



جمهوری اسلامی ایران

مدیریت حوزه علمیه استان قم

رساله علمی سطح ۲

# مبانی اطلاع رسانی از دیدگاه قرآن

راهنما: حجت الاسلام و المسلمین استاد علی اسلامی

مشاور: حجت الاسلام و المسلمین استاد محمد فاکر میبدی

حامد عبدالهی

۱۳۹۱

## چکیده

سامانه ارتباطی، اطلاع‌رسانی و رسانه‌ای در اسلام، از مهندسی ویژه‌ای برخوردار است که برابر فطریات بشری و برمبنای اصول اخلاقی تنظیم شده است. این سامانه از بررسی متن آسمانی و غیر قابل تحریف قرآن کریم، به دست می‌آید.

در این پژوهش، رسانه از دیدگاه قرآنی بازتعریف و رسانه دینی موشکافی شده است. همچنین ابزارهای رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی از نگاه قرآن که گسترده‌تر از یافته‌های بشری است، رصد و چهارده مصداق قرآنی آن شمارش شده است. که البته رسانه‌های شناخته شده انسان (پیامبر) و کتاب (آسمانی)، عنوان مستقلی نداشته و در بین دیگر مباحث آمده است.

همچنین ویژگی‌های رسانه‌ای قرآن کریم که می‌تواند الگوی رسانه باشد با ارایه شواهد قرآنی آن ارایه گردیده که وحیانی بودن و انتساب متن قرآنی به حضرت باری تعالی باعث شده این ویژگی‌های انحصاری در آن به وجود بیاید. رسانه‌ها می‌توانند این ویژگی‌های چهارده‌گانه را نیز الگوی خود قرار دهند و به سمت این افق آسمانی حرکت کنند.

در ادامه چهارده مبنای قرآنی برای ساخت و تولید و حتی مدیریت رسانه‌ای مطرح شده است. شیوه‌های نابی که قرآن برای برقراری ارتباط و رساندن پیام، به کار بسته و برداشت و بازنویسی آن می‌تواند در اصولی کردن روش‌های دستگاه‌های تبلیغاتی و رسانه‌ای کاربرد داشته و مهم‌تر از همه اخلاق حرفه‌ای را نیز به منصفه ظهور برساند.

این که رسانه چیست و رسانه دینی کدام است، این که دانستن گستره سخت افزار رسانه‌ای که در قرآن، ذکر آن رفته است چه راهبردی را به ما می‌دهد، قرآن چگونه رسانه‌ای است و ما برای راه‌اندازی رسانه دینی و هدایت و مدیریت آن به کدام مبانی نیازمندیم، رسانه دینی با رعایت این مبانی چه سیمایی خواهد داشت، اخلاق و فقه رسانه چه تصویری در کنار مبانی رسانه دینی دارد، از نتایج و دستاوردهای این پژوهش است.

بی‌تردید ارائه الگوی اسلامی رسانه، حرکتی است در راستای دریافت پیام هدایت بشر در این حوزه، چه این که از روز نخست، پیامبران برای هدایت و عبادت فرستاده شده‌اند «وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ مِنْ رَسُولٍ إِلَّا نُوحِي إِلَيْهِ أَنْهُ لَا إِلَهَ إِلَّا أَنَا فَاعْبُدُونِ»<sup>۱</sup> و قرآن این کتاب شگفت و پر رمز و راز، راهنمای بی‌بدیلی در دست ما مسلمانان است «كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولًا مِنْكُمْ يَتْلُوا عَلَيْكُمْ آيَاتِنَا وَيُزَكِّيكُمْ وَيُعَلِّمُكُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُعَلِّمُكُم مَّا لَمْ تَكُونُوا تَعْلَمُونَ»<sup>۲</sup> و صد افسوس که غرب زده‌ایم و تبلیغات و رسانه ما نیز برگرفته از یافته‌ها و بافته‌های مادی گرایانه غربی‌ها است!

<sup>۱</sup> ۱۲۵ انبیاء

<sup>۲</sup> ۱۵۱ بقره

سپاس خدای را که توفیق خدمتی کوچک برایم فراهم ساخت تا نقطه‌ای نورانی به وحی در نامه اعمالم بنگارم و بدان ببالم و امید داشته باشم که مرا از اصحاب قرآن یاد کند.

این رساله را گرچه به پدر بزرگواریم تقدیم کرده‌ام اما گواهی می‌دهم اساتید معظم راهنما و مشاور، پدران مرا پذیرفتند و خود پیش از من در طی طریق، همراهی کرده و رهنمون شدند. امری که از حلم استاد، جز این نتوان سراغ داشت.

ذره پروری استاد اخلاقم که سمت راهنمایی داشتند جناب حجت الاسلام و المسلمین اسلامی، و استاد قرآنم که سال‌ها زیر نظر مدیریت‌شان در رشته علوم قرآنی تلمذ کردم، حجت الاسلام و المسلمین فاکر میبیدی که در این امر نیز سمت مشاور داشتند، افتخاری شفاف‌انگیز بود؛ پس از این رو تلاش کردم کم‌ترین تصدیع و بیشترین بهره علمی را ببرم و چه نیکو پذیرفتند که بر واژه واژه و جیزه‌ام نظر عالمانه و مشفقانه خویش را اظهار فرمایند.

خرسندم که اکنون نعمت تمام شده و استادی اهل فن، نظر و تخصص، داوری رساله‌ام را به عهده گرفته است و از این بابت نظر و رأی جناب حجت الاسلام و المسلمین ..... را به گوش جان خریدار و پذیرایم.

پیروزی شکوه‌مند انقلاب اسلامی به رهبری حضرت روح الله و گذشت بیش از سه دهه از آن و اوج گیری نهضت بیداری اسلامی که نگاه‌ها را به سوی کشوری که تحت اشراف ولایت فقیه اداره می‌شود جلب کرده است از سویی؛ و نیاز به نظریه پردازی در زمینه رسانه دینی و کمبودی که امروز شاهد آن هستیم؛ از سوی دیگر مرا بر آن داشت که در طول تحصیلم دغدغه‌ارایه مبانی نظریه رسانه از نگاه دین را داشته باشم. در این راستا عنوان تحقیق پایانی دوره کارشناسی تفسیر را « فن آوری اطلاعات، ارتباط و رسانه از نگاه قرآن » قرار دادم که با نمره‌ای عالی به سامان رسید. در ادامه، این رساله سطح ۳ را با عنوان « مبانی اطلاع رسانی از دیدگاه قرآن » تحقیق کردم و امیدوارم بتوانم در گام بعدی یکی از عناوین جزئی‌تر رساله را با مشورت بزرگان اهل فن، پژوهش کنم. گفتنی است در این مسیر، از مشورت دیگر اساتید هم بی بهره نبودم به ویژه پدر علم ارتباطات ایران جناب پروفسور حمید مولانا که یک جلسه در قم خدمتشان رسیدم و با استقبال ایشان از موضوع پایان‌نامه مواجه شدم.

تجربه ۱۵ ساله این‌جانب در مطبوعات و آشنایی با قرآن و تفسیر، سبب شد هم به کمبودهای نظری در این زمینه واقف شوم و هم اهمیت مرجعیت قرآن کریم را در باب نظریه سازی دینی و علوم اسلامی و انسانی دریابم. پس

درد را نزد حکیم بردم و دوا خواستم. این شد که در رساله بیش از سیصد آیه را شاهد آوردم. با رصد پژوهش‌های پیشین اثری فراگیر و گسترده در این موضوع نیافتم اما مهم‌ترین مشکل علمی در گستره پژوهش‌های رسانه‌ای را نبود شناخت و تعریف درست از رسانه و رسانایی آن دیده بودم و غرب را هم که پیش‌تاز این میدان بود، مطالعه کردم. به ویژه که کتاب‌خانه تخصصی رسانه و اطلاع رسانی را در اختیار داشتم. از این رو دریافتم نگاه ابزاری و جامد به رسانه، باعث شده همه پیامدهای آن، تحلیل نشود و نتایج صوابی از آن به دست نیاید. تلاش کردم در رساله، مفهوم حیاتی، زنده و پویا از رسانه را به تصویر بکشم و به سان جامعه و زبان و گفتمان، رسانه را بشناسانم. گرچه مک لوهان، پیش‌تر رسانه را امتداد حس‌های بشر معرفی کرده بود.

درد امروز رسانه‌ها به ویژه در تولید و ارسال پیام و اطلاع رسانی را عدم اشراف علم روز به بشر و پیرامون آن دیدم و از این رو بر خلاف سیاست تعریف رسانه، تلاش کردم همه ابزارهای رسانه‌ای را که قرآن کریم از آن یاد کرده بود، رصد کنم. باور داشتم شناسایی این ابزار چهارده‌گانه، افق فکر و نگاه انسان را خواهد گشود و برنامه‌ها و هدف‌ها را جهت خواهد داد.

در بخش دیگر، خود قرآن را یک رسانه عالی دیدم که باید مبانی رسانه‌ای آن در حوزه اطلاع رسانی را استخراج کنم تا نقطه اوج و فاصله یک رسانه را نشان دهم. از اتفاق به چهارده مبنا در این زمینه دست یافتم که برخی تنها در رسانه آسمانی قرآن قابل استناد است و برخی دیگر الگوی مناسبی برای رسانه دینی است.

در بخش واپسین هم تلاش کردم رهنمودهای مبنایی و راهبردی قرآن کریم را برای ساخت رسانه دینی، برداشت کنم تا رسالت اطلاع رسانی بر مبنای آموزه‌های دینی، تبلور یافته و شکل بگیرد. شگفت که در این بخش هم چهارده مبنا مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

بنابر این مبانی ساختاری و محتوایی، همراه با کلیات و خاتمه در پنج فصل، سامان یافت. همچنین از نمودارها و جداولی بهره بردم که استفاده دیگران در این حوزه را آسان‌تر سازد و نگاهی هم به فقه و اخلاق رسانه داشتم تا گلچینی از مباحث دینی در این حوزه گرد آید.

این بود تمام بضاعتی تا چه قبول افتد و چه در نظر آید. باشد که کاستی‌ها به نظر لطف و اغماض، نگریسته شود تا مایه شوق روزافزونی گردد برای پیمودن گام‌های آینده.

در پایان از مدیریت حوزه مقدسه قم و نماینده ناظر و همکارانشان که با روی باز از آغاز تا پایان مرا مورد لطف خویش قرار دادند سپاس گزارم.

والسلام علیکم ورحمة الله وبرکاته

فهرست

۲	تقدیم
۲	سپاس
۳	چکیده
۴	فهرست
۶	پیشگفتار
۸	تبیین مسئله رساله
۹	پیشینه پژوهشی
۱۲	روش تحقیق
۱۳	سؤال اصلی
۱۳	سوالات فرعی
۱۳	سوالات فرعی‌تر
۱۴	فصل نخست: کلیات
۱۵	تعریف مبنا
۱۶	تعریف رسانه
۱۹	مدیریت رسانه بر اساس مبانی
۲۳	ارتباطات
۲۴	تعریف رسانه دینی
۲۶	فصل دوم: ابزارهای اطلاع رسانی از دیدگاه قرآن
۲۷	وحی
۳۳	الهام
۳۴	روای صادق
۳۶	ارتباط ماورایی
۳۷	باد
۳۸	حیوانات
۴۰	جن
۴۳	فرشتگان
۴۴	تک ساخت‌ها
۴۵	ظرفیت رسانایی آخرت
۴۶	مأموران ویژه
۴۷	نامه اعمال
۴۹	کتاب آفرینش
۵۱	فصل سوم: مبانی ساختاری اطلاع رسانی و رسانه از دیدگاه قرآن
۵۲	قصه پردازي
۵۵	بشارت و انذار
۵۷	شمولیت جهانی
۵۸	شمولیت زمانی
۶۰	حقیقت گویی
۶۱	خطا ناپذیری
۶۲	صراحت بیانی

۶۳	..... شیوایی و رسایی واژگانی
۶۴	..... عزت و لطافت
۶۵	..... تسلط و سیطره
۶۷	..... روش‌های ویژه القای پیام
۶۸	..... رعایت حق انتخاب مخاطب و احترام به عقل و کرامت انسانی
۶۹	..... امر به معروف و ناهی از منکر
۷۱	..... آینده‌کاوی
۷۲	<b>فصل چهارم: مبانی محتوایی اطلاع‌رسانی و رسانه از دیدگاه قرآن</b>
۷۳	..... رسانه دینی و تجارت
۷۳	..... سکس و رسانه
۷۵	..... تبلیغات
۷۷	..... هویت بخشی
۷۸	..... ممنوعیت عوام‌فرینی
۷۹	..... رفع اختلاف
۸۰	..... تصویر سازی
۸۱	..... کلمه طیبه
۸۲	..... شگرد درست اعتقادی
۸۳	..... زیبایی‌شناسی
۸۴	..... صحت خبر
۸۵	..... کتمان خبر
۸۶	..... شایعه و جنگ روانی
۸۸	..... حفظ اسرار
۸۹	<b>فصل پنجم: خاتمه</b>
۹۰	..... شناخت رسانه و رسانه دینی
۹۱	..... سخت‌افزار رسانه و بایدها
۹۲	..... ویژگی‌های رسانه‌های قرآن
۹۳	..... ویژگی‌های رسانه دینی
۹۴	..... مقایسه شیوه‌های قرآنی و شیوه‌های رسانه‌های جهان
۹۶	..... فقه رسانه
۹۹	..... اخلاق رسانه
۱۰۱	..... پیشنهاد موضوع پایان‌نامه
۱۰۲	..... کلیدواژه‌های قرآنی
۱۰۶	..... منابع
۱۰۶	..... کتابنامه

### پیشگفتار

- آشنایی با فضای رسانه و مشاهده شیظنت‌های رسانه‌ای که برگرفته از بی‌اخلاقی غربی است و سرایت آن به جوامع اسلامی؛
  - مسلمان بودن و اعتقاد راسخ به این که اسلام برای همه شئون زندگی برنامه دارد و اخلاق اسلامی در هر رفتار و کنشی قابل تعریف و رعایت است؛
  - تحصیل در حوزه مقدسه و رشته تخصصی تفسیر، که زمینه آشنایی کارشناسانه با متون تفسیری را برایم فراهم ساخت و این نظر را که قرآن کریم، کتاب هدایت است را در باورم، به منصفه ظهور رساند؛
- انگیزه‌ای شد تا بدین بیان‌دیشم که قرآن، این منبع سرشار معرفت و هدایت، در حوزه ساختار و مدیریت ارتباطات و رسانه، چه توصیه‌ای دارد.
- از آنجا که قرآن کریم، خود از مهم‌ترین بخش رسانه یعنی «متن» بهره‌مند است و از عالی‌ترین ابزار اطلاع‌رسانی یعنی «وحی» برخوردار است، به جای این که به دنبال آیه‌ای باشم که دستوری در باره رسانه بدهد، در پی به دست آوردن شیوه‌های رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی قرآن کریم برآمدم.
- چه این که هجوم شبهات و دشمنی‌های رسانه‌ای که کاری جز مشوه نشان دادن چهره اسلام ندارد، دو راه پیش روی مسلمانان نهاده است.
- راه اول؛ دفاع در برابر این حمله‌هاست که خود هشیاری و دیده‌بانی گسترده را می‌طلبد؛ و البته کاری ضروری است اما اثر دراز مدت آن مثبت نیست! چرا که به مثابه مظلومی است که همواره در حال دفاع از خود است. این تصویر، جذابیت لازم را ندارد.
- راه دوم؛ تهاجم است! حمله در جهان رسانه‌زده امروز، تنها به معنای ایراد نقطه ضعف‌ها، تمسخرحریف و استفاده از شیوه‌های غیراخلاقی نیست. تهاجم رسانه‌ای در معنای عالی آن، تبلیغ و معرفی صحیح است.
- در راه اول، ابتکار عمل در دست شمن است و این شبهه‌سازان هستند که ما را در تیررس هزاران شبهه خود گرفتار می‌کنند. در این گود، تمام نیروی ما برای ایستادگی و از پا نیافتادن صرف می‌شود و جالب این جاست که دشمن شبهه‌ساز، قصد قانع شدن ندارد! اما در راه دوم، این ما هستیم که دشمن را به چالش کشیده‌ایم.

"دو صد گفته چون نیم کردار نیست"

تبیین و بازگویی درست، کارآمد و به روز معارف و احکام اسلامی، راه‌کار مثبت و نتیجه بخشی است که در عمل، ضمن ناکار ساختن نیرنگ دشمنان، سیمای عزتمندی از دین به نمایش می‌گذارد. البته در کنار این روش نباید از پاسخ‌گویی به پرسش‌های واقعی علاقه‌مندان غافل بود.

یکی از عناصر ریشه‌ای در راهکار دوم، بازگشت به اصول و بازتولید اندیشه و علم است که با خود باوری و ایمان به منابع ناب به دست می‌آید.

این منبع ناب، همان قرآن کریم است که دست‌نخورده از آسمان فرود آمده و وحی شده است: «تَنْزِيلٌ مِّن رَّبِّ الْعَالَمِينَ» و «لَوْ تَقَوَّلَ عَلَيْنَا بَعْضَ الْأَقَاوِيلِ لَأَخَذْنَا مِنْهُ بِالْيَمِينِ ثُمَّ لَقَطَعْنَا مِنْهُ الْوَتِينَ فَمَا مِنكُمْ مِنْ أَحَدٍ عَنْهُ حَاجِزِينَ»<sup>۳</sup>

اصول‌گرایی به معنای پایبندی به اصول و مبانی برگرفته از منبع وحی و رسالت است و ما با این مرام سیاسی اجتماعی بایست در بازتولید علم از آن منبع آسمانی، همه ساختارهای اجتماعی، نهادهای قدرت و اقتصاد را بازنگری کنیم و پس از پایان دادن به دوره تقلید کور و ناقص از غرب، به پایه‌گذاری زیرساخت‌های تمدن اسلامی در دوره نوین حیات انسان پیش از ظهور بپردازیم.

یکی از مهم‌ترین نهادها در این روزگار، سامانه رسانه است. اگر قرار است تمدن نوین اسلامی را برپا کنیم نیازمند رسانه‌ای قوی با مبانی و معیارهای اسلامی هستیم که نمی‌توان آن را از غرب، استنساخ کرد.

آن‌گاه که نیاز خود به منبع را دریافتیم و قرآن را تنها متن فوق‌بشری و مصون از خطا یافتیم و آهنگ ساختن داشتیم و خواستیم یاد بگیریم چگونه رسانه بسازیم، پیش روی مان یک رسانه آسمانی را خواهیم دید که جدای از پیام و حیانی‌اش، چیستی و چگونگی رسانه را نیز در خود دارد و ما قرن‌ها است از آن بهره‌مندیم اما کار ما همانند کسی است که برای نوشیدن آب در کنار رود، در انتظار بطری‌های آب از آن سوی دنیا نشسته است!

پس بایسته است با روشی علمی برای هدفی کلان که همان برپایی تمدن نوین اسلامی است، در بخش رسانه، بی آن که خود را وامدار دانش‌های معیوب و دست‌چندم غربی کرد، متواضعانه زانوی طلب بر درگاه رب زد و دست نیاز به سوی بی‌نیاز برداشت تا بیاموزد در آغاز قرآن را و آنگاه بیان را: «الرَّحْمَانُ عَلَّمَ الْقُرْآنَ خَلَقَ الْإِنْسَانَ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ»<sup>۴</sup>

۳. ۴۷ تا ۴۳ حاقه

۴. ۴ تا ۱ الرحمن



## تبیین مسئله رساله

گرچه امروز اصطلاح رسانه پرآوازه است و از نظر واژگانی و لغت در حال دگرگونی و پیشرفت و گسترش؛ اما چه آن زمان که رادیو را رسانه می‌خواندند چه امروز که دیگر، ابزار را در تعریف رسانه نمی‌گنجانند، "رسانه" با همه پیچیدگی‌اش، ساده است.

رسانه همان ریشه نطق بشر است که درختی تنومند شده است. این حیوان ناطق که باید او را انسان بصیر دانست «بَلِ الْإِنْسَانُ عَلَىٰ نَفْسِهِ بَصِيرَةٌ»<sup>۵</sup> در راستای گسترش ارتباطات خود با پیرامونش بسته به توانایی‌هایش، به ساخت شبکه‌های درهم تنیده ارتباطی دست‌یازیده و با یافته‌های گوناگونش در انسان‌شناسی، روان‌شناسی، ارتباطات و الکترونیک و برق و ده‌ها دانش میان‌رشته‌ای دیگر، ابزارهای متنوع و رنگارنگ رسانه‌ای را آفریده است. بیان و ارتباط، همان هسته نخستین رسانه است و رسانه یک نیاز است. هر عاقلی نیازمند رسانه است تا پیام اندیشه و باور خود را به دیگر عاقلان برساند.

از این رو اگر قرار باشد مبانی اطلاع‌رسانی قرآن کریم استخراج شود به دو گزاره باید توجه کرد: نخست آن‌که قرار نیست یافته‌های ناقص و کامل بشریت را که سودمندی آن همواره مورد تردید است به قرآن تحمیل کنیم. این یافته‌های تجربی و یا حتی عقلی بشری گرچه در جای خود گرامی هستند اما به دلیل رهنی‌های صورت گرفته و نقصانی که از نبود اشراف بشر بر همه جهان آفرینش در آن پدیدار است، تاب رویارویی با آموزه‌هایی که از مرکز عالم صادر شده را ندارد. این مرکزیت و استوا، جدا از مولویت و سلطه، از دانش فراگیری حکایت دارد که شاید بشر جز از راه وحی بدان راه نیابد. پس در این مقام ابتدا باید تخریب داشت سپس به تحلی رسید.

دوم آن‌که قرآن خود پدیده‌ای بیانی است و اگر سخن از استخراج مبانی اطلاع‌رسانی به میان می‌آید منظور دستورهای الکترونیکی یا ضوابط اداری خبرگزاری نیست. حتی منظور باید‌ها و نبایدهای اخلاقی و فقهی ناظر به رفتار خبری نیست. منظور از این مبانی، بازشناخت انسان و ارتباطات پیرامونی وی از نگاهی آسمانی و استخراج مبانی فطری و آفرینشی است که در هر دوره‌ای با هر امکان و ابزار رسانه‌ای قابل تطبیق و اجرا باشد. مبانی که جهت و ارزش رسانه را روشن می‌کند و با تعریف هدفی مشخص، به تعیین تکلیف رسانه‌ای می‌پردازد و عقل و تجربه بشر را به تلاش و پویش در این مسیر سعادت‌مند فرا می‌خواند تا گرفتار ندانم‌کاری‌ها و خطاهای خواسته و نخواست‌ه نشود و در دام دشمنی‌های رسانه‌ای نیفتد.

نگارنده با تحصیل در رشته الکترونیک و آشنایی اولیه به سخت‌افزار رسانه‌ای و تجربه طولانی مطبوعاتی، اکنون به این نیاز واقف شده است که نبود این مبانی چه خسروانی بی‌جبران به جامعه اسلامی وارد می‌سازد. تحصیلات

حوزوی و علوم قرآنی این فرصت را فراهم کرده تا برای پاسخ علمی به این نیاز، تلاش کند هرچند اندک و در حد توان.

باشد که راهنمایی و مشاوره اساتید گرانمایه که عمری در راه اعتلای فرهنگ اسلامی و غنای جامعه ایرانی مجاهده علمی کرده‌اند این اندک را برگ سبزی بنمایاند شاید که پیش‌کشی به ساحت علمی کشور گردد.

### پیشینه پژوهشی

همان گونه که گفته آمد این نگاه به قرآن، تازه است و شاید هنوز اثر مستقلی بدان نپرداخته باشد، اما در بحث‌های جزئی‌تر، نوشتار و مقالاتی یافت شد که در برخی موارد از آن‌ها بهره جستیم. موارد رصد شده، بدین شرح اند:

۱. پایان‌نامه: وحی و ارتباط الهی از دیدگاه قرآن و علم ارتباطات / چاوشیان، جلال / استاد راهنما: حسین مصطفوی / استاد مشاور: رضاقلی نظام مافی / کارشناسی ارشد / ۱۳۷۱ / دانشگاه امام صادق (علیه السلام) دانشکده الهیات، معارف اسلامی و تبلیغ .

۲. پایان‌نامه: ارتباطات در قرآن / پروین زاده، مهدی / کارشناسی / ۱۳۷۵ / آزاد اسلامی (تهران) استاد راهنما: موسوی

۳. کتاب: قرآن در اسلام علامه طباطبایی / مقاله: چرا قرآن مجید از دو راه ظاهر و باطن سخن گفته؟

۴. کتاب: آشنایی با قرآن / جلد ۱ صفحه ۴۷ / استاد شهید مرتضی مطهری / مقاله: عقل از دیدگاه قرآن.

۵. مقاله: سبک زیبای خاص قرآن / مجموعه آثار جلد دوم صفحه ۲۱۳ / استاد شهید مرتضی مطهری .

۶. کتاب: آشنایی با قرآن / جلد پنجم صفحه ۲۱۱ / آهنگ سوره‌های قرآن با مثالی از سوره قمر / استاد شهید مرتضی مطهری .

۷. کتاب علوم قرآنی / آیت الله محمد هادی معرفت / مقالات: وحدت موضوعی یا تناسب معنوی آیات، نظماًهنگ و اژگانی قرآن، نظماًهنگ درونی قرآن، گزینش کلمات در عبارات قرآنی، سبک و شیوه بیان قرآن، تناسب معنایی آیات قرآن و اعجاز علمی قرآن کریم.

۸. احیای دین و دانش / مقاله سخنرانی پرفسور حمید مولانا در جلسه افتتاحیه کنفرانس بین‌المللی رسانه‌ها و اسلام و فرهنگ در دانشگاه « ادینبورگ » اسکاتلند.

۹. فصل‌نامه کوثر / شماره ۷۶ زمستان ۱۳۸۷ / مقالات: رسانه‌های رحمانی و رسانه‌های شیطانی، یک کتاب در یک مقاله اخلاق مطبوعاتی، اخلاق رسانه‌ای در نگاه اهل بیت (علیهم السلام)، رسانه و رازداری، رسانه و ده‌ها سوال، رسانه و عدالت، آفات زبان و رسانه‌های امروز، نظارت مردمی بر رسانه‌های

عمومی، اصول محتوایی رسانه از دیدگاه قرآن، نقش رسانه ها در اصلاح و افساد جامعه، استهزا و رسانه‌های جمعی، حجاب و رسانه، آسیب شناسی رسانه، قانون مطبوعات، منکرات رسانه ای و .... رسانه‌ها در عصر اهل بیت (علیهم‌السلام)، عاشورا و رسانه‌های اموی، وظایف رسانه‌ها، فقه رسانه و استفتانات رسانه‌ای .

۱۰. اینترنت و سلطه جهانی/سمانه بامشاد/گفتگو با پروفسور مولانا در حاشیه کنفرانس بین المللی روابط عمومی در زمینه جایگاه فعلی اینترنت .

۱۱. کتاب: زبان قرآن و مسائل آن / محمدباقر سعیدی روشن / پژوهشگاه حوزه و دانشگاه ۱۳۸۹

۱۲. مقاله نظریه عرفی بودن زبان قرآن(کارآیی‌ها و توهمات)/ فصلنامه معرفت شماره ۲۴ دکتر جعفر نکونام .

۱۳. بررسی و مقایسه دیدگاه ابن سینا و صدرالمتهلین درباره ارتباط خدا و عالم .

۱۴. روش‌شناسی تعامل با قرآن / واپسین بخش / زبان قرآن / طه جابرالعلوانی / ترجمه: سیدياسر قزوینی روزنامه همشهری.

۱۵. کتاب معناشناسی شناختی قرآن / علیرضا قائمی‌نیا / پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه ۱۳۹۰

۱۶. پژوهشی فقهی در خبر و خبرگزاری / جواد فخار طوسی / پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی دفتر تبلیغات اسلامی

۱۷. کتاب خبر و خبررسانی در قرآن کریم / علیرضا پویا / انتشارات دانشکده صدا و سیما ۱۳۸۹

۱۸. مقاله: قرآن پژوهی با رویکردی خبری - ارتباطی / دکتر حسام الدین آشنا / از کتاب خبر؛ تحلیل شبکه‌ای و تحلیل گفتمان دکتر حسن بشیر و همکاران دانشگاه امام صادق علیه السلام ۱۳۸۹

در میان آثار یاد شده و ده‌ها مقاله و کتاب دیگر که در یک کتاب‌خانه تخصصی رسانه ( بیش از ۲۰۰ جلد) در اختیار دارم، کتاب «خبر و خبررسانی در قرآن کریم» ، اثر فاضل ارجمند علیرضا پویا که نزدیک‌ترین اثر به پژوهش پیش‌رو از نظر موضوعی و زمانی است در این جا معرفی می‌شود:

کتاب یاد شده در چهار فصل تدوین شده است:

فصل اول: خبر و خبر رسانی از دیدگاه علم ارتباطات؛

این فصل در واقع مقاله بلندی است که به تعریف و اصطلاحات خبری از نگاه صاحب‌نظران غربی پرداخته و گزارش مفصلی از آن ارائه کرده اما برخلاف آنچه انتظار می‌رود، ارتباطی بین این فصل با دیگر فصل‌های کتاب به وجود نمی‌آید. این فصل برای آشنایی با مبانی غربی در این موضوع مفید است و حذف آن از کتاب، آسیبی به تحقیق نمی‌زند.

فصل دوم: رویکرد اسلامی به خبر و خبر رسانی در تحقیقات پیشین؛

در این فصل نیز گزارش جامعی از تحقیقات داخل و خارج کشور ارائه شده که به خودی خود، متنی قابل استفاده است و نیاز به گزارش مجدد آن نیست. گرچه لازم بود خود کتاب گزارش شود.

فصل سوم: خبر و خبررسانی از دیدگاه قرآن کریم؛

این فصل در واقع بخش اصلی کتاب و ماحصل تحقیق ارزشمند نویسنده است. این فصل در دو بخش ارائه شده و موضوعات آن بدین شرح است:

الف: دیدگاه قرآن درباره محتوای خبر:

صداقت در خبر (واقع‌گویی)، درستی تفسیر خبر (حقیقت‌گویی)، مفید بودن خبر، اخبار در شرایط

بحران، افشای اخبار دروغ، اخبار هشدار دهنده، آموزندگی و اجتناب از بدآموزی در خبر،

ب: دیدگاه قرآن در باره نحوه ارائه خبر:

موثق بودن خبر (مستند بودن)، استفاده از الفاظ محترمانه و مؤدبانه، ارائه خبر به صورت شمرده و با

درنگ، سرعت در خبر و خبررسانی، رعایت عفت و اجتناب از گسترش فساد، خودداری از تجسس و

ورود به حریم خصوصی افراد، اجتناب از بدگویی دیگران، اجتناب از تمسخر و تحقیر دیگران، ارائه

خبر به صورت مستند، تصویری کردن خبر، وضوح و رسایی کلام خبری، خبر توأم با تفسیر، گزیده

گویی و دوری خبر از حشو و زواید، برجسته‌سازی اخبار مهم، جلب توجه مخاطبان و ایجاد جذابیت در

خبر، توجه به موقعیت مخاطب و استفاده از کلام اثرگذار

فصل چهارم: جمع‌بندی و نتیجه‌گیری:

بررسی تطبیقی خبر از دیدگاه قرآن و نظریه‌های ارتباطات، نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود این کتاب گرچه پژوهش مبسوطی ارائه کرده است اما به دلیل نو بودن این

مباحث، تفکیک موضوعی مناسبی ندارد. به نظر می‌رسد ادامه این دست‌مطالعات، به تخصصی شدن نظریات

در حوزه رسانه دینی خواهد انجامید تا دسته‌بندی بهتری از مبانی، اخلاق و فقه رسانه و شیوه استناد این مباحث

به قرآن و حدیث فراهم آید. همچنین لازم است در جلسات نقد، دلایل و شواهد استنادی به آیات قرآنی و

برداشت‌های رسانه‌ای از آن و شیوه دسته‌بندی مطالب، به بررسی بیشتر کشانده شده و حلاجی شود.

یکی از ضعف‌های این کتاب، بررسی تطبیقی در چند صفحه کوتاه و تاکید بر مبنای سرگرمی بودن رسانه‌ها و

مخالفت آن با مبانی دینی است. گرچه این مقایسه درست است اما به دلیل روش تحقیقی که پیش‌تر یادآوری

شد امکان مقایسه و سنجش بیشتر وجود ندارد!

اما در پژوهش پیش‌رو تلاش شد مباحث مشترک با این کتاب، کم‌تر بحث شود و مهم‌تر این که تبیین مبانی

رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی قرآن کریم در ساحت ساختاری رسانه بیشتر مورد تاکید و توجه باشد تا آموزه‌های

اخلاقی و فقهی.

## روش تحقیق

روش این پژوهش، کتابخانه‌ای است بدین شرح:

الف: مطالعه کتاب‌ها و مقالات رسانه‌ای در بخش مطالعات غربی رسانه و مطالعات اسلامی و در دو حوزه رسانه و رسانه دینی.

ب: رصد کلیه متون و پژوهش‌های مرتبط به بحث که پیش از این انجام یافته است.

ج: قرائت چندباره قرآن کریم و نمایه زنی آیاتی که در رابطه با اطلاع‌رسانی و رسانه باشد.

د: مطالعه آثار دانشمندان در باره مباحث مبنایی و زیربنایی و تعاریف لغوی و اصطلاحی.

ه: فیش برداری، تبویب مباحث و تنظیم و تالیف رساله.

### سؤال اصلی

مبانی اطلاع رسانی از دیدگاه قرآن چیست؟

### سؤالات فرعی

۱. ابزارهای اطلاع رسانی در نگاه قرآن کدامند و چه جایگاه، تاثیر و کارایی دارند؟

۲. مبانی ساختاری رسانه و اطلاع رسانی از نگاه قرآن چیست؟

۳. مبانی محتوایی رسانه دینی و اطلاع رسانی از منظر قرآن کدام است؟

### سؤالات فرعی تر

۱. رسانه چیست؟

۲. رسانه دینی و قلمرو آن کدام است؟

۳. چگونه می توان از ویژگی های رسانه ای و اطلاع رسانی قرآنی بهره گرفت؟

۴. به کارگیری راهکارهای قرآن برای ساخت رسانه دینی چه توضیح و توجیهی دارد؟