

جهانی شدن فرهنگ اسلام

د. پر تو تبلیغ و ارتباطات

صالح مؤذن

سرشناسه: مؤذن، صالح، ۱۳۶۵ -

عنوان و نام پدیدآور: جهانی شدن فرهنگ اسلام در پرتو تبلیغ و ارتباطات / صالح مؤذن
مشخصات نشر: قم: فادی، ۱۳۹۵. مشخصات ظاهری: ۲۳۷ صفحه.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۶۴۱۷-۳-۴

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا. یادداشت: کتابنامه: ص. ۲۳۷؛ همچنین به صورت زیرنویس.

موضوع: جهانی شدن - جنبه‌های مذهبی - اسلام

رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۵ ج ۸ / م ۲۲۹ BP رده‌بندی دیویی: ۲۹۷ / ۴۸

شماره کتابخانه‌ای: ۹۵۲۷۴۸۹



جهانی شدن فرهنگ اسلام

در پرتو تبلیغ و ارتباطات

مؤلف: صالح مؤذن

انتشارات فادی / ق

نوبت و تاریخ چاپ: اول / سال ۱۳۹۵

قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

تلفن مرکز پخش: ۰۹۱۲۴۵۲۷۴۲۸

fadinashr@gmail.com

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۶۴۱۷-۳-۴

تمامی حقوق، برای ناشر محفوظ است

فهرست مطالب

مقدمه	۹
اهمیت جریان جهانی شدن	۱۱
پیشینه	۱۱
پیش فرض ها و مبانی	۱۳
شناخت اهداف	۱۳
ساختار اثر	۱۴

فصل اول: جهانی شدن از منظر غرب و اسلام

تعریف جهانی شدن	۱۹
جهانی شدن از نگاه غربی	۲۰
جهانی سازی و جهانی شدن	۲۳
پیشینه جهانی شدن	۲۴
ابعاد جهانی شدن	۳۰
جهانی شدن فرهنگ	۳۰
۱. گسترش فزاینده تولید و تجارت محصولات (کالاها و خدمات) فرهنگی	۳۳
۲. گسترش روزافزون تبادل فرهنگی و وسایل ارتباطی	۳۴
۳. توسعه فزاینده صنایع سمعی و بصری	۳۴
۴. گسترش مهاجرت و جهانگردی	۳۵
جهانی شدن اقتصاد	۳۶
نسبت و مناسبات فرهنگ و اقتصاد در جهانی شدن	۳۷

۳۸	جهانی‌شدن سیاست
۴۱	نسبت و مناسبات فرهنگ و سیاست در جهانی‌شدن
۴۲	جهانی‌شدن اسلامی
۵۳	فرهنگ
۵۶	فرهنگ اسلامی

فصل دوم: فرصت‌ها و تهدیدها در برابر جهانی‌شدن اسلامی

۶۱	شناخت تهدیدات و فرصت‌ها
۶۱	تهدیدات و مشکلات
۶۱	سیاه‌نمایی چهره اسلام
۶۶	معرفی چهره‌های انحرافی به عنوان تفکر اسلامی
۶۹	در اختیار نداشتن بازار محصولات فرهنگی و مورد هجوم واقع شدن
۷۰	انحصارگرایی در رسانه‌های دنیا
۷۵	بحران هویت
۷۶	نفوذ و گسترش تفکرات مغایر و ضد دینی
۸۰	القاء فرهنگ غربی بر مسلمانان
۸۲	نتیجه
۸۳	امکانات و فرصت‌ها
۸۳	گسترش ارتباطات جهانی
۸۶	برخورداری اسلام از قابلیت گسترده شدن جهانی
۸۶	معارف والای اسلامی
۸۸	دیدگاه برخی اندیشمندان غربی در مورد اسلام

۹۰	 سطح وسیع پراکندگی جمعیت مسلمانان
۹۱	 تأکید بر گسترش جمعیت
۹۴	 اهتمام به مهاجرت
۹۶	 پویایی قوانین و دستورات اسلامی
۹۷	 منابع انسانی - تبلیغی و امکانات تبلیغ
۹۸	 تغییرات فرهنگی اجتماعی معاصر و آمادگی برای پذیرش تفکرات اسلامی
۹۸	 اسلام شناسی در غرب
۱۰۰	 روی آوردن به معنویت و اخلاق
۱۰۰	 فقر معنوی غرب
۱۰۳	 نقد مدل الحادی مدرنیته متأخر

فصل سوم: ابزارهای روش‌های تبلیغی - ارتباطی اسلام

۱۰۹	 مقدمه
۱۱۲	 معنای لغوی تبلیغ
۱۱۴	 تبلیغ در آیات قرآن کریم
۱۱۶	 تبلیغ در روایات
۱۲۰	 ابزارهای تبلیغی پیامبر و ائمه معصومین علیهم‌السلام
۱۲۰	 تبلیغ شفاهی - گفتاری
۱۲۴	 فصاحت و بلاغت سخن
۱۲۶	 تبلیغ عملی - اخلاقی
۱۳۰	 تبلیغ مکتوب - نوشتاری
۱۳۳	 تبلیغ مادی

۱۳۸	جمع بندی
۱۳۹	روش‌ها و شیوه‌های تبلیغ اسلامی
۱۴۴	روش عاطفی (غیر برهانی)
۱۴۷	۱. جلب محبت
۱۵۱	۲. دوست شدن
۱۵۵	۳. تظلّم
۱۵۸	۴. امید و انتظار

فصل چهارم: راه‌های تبلیغ - ارتباطی جهانی شدن فرهنگ اسلام

۱۶۵	مقدمه
۱۶۸	بالا رفتن سطح علمی و تقویت فرهنگ دینی جامعه
۱۷۵	بهره‌گیری از دانش ارتباطات و رسانه‌های ارتباط جمعی نوین
۱۷۵	تعریف ارتباط
۱۷۶	انواع ارتباط
۱۷۸	رسانه‌های نوین
۱۷۸	تعریف رسانه
۱۸۰	تاریخچه رسانه‌های نوین
۱۸۲	ورود رسانه‌های نوین به ممالک اسلامی
۱۸۵	کارکردهای رسانه
۱۸۹	برنامه‌های رسانه دینی
۱۹۳	آسیب‌ها و مشکلات رسانه‌های نوین
۱۹۷	نقش علما و اندیشمندان علوم اسلامی برای تحقق جهانی شدن

همکاری با سازمان‌های غیر دولتی مستقل و فعال در عرصه بین المللی	۱۹۸
تأسیس سازمان‌های بین المللی قدرتمند	۲۰۰
تقویت و گسترش مؤسسات و مراکز اسلامی جهانی	۲۰۱
مناسبات دینی	۲۰۱
تقویت تولیدات فرهنگی	۲۰۳
تعامل با مخالفان جهانی شدن	۳۱
مقابله با تنگنایها	۲۰۵
تبیین دیدگاه‌های اسلام به صورت صریح و شفاف	۲۰۵
معرفی اسلام واقعی میان اصحاب انشعاب و جدا شدن خطوط انحرافی و خرافاتی اسلام	۲۰۶
گسترش و تقویت فرهنگ و مسئولات فرهنگی اسلامی	۲۰۶
مقابله با انحصار رسانه‌ای	۲۰۶
تعریف هویت اسلامی و مقابله با بحرانی هویت و از خود بیگانگی	۲۰۷
تلاش برای بازسازی و بازیابی مفاهیم صحیح دین	۲۰۷
بهره‌گیری از فرصت‌ها	۲۰۸

ضمیمه

نظرات و راهکارهای ارائه شده توسط اندیشمندان	۲۱۱
فهرست منابع	۲۲۱

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقدمه

اسلام به عنوان خردمندانه‌ترین دین الهی، جهانی شدن خود را تضمین کرده است. این امر مسلم بوده، در قرون متمادی کم و بیش مورد توجه و عنایت اقشار مختلف مسلمانان متعهد بوده و در طول سیر تاریخی، توجه به آن دچار افت و خیزهایی شده است.

اما این مطلب امروزه نسبت به تمامی ادوار تاریخی آن در اوج اهمیت قرار گرفته است؛ چرا که جهانی شدن امروز به عنوان یک پدیده تأثیرگذار در حال گسترش فزاینده شناخته می‌شود که خود را با تمامی بشریت و جنبه‌های مختلف زندگانی او مرتبط می‌داند.

اگر چه درباره مفهوم جهانی شدن، ماهیت و جایگاه آن در نظام جهان، ایده‌های متفاوت و متناقضی وجود دارد، اما می‌توان گفت تمامی گفتمان‌های مختلف موجود درباره جهانی شدن، به ظهور یک عصر جدید اذعان دارند.

کسانی که جریان جهانی شدن را باور دارند، معتقدند که علایم این دوره جدید را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

- تبدیل محیط جهانی به یک محیط فشرده و درهم تنیده،

- تبدیل محیط ملی به واحدهای مشارکتی و جمع‌گرایی همسو،

- تبدیل محیط خانواده به محیط‌های کم تأثیر و عاطفه،

- تبدیل محیط شخصی و فردی به محیط بدون مرز و قابل نفوذ.

از سوی دیگر، با وجود این دگرگونی‌ها و تغییرات جهانی و گسترش فزاینده امکانات اطلاعاتی ارتباطی، عده‌ای که سودای سیطره بر جهان را در سر دارند، با بهره‌گیری از شرایط به وجود آمده و نظریه‌پردازی در این زمینه، سعی دارند از فضای به وجود آمده در پیش برد منافع و مقاصد خویش نهایت بهره را ببرند.

در این اوضاع و احوال، توجه به اینکه جهانی‌شدن، مشکلات فراوانی نظیر فروپاشی نظام ارزش‌ها - به ویژه در میان جوانان - پدید آوردن و دامن زدن به بحران هویت، ایجاد تزلزل در نهادهای اجتماعی به ویژه نهادهای خانواده، تزریق و انتقال وجوه غیر دینی، غیر انسانی و غیر اخلاقی فرهنگی در میان اقشار و لایه‌های گوناگون اجتماعی و زدودن عواطف و ارزش‌های مذهبی از جوامع را در بر دارد، به منظور شناخت علل و وجوه پروژه جهانی‌شدن فرهنگ و نحو مقابله با آن و نیز برای شناخت فرصت‌ها و بهره‌گیری از آنها در وجه فرآیند جهانی‌شدن و شناختن راهکارهای جهانی‌شدن فرهنگ اسلامی ضرورت و لزوم انجام پروژه‌های مطالعاتی، تحقیقاتی در این زمینه، به شدت احساس می‌شود.

به ویژه - چنانچه در ابتدای این بخش اشاره شد - اسلام، دینی جهانی و بهترین شیوه زندگانی بشریت است و اجرای فرامین آن، نجات و سعادت دنیوی و اخروی را به دنبال خواهد داشت. که تحقق این امر، علاوه بر اینکه وعده الهی است، مهیا شدن انسان‌ها برای این مطلب را می‌طلبد.