



دانشگاه باقرالعلوم (علیه السلام)

دانشکده: علوم اجتماعی

پایان نامه دکتری

رشته فرهنگ و ارتباطات

# الگوی ارزشی ارتباطات در قرآن با تأکید بر مخاطب

استاد راهنما:

حجت الاسلام دکتر شمس ا... مریجی

استادان مشاور:

آیت ا... محسن اراکی و حجت الاسلام دکتر احمد واعظی

نگارش:

علیرضا پویا

خرداد 1395



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ



## تقدیر و تشکر

با حمد و سپاس به درگاه الهی که توفیق بیش از سه سال در خدمت قرآن بودن را برای انجام این تحقیق عطا فرمود؛ این تلاش بی‌مقدار تقدیم می‌شود به آن وجود مقدس و مبارکی که فقط در پیشگاهش می‌توان گفت: «يَا أَيُّهَا الْعَزِيزُ مَسَّنَا وَأَهْلَنَا الضُّرُّ وَجِئْنَا بِنِزَاعٍ مُّزْجَاةٍ فَأَوْفِ لَنَا الْكَيْلَ وَتَصَدَّقْ عَلَيْنَا». و بعد تشکر و امتنان از استاد راهنمای گرامی حجت الاسلام جناب آقای دکتر شمس‌الله مریجی و استادان مشاور گرامی آیت‌الله جناب آقای محسن اراکی و حجت‌الاسلام جناب آقای دکتر احمد واعظی، که اگر نبود هدایت و حمایت عالمانه و مخالصانه این بزرگواران، پژوهش حاضر به مقصد نمی‌رسید. همچنین تشکر و امتنان از استاد ارجمند حجت‌الاسلام جناب آقای دکتر حمید پارسانیا که ایشان از پیش از شکل‌گیری موضوع و تصویب نهایی آن، تا پایان کار از هیچ راهنمایی و هدایتی دریغ نفرمودند.



## چکیده

رشته ارتباطات یکی از رشته های مهم و پرکاربرد در مراکز دانشگاهی امروز جهان است. با این حال می توان اذعان کرد که دستاوردهای علمی این رشته در این سالها نتوانسته است همپا باگستره فوق العاده تأثیرگذار آن در زندگی مردم، در ابعاد مورد نیاز پیش برود.

یکی از کمبودهای اساسی مطالعات این رشته، فقدان وجود رویکردهای مبتنی بر هستی شناسی، معرفت شناسی و پارادایم های با ثبات است. چنین کمبودی، نظریه ها و پارادایم های حاکم بر ارتباطات و رسانه ها را دچار بی ثباتی، تزلزل و در بخش هایی ناتوانی در پاسخگویی به همه نیازها و ضرورت های این رشته کرده است.

برخی صاحب نظران پیشنهاد کرده اند که برای جبران این کمبود، باید به منابع واجد هستی شناسی و انسان شناسی با ثبات، مراجعه کرد. برای این منظور در این تحقیق دیدگاه قرآن که از هستی شناسی و انسانی شناسی ثابت و پایدار برخوردار است در باره ارتباطات انسانی بررسی شده است.

روش تحقیق، « اسنادی » و در تنظیم نتایج از روش تحلیل « نظریه زمینه ای » استفاده و برای اعتبار بخشی به نتایج به دست آمده، از تفاسیر معتبر با رویکرد تفسیری قرآن به قرآن بهره گیری شده است.

یافته های این تحقیق نشان می دهد که قرآن در همه عرصه ها و ارکان ارتباط با انسان و به طور اهم « اهداف و راهبردهای پیام رسانی و ویژگی های پیام رسان »، « اهداف و ویژگی های رسانه »، « ویژگی های پیام و پیام های معارض » و « دسته بندی مخاطبان و ویژگی ها و نحوه تعامل با آنان »، مطالب ارشمند و نتیجه بخشی را مطرح ساخته است؛ که در هر دو بُعد نظری برای

توسعه دانش ارتباطات و عملی برای برقراری ارتباط مطلوب و مدیریت پیام در رسانه‌های دینی قابل بهره برداری است.

براساس نتایج این تحقیق، در رأس اهداف برقراری ارتباط و راهبردهای مدیریت پیام از منظر قرآن، هدایت همه جانبه مخاطبان و همراهی با آنان برای رسیدن به کمال مطلوب قرار دارد. دامنه این هدایتگری، شامل نیازهای فردی و اجتماعی مخاطبان در ابعاد مختلف مادی و معنوی و در گستره‌ای جهانی است.

از دیدگاه قرآن، پیام رسانان و مدیران رسانه، مسئولیتی سنگین در قبال مخاطبان و ارائه برنامه‌های مفید و جذاب برای آنان دارند. شرط موفقیت در عرصه مهم و پیچیده پیام رسانی به منظور تحقق اهداف الهی، درک صحیح موقعیت و نیازهای واقعی مخاطبان و ارتباط مؤدبانه و احترام آمیز با آنان از جنبه‌های مختلف است. علاوه بر این، لازم است پیام رسانان، از مخاطبان در برابر القائنات رسانه‌ها و پیام‌های مخالف و معارض نیز مراقبت نمایند و برای این منظور به مقابله با آنان پردازند. برای تحقق این هدف، قرآن علاوه بر ویژگی‌های پیام‌ها و پیام رسانی الهی، ویژگی‌های پیام‌ها و پیام رسانی مخالفان و معارضان را نیز بازگو کرده است.

هم‌چنین از دیدگاه قرآن، مخاطبان بنا به شرایط و موقعیت فکری و روحی که در آن به سر می‌برند، در برابر پیام‌های الهی، برداشت‌ها و واکنش‌های متفاوتی از خود نشان می‌دهند. به این منظور، قرآن برای برقراری ارتباط و تأثیرگذاری بر مخاطبان، استفاده از شیوه‌های مختلف اقناع، مانند استدلال و برهان، موعظه نیکو و در صورت نیاز بهترین نوع مجادله، را توصیه می‌کند. و از آنجا که عواملی مانند دانش و تقوای مخاطبان در این زمینه و در پذیرش پیام الهی از سوی آنان نقش دارد، ضروری است که پیام رسانان الهی با توجه به این عوامل، با مخاطبان سخن بگویند و آنان را در پذیرش پیام الهی یاری کنند.

### **کلید واژه‌ها:**

الگوی ارزشی ارتباطات، ارتباطات در قرآن، پیام رسانی در قرآن، پیام در قرآن،

مخاطب‌شناسی در قرآن، رسانه از دیدگاه قرآن



## فهرست مطالب

و.....	چکیده.....
1.....	فصل اول؛ کلیات.....
2.....	مقدمه.....
6.....	طرح مسأله.....
8.....	ضرورت تحقیق.....
11.....	هدف اصلی تحقیق.....
11.....	اهداف فرعی.....
11.....	سؤال اصلی تحقیق.....
11.....	سؤال های فرعی.....
12.....	تعریف مفاهیم.....
12.....	الگو.....
13.....	الگوی ارزشی.....
15.....	ارتباطات.....
17.....	مخاطب.....
18.....	چارچوب مفهومی.....
21.....	پیشینه تحقیق.....
21.....	الف) کتاب.....
23.....	ب) پایان نامه ها.....
41.....	نتیجه گیری از پیشینه تحقیق.....
42.....	روش تحقیق.....
فصل دوم؛ پیام رسان و پیام رسانی از دیدگاه قرآن.....	

1. راهبردهای پیام‌رسانی الهی.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
1-1 استفاده از سخن نیکو و سنجیده.....	Error! Bookmark not defined.
1 - 2 عقل‌گرایی و دوری از سنت‌های غلط.....	Error! Bookmark not defined.
1 - 3 تبیین حوادث و سنت‌های آموزنده تاریخی.....	Error! Bookmark not defined.
1 - 4 حفظ و فاش نکردن اسرار.....	Error! Bookmark not defined.
1 - 5 تبیین و ترویج معارف الهی.....	Error! Bookmark not defined.
1 - 6 دعوت به توحید و دوری از شرک.....	Error! Bookmark not defined.
1 - 7 تصدیق پیام‌های پیشین و عدم تعارض در مبانی پیام.....	Error! Bookmark not defined.
1 - 8 دعوت به ایمان.....	Error! Bookmark not defined.
2. راهبردهای مقابله با مخالفان.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
1 - 2 تکیه بر صبر و تقوا.....	Error! Bookmark not defined.
2 - 2 بهانه ندادن به دست مخالفان.....	Error! Bookmark not defined.
3. ویژگی‌های پیام‌رسان الهی.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
1 - 3 خشیت و خوف از خدا.....	Error! Bookmark not defined.
2 - 3 تسلیم خدا بودن.....	Error! Bookmark not defined.
3 - 3 نرم‌خویی و مهربانی.....	Error! Bookmark not defined.
3-4 عمل کردن به گفته‌های خود.....	Error! Bookmark not defined.
3 - 5 تأییدکننده پیام‌های پیشین.....	Error! Bookmark not defined.
3 - 6 دوری از خیانت.....	Error! Bookmark not defined.
3 - 7 دوری از ظلم.....	Error! Bookmark not defined.
3 - 8 تبعیت نکردن از هوای نفس دیگران.....	Error! Bookmark not defined.
3 - 9 تردید نداشتن در مسیر حق.....	Error! Bookmark not defined.
3 - 10 بشارت و انذار دهی.....	Error! Bookmark not defined.
3 - 11 اندوهگین نشدن از شتاب تحرک کافران.....	Error! Bookmark not defined.
3 - 12 فریب نخوردن از تحرکات ظاهری کافران.....	Error! Bookmark not defined.
فصل سوم؛ رسانه از دیدگاه قرآن.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
1. ویژگی‌های رسانه اسلامی.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
1 - 1 دعوت به تقوا و پرهیزکاری.....	Error! Bookmark not defined.
1 - 2 حق محوری.....	Error! Bookmark not defined.
1 - 3 ( فارق بین حق و باطل بودن.....	Error! Bookmark not defined.
1 - 4 تصدیق‌کننده سایر پیام‌های حق.....	Error! Bookmark not defined.
2. اهداف رسانه اسلامی.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
1 - 2 هدایت و ارشاد مخاطبان.....	Error! Bookmark not defined.
الف) هدایت عمومی مخاطبان.....	Error! Bookmark not defined.
ب) هدایت مخاطبان خاص.....	Error! Bookmark not defined.

2 - 2) پند و اندرزدهی مخاطبان ..... *Error! Bookmark not defined.*

فصل چهارم؛ پیام و محتوای آن از دیدگاه قرآن ..... *ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.*

1. ویژگی‌های پیام الهی ..... *ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.*

1- 1) حق محوری ..... *Error! Bookmark not defined.*

1 - 2) هدایت و بشارت برای مؤمنان ..... *Error! Bookmark not defined.*

1-3) انسجام و هماهنگی ..... *Error! Bookmark not defined.*

1 - 4) مستدل بودن ..... *Error! Bookmark not defined.*

1 - 5) استفاده از واژگان مناسب ..... *Error! Bookmark not defined.*

1 - 6) بیان عقیقانه ..... *Error! Bookmark not defined.*

1 - 7) تفکربرانگیزی ..... *Error! Bookmark not defined.*

1 - 8) دعوت به وحدت بین مؤمنان ..... *Error! Bookmark not defined.*

1 - 9) امر به معروف و نهی از منکر ..... *Error! Bookmark not defined.*

2. ویژگی‌های پیام‌های معارض و شیطانی ..... *ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.*

2 - 1) ظاهر زیبا و خیرخواهانه و باطن مفسدانه ..... *Error! Bookmark not defined.*

2-2) وسوسه انگیزی و دعوت به نافرمانی خدا ..... *Error! Bookmark not defined.*

2 - 3) امر به کارهای زشت و فحشاء ..... *Error! Bookmark not defined.*

2-4) بازداري از انجام کارهای نیک ..... *Error! Bookmark not defined.*

2-5) القاء ترس ..... *Error! Bookmark not defined.*

2-6) ترویج اختلاف و دشمنی بین مؤمنان ..... *Error! Bookmark not defined.*

فصل پنجم؛ پیام‌گیران (مخاطبان) از دیدگاه قرآن ..... *ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.*

گروه بندی مخاطبان در قرآن ..... *ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.*

گروه‌های اصلی مخاطبان ..... *Error! Bookmark not defined.*

گروه اول: متقین ..... *Error! Bookmark not defined.*

امتیازات متقین در قرآن ..... *Error! Bookmark not defined.*

ویژگی‌های متقین از دیدگاه قرآن ..... *Error! Bookmark not defined.*

گروه دوم: کافران ..... *Error! Bookmark not defined.*

ویژگی‌های کفار ..... *Error! Bookmark not defined.*

گروه سوم: منافقان ..... *Error! Bookmark not defined.*

ویژگی‌های منافقان ..... *Error! Bookmark not defined.*

گروه چهارم: ناس (توده مردم) ..... *Error! Bookmark not defined.*

گروه‌های ملحق به گروه‌های اصلی ..... *Error! Bookmark not defined.*

1) مؤمنان ..... *Error! Bookmark not defined.*

2) اهل کتاب ..... *Error! Bookmark not defined.*

3) مشرکان ..... 237

اوصاف زمینه ساز پذیرش و عدم پذیرش پیام حق ..... *Error! Bookmark not defined.*

الف) صفات مورد تأیید قرآن ..... **Error! Bookmark not defined.**

ب) صفات مردود از دیدگاه قرآن ..... **Error! Bookmark not defined.**

تأثیر پیام بر مخاطبان از دیدگاه قرآن ..... **Error! Bookmark not defined.**

الف) نقش علم و آگاهی مخاطبان در تأثیرپذیری از پیام ..... **Error! Bookmark not defined.**

ب) نقش تقوای مخاطبان در تأثیرپذیری از پیام ..... **Error! Bookmark not defined.**

**فصل ششم: جمع بندی، نتیجه گیری و پیشنهادات** ..... **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

جمع بندی فصل دوم: پیام و پیام رسانی از دیدگاه قرآن ..... **Error! Bookmark not defined.**

جمع بندی فصل سوم: رسانه از دیدگاه قرآن ..... **Error! Bookmark not defined.**

جمع بندی فصل چهارم: پیام و محتوای آن از دیدگاه قرآن ..... **Error! Bookmark not defined.**

جمع بندی فصل پنجم: مخاطب از دیدگاه قرآن ..... **Error! Bookmark not defined.**

گزارش کوتاهی از اقدامات انجام شده در این تحقیق ..... **Error! Bookmark not defined.**

نتیجه گیری نهایی ..... **Error! Bookmark not defined.**

پیشنهادات ..... **Error! Bookmark not defined.**

فهرست منابع ..... **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

فصل اوّل؛

كليات

## علی 7: « اللَّهُ فِي الْقُرْآنِ لَيْسَ قُكْم بِالْعَمَلِ بِهِ عَيْرُكُم »

نهج البلاغه، نامه 47، به امام حسن و امام حسین 7

### مقدمه

رشته‌های علوم انسانی در زمان حاضر نسبت به گذشته از تنوع و گستردگی بسیار زیادی برخوردار شده است. در کنار این تنوع و تکثر، آنچه موجب پیچیده و تأثیرگذار شدن بیشتر این رشته‌ها در زندگی عموم مردم شده دو چیز است: اول؛ ارتباط با هم و بین رشته‌ای بودن این رشته‌ها. دوم؛ ورود و حضور فن‌آورهای پیشرفته و تأثیرگذار در آنها.

رشته ارتباطات در این میان وضعیتی پیچیده و دشوارتر دارد. نکته قابل توجه این است که آثار و پی‌آمدهای ارتباطات و رسانه‌های مدرن، عرصه وسیعی از مسائل مختلف فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، دینی و امنیتی را در قالب کارکردهای گسترده‌ای مانند آموزش، اطلاع‌رسانی، تفریح و سرگرمی و ... با مخاطبانی به وسعت جهان را در بر می‌گیرد. برخی صاحب‌نظران، با اشاره به اینکه ارتباطات با رشته‌های مختلف سروکار دارد و دربردارنده زیرشاخه‌های متعدد است، نتیجه‌گیری کرده‌اند که دانش ارتباطات، امروزه هویتی «ابرحرفه‌ای» دارد (لیندلف و تیلورف، 1388، 43). امروزه ارتباطات بالاتر از آنکه موضوع یک علم یا یک رشته علمی محسوب شود، با توجه به وابستگی بین رشته‌ای آن به عنوان «یک حوزه مطالعاتی چند رشته‌ای» معرفی می‌شود. (فیسک، 1386، 9). این توسعه ابعاد رشته ارتباطات تا آنجاست که برخی حتی چند بعدی و چند رشته‌ای بودن علم ارتباطات را موجب نوعی آشفتگی و سردرگمی دانسته‌اند که از مباحث اقتصادی و مدیریتی تا زبان‌شناسی، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و مانند این رشته‌ها را در بر گرفته است (بهرامی، 1388، 15).

جامعه‌شناس آمریکایی جری ماندر، سال‌ها پیش در باره تأثیر شگفت‌آور و عمیق رسانه‌های جدید بر زندگی مردم، با اشاره به سفر خود به دهکده مکنزی در شمال غرب کانادا، از تغییرات تکان‌دهنده‌ای که با ورود تلویزیون در میان گروه‌های بومی آن منطقه رخ داده بود

اینگونه گزارش کرده است: « اغلب مردان، دیگر در شرایط یخبندان برای ماهیگیری از خانه خارج نمی‌شوند، دیگر از حیوانات، مراقبت‌های لازم را به عمل نمی‌آورند. از تمایل کودکان به بازی‌های سنتی و بومی بیرون از خانه کاسته شده بود. دیگر همسایه‌ها به طور دسته جمعی برای گشت و گذار از خانه بیرون نمی‌رفتند و به پخت و پز و کارهای گروهی علاقه نداشتند. سنت قصه‌گویی که کودکان و جوانان با شنیدن آنها، با هویت و نکات درخشان گذشته خود آشنا می‌شدند که با آن زندگی در آن محیط سخت را می‌آموختند، از بین رفته بود. محبت و دوستی بین بزرگ و کوچک و ارتباط با پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌ها که موجب افتخار بود، دچار آسیب شده بود. و کم کم تقاضاهای جدید در بین آنها پیدا شده بود. مثلاً بهانه اتومبیل سواری می‌گرفتند، درحالی که در آنجا اساساً جاده‌ای وجود نداشت. خلاصه اینکه خانواده‌ها - اعم از کوچک و بزرگ - ساکت دور هم جمع می‌شدند و به تماشای «سریال دالاس» می‌پرداختند. سریالی که در آن، گروهی از سفیدپوستان، اطراف استخری گرد آمده و به نوشیدن شراب مارتینی و دسیسه کردن علیه یکدیگر مشغول بودند» (www.frictionmagazine.com، 1382، به نقل از نشریه موعود، شماره 73).

امروزه دیگر بحث از اصل تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان عبور کرده و بر تحلیل چگونگی تأثیر تمرکز یافته است. چنانکه معدود دیدگاه‌های انتقادی در باره آثار مخرب رسانه‌ها بر فرهنگ توده مردم در دهه‌های شصت و هفتاد، به مرور در گرد و غبار حاصل از تسلط قدرت بر مراکز علمی و رسانه‌های جدید ارتباطی که در اختیار آمریکا و سایر کشورهای غربی است، بی‌اثر بوده است. اگر در دهه‌های گذشته معدود اندیشمندانی از امپریالیسم فرهنگی و تحمیل باورها، ارزش‌ها، هنجارها و سبک زندگی آمریکایی از طریق رسانه‌ها و برنامه‌های آنها بر مخاطبان سایر کشورها سخن می‌گفتند، امروزه با توجیهاتی مانند اینکه جهانی شدن فرهنگ، مرکزیت خاصی ندارد و در اختیار همه است و جریان آزاد اطلاعات لازمه توسعه است از این انتقادات به آسانی عبور می‌شود (رک: کرین و دیگران، 1388: 22).

در عین حال این نکته را نیز نباید از نظر دور داشت که طرح دیدگاه‌ها و نظریه‌های انتقادی از ابتدا بیش از آنکه به راه کارهای علمی و عملی بپردازند، هشدار دهنده بوده و در حد توصیف و تحلیل وضع موجود باقی مانده‌اند. نیل پستمن جامعه‌شناس معروف آمریکایی پس از توضیحاتی

دربارهٔ تکنولوژی و هشدار در بارهٔ خطرات آن با اشاره به اینکه «رشد افسار گسیخته و غیر قابل کنترل تکنولوژی، تمام چشمه‌ها و کانون‌های لازم زندگی و حیات را نابود می‌سازد و مبانی اخلاقی را از فرهنگ زدوده و روابط روحی و روانی انسان‌ها را، که در حقیقت ارزش‌های حیات انسانی است، به گور می‌سپارد»، با خطرناک خواندن کسانی که دلباختهٔ تکنولوژی (تکنوفیل) هستند، می‌افزاید «دلباختگان تکنولوژی دائم در حال کار و فعالیت اند، اما افرادی نظیر من فقط به خسارت‌ها و نکتب‌های تکنولوژی جدید می‌پردازند، بدون آنکه به امکاناتی که از رهگذر آن فرا راه انسانها قرار می‌گیرد اشاره کنند. لذا من ناچارم برای دفاع از نظریهٔ خودم این نکته را یادآور شوم که ذکر عقیدهٔ انتقادی و هشدار دهنده، حداقل این فایده را دارد که لحظه‌ای سکوت و تفکر را در امواج پرطنین ذهن مشتاقان هیجان زدهٔ طرفدار تکنیک باعث شود» (پستمن، 1390، 24-18).

این در حالی است که سابقهٔ این اتفاق مهم در عرصهٔ جهانی که خطر نابودی فرهنگ‌های محلی و تضعیف فرهنگ انسانی را به دنبال داشته و نتیجهٔ آن پدید آمدن یک فرهنگ علمی بین المللی بوده است، از دیدگاه اندیشمندان به دو سدهٔ اخیر بر می‌گردد (دانالد گلیس، 1389، 12). اکنون جای طرح این سوال اساسی وجود دارد که چرا چنین وضعیتی پیش آمده و انتقادات صاحب نظران به حد هشدار رسیده اما در عمل بی نتیجه بوده است. چه خصیصه‌ای یا کاستی‌ای در رشته‌های جدید علوم انسانی مانند ارتباطات وجود دارد که این هشدارها و اظهار نگرانی‌ها در تغییر وضع موجود اثری نداشته است.

در پاسخ به این سؤال، اظهارنظرهای مختلفی صورت گرفته است. اما به نظر می‌رسد مشکلات علوم انسانی جدید و ابداعات تکنولوژیک وابسته به آن، از آنجا آغاز شده که بر اصول و مبانی نظری این رشته‌ها و استفاده از تکنولوژی‌های مربوط به آنها، پارادایم‌هایی بی هدف از جهان هستی و انسان، حاکم بوده و در چنین فرضی، هر عملکرد بی محاسبه و نا مطلوبی، طبیعی و مطلوب انگاشته شده است، زیرا در این حالت، هیچگونه معیار روشنی برای ارزیابی عملکردها در مسائل انسانی وجود ندارد.

به نظر می‌رسد راهکار اساسی در این باره، پاسخ به مسائل انسانی از طریق علوم و آموزه‌هایی است که پشتوانهٔ روشنی از تفسیر و تحلیل معنادار عالم هستی و انسان دارند. و در این ارتباط چنانکه برخی صاحب نظران گفته اند مطالعه روز آمد این علوم از طریق تحقیق در منابع



و حیانی ممکن است. این بستر مطالعاتی عرصه‌ای است که عقلانیت جدید نیز نتوانسته است به مسائل اساسی آن پاسخ دهد. چرا که «عقلانیت جدید، عقلانیتی است که اولاً هیچ امری را فوق چون و چرا نمی‌داند و ثانیاً نگاهی جدید به هستی، انسان و مباحث معرفت‌شناسی دارد و برای خود نیز ارزش‌های جدید قائل است. به انسان بماهو انسان، به دنیا بماهو دنیا، به رفاه و آسایش دنیوی و به قدرت و توانایی اصالت و ارزش می‌دهد. و ظاهراً بسیاری از این دیدگاه‌ها با دیدگاه و ارزش‌های دینی سر سازش ندارد» (مسعودی، 28، 1386).

در هر حال اینکه نظریه پردازان غربی طی سده‌های اخیر برای پاسخگویی به نیازهای عصری در مسائل انسانی، آموزه‌های مذهبی را کنار زده و مراجعه به منابع اصیل و حیانی را از دستور کار خود خارج کرده‌اند، کمبودهایی را در نظام فکری و عملکردی در جامعه بشری پدید آورده است که با هیچ تدبیر دیگری نمی‌توان آن را جبران کرد. در چنین شرایطی البته قصور یا تقصیر اندیشمندان اسلامی آشنا با منابع و حیانی و در رأس آنها قرآن مجید را نمی‌توان نادیده گرفت. چرا که از نظر اسلام این رسالت به عهده علمای اسلامی است که برای پاسخگویی به نیازهای نظری و عملی مسائل انسانی و امور مرتبط با آن، به مطالعه روز آمد منابع دینی بپردازند. به این سبب برخی محققان یادآور شده‌اند که راه برون رفت از این وضعیت در همه سطوح، اعم از امور فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی توجه به این اصل است که اندیشمندان اسلامی باید تلاش کنند با تغییر در روش‌شناسی علم، مدلی کارآمد از علم اسلامی ارائه دهند که بتواند به عنوان رقیبی توانمند در مقابل رقیب سرسخت فعلی یعنی نظریه مدرن و سکولار غرب، از موجودیت و هویت خود دفاع کند (ایمان و کلاته ساداتی، 1392، 16).

مقام معظم رهبری (دام‌ظله)، با اشاره به همین موضوع و ضرورت ابتناء علوم انسانی بر مبانی قرآنی، علوم انسانی غرب را مبتنی بر جهان بینی و فهم خاصی از عالم آفرینش که غالباً مبتنی بر نگاه مادی است، دانسته و تأکید می‌کنند که «ریشه و پایه و اساس علوم انسانی را باید در قرآن پیدا کرد. یکی از بخش‌های مهم پژوهش قرآنی این است. باید در زمینه‌های گوناگون به نکات و دقایق قرآن توجه کرد و مبانی علوم انسانی را در قرآن کریم جستجو و پیدا کرد. این کار بسیار اساسی و مهمی است. اگر این شد، آنوقت متفکرین و پژوهندگان و صاحب نظران در علوم

مختلف انسانی می‌توانند بر این پایه و بر این اساس بناهای رفیعی را بنا کنند. البته آنوقت می‌توانند از پیشرفت‌های دیگران، غربی‌ها و کسانی که در علوم انسانی پیشرفت داشتند استفاده کنند، لکن مبنا باید مبنای قرآنی باشد» (1388 7/28، دفتر حفظ و نشر آثار آیت الله خامنه‌ای).

این در حالی است که قرآن کریم در خصوص هدایت انسان، خود را مبیین و ارائه دهنده همه آنچه در این مسیر به آن نیاز هست، می‌داند. و این حداقل برداشتی است که در تفسیر از آیه «تبیان لكل شیء» در قرآن شده است (ترجمه المیزان، ج 12، ص 469 و تفسیرنمونه، ج 11، ص 361). و نیز قرآن، منبع و حیانی منحصر به فردی است که کتابی به جز او نمی‌تواند ادعای هدایت بشر را داشته باشد: «**انَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ**: ای-ن قرآن به استوارترین روش هدایت می‌کند» (اسراء: 9).

در این صورت، شایسته است پژوهشگران خبره از طریق روش‌های معتبر و با حفظ شرایط لازم تحقیق در قرآن، به مطالعه این کتاب هدایتگر بپردازند و از محتوای ارزشمند آن پاسخ سؤال‌های خود در مسائل انسانی را دریافت کنند؛ که متأسفانه تاکنون در این باره کوتاهی زیادی صورت گرفته است. به این جهت می‌توان گفت «دانشمندان مسلمان که قرآن را برای پاسخگویی به نیازهای جامعه انسانی مورد بررسی قرار نمی‌دهند، مسئول بخشی از نابسامانی‌های جهان امروز و جوامع انسانی در فاصله گرفتن بشر از هدایت، معنویت و ارزش‌های اخلاقی هستند. اگر قرآن کریم به تعبیری که در خود قرآن آمده مهجور و جامعه بشری از هدایت‌های آن محروم مانده است، ایراد به پیروان قرآن است که این کتاب را به خوبی مطالعه و به دیگران معرفی نکرده‌اند. در نتیجه معارف راهگشا و نورانی آن تا حد زیادی، دست نخورده مانده و به قول حافظ:

طیب عشق مسیحا دم است و مشفق لیک چو درد در تو نبیند که را دوا بکند» (پویا، 25، 1389).

## طرح مسأله

تاریخچه علم مهم ارتباطات و مطالعات رسانه‌های جمعی نشان می‌دهد که مطالعات ارتباطی در یکی دو سده اخیر، بیشتر بر مبنای تحلیل تجربی رویدادهای مرتبط با این حوزه شکل گرفته و

نتایج پژوهش‌ها عمدتاً محصول تحلیل عملکردهاست و کمتر بر مبانی و پادایم‌های ثابت استوار بوده است. چنین رویکردی به مسائل نظری و عملی ارتباطات و بسترهای کاربرد آن یعنی رسانه‌های جمعی، موجب شده که دستاوردهای تحقیقی و نظریه‌های ارائه شده در این رشته از ثبات لازم برخوردار نبوده و اغلب در پاسخگویی به نیازهای جوامعی مانند جامعه ما که از پیشینه تاریخی، فرهنگی و دینی عمیقی برخوردار است با چالش مواجه شود.

آنچه در این میان بیش از هر چیز نیازمند امعان نظر است اینکه علم ارتباطات و مباحث رسانه‌های جمعی منبعث از تحلیل تجربی، بر بنیانه‌ها و هنجارهایی با زیربنای هستی‌شناسی و معرفت‌شناسی «دنیاگرا - خردگرا» با فلسفه «علمی - ابزاری» و حاکمیت «نگره غیر مذهبی» شکل گرفته است. که در این صورت همه این عوامل در راستای درک هرچه بهتر و کنترل هرچه بیشتر محیط انسانی و طبیعی و استفاده از خرد به عنوان ابزار حاکم، مورد استفاده واقع شده و آنگاه سراسر عرصه زندگی انسان به صحنه‌ای برای ارضاء نیازها تبدیل شده است (مولانا، 1371، 49). نکته قابل ملاحظه در اینجا این است که با چنین چالشی چگونه باید برخورد کرد و برای برون رفت از این وضعیت، چه باید کرد.

راه حل پیشنهادی صاحب نظران برای حل این مشکل و بحث درباره ارتباطات و ابزارهای به خدمت گرفته شده آن یعنی رسانه‌های جمعی در چنین شرایطی، مطالعه اساسی برای تبیین نظام‌های ارزشی در این موضوع است (مولانا، 1371، 74). در این صورت مراجعه به منابع معتبر دینی برای تبیین نظام‌های ارزشی در چنین بحثی، از الزامات پاسخگویی به این نیاز است، که قرآن کریم در رأس همه این منابع قرار دارد. برخی صاحب نظران غربی نیز از اینکه ارتباطات از منظر دین مطالعه نشده و صاحب نظران ارتباطات از دین سخن نگفته‌اند، اظهار تأسف کرده‌اند: «ارتباطات، شرط لازم دین؛ و جوهره عبادت، خطابه، مناسک و رفاقت دسته جمعی است. متأسفانه مطالعه آکادمیک دین و ارتباطات، جدای از یکدیگر بوده‌اند و پل‌های معرفت‌شناختی کمی بین آنها وجود داشته است. دانشمندان عرصه ارتباطات از بلاغت تا ارتباطات جمعی، کمتر از دین سخنی به میان آورده‌اند. بالعکس مردم‌شناسان، روان‌شناسان و جامعه‌شناسان کمتری بوده‌اند که از نظریه ارتباطات در مطالعات دینی خود بهره برده باشند (استوت، 1388، پانزده). یکی از صاحب نظران ارتباطات در کشورمان نیز ضمن مقدمه بر اولین کتابی که با این رویکرد درباره

شاخه‌ای از مباحث ارتباطات در قرآن به نگارش درآمد، با اشاره به تجارب و فعالیت‌های علمی و عملی طولانی و تألیف کتاب‌های متعدد خود، اذعان می‌کند که ادبیات مربوط به این موضوع در سطح بین‌المللی در عرصه عینی‌گرایی<sup>۱</sup> و مطالعات ساخت‌گرایانه<sup>۲</sup> تا حدودی از قدرت برخوردار است، اما در کنار این نوع مطالعات و رویکردها، ضعف آشکاری در حوزه مطالعات معرفت‌شناسانه<sup>۳</sup> و ارزش‌شناسانه<sup>۴</sup> به چشم می‌خورد (شکرخواه یونس، به نقل از: پویا، 1389، 11).

به این ترتیب، تحقیق درباره ارتباطات با مخاطب انسانی با رویکردی متفاوت و مبتنی بر هستی‌شناسی و انسان‌شناسی الهی، مسأله اصلی این تحقیق است. البته توجه به کاربرد این نظام ارتباطی که امروزه در رسانه‌های جمعی عملیاتی می‌شود نیز از الزامات تحقیق محسوب می‌شود. زیرا بدون این ملاحظه نتایج، فاقد کارایی لازم و مانند بسیاری از مطالعات قرآنی در فضای فکر و اندیشه باقی می‌ماند. به همین سبب، همانگونه که در چارچوب مفهومی تحقیق بیان خواهد شد لازم است ارکان و اجزاء ارتباطات با مخاطب انسانی که هم مبین مباحث نظری علم ارتباطات باشد و هم نیازهای کاربردی رسانه را تشریح کند، در قرآن مطالعه، و نتایج آن در قالب راهبردها و راهکارهای اساسی تبیین، و الگوی ارزشی ارتباطات با مخاطب انسانی ارائه شود.

## ضرورت تحقیق

ارتباطات لازمه زندگی اجتماعی است و در زندگی بشر نقش اساسی دارد. البته نقش و آثار آن در گذشته، ضعیف و محدود به عرصه‌های معینی بوده است، اما اکنون با پیدایش ابزارها و تکنولوژی‌های ارتباطی پیشرفته، ارتباطات به همه عرصه‌ها و ابعاد زندگی فردی و اجتماعی انسان نفوذ کرده است.

چنانکه در مقدمه این تحقیق تبیین شد، چنین موقعیتی برای ارتباطات نشان می‌دهد که در حال حاضر، مطالعه در موضوع یا رشته ارتباطات از اهمیت زیادی برخوردار است و تحقیقات در این زمینه از ضرورت‌های اساسی علوم انسانی در جوامع کنونی است.

- 
1. Objectivism.
  2. Structuralism.
  3. Epistemology.
  4. Axiology.

فقدان دانش مبتنی بر ارزش‌های پایدار و متکی بر هستی‌شناسی نظام مند و پاسخگو به همه نیازهای انسان که از عهده تعریفی روشن و با ثبات از ارتباطات با مخاطب انسانی برآید، نظریه‌های ارتباطات و مدیریت رسانه را دستخوش دگرگونی دائمی کرده است. چراکه در این صورت ارزش‌های پذیرفته شده برای هدایت و مدیریت نهادهای ارتباطی، تابعی از داوری‌های اجتماعی و خواست و سلیقه مدیران در سازماندهی ارتباطات در جامعه است که نمونه بارز آن امروزه در غرب و کشورهای متأثر از فرهنگ غربی دیده می‌شود. در این صورت جز نیاز و امیال مخاطبان و تطابق آن با اهداف صاحبان رسانه، چیز دیگری در برقراری ارتباطات گسترده امروز با این همه ابزار و آثار آن تعیین کننده نیست. ضمن اینکه در چنین شرایطی معیارهای لازم و کارآمد برای ارزیابی عملکرد رسانه‌ها نیز وجود ندارد. از این رو هم اکنون این همه تصاویر دهشتناک و مضمّن کننده که در تصور انسان نمی‌گنجد به آسانی و بدون هیچ مانع و مخالفتی از طریق امواج رسانه‌ای پخش می‌شود. اندیشمندان و دست‌اندرکاران مسائل فرهنگی و تربیتی حتی در کشورهای غربی در گذشته تصور این را هم نمی‌کردند که زمانی برسد که به ارزش‌های اخلاقی و انسانی این چنین کم توجهی شود. برای همین برخی اندیشمندان در غرب، با اشاره به فقدان معیار در ارزش‌گذاری این مسائل گفته اند در چنین موقعیتی «هیچ رویکرد ارزشی برای درک عمده معنای یافته‌های آن برحسب قضاوت‌های مورد نیاز موجود نیست. برای همین به نظر می‌رسد جستجوی قوی برای یک ساختار نظری فنی و ارزش مدار مهم‌ترین نیاز در حرکت به سوی علم ارتباطات باشد» (گربرنر، 1956، به نقل از کوبلی، 1387، 213).

به این ترتیب، تحقیق در خصوص مدلی فکری و عملی مبتنی بر نظام ارزشی با ثبات و جامعی برای ارتباطات که نیازهای واقعی مخاطب انسانی را مد نظر قرار دهد و بتواند معیارهای درست و با ثباتی را برای عملکرد رسانه‌های جمعی و حفظ آنها از تابعیت محض تمایلات مخاطبان و تأمین منافع صاحبان قدرت حفظ کند، هم اکنون نیازی مبرم است.

برای رسیدن به چنین مطلوبی، البته لازم است اتهاماتی از قبیل جزم اندیشی، رکود و دوری از واقعیت که در سده‌های اخیر به علم دینی وارد شده و در نتیجه علوم انسانی در مغرب زمین هویتی دنیوی و سکولار پیدا کرده است را از میان برداشت. چرا که «علم سکولار با اعلان

استقلال خود از حوزه‌های دینی و فلسفی و داوری‌های ارزشی، خود را به عنوان دانش تحصیلی و اثباتی، تنها راه شناخت پدیده‌های عینی و رسیدن به واقعیت بر شمرد. ... از این رو بعد از رنسانس، علم به نظاره نزاعی پرداخت که بر سر تفکیک عقل و دین درگرفت و چون این نزاع به غیبت دیانت و غلبه عقلانیت ابزاری ختم شد، از دل آن انسانی مضطرب و متزلزل پدید آمد که راه به بیراهه شهوت و غضب می‌برد» (پارسانیا، 1392، 156).

به این ترتیب، دانش ارتباطات، امروزه نیازمند تأملات و تحقیقات دینی در ترسیم و طراحی نظریه‌ها و راهبردهای نوینی است که رسانه‌های ارتباطی را از این ورطه رها کند و ارتباطات انسانی را به معنای واقعی آن نزدیک سازد.

در عمل نیز پس از پیروزی انقلاب اسلامی و برقراری نظام اسلامی در ایران، همواره این سؤال مطرح بوده است که دیدگاه اسلام در قبال مباحث نظری و کارکردی رسانه‌ها چیست. برخی با این استدلال که رسانه یک پدیده مدرن است و شرایط در حال تغییری دارد و مانند سایر نهادهای نوپدید در میادینی در حال تغییر به فعالیت می‌پردازد، نتیجه‌گیری می‌کنند که رسانه نیازمند اصول و راهبردهای ثابتی نیست و در هر زمان باید خود را با شرایط آن زمان تطبیق دهد. پیداست که چنین رویکردی، رسانه را فاقد اصالت و تابع شرایط گوناگون می‌کند و این وضعیت به معنی دور شدن از رسالت و اهدافی است که اسلام برای ارتباطات و نهادهایی که عهده دار هدایت و فرهنگ سازی در جامعه هستند در نظر دارد. در این صورت ضروری است به اقتضای مختصات ارتباطات با مخاطب انسانی و فعالیت رسانه‌ها، مبانی اصول و راهبردهای ثابت و متقن آن را بر اساس قرآن که به مثابه قانون اساسی اسلام برای پیاده کردن آموزه‌های وحیانی در جوامع انسانی است، مطالعه و استخراج کرد.

کاربرد و نتایج این تحقیق را می‌توان در عرصه‌های زیر برشمرد:

1. بسط دانش ارتباطات و رسانه‌های جمعی بر مبنای هستی‌شناسی و ارزش‌های با ثبات.
2. توسعه روش‌های تحقیق در ارتباطات و رسانه‌های جمعی از منظری متفاوت!

---

1 درباره اهمیت و نقش مباحث نظری و ارزش مدارانه در روش‌های تحقیق، رش به: پویا علیرضا، مقاله: نظریه و روش در علوم انسانی، فصلنامه مطالعات فرهنگی - اجتماعی حوزه، شماره (1)، زمستان 1393.

3. گام برداشتن به سوی مبانی نظری و اصول ثابت حاکم بر ارتباطات و رسانه‌های جمعی از دیدگاه اسلام.
4. ترسیم ضرورت‌ها و عرصه‌های مرتبط با آموزش و پژوهش در ارتباطات و رسانه‌های جمعی اسلامی.
5. مدیریت و سازماندگی رسانه‌ها بر مبنای تفکر و حیانی و هماهنگی و وحدت رویه در این خصوص در جهان اسلام.

### هدف اصلی تحقیق

هدف اصلی این تحقیق، بررسی ابعاد و چگونگی برقراری ارتباط با مخاطب انسانی و ارائه الگویی جامع و ارزشمند در این خصوص از دیدگاه قرآن است.

### اهداف فرعی

- 1) تبیین نحوه برقراری ارتباط هدفمند و ارزشی با مخاطب انسانی از دیدگاه قرآن
- 2) تبیین اجزاء و ارکان اساسی ارتباط با مخاطب انسانی بر اساس قرآن
- 3) ارائه راهبردها و راهکارهای برقراری ارتباط با مخاطب انسانی متناسب با مسائل و کاربردهای امروزی آن در رسانه‌های جمعی از نظر قرآن

### سؤال اصلی تحقیق

نظر قرآن درباره ارتباطات با مخاطب انسانی، به منظور تبیین ابعاد و اجزاء آن در قالب یک الگوی جامع از ارتباطات ارزشی چیست؟

### سؤال‌های فرعی

- 1) دیدگاه قرآن در باره ارکان و اجزاء اصلی ارتباط با مخاطب انسانی چیست؟
- 2) در قرآن، راجع به هر یک از این ارکان و اجزاء، چه اصول، مختصات و راهبردهایی مطرح شده است؟
- 3) راهبردها و راهکارهای حاصل از بررسی نظر قرآن درباره هر یک از ارکان و اجزاء ارتباط با مخاطب انسانی، برای توسعه دانش ارتباطات و مدیریت رسانه‌ها چیست؟

## تعریف مفاهیم

### الگو

الگو تصویری گویا، ساده و مختصر از مسایل پیچیده‌ای است که به صورت آسان و قابل درک ارائه می‌شود (طیبی و همکاران، 171، 1393). به این ترتیب « ساخت و ترکیب الگو، تلاشی است برای مشاهده فرآیندها و مطالعات پیچیده و اغلب گسسته در یک چارچوب جمع کننده که رویکردی برای تحقیقات بعدی پیشنهاد می‌کند. این امر امکان ساختاردهی به یک رویداد و یک حوزه مطالعه و بحث در باب روابط، فرآیندها و معانی ضمنی آنها را فراهم می‌سازد (گربنر، به نقل از کوبلی پل، 1387، ج 1، ص 215). فواید الگو و ترسیم جامع آن براساس نتایج و مستندات و نتایج پژوهش، در سه وجه بیان شده است:

- الف) خصوصیات و ابعاد مختلف موضوع به صورت نظام مند و با دقت مطرح می‌شود.
- ب) به روابط متقابل بین این خصوصیات اشاره می‌شود تا یکپارچگی و نظم حاکم بر الگو روشن شود.
- ج) نظام نهفته در گزینش و تعامل (الف) و (ب)، توصیف شود تا الگو بتواند همچون مبنایی برای مطالعات دیگر، برنامه‌ریزی و اقدام، مورد استفاده قرار گیرد (فیسک، 1386، ص 60).

در این تحقیق بنا بر آنچه در چارچوب مفهومی بیان شده ریز موضوعات به دست آمده از بررسی آیات قرآن در قالب مقوله‌های اصلی تحقیق به هم پیوند می‌خورند تا ضمن تبیین مقوله‌ها، الگوی کلی نظام ارتباطی ترسیم و تعریف شود. به عبارت دیگر چنانکه گفته شده، مقوله‌های عمده در قالب یک مدل پارادایمی حول مقوله هسته (یا محورهای اصلی تحقیق که در چارچوب مفهومی بیان شده اند) به یکدیگر پیوند خورده و ارتباط داده می‌شوند. در واقع، مدل ترسیم شده به توصیف مقوله‌ها و تحلیل و تبیین آنها می‌پردازد به گونه‌ای که مدل نهایی قادر به توضیح این مطلب باشد که موضوع مورد مطالعه تحت چه شرایطی شکل گرفته و براساس چه مکانیسم‌ها و تعامل‌هایی عمل کرده و به چه پیامدها یا نتایجی منجر شده است (محمدپور، 1390: 341).



در ضمن گفته شده از دانشجویان دوره‌های دکتری (ph.D) انتظار می‌رود که در روند انجام پژوهش برای تدوین رساله خود، در اندیشه طراحی الگویی باشند تا براساس معیارها و روش‌های علمی به ارائه الگویی معتبر دست یابند (طیبی و همکاران، 1393، 177).

### الگوی ارزشی

چنانکه در بخش روش‌شناسی این تحقیق آمده است، از اوائل قرن نوزدهم تا نیمه دوم قرن بیستم میلادی استفاده از روش‌های «کمی» و پس از آن استفاده از روش‌های «کیفی» در علوم اجتماعی و اغلب رشته‌های علوم انسانی رایج بوده است که به رویکرد نخست «اثباتی یا تجربی» و به رویکرد دوم «تفسیری» گفته می‌شود.

یک سؤال اساسی این است که این دو رویکرد روشی فراگیر در تحقیقات حوزه علوم انسانی، که از مبانی و اهداف جدید در تحقیق برخوردارند، نسبت به «ارزش‌ها» یا باید و نبایدها و باورها، چه موضعی دارند؟

از دیدگاه کمی گرایان، «ارزش‌ها» اعم از اینکه به محقق متعلق باشد یا به جامعه یا هر جای دیگر، نباید در تحقیق دخالت داده شوند، چرا که در این صورت تحقیق فاقد واقع‌نمایی می‌شود و جهت‌گیری غیر علمی پیدا می‌کند. اما در «روش‌های کیفی» برعکس، ارزش‌های محقق و جامعه جزو لاینفک تحقیق است و در جریان تحقیق دخالت دارد، چرا که بدون توجه به «ارزش‌ها» واقعیت‌های درونی افراد کشف نخواهد شد. از این رو گفته شده که از دیدگاه کمی، عینیت به خارج از انسان و دنیای واقعی برمی‌گردد و تحقیقات در صورتی عینی است که فرایندها و نتایج آنها، غیر متعصبانه باشد. اما رویکرد کیفی تحقیق، در بررسی حقایق و ارزش‌ها بر آگاهی، شعور و ذهنیت افراد متمرکز است. در این رویکرد عقاید، دیدگاه‌ها و اظهارات انسان‌ها قابل تعمق است. و از آنجا که دیدگاه‌ها و دانش انسان‌ها از دنیای اجتماعی که در آن زندگی می‌کنند به ناچار متکی بر علایق و ارزش‌ها و تمایلات آنان است بر اساس رویکرد کیفی تحقیق، عینیت چیزی جز توافق اجتماعی نیست و این توافق ریشه در ارزش‌ها و علایق ما دارد (ایمان، 30، 1390). با این حال روابط بین حقایق و ارزش‌ها، و ربط آن با عینیت در تحقیق در حوزه علوم اجتماعی، مسئله‌ای غامض و قابل تأمل است.

خلاصه اینکه تکیه بر ارزش‌ها در رویکرد کمی به تحقیق به طور کلی مردود است و در رویکرد کیفی به سبب توجه به محتوا و عمق ذهنیت افراد، دخالت دادن ارزش‌ها در تحقیق پذیرفته است. اما در این میان، نکته اساسی این است که در رویکرد تفسیری که ارزش‌ها در تحقیقات اجتماعی و انسانی پذیرفته است، ارزش‌ها بر مبانی و اندیشه متقن و هدفمندی استوار نیست و نسبی و نا پایدار است و این موضوع باعث شده که در رشته‌هایی مانند ارتباطات، تکیه بر ارزش‌های نسبی و بی ثبات، کمکی به ترسیم جهت گیری‌های اساسی و ارزیابی عملکرد در این علم نکند. به این جهت جان فیسک از صاحب نظران ارتباطات، با مروری بر الگوهای ارتباطی، مشکل اصلی این الگوها را نداشتن هدفی روشن و جامع دانسته است (فیسک، 1386، ص 60). همچنین اندیشمند دیگر ارتباطات جرج گربنر، فقدان رویکرد ارزشی برای مطالعات ارتباطی را موجب عدم درک معنای یافته‌ها دانسته و نوشته است: «جست و جوی قوی برای یک ساختار نظری فنی و ارزش مدار مهم ترین نیاز در حرکت به سوی «علم ارتباطات» است» (گربنر جرج، به نقل از کوبلی، 1387، ج 1، ص 211). چنانکه قبلاً اشاره شد یکی از صاحب نظران ارتباطات کشورمان نیز در مقدمه‌ای که بر یک اثر تحقیقی در این زمینه نگاشته، بر کمبود و ضرورت مطالعه ارزشی در بحث‌های ارتباطی تأکید کرده است (شکرخواه، به نقل از پویا، 11، 1389).

نا گفته نماند که ضرورت توجه به این مسأله، یعنی ارجاع الگوهای بنیادین به ایدئولوژی‌های جهان شمول که رفتار فرد، گروه، ماشین و غیره را مدیریت و برنامه‌ریزی کند و از عهده ارائه قواعد و ضوابطی زیرساختی که از ثبات لازم نیز برخوردار باشد، از دهه 1970 به این سو در غرب نیز توسط صاحب نظران این حوزه مطرح شده است، هر چند نتایج عملی قابل توجهی در بر نداشته است (سبوک، به نقل از کوبلی، 1387، ج 2، ص 174).

یکی از کاربردهای مهم الگوی ارزشی، این است که نشانگر بنیان‌های نظری و استراتژی‌ها و راهبردهای اساسی نظام فکری است که الگو منبعث از آن است. چنانکه گفته شده که مهمترین نقش مدل یا الگوی ارتباطی، ارائه رؤس استراتژی‌هایی است که در آن، عناصر اصلی موقعیت‌های ارتباطی نشان داده شده و روابط موجود میان آنها تبیین شده است (اتولربینگر، 18، 1376).

به هر حال کمبود رویکرد ارزش مدارانه در تحقیقات علوم انسانی و از آن میان علوم ارتباطات و مشکلات ناشی از آن، جدی است و چنانکه گفته شده علت اصلی آن فاصله گرفتن علوم انسانی جدید از منابع و عرصه‌های دینی است که ایستگاه‌های ثابت و جامع اندیشه بشری هستند. به این جهت دسته‌ای از اندیشمندان، راه برون رفت از این مشکل را بازگشت به اندیشه اسلامی و پی ریزی بنیان‌های فکری و زیرساخت‌های معرفت‌شناسانه و ارزشی مبتنی بر وحی دانسته‌اند (مسعودی، 1386، 28).

بنا بر این منظور از الگوی ارزشی در این تحقیق، الگویی از ارتباطات است که نه بر مبنای تحلیل تجربی (در رویکرد اثباتی)؛ و نه تحلیل زیسته (در رویکرد تفسیری)؛ که بر مبنای باید ونباید‌های وحیانی، ترسیم شود.

### ارتباطات

در تعریف ارتباطات گفته شده است که «ارتباطات یعنی انتقال معلومات جدید از طرف فرستنده و از طریق کانال به گیرنده پیام، به طوری که در مخاطب ایجاد معنی کند... ارتباط به یک فرستنده، پیام و گیرنده نیاز دارد، هرچند گیرنده حضور نداشته باشد یا از منظور فرستنده برای برقراری ارتباط در زمان ارتباط آگاه نباشد. بنابراین ارتباطات می‌تواند در سرتاسر مسافت‌های گسترده زمانی و مکانی رخ دهد» (امیرپور و بهرامیان، 1393، 42).

در تعریف «ارتباط» نیز که اساس ارتباطات است تعاریفی مطرح شده که با آنچه در تعریف ارتباطات گفته شد، کم و بیش هماهنگ است: «ارتباط، فرآیند پیچیده انتقال اندیشه‌ها، اطلاعات و تصورها از ذهن یک فرد به ذهن دیگری است. این فرآیند با نیت و قصد مشخص فرستنده، برای به جای گذاشتن اطلاعات در ذهن دیگری یعنی گیرنده، آغاز می‌شود. فرستنده باید نیت خود را که اندیشه‌هایی مجردند، به صورت نمادهایی درآورد و آن‌ها را به پیامی محسوس برگرداند؛ از رسانه مناسب بهره گیرد و پیام خود را به گیرنده انتقال دهد» (وسترا، 45، 1387).

درباره ارتباط جمعی نیز گفته شده که ارتباط گر با جمعی از مخاطبان عمومی ارتباط برقرار می‌کند. در ضمن هرچند وسایل جدید ارتباطی جدید اینگونه ارتباط را ممکن و تسهیل کرده اند،

اما صاحب نظران به درستی اشاره کرده‌اند که با این حال ارتباط جمعی، اختصاصی به زمانه ما و اختراع وسایل پیشرفته ارتباطی ندارد (بلیک و هارولدسن، 49، 1378).

نکته آخر اینکه برخی ارتباط را که مفرد ارتباطات است به معنی فرآیند انتقال پیام دانسته‌اند و ارتباطات را بیشتر برای وسایل ارتباطی به کار برده‌اند (معمدنژاد، 25، 1368).

در یکی از کتاب‌هایی که در آن بحث از ارتباطات به تفصیل مطرح شده با اشاره به اینکه وجود فن‌آوری‌های ارتباطات مانند رادیو، تلویزیون، تلفن، ماهواره و شبکه رایانه موجب انقلابی در ارتباطات شده، درباره سابقه این رشته نوشته است: «اگرچه ارتباطات از زمان باستان مورد مطالعه قرار گرفته است، اما در قرن بیستم مشخصاً به عنوان یک موضوع بسیار مهم مطرح شده و به طور قطع در حال حاضر از اهمیت فوق العاده برخوردار است» (لیتل جان، 1384، 30). در این کتاب سپس درباره اهمیت ارتباطات نوشته است: «در سال‌های اخیر دانشمندان بسیاری پی برده‌اند که ارتباطات پایه و اساس تمام تجارب انسانی است و بیش از همه موضوعات بر آن تکیه کرده‌اند» (همان، 34).

مؤلف این کتاب با وجود قدمت ارتباطات از سویی و اهمیت آن در دوران جدید از سویی دیگر، اذعان می‌کند که ارائه تعریف جامعی از «ارتباطات» بسیار دشوار است و علت آن را انتزاعی بودن این مفهوم دانسته که به ناچار واجد معانی مختلف می‌شود (همان، 35).

از توضیحات این نویسنده بر می‌آید که وی تفاوت زیادی بین ارتباط که صرف برقراری رابطه با دیگران است با آنچه امروزه به عنوان ارتباطات که بیشتر با ویژگی‌هایی مانند تکنولوژیک بودن و وجه جمعی داشتن آن شناخته می‌شود، قائل نشده است.

در تحقیق حاضر، از ارتباطات، تعریفی در نظر است که ارتباط پایه و اساس آن است. به گونه‌ای که منظور از ارتباط، انتقال دانش، اطلاع و هرگونه معنایی از فرستنده به گیرنده است. آنگاه اگر مخاطب فردی به مخاطب جمعی تبدیل و پیام از طریق رسانه ارسال شود در این صورت، ارتباطات به معنای اصطلاحی آن شکل می‌گیرد. به علاوه در این صورت، قصد ارسال پیام از فرستنده به گیرنده وجود دارد، خواه مخاطب بالفعل و معین باشد، خواه بالقوه و تعیین

نشده باشد. به این ترتیب، هر جا در این تحقیق سخن از رسانه و راهبردها و راهکارهای رسانه‌ای می‌شود به اعتبار نتیجه بحث برای رسانه به عنوان واسطه انتقال پیام به مخاطب است.

## مخاطب

همانگونه که در باره سابقه طولانی ارتباطات در حیات بشر بیان شد، در باره مخاطب نیز گفته شده که گرچه بحث از مخاطب بیشتر به ارتباطات جمعی مدرن و با واسطه مربوط است، اما بحث از مخاطب، بخش‌هایی از اندوخته واقعی دانش کلاسیک است و از خطابه‌های دوران باستان وارد پژوهش مدرن شده است (کوبلی، 384، 1387). به این جهت پیش از اختراع رسانه‌های جدید، مخاطبان، جماعت‌های کتابخوانی بوده‌اند که با اختراع صنعت چاپ از قرن پانزدهم میلادی دائم روبه افزایش گذاشته‌اند. اما با افزایش توانایی «خواندن» در دو قرن اخیر و پیدایش فناوری‌های نوین و توسعه رسانه‌های دیداری- شنیداری، آنچه امروزه آن را مخاطب می‌خوانیم، شکل گرفته است (نایتینگل و راس، 31، 1391).

در هر حال، هم اکنون مخاطب بخش قابل توجه و مهمی از فرآیندهای مربوط به ارتباطات جمعی به حساب می‌آید و به جمعی از افراد که پیام‌های عرضه شده از رسانه‌ها را دریافت می‌کنند گفته می‌شود. در نتیجه مخاطبان، گروهی هستند که در فرآیند ارتباط جمعی مشارکت دارند، اما به طور معمول و در حالت طبیعی، درگیر ساخت محتواها نیستند (Donsback 2008:250 به نقل از نایتینگل و راس، 31، 1391).

خلاصه اینکه مخاطب، به افرادی گفته می‌شود که به صورت انفرادی یا جمعی پیام‌ها را دریافت می‌کنند که امروزه این کار از طریق وسایل ارتباط جمعی انجام می‌شود (گیل و بریجت، 233، 1384).

اهمیت مخاطب در ارتباطات، از آنجا ناشی می‌شود که هدف و مقصود اصلی از برقراری هر ارتباط رساندن پیام به مخاطب است. زیرا ارتباط در خلاء شکل نمی‌گیرد و با فرض وجود مخاطب است که ارتباط معنا دار و هدفمند می‌شود. در نتیجه، در اغلب موارد بدون توجه به مخاطب چه مستقیم و بالفعل و چه غیر مستقیم و بالقوه، ارتباط، مهمل و بیهوده تلقی می‌شود.

نکته مهم و قابل توجه درباره مخاطب این است که ارتباط از هرنوع که باشد، شفاهی و چهره به چهره یا غیرشفاهی و از طریق رسانه‌ها؛ شناخت ارتباط گر از مخاطب لازمه برقراری ارتباط موفق است. این موضوع تا آنجا اهمیت دارد که در ارتباط شفاهی یا چهره به چهره که در آن، ارتباط گر واکنش‌های مخاطب را همزمان با عرضه پیام، درک می‌کند، توجه به اقتضای حال مخاطب را مزیت این نوع از ارتباط دانسته‌اند. اما در ارتباط غیرشفاهی که پیام فرست از چنین مزیتی برخوردار نیست، به ناچار با در نظر گرفتن مخاطبی فرضی - که مختصات او را برای خود تعریف کرده است - باید روند برقراری ارتباط را مدیریت کند که دو سویه بودن آن پنهان است و بازخورد از سوی مخاطبان آنی نیست و در زمان خلق پیام اتفاق نمی‌افتد. در این صورت فرستنده پیام باید واکنش‌های مخاطبان خود را پیش بینی و بازخوردهای احتمالی آنان را در نظر بگیرد (شاهسوندی و خانه زاد، 157، 1392).

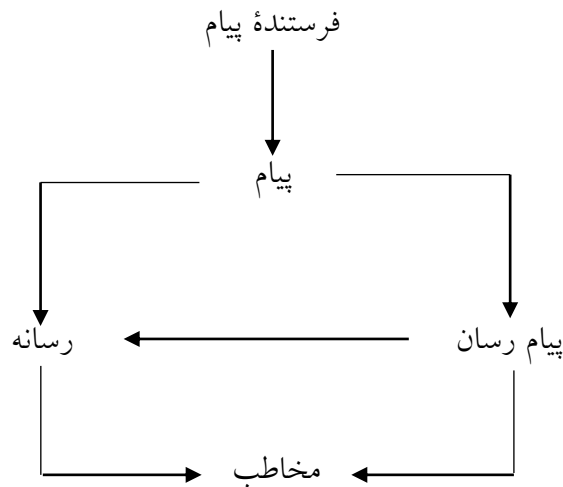
علاوه بر همه اینها دشواری ارتباط گیری و ارسال پیام غیرحضوری، هنگامی بیشتر آشکار می‌شود که ارسال پیام در محدوده زمان و مکان معین باقی نماند و پیام فرست، داعیه رساندن پیام را به همه نسل‌ها و عصرها داشته باشد. در این صورت برای شکل گیری ارتباطی موفق، لازم است فرستنده پیام، به گذشته، حال و آینده و همه نیازهای ثابت و متغیر مخاطب انسانی توجه کند؛ که چنین فرضی در پیام رسانی و حیانی که در قرآن مطالعه می‌شود، وجود دارد.

### چارچوب مفهومی

چارچوب مفهومی در تحقیقات کمی و کیفی برای سازماندهی و تبیین رابطه بین مفاهیم و متغیرهای اصلی تحقیق به کار می‌رود. درباره چارچوب مفهومی، ضمن تأکید بر اینکه «چارچوب مفهومی نقش بسیار مؤثری در اجرای موفق تحقیق دارد»، گفته شده که «شکل گیری چارچوب مفهومی در یک پژوهش، فهم موضوع مطالعه را تسهیل می‌کند» (طیبی و همکاران، 1393، 77).

با ارائه یک الگوی مفهومی، درک روشن و جامعی از ابعاد و اجزاء موضوع پژوهش به دست می آید. به این سبب برای تدوین چارچوب مفهومی، لازم است مفاهیم اصلی و ارکان مرتبط با موضوع تحقیق، شناسایی و رابطه آنها با یکدیگر به نحو نظام مند ترسیم شود. ارکان و عناصر اصلی فرآیند ارتباط، عبارتند از: « فرستنده پیام»، «پیام»، «پیام رسان»، «رسانه» و «پیام گیر یا مخاطب». این عناصر که به طور طبیعی در اغلب فرایندهای ارتباط غیر چهره به چهره حضور دارند، در هر پژوهش ارتباطاتی، ارکان یا اجزاء اصلی مطالعه محسوب می شوند و مفاهیم محوری ارتباط که اجزاء ارتباط را به هم پیوند می دهند همین مفاهیم هستند.

به این ترتیب مفاهیم اصلی ارتباط که چارچوب مفهومی این تحقیق را تشکیل می دهند، این عناصرند که تبیین اجزاء و زیر مجموعه های آنها و تشریح رابطه بین آنها با هم، راهنمای مطالعه و مفهوم گیری از قرآن شده و راهنمای تبیین و ترسیم الگوی ارزشی ارتباطات در قرآن خواهد بود. نمودار زیر نشان دهنده عناصر یا مفاهیم اصلی ارتباط است:



در بحث از ارکان و اجزاء اصلی مربوط به الگوی ارتباطات در قرآن، در این چاقوب مفهومی، از آنجا که در رأس هر ارتباطی با مخاطب انسانی از نظر قرآن که همان «فرستنده پیام» است، ذات اقدس الهی می باشد، فرایند ارتباط در ابعاد چهارگانه «پیام رسان»، «رسانه»، «پیام» و «مخاطب»، به هدایت الهی بر می گردد که در این صورت، این چهار عنصر که مبنا و اجزاء تکمیل کننده پازل یا جورچین این تحقیق اند، صبغه الهی پیدا می کنند. در نتیجه «پیام رسان»، در اهداف، راهبردها و ارائه محتوا و ساختار پیام و چگونگی تعامل با مخاطبان، در تطابق با خواست و هدایت الهی عمل می کند، که این کار، گاهی در ارتباط مستقیم و بدون واسطه با مخاطب است و گاهی غیر مستقیم و از طریق رسانه؛ که در این صورت، «رسانه» ابزاری برای رساندن پیام به مخاطبان و تحقق همین منظور است؛ و سرانجام اینکه «مخاطب» نیز بر این اساس، دریافت کننده پیام در مسیر هدایت الهی در زندگی و آخرت است. از تبیین مجموعه این عناصر ارتباطی به نحو جامع و نظام مند، الگوی ارزشی ارتباطات مورد نظر قرآن استخراج می شود که به مسائل نظری در ارتباطات اسلامی و نیازهای راهبردی و راهکارهای عملی در مدیریت رسانه دینی پاسخ می دهد. در اینجا فرض بر این است که اصول اساسی و متقن ارتباط با مخاطب انسانی از منظر قرآن، برخلاف الگوهای رایج که با تغییر شرایط، دچار تغییر و تزلزل می شوند، ثابت است و با تحولات



و تغییرات عصری، اساس آن تغییر نمی‌کند، اگرچه راهکارهای عملی در تطبیق با شرایط و موقعیت مخاطبان متغیر است.

## پیشینه تحقیق

تحقیقات انجام شده مرتبط با موضوع این تحقیق که در چند سال اخیر، بویژه در قالب پایان نامه‌های دکتری و کارشناسی ارشد صورت گرفته قابل ملاحظه است که به اختصار و به ترتیب سال انتشار از گذشته تا کنون، معرفی می‌شوند:

### الف) کتاب

1. پویا علیرضا (چاپ اول: 1383، چاپ دوم: 1389)، خبر و خبررسانی در قرآن کریم،

تهران: انتشارات دانشگاه صداوسیما

در این کتاب که ظاهراً اولین اثر تألیفی به زبان فارسی در یکی از مسائل ارتباطات و کارکردهای مهم رسانه‌های جمعی در قرآن است، ابتدا به مباحثی همچون اهمیت خبر در جهان امروز، تعریف خبر، تأثیرات خبر، ارزش‌های خبری و گزینشگری یا دروازه بانی در خبر از نظر علم ارتباطات، اشاره شده است. سپس در بخش اصلی کتاب، مباحث قرآن در موضوع خبر و خبررسانی به دو بخش دیدگاه قرآن درباره « محتوای خبر » و « نحوه ارائه خبر »، تقسیم شده است. در بخش اول، از دیدگاه قرآن، ضرورت رعایت ویژگی‌هایی در خصوص محتوای خبر لازم شمرده شده است: صدق و راستی در خبر، حقیقت‌گویی در تفسیر خبر، مفید و آموزندگی و اجتناب از بدآموزی در خبر، توجه به محتوای مناسب خبر در شرایط بحران، تدارک محتواهای مناسب برای افشای اخبار دروغ و تدارک اخبار هشدار دهنده. و در بخش دوم یعنی دیدگاه قرآن درباره نحوه ارائه خبر بر رعایت این موارد تأکید شده است: پخش اخبار موثق، استفاده از الفاظ محترمانه و مؤدبانه، ارائه ساختار و چیش خبر به صورت روشن و قابل درک، لزوم سرعت در خبررسانی، رعایت عفاف و اجتناب از گسترش فساد در پخش خبر، خودداری از تجسس و ورود به حریم خصوصی افراد در خبررسانی (مگر در صورت به خطر افتادن مصالح نظام اسلامی و منافع عمومی)، اجتناب از بدگویی به افراد، اجتناب از تمسخر و تحقیر دیگران، ارائه اخبار مستند،

تصویری کردن خبر، خبر توأم با تفسیر لازم، گزیده گویی و دوری از حشو و زواید، برجسته سازی اخبار مهم، جلب توجه مخاطبان و ایجاد جذابیت در خبر و توجه به موقعیت مخاطبان. در پایان کتاب، گفته شده که از دیدگاه قرآن خبررسانان و مخاطبان خبر هر دو در قبال ارسال و دریافت خبر مسئولیت دارند. خبرنگاران و مدیران خبر در باره اخباری که منتشر می کنند و یا حتی از انتشار آن بی دلیل خودداری می کنند، و مخاطبان درباره اخباری که خود را در معرض اثرپذیری از آن قرار می دهند، مسئولند. و سرانجام اینکه رویکرد قرآن در قبال محتوا و نحوه ارائه خبر با آنچه امروزه در خبرگزاری ها و رسانه های متکی بر روش های خبر رسانی با رویکرد غربی در جریان است، تفاوت های قابل ملاحظه ای دارد که عمده تفاوت ها به رعایت حقوق و مصالح واقعی مخاطبان از دیدگاه قرآن برمی گردد.

2. لطف الله فروزنده و سحر کوثری (1390)، شاخصه های ارتباط سازمانی با رویکرد

قرآنی، قم: بوستان کتاب

در این اثر ضمن بررسی فرایند ارتباطات و مهارت های عملی مربوط به آن به بحث در باره موانع و عوامل ایجاد یک ارتباط سازمانی پرداخته شده و در این راستا انواع ارتباطات اثربخش از منظر قرآن کریم و نهج البلاغه تبیین شده است. همچنین ضمن اشاره به این نکته که ارتباطات، شاهرگ حیاتی هر سازمان است، تأکید شده که مدیران و رهبران سازمان ها از طریق ارتباط است که با ایجاد هماهنگی و انسجام در بین افراد سازمان، اهداف خود را دنبال می کنند. چراکه نیروی انسانی در سازمان، عنصری کلیدی است که با ارتباط مؤثر برانگیخته می شود و اهداف را با انگیزه و باور درونی دنبال می کند.

در این کتاب با استناد به معیارهای ارتباطی قرآن در حوزه های فردی، سازمانی و محیطی، ضمن تفسیر اجمالی برخی از آیات قرآن در این باره، ضوابط ارتباطات سازمانی و مدیریت در این زمینه بررسی شده و از مهمترین عوامل و شاخص های ارتباط سازمانی در قرآن، بر موارد ذیل تأکید شده است: حذف افراد چاپلوس، حذف افراد دوچهره و منافق، وجود سعه صدر، پاسخ گویی، رعایت قواعد و ضوابط تشویق، توبیخ و گزینش نیروها، نظرسنجی، تدبیر در انجام

مسئولیت‌های سازمانی، مراقبت و جلوگیری از جوسازی‌ها و پخش شایعات، اهتمام به برنامه‌ریزی و کادرسازی، و نظارت و کنترل بر عملکرد درون سازمانی.

3. عباسعلی کامرانیان (1393)، نکته‌های قرآنی درباره رسانه‌های جمعی، قم: نور قرآن و

اهل بیت :

در این کتاب، نکات مختلفی از قرآن درباره رسانه‌های جمعی مطرح شده است. در آغاز به تأثیر شگرف رسانه‌های گروهی بر مردم و استفاده صاحبان زر و زور و تزویر از آنها برای تبلیغ کالاها و حفظ قدرت و شهرتشان اشاره شده و گفته شده که رسانه‌ها در جهت دادن به ذائقه و خواسته‌های مردم و سالم‌سازی یا تخریب روح و روان افراد جامعه نقش زیادی دارند.

در این اثر، برخی نکات مهم قرآنی درباره ویژگی‌های رسانه‌های مسئول و متعهد اینگونه مطرح شده است: با نام و برای رضای خدا بگوئیم و بنویسیم و مردم را به سوی خدا دعوت کنیم. خوب بگوئیم و خوب بنویسیم. اخبار را درست و با رعایت صداقت و امانت‌داری مطرح کنیم. براساس دلیل و منطق، اقدام کنیم. و سرانجام اینکه براساس عدالت، فریادگر آزادی و مدافع حق باشیم.

## ب) پایان‌نامه‌ها

1. شمشیری ابراهیم (1386)، راهبردهای ارتباطی شبکه تلویزیون دینی جمهوری اسلامی

ایران؛ مطالعه موردی شبکه قرآن و معارف سیما، استاد راهنما ناصر باهنر: پایان نامه

کارشناسی ارشد، دانشگاه صدا و سیما

این تحقیق برای مشخص کردن راهبردهای ارتباطی تلویزیون دینی جمهوری اسلامی با مطالعه موردی شبکه قرآن و معارف سیما در چارچوب نظریه همگرا انجام شده است. همگرایی به عنوان صفت نظام ارتباطی یک جامعه، بدین معناست که هر چند ساز و کارهای ارتباطی رسانه‌های سنتی و مدرن هر یک از مکانیزم و ماهیت عملکردی مخصوص به خودشان برخوردارند که با دیگری متفاوت است، ولی در عین حال، در جهت رسیدن به یک هدف واحد با هم مشترک و همگرا بوده و به نوعی مکمل یکدیگرند.

نتایج این پژوهش نشان می دهد که اولویت اصلی تلویزیون دینی، پرداختن به اطلاع رسانی و سرگرمی و پس از آنها آموزش و ارشاد است. در این تحقیق نتیجه گیری شده است که خارج کردن رسانه مدرن دینی از اولویت های کارکردی اش یعنی سرگرمی و اطلاع رسانی و کشاندن آن به سمت اولویت کارکردی رسانه های سنتی دینی یعنی ارشاد و آموزش، تاثیراتی را بر هر دو رسانه بویژه رسانه مدرن بر جای خواهد گذاشت که از نظر این تحقیق مثبت ارزیابی نمی شود. اهم تاثیرات نامطلوب بر رسانه مدرن دینی عبارتند از: برنامه سازی تقلیدی از رسانه های سنتی دینی که احتمالاً مخاطبان را بسیار تقلیل خواهد داد، روی آوردن به جذابیت های محتوایی به جای حرکت به سمت جذابیت در نحوه ارائه پیام و غفلت از برنامه سازی با رویکرد نیاز - مصلحت محور.

2. لطفی علی (1389)، قرآن و اصول ارتباطات اجتماعی، استاد راهنما: محسن الویری،

پایان نامه دکتری، دانشکده اصول دین

در این تحقیق آمده است که خداوند انسان را اجتماعی آفریده است و انسان براساس مقتضای فطرتش، سعی در برقراری ارتباط با دیگران دارد. براساس آموزه های قرآنی، مهم ترین هدف در فراگرد ارتباطی، به کمال رساندن انسان است. هر چند برای ارتباطات اجتماعی اهدافی آنی و میانی نیز در نظر گرفته شده است. این ارتباطات بر پایه اصول ثابت و فراگیری واقع شده که با تغییر شرایط هویت خود را از دست نمی دهد. اصولی مانند: خردورزی، عدالت ورزی، کرامت، خیر خواهی، حق طلبی، مهرورزی و اصلاح طلبی؛ که انسان بر پایه این اصول، می تواند با دیگران ارتباط برقرار کند. در این تحقیق با استفاده از آموزه های قرآنی، مهارت های کلامی در ارتباطات اجتماعی در قالب سخنرانی، مصاحبه، گوش دادن، اقناع و صراحت لهجه مورد بررسی قرار گرفته و به مهارت های غیر کلامی، از قبیل حالات مختلف چهره، زبان بدن، فاصله و قلمرو، لمس، محیط، ارتباطات آوایی، زمان و زبان اشیا اشاره شده است. همچنین در خصوص عوامل آسیب زا در ارتباطات، در عامل محیطی به مواردی چون سرو صدا و مکان نامناسب و در عامل روانی به اموری مانند کبر و غرور، بخل ورزیدن، تحقیر دیگران، تزییع حقوق دیگران، نفاق، منفی نگری، بد خواهی، تمسخر، زشت گویی، خشونت، تند خویی و

جهالت اشاره شده است. همچنین در عامل فرهنگی به تقلید ناپسند و قهرمان سازی، و در عامل فیزیولوژی به اختلال‌هایی چون لکنت زبان که ناشی از نقصان عملکرد اعضای بدن می‌باشد، اشاره شده است.

3. فقیهی نژاد مهدی (1389)، الگوی ارتباطات انسانی در قرآن کریم؛ مطالعه موردی داستان حضرت موسی<sup>7</sup>، استاد راهنما: مجتبی رضوی طوسی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صدا و سیما.

در گزارش این تحقیق آمده است که بسیاری از علوم انسانی، مبتنی بر فلسفه‌هایی است که مبانی آنها مادیگرا و بی اعتقاد به تعالیم الهی است که نتیجه آن ترویج شکاکیت و تردید در مبانی دینی، اعتقادی و قرآنی است. در این تحقیق با بررسی مبانی نظری و فلسفی ارتباطات از دیدگاه مکاتب مختلف و تأملی در چارچوب‌های حاکم بر این دیدگاه‌ها تلاش شده است به طرح دیدگاه و تقسیم بندی جدیدی از ارتباطات انسانی بر اساس مبانی قرآنی، پرداخته شود.

بر اساس نتایج این تحقیق، از دیدگاه قرآن بالاترین هدف در موضوع ارتباطات توجه به خدا، رضایت او، دلدادگی و اخلاص در مقابل اوست. لذا از نظر قرآن هرگونه ارتباطی که موجب پیدایش و تقویت پیوندهای اجتماعی برای رساندن جامعه به قرب الهی شود، پسندیده و هرگونه ارتباطی که موجب دوری جامعه از پرستش و عبودیت خداوند شود، نکوهش شده است. بنابراین لازم است که هر نوع تماس و ارتباط بین انسان‌ها متناسب با هدف نهایی کل عالم و بر اساس دستورات دینی شکل بگیرد. بر اساس مطالعه ارتباطات حضرت موسی<sup>7</sup> در قرآن، گفته شده است که ارتباطات انسانی چند گونه است: ارتباط با خدا، ارتباط با اولیاء، ارتباط با جامعه و ارتباط با طبیعت؛ که ارتباط با خدا، محور همه ارتباطات انسان است. همچنین توضیح داده شده که ارتباط انسان با طبیعت تحت تاثیر ارتباطات اجتماعی انسان، و ارتباط انسان با جامعه تحت تاثیر ارتباطات تاریخی انسان است و نوع ارتباط انسان با تاریخ نیز ناظر به ارتباط با خدا و پرستش است.

4. حاج خلیلی رضا (1390)، اصول برقراری ارتباط گفتاری در قرآن و حدیث شیعه، استاد

راهنما: محمد باقر سعیدی روشن، پایان‌نامه دکتری دانشکده اصول دین

در این تحقیق آمده است که ارتباط گفتاری میان فردی بر پایه اصولی استوار است و قرآن به عنوان یگانه رسانه و حیانی دست نخورده، این اصول را به مخاطبان خود معرفی کرده و پیامبر اسلام<sup>9</sup> و پیشوایان شیعه آن‌ها را تبیین کرده‌اند.

محقق با بهره‌مندی از آیات قرآن و روایات شیعه با مراجعه به تفاسیر و کتب روایی و نیز یافته‌های علمی و تجربی حوزه ارتباطات، تلاش کرده است اهم این اصول را معرفی کند. بر این اساس ابتدا به کلیاتی که از نظر وی پایه و نقاط اتکای بحث بوده‌اند، به این قرار پرداخته است: اهمیت و ضرورت، پیشینه، قاعده‌مندی، فراگردی بودن و عناصر برقراری ارتباط گفتاری بر حسب ضرورت. پس از آن اصول مرتبط با هر یک از سه عنصر اصلی ارتباط گفتاری (پیام‌رسان، پیام و مخاطب) بررسی شده است. در این راستا گفته شده که آگاهی و احاطه پیام‌رسان بر سه مقوله پیام، مخاطب و محیط، زمینه‌ساز فرآیند ارتباط است و درمقابل انتقال پیام از روی ناآگاهی و عدم شناخت روحیات، باورها، ارزش‌ها و حتی جنسیت مخاطب و ناآشنایی به محیط، شرایط و فضای برقراری ارتباط، موجب اختلال در برقراری ارتباط می‌شود. همچنین پیام‌رسان، با ایمان و باور به پیام از انگیزه بالایی در پایداری بر انتقال آن برخوردار است و داشتن مهارت‌های گوناگون برقراری ارتباط از جمله مهارت‌های اقناع عقل، فطرت و احساس، او را در انجام رسالت پیام‌رسانی پیش می‌برد.

مخاطب نیز برای پذیرش پیام، نیازمند شناسایی جوانب پیام دریافتی است؛ زیرا انسان عقلاً مسئول یافته‌های خویش است. از این جهت سعی در شناخت و درک صحیح پیام، زمینه‌ی تجزیه و تحلیل آن را بهتر فراهم می‌کند. مخاطب پیام را از صافی باورها، ارزش‌ها و هنجارهای مورد قبول خویش عبور داده و آنچه را با خط‌کش او اندازه‌شود می‌پذیرد. و سرانجام اینکه محتوای پیام در پذیرش آن نقش تعیین‌کننده دارد و پیام‌های عقلانی، هدایتگر و امیدبخش همواره از سوی مخاطب بهتر پذیرفته می‌شوند.

5. خاتمی حمیده سادات (1390)، بررسی اخلاق خبر رسانی از منظر آیات و روایات. استاد

راهنما: ابراهیم فتحی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه باقرالعلوم<sup>7</sup>

در این تحقیق با اشاره به اینکه در عصری زندگی می کنیم که حجم برق آسای اطلاعات و اخبار در کنار توزیع ناعادلانه آن با نام نظم نوین جهانی اطلاعات، جریانی هدفمند و کنترل شده را برای کل جهان رقم زده، آمده است در این میان فقر شدید ارزش مدارانه و اخلاقی در جریان خبر رسانی عصر جدید کاملاً محسوس است. این نیاز از آنجا احساس می شود که اصول و قوانین مدون ارتباطی که خواستگاه و ریشه های غربی دارد با همان بسته بندی برخواسته از ایدئولوژی غربی و نسبی گرایی اخلاقی، به همه کشورها صادر می شود؛ که وظیفه جامعه دینی جذب علم و دفع معایب آن است.

محقق با طرح این سؤال که از منظر قرآن و معصومین:، اخلاق خبر رسانی چگونه است و چه ویژگی هایی دارد، با بررسی تفاسیر و کتب حدیث به بررسی دیدگاه قرآن و روایات در رابطه با اخلاق خبر رسانی پرداخته است. بر این اساس اصول و ارزش های اخلاق خبر رسانی از دیدگاه آیات و روایات در سه محور بررسی شده: 1) اخلاق مربوط به مخبر، 2) اخلاق مربوط به شیوه خبر رسانی، 3) اخلاق مربوط به محتوای خبر.

پژوهشگر در ادامه ملاک های قرآن و روایات را برای خبر رسانی در ذیل این محورها بیان کرده است. بر اساس نتایج این پژوهش، چنانچه رسانه در خبر رسانی به اصول و قواعد اخلاقی به دست آمده از قرآن و روایات پایبند باشد، اولاً: خبر آن از پایایی و پویایی فرا زمانی و فرا مکانی برخوردار می شود. ثانیاً: اعتماد مخاطب که بزرگ ترین سرمایه رسانه است جلب می شود. در پایان نیز بر این نکته تأکید شده است که تأمین شدن این غایات در گرو آن است که مجموعه اصول اخلاقی در خبر رسانی قرآنی و روایی به طور هماهنگ و سیستماتیک در ارائه خبر مورد توجه و کاربرد قرار گیرد.

6. بشیر زاده داود (1391)، الگوی مدیریت پیام از دیدگاه قرآن، استاد راهنما: کریم خان

محمدی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده صدا و سیمای قم

در این تحقیق آمده است که قرآن، کتاب کاملی از سوی خداوند متعال برای انسان ها است که حجم زیادی از آن مربوط به ارتباطات انسانی و پیام های مبادله شده در آن است. هدف از انجام این پژوهش دست یافتن به الگوی قرآنی برای مدیریت پیام در رسانه های دینی است. با این حال تحقیق حاضر به دنبال شناسایی فرایندهای مدیریتی نیست؛ بلکه به دنبال شناسایی

شاخص ها و اصولی است که بتواند به الگویی نسبتاً جامع برای به نظم کشیدن مدیریت پیام در ارتباطات انسانی (اعم از رسانه‌ای و غیره) در چارچوب آموزه‌های روح بخش و نجات بخش اسلامی دست یابد.

این تحقیق با گزینش آیات قرآن، بر اساس استفاده از کلید واژه‌های قرآنی انجام گرفته و پس از فیش‌برداری و بهره‌گیری از نکات تفسیری، انجام یافته است.

بر اساس نتایج این تحقیق ارتباط گر باید بدانند هیچ پیامی بی‌اثر نیست و اثر ایجاد شده در مخاطب، به راحتی قابل کنترل نیست. بنابراین پیام باید قبل از تولید یا ارسال، حساب شده و جامع باشد. همچنین بر فرایندهای مدیریتی پیام رسانی نیز باید نظارت و کنترل لازم صورت بگیرد تا اثرات ناخواسته، کنترل و مدیریت شود. اگر چه این اثرات ناخواسته، بسته به کارکردهایی که دارند، مثبت با منفی تلقی شده و ضرورت دارد نسبت به از بین بردن اثرات منفی و تقویت اثرات مثبت آن اقدام لازم صورت گیرد.

## 7. کرباسیان قاسم (1391)، رویکردهای ناظر به جایگاه مخاطب در پیام‌رسانی از منظر

قرآن کریم (با تمرکز بر آیات قرآنی مشتمل بر درخواست مخاطب)، استاد راهنما:

محسن الویری، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده صدا و سیمای قم

در این تحقیق آمده که جایگاه مخاطب در پیام رسانی، از جمله مسائل اساسی در عرصه مطالعات مربوط به ارتباطات و رسانه است که منجر به شکل‌گیری رویکردهای مختلفی در این رابطه شده است. و دو رویکرد «خواسته محور» و «مصلحت محور» از جمله عمده رویکردهای مطرح در این زمینه می‌باشند. این پژوهش با استفاده از روش اسنادی و با هدف هموارسازی مسیر تحقق الگوی ارتباطات اسلامی و همچنین کمک به رسانه‌های اسلامی برای اتخاذ رویکردی مناسب در عرصه پیام‌رسانی، کوشیده است تا این دو رویکرد مطرح را به قرآن کریم عرضه نماید و دیدگاه این کتاب آسمانی در این دو رویکرد را بررسی کند.

نتایج این تحقیق حاکی از آن است که در فرهنگ قرآنی، مصلحت مخاطب در عرصه پیام رسانی پایه و محور بوده و خواسته مخاطب، در صورت همخوانی و همسو بودن با مصلحت،



مورد توجه است. ضمن اینکه مخاطب و اقتضائات مرتبط به وی نیز در عرصه پیام رسانی و تولید پیام باید مورد توجه قرارگیرد.

8. ظریفیان یگانه محمد حسین (1391)، بررسی شیوه‌های تبلیغ دین اسلام در رسانه

تلویزیون از منظر قرآن کریم، استاد راهنما: حسین شرف الدین، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده صدا و سیمای قم

در این تحقیق آمده است که یکی از فرامین مهم اسلام، مأموریت اساسی تبلیغ آموزه‌های دینی است. این مأموریت، در دنیای امروز که رسانه‌ها به ویژه تلویزیون تاثیر شگرفی بر نگرش و بینش مخاطبان دارد، ظرفیتی کم نظیر برای تبلیغ دین اسلام از این طریق را فراهم آورده است. این پژوهش با تقسیم شیوه‌ها در سه شیوه تعلیم، تبشیر و انذار، شیوه‌های پانزده گانه‌ای را برای تبلیغ دین از منظر قرآن کریم ارائه کرده است. در پایان همچنین گفته شده که انتظار و نیاز مخاطبان در خصوص دو کارکرد سرگرمی و اطلاع رسانی از رسانه تلویزیون بسیار زیادتر از دو کارکرد دیگر یعنی آموزش و ارشاد است. اگر چه لایه‌های عمیق پیام‌های دینی را می‌توان از طریق کارکرد آموزش و ارشاد، و لایه‌های سطحی پیام‌های دینی را می‌توان با استفاده از کارکرد تفریح و سرگرمی و اطلاع‌رسانی به مخاطبان انتقال داد.

9. خان‌محمدی کریم (1392)، جایگاه عقلانیت در فلسفه فرهنگ و ارتباطات اسلامی:

نقد عقلانیت ارتباطی هابرماس بر مبنای تفسیر علامه طباطبایی از عقلانیت در قرآن کریم، استاد راهنما: داوود فیرحی. پایان‌نامه دکتری دانشگاه امام صادق 7

در این پایان نامه بحث بر سر توانش و استقلال عقل در کشف ارزش‌های انسانی است. در قبال ارتباط این موضوع با مباحث دینی توضیح داده شده که چالش میان عقل و دین در عصر روشنگری و حاکمیت لیبرال دموکراسی، مباحث فروخته دیرین را با چهره مدرن و در سطوح جامعه شناختی بازتولید نموده و این سوالات را مطرح ساخته است: کدامین جامعه عقلانی است؟ در چه شرایطی و با چه مولفه‌هایی، جامعه، عقلانی تلقی می‌شود؟ موانع عقلانیت جوامع، چیست؟ عقلانیت در چه شرایط ارتباطی، تداوم می‌یابد؟

در این تحقیق آنگاه توضیح داده شده که مکاتب مختلف با توجه به مبانی هستی‌شناختی، انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی خویش، قرائت ویژه‌ای از عقلانیت ارائه می‌کنند که هر کدام درصدد ارائه الگوی مطلوب خود از عقلانیت هستند. هابرماس و علامه طباطبایی، به عنوان دو نمونه از مکاتب سکولار و دینی، هر دو ارزیابی مشابهی از وضعیت ناعقلانیت و ناعقلانی شدن جامعه دارند. هابرماس مدرنیته متأخر را مواجه با «عقلانیت‌صوری» ارزیابی می‌کند که آبستن ناعقلانیت است. وی مفهوم «عقلانیت - ارتباطی» را بر مبنای عقل خود بنیاد سکولار برای احیای مدرنیته و نجات آن از ناعقلانیت بازسازی می‌کند. علامه طباطبایی با اذعان به ناعقلانیت دوران مدرن و تشابه جوامع اسلامی با جوامع غربی از حیث ناعقلانی بودن، ماهیت ناعقلانیت جوامع اسلامی با جوامع سکولار غربی را متمایز دانسته و طبعاً راه حل متفاوتی برای خروج جوامع اسلامی از این بحران پیشنهاد می‌کند که محقق از آن با عنوان «عقلانیت و حیانی» تعبیر کرده است. علامه همچنین معتقد است جوامع اسلامی از طریق مکانیسم مصلحت‌گرایی حکام به جای تمسک به اصول و حیانی، به فروعات متشابه تمسک جسته، در نتیجه به «صورت‌گرایی» آبستن ناعقلانیت، گرفتار شده‌اند. به این ترتیب راه نجات از این وضع، نه «عقلانیت‌ارتباطی»، بلکه «عقلانیت - و حیانی» است. از این جهت در این پژوهش، بازسازی «عقلانیت و حیانی» بر اساس قرآن کریم، با استناد به اندیشه تفسیری علامه طباطبایی مورد بحث قرار گرفته است.

براساس نتایج این تحقیق، عقلانیت و حیانی ضمن پذیرفتن اهداف و آرمان‌هایی از قبیل «عدالت»، «برابری»، «آزادی»، «مشارکت»، «گفتگو» و «رهایی از سلطه» که هابرماس هم دنبال می‌کند، به جای تکیه بر عقل خودبنیاد، بر «عقل» و «سمع» مبتنی بوده و مجموعه‌ای از اصول پیشینی و حیانی را به عنوان مبنای گفتگو، مفروض می‌گیرد.

10. کافی مجید (1392)، نظریه ارتباط اجتماعی در قرآن، استاد راهنما: غلامرضا

جمشیدیها، پایان‌نامه دکتری، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

تحقیق ارائه شده بر این پیش‌فرض مبتنی است که راه برون رفت از مسائل و مشکلات علوم سکولار، نظریه‌پردازی و تولید علم کارآمد بر اساس نظریه‌های ساخته و پرداخته شده از متون دینی و هماهنگ با جهان‌بینی و فرهنگ جامعه است. در این تحقیق ابتدا مؤلفه‌های پارادایمی

علم دینی (اسلامی) تبیین شده و در بخش دوم، مبانی شناخت جامعه از آیات قرآن استنباط و استخراج شده و سرانجام بر اساس مؤلفه‌های پارادایمی تبیین شده برای علم دینی و همچنین مبانی استخراج شده برای شناخت جامعه از قرآن، تلاش شده نظریه‌ای اجتماعی برای فهم و تبیین واقعیت‌های اجتماعی از قرآن استخراج شود.

نتایج به دست آمده حاکی از آن است که ارتباط انسانها نتیجه تلاش برای رفع نیاز و ناشی از محرک‌های محیطی است. در سطح خرد مسائل احساسی، و در سطح کلان رفع نیاز و عوامل شناختی، و در سطح متوسط شرایط محیطی عامل شکل‌گیری ارتباط می‌شوند. در پایان تحقیق به طور کلی نظریه اجتماعی ارتباط به این شکل تعریف شده است که چون مردم به تنهایی ناتوان از انجام کارها و برآوردن نیازهای خود هستند (شرایط علی)، با دیگران ارتباط (پدیده) برقرار می‌کنند (استراتژی). از این رو می‌توانند اراده کنند تا (شرط کافی) کارهایی را که به تنهایی نمی‌توانستند انجام دهند، با همکاری دیگران انجام دهند (پیامد).

## 11. کاملی خلجی ابراهیم (1392)، استخراج شیوه‌های اقناعی قرآن و عرضه مدل‌های

ارتباطات اقناعی بر آن، استاد راهنما: ابراهیم فتح‌اللهی، پایان نامه دکتری، دانشکده الهیات و معارف اسلامی دانشگاه پیام نور مرکز

در این تحقیق آمده است که انسان موجودی اجتماعی است و برای زیست اجتماعی خود نیازمند ارتباط با دیگران است. ارتباط انسان‌ها با یکدیگر هدف‌های گوناگونی دارد و یکی از اهداف ارتباط انسان‌ها، متقاعد سازی یکدیگر برای پذیرش پیامی است که با برقراری ارتباط بین انسان منتقل می‌شود. و با پیشرفت علوم، موضوع اقناع و متقاعد سازی، مورد توجه متخصصان علوم ارتباطات و همچنین روان‌شناسی اجتماعی واقع شد و به عنوان یک موضوع مشترک در این دو علم مورد مطالعه و پژوهش قرار گرفت.

در این پژوهش، زمینه پیدایش نظریه‌های علمی اقناع و متقاعدسازی بررسی شده و دو نظریه «یادگیری» و «واکنش ادراکی» از نظریات مطرح در این موضوع مورد بحث قرار گرفته‌اند. در باره فرآیند اقناع و متقاعد سازی در قرآن کریم، گفته شده که قرآن مجموعه‌ای از پیام‌های الهی است که به وسیله پیامبر اسلام<sup>9</sup> به مخاطبان عرضه شده و اثر این پیام، در دو قالب پذیرش «ایمان

« و عدم پذیرش «کفر» در بین مخاطبان ظهور و بروز می‌یابد. در این پژوهش فرایند اقناع در قرآن، اثبات شده و شیوه‌ها و فنون اقناع در دو قالب تعقلی و شهودی، تحلیل و تبیین شده است. همچنین برخی از شیوه‌های اقناع به شکل تطبیقی در قرآن و علم ارتباطات مورد بررسی قرار گرفته است. در بخش پایانی و آخرین فصل نیز شیوه‌های اقناع و مدل‌های آن با شیوه‌ها و مدل‌های قرآن مقایسه و برتری‌های شیوه و مدل قرآن تبیین شده است.

## 12. مطهری، مرتضی (1392)، موانع پیام‌رسانی با رویکرد ارتباطی از منظر قرآن کریم.

استاد راهنما احمد زرنگار، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده صدا و سیمای قم

در این گزارش تحقیق با تأکید بر اهمیت دانش ارتباطات، آمده است باید به موازات پرداختن به عناصر و ارکان اصلی آن و آنچه این امر را تسهیل می‌نماید و ما را در امر ایجاد ارتباط یاری می‌رساند، به موانع موجود و آنچه در این مسیر ممکن است اختلال ایجاد نماید، پرداخته شود. این موانع ممکن است در هر یک از عناصر یک الگوی ساده‌ی خطی ارتباطی که عبارت است از فرستنده، مجرا (کانال) و گیرنده، دخالت نموده و مانع ارسال و دریافت مطلوب پیام شود. این نکته در ارتباطات دینی هم مورد توجه است که چرا برخی از پیام‌های دینی به خوبی ارسال و دریافت نمی‌گردد. اختلالات احتمالی را می‌توان در سه حوزه بررسی کرد: منبع، مجرا و دریافت. منبع وجود مقدس پیامبر است. اما در حوزه مجرا، با معارضین پیام‌های دینی برخورد می‌کنیم که برای اختلال در مجرا، از یک سری روش‌های مشترک همچون تکذیب، افتراء، انکار، استهزاء، و روش‌های اختصاصی همچون استفاده از سوگند دروغ، دعوت به زشتی، ایجاد خفقان و تمسک به جبریت، تطمیع، نقل افسانه در مقابل جذابیت‌های پیام‌های قرآنی و فریبکاری، کتمان حق، القای شبه (منافقین) و ایجاد انحراف، غلو و بزرگنمایی، درخواست‌های جاهلانه (اهل کتاب) بهره می‌گیرند. در حوزه دریافت هم معارضان از موانعی برخوردارند که از دریافت پیام دینی محروم می‌گردند همچون ختم قلب، قساوت، غفلت (کفار) و خرافات‌گرایی، ناسپاسی و کفران نعمت، تزیین اعمال (مشرکین)، حسد، بیمار دلی، تزلزل، روح نفاق (منافقین) ضلالت و گمراهی، پایبندی به خیالات و اوهام.

در این تحقیق همچنین اشاره شده که قرآن برای برداشتن موانع راه کارهایی را پیش بینی کرده تا بستر مطلوب برای تبادل پیام‌های دینی فراهم آید.

### 13. دلاوری جواد (1392)، بررسی ویژگی‌های پیام فرست در تبلیغ دینی از دیدگاه قرآن

کریم، استاد راهنما: کریم خان‌محمدی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده صدا و سیمای قم

در این پایان نامه گفته شده که با توجه به تبلیغات همه جانبه ضد دینی رسانه‌های غربی که نتیجه آن ترویج بی دینی و الحاد است و با توجه به اینکه پیام فرست یکی از ارکان مهم ارسال پیام است، در این پژوهش ویژگی‌های پیام فرست از دیدگاه قرآن کریم بررسی شده است. از مباحث صورت گرفته، نتیجه گیری شده است که ویژگی‌های پیام فرست به سه عنوان کلی؛ ویژگی‌های فردی، اجتماعی و زمینه‌ای تقسیم شده و ذیل هر یک از این عناوین، برخی از ویژگی‌ها و اوصافی که برای یک پیام فرست لازم است تا با متخلق شدن به آنها بتواند اهداف الهی و دینی خود را محقق سازد، بررسی شده است. از جمله ویژگی‌های فردی پیام فرست می‌توان به نرم‌خوئی، عدالت، مهرورزی، صداقت، حسن خلق و خیرخواهی نسبت به مخاطبین اشاره نمود. از جمله ویژگی‌های اجتماعی پیام فرست می‌توان به شهامت، انتقادپذیری، متواضع و آراسته بودن اشاره نمود. و از ویژگی‌های زمینه‌ای پیام فرست نیز می‌توان به مخاطب‌شناسی، مردمی بودن، اخلاص و توکل بر خدا اشاره کرد.

### 14. رستگاری فرخ (1392)، جنگ روانی و راه کارهای مقابله با آن در قرآن کریم با

تاکید بر کاربردهای رسانه ای، استاد راهنما: محمدعلی دیباجی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صدا و سیمای قم

در گزارش این تحقیق گفته شده که جنگ روانی پدیده‌ای خطرناک و ابزاری پیچیده برای اغفال بشریت است که اگر به درستی شناخته نشود و راهکارهای مناسب برای مقابله با آن ارائه نگردد، می‌تواند مخاطبان خود را به شدت تحت تاثیر قرار دهد. در این پژوهش تلاش شده انواع شیوه‌های جنگ روانی بکار گرفته شده توسط دشمنان برای مقابله با مؤمنان و انبیاء الهی در قرآن

کریم بررسی شود. همچنین این تحقیق می‌کوشد راهکارهای قرآن کریم را برای خشتی‌سازی این شیوه‌ها بیابد تا الگویی مناسب برای مقابله با جنگ روانی دشمنان ارائه دهد.

یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که از نظر قرآن جنگ روانی از آغاز خلقت، با هدف گمراهی و انحراف بشر و با بهره‌گیری از شیوه‌های گوناگونی نظیر تهمت، تحقیر، تمسخر، تحریف، تهدید، تفرقه افکنی، شایعه پراکنی، فتنه‌انگیزی، دروغ پراکنی، شخصیت‌سازی، جنجال آفرینی و ... آغاز شده و تا قیامت ادامه خواهد یافت. بر اساس نتایج به دست آمده اصلاح بینش، ارائه آگاهی، امید آفرینی، دشمن‌شناسی و استفاده از ادبیات صحیح، پنج شیوه قرآن کریم برای حفظ جوامع در مقابل توطئه‌های روانی دشمنان و معاندان است که این موارد در مقابله با جنگ روانی دشمنان، در رسانه‌ها کاربرد دارد.

## 15. رئیسی وانانی حسین (1392)، بررسی نظریه «استفاده و رضامندی» از دیدگاه قرآن

کریم، استاد راهنما: حسین شرف‌الدین، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده صدا و

### سیمای قم

در این تحقیق آمده است که سخن اصلی نظریه «استفاده و رضامندی» این است که رسانه‌ها قدرت تأثیرگذاری اندکی بر مخاطب دارند و در مقابل، این مخاطبان هستند که میل و نیاز خود را بر رسانه‌ها تحمیل کرده، بر سیاست‌گذاری آنها تأثیر می‌گذارند. طبق این نظریه، رسانه باید مخاطب محور باشد؛ یعنی باید تلاش خود را تنها در جهت تأمین امیال مخاطبان خود مصروف کند تا بتواند تعداد بیشتری از مخاطبان را جذب کند.

بر اساس یافته‌های این تحقیق قرآن کریم امیال طبیعی از جمله میل به لذت در انسان را نه تنها انکار یا محکوم نمی‌کند، بلکه یک سلسله از تعالیم خود را بر آنها مبتنی ساخته است. از دید قرآن کریم، نیازهای واقعی انسان نیازهایی است که ارضای آنها موجب فعلیت یافتن استعدادهای فطری انسان می‌شود. در حالی که اندیشه غیردینی، نیازهای غریزی و حیوانی را در انسان نیاز اصیل تلقی می‌کند. از نظر قرآن کریم، فقط ارضای نیازهای واقعی می‌تواند انسان را به هدف نهایی خلقت نزدیک کند. از این رو، یک رسانه مطلوب با معیار دینی، باید به نیاز، مصلحت

و خواسته‌های معقول مخاطب توجه کند. در این تحقیق، سعی شده تا با عطف توجه به این اصل، محتوای این نظریه از دیدگاه قرآن در خصوص نیازهای انسان و نحوه مواجهه با آنها تشریح شود.

16. اهتمام حامد (1392)، بررسی الگوی ارتباطات میان فرهنگی اسلام و مسیحیت با

تاکید بر قرآن کریم، استاد راهنما: کریم خان محمدی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد،

دانشگاه باقرالعلوم 7

مطابق آنچه در این پایان‌نامه آمده است در ارتباطات میان فرهنگی که به عنوان فرایند مبادله اندیشه‌ها، معانی و کالاهای فرهنگی میان مردمانی از فرهنگ‌های مختلف، تعریف شده است، توسل به الگویی ضروری می‌نماید که بتواند زندگی اجتماعی انسانها را برای رسیدن به مفاهیم مشترک و زندگی مسالمت‌آمیز همراه با احترام متقابل معرفی کند. از سویی در دنیای امروز که به عصر اطلاعات و ارتباطات شهرت یافته است، با عنایت به لزوم ارتباط ادیان توحیدی برای انسجام بخشی و وحدت هرچه بیشتر در مقابل دنیای سکولاریسم، شناخت و تبیین الگوی ارتباطی از منبع وحیانی (قرآن)، در تعالی و ارتقاء روابط مؤمنین (اسلام) با سایر ادیان الهی حائز اهمیت است.

در این پژوهش با توجه به فاصله نزدیک فرهنگی اسلام و مسیحیت، با بررسی آیاتی از قرآن که ناظر به ارتباط با مسیحیان است، شیوه‌های متعدد تعامل با پیروان این دین بررسی شده است. یافته‌های این تحقیق، حاکی از آن است که برای ارتباطی کارآمد و موثر با مسیحیت می‌بایست براساس کلمه توحید و نفی شرک رابطه برقرار نمود. قرآن کریم الگو و ملاک اصلی در ارتباط با مسیحیان را در یگانگی خداوند می‌داند و هرکجا که مسیحیان به این اصل نزدیک شدند با بشارت و احترام از ایشان یاد می‌کند و هرجا که از آن فاصله گرفته اند، با هشدار و گاه تهدید و گاه نفرین و مباحله با آنها برخورد می‌کند. براساس این الگو، قرآن کریم هفت شیوه و راهکار ارائه می‌دهد که هرکدام به ترتیب و پس از هم محقق می‌شود: تأیید برخی از مبانی مسیحیان، دعوت به وحدت، بشارت به مسیحیان حقیقی، هشدار و تهدید مسیحیان، دعوت به تفکر مسیحیان، بیان ویژگی‌های مسیحیان کافر و وعده عذاب، دستور به مباحله و جنگ با مسیحیان.

17. یوسف زاده حسن (1393)، الگوی ارتباطات میان فرهنگی در اسلام، راهنما: دکتر

ابراهیم فیاض، پایان نامه دکتری دانشگاه باقرالعلوم 7

در این تحقیق با بررسی مفهوم ارتباط میان فرهنگی بر این نکته تأکید شده که ارتباط میان فرهنگی به ارتباط میان افرادی اطلاق می شود که به دو فرهنگ تعلق دارند. قرار گرفتن در دو جغرافیای فرهنگی سبب می شود دو طرف ارتباط، در فهم یکدیگر با دشواری مواجه شوند. بنابراین چیزی که بیش از همه در ارتباط میان فرهنگی با اهمیت می شود، تمایز فرهنگی است. تمایز فرهنگی ممکن است از زبان، قومیت، نژاد یا جغرافیای سیاسی ناشی شود؛ اما بررسی ها نشان داد که می توان دین را مهم ترین عامل تمایز فرهنگی تلقی کرد. این نگاه در رویکرد اسلامی به ارتباطات میان فرهنگی پررنگ تر است. در این صورت چنانچه یک طرف ارتباط «مسلمان» باشد، ارتباط میان فرهنگی به ارتباط مسلمان با غیرمسلمان اطلاق می گردد و عواملی همچون زبان، قومیت، نژاد و جغرافیا کمرنگ می شوند. به خصوص اینکه دین به طور عامدانه تلاش دارد مرزهای عقیدتی را برجسته و دیگر مرزها را نادیده بگیرد. الگوی ارتباط میان فرهنگی در اسلام رویکردی هنجاری و ارزشی به ارتباطات میان فرهنگی است.

بر اساس این تحقیق، الگوی ارتباط میان فرهنگی، ترسیم چارچوب کنش میان فرهنگی از نگاه اسلامی است که بر پایه شش اصل مستخرج از آموزه های اسلامی استوار است. در پاسخ به این پرسش اصلی که «دین اسلام چه الگویی برای ارتباطات میان فرهنگی ارائه می دهد» و از آنجا که در پژوهش پیش رو تلاش شده به مسائل موجود در این عرصه نیز توجه شود، «روش مقایسه ای نامتوازن پیوسته» به عنوان رویکرد کلی در پیش گرفته شده است. در حاشیه این رویکرد، از ظرفیت روش های تحلیل محتوای کیفی (از جمله: حوزه معنایی، تحلیل مضمون، تفسیری و اجتهادی) برای فهم مطلوبیت ها و نیز استخراج اصول حاکم بر ارتباط میان فرهنگی استفاده شده است. حاصل بحث آن است که الگوی ارتباط میان فرهنگی، الگوی هنجاری است و کنشی که با الهام از این الگو صورت گیرد، کنش دعوتی نام می گیرد. کنش دعوتی گفتگوی مبتنی بر حکمت با هدف دعوت به راه خداست که در قالب مشترکات ادیان، فطرت بشری و نیز دین اسلام تجلی می یابد.



18. گلاب بخش زینب (1393)، عناصر پایداری ارتباط میان فردی در قرآن و روایات،

استاد راهنما: شمس الله مریجی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه باقرالعلوم 7

بنابراینچه در این تحقیق آمده، ارتباطات میان فردی، از جمله گسترده ترین و اجتناب ناپذیرترین ارتباطات انسانی است و آنچه از اهمیت فوق العاده ای برخوردار بوده و مورد تحقیق قرار گرفته، عناصر پایداری ارتباطات میان فردی است که بر اساس آموزه های اصیل اسلامی در قرآن و روایات بررسی شده است.

در این تحقیق آمده است که مبانی ارتباطی مانند فراگردی، عملکردی بودن، نظام وارگی و هدفمندی؛ دلبستگی انسان، وابستگی ذاتی انسان، کرامت انسانی، ظرفیت های انسانی ارتباط و ... از جمله مبانی پایداری ارتباط میان فردی است. بر این اساس، عناصر پایداری ارتباط که از آیات و روایات، استخراج شده عبارتند از مواردی مانند گزینش دوست، آزمایش دوست، ادای حقوق متقابل، اهل حلم و صبر بودن، کنترل کلام، رعایت انصاف، سودمند و مفید بودن، حفظ و رعایت حریم دیگران، محبت قلبی، اعلام محبت، درک محبت، اهل احسان بودن، حسن خلق، گذشت از لغزش ها، پوشاندن عیب، عذرتراشی و پذیرفتن عذر، حسن ظن. نکته قابل توجه اینکه مبانی، این اصول و عناصر پایدار ارتباط، نتیجه نوع دیدگاه اصیل انسان الهی به جهان و انسان بوده و با دیدگاه انسان مادی، متفاوت است. به این ترتیب تفاوت در جهان بینی انسان الهی و مادی؛ تفاوت در هدف، انگیزه، نیت و نوع و محور ارتباطات انسانی را به دنبال دارد و پایداری یا ناپایداری ارتباط میان فردی را موجب می شود.

19. اکبری محسن (1393)، روش های اقناع در قرآن کریم، استاد راهنما: سعید امیرکاه،

پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده صدا و سیمای قم.

مطابق آنچه در این تحقیق آمده است اقناع دارای ویژگی های اثر بخشی در افراد است که در غیر آن وجود ندارد، زیرا در بردارنده خاصیت احساس آزادی در انتخاب است و ترغیب شوندگان احساس می کنند که موافق میل خود اهداف و رهنمودهای تعیین شده را بر می گزینند. از این رو اقناع عبارت از تلاش صادقانه برای مجاب ساختن مخاطبین به پذیرش موضوع و

خواسته‌ای، به وسیله ارائه مناسب اطلاعات لازم است. در نهایت اقناع به دنبال تغییر نگرش در بعد عقلی، تغییر عواطف و احساسات در بعد قلبی و نهایتاً تغییر رفتارها در بعد جوارحی است.

اقناع در قرآن دارای روش‌های درونی و بیرونی است. روش‌های درونی شامل اموری است

مانند:

اول ( حکمت، که شامل استفاده از روش‌های برهان و استدلال و رعایت مقتضای حال است. دوم ( تذکر، که شامل استفاده از روش‌های موعظه حسنه، یادآوری نعمت‌ها و رحمت‌ها، عبرت‌آموزی است. سوم ( مجادله، که داری انواع احسن، حسن و بد است و مجادله احسن خود از روش پرسش و پاسخ، مقایسه، مناظره و همراهی بهره می‌برد. چهارم ( روش انقلاب درونی است که شامل اعطای بینش درباره نظام هستی، دنیا، تاریخ، سرگذشت و حقیقت انسان‌ها، مرگ و عالم پس از مرگ به همراه روش دعوت به ایمان است.

روش‌های بیرونی شامل اموری مانند مخاطب‌شناسی است که شامل توجه به ویژگی‌های فردی و اجتماعی، آگاهی و عواطف مخاطبان و استفاده از راهکارهای رعایت حال مخاطبان در قرآن کریم است.

20. ممتحن سید مهدی (1393)، نحوه مواجهه مخاطب با پیام‌های رسانه‌ای از منظر قرآن

کریم، استاد راهنما: علیرضا پویا، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده صدا و سیمای قم. در این تحقیق آمده است که مخاطب از پیام‌های رسانه‌ای بهره می‌برد و از این طریق، کسب آگاهی می‌کند و نیازهای خود را برطرف می‌سازد. اما سؤال این است که از نظر قرآن نحوه مواجهه مخاطب با پیام‌های رسانه‌ای باید چگونه باشد تا مخاطب بیشترین بهره را از پیام دریافت کند.

از دیدگاه قرآن با تفکر و تعقل و رعایت اصول و آموزه‌های دینی می‌توان از رسانه‌ها، به درستی بهره‌گیری کرد. به این ترتیب که مخاطب با پیام‌های رسانه‌ای دوگونه مواجهه دارد: مواجهه مؤمنانه و مواجهه غیرمؤمنانه. از آنجا که از دیدگاه قرآن، مخاطبان از لحاظ تفکر و شخصیت یکسان نیستند و در موضع‌گیری‌های خود نسبت به رسانه و پیام آن واکنش‌های متفاوت نشان می‌دهند، مواجهه مؤمنانه با پیام‌های رسانه‌ای، نیازمند بصیرت دینی و احتیاط و مراقبت لازم

است. مخاطب در سایه مواجهه مؤمنانه، با زدودن جهل و غفلت و تقویت قوای فکری و روحی می تواند اصل ایمان به توحید و رسیدن به کمال مطلوب انسانی را در خود تقویت کند. در حالی که در مواجهه غیرمؤمنانه با پیام‌های رسانه ای، مخاطب به آثار نامطلوبی مانند خود فراموشی، تخریب بنیان‌های اخلاقی، اختلالات خانوادگی و پراکندگی در اعتقادات و رفتارهای نامطلوب و در نهایت، تهدید باورهای دینی دچار خواهد شد. به این ترتیب از دیدگاه قرآن سلامت، نشاط و شادابی روح در انسان با مراقبت از آنچه خوراک روح انسان است ممکن می‌شود و از هر آنچه میان فطرت، طبیعت و جهان درون و برون ناهماهنگی ایجاد کند باید جلوگیری شود. پس مخاطب در برابر پیام‌های رسانه‌ای مسئول است و باید بر اساس دستورالعمل‌های عقلی و دینی با آن مواجه شود. در پایان این تحقیق، برخی از این دستورالعمل‌ها از دیدگاه قرآن معرفی شده‌اند که با به کارگیری آنها امکان مواجهه صحیح با پیام‌های رسانه‌ای ممکن می‌شود.

21. ایرانمنش زرنندی محمد (1394)، هنجارهای هدایت افکار عمومی از منظر قرآن کریم با

تأکید بر تفسیر المیزان، استاد راهنما: علیرضا پویا، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم

ارتباطات اجتماعی، دانشکده صداوسیما قم

بر اساس نتایج این تحقیق از منظر قرآن کریم، هدایت افکار عمومی امری مهم و تأثیرگذار در جوامع انسانی است. برخورد قرآن با افکار عمومی برخورد جریانی و جبهه‌ای است. از دیدگاه قرآن، هدایت افکار عمومی توسط دو جریان حق و باطل انجام می‌گیرد، که هرکدام از این دو جبهه، به دنبال هدایت افکار عمومی به نفع خودشان هستند تا جبهه مخالف را از میدان مبارزه بیرون کنند. برای مثال حضرت موسی و هارون (علیهما السلام)، تلاش می‌کنند با آگاهی بخشی و دانش افزایی افکار عمومی را هدایت کنند و در مقابل جبهه باطل که فرعونیان هستند، سعی می‌کنند با شایعه افکنی و دروغ پردازی افکار عمومی را به سوی خود سوق دهند. بر اساس نتایج این تحقیق، هرکدام از این جریان‌ها برای هدایت افکار عمومی از هنجارها و شیوه‌های خاص خود بهره می‌گیرند.

قرآن در هدایت افکار عمومی توسط جبهه حق بر اینگونه هنجارها تکیه می‌کند: آگاهی

بخشی و دانش افزایی، دعوت به تفکر و تعقل، تهییج احساسات عمومی، تحدی، خوش خلقی و

خوش زبانی، وعده و وعید، ارائه معجزه، معرفی الگوی مناسب، اطلاع رسانی جامع، تبری از مخالفان، معرفی اندیشه‌های مخالف و پلیدی‌ها، یادآوری نعمت‌ها و خود کنترلی. و در جهت دهی افکار عمومی توسط جبهه باطل بر این شیوه‌ها تأکید می‌شود: دروغ پردازی و شایعه افکنی، تحریک احساسات و عواطف، جوسازی و اتهام زنی، تحقیر، ترویج خرافه و باورهای غلط، ایجاد شک و تردید، زیبا جلوه دادن باطل، جوسازی و فریب، تمسخر و مغالطه، تهدید به فقر و نداری، قیاس باطل، جوسازی و سفسطه. در پایان این تحقیق تأکید شده است که توجه به این هنجارها و شیوه‌های هدایت و جهت دهی افکار عمومی توسط دو جریان حق و باطل، مبنای نظری همه جانبه و محکمی را در اختیار رسانه‌های اسلامی قرار می‌دهد که می‌توان بر اساس آنها برنامه‌ریزی قابل اعتمادی را سازماندهی کرد.

22. احمدی حسین (1394)، سواد خبری در قرآن کریم، استاد راهنما: علیرضا پویا، پایان نامه

کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده صداوسیما قم

در این تحقیق آمده است که سواد خبری، رویکرد دانش ارتباطات به محتوای پیام‌های خبری را تغییر داده است. تا پیش از این علوم ارتباطات بیشتر از نگاه فرستندگان به محتوای پیام خبر می‌پرداخت و مباحثی چون گزینش و دروازه بانی خبر، حاصل همین نوع نگاه است که قصد تأثیر بر مخاطب را دارد؛ اما سواد خبری از منظر مصرف کننده و مخاطب، به مطالعه پیام‌های خبری می‌پردازد. در این تحقیق تأکید شده که توجه به سواد رسانه‌ای در کشور اسلامی ما اهمیت زیادی دارد. با این حال مطالعه در قرآن نشان می‌دهد که مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، لزوماً همان مؤلفه‌هایی نیست که در غرب و یا حتی مراکزی مانن یونسکو تعریف شده است. بلکه ما باید سواد خبری مبتنی بر جهان بینی و اندیشه اسلامی را تعریف و ترویج کنیم؛ اصول و مبانی‌ای که مبتنی بر تأمین هدایت، سلامت و امنیت جامعه اسلامی باشد.

بر اساس یافته‌های این تحقیق، قرآن در این زمینه بر مؤلفه‌هایی از این قبیل تأکید می‌کند: وظیفه داشتن مخاطب در مواجهه آگاهانه با محتوای اخبار و مقابله با جریان‌ات ناسالم خبری، که برای این منظور شناسایی هویت منبع خبر، ویژگی‌های محتوای خبر، مهارت تجزیه و تحلیل اخبار، مقابله با سانسور و شایعات ضرورت می‌یابد.

در پایان این تحقیق تأکید شده است که توجه به رهنمودهای قرآن در بارهٔ سواد خبری، راهکارهای معتبری را در اختیار مخاطبان مسلمان می‌گذارد که بر اساس آنها می‌توانند از اخبار و اطلاعات بیشترین استفاده را برده و کمترین آسیب را ببینند.

23. مطلبی محمد (1395)، ارزش‌های خبری از دیدگاه قرآن کریم، استاد راهنما: علیرضا

پویا، پایان نامهٔ کارشناسی ارشد رشتهٔ دین و رسانه، دانشکده صداوسیما قم  
در آغاز این تحقیق آمده است علم ارتباطات به دلیل خاستگاه غربی آن با ورود به کشورهای جهان اسلام سبب ایجاد گفتمان و مفاهیم جدیدی در مراکز علمی و آکادمیک اسلامی شد و به تبع آن، ارزش‌ها و گفتمان‌های فرهنگی مغرب زمین در جوامع اسلامی رواج یافت. در چنین شرایطی تحلیل بومی مبتنی بر آموزه‌های اسلامی این گفتمان‌ها و مفاهیم جدید ضرورت پیدا کرد.

در این پایان نامه با بحث در بارهٔ یکی از مفاهیم مهم خبر در علم ارتباطات، یعنی ارزش‌های خبری و مبانی و جایگاه آن در رسانه‌های جمعی، به بررسی آن در قرآن پرداخته شده است. ارزش‌های خبری که ملاک‌های اصلی انتخاب و انتشار اخبار است از دیدگاه قرآن بر هدایتگری و رشد و کمال مخاطب متبلور می‌شود. اهداف هدایتگرانه و تربیتی قرآن در بیان اخبار مختلف و متعدد در خود این کتاب که رسانهٔ الهی است نشان می‌دهد که ارزش‌های خبری در قرآن در مقایسه با آنچه که امروزه در رسانه‌های جدید شاهد آن هستیم از اساس و بنیان تفاوت دارد. آنچه برای قرآن، اصل مهم است هدایت واقعی مخاطب و دادن بینش و آگاهی ضروری و لازم به اوست؛ بدون آنکه پخش اخبار موجب بدآموزی و آلودگی مضامین خبر شود.

در پایان این تحقیق ویژگی‌های مورد نظر قرآن در گزینش و پخش اخبار مطرح شده و با مقایسهٔ آنها با ارزش‌های خبری در علم ارتباطات، تفاوت‌های بین این دو رویکرد تبیین شده است.

**نتیجه گیری از پیشینه تحقیق**

بررسی این آثار نشان می دهد که در برخی از آنها به صورت پراکنده و جزئی، مباحثی از قبیل شرایط و ویژگی های پیام، پیام رسانی و مخاطب مطرح شده است. اما تفاوت اصلی تحقیقات انجام شده با تحقیق موجود این است که در اینجا به اقتضای چارچوب مفهومی و آنچه در روش تحقیق بیان شده، جهت گیری در بررسی ارتباطات در قرآن، برای اولین بار با رویکردی منظومه ای و نظام مند صورت می گیرد. به این معنا که تلاش شده نظر قرآن در همه ابعاد و ارکان ارتباطات به نحو جامع، با توجه به روابط بین اجزاء، مطالعه شود. در این فرض و از این منظر است که می توان گفت این تحقیق تا کنون سابقه منطقی ندارد و به این ترتیب، اجرای آن، تکرار هیچ یک از تحقیقات انجام شده محسوب نمی شود.

بنا بر این با وجود تحقیقات پیشین، آنچه اجرای این تحقیق را ضروری کرده است بررسی دیدگاه قرآن درباره ارتباطات با مخاطب انسانی، به نحو نظام مند و در قالب شبکه ای از مفاهیم مرتبط با هم در همه ارکان و اجزاء آن است. از همین رو می توان انتظار داشت که نتایج آن، گام های اولیه برای تدوین نظریه ارتباطات در قرآن محسوب شود و بر اساس آن در حد امکان بتوان به نحوه هدایت و مدیریت رسانه های الهی از منظر قرآن نیز دست یافت.

## روش تحقیق

از آنجا که پایه و اساس هرگونه پژوهشی در مسیر رسیدن به نتایج معتبر و قابل اطمینان که بهره گیری از منابع، اطلاعات و شواهد علمی را ممکن می کند، پیمودن درست مسیر مطالعه، یعنی «روش تحقیق» است، قبل از معرفی روش تحقیق در این پژوهش، به دو رویکرد اساسی تحقیق در علوم انسانی که در ربط با تبیین روش این تحقیق است، اشاره می شود.

در دوران پیشرفت های صنعتی و فن آوری های جدید در غرب، روش های تحقیق عمدتاً تحت تأثیر اندیشه فیلسوفان و جامعه شناسان این دوره، رویکردی حس گرا، تجربه گرا و اصطلاحاً اثباتی و کمی یافت که در این چارچوب، مطالعه در منابع دینی اساساً غیر علمی و نامعتبر معرفی شد. به این ترتیب از اوایل قرن هجدهم، الگوی فهم مسائل انسانی، به الگوی فهم مسائل طبیعی همانند شد و فهم تجربی از امور، جایگزین فهم عقلانی گردید. اگوست کنت، فیلسوف و بنیانگذار جامعه شناسی جدید (1797-1857)، با طرح دیدگاه های مادی خود از

فیزیک اجتماعی سخن گفت و «عینیت عملی» را جانشین «ادراک مذهبی» کرد. وی برای دانش بشری، سه مرحله تاریخی را مطرح کرد که در مرحله سوم، علم گرایی که با پیشرفت‌های صنعتی از حدود قرن هجدهم آغاز شد، جانشین مذهب می‌شود. در نتیجه در علوم انسانی جدید به لحاظ معرفت‌شناسی «حس گرایی» و به لحاظ روش تحقیق «تجربه گرایی» مبنای مطالعات علمی قرار گرفت. وی در سال 1822 میلادی اصطلاح جامعه‌شناسی را وضع کرد و جامعه را به مثابه پدیده‌ای فیزیکی در نظر گرفت و به همین جهت، واژه «اثبات گرایی» را برای توصیف این رهیافت برگزید و علم را جایگزین مذهب و مباحث ماوراءالطبیعه کرد (ببی، 99، 1385).

به این ترتیب تکیه بر مبانی فلسفی مادی و غیر الهی در این سال‌ها، اندیشمندان علوم انسانی در غرب را به این نتیجه رساند که لازمه پیشرفت علمی در مسائل انسانی تکیه بر دانش تجربی و فاصله گرفتن از منابع و مطالعات دینی است. این موضوع تا آنجا شدت گرفت که یکی از اندیشمندان غربی، درباره ناسازگاری علم و دین در قرن هجدهم می‌گوید: «علم را مانند قهرمانی تصور می‌کردند که اسلحه به دست به دنبال کشف حقیقت است، اما دین مانند اژدهای احمقی می‌خواهد حقیقت را ببلعد» (هوردن، به نقل از قراملکی، 84، 1380). و سرانجام اینکه فیلسوفانی مانند هیوم، محتوای منابع دینی و حوزه الهیات را سفسطه و توهمی بیش نمی‌دانستند (گیلیس، 183، 1389).

از نیمه قرن بیستم و به طور مشخص دهه 1970 میلادی به بعد، انتقادات اندیشمندان غربی به رویکرد اثبات گرا و کمی گرایی در روش‌های تحقیق شدت گرفت. البته این انتقادات، ربطی به رویکرد مادی داشتن تحقیقات و استفاده از حس و تجربه در روش‌های تحقیق نداشت، بلکه انتقادات عمدتاً متوجه علی و معلولی دانستن روابط متغیرها و تعمیم نتایج در مطالعات انسانی بر مبنای رویکرد کمی است؛ که با پیشنهاد جایگزین شدن رویکرد کیفی و توجه به تفاوت و تکرار در زیست جهان انسان‌ها و فاقد تعمیم بودن نتایج تحقیق در مسائل انسانی توأم شد. مدافعان این عقیده که به داشتن دیدگاه پست مدرن معروفند، سخن از پایان عصر روایت‌ها و نظریه‌های کلان به میان می‌آورند و معتقدند تغییرات سریع اجتماعی، موجب تنوع گسترده در

زیست جهان‌ها شده و موقعیت جدیدی را برای مطالعات مسائل انسانی فراهم کرده است (فلیک، 12، 1387).

هرچند تا پیش از رنسانس، آنچه امروزه علوم انسانی خوانده می‌شود، عمدتاً از سوی فیلسوفان و عالمان دینی، با روش‌های عقلی و یا روش‌های فهم متون دینی تحقیق می‌شد. اما با ظهور دوران رنسانس و مدرنیته، تحولات بنیادین در علوم انسانی رخ داد و در این راستا سه پارادایم مهم «پوزیتیویستی»<sup>۱</sup> یا اثبات‌گرایی، «تفسیری»<sup>۲</sup> و «انتقادی»<sup>۳</sup> سه مبنای روش تحقیق در علوم انسانی قرار گرفت» (علی پور و حسنی، 39، 1389).

اثبات‌گرایان معتقدند تنها یک منطق وجود دارد که آن هم منطق علوم طبیعی است. علوم انسانی اثباتی به منزله «مجموعه سازمان یافته از روش‌هایی است که در صدد ترکیب منطق قیاس با مشاهدات دقیق تجربی از رفتار فردی برای کشف و تأیید قوانین علی و احتمالی، جهت پیش بینی الگوهای عمومی از رفتار انسان است» (نیومن، 63، 1997، به نقل از بلیکی، 31، 1391).

تفسیرگرایی در علوم انسانی، به نحوی به نظرات جامعه‌شناس آلمانی ماکس وبر (1864-1920) مربوط است که به تمایز بین علوم انسانی از علوم طبیعی و مطالعه کنش اجتماعی با معنا<sup>۴</sup> اعتقاد دارد. این رویکرد با تأکید بر کنش اجتماعی با معنا یا متمایل به هدف (مقصود)، به بررسی تفهم ناشی از خلق معنا در نگرش مردم می‌پردازد که با علوم اجتماعی تفسیری یا هرمنوتیک<sup>۵</sup> مرتبط است. این رویکرد به طور خلاصه «یک تحلیل منسجم و سازمان یافته از کنش‌های اجتماعی با معنا از طریق مشاهده مستقیم و دقیق رفتار مردم در شرایط طبیعی، برای فهم و تفسیر این نکته است که چگونه مردم دنیای اجتماعی خود را می‌آفرینند و به آن معنا می‌بخشند» (نیومن، 68، 1997، به نقل از بلیکی، 32، 1391).

درباره رویکرد تفسیرگرایی نیز از منظر ملاحظات دینی، چالش‌هایی وجود دارد که نیازمند امعان نظر و دقت است. زیرا آنگاه که تفسیر متن، در محدوده ادراک و احداث مفسر واقع می‌شود

- 
1. Positivism paradigm.
  2. Interpretative paradigm.
  3. Critical paradigm.
  4. Meaningful social action.
  5. Hermeneutic.



و مقصود مؤلف در حاشیه این ادراک قرار می‌گیرد، ابهامات و اشکالات زیادی را در خصوص تحقیق و مطالعه در منابع دینی ایجاد می‌کند. به این جهت برای تنقیح اصول و قواعد روش‌شناسی در تفسیر متن، باید به مباحث و پرسش‌هایی پرداخت که از سنخ روش‌شناسی نبوده و خصصتی فلسفی و معرفت‌شناختی دارد (واعظی، 6، 1390).

خلاصه اینکه درک روش‌شناسی‌های کمی و کیفی باید با ارجاع و توجه به بنیان‌های فلسفی و پارادایمی آنها صورت گیرد و آنچه روش‌های کمی و کیفی یا اخیراً ترکیبی را از هم متمایز می‌سازد، تفاوت در جهان بینی و نگاه فلسفی آنها به جهان طبیعی و اجتماعی است، نه فنون ساده گردآوری و پردازش داده‌ها (محمدپور، 20، 1390).

رویکرد انتقادی در علوم انسانی، که مانند دو رویکرد اثباتی و تفسیری روش‌های مشخص و مستقلی را در علوم انسانی پیشنهاد نمی‌کند، ریشه در تفکر مارکسیست‌ها، نئومارکسیست‌ها و به ویژه اصحاب مکتب فرانکفورت (آدورنو، ماکوزه، هابرماس و مانند آنها) و اخیراً فمینیست‌ها دارد. اندیشمندان این نحله، بر این باورند که ساختارهای اجتماعی و سیاسی که انسان‌ها در آن زندگی می‌کنند، از طریق وضع ایدئولوژی‌ها و باورهایی که برای نفی و اثبات آنها دلیل قاطعی وجود ندارد، افراد را زیر سلطه می‌کشد. در این صورت وظیفه علوم انسانی، شناسایی این ساختارها و مقابله با آنهاست (علی پور و حسنی، 40، 1389). آنان تلاش می‌کنند با توسل به مفاهیم فلسفی از قبیل آزادی، حقیقت، برابری و عدالت و مانند اینها، به نقد و بررسی شرایط پردازند، تا از این طریق به تحولات اساسی دست پیدا کنند (بلیکی، 32، 1391).

از آنجا که تحقیق حاضر از منظر توجه به ارزش‌های بنیادی به مطالعه ارتباطات در قرآن می‌پردازد، نگاهی به حقیقت و ارزش در رویکردهای تحقیقی جدید نیز برای تبیین روش‌شناسی این تحقیق اهمیت می‌یابد.

نظر به اینکه در رویکرد اثباتی و کمی، عینیت و دسترسی به حقایق به دنیای واقعی برمی‌گردد، تحقیق باید از هرگونه علایق و ارزشی به دور باشد و اعتبار آن به استقلال تحقیق از هرگونه باور و گرایش است (ایمان، 230، 1390). در رویکرد تفسیری یا کیفی، تحقیق به آگاهی، شعور و ذهنیت افراد توجه دارد و ارزش‌ها از دنیای اجتماعی که مردم در آن زندگی می‌کنند ناشی می‌شود (همان، 231). به این ترتیب در این دو رویکرد روشی، هیچگونه ارزش

اصیل و پایداری در نظر گرفته نمی‌شود. در نتیجه آنچه از چند قرن پیش تاکنون بر فضای تحقیقات علوم انسانی حاکم است، فاصله گرفتن از فرض هرگونه ارزش ثابت و پایدار در مطالعات انسانی است.

بنابراین در تحقیق حاضر که محقق به دنبال مطالعه ارزش‌های ثابت در یک مقوله انسانی است، نه رویکردی اثباتی و کمی وجود دارد تا با روش‌های تجربی چیزی اثبات یا پیش بینی شود و نه رویکردی کیفی تا ادراکات و آگاهی‌های نسبی افراد در بستر میدان مطالعه کشف شود؛ بلکه این تحقیق به دنبال بررسی و کشف اصول، ارزش‌ها و دستورالعمل‌های اصیل و پایداری است که از مبانی هستی‌شناسی و معرفت‌شناسی الهی اخذ خواهد شد.

در ضمن یادآوری می‌شود که این تحقیق برخلاف بسیاری تحقیقات مرسوم که یا «بنیادی» است و یا «کاربردی»، تحقیقی هم بنیادی و هم کاربردی است. زیرا در جایی که نتایج تحقیق به اصول و مبانی ثابت و دائمی منتج می‌شود، می‌توان تحقیق را بنیادی دانست. و آنجا که نتایج به راهبردها و راهکارهایی برای پاسخگویی به نیازهای عملی منتهی می‌شود، نتایج کاربردی است. از این رو تحقیق حاضر به طور کلی و به نحو خاص در بخش کاربردی آن، تحقیقی میان رشته‌ای محسوب می‌شود، چراکه در نظر است که مباحث و مسائل کلان علم ارتباطات به قرآن عرضه شود و دیدگاه قرآن درباره آنها با روش تفسیری و تحلیلی که توضیح داده می‌شود، استخراج شود. آنچه درباره مبانی هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی و اهداف و کاربردهای روش‌های تحقیق کمی و کیفی رایج در علوم انسانی بیان شد نشان می‌دهد که هیچ یک از این روش‌ها مستقلاً برای پژوهش حاضر پاسخگوی نیاز مطالعه در قرآن نیستند. بر این اساس و با توجه به بررسی‌های انجام شده در باره روش‌های به کار گرفته شده در مطالعات قرآنی، روش محوری و اصلی این تحقیق، روش «اسنادی یا کتابخانه‌ای» است. با این توضیح که در تنظیم و دسته بندی داده‌های حاصل از بررسی آیات و تبیین آنها از طریق تفاسیر، از روش تحلیل «نظریه زمینه‌ای»<sup>۱</sup> بهره گیری می‌شود. روش نظریه زمینه‌ای به عنوان یک روش مکمل از آنجا برای این تحقیق در نظر گرفته شده است که شیوه دسته بندی این روش از طریق تحلیل داده‌های گردآوری شده با مفهوم

---

1. Grounded Theory

سازی، کد بندی و تنظیم مقوله‌ها، علاوه بر امکان بهره گیری از مطالب قرآن در تبیین مفاهیم اصلی تحقیق و ترسیم رابطه بین آنها، فرآیند نظریه سازی نیز ممکن می شود (ر.ش: محمد پور، 1390، 313). بنابر این روش اصلی این تحقیق که امکان مطالعه و استنباط مطالب از آیات قرآن را فراهم می کند، «روش تحقیق کتابخانه ای» و روش مکملی که نتایج به دست آمده را بر اساس چارچوب مفهومی تحقیق از طریق کدگذاری و مقوله بندی داده‌ها، دسته بندی و تنظیم می کند بهره گیری از «روش تحلیل نظریه زمینه ای» است.

درباره روش تحقیق اسنادی یا کتابخانه‌ای که روش پایه برای مطالعه در منابع دینی است، می توان گفت که به رغم اینکه این روش، طی سالیان طولانی در علوم انسانی مورد استفاده بوده است در چند سده اخیر با پیدایش روش‌های تحقیق کمی در علوم انسانی، از زمره روش‌های تحقیق علمی خارج شده یا نادیده انگاشته شده است (نکونام، 1379، مقدمه).

به نظر می رسد علت این بی توجهی، بها ندادن رویکردهای پژوهشی جدید به تحقیقات دینی و تأکید همه جانبه آنها بر حس گرایی و عینیت گرایی در روش‌های تحقیق در علوم انسانی بوده است. از همین رو در کتاب‌های روش تحقیق رشته‌های مختلف علوم انسانی و اجتماعی که عمدتاً از منابع غربی به زبان فارسی بر گردانده شده است، بحث قابل ملاحظه‌ای از روش تحقیق اسنادی یا کتابخانه‌ای که مبنا و مقدمات بسیاری از تحقیقات دیگر نیز هست، وجود ندارد.

تحقیق اسنادی یا کتابخانه ای، شیوه جستجو، تبیین و تحلیل و پردازش اطلاعاتی است که در منابع معتبر صورت می گیرد. در تحقیق کتابخانه‌ای با ارائه دلایل و شواهد منطقی و مستدل و به هم پیوسته، مسائل و موضوع‌های تحقیق بررسی و رد و اثبات می شود. از آنجا که در تحقیق کتابخانه ای، تحقیق اغلب حول مباحث و نظریه‌های پیشین شکل می گیرد، گفته شده که تحقیق کتابخانه‌ای «نوعی بررسی است که طی آن پژوهشگر کوشش می کند نظریه‌ای را با ارائه دلایل و شواهد محکم به اثبات برساند و یا رد کند و نتیجه را به صورت یک گزارش مستدل و منطقی عرضه نماید» (فرخزاد، 1384، 14).

در این روش، نکاتی را می توان بر شمرد که رعایت آنها متضمن اعتبار نتایج تحقیق است.

مهمترین این نکات عبارتند از:

بهبود منابع تحقیق، حصول اطمینان از اعتبار منابع تحقیق.

❶. به کارگیری دقت و تتبع همه جانبه و خودداری از هرگونه برداشت غیر مستدل در

بررسی و استنباط از متن (برخلاف آنچه در برخی نحله‌های تفسیری و هرمنوتیک مطرح

است که معنای مقصود مؤلف در حاشیه برداشت مفسر قرار می‌گیرد).

❷. احتراز از تحلیل‌ها و قضاوت‌های سطحی و شتاب زده در نتیجه‌گیری از داده‌های

حاصل از منابع.

❸. پردازش دقیق داده‌ها و ارائه گزارشی روشن، منظم و به دور از ابهام از یافته‌ها.

بنابراین تحقیق کتابخانه‌ای، که روش اصلی به کار رفته در این تحقیق است، پژوهشی

استدلال محور، مبتنی بر بهره‌گیری از منبع وحی با تکیه بر دلایل و شواهد عقلی و نقلی در

استنباط است. آنگونه که « مقصود از روش در هر عمل استدلالی، ضوابط و قواعدی است که

دلیل به استناد آنها بر نتیجه دلالت کرده و آن را اثبات می‌کند. دلیلی که به وسیله آن، از معانی

نخستین به مقاصد قرآنی یا معانی پشت پرده دست می‌یابیم. این دلیل ضوابط و قواعدی است که

به استناد آنها می‌توان اثبات نمود که از این معانی نخستین، آن مقاصد و معانی عمیق تر حاصل

می‌شود» (اراکي، 75، 1392).

با این همه نکته مهم در تحقیق حاضر این است که منبع مورد پژوهش، قرآن کریم است که

منبع با عظمت و مصون از هرگونه تحریفی است که از سوی خداوند در اختیار بشر قرار گرفته

است. به همین سبب بهره‌گیری از آن در کار تحقیق از اهمیت و حساسیت خاص خود برخوردار

است و نسبت دادن هر برداشتی به این کتاب، نیازمند استدلال توأم با شواهد درونی و بیرونی

است. در نتیجه با فرض اینکه روش تحقیق کتابخانه‌ای روش مناسبی برای تحقیق در این پژوهش

است، اما توجه به نکاتی که درباره تفسیر قرآن کریم به وسیله صاحب نظران علوم قرآن و تفسیر

گفته شده، برای اجرای صحیح روش این پژوهش به منظور مصونیت از خطا در استنباطها و

استخراج نتایج، ضروری است.

از آنجا که شرط پذیرش نتایج هر تحقیقی اعتبار نتایج آن است و معیار و شاخص اعتبار

تحقیقات مختلف بنا به روش و عرصه‌های تحقیق متفاوت است، اعتبار نهایی نتایج این تحقیق

پس از استدلال‌های منطقی به تأیید تفاسیر معتبر بر می‌گردد؛ تفاسیری که خود اعتبار نتایج را از

تفسیر پیامبر 9 و ائمه اطهار و احاطه مفسر بر ضرورت‌ها و لوازم تفسیر این کتاب آسمانی اخذ کرده‌اند (ر. ش: بابایی، **بیت الله العظمی خراسانی علیه السلام**، ج 1، ص 37، **بیت الله العظمی خراسانی علیه السلام**، ج 1، ص 37، **بیت الله العظمی خراسانی علیه السلام**، ص 37، **بیت الله العظمی خراسانی علیه السلام**).

به این ترتیب در این تحقیق بر اساس چارچوب مفهومی متخذ از مباحث ارتباطات، برداشت‌های قرآنی به سبک و سیاقی صورت گرفته که یافته‌های منطقی و مستدل با محتوای مربوطه در کتب تفسیر در هماهنگی کامل باشد و همه نتایج استخراج شده در طول مطالعه، به تأیید تفاسیر معتبر برسد.

پس از توضیحاتی که با استفاده از کتابهای روش‌شناسی تحقیق در قرآن مطرح شد،<sup>1</sup> اکنون برخی ملاحظات و نکات مهم مرتبط با این پژوهش، به اختصار شرح داده می‌شود:

### **بیت الله العظمی خراسانی علیه السلام: قرآن کتابی با اصول و مبانی ثابت، اما پاسخگو به نیازهای عصری و جهانی**

بنا به آنچه بر اساس خود قرآن گفته شده است «قرآن کریم کتاب هدایت همه انسان‌ها، در همه اعصار است؛ پهنه زمین و گستره زمان حوزه نورافشانی خورشید همواره تابان قرآن کریم است. نور هدایت قرآن تا آنجا که مرز بشریت است می‌تابد «و ما هی آلا ذکری للبشر»: (مدثر/31)، «و ما هو آلا ذکر للعالمین»: (قلم/52) و اختصاصی به عصری خاص یا اقلیمی مخصوص و یا نژادی ویژه ندارد» (تسنیم، ج 1، ص 31). به دیگر سخن «قرآن مجید در مطالب خود اختصاص به امتی از امتهای مانند امت عرب یا مسلمانان ندارد، بلکه با طوایف خارج از اسلام سخن می‌گوید، چنانکه با مسلمانان سخن می‌گوید. به دلیل خطابات بسیاری که با کفار و مشرکین و اهل کتاب و یهود و بنی اسرائیل و نصاری دارد و با هر طایفه‌ای از این طوایف به احتجاج پرداخته و آنان را به سوی معارف حقه خود دعوت می‌کند» (علامه طباطبایی، 37، 1389).

به این ترتیب برخلاف مکاتب و نظریه‌های انسانی که به مرور زمان اصالت و کارایی خود را از دست می‌دهند، قرآن مبانی و اصولی ماندگاری دارد که اقتضات ناشی از تغییرات مسائل

1 کتاب‌های روش‌شناسی تفسیر در قرآن مانند:

- روش‌شناسی تفسیر قرآن (1388)، بابایی علی اکبر و دیگران، انتشارات پژوهشگاه حوزه و دانشگاه
- روش تفسیر قرآن (1390)، رجبی محمود، انتشارات پژوهشگاه حوزه و دانشگاه
- تفسیر موضوعی قرآن کریم (1391)، عبدالکریم بهجت و دیگران، دفتر نشر معارف

عصری، آنها را مخدوش نمی‌کند و این خود رمز ثبات و پایداری در نظریه‌های بنیادین قرآن درباره انسان و جهان هستی است. به طوری که «معارف اعتقادی، حقیقت خالص و واقعیت محض می‌باشد و اصول اخلاقی و قوانین عملی که بیان داشته، نتایج و موالید واقعی همان حقایق ثابت است و چنین چیزی بطلان پذیر و به مرور زمان قابل نسخ نیست» (همان، 40).

در عین حال به رغم این ثبات و پایداری در اصول، «آیات قرآن چنان‌اند که علی‌رغم ثبات و تغییر ناپذیری ظواهر الفاظ آن، معانی متکاملی را تاب می‌آورند و به تناسب پیشرفت دانش انسانی، معانی جدیدی را از آن آیات می‌توان دریافت. به عبارت دیگر، هرچه بر دانش بشر افزوده شود، جلوه‌هایی از آنچه در قرآن تعلیم شده است، بر انسان آشکار می‌شود و معجزه بودن قرآن در این است که متنی ثابت، معانی همیشه متطور را در خود جای داده است؛ متنی که در بردارنده حقیقت مطلق است و در عین حال فهم نسبی و عصری بشر را برمی‌تابد» (الکتاب و القرآن، قرائه معاصره، به نقل از بهجت پور و دیگران، 43، 1391). و این گونه است که «ژرفای نهایت پذیری قرآن، اولین و اصلی‌ترین رمز ماندگاری قرآن در بستر طولانی زمان است. این ویژگی سبب می‌شود مجموعه‌ای به ظاهر «محدود»، از ظرفیتی نامحدود برخوردار گردد و آنچه به ظاهر «ثابت» می‌نماید، از پویایی درونی و همیشگی برخوردار باشد» (همان، 44).

بنا بر این یکی از ویژگی‌های بیانی قرآن کریم این است که بسیاری از معارف هدایت بخش خود را در قالب اصول و قواعد کلی عرضه کرده است. این ویژگی از یک سو، متن قرآن را فراتر از زمان و مکان خاص قرار داده و از دیگر سو راهیابی به فروع و جزئیات آن را با تفسیر روشمند ممکن ساخته است (همان، 59).

## 2. پرهیز از هرگونه تفسیر به رأی و تحمیل معنا به قرآن

لازمه انجام پژوهش در قرآن به جهت انتساب آن به ذات اقدس الهی، پرهیز از هرگونه پیش داوری و تحمیل هرگونه نظری بر معارف آسمانی این کتاب شریف است. زیرا همیشه این خطر وجود دارد که گرایش و علاقه مندی محقق به مطلبی، موجب شود که خواسته یا ناخواسته، نتایج تحقیق در قرآن، به سمت و سویی به جز آنچه مقصود این منبع وحیانی است، کشیده شود، که به آن تفسیر به رأی گفته می‌شود و «مراد از «تفسیر به رأی» - که مورد مذمت شدید پیامبر گرامی 9 قرار گرفته - این است

که مفسر ابتدا طبق میل خود دیدگاه مشخصی را به دیده قبول تلقی، و سپس آیات قرآن را بر اساس آن تفسیر نماید» (التفسیر و المفسرون، ج 1، ص 172؛ به نقل از بهجت پور و دیگران، 65، 1391). به عبارت دیگر آنچه به وضوح از متن روایات برمی آید، این است که مبنای تفسیر به رأی، نظر شخصی باشد و در آن هیچ معیار دیگری از قبیل روایات، شأن نزول، دیدگاه مفسران پیشین، قواعد تفسیر و... لحاظ نشود. به گفته علامه طباطبایی «اضافه شدن کلمه «رأی» به ضمیر «ه» [برایه] به معنی اختصاص، انفراد و استقلال است؛ به این معنی که مفسر به صورت مستقل و با تکیه بر آنچه خود از کلام عرب می فهمد، به تفسیر قرآن پردازد و کلام خداوند را با کلام آدمیان مقایسه نماید» (المیزان، ج 3، ص 77؛ به نقل از بهجت پور و دیگران، 69، 1391).

به این ترتیب، در این تحقیق برای پرهیز از هرگونه پیش داوری و تحمیل نظر و معنایی به قرآن، در تمامی مراحل به ویژه در استنتاج‌های نهایی، برداشت‌ها به رغم وجود استدلال عقلی و منطقی، با تفاسیر معتبر تطبیق داده شده، تا جایی که در متن نهایی گزارش تحقیق، جزء به جزء مطالب، با ذکر مشخصات کامل به منبع یا منابع تفسیری ارجاع داده شده است.

### ساختارمندی و محتوای هماهنگ در مجموعه آیات قرآن

از شرایط و لوازم مهم مطالعه مسائل انسانی در قرآن، توجه و نگاه منظومه‌ای و ساختارمند به همه آیات قرآن در مطالعه و تبیین موضوع مورد نظر است. برخی از صاحب نظران، از این ویژگی به عنوان شبکه ارتباطی آیات قرآن که بر اساس آن به عنصر همبستگی مفهومی میان آیات و مفاهیم قرآن کریم توجه می‌شود، یاد کرده‌اند (اراکي، 89، 1392). برخی نیز با اشاره به اینکه تفسیر قرآن در پرتو ارتباط معنایی بین آیات شکل می‌گیرد، توجه به این ویژگی در آیات قرآن را موجب زاینده شدن مفاهیم و آموزه‌های جدید برای پاسخگویی به مسائل و نیازهای بشر در عرصه‌های مختلف دانسته‌اند (بهجت پور و دیگران، 22، 1391).

به این ترتیب مجموعه مطالب و پیام‌های مربوط به یک موضوع در قرآن، در یک آیه یا سوره و یا جزء معینی از قرآن متمرکز نشده است. از این رو، مطالب مربوط به یک موضوع مشخص را باید در لابلای آیات و سوره‌های متعدد واکاوی کرد و سپس به جمع بندی آنها پرداخت (همان، 60).

آنچه دربارهٔ ضرورت نگاه منظومه ای، یکپارچه و جامع به قرآن و پژوهش‌های قرآنی گفته شد، در واقع همان شیوهٔ تفسیر قرآن به قرآن است که مطابق نظر برخی مفسران معاصر «بهترین و کارآمدترین شیوهٔ تفسیری قرآن است که شیوهٔ تفسیری اهل بیت (علیهم السلام) نیز هست. در این روش، معنای هر آیه از قرآن کریم با تدبّر در سایر آیات قرآنی و بهره‌گیری از آنها باز و شکوفا می‌شود» (تسنیم، ج 1، ص 61).

علامه طباطبایی در مقدمهٔ خود بر تفسیر المیزان، ضمن برشمردن برخی از انواع تفسیر با مشربها و گرایش‌های مختلف، در نقد آنها نوشته است: «همه اینها در این نقص بسیار بزرگ شریکند که آنچه از اباحت علمی و یا فلسفی بدست آورده اند، بر قرآن تحمیل کرده اند، بدون اینکه مدالیل آیات بر آنها دلالت داشته باشد» (طباطبایی، مقدمه تفسیر المیزان، 13). وی سپس با طرح مباحثی ادامه می‌دهد که روش مقبول ایشان برای تشخیص مقصود قرآن در هر موضوع، بهره‌گیری از خود آیات قرآن است. سپس با استناد به آیاتی مانند اینکه قرآن خودش را «تبیان کل شیء» می‌داند، نتیجه‌گیری می‌کند که این روش تفسیری مورد پذیرش خود قرآن است و مشی تفسیری پیامبر 9 و ائمه اطهار، نیز همین بوده است (همان، 18). برخی صاحب نظران با تأکید بر همین شیوهٔ تفسیری در قرآن، معتقدند که تفسیر قرآن به قرآن از امتیازات مهم تفسیر المیزان محسوب می‌شود و معنای آن، این است که تا جایی که می‌شود هر مسئله و مطلبی را از کل قرآن جستجو و استخراج می‌کنیم (مصباح یزدی، آبان 1393، همایش بین‌المللی اندیشه‌های علامه طباطبایی در تفسیر المیزان).

جالب اینکه توشیهیکو ایزوتسو، نویسندهٔ ژاپنی در آغاز کتاب «مفاهیم اخلاقی - دینی در قرآن مجید»، پس از توضیحاتی دربارهٔ شیوه‌های تحقیق در قرآن، بدون اشاره به مباحثی که از مفسران بزرگ در این باره نقل شد، دربارهٔ شیوهٔ تحقیق خود در قرآن می‌نویسد: «اما آنچه در این کتاب مورد توجه است، به کلی از همهٔ اینها و از بررسی‌های مشابه به آن متفاوت است و تفاوت عمده در روش تحلیلی است که من می‌خواهم بر داده‌های قرآنی عرضه کنم. می‌خواهم کاری کنم که قرآن به زبان خود سخن بگوید و خود مفاهیم خود را تفسیر و تعبیر کند» (ایزوتسو، 8، 1388).

به این ترتیب در تحقیق حاضر تلاش می‌شود برداشت‌های اخذ شده از قرآن به کل آیات این کتاب شریف برگردد تا رویکرد شبکه‌ای و منظومه‌ای به معانی قرآن رعایت شود. با این



توضیح که اگر چه به علت محدودیت این تحقیق در برای انجام یک پایان نامه دکتری، یافته‌ها به کل آیات قرآن استناد داده نمی‌شود، اما رجوع به تفاسیری که رویکرد تفسیری آنها تفسیر قرآن به قرآن است، این نیاز را تأمین می‌کند.