



موسسه آموزش عالی علوم انسانی

تحقیق پایانی کارشناسی

رشته تبلیغ و ارتباطات

ظرفیت‌های جهانی شدن برای گسترش تبلیغ دینی (اسلام)

استاد راهنما:

حجت الاسلام و المسلمین استاد رضوانی

دانش پژوه:

عبدالعلی فاضلی

تیرماه ۱۳۹۲

## چکیده

موضوع پژوهش حاضر «ظرفیت‌های جهانی شدن برای گسترش تبلیغ دینی» است. جهانی شدن همه شئون زندگی انسان را تحت تأثیر قرار داده است. با رشد روز افزون فناوری و تکنولوژی ارتباطی، پیام‌های فرهنگی سریع‌تر به نقاط مختلف جهان انتقال می‌یابد. یکی از شاخصه‌های مهم فرهنگ، دین است. دین، حقیقتی است انکار ناپذیر که حضورش در همه ابعاد زندگی نمایان است. در حوزه جهانی شدن و دین پژوهش‌های زیادی از سوی اندیشمندان انجام شده است و اکثراً پیامدهای منفی آن را گوشزد نموده‌اند. با توجه به گستردگی، پیچیدگی و وجوه مختلف جهانی شدن، تعاریف گوناگون و نظریه‌پردازی‌های مختلفی صورت گرفته است. در این نوشتار سعی شده است با نگاه مثبت به فرایند جهانی شدن و تفکیک قائل شدن بین دو واژه جهانی شدن و جهانی سازی، جهانی شدن را موضوعی علمی و فکری و تحول و تغییری بنیادین و اساسی در همه ساختارهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی بشر دانسته که به طور طبیعی، فرایندی از رشد علمی و تکنولوژیکی جامعه بشری است. بنابراین یکی از نظریات مهم و مطرح در این زمینه این است که، جهانی شدن را فرایندی طبیعی رشد و توسعه علم و تکنولوژی‌های اطلاعاتی مدرن تلقی می‌کند. با این نگاه، جهانی شدن نه تنها برای دین اسلام، تهدید کننده و چالش آفرین نیست، بلکه ظرفیت‌ها و قابلیت‌های را نیز برای دین اسلام به وجود می‌آورد؛ ظرفیت‌های از قبیل: برابری فرصت‌ها، رشد خرد جمعی و تقویت همکاری جهانی و همچنین اجماع عمومی بر لزوم مدیریت واحد جهان و تعامل فرهنگی و غیره که زمینه و بستری فکری برای ارائه جهانی دین اسلام به شمار آورد. با توجه به ویژگی‌ها و مؤلفه‌های جهانی شدن دین و فطری بودن آموزه‌های آن که به عنوان ظرفیت و پتانسیل حضور در دنیای جهانی شده، می‌باشد؛ لذا می‌توان چنین نتیجه گرفت که دین اسلام از ظرفیتها و قابلیت‌هایی بی‌بدیلی برخوردار است که می‌تواند در دنیای جهانی شده و با استفاده از ابزارهای ارتباطی نوین نشر و گسترش یابد.

کلید واژه‌ها: جهانی شدن، گسترش تبلیغ، دین اسلام، رسانه‌های جمعی.



۱ ..... مقدمه

۲ ..... **فصل اول**

۲ ..... کلیات و مفهوم شناسی

۳ ..... • تبیین مسأله

۴ ..... • پرسش‌های پژوهش

۴ ..... • پیشینه و ضرورت پژوهش

۵ ..... • فرضیه تحقیق

۶ ..... • هدف تحقیق

۶ ..... • نوآوری پژوهش

۶ ..... • روش تحقیق

۶ ..... • روش گردآوری

۷ ..... • قلمرو تحقیق

۷ ..... • مفهوم شناسی

۷ ..... مفهوم جهانی شدن

۱۱ ..... مفهوم تبلیغ

۱۳ ..... مفهوم دین

۱۵ ..... مفهوم رسانه

۱۷ ..... **فصل دوم**

۱۷ ..... ابعاد، زمینه‌ها و نظریه‌های جهانی شدن

۱۸ ..... • بعد فرهنگی



- بعدسیاسی ..... ۲۰
- بعداقتصادی ..... ۲۴
- عوامل وزمینةهای جهانی شدن ..... ۲۶
- ۱- توسعه و تنوع رسانه‌ها و وسایل ارتباطی و ارتباط جمعی ..... ۲۷
- ۲- توسعه بازار آزاد ..... ۲۷
- ۳- گسترده و جهانی شدن بسیاری از مسائل سیاسی و اجتماعی بشر ..... ۲۸
- ۴- شکل‌گیری برخی از نهادهای فرا ملی ..... ۲۹
- ۵- برخی وقایع سیاسی و اقتصادی خاص ..... ۲۹
- ۶- رشد دانایی و خرد بشر ..... ۲۹
- نظریه‌های جهانی شدن ..... ۳۳
- دسته اول: نظریات کلاسیک جهانی شدن ..... ۳۴
- دسته دوم: نظریه پردازان موضوعی ..... ۳۶
- دسته سوم: نظریات جدید جهانی شدن ..... ۴۲
- دهکده جهانی ..... ۴۶
- فصل سوم** ..... ۵۰
- پیامدهای جهانی شدن به معنای غربی ..... ۵۰
- ۱- تنزل کرامت انسانی ..... ۵۳
- ۲- همسان‌سازی فرهنگی ..... ۵۵
- ۳- تقابل فرهنگی (بجای تعامل فرهنگی) ..... ۵۶
- ۴- انقطاع فرهنگی ..... ۵۷



نقش رسانه‌ها در فرایند جهانی سازی ..... ۵۹

## فصل چهارم ..... ۶۳

ظرفیت‌های جهانی شدن ..... ۶۳

۱- برابری فرصت‌ها ..... ۶۴

۲- مسئولیت پذیری ..... ۶۶

۳- آموزش فراگیر علمی ..... ۶۷

۴- اجماع عمومی بر لزوم مدیریت واحد جهان ..... ۶۸

۵- تعامل فرهنگی ..... ۷۰

۶- رشد ارزشهای دینی ..... ۷۲

۷- تبیین خردمندانه دین ..... ۷۳

## فصل پنجم ..... ۷۵

ویژگی‌ها و مؤلفه‌های جهانی شدن دین ..... ۷۵

۱- جامعیت و کمال دین ..... ۷۷

۲- ثابت بودن آموزه‌های دینی ..... ۸۷

۳- زیان فطرت ..... ۹۲

نسبت ابزار ارتباطی در تبلیغ دین ..... ۹۶

نتیجه گیری: ..... ۱۰۳

منابع و مآخذ ..... ۱۰۵