



عنوان مقاله

نویسندگان

جایگاه و شیوه های اطلاع رسانی و خبر رسانی در قرآن کریم

*رضا تاج آبادی و سمیه شعبانی

مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان مرکزی ، اداره دادگستری استان مرکزی)

مقدمه

علم ارتباطات و روان شناسی اجتماعی، دو علم ابزاری در خدمت قرآن هستند تا کتاب الهی بهتر درک شود. این علوم برای تجزیه و تحلیل پیام‌ها اصولی را در نظر می‌گیرند. این اصول عبارت از «اهداف پیام، زمینه و بافت، اقتناع گران و ساختار اجرایی آن، مخاطب هدف و فنون تأثیر گذاری و واکنش مخاطبان» هستند. با تحقیق و بررسی موضوع تأثیرگذاری در دو علم مورد اشاره، اصولی استنباط و استخراج می‌شود که برای تجزیه و تحلیل پیام‌های قرآن هم می‌تواند به کار گرفته شود. (میردامادی و کاملی، ۱۳۹۱)

نقش فرهنگی و ارتباطی قرآن، از وجوه مختلف قابل تامل و بررسی است زیرا هم هویت بخش به جامعه اسلامی و مصدر و غایت اطلاع رسانی دینی به شمار می‌آید و هم به عنوان یک ابزار ارتباطی مکتوب، آثار و کارکردهای متعدد و کارایی را از خود بر جای می‌نهد. (باب الحوائجی و حریری و فرضعلی زاده، ۱۳۹۲: ص ۳۳)

خبر و خبررسانی به دلیل گرایش های ذاتی انسان به برقراری ارتباط با محیط پیرامون خود، همواره جزء جدایی ناپذیر زندگی بشر بوده است. با افزایش حجم اطلاعات و اخباری که نظام اجتماعی برای حفظ انسجام خود نیاز دارد و نیز افزایش سرعت مبادله این اطلاعات و اخبار، نوع و روش انتقال اطلاعات متغیر شده است. با ارتقای جایگاه اطلاعات و اخبار، بحث وظایف مخاطبان خبر و خبرگزاری ها در دریافت و مواجهه با اخبار، اهمیت و ضرورت بیشتری پیدا می‌کند. (شهووندپور و سالارکیا، ۱۳۹۳: ص ۵۲)

از کارکردهای خبر رسانی و اطلاع رسانی در جامعه که در راستای مسئولیت اجتماعی رسانه است، پند آموزی و عبرت گیری مردم است که قرآن نیز بر آن تأکید می‌ورزد. (کاظم زاده، ۱۳۹۰: ص ۴۹۸) در قرآن کریم داستان و خبر بسیاری از اقوام و ملل ذکر شده که به تعبیر قرآن، هدف از بیان آنها عبرت و پند آموزی است. (آل عمران: آیه ۱۳ و یوسف: آیه ۱۱۱) همچنین قرآن کریم پس از بیان اخبار اقوام گذشته در مواضع متعدد از عبارت ".... فاعتبروا یاولی الابصر (حشر:۲) استفاده می‌کند و از مردم می‌خواهد با توجه به آنچه گفته شده پند آموزی نموده و آثار آنرا در زندگی خود دخالت دهند.

یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در حوزه خبر و خبررسانی، اخبار با چاشنی تحلیل است که غیر از خبر تحلیلی است؛ زیرا خبر تحلیلی با انگیزه تجزیه و تحلیل تنظیم می‌شود، در حالی در اخبار با چاشنی تحلیل، مخاطب گمان می‌کند که خبر محض را دریافت می‌کند، در حالی که خبری را در اختیار می‌گیرد که دربردارنده تحلیل است. تولیدکننده خبر خواسته یا ناخواسته نظریات خویش را بر اساس زاویه فلسفی خویش در متن خبر قرار می‌دهد که می‌تواند جهت کلی خبر را از خبر صرف و اطلاع‌رسانی، به اخبار جهت‌دار تبدیل کند. نویسنده در این مطلب با بهره‌گیری از آیات قرآن، خبر و خبررسانی و انواع آن و چستی خبر تحلیل و خبر با چاشنی تحلیل را تبیین کرده است. (پورخلیلی، ۱۳۹۸)

روش

روش اطلاع رسانی و تبلیغی انبیاء (ع) در قرآن کریم

در بررسی و تحلیل شیوه های تبلیغی انبیاء در مراحل آیات قرآن، اثبات توانایی قرآن در پاسخگویی به نیاز انسان به اسوه در تمام زمینه ها، ضرورت پابندی تبلیغ دینی به حقایق و قداسات انگیزه، عمل و روشها و تأکید قرآن بر اتخاذ شیوه های غیر مستقیم و عملی در کنار شیوه های گفتاری و انشایی می‌باشد. (نوراللهی ارخودی، ۱۳۹۱)

برقراری نظام تبلیغاتی مستلزم چهار عنصر حامل پیام، پیام، دریافت کننده پیام و روش ارسال آن است. پیامبر خاتم(ص) به عنوان حامل پیام، قرآن پیام وی و مردم عرب جاهلی، دریافت کننده پیام و روش ارسال پیام، همان رفتار و کردار آن حضرت در جهت هدف رسالت تبلیغی بوده است. رسول خاتم(ص) در نحوه برخورد با مخاطبین در جهت ابلاغ رسالت خویش از شیوه‌های مختلف تبلیغی بهره برد که به لحاظ نحوه ارائه پیام و چگونگی جذب افراد و گروه‌ها و گسترش قلمرو رسالت تبلیغی به شیوه‌های انفرادی، گروهی، منطقه‌ای و جهانی قابل دسته‌بندی است. همان گونه که به جهات دیگر می‌توان روش‌های تبلیغی آن حضرت را به شیوه‌های اخلاقی، هنری، رعایت اصول، تربیتی (در بر دارنده‌ی تشویق و تنبیه)، امنیتی، با وصف آینده‌نگری و غیره نیز دسته‌بندی و تجزیه و تحلیل نمود. (محمدی، ۱۳۸۵:ص ۶۵)

یافته‌ها و نتایج

اهداف اطلاع رسانی از دیدگاه قرآن کریم

قرآن در جایگاه یک رسانه مکتوب منبعی پایان ناپذیر، از پیامهای متنوع و همواره زنده است که در قالب محمل‌ها و نمادهای کلامی به بشر ابلاغ شده است. تردیدی نیست که فرستنده حکیم این کتاب مبین از رهگذر آموزه های نورانی آن، اهدافی را می‌جوید. کلی ترین اهدافی که در علت نزول آنها سخن رفته است عبارتند از:

تعلیم و حکمت‌ها (آل عمران: ۱۶۴)، هدایت به راه درست و استوار (اسراء: ۹)، دعوت به سرای سلامت (یونس: ۲۵)، خروج از ظلمت بسوی نور (ما نئه: ۱۶)، توجه دادن به لزوم محوریت دین در زندگی (یونس: ۱۰۵)، تقویت روح بندگی (بقره: ۲۱)، بصیرت بخشی (انعام: ۵۰)، برحذر داشتن از فساد در زمین (شعراء: ۱۸۳)، خرد زایی (بقره: ۲۴۲)، دعوت به تفکر (انعام: ۵۰)، تذکر یابی (هود: ۲۴)، جهل زدایی (انعام: ۳۵).

اخلاق خبر رسانی از دیدگاه آیات قرآن کریم

از نگاه معرفت شناسانه، تمام ذرات عالم نشانه ای از خدای متعال هستند واز او خبر می‌دهند. آنگاه که خداوند اراده کرد بشر را شامل حال الطاف هدایت خدا بگرداند پیامبران را برگزید که این رسالت رساندن پیام و خبر الهی، به بندگانش را جامه عمل بپوشانند. خداوند اخبار الهی در قرآن را که به ظاهر که به زبان بشر بود اما معجزه ای بی‌بدیل، بر انسان خاکی تفصل کرد. خبرنگاران شایسته از مبداء وی که پیامبر عظیم الشان اسلام، تا ذریه پاکش ائمه معصومین (ع)، کلام‌ها و پیام الهی را برای انسان هایی که در ظلال و گمراهی بودند گزارش و تفسیر نمودند. به عبارت دیگر می‌توان گفت اولین شغل آدم، خبر رسانی بوده است. (خاتمی، ۱۳۹۴: ص ۴۲)

با بررسی آیات مربوط به ویژگیهای سیر ارائه خبر، نکات با ارزشی وجود دارد که خود شیوه صحیح پیام رسانی را بطور عام و تطبیق بر خبر رسانی بطور خاص را بر ما روشن می‌سازد.

بحث و نتیجه گیری

اطلاع رسانی و انتشار سریع اخبار و نیز کاهش یا حذف فاصله زمانی و مکانی خبر یا رویداد یکی از مهم ترین ابعاد و کارکردهای وسایل ارتباطی جدید است. می‌توان شاخص‌ها و معیارهایی برای «محتوای خبر» و «نحوه ارائه خبر» از دیدگاه قرآن ارائه کرد. از این منظر مفید بودن، اهمیت دادن به مخاطب، رعایت غفت و حیا و اجتناب از پخش اخبار فسادآور، مقابله با تحریف و عملیات روانی و افشای اخبار دروغ موارد مهمی هستند که در بخش «محتوا و ارزش های خبری» مورد تأکید قرار گرفته اند. بر مبنای تعالیم قرآن، مستند بودن، استفاده از الفاظ محترمانه و رعایت اخلاق و ادب، واقع نمایی و حفظ امانت در پخش، حق گوئی، تصویری بودن، فصاحت و شفافیت، ضرورت طبقه بندی، منع تجسس و پخش اخبار خصوصی، حذف زوائد، برجسته سازی و صداقت و امانت از جمله شاخص‌هایی هستند که باید در «نحوه ارائه» اخبار مورد توجه قرار گیرند. (پویا، ۱۳۸۲: ص ۷۱) رویکرد قرآن در ارزش های خبری، ضمن در نظر داشتن جلب توجه مخاطب، با ایجاد سرگرمی و هیجان صرف و یا تأمین مصالح حاکمان و صاحبان قدرت و سرمایه، تناسبی ندارد؛ بلکه رویکرد اساسی، رساندن اطلاعات مفید و مورد نیاز به جامعه با حفظ صداقت، و ترجیح منافع و مصالح مردم است. (پویا، ۱۳۹۰) قرآن در این رابطه بر مؤلفه هایی مانند: وظیفه مخاطب در مقابله با خبرگزاریها و جریانات ناسالم خبری، وظیفه مخاطب در مواجهه با محتوای خبر، و چگونگی عکس العمل مخاطب در مواجهه با اخبار تأکید دارد؛ که در آن‌ها به مباحث شناسایی خبرنگاران فتن هانگیز در خبرگزاری‌ها، هوشیاری در برابر خیرسازان مهاجم و بدع‌تگذار و شایعه ساز؛ بی‌اعتنایی به خبرگزاری‌ها و خبرنگاران بی‌تعهد و وابسته به مکاتب منحرف، لزوم تحقیق و تیربینی در اخبار، برخورد با خبرهای نادرست و باطل، لزوم توجه به محتوای خبر و نه فقط خبرنگار، پرهیز از هیجان زدگی در شنیدن خبر، و جلوگیری از عداوت با بررسی جوانب خبر پرداخته می‌شود. (شهووندپور و سالارکیا، ۱۳۹۳: ص ۷۹)

منابع

- قرآن کریم
- پویا، علیرضا (۱۳۹۰) معیارهای خبر و اطلاع رسانی در قرآن کریم، مجموعه مقالات دومین همایش بین‌المللی دین و رسانه.
- پویا، علیرضا (۱۳۸۲) اهداف و کارکردهای خبر از دیدگاه قرآن، فصلنامه پژوهش های ارتباطی، پیاپی ۳۶.
- پورخلیلی، منصور (۱۳۹۸) خبر و انواع آن در قرآن، روزنامه کیهان.
- باب الحوائجی، فهیمه؛ حریری، نجلا و عبدالعلی فرضعلی زاده (۱۳۹۲) بررسی مفاهیم مرتبط با شیوه های اطلاع رسانی در قرآن، فصلنامه تحقیقات اطلاع رسانی و کتابخانه های عمومی دوره ۱۹، شماره ۳ (پیاپی ۷۴)
- خاتمی، حمیده سادات (۱۳۹۴) اخلاق خبر رسانی از دیدگاه آیات و روایات، فصلنامه علمی تخصصی فرهنگ پژوهش، ویژه علوم - شرف الدین، سید حسین (۱۳۹۰) اهداف اطلاع رسانی رسانه ای از دیدگاه قرآن کریم (با تأکید بر رسانه ملی)، بازتاب اندیشه، ش ۱۱۷
- شهوندپور، راضیه و حمیدرضا سالارکیا (۱۳۹۳) قرآن و سواد رسانه ای با تأکید بر خبر و خبرنگاری، نشریه کتاب و سنت، دانشگاه قرآن و حدیث، مرکز آموزش الکترونیکی، شماره ۵،

