنر اسلامی». هنر دینی، ۱۳.

۲۲. رزمجو، حسین (۱۳۷۸ش). «امام خمینی و احیای تفکر دینی در عرصه رسالت بین المللی اسلام». دانشگاه اسلامی، ۹.

۲۳. رستمی، محمد و دیگران (۱۳۹۶ش). «بررسی تأثیر شبکه های اجتماعی بر فرهنگ و باورهای دینی (هویت) کاربران؛ مطالعه موردی: کاربران استان اصفهان». علوم اجتماعی شوستر، ۲.

۲۴. سلیمانی، علی (۱۳۹۷ش). «تبلیغ دینی در شبکه های اجتماعی؛ چالش ها و راهکارها با تأکید بر تلگرام». نامه فرهنگ و ارتباطات، ۲.

۲۵. شریفی، مهدی؛ شهرستانی، عقیده (۱۳۹۶ش). «بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی موبایلی (تلگرام) با رفتار و اخلاق اجتماعی کاربران با رویکرد دینی». فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ۳.

۲۶. شمشیری، بابک؛ ایزدپناه، امین (۱۳۹۲ش). «امکان هم کناری تفکر انتقادی و تجربه دینی در برنامه تربیت دینی». پژوهشنامه مبانی تعلیم و تربیت، ۲.

۲۷. طاهری نمپیل، ابراهیم و دیگران (۱۴۰۰ش). «بررسی تأثیر شبکه های اجتماعی بر سرمایه های اجتماعی و فرهنگی خانواده ها (با رویکرد دینی و اسلامی)». صیانت فرهنگی و سرمایه اجتماعی، ۳.

۲۸. عظیم زاده اردبیلی، فائزه؛ رضوی راد، فاطمه (۱۴۰۳ش). «نقش شبکه های اجتماعی در ایجاد و گسترش شبهات دینی زنان». رهنمون انقلاب اسلامی، ۱.

۲۹. علیپور ملاباشی، یاور و دیگران (۱۳۹۹ش). «نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام در بازتولید فرهنگ دینی در میان جوانان ایرانی». اسلام و مطالعات اجتماعی، ۲.

۳۰. فتحی، علی (۱۳۹۹ش). «واسازی دریدا به مثابه رهیافتی برای امکان تفکر دینی (دریدا و امکان تفکر دینی)». حکمت و فلسفه، ۳.

۳۱. فنایی نعمت سرا، هادی (۱۳۹۸ش). «بسط پذیری معارف و حیانی در تفکر دینی». ۲۳.

۳۲. قائمی نیا، علیرضا (۱۳۸۸ش). «نقش استعاره های مفهومی در تفکر دینی». قیسات، ۵۴.

۳۳. قراباغی، حسن و دیگران (۱۳۹۷ش). «تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر حجاب و عفاف، هویت دینی و فردی، تعامل با خانواده و افسردگی و انزوا در بین جوانان». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۴۲.

۳۴. کیان، مریم؛ قلی پور، زهره (۱۳۹۵ش). «آثار تربیتی شبکه های اجتماعی تلفن همراه بر هویت ملی و دینی دانشجویان». رسانه، ۲.
۳۵. موسیوند، مریم و دیگران (۱۳۹۶ش). «بررسی تأثیر شبکه های اجتماعی مبتنی بر وب بر هویت دینی دانشجویان دهه دوم و سوم انقلاب اسلامی (مورد مطالعه: دانشگاه های همدان)». فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ۴.
۳۶. میراحمدی، منصور؛ احمدی، عبدالرضا (۱۳۹۶ش). «درآمدی انتقادی بر نظریه امتناع تفکر در فرهنگ دینی». جستارهای سیاسی معاصر، ۳.
۳۷. میرخانی، عزت (۱۳۹۷ش). «احیاء تفکر دینی، مطالبات زن مسلمان و خیزش دو تفکر «فمینیسم اسلامی» و «اجتهاد اصولگرا»». مطالعات راهبردی زنان، ۸۰.
۳۸. نجاتی حسینی، محمود (۱۴۰۰ش). «اخلاقیات اجتماعی صلح در حکمت دینی: بازخوانی شبکه متون معارف اسلامی - شیعی». صلح پژوهی اسلامی، ۶.