



## قرآن و سواد رسانه‌ای با تأکید بر خبر و خبرنگاری

راضیه شهوندپور<sup>۱</sup>

حمیدرضا سالارکیا<sup>۲</sup>

### چکیده

وقتی از تخریب رسانه‌ای و جریان‌ات ناسالم خبری سخن به میان می‌آید، منظور تخریب بزرگی است که دامنه‌اش همه جامعه را در بر می‌گیرد. بنابراین، ما نیازمند ایجاد سواد رسانه‌ای بالا در جامعه هستیم، که مؤلفه‌های آن همان مؤلفه‌هایی نیست که در سواد رسانه‌ای غربی به آن پرداخته می‌شود. سؤال اصلی این است که: آیا قرآن کریم رهنمودهایی در خصوص سواد رسانه‌ای و وظایف مخاطبان خبر و خبرگزاری‌ها دارد؟ از منظر قرآن، سواد رسانه‌ای مخاطبان خبر و خبرگزاری‌ها، مقوله یا اقدامی بی‌هویت و خنثی نیست. سواد رسانه‌ای بر مبنای آموزه‌های قرآنی، کمک می‌کند تا قضاوت صحیح‌تری از اخبار پیرامون خود داشته باشیم.

قرآن در این زمینه بر مؤلفه‌هایی مانند: وظیفه مخاطب در مقابله با خبرگزاری‌ها و جریان‌ات ناسالم خبری، وظیفه مخاطب در مواجهه با محتوای خبر، و راه‌های مواجهه مخاطب با اخبار تأکید دارد؛ که در آن‌ها به مباحث شناسایی خبر نگاران فتنه‌انگیز در خبرگزاری‌ها، هوشیاری در برابر خبرسازان مهاجم و بدعت گذار و شایعه‌ساز، بی‌اعتنایی به خبرگزاری‌ها و خبر نگاران بی‌تعهد و وابسته به مکاتب منحرف، لزوم تحقیق و تیزبینی در اخبار، چگونگی برخورد با خبرهای نادرست و باطل، لزوم توجه به محتوای خبر و نه فقط خبر نگار، پرهیز از هیجان‌زدگی در شنیدن خبر، و بررسی جوانب خبر پرداخته می‌شود.

کلید واژه‌ها: سواد رسانه‌ای، رسانه، قرآن، خبر و خبرنگاری، سواد رسانه‌ای دینی

تاریخ پذیرش: ۹۴/۰۲/۲۳

\* تاریخ دریافت: ۹۳/۱۰/۳۰

۱. کارشناسی ارشد، علوم حدیث، تفسیر اتری، دانشگاه قرآن و حدیث (نویسنده مسئول) Email: shahvandri@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری علوم حدیث تطبیقی جامعه المصطفی العالمیه Email: hamid.salarkia@gmail.com



خبر و خبررسانی به دلیل گرایش‌های ذاتی انسان به برقراری ارتباط با محیط پیرامون خود، همواره جزء جدایی‌ناپذیر 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 خبرگزاری‌ها در دریافت و مواجهه با اخبار، اهمیت و ضرورت بیشتری پیدا می‌کند.

خبرگزاری‌ها علی‌رغم محدودیت‌هایی که در عرصه بازنمایی دارند، اما يك محیط الگوسازی و يك محیط تشویق‌کننده و در عین حال يك محیط کنترل‌کننده سبک زندگی هم هستند. ما درباره علوم ارتباطات و رسانه، هنجار غالبی به نام ارزش‌های خبری داریم. ارزش‌های خبری بر اساس تمایلات انسانی که لزوماً تمایلات عقلانی هم نیست، پایه‌گذاری شده است. اخبار و اطلاعاتی که از این رسانه‌ها به دست می‌آید، الزاماً ممکن است به صلاح اجتماع و یا عامه مردم نباشد و این واقعاً مبنای رسانه اسلامی نیست.

در الگوی رسانه اسلامی، همه سازوکارهای جاری و ساری در رسانه اسلامی باید بر اساس اهداف مورد نظر دین و با توجه به احکام و عقاید و اخلاق اسلامی باشد. برای نمونه، در تولید محتوا یا پیام‌های رسانه‌ای، باید به نیازهای کمالیه انسان و غایات دین با رعایت احکام و عقاید و اخلاق، توجه کرد و نه لزوماً مناسب ظاهری دینی را مد نظر قرار داد. همچنین نباید از بحث‌های مهمی همچون مالکیت رسانه، اقتصاد رسانه، نیروی انسانی سازمان رسانه، فرهنگ سازمانی حاکم بر سازمان رسانه و نحوه تعامل با مخاطبان رسانه غفلت کرد.

آیا پذیرفتن آنچه رسانه‌های خبری به مخاطبان منتقل می‌کنند، عاقلانه است؟ آیا مخاطبان نباید دقت و توجه بیشتری به محتوا و مآخذ خبرها داشته باشند؟ سواد رسانه‌ای توانایی استفاده، تحلیل و ارزیابی تصاویر، صداها و پیام‌هایی است که هر روز به دفعات با آن‌ها روبه‌رو می‌شویم و بخشی مهم از فرهنگ معاصر هستند. در مبحث «سواد رسانه‌ای»، از یک نوع درک متکی بر مهارت صحبت می‌شود، که بر اساس آن می‌توان انواع رسانه‌ها و انواع تولیدات آن‌ها را شناخت و از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد.

سواد رسانه‌ای به این کار می‌آید که بدانیم: همه اخبار که در این دنیای پرهیاهو و از میان رسانه‌های مختلف به ما می‌رسد، لزوماً قابل اتکا و اعتماد نیستند و نیاز به بررسی و مطالعه دقیق دارند؛ به‌خصوص



که آموزه‌های دینی نیز این را به ما تذکر می‌دهند که پیام‌هایی قابل اتکا و اعتماد هستند که از طریق کانال‌ها و جریان‌های ارتباطی مبتنی بر آموزه‌های وحیانی باشند.

تحصیل سواد رسانه‌ای، به همراه پیدایش نگاه و تفکر انتقادی در افراد است. بنابراین، فرد می‌آموزد که عمیق و دقیق به ذات برنامه‌ها و نوشته‌ها و شنیده‌ها بیندیشد و به نقد آن‌ها نیز پردازد و از طرفی به نوعی رویارویی پیچیده با خروجی رسانه‌ها نیز دست یابد.

سواد رسانه‌ای لزوماً مبتنی بر آن مؤلفه‌هایی نیست که در یونسکو یا ادبیات آکادمیک غرب تعریف شده است.<sup>۱</sup> از این رو ما باید سواد رسانه‌ای را با توجه به جهان‌بینی اسلامی و بر مبنای اسلامی ایجاد کنیم. برای دستیابی به دیدگاه اسلام در خصوص سواد رسانه‌ای و وظایف مخاطبان خبر؛ قرآن، اصیل‌ترین و مهم‌ترین منبع به شمار می‌رود. قرآن که منبع لایزال، کتابی عمیق و راهنمایی الهی برای انسان در تمامی دوران‌هاست، با کمال تأسف هنوز در بسیاری از موضوع‌ها و از جمله سواد رسانه‌ای، مانند گنجی سر به مهر باقی مانده و کمتر به مقتضای نیازهای جامعه مورد تدقیق و تحقیق واقع شده است. اکنون به پژوهش‌های پیشین که به نوعی با این موضوع مرتبط است، اشاره می‌کنیم.

— کتاب خبر و خبررسانی در قرآن کریم، نوشته علی‌رضا پویا (انتشارات دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۴). نکته مهمی که در این کتاب بدان پرداخته شده، دیدگاه قرآن درباره محتوای خبر و همچنین نحوه ارائه خبر است.

— مقاله «اعتبار منبع از دیدگاه معرفت‌شناختی» نوشته هادی صادقی (۱۳۷۵) که به بررسی اهمیت منبع خبر از دو وجه روان‌شناسی و معرفت‌شناختی نسبت به مخاطبان و همچنین جنبه‌های حقوقی و اخلاقی نسبت به پیام‌رسان پرداخته و آن‌گاه اهمیت موضوع را از این جنبه‌ها مورد واکاوی قرار داده است.

— مقاله «اخلاق خبررسانی در قرآن» نوشته محمود فتحعلی (۱۳۷۵) که پس از بیان مقدمه‌ای

۱. سازمان بین‌المللی یونسکو، به‌طور فعال از دهه ۱۹۶۰ به بعد، به پشتیبانی از آموزش رسانه‌ای همت گماشت و تلاش کرد در این زمینه برنامه‌های جهانی را اجرا کند. از نظر صاحب‌نظران یونسکو، آموزش رسانه‌ای به مثابه راهکاری مناسب، توان جبران نابرابری اطلاعاتی بین کشورهای شمال و جنوب را دارد؛ زیرا از یک سو، کشورهای شمال به تولید، کنترل و توزیع اطلاعات می‌پردازند و از سوی دیگر، کشورهای جنوب صرفاً دریافت‌کننده منفعل هستند. از نظر یونسکو، پیشرفت مهارت‌های فردی به منظور تفسیر و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای بین مخاطبان، تنها راهی است که می‌تواند قدرت استفاده‌کنندگان از رسانه‌ها را در کشورهای جنوب افزایش دهد و آنان را از وضعیت انفعال صرف خارج کند.



درباره اهمیت رسانه‌ها و موضوع خبر، قرآن کریم را مجموعه‌ای خبری دانسته که از لحاظ منبع، مورد اعتمادترین منابع است.

— پایان‌نامه سید محمد رضا پیرمردیان با عنوان «احکام خبر و خبررسانی در فقه امامیه» (۱۳۹۰) که به‌طور جامع و تطبیقی به بررسی عناوین مرتبط پرداخته است.

— یکی از مهم‌ترین منابعی که اختصاصاً در حوزه اطلاع‌رسانی اسلامی منتشر شده، مقاله علامه محمد حسین فضل‌الله با عنوان «ویژگی‌های عمومی اطلاع‌رسانی اسلامی» (ترجمه قرن، ۱۳۸۳) است.

— دکتر محمد علی العیوضی در کتاب «الاعلام الاسلامی الدولی بین النظریه و التطبيق» (۱۹۸۷ م.) مبانی نظری اطلاع‌رسانی اسلامی را بررسی کرده است. این کتاب شامل یک مقدمه، هشت باب و یک خاتمه است. نویسنده به‌ویژه در باب ششم تحت عنوان «بررسی تطبیقی اطلاع‌رسانی بین‌المللی اسلامی» با استفاده از آیات قرآن مباحثی را مطرح کرده است.

— مقاله «بایدها و نبایدهای اخلاقی در رسانه ملی» نوشته محمد فولادی (۱۳۹۰)، مهم‌ترین ارزش‌هایی را که باید رسانه ملی جمهوری اسلامی ایران بدان پای‌بند باشد، به تفصیل بررسی می‌کند.

— مقاله «ضرورت سواد رسانه‌ای» نوشته دکتر سید رضا صالحی امیری (مدیر گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی پژوهشکده تحقیقات استراتژیک) و سید مسعود رجبی (۱۳۸۷). به اعتقاد نویسندگان، یکی از پیامدهای تحلیل و درک صحیح پیام‌های رسانه‌ای، بالا رفتن سطح آگاهی است؛ چرا که یک شهروند فعال و باسواد می‌تواند در ایجاد تغییر اجتماعی مثبت فعالیت کند و عکس‌العمل خود را در برابر رسانه‌ها اعلام نماید و تنها بیننده صرف نباشد.

— مقاله «سانسور یا سواد رسانه‌ای» نوشته دکتر محمد سلطانی فر (۱۳۸۷) که بر آموزش رسانه‌ای به دانش‌آموزان در مدارس، به منظور ایجاد توانایی مواجهه خودانگیزخته در آن‌ها نسبت به محتوا و عملکرد رسانه‌ای تأکید می‌ورزد.

— مقاله «بررسی و تحلیل سطوح مختلف سواد رسانه‌ای» نوشته شهرد امیر انتخابی و سید مسعود رجبی (۱۳۸۷) که مفروض اصلی نوشتار را بر آن قرار داده است که سواد رسانه‌ای اختصاص به یک قشر خاص ندارد و می‌تواند همه افراد جامعه و تمامی سطوح را در برگیرد.

در هیچ یک از این کتاب‌ها و مقاله‌ها، به بررسی رهنمودهای قرآن و تفاسیر در خصوص سواد رسانه‌ای مخاطبان خبر و خبرگزاری‌ها پرداخته نشده است. بنابراین، یکی از مشکلات این تحقیق،

کمبود و یا نبود پژوهش‌های پیشین در این باره از منظر قرآن است.

امید است که این پژوهش گامی هر چند کوچک در مسیر این هدف، یعنی ارائه دیدگاه قرآن در خصوص سواد رسانه‌ای و وظایف مخاطبان خبر باشد.

## سواد رسانه‌ای

### تعریف سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای (Media literacy) یک نوع درک مبتنی بر مهارت است که می‌توان بر اساس آن، انواع رسانه‌ها را از یکدیگر تمیز داد و انواع تولیدات رسانه‌ای را از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد.<sup>۱</sup>

در اذهان بسیاری از افراد، واژه «سواد» با رسانه‌های چاپی بیشترین ارتباط را دارد؛ چنان‌که معادل توانایی خواندن است.<sup>۲</sup> «سواد خواندن»، «سواد بصری» و «سواد رایانه‌ای» معادل «سواد رسانه‌ای» نیستند؛ در مقابل، صرفاً اجزای سازنده‌اند. سواد رسانه‌ای شامل تمام این توانایی‌های ویژه و نیز چیزهای دیگر است.<sup>۳</sup>

در اینجا لازم است تعریفی از رسانه و مخاطب داشته باشیم. «رسانه» در مفهوم ارتباطی آن، عاملی است که می‌تواند پیامی را به مخاطب انتقال دهد. در بیشتر تعاریف ارائه‌شده از رسانه، بیشتر به نقش پیام‌رسانی آن توجه شده است. مارشال مک‌لوهان در تعریف رسانه می‌گوید: «رسانه همان پیام است.»<sup>۴</sup> همچنین در فرهنگ روزنامه‌نگاری، واژه رسانه به معنای مجموعه ابزارها و روش‌هایی تعریف شده است که برای ایجاد ارتباط با مخاطبان انبوه به کار می‌رود.<sup>۵</sup> در مفهوم ارتباطی «مخاطب»، مک کوئیل معتقد است:

مخاطب، دریافت‌کننده پیام است که می‌تواند فرد یا گروهی نامتجانس باشد.<sup>۶</sup>

پس به‌طور کلی، سواد رسانه‌ای «مجموعه‌ای از رویکردهاست که مخاطبان به‌طور فعال برای

۱. شکرخواه، یونس؛ «سواد رسانه‌ای یک مقاله عقیده‌ای»، فصلنامه رسانه، سال هفدهم، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۵؛ ص ۲۷.

۲. Adam & Hamm, 1989.

۳. پاتر، جیمز؛ «تعریف سواد رسانه‌ای»، ترجمه لیدا کاووسی، فصلنامه رسانه، سال هفدهم، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۵؛ ص ۱۶.

۴. معتمدنژاد، کاظم؛ وسایل ارتباطات جمعی، تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، ۱۳۷۴؛ ص ۱۴.

۵. همان.

۶. مک کوئیل، دنیس؛ درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجلالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۸۴؛ ص ۱۲.





مواجهه گزینشی با رسانه‌ها و تحلیل و ارزیابی نقادانه محتوای رسانه‌ای در بر می‌گیرند. تا معنای پیام را که با آن‌ها مواجه می‌شوند، تفسیر کنند.»

در اینجا برخی از اصطلاحات مرتبط با «سواد رسانه‌ای» را مختصری توضیح می‌دهیم. تفکر انتقادی: «فرایند نظام‌مند ذهنی مربوط به مفهوم‌آفرینی، کاربرد، تحلیل، ترکیب، و ارزیابی فعالانه و ماهرانه اطلاعات جمع‌آوری شده یا تولید شده از طریق مشاهده، تجربه، تأمل، استدلال، یا ارتباطات، به عنوان راهنمایی برای باور و عمل.» آموزش سواد رسانه‌ای: «آموزش شناخت اطلاعاتی و انتقادی از رسانه، تکنیک‌ها، و تأثیرات آن بر مخاطبان رسانه.»<sup>۱</sup>

آموزش رسانه‌ای: آشنا سازی شخص با رسانه‌هاست.<sup>۲</sup> حال آن‌که در سواد رسانه‌ای، درک ماهیت و کارکردهای رسانه‌ها و ژانرهای رسانه‌ای طرف توجه قرار می‌گیرد.<sup>۳</sup> سواد رسانه‌ای، یک مفهوم قدیمی است که اولین بار مارشال مک‌لوهان در سال ۱۹۶۵ میلادی آن را در کتاب خود تحت عنوان «درک رسانه: توسعه ابعاد وجودی انسان»<sup>۴</sup> به کار برد. مک‌لوهان معتقد بود: زمانی که دهکده جهانی تحقق یابد، لازم است انسان‌ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای دست یابند.<sup>۵</sup>

### هدف سواد رسانه‌ای

هدف سواد رسانه‌ای، توانایی بخشیدن به مخاطبان برای دفاع در مقابل رسانه‌ها و دادن قدرت کنترل برنامه‌های رسانه به افراد است. وقتی از اصطلاح «برنامه‌سازی» به این مفهوم استفاده می‌کنیم، منظور برنامه‌های تلویزیونی یا پیام‌های رسانه‌ای نیست، بلکه اعمال کنترل بر روش برنامه‌ریزی ذهن خود مخاطب است. پس، هدف سواد رسانه‌ای این است که به مردم نشان دهد چگونه کنترل را از رسانه‌ها

۱. Quin & MC MOHAM, ۲۰۰۱, P. ۳۱۱.

۲. معتمدنژاد، کاظم؛ پیشین: ۱۳۸۳.

۳. بصیریان جهرمی، حسین و رضا؛ «درآمدی به سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی»، فصلنامه رسانه، سال هفدهم، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۵؛ ص ۳۵.

۴. Understanding Media: The Extensions of Man.

۵. صدیق بنای، هلن؛ «زندگی ما در گرو رسانه»، ۱۳۸۵ ش.

http://www.hamshahrionline.ir/news/?id=۷۹۰۹



به خود معطوف کنند. اولین گام در تغییر کنترل از رسانه به شخص، این است که افراد دریاوند چگونه رسانه‌ها آنان را برنامه‌ریزی می‌کنند.<sup>۱</sup>

از لحاظ نظری نیز افراد دارای سواد رسانه‌ای، در برابر اطلاعات رسانه‌ای، آسیب‌پذیری کمتری دارند، زیرا پیام‌هایی را که به منظور تأثیرگذاری بر آنها طراحی و ارسال شده است، در سطوح مختلف مورد شناسایی قرار می‌دهند.

اعتقاد برخی، هدف اصلی سواد رسانه‌ای می‌تواند این باشد که بر اساس آن بتوان محصول نهایی يك رسانه را از این جنبه شناخت که آیا بین محتوای يك رسانه به مثابه يك محصول نهایی، با عدالت اجتماعی رابطه‌ای وجود دارد یا خیر.<sup>۲</sup>

### ضرورت فراگیری سواد رسانه‌ای

فهم و درک انسان‌ها از اتفاقات و رویدادهای اطراف خود، روز به روز اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. افراد متفاوت ممکن است از يك اتفاق واحد، برداشت و نگرش ثابتی نداشته باشند، زیرا سطح تجربیات افراد، مختلف است و رسانه نیز عوامل را از دیدگاه‌های گوناگون بررسی می‌کند.

برای آن‌که مخاطبان اختیار و کنترل خود را به دست رسانه‌ها نسپارند، باید از سطح دانش و فهمیدن به سطوح بالاتر حرکت کنند و به تولید علم بپردازند و در واقع یادگیری معنادار داشته باشند؛ یعنی بتوانند روابط حاکم میان اجزا و عناصر را درک نمایند و عمیق دانستن را بیاموزند و از تفکر سطحی اجتناب کنند، زیرا محصول یادگیری مهم نیست، بلکه فرایند یادگیری که همان قدرت استدلال، تجزیه و تحلیل، ارزشیابی، خلاقیت و پویایی است، مهم است.

### ابعاد سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای، فرایندی چند بعدی است که توانایی هر شخص می‌تواند در طول هر يك از آن‌ها قرار گیرد. ابعاد چهارگانه سواد رسانه‌ای - یعنی ابعاد ادراکی، حسی، زیبایی‌شناسی و اخلاقی - کاملاً به هم وابسته و پیوسته‌اند.<sup>۳</sup>

۱. پاتر، جیمز؛ پیشین؛ ص ۲۱.

۲. شکرخواه، یونس؛ پیشین؛ ص ۲۷.

۳. بران، صدیقه؛ «سواد رسانه‌ای در برخورد با خشونت رسانه‌ای»، روزنامه ایران، شماره ۲۶۰۹، ۲۳ مهر ۱۳۸۲؛ ص ۱۱.



## مراحل کسب سواد رسانه‌ای (سطوح سواد رسانه‌ای)

تومن (۱۹۹۶) برای کسب «سواد رسانه‌ای» به چهار مرحله اساسی اشاره کرده است:

۱. داشتن آگاهی کامل در خصوص استفاده از رسانه‌ها و به عبارت دیگر، ارتقای آگاهی نسبت به رژیم مصرف رسانه‌ای یا تعیین میزان و نحوه مصرف غذای رسانه‌ای از منابع رسانه‌ای گوناگون؛<sup>۱</sup>
  ۲. برخورد منتقدانه با محتوای رسانه؛
  ۳. تحلیل زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی محیط رسانه که در نگاه اول قابل مشاهده نیست؛
  ۴. جانبداری از رسانه و استفاده از آن برای تغییرات اجتماعی.<sup>۲</sup>
- در واقع، سواد رسانه‌ای امروزی‌تر، به دنبال مقابله با کارکردهای رسانه‌های بزرگ غالب است، که هدف آن‌ها تأمین هژمونی فرهنگی، تعمیم فلسفه سیاسی و حفظ قدرتهایی است که خود این رسانه‌ها محصول آن‌ها هستند.<sup>۳</sup>

## اصول سواد رسانه‌ای

لن مسترمن ۱۸ اصل را برای سواد رسانه‌ای بر می‌شمارد که در واقع نسبت‌های میان رسانه و واقعیت عینی را نشان می‌دهد. در ادامه، هشت مورد مهم‌تر از این اصول و مفاهیم کلیدی توضیح داده می‌شود.

۱. همه رسانه‌ها «ساخت» هستند: رسانه‌ها بازتاب صرف واقعیت خارجی نیستند؛ بلکه سازهایی به دقت طراحی شده را ارائه می‌دهند که بازتاب بسیاری از تصمیم‌هاست و از متغیرهای تعیین‌کننده‌ای تأثیر می‌پذیرد. کار سواد رسانه‌ای، ساختار شکنی این ساخت‌ها و سازه‌هاست. سواد رسانه‌ای، این ساخت‌ها را تجزیه می‌کند تا چگونگی شکل گرفتن آن‌ها را به تصویر بکشد.

۲. رسانه‌ها به واقعیت ساخت می‌دهند: اکثر برداشت‌های ما از واقعیت مبتنی بر پیام رسانه‌ای است که خود به صورت پیش ساخته، موضع‌دار و دارای تعابیر و نتایج برای ما ارسال می‌شوند. به عبارت بهتر، رسانه‌ها تا حدود زیادی به درک ما از واقعیت شکل می‌دهند.

۱. شکرخواه، یونس؛ «نیاز مخاطبان به سواد رسانه‌ای»، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۲۹، سال هشتم، ۱۳۸۰ش؛ ص ۸۰.

۲. رضایی بایندر، محمدرضا؛ «بررسی نقش رسانه‌ها در آموزش مهارت‌های شهروندی و رفتارهای مدنی»، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۳۳، سال دهم، ۱۳۸۲ش؛ ص ۱۳۹.

۳. شکرخواه، یونس؛ «سواد رسانه‌ای يك مقاله عقیده‌ای»؛ پیشین؛ ص ۳۰.





۳. مخاطبان با معانی رسانه‌ای مذاکره می‌کنند: رسانه‌ها بخش عمده‌ای از مواد اولیه را که ما با آن‌ها به ساختن تصویری از واقعیات می‌پردازیم، در اختیارمان می‌گذارند و از سوی دیگر، همه ما نیز بر اساس عوامل فردی به مذاکره با این معانی ارسالی رسانه‌ای می‌پردازیم.

۴. رسانه‌ها ملاحظات تجاری دارند: سواد رسانه‌ای بر آن است تا این موضوع را روشن سازد که رسانه‌ها به نحوی تحت تأثیر ملاحظات تجاری قرار می‌گیرند و همین ملاحظات است که بر محتوا، روش‌ها و نحوه توزیع آن‌ها تأثیر می‌گذارد.

۵. پیام‌های رسانه‌ای متضمن ارزش و ایدئولوژی است: همه پیام‌های رسانه‌ای به نحوی پیام‌های بازرگانی هستند؛ زیرا نوعی ارزش یا شیوه زندگی را تبلیغ می‌کنند.

۶. رسانه‌ها ملاحظات اجتماعی و سیاسی دارند: رسانه‌ها تأثیرات وسیعی بر سیاست و شکل‌دهی به تحولات اجتماعی دارند.

۷. شکل و محتوا در رسانه‌ها رابطه نزدیک دارند: هر رسانه‌ای گرامر خاص خودش را دارد و واقعیت را به شیوه خود رمزگذاری می‌کند. رسانه‌های گوناگون یک رویداد مشترک را با برداشت‌ها و پیام‌های متفاوت ارائه می‌دهند.

۸. هر رسانه‌ای فرم زیباشناختی خاص خود را دارد: بایستی تأثیرات و اشکال جذاب ارائه‌شده را در بین رسانه‌های مختلف تشخیص دهیم.<sup>۱</sup>

شناخت و درک انتقادی از ساختار، محتوا و آثار رسانه‌ها، در گرو داشتن چشم‌اندازها و رویکردهای انتقادی است، تا مخاطبان بتوانند اهداف و اغراض مادی و ایدئولوژیکی پنهان در پشت فعالیت‌های رسانه‌ها را درک و محتوای رسانه‌ای چون اخبار، برنامه‌های سرگرم‌کننده و تبلیغات را نقد کنند و از اثرات منفی رسانه‌ها در امان بمانند. توانمندی‌های فوق در گرو آموزش سواد رسانه‌ای به مخاطبان در جامعه و توجه بیشتر به این مقوله در زندگی روزمره و نیز برنامه‌ریزی‌ها و محتوای درسی تمام دوره‌های تحصیلی است.

### لزوم بررسی سواد رسانه‌ای با مبانی قرآنی

وقتی از تخریب رسانه‌ای سخن می‌گوییم، صحبت از تخریب بزرگی است که دامنه‌اش همه جامعه را فرا

۱. مسترمن، لن؛ «آموزش رسانه‌ای و ۱۸ اصل حاکم بر آن»، ترجمه یونس شکرخواه، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۳۳، سال دهم، ۱۳۸۲ش؛ ص ۲۰۰.



می‌گیرد. ما نیازمند ایجاد يك سواد رسانه‌ای بالا در جامعه هستیم. البته این سواد، مؤلفه‌هایش همان مؤلفه‌هایی نیست که در سواد رسانه‌ای غربی ذکر شده است. این سواد لزوماً مبتنی بر آن اصولی نیست که در یونسکو یا ادبیات آکادمیک غرب تعریف شده، بلکه ما باید سواد رسانه‌ای مبتنی بر جهان‌بینی و اندیشه اسلامی را تعریف و ایجاد کنیم؛ اصول و مبانی‌ای که مبتنی بر قاعده‌های هدایت، سلامت و امنیت اسلامی باشد.

برای دستیابی به دیدگاه اسلام در خصوص اهداف و کارکردهای سواد رسانه‌ای، قرآن، اصیل‌ترین و مهم‌ترین منبع به شمار می‌رود. قرآن که کتاب فوق‌بصری است و از نظر مسلمانان آنچه در اختیار ماست، همان کتابی است که بر پیامبر ﷺ نازل شده است. از يك سو کار تحقیق را آسان می‌نماید، زیرا در مطالعه آیات قرآن، بررسی سند برای کشف صحت و سقم منبع ضروری نیست و در سندیت و دست اول بودن آن کمترین شبهه‌ای وجود ندارد و از سوی دیگر با دشواری‌هایی همراه است، چون مطالعه قرآن تابع برخی شیوه‌های رایج در روش‌شناسی علوم جدید نیست و با روش خاص خود که نوعی تحلیل کیفی متن است، انجام می‌شود، که در نوع خود کاری بس دقیق و دشوار است.<sup>۱</sup>

قرآن، چراغ هدایت و راهنمای الهی برای انسان در طول تاریخ بوده و متأسفانه در بسیاری از موضوع‌ها مانند گنجی سر به مهر باقی مانده و کمتر به مقتضای نیازهای جامعه مورد تدقیق و تحقیق قرار گرفته است.

علامه طباطبایی، مفسر بزرگ قرآن، در رابطه با پاسخگویی قرآن به نیازهای بشر از زمان نزول تاکنون و آینده، در تبیین شأن نزول بخشی از آیات قرآن آورده است:

این خود از مشخصات آیات قرآنی است که هرچند درباره شأن نزول معینی نازل شده باشد و سبب خاصی از حوادث واقعه، زمینه نزول آن آیات باشد، معذک آن سبب خاص به عنوان مصداقی از مصادیق بسیار تلقی شده که بعدها نیز تحقق می‌یابد و این بدان جهت است که قرآن کریم درباره عصر نزولش و مردم آن عصر نازل نشده؛ کتابی است جهانی و دائمی؛ مقید به زمان و مکان خاصی نیست و به قوم یا حادثه خاصی اختصاص ندارد؛ همچنان که در آن آمده.<sup>۲</sup>

در این مقاله سعی بر این است که به ارائه دیدگاه قرآن و تفاسیر در خصوص سواد رسانه‌ای مخاطبان

۱. پویا، علیرضا؛ خبر و خبررسانی در قرآن کریم، تهران: انتشارات دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۴ش؛ ص ۱۱۲.

۲. طباطبایی، محمدحسین؛ ترجمه تفسیر المیزان، ترجمه محمد باقر موسوی همدانی، قم: بی‌جا، ۱۳۸۶ش؛ ج ۵، ص ۵۵۵.

خبر و بیان اصول و مبانی قرآنی در این زمینه به صورت اجمالی پرداخته شود.

## دیدگاه قرآن و تفاسیر در خصوص سواد رسانه‌ای و وظایف مخاطبان خبر

### ۱. وظیفه مخاطب در مقابله با خبرگزاری‌ها و جریان‌ات ناسالم خبری

ارزش‌های خبری حاکم بر خبرگزاری‌ها بر اساس تمایلات انسانی که لزوماً تمایلات عقلانی هم نمی‌باشد، پایه‌گذاری شده است. منظور از تخریب خبری و جریان‌ات ناسالم خبری امواج، اخبار و اطلاعاتی است که در جامعه به راه افتاده و مخرب و مضر برای اسلام و جامعه اسلامی است؛ مانند: شایعه، تهمت و رواج افترا نسبت به اشخاص یا نهادها، اخباری که موجب ارباب جامعه اسلامی یا به خطر افتادن امنیت شهروندان می‌شود و مواردی از این قبیل، در زمره مصادیق جریان‌ات ناسالم خبری قرار می‌گیرد.

ابن خلدون در مقدمه تاریخ خود درباره طوفان‌های خبری ناسالم که یکبار به راه می‌افتد، می‌نویسد:

عواملی سبب به راه افتادن اخبار ناسالم و ناصحیح در میان جامعه است. از جمله این عوامل: گردش‌ها و دلبستگی‌ها به آرا و عقاید می‌باشد... اعتماد بی‌جا به ناقلان اخبار... غفلت مردم و فریبکاری ناقلان و خبرگزاری‌ها را نیز نباید نادیده گرفت؛ چنان که طمع دستیابی به قدرت و ثروت هم از عوامل این جریان‌ات خبری است.<sup>۱</sup>

مقابله با این جریان‌ات به دو صورت امکان‌پذیر است:

روش نخست، که در آن با تزریق و ارائه اخبار دقیق و درست، مانع از رواج امواج مذکور و تأثیرپذیری جامعه خواهد شد، در زمره رسالت‌های نهادهای خبری و خبرگزاری‌ها محسوب می‌شود؛

روش دیگر، که در میان مخاطبان عام و توده جامعه تأثیر و کاربرد بیشتری دارد، مبادرت به عرضه اطلاعات و آگاهی‌هایی در باب پایگاه منتقدان و مخالفان، و بیان نقاط ضعف عملکرد و اقدامات ایشان می‌باشد و سعی در مخدوش ساختن چهره کسانی می‌شود که به مقابله اطلاعاتی و تبلیغاتی با نظام اسلامی پرداخته‌اند. برای مثال، وابستگی این افراد یا گروه‌ها به سیاست‌های ضداسلامی و بیگانه و...<sup>۲</sup>

۱. ابن خلدون، عبدالرحمن بن محمد؛ مقدمه التاریخ، قاهره: دار احیاء التراث العربی، ۱۹۶۱م؛ ص ۳۵.

۲. فخار طوسی، جواد؛ پژوهشی فقهی در خبر و خبرگزاری، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۵ش؛ ص ۱۲۰.





بنابراین، مخاطبان خبرگزاری‌ها نباید به منابع دروغ‌پرداز و فاسق مراجعه کنند و ضروری است که در جهت شناسایی خبرگزاری‌های فتنه‌انگیز، دقیق و هوشیار باشند و با بی‌اعتنایی در برابر این‌گونه خبرگزاری‌ها، در این راه گام بردارند. اکنون در سه بخش به بررسی رهنمودهای قرآن دربارهٔ وظیفهٔ مخاطب در مقابله با خبرگزاری‌ها و جریان‌ات ناسالم خبری می‌پردازیم.

### الف. شناسایی خبرنگاران فتنه‌انگیز در خبرگزاری‌ها

در آیات بسیاری از قرآن، شناسایی و تحقیق و اطلاع‌رسانی در مورد خبرگزاری‌ها و خبرنگاران فتنه‌انگیز تجویز شده است و آن‌ها مصداق فاسق معرفی شده‌اند.

در سورهٔ حجرات آمده است:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾<sup>۱</sup>؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید، اگر فاسقی برای شما خبری آورد، فوری تحقیق کنید، مبادا (به سبب زودباوری و شتابزدگی تصمیم بگیرید و) ناآگاهانه به قومی آسیب رسانید، سپس از کرده خود پشیمان شوید.

در این آیه، دستور به تحقیق و بررسی در منبع خبر آمده است. چون خبر و خبرنگار با زندگی اجتماعی مردم ارتباط دارند، در اینجا اگر به خاطر حفظ احترام و آبروی افراد تحقیق و بررسی نکنیم، ممکن است جامعهٔ اسلامی در معرض فتنه و آشوب قرار گیرد.<sup>۲</sup> در اسلام، اصل را در زندگی اعتماد به مردم می‌داند، اما حساب کسی که فسق او بر همه روشن شده، از افراد عادی جداست.<sup>۳</sup>

علامه طباطبایی در ذیل آیهٔ فوق، در تفسیر خود می‌نویسد:

اساس زندگی اجتماعی بشر به این است که وقتی خبری را می‌شنوند، به آن عمل کنند؛ چیزی که هست در خصوص خبر اشخاص فاسق دستور فرموده تحقیق کنید و این در حقیقت نهی از عمل به خبر فاسق است... و از بی‌اعتباری و عدم حجیت خبر فاسق پرده برمی‌دارد، ... عقلا هم رفتارشان همین است که خبر اشخاص بی‌بندوبار را حجت نمی‌دانند و به خبر کسی عمل می‌کنند که به وی

۱. حجرات، ۶.

۲. قرآنی، محسن؛ تفسیر نور، تهران: مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن، ۱۳۸۳ش؛ ج ۹، ص ۱۶۷.

۳. همان، ص ۱۷۱.

و ثوق داشته باشند.<sup>۱</sup>

تکیه بر اخبار غیر موثق بسیار خطرناک و موجب از هم پاشیدگی نظام جامعه‌ها است؛ مصائب فراوانی به بار می‌آورد، حیثیت و حقوق اشخاص را به خطر می‌اندازد و انسان را به بیراهه و انحراف می‌کشاند و به تعبیر جالب قرآن در آیه، مایهٔ ندامت و پشیمانی خواهد بود.<sup>۲</sup>

بر طبق «امنوا ان جاءکم فاسق»، زمینهٔ حوادث دو چیز است: تلاش فاسق و زودباوری مؤمن. تلاش فاسق در «جاءکم» نمایان می‌شود که گرچه ما به سراغ خبر گرفتن از فاسق نرویم، ولی آن‌ها در پی آنند که به سراغ ما بیایند و اخبار نادرستی را بازگو نمایند. حرف «فاء» در «فتیینوا» نشانهٔ اقدام سریع است. پس تحقیق و بررسی را به تأخیر نیندازید.<sup>۳</sup>

بنابراین، بایستی با تحقیق و بررسی، فاسقان را متنبه کنیم و نگذاریم میدان‌دار جامعهٔ اسلامی باشند و عرصه را بر آنان تنگ نماییم. اقدام به یک گزارش بررسی‌نشده، می‌تواند قومی را به نابودی کشاند. هدف خبرگزاری‌های فاسق، ایجاد فتنه و به هم زدن امنیت نظام است و فلسفهٔ شناسایی و تحقیق کردن در این آیه، دوری از ایجاد فتنه در جامعه است.<sup>۴</sup>

کسانی که آشکارا و بدون پرده‌پوشی قوانین جامعهٔ اسلامی را نقض و قوانین آن را به تمسخر می‌گیرند، در فقه اسلامی «متجاهر به فسق» نامیده می‌شوند.<sup>۵</sup>

روایت هارون بن جهم از امام صادق (علیه السلام):

إذا جاهر الفاسق بفسقه فلا حرمة له ولا غیبه؛<sup>۶</sup> اگر فاسق فسق خود را آشکار کند، احترامی ندارد و بیان و اعلام گناه او نیز ممنوع نخواهد بود.

در جایی دیگر قرآن برای کسانی که با پخش اخبار دروغ، در جامعه دغدغه و فتنه ایجاد می‌کنند، کیفی سخت معین فرموده است:

﴿لَئِن لَّمْ يَنْتَهِ الْمُنَافِقُونَ وَالَّذِينَ فِي قُلُوبِهِم مَّرَضٌ وَالْمُرْجِفُونَ فِي الْمَدِينَةِ لَنُغْرِبَنَّكَ بِهِمْ ثُمَّ

۱. طباطبایی، محمد حسین؛ پیشین؛ ج ۱۸، ص ۴۶۴.

۲. مکارم شیرازی، ناصر؛ تفسیر نمونه، تهران: دار الکتب الاسلامیه، ۱۳۸۰ ش؛ ج ۲۲، ص ۱۵۷.

۳. قرآنی، محسن؛ پیشین؛ ج ۹، ص ۱۷۱.

۴. همان.

۵. فخار طوسی، جواد؛ پیشین؛ ص ۱۰۳.

۶. حر عاملی، محمد بن حسن، وسائل الشیعه، بیروت: دار احیاء التراث العربی، ۱۴۰۳ ق؛ ج ۸، ص ۶۰۶.





لَا يَجَاوِرُونَكَ فِيهَا إِلَّا قَلِيلًا<sup>۱</sup>؛ اگر منافقان و بیمار دلان و گل آلود کنندگان جو مدینه، دست برندارند، تو را علیه آنان مأمور می‌کنیم، تا دیگر جز مدتی کوتاه در مجاورت نمانند.

«إرجاف» به معنای اشاعه باطل، و در سایه آن استفاده‌های نامشروع بردن و یا حداقل مردم را دچار اضطراب کردن است و «إغراء» به معنای تحریک کردن کسی است به انجام عملی. اگر منافقین و بیمار دلان دست از فسادانگیزی برندارند، و کسانی که اخبار و شایعات دروغی در بین مردم انتشار می‌دهند، تا از آب گل آلود اغراض شیطانی خود را به دست آورند، و یا حداقل در بین مسلمانان دلهره و اضطراب پدید آورند، تو را مأمور می‌کنم تا علیه ایشان قیام کنی، بلکه از شهر بیرونشان کنی و جز مدتی کم مهلتشان ندهی و منظور از این مدت کم، فاصله بین مأمور شدن و مأموریت را انجام دادن است.<sup>۲</sup>

در سوره توبه می‌خوانیم:

﴿وَلَا تُصَلِّ عَلَىٰ أَحَدٍ مِّنْهُمْ مَاتَ أَبَدًا وَلَا تَقُمْ عَلَىٰ قَبْرِهِ إِنَّهُمْ كَفَرُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَمَّا أَوْهُمْ فَأَسْئُرُونَ﴾<sup>۳</sup>؛ بر هیچ يك از آن‌ها که بمیرد، نواز نخوان، و بر کنار قبرش (برای دعا و طلب آمرزش) نایست؛ چرا که آن‌ها به خدا و رسولش کافر شدند، و در حالی که فاسق بودند، از دنیارفتند.

در حقیقت، این يك نوع مبارزه منفی، و در عین حال مؤثر در برابر گروه منافقان است، زیرا پیامبر ﷺ نمی‌توانست رسماً دستور قتل آن‌ها و پاکسازی محیط جامعه اسلامی را از این طریق صادر کند، ولی مبارزات منفی به حد کافی در بی‌اعتبار ساختن آنان، و انزوا و طردشان از جامعه اسلامی اثر می‌گذاشت.<sup>۴</sup>

پس مخاطب باید با توطئه‌گرانی که با جنگ سرد و شایعه‌سازی در جامعه ایجاد دلهره می‌کنند، برخورد و مقابله کند. با آن‌که تندترین تهدیدها در این آیه آمده و جامعه اسلامی همواره بزرگ‌ترین ضربه‌ها را از شایعه‌سازان خورده، اما متأسفانه در کتب فقهی کمتر به این موضوع توجه شده است.

### ب. هوشیاری در برابر خبرسازان مهاجم، بدعت‌گذار و شایعه‌ساز

جامعه اسلامی در معرض هرگونه تهاجم خبری است و مردم باید هوشیار و اهل تحقیق و بررسی باشند و

۱. احزاب، ۶۰.

۲. طباطبایی، محمد حسین؛ پیشین؛ ج ۱۶، ص ۵۱۰.

۳. توبه، ۸۴.

۴. مکارم شیرازی، ناصر؛ پیشین؛ ج ۸، ص ۶۸.



هوشیاری ملت اسلامی، درمان مفساد و ناهنجاری‌های اجتماعی است؛ همان‌طور که در سورهٔ حجرات می‌خوانیم: ﴿ان جاءکم... فتبینوا﴾.

در سورهٔ نور می‌خوانیم:

﴿إِنَّ الَّذِينَ يَحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾<sup>۱</sup>؛ کسانی که دوست دارند زشتی‌ها در میان مردم باایمان شیوع یابد، عذاب دردناکی برای آن‌ها در دنیا و آخرت است، و خداوند می‌داند و شما نمی‌دانید.

در این آیات، سخن از "داستان افک" و عواقب شوم و دردناک شایعه و اتهام نسبت به افراد پاک است؛ چراکه این مسأله به قدری مهم است که قرآن لازم می‌بیند چند بار از طرق گوناگون و مؤثر این مسأله را تحلیل کند، و چنان محکم‌کاری نماید که در آینده چنین صحنه‌ای در جامعهٔ مسلمین تکرار نشود.<sup>۲</sup>

در آیات قرآن و روایات اسلامی روی این مسأله زیاد تأکید شده و مسلمانان به شدت از گفتن چیزهایی که نمی‌دانند، ممنوع شده‌اند و اگر درست در وضع جوامع انسانی و بدبختی‌هایی که دامن آن‌ها را می‌گیرد، دقت کنیم، خواهیم دید که قسمت مهمی از این بدبختی‌ها از شایعه‌سازی و سخن گفتن بدون اطلاع و گواهی به ناحق و اظهار نظرهای بی‌مدرك سرچشمه می‌گیرد.<sup>۳</sup>

در سورهٔ اعراف آمده است:

﴿وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾<sup>۴</sup> و به خدا مطلبی نسبت دهید که نمی‌دانید.

در سورهٔ کهف نیز آمده است:

﴿مَا لَهُمْ بِهِ مِنْ عِلْمٍ وَلَا لِابَائِهِمْ كَبُرَتْ كَلِمَةً تَخْرُجُ مِنْ أَفْوَاهِهِمْ إِنْ يَقُولُونَ إِلَّا كَذِبًا﴾<sup>۵</sup>؛ نه آن‌ها (هرگز) به این سخن یقین دارند و نه پدرانشان، سخن بزرگی از دهانشان خارج می‌شود؛ آن‌ها مسلماً دروغ می‌گویند.

بررسی اعتقادات انحرافی نشان می‌دهد که غالب آن‌ها از ادعاهای بی‌دلیل سرچشمه گرفته که گاهی به صورت يك شعار کاذب از ناحیهٔ کسی ابراز می‌شد و دیگران دنبال آن را می‌گرفتند، و یا به صورت

۱. نور، ۱۹.

۲. مکارم شیرازی، ناصر؛ پیشین؛ ج ۱۴، ص ۴۰۲.

۳. همان، ج ۶، ص ۱۵۷.

۴. اعراف، ۳۳.

۵. کهف، ۵.



سنت نیاکان از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یافت. قرآن ضمناً به ما می‌آموزد که در همه حال از ادعاهای بی‌دلیل جداً بپرهیزیم؛ از هر کس و مربوط به هر کس باشد.<sup>۱</sup>

پخش شایعات از حربه‌ها و روش‌های خبرگزاری‌های منافق است. برای خنثی‌سازی شایعات، مردم باید به اهل استنباط و آگاهان مراجعه کنند.

در سوره نساء آمده است:

﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدْعَاؤُهُ بِهٖ وَكَوَرَدُوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أَوْلَى الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلَّهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْ لَا فَضَّلَ اللَّهُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتَهُ لَا تَبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا﴾<sup>۲</sup>

هنگامی که خبری (و شایعه‌ای) از ایمنی یا ترس (پیروزی یا شکست) به آنان (منافقان) برسد، آن را فاش و پخش می‌کنند؛ در حالی که اگر آن را (پیش از نشر) به پیامبر و اولیای امور خود ارجاع دهند، قطعاً آنان که اهل درک و فهم و استنباط هستند، حقیقت آن را در می‌یابند و اگر فضل و رحمت خداوند بر شما نبود، به جز اندکی، پیروی از شیطان می‌کردند.

بر طبق همین آیه، بیشتر مردم فریب شایعات را می‌خورند: «اتبعتم الشیطان الا قلیلاً».

مسئله شایعه‌سازی و نشر شایعات که بر اثر آن، مقدار قابل توجهی از نیرو و فکر و وقت مردم مشغول می‌شود و اضطراب و نگرانی در مردم ایجاد می‌کند، باعث می‌گردد که اعتقاد عمومی متزلزل و افراد جامعه در انجام کارهای خود سست و مردود شوند. به همین دلیل، قرآن صریحاً با این مسئله مبارزه نموده و راه آن را مراجعه به افراد اهل استنباط ذکر کرده است.

«یستنبطونه» در اصل از ماده «نبط» و به معنی نخستین آبی است که از چاه می‌کشند.<sup>۳</sup> به همین جهت، استفاده از هر حقیقتی از دلایل و شواهد مختلف و استخراج کردن آن از مدارک موجود، «استنباط» نامیده می‌شود.<sup>۴</sup>

طبرسی در تفسیر ﴿لعلمه الذین یستنبطونه﴾ چند قول را بیان می‌کند:

زجاج می‌گوید:

یعنی آنان که در پی استخراج خبر هستند، می‌فهمند. ابن عباس و ابوالعالیه

۱. مکارم شیرازی، ناصر؛ پیشین؛ ج ۱۲، ص ۳۴۵.

۲. نساء، ۸۳.

۳. ابن منظور، جمال‌الدین بن مکرّم؛ لسان‌العرب، قم: نشر ادب الحوزة، ۱۴۰۵ق؛ ج ۷، ص ۴۱۰.

۴. مکارم شیرازی، ناصر؛ پیشین؛ ج ۴، ص ۳۱.





گویند: یعنی آنان که در تجسس آن هستند. ضحاک گوید: یعنی آن‌ها که در جستجوی خبر هستند. و عکرمه گوید: یعنی آنان که از اخبار سؤال می‌کنند. بدیهی است که همه این معانی به یکدیگر نزدیک هستند.<sup>۱</sup>

این آیه يك قانون کلی برای تمام قرون و اعصار، در برابر شایعاتی که خبرگزاری‌های دشمن یا دوستان نادان در میان مسلمانان پخش می‌کنند، بیان می‌دارد.

«بدعت» معنای وسیعی دارد که محدوده آن را از مباحث نظری فراتر برده، به اقدامات عملی نیز توسعه می‌دهد. بنابراین، هر اقدامی که در جهت تخریب پایه‌های دین و اعتقاد و با رنگ و لعاب دیانت صورت گیرد، بدعت شمرده می‌شود؛ در نتیجه شناسایی و برملا ساختن قصد و انگیزه مرتکبین یا ارتباطات پیدا و پنهان ایشان لازم است.<sup>۲</sup>

در سوره بقره می‌خوانیم:

﴿فَوَيْلٌ لِلَّذِينَ يَكْتُمُونَ الْكِتَابَ بِأَيْدِيهِمْ ثُمَّ يَقُولُونَ هَذَا مِنْ عِنْدِ اللَّهِ لِيُشْرُوا بِهِ تَمَنَّا قَلِيلًا فَوَيْلٌ لَهُمْ مِمَّا كَتَبَتْ أَيْدِيهِمْ وَوَيْلٌ لَهُمْ مِمَّا يَكْسِبُونَ﴾<sup>۳</sup> پس وای بر کسانی که مطالبی را با دست خود می‌نویسند، سپس می‌گویند: این از طرف خداست، تا به وسیله آن‌ها بی‌اندکی بستانند، پس وای بر آن‌ها از آنچه (از این راه) به دست می‌آورند!

مردم به صورت فطری علاقه‌مند به مذهب هستند، لذا بسیاری از شیادان، سخنان خود را به نام دین و مذهب به مردم تحویل می‌دهند: «يقولون هذا من عند الله». <sup>۴</sup> پس بدعت و دین‌سازی و دین‌فروشی و به استعمار کشیدن مردم، از جمله خطراتی است که از ناحیه اندیشمندان فاسد و خبرگزاری‌های بدعت‌گذار، جامعه را تهدید می‌کند.

در روایتی از داوود بن سرحان به نقل از امام صادق علیه السلام می‌خوانیم:

قال رسول الله ﷺ: إذا رأيتم أهل الریب و البدع من بعدی فاطهروا البرائة منهم و اکثروا من سبهم و القول فیهم و الوقیعة و باهتوهم کیلا یطمعوا فی الفساد فی الاسلام و یحذرهم

۱. طبرسی، فضل بن حسن؛ مجمع‌البیان، تحقیق محمد جواد بلاغی، تهران: انتشارات ناصرخسرو، چاپ سوم، ۱۳۷۲ش؛ ج ۳، ص ۱۲۶.  
 ۲. فخار طوسی، جواد؛ پیشین؛ ص ۱۰۴.  
 ۳. بقره، ۷۹.  
 ۴. قرآنتی، محسن؛ پیشین؛ ج ۱، ص ۱۴۶.



الناس ولا يتعلمون من بعدهم، يكتب الله لكم بذلك الحسنات ويرفع لكم به الدرجات في الآخرة؛<sup>۱</sup> هرگاه پس از من گمراهان و بدعت گزاران را دیدید، بیزاری خود را از ایشان آشکار سازید و بسیار دشنامشان دهید و عیوبشان را بسیار یاد کنید، تا دندان طمع خویش را در ایجاد تباهی در اسلام برکنند و از استدلال شما مبهوت شده و مردم از ایشان گریزان شوند و از بدعت‌هایشان چیزی فرانگیرند و جذب آن‌ها نشوند، که خداوند به این عمل برای شما ثواب بسیار می‌نویسد و درجات شما را در آخرت بالا می‌برد.

پس در برخورد با خبرها باید خبرگزاری‌های بدعت‌گذار و شایعه‌ساز را شناسایی کرده و با آنان برخورد کرد و آن‌ها را به افراد جامعه معرفی کنیم و بشناسانیم.

### ج. بی‌اعتنایی به خبرگزاری‌ها و خبرنگاران بی‌تعهد و وابسته به مکاتب منحرف

اصل در اسلام، اعتماد به مردم است. اما ایمان، با خوش‌باوری نیز سازگار نیست. ولی حساب کسانی که فسق و عدم تعهد آنان به اسلام و جامعه اسلامی بر همه روشن است، از افراد عادی جداست و بایستی به آن‌ها و خبر آن‌ها بی‌اعتنایی کرد:

﴿إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا﴾؛<sup>۲</sup> اگر فاسقی برای شما خبری آورد، تحقیق کنید.

در سوره توبه می‌خوانیم:

﴿وَلَا تَصَلِّ عَلَى أَحَدٍ مِنْهُمْ مَاتَ أَبَدًا وَلَا تَقُمْ عَلَى قَبْرِهِ إِنَّهُمْ كَفَرُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْتُمْ وَأَنْتُمْ فَاسِقُونَ﴾؛<sup>۳</sup> بر هیچ‌یک از آن‌ها که بمیرد، نماز نخوان، و بر کنار قبرش (برای دعا و طلب آمرزش) نایست؛ چرا که آن‌ها به خدا و رسولش کافر شدند، و در حالی که فاسق بودند، از دنیا رفتند.

در حقیقت، این یک نوع مبارزه منفی، و در عین حال مؤثر، در برابر گروه منافقان است. مبارزات منفی به حد کافی در بی‌اعتبار ساختن آنان، و انزوا و طردشان از جامعه اسلامی، اثر می‌گذارد.

### ۲. وظیفه مخاطب در مواجهه با محتوای خبر

#### الف. لزوم تحقیق و تیزبینی در اخبار

۱. کلینی، محمد بن یعقوب؛ الکافی، تهران: دار الکتب الاسلامیه، ۱۳۸۸ق؛ ج ۱، ص ۲۷۵.

۲. حجرات، ۶.

۳. توبه، ۸۴.



همان‌طور که در قبل نیز گفته شد، تحقیق و بررسی در مواردی که به جامعه مربوط است و بر اساس آن، اقدام و عملی انجام می‌گیرد، واجب است. البته هر خبری نیاز به تحقیق ندارد و خبرهای مهم و مفید نیاز به تحقیق دارند: ﴿إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا﴾؛<sup>۱</sup> اگر فاسقی برای شما خبری آورد، تحقیق کنید.

«نباء» به خبر مهم و مفید گفته می‌شود که بایستی بررسی شود. نباء (بروز نفرس) خبری است که دارای فایده بزرگ و مفید علم یا ظن است و به خبر نباء نگویند؛ مگر آن که این سه امر را داشته باشد و خبری که آن را نباء گویند، حقیقتاً است که از کذب عاری باشد؛ مثل خبر متواتر و خبر خدا و رسول.<sup>۲</sup> در صحاح و قاموس و مصباح، مطلق خبر گفته‌اند. در مجمع‌البحرین فرموده:

انباء و اعلام و اخبار به يك معنى آند و نباء به معنى خبر است.<sup>۳</sup>

اما خبر، گزارشی از واقعیت‌هاست، ولی هر واقعیتی را نمی‌توان خبر نامید. خبر، پیامی است که احتمال صدق و کذب در آن وجود دارد. خبر، الزاماً گزارشی از رویدادهای جاری (تازه‌ها) نیست؛ ممکن است واقعه‌ای باشد که سال‌ها قبل اتفاق افتاده باشد. خبر، رویدادی است که قرار است اتفاق بیفتد، ولی هنوز اتفاق نیفتاده است.<sup>۴</sup>

«فتبئوا» پس از «آمنوا» آمده و نشان‌دهنده آن است که ایمان با خوش‌باوری سازگار نیست و «فاء» در ابتدای «فتبئوا» نشانه اقدام سریع بوده و این را می‌رساند که تحقیق و بررسی را نباید به تأخیر انداخت. دلیل دیگر برای تحقیق در اخباری که از فاسق به ما می‌رسد، این است که فاسق گاهی راست می‌گوید، پس نباید همه‌جا خبر او را تکذیب کرد. پس با تحقیق، عرصه را بر فاسقان تنگ کرده و نگذاشته جامعه اسلامی جولانگاه آنان شود، زیرا عکس‌العمل و عمل به يك گزارش و خبر بررسی نشده، می‌تواند ایجاد فتنه کند و جامعه و قومی را به نابودی بکشاند و امنیت نظام را بر هم زند. ﴿إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا﴾.<sup>۵</sup> در جای دیگر، قرآن کریم از کسانی که هر خبری را می‌شنوند، نسنجیده آن را نشر می‌دهند، به شدت انتقاد می‌کند و می‌فرماید:

﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدَّعَوْا بِهِ وَلَوْ رَدُّهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ

۱. حجرات، ۶.

۲. راغب اصفهانی، حسین بن محمد؛ المفردات فی غریب القرآن، قم: دفتر نشر کتاب، ۱۴۰۴ق؛ ج ۱، ص ۷۸۸.

۳. طریحی، فخرالدین؛ مجمع‌البحرین، قم: مکتب نشر الثقافة الاسلامیة، ۱۴۰۸ق؛ ج ۱، ص ۴۰۴.

۴. شکر خواه، یونس؛ خبر، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، چاپ پانزدهم، ۱۳۸۸ش؛ ص ۸.

۵. قرآنتی، محسن؛ پیشین؛ ج ۹، ص ۱۷۱.



لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْ لَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَتَبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا<sup>۱</sup>؛ و هنگامی که خبری از پیروزی و شکست به آن‌ها برسد، (بدون تحقیق) آن را شایع می‌سازند، و اگر آن را به پیامبر و پیشوایان (که قدرت تشخیص کافی دارند) ارجاع کنند، از ریشه‌های مسائل آگاه خواهند شد و اگر فضل و رحمت خدا نبود، همگی جز عده کمی، از شیطان پیروی می‌کردید.

قرآن دستور می‌دهد خبر را به اهل استنباط عرضه کنید و اگر کارشناسی و حقانیت آن ثابت شد، منتشر کنید و نسبت به آن اقدام و عمل نمایید.

در جای دیگر، خداوند شنیدن اقوال و اخبار مختلف را توصیه و به انتخاب آگاهانه از میان آن‌ها تأکید می‌کند، که خود این انتخاب با تحقیق صورت می‌پذیرد. در سوره زمر آمده است:

﴿الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ﴾<sup>۲</sup>؛ آنان که سخنان را می‌شنوند و بهترین آن را پیروی می‌کنند.

در این آیه، عدالت الهی ویژه کسانی شمرده شده است که سخنان مختلف را می‌شنوند و بهترین آن‌ها را انتخاب می‌کنند. خداوند ایشان را بر این امر می‌شناسد و بنابراین، کسانی که زمینه این امر را فراهم می‌کنند نیز مورد تحسین خواهند بود.<sup>۳</sup>

در برخی از احادیث، منظور از اشخاص مشمول این آیه، کسانی هستند که سخنان مختلف را دریافت می‌کنند و بدون کاستن و افزودن و نیز بدون تحریف در اختیار دیگران قرار می‌دهند.

منطق قرآن در آیه مورد بحث که استماع همه اقوال را قبل از انتخاب ذکر نموده، تشویق توصیه به طرح همه سخنان است، که البته منافاتی با ضرورت انتخاب قول حق ندارد و مخاطب پس از تحقیق و بررسی آگاهانه، بهترین و صحیح‌ترین قول و خبر را قبول می‌کند.<sup>۴</sup>

۱. نساء، ۸۳.

۲. زمر، ۱۸.

۳. فخار طوسی، جواد؛ پیشین؛ ص ۶۷. دلایل برداشت فوق: اولاً: طبرسی در تفسیر آیه می‌نویسد: «منظور از «یستمعون القول فی‌تبعون احسنه» سزوارترین این سخنان به قبول و عمل است.» (طبرسی، فضل بن حسن؛ پیشین؛ ج ۸، ص ۷۷۰) ثانیاً: حویزی در نورالتقلین می‌نویسد: «عن ابی بصیر قال قلت ابی عبد الله علیه السلام قول الله جل ثناوه «الذین یستمعون القول فی‌تبعون احسنه» قال علیه السلام: هو الرجل یسمع الحدیث فیحدث به کما سمعه لایزید فیه و ینقص منه.» (حویزی، عبدالعلی بن جمعه؛ نورالتقلین، قم: مؤسسه اسماعیلیان، ۱۴۱۲ق؛ ج ۴، ص ۴۸۲)

۴. فخار طوسی، جواد؛ پیشین؛ ص ۶۸.



در جایی دیگر از قرآن به ما فرمان داده شده است که هر چه را به آن علم نداری، دنبال نکن، زیرا در قیامت از چشم و گوش و دل شما بازخواست می‌شود:

﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾<sup>۱</sup>؛ از

آنچه نمی‌دانی، پیروی نکن؛ چرا که گوش و چشم و دل‌ها همه مسئولند!

در طول تاریخ، بسیاری از فتنه‌ها و نزاع‌ها، از دامن زدن به خبرهای نادرست و شایعات و قضاوت‌های عجولانه یا حرف‌های بی‌مدرك و نظریه‌های بدون تحقیق و علم بروز کرده است. عمل به این آیه، فرد و جامعه را در برابر بسیاری از فریب‌ها و خطاها بیمه می‌نماید، زیرا خوش‌بینی بیجا، زودباوری و شایعه‌پذیری، جامعه را دستخوش ذلت و تسلیم دشمن می‌کند. زندگی باید بر اساس علم و اطلاعات صحیح و منطقی و بصیرت باشد.<sup>۲</sup>

علامه طباطبایی در تفسیر خود درباره این آیه می‌نویسد:

این آیه از پیروی و متابعت هر چیزی که بدان علم و یقین نداریم، نهی می‌کند، و چون مطلق و بدون قید و شرط است، پیروی اعتقاد غیر علمی و همچنین عمل غیر علمی را شامل گشته و معنایش چنین می‌شود: به چیزی که علم به صحت آن نداری، معتقد مشو، و چیزی را که نمی‌دانی مگو، و کاری را که علم بدان نداری مکن، زیرا همه این‌ها پیروی از غیر علم است. پیروی نکردن از چیزی که بدان علم نداریم و همچنین پیروی از علم، در حقیقت حکمی است که فطرت خود بشر آن را امضاء می‌کند.<sup>۳</sup>

فخر رازی در تفسیر خود چنین می‌نویسد:

عمل به ظن در فروع بسیار زیاد است، و بعد از تخصیص زدن آیه به مواردی که متابعت جائز است جز موارد انگشت‌شماری از پیروی ظن غیر معتبر باقی نمی‌ماند و چنین عامی نسبت به موارد باقی‌مانده، بیش از ظن افاده نمی‌کند، و حال آن که خودش از پیروی ظن نهی کرده.

این قول، صحیح نیست. علامه طباطبایی در رد این نظر چنین می‌نویسد:

۱. اسراء، ۳۶.

۲. قرآنتی، محسن؛ پیشین؛ ج ۵، ص ۶۰.

۳. طباطبایی، محمدحسین؛ پیشین؛ ج ۱۳، ص ۱۲۶.



این آیه بدون هیچ تردیدی دلالت بر "عدم جواز پیروی از غیر علم" دارد. چیزی که هست، مواردی از عمل به ظن - که به قول ایشان بسیار هم زیاد است - از آنجایی که با دلیل علمی تجویز شده، در حقیقت استثناء نشده و عمل کردن در آن موارد، عمل به آن دلیل‌های علمی است؛ پس آیه شریفه هیچ تخصیص نخورده تا عام مخصص باشد.<sup>۱</sup>

در مجمع‌البیان نیز به عام بودن آیه تأکید شده است.<sup>۲</sup>

پس در این موضوع الگوی شناخت خبر، «علم و یقین» است، و غیر آن خواه «ظن و گمان» باشد یا «حدس و تخمین» یا «شک و احتمال»، هیچ کدام قابل اعتماد نیست و به تعبیر دیگر، نه شایعات می‌تواند مقیاس قضاوت و شهادت و عمل گردد و نه قرائن ظنی و نه اخبار غیر قطعی که از منابع غیر موثق به ما برسد.<sup>۳</sup>

آیات و احادیث بسیاری نقل شده است که در آن اسلام چشم و گوش انسان را مسئول می‌شمرد که بدون تحقیق و علم و یقین، نه به چیزی معتقد شود و نه عمل کند و نه داوری کند، که اگر در جامعه اسلامی و جوامع بشری اجرا گردد، بسیاری از فتنه‌ها و نابسامانی‌ها که از اخبار مشکوک و دروغ سرچشمه می‌گیرد، برچیده خواهد شد. در قرآن کریم، افراد بی‌ایمان نسبت به پیروی از ظن و گمان شدیداً نکوهش شده‌اند. در سوره یونس آمده است:

﴿وَمَا يَتَّبِعُ أَكْثَرُهُمْ إِلَّا ظَنًّا إِنَّ الظَّنَّ لَا يَغْنِي مِنَ الْحَقِّ شَيْئًا﴾؛<sup>۴</sup> و بیشتر آن‌ها جز از گمان (و پندارهای بی‌اساس) پیروی نمی‌کنند (در حالی که) گمان هرگز انسان را از حق بی‌نیاز نمی‌سازد (و به حق نمی‌رساند).

در جایی دیگر، پیروی از گمان مساوی با پیروی از هوای نفس آمده است:

﴿إِنْ يَتَّبِعُونَ إِلَّا الظَّنَّ وَ مَا تَهْوَى الْأَنْفُسُ﴾؛<sup>۵</sup> آنان فقط از گمان‌های بی‌اساس و هوای نفس پیروی می‌کنند.

۱. همان، ص ۱۲۸.

۲. طبرسی، فضل بن حسن؛ پیشین؛ ج ۶، ص ۶۴۱.

۳. مکارم شیرازی، ناصر؛ پیشین؛ ج ۱۲، ص ۱۱۶.

۴. یونس، ۳۶.

۵. نجم، ۲۳.

در حدیثی از امام صادق علیه السلام آمده است:

ان من حقیقه الایمان ان لایجوز منطقك علمك؛<sup>۱</sup> از حقیقت ایمان این است که گفتارت از علمت فزون تر نباشد و بیش از آنچه می دانی، نگویی.

در سوره نمل آمده است:

﴿قَالَ سَنَنْظُرُ أَصَدَقْتَ أَمْ كُنْتَ مِنَ الْكَاذِبِينَ﴾؛<sup>۲</sup> (سلیمان) گفت: ما تحقیق می کنیم، ببینیم راست گفتی یا از دروغگویان هستی؟!

سلیمان با دقت به سخنان هدهد گوش فرا داد، و در فکر فرو رفت. ممکن است بیشترین گمان سلیمان این بوده که این خبر راست است، و دلیلی بر دروغی به این بزرگی وجود ندارد، اما از آنجا که مسأله ساده‌ای نبود و با سرنوشت يك کشور و يك ملت بزرگ گره می خورد، نباید تنها به گفتار يك مخبر اکتفا می کرد، بلکه باید تحقیقات بیشتری درباره این موضوع حساس به عمل می آورد.

لذا چنین گفت: ما تحقیق به عمل می آوریم، ببینیم تو راست گفتی یا از دروغگویان هستی؟! این سخن به خوبی ثابت می کند که در مسائل مهم و سرنوشت ساز، باید حتی به اطلاعاتی که از ناحیه يك فرد کوچک می رسد، توجه کرد و به زودی (همان گونه که «سین» در جمله «سننظر» اقتضا می کند) پیرامون آن تحقیقات لازم را به عمل آورد. سلیمان نه هدهد را متهم ساخت و محکوم کرد، و نه سخن او را بی دلیل تصدیق نمود، بلکه آن را پایه تحقیق قرار داد.<sup>۳</sup>

### ب. چگونگی برخورد با خبرهای نادرست و باطل

در قرآن کریم بر افشاگری و خنثی سازی و برخورد با اخبار نادرست و باطل تأکید شده است. حال اخبار نادرست و باطل به چه معنایی است. در لغت «حق» را امر زایل نشدنی دانسته اند، که این معنا با صدق و کذب سازگار نیست.<sup>۴</sup>

از بررسی آیات قرآن معلوم می شود که حق گویی در برابر باطل گویی قرار دارد؛ پس حق گویی با واقع گویی تفاوت خواهد داشت، زیرا واقع گویی در خبر به صدق و کذب خبر و عرضه مطابق با واقع و به دور از تحریف برمی گردد، پس واقع گویی در مقابل دروغ گویی و کذب قرار دارد، اما حق گویی به نحوه

۱. حر عاملی، محمد بن حسن؛ پیشین؛ ج ۱۸، ص ۱۶.

۲. نمل، ۲۷.

۳. مکارم شیرازی، ناصر؛ پیشین؛ ج ۱۵، ص ۴۵۱.

۴. راغب اصفهانی؛ پیشین؛ ص ۱۲۵.



تفسیر و تحلیل دربارهٔ رویدادها مربوط می‌شود و به نوعی قضاوت و اعلام نظر است. به همین دلیل در برخی آیات قرآن، فاصله گرفتن از حق‌گویی را رفتن به سوی باطل دانسته و این دو را مقابل هم ذکر کرده است.<sup>۱</sup>

در سورهٔ آل عمران آمده است:

﴿يَا أَهْلَ الْكِتَابِ لِمَ تَلْبِسُونَ الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَ تَكْتُمُونَ الْحَقَّ وَ أَنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾؛<sup>۲</sup> ای اهل کتاب!

چرا حق را به باطل مشتبه می‌کنید و حقیقت را پوشیده می‌دارید؛ در حالی که می‌دانید.

چند آیه در قرآن از کتمان حق نهی می‌کند؛ از جمله:

﴿وَ لَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَ تَكْتُمُوا الْحَقَّ وَ أَنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾؛<sup>۳</sup> و حق را با باطل نیامیزید، و

حقیقت را با این که می‌دانید، کتمان نکنید.

این آیه در مورد نهی از کتمان يك خبر خاص \_ که به پیامبری رسیدن رسول اکرم ﷺ بود \_ وارد

شده است.<sup>۴</sup>

اما جملهٔ «و انتم تعلمون» وجه ممنوعیت را معلل می‌سازد که این‌گونه از آن استفاده می‌شود که کتمان آگاهانهٔ «حق» ممنوع و منهی است.

شهید آیت الله سید مصطفی خمینی در تحلیل این موضوع می‌نویسد:

در آیهٔ مورد بحث، به دلیل عبارت "و انتم تعلمون" و یا جملهٔ "افلا تعلمون"،

دریافت می‌شود که هر عاقلی و عالمی وظیفه‌اش عدم کتمان حق است.

بنابراین، در آیات مورد بحث اوامر فراوانی وجود دارد و نواهی که در پی آمده‌اند،

اعم هستند.<sup>۵</sup>

گفتنی است که حق به معنای کلام مطابق با واقع، مفهومی است که بر اخبار صادق منطبق است و ملاک مطابقت نیز واقعیت خارجی است؛ لذا اخبار صادق و مطابق با واقع مشمول عنوان حق شمرده

۱. پویا، علیرضا؛ پیشین؛ ص ۱۳۲.

۲. آل عمران، ۷۱.

۳. بقره، ۴۲.

۴. طوسی، محمدبن حسن؛ التبیان، بیروت: دار احیاء التراث العربی، ۱۴۰۵ق؛ ج ۱، ص ۳۵۶؛ طبرسی، فضل بن حسن؛

پیشین؛ ج ۱، ص ۲۱۲.

۵. خمینی، مصطفی؛ تفسیر القرآن الکریم، قم: مؤسسه تنظیم و نشر الاثار الامام الخمینی، ۱۴۱۵ق؛ ج ۵، ص ۵۴۴.





می‌شود و کتمان آن‌ها مشمول نهی مذکور در آیه است و خطاب نهی قرآن، متوجه کسانی است که کتمان آن‌ها دارای تأثیر می‌باشد؛ چنان که از ملاحظه شأن نزول آیه چنین شرطی دریافت می‌شود. بنابراین، خبرگزاری‌ها و خبرنگاران عمومی مشمول این خطاب‌اند.<sup>۱</sup>

اکنون به بررسی برخی از آیات قرآن که تأکید بر عدم سکوت و برخورد با اخبار نادرست و باطل دارند، می‌پردازیم.

در سوره یوسف می‌خوانیم:

﴿وَإِنْ كَانَ قَمِيصُهُ قُدًّا مِنْ دُبُرٍ فَكَذَبْتَ وَهُوَ مِنَ الصَّادِقِينَ﴾<sup>۲</sup>؛ و اگر پیراهن یوسف از پشت پاره شده، آن زن دروغ می‌گوید و یوسف از راستگویان است.

به این ترتیب، خبر کذب با روشی هوشمندانه بر ملا می‌شود و آثار مخرب آن که چه بسا برای مخاطبان بسیار زیان‌آور باشد، خنثی می‌شود. بنابراین، یکی از وظایف مخاطبان در مواجهه با اخبار دروغ، افشاجاری و خنثی‌سازی با روش‌های دایه‌یانه و هوشمندانه است.

در آیه دیگر، قرآن مؤمنانی را که خبر دروغ و تهمت ناروایی را افشا نکردند، سرزنش می‌کند. موضوع چنین بوده است که عده‌ای به زن بی‌گناهی تهمت می‌زنند. قرآن کسانی را که به چنین خبری ترتیب اثر داده و سعی نکرده‌اند آن را خنثی کنند، ملامت می‌کند:

﴿لَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَ الْمُؤْمِنَاتُ بِأَنْفُسِهِمْ خَيْرًا وَقَالُوا هَذَا إِفْكٌ مُّبِينٌ﴾<sup>۳</sup>؛ چرا هنگامی که این (تهمت) را شنیدند، مردان و زنان بالاییان نسبت به خود (و کسی که همچون خود آن‌ها بود) گمان خیر نبردند و نگفتند این دروغی بزرگ است.

علامه طباطبایی در تفسیر خود می‌نویسد:

شما مؤمنین و مؤمنات که شنونده افک بودید، نگفتید که این مطلب افک و دروغی است آشکار، با این که بر حسب قاعده دینی، خبری که مخبر آن علمی بدان ندارد، و ادعایی که مدعی آن شاهد بر آن ندارد، محکوم به کذب است؛ چه این که در واقع هم دروغ باشد؛ یا آن که در واقع راست باشد.<sup>۴</sup>

۱. فخار طوسی، جواد؛ پیشین؛ ص ۶۶.

۲. یوسف، ۲۷.

۳. نور، ۱۲.

۴. طباطبایی، محمدحسین؛ پیشین؛ ج ۱۵، ص ۱۳۰.

با این همه، جای ملامت و سرزنش است که این‌گونه شایعات دروغین را بشنوید و سکوت اختیار کنید، تا چه رسد به این که خود آگاهانه یا ناآگاهانه عامل نشر آن شوید.<sup>۱</sup> پس در مورد شنیده‌های دروغ و ناروا در مورد مؤمنان، سکوت ممنوع است.

### ج. لزوم توجه به محتوای خبر و نه فقط خبرنگار

آنچه در خبر مهم است، قطعی بودن آن است: خبرنگار بزرگ باشد یا کوچک، انسان باشد یا حیوان، به تنهایی مهم نیست. در سوره نمل می‌خوانیم:

﴿فَمَكَثَ غَيْرَ بَعِيدٍ فَقَالَ أَحَطْتُ بِمَا لَمْ مَحِطُ بِهِ وَجِئْتُكَ مِنْ سَبَإٍ بِنَبَأٍ يَقِينٍ﴾<sup>۲</sup> چندان طول نکشید (که هدهد آمد) و گفت من به چیزی آگاهی یافته‌ام که تو بر آن آگاهی نیافتی. من از سرزمین سبا يك خبر قطعی برای تو آورده‌ام.

مراد از «احاطه»، علم کامل است؛ یعنی من به چیزی احاطه یافته‌ام که تو بدان اطلاع کافی و کامل نداری و چون هنوز معلوم نشده که آن چه چیز است، جمله «و جئتک» که عطف تفسیری است، آن را تفسیر می‌کند. کلمه «نبأ» به معنای خبر مهم است و «یقین» به معنای چیزی است که شکی در آن نباشد.<sup>۳</sup> سپس مخاطب خبر بایستی تنها به خبرهای قطعی تأکید کند. ممکن است موجود کوچکی چون هدهد، مطلبی و خبری بداند که داناترین انسان‌های عصر خویش از آن بی‌خبر باشند؛ هرچند سلیمان باشد و با علم وسیع نبوت.<sup>۴</sup>

در تفسیر مجمع‌البیان به نقل از تفسیر عیاشی آمده است:

ابوحنیفه از امام صادق علیه السلام سؤال کرد: چرا حضرت سلیمان از میان پرندگان، تنها سراغ هدهد را گرفت؟ امام فرمودند: زیرا او آب را در درون زمین می‌بیند؛ همان گونه که ما روغن را در درون ظرف بلور می‌بینیم.<sup>۵</sup>

پس نباید منبع اطلاعات و اخبار خود را در خبرگزاری‌ها یا افراد خاصی منحصر کرد و باید از تمام ظرفیت‌ها استفاده شود.

۱. مکارم شیرازی، ناصر؛ پیشین؛ ج ۱۸، ص ۳۹۷.

۲. نمل، ۲۲.

۳. طباطبایی، محمدحسین؛ پیشین؛ ج ۱۵، ص ۵۰۵.

۴. مکارم شیرازی، ناصر؛ پیشین؛ ج ۱۹، ص ۴۴۳.

۵. طبرسی، فضل بن حسن؛ پیشین؛ ج ۷، ص ۳۴۰.

### ۳. راه‌های مواجهه مخاطب با اخبار

#### الف. پرهیز از هیجان‌زدگی در شنیدن خبر

اقدام عجولانه و هیجان‌زدگی در هنگام شنیدن اخبار، نوعی جهالت است و امکان دارد جامعه را به نابودی بکشاند:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ﴾؛<sup>۱</sup> ای کسانی که ایمان آورده‌اید، اگر شخص فاسقی خبری برای شما آورد، درباره آن تحقیق کنید؛ مبادا به گروهی از روی نادانی آسیب برسانید.

«فتبئنوا» یعنی اول صدق و کذب او را به دست آورید و فوراً با خبر او اقدام نکنید و بنابر قرائت کسی که «فتثبتوا» خوانده است (ذکر آنها فی مصحف عبدالله منقوطة بالثناء)<sup>۲</sup> خبری که فاسق آورده، بایستید تا حقیقت آن برای شما روشن شود.<sup>۳</sup>

همچنین در سوره اسراء می‌خوانیم:

﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾؛<sup>۴</sup> از آنچه نمی‌دانی، پیروی نکن؛ چرا که گوش و چشم و دل‌ها همه مسئولند.

پس خبری را که در مورد آن تحقیق نکرده‌اید و بر آن علم ندارید، نبایستی عجولانه دنبال کنید، زیرا در قیامت از چشم و گوش و دل شما بازخواست می‌شود.

#### ب. بررسی جوانب خبر

علت دشمنی در جامعه و میان افراد، دو چیز است: تلاش افراد فاسق و زودباوری مؤمنان؛ زیرا هدف آنان ایجاد آشوب، فتنه و دشمنی و به هم زدن امنیت اجتماعی و جنگ روانی است. این افراد و خبرگزاری‌ها با تحریف محتوای خبر، خبر را دستاویزی برای اهداف خاص خود تبدیل می‌کنند. پس مخاطبان باید با بررسی جوانب خبر و یافتن حقیقت و تفسیر درست خبر، از دامن زدن به آن جلوگیری کنند. بسیاری از فتنه‌ها و نزاع‌ها از همین اخبار تحریف‌شده، خلاف واقع و باطل و زودباوری مخاطب سرچشمه گرفته است.

۱. حجرات، ۶.

۲. طبری، ابو جعفر محمد بن جریر؛ جامع البیان فی تفسیر القرآن، بیروت: دار المعرفه، چاپ اول، ۱۴۱۲ق؛ ج ۲۶، ص ۷۸.

۳. طبرسی، فضل بن حسن؛ پیشین؛ ج ۹، ص ۲۰۰.

۴. اسراء، ۳۶.





قرآن در این زمینه چنین می‌فرماید:

﴿فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾<sup>۱</sup>؛ درباره آن تحقیق کنید؛ مبدا

به گروهی از روی نادانی آسیب برسانید، و از کرده خود پشیمان شوید.

﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ﴾<sup>۲</sup>؛ از آنچه نمی‌دانی، پیروی نکن.

در آیه دیگر، ضمن برشمردن اوصاف بنی‌اسرائیل و تخلفات آنان، آمده است که آن‌ها بر اثر خبث باطن، سخن خدا را تفسیر نادرست مس‌کنند و صفت پیامبر را تغییر می‌دهند.

﴿يَجْرِفُونَ الْكَلِمَٰةَ عَنْ مَوَٰضِعِهَا﴾<sup>۳</sup>؛ آنان سخنان را از موردش تحریف می‌کنند.

﴿يَجْرِفُونَ الْكَلِمَٰةَ مِنْ بَعْدِ مَوَٰضِعِهَا﴾<sup>۴</sup>؛ آنان سخنان را از مفهوم اصلی آن تحریف می‌کنند.

بنابراین، تحریف کلام خدا به دو نحو است: ۱. تفسیر نادرست؛ ۲. تغییر و تبدیل‌هایی که در عبارات می‌دهند و کلامی که از خدا نیست، می‌گویند از خداست.<sup>۵</sup>

### نتیجه‌گیری

برای دستیابی به دیدگاه اسلام در خصوص سواد رسانه‌ای مخاطبان خبر، قرآن اصیل‌ترین و مهم‌ترین منبع به شمار می‌رود. نگاهی به این مقاله و نتایج آن، نشان می‌دهد که از منظر قرآن، سواد رسانه‌ای مخاطبان خبر و خبرگزاری‌ها، مقوله یا اقدامی بی‌هویت و خنثی نیست. با بررسی مؤلفه‌های مورد نظر قرآن در این مقاله، مشخص می‌شود که قرآن بحث سواد رسانه‌ای مخاطبان خبر را منظومه به هم پیوسته و کاملی می‌داند که در این مقاله سعی شده است به تشریح ابعاد آن پرداخته شود.

قرآن در این رابطه بر مؤلفه‌هایی مانند: وظیفه مخاطب در مقابله با خبرگزاری‌ها و جریانات ناسالم خبری، وظیفه مخاطب در مواجهه با محتوای خبر، و چگونگی عکس‌العمل مخاطب در مواجهه با اخبار

۱. حجرات، ۶.

۲. اسراء، ۳۶.

۳. مائده، ۱۳.

۴. مائده، ۴۱.

۵. طبرسی، فضل بن حسن؛ پیشین؛ ج ۳، ص ۳۰۲.



تأکید دارد؛ که در آن‌ها به مباحث شناسایی خبرنگاران فتنه‌انگیز در خبرگزاری‌ها، هوشیاری در برابر خبرسازان مهاجم و بدعت‌گذار و شایعه‌ساز؛ 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 هیجان‌زدگی در شنیدن خبر، و جلوگیری از عداوت با بررسی جوانب خبر پرداخته می‌شود.

سواد رسانه‌ای بر مبنای آموزه‌های قرآنی، کمک می‌کند که قضاوت صحیح‌تری از اخبار پیرامون خود داشته باشیم. توجه به این مؤلفه‌ها مبنای نظری و عملی را در اختیار ما می‌گذارد که می‌توان بر آن اساس برنامه‌ریزی انجام داد و مشکلات و نارسایی‌های علمی این حوزه را تا حدودی جبران کرد.

در پایان، بد نیست اشاره شود که فقدان و خلأ مطالعات روشمند و کارهای پژوهشی در زمینه بهره‌گیری از قرآن برای پاسخگویی به نیازهای نظری و عملی در حوزه‌های علمی و اجرایی به‌خصوص در مبحث مهم سواد رسانه‌ای بر مبنای دینی، مشکلی است که از سویی این‌گونه مطالعات را دشوار کرده و از سوی دیگر، جامعه اسلامی را در عمل با مشکلات و تعارض‌های جدی روبه‌رو ساخته است. از این‌رو برای رهایی از این وضعیت نامطلوب، پیشنهادهایی در این زمینه ارائه می‌شود، که امید است مورد توجه دانش‌پژوهان قرار گیرد:

۱. ضرورت دارد دانش‌آموختگان حوزه‌های دین و ارتباطات، تلاش بیشتری در خصوص مباحث اساسی و کاربردی این حوزه \_ به‌خصوص سواد رسانه‌ای \_ داشته باشند و ابعاد مختلف آن را از منظر قرآن استخراج کنند، تا این‌شاء‌الله بتوان به نظریه جامع ارتباطات از دیدگاه قرآن دست یافت.

۲. ضروری است به علت کمی سابقه و فقدان مطالعات متقن و معتبر در این‌باره، همایش‌ها و نشست‌های علمی با حضور صاحب‌نظران و متفکران کشورهای اسلامی برگزار و نظریه‌های مطرح‌شده به نقد و ارزیابی گذاشته شود؛ و در واقع، یک «نهضت سواد رسانه‌ای بر مبنای جهان‌بینی اسلامی» به‌وجود آید و در نهایت نتایج آن به صورت منسجم و برنامه‌ریزی‌شده درآمده، در مدارس و دانشگاه‌ها آموزش داده شود.



## فهرست منابع

۱. ابن خلدون، عبدالرحمن بن محمد؛ مقدمة التاريخ، قاهره: دار احیاء التراث العربی، ۱۹۶۱م.
۲. ابن منظور، جمال‌الدین بن مکرم؛ لسان العرب، قم: نشر ادب الحوزة، ۱۴۰۵ق.
۳. ببران، صدیقه؛ «سواد رسانه‌ای در برخورد با خشونت رسانه‌ای»، روزنامه ایران، شماره ۲۶۰۹، ۲۳ مهر ۱۳۸۲ش.
۴. بصیریان جهرمی، حسین و رضا؛ «درآمدی به سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی»، فصلنامه رسانه، سال هفدهم، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۵ش.
۵. پاتر، جیمز؛ «تعریف سواد رسانه‌ای»، ترجمه لیدا کاووسی، فصلنامه رسانه، سال هفدهم، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۵ش.
۶. پویا، علیرضا؛ خبر و خبررسانی در قرآن کریم، تهران: انتشارات دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۴ش.
۷. حر عاملی، محمد بن حسن، وسائل الشیعه، بیروت: دار احیاء التراث العربی، ۱۴۰۳ق.
۸. حویزی، عبدالعلی بن جمعه؛ نور الثقلین، قم: مؤسسه اسماعیلیان، ۱۴۱۲ق.
۹. خمینی، مصطفی؛ تفسیر القرآن الکریم، قم: مؤسسه تنظیم و نشر الاثار الامام الخمینی، ۱۴۱۵ق.
۱۰. راغب اصفهانی، حسین بن محمد؛ المفردات فی غریب القرآن، قم: دفتر نشر کتاب، ۱۴۰۴ق.
۱۱. رضایی بایندر، محمدرضا؛ «بررسی نقش رسانه‌ها در آموزش مهارت‌های شهروندی و رفتارهای مدنی»، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۳۳، تهران، سال دهم، ۱۳۸۲ش.
۱۲. شکرخواه، یونس؛ «سواد رسانه‌ای يك مقاله عقیده‌ای»، فصلنامه رسانه، سال هفدهم، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۵ش.
۱۳. \_\_\_\_\_؛ خبر، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، چاپ پانزدهم، ۱۳۸۸ش.
۱۴. \_\_\_\_\_؛ «نیاز مخاطبان به سواد رسانه‌ای»، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۲۹، سال هشتم، ۱۳۸۰ش.
۱۵. طباطبایی، محمدحسین؛ ترجمه تفسیر المیزان، ترجمه محمد باقر موسوی همدانی، قم: بی‌جا، ۱۳۸۶ش.
۱۶. طبرسی، فضل بن حسن؛ مجمع البیان، تحقیق محمد جواد بلاغی، تهران: انتشارات ناصرخسرو، چاپ سوم، ۱۳۷۲ش.
۱۷. طبری، ابو جعفر محمد بن جریر؛ جامع البیان فی تفسیر القرآن، بیروت: دار المعرفه، چاپ اول، ۱۴۱۲ق.
۱۸. طریحی، فخرالدین؛ مجمع البحرین، قم: مکتب نشر الثقافة الاسلامیة، ۱۴۰۸ق.
۱۹. طوسی، محمدبن حسن؛ التبیان، بیروت: دار احیاء التراث العربی، ۱۴۰۵ق.
۲۰. فخار طوسی، جواد؛ پژوهشی فقهی در خبر و خبرگزاری، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۵ش.



۲۱. قرائتی، محسن؛ تفسیر نور، تهران: مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن، ۱۳۸۳ ش.
۲۲. کلینی، محمد بن یعقوب؛ الکافی، تهران: دار الکتب الاسلامیه، ۱۳۸۸ ق.
۲۳. مسترمن، لن؛ «آموزش رسانه‌ای و ۱۸ اصل حاکم بر آن»، ترجمه یونس شکرخواه، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۳۳، سال دهم، ۱۳۸۲ ش.
۲۴. معتمدنژاد، کاظم؛ وسایل ارتباطات جمعی، تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، ۱۳۷۴ ش.
۲۵. مکارم شیرازی، ناصر؛ تفسیر نمونه، تهران: دار الکتب الاسلامیه، ۱۳۸۰ ش.
۲۶. مک کوئیل، دنیس؛ درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجالالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۸۴ ش.

#### منبع اینترنتی:

صدیق بنای، هلن؛ «زندگی ما در گرو رسانه»، ۱۳۸۵ ش.

<http://www.hamshahrionline.ir/news/?id=7909>

