

اصول و مبانی قرآن کریم

در راستای افزایش سواد رسانه ای

مصطفی لعل شاطری

سرشناسه	لعل شاطری، مصطفی، ۱۳۶۸ -
عنوان و نام پدیدآور	اصول و مبانی قرآن کریم در راستای افزایش سواد رسانهای
مشخصات نشر	مشهد: نی نگار، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	۴۰ ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۶۴۴۷-۴۵-۲
وضعیت فهرست نویسی	فیبای مختصر
یادداشت	فهرست نویسی کامل این اثر در نشانی: http://opac.nlai.ir قابل دسترسی است
شماره کتابشناسی ملی	۳۸۷۴۰۴۸



انتشارات نی نگار

اصول و مبانی قرآن کریم
در راستای افزایش سواد رسانه ای

مصطفی لعل شاطری

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۴

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

امور فنی و چاپ: نشر مرنديز

قیمت: ۳۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۴۴۷-۴۵-۲

دفتر انتشارات: مشهد، خیابان آبکوه ۷- دانشسرای شمالی ۸- شماره ۹۰

دورنگار: ۰۵۱-۳۷۲۵۱۳۰۲

تلفن: ۰۵۱-۳۷۲۷۴۷۶۵

فهرست مطالب

۹	پیشگفتار
۱۱	مقدمه
۱۲	ضرورت آشنایی با سوارماندای
۱۶	اصول و مبانی مطروحه در قرآن کریم
۱۷	۱- حق محوری
۲۱	۲- دفاع از ارزش ها
۲۴	۳- مهمترین رهنمودهای اخلاقی
۲۵	۳-۱- حقیقت، صداقت و راستگویی
۲۵	۳-۲- پرهیز از افشای اسرار فردی
۲۶	۳-۳- اصلاحگری در میان مردم
۲۶	۳-۴- نقد صحیح
۲۷	۳-۵- ستم ستیزی و دفاع از مظلوم
۲۸	۴- لغزشگاه‌های رسانه

- ۴-۱- تکیه بر ظن و گمان به جای علم و یقین ۲۹
- ۴-۲- شخصیت گرایی ۲۹
- ۴-۳- عدم مبارزه با فساد ۳۰
- ۴-۴- عدم امانت داری ۳۱
- ۴-۵- عدم استقلال ۳۲
- ۴-۶- عدم روشنگری و بصیرت افزایی ۳۳
- ۵- منابع خبر ۳۳
- ۵-۱- مشاهدات ۳۴
- ۵-۲- اخبار اهل و ثوق ۳۵
- ۵-۳- شایعات ۳۶
- ۶- مدیریت رسانه ۳۷
- جمع بندی ۴۰

پیشگفتار

وَأَنَّهُ هُوَ أَضْحَكَ وَأَبْكَى (و همانا اوست که می خنداند و می گریاند) (سوره نجم:

آیه ۴۳)

با حمد و ستایش باری تعالی که توانایی جمع آوری و تدوین مطالب کتاب حاضر را به اینجانب اعطا فرموده است.

آنچه در این کتاب گردآوری شده است، مهم‌ترین نکات قرآنی در باب نحوه و چگونگی تهیه خبر بر اساس معیار و ضوابط قرآنی چه برای اصحاب رسانه و چه برای مخاطبین می‌باشد. این اثر را، نده نکاتی کلیدی و به دور از حاشیه پردازی در کتاب هایی از این دست است. چرا که در پی گرفتاری‌های کنونی، اندک خوانندگانی یافت می‌شوند که رغبت نمایند تا دو به سوی مطالعه کتاب‌های چند صد صفحه‌ای آن هم با نثری ثقیل و سنگین آیند. از این رو نویسنده با نگارشی ساده و روان به ذکر مهم‌ترین نکات قرآنی در باب اسرار مبینی قرآن کریم در باب افزایش سواد رسانه‌ای پرداخته است.

در مجموع این اثر را بنا به نقل کارشناسان حوزه علوم انسانی و اساتید دانشگاهی، می‌توان در زمره نخستین آثاری برشمرد که به دور از شرح و بسط‌های ملال آور و با تکیه بر متن قرآن کریم به بررسی و تحلیل مهم‌ترین نکات در این راستا پرداخته است.

صاحب این قلم بر خود لازم می‌داند تا مراتب تقدیر و احترام را از آقایان خوراکیان (مدیر مسئول روزنامه قدس)، علی هاشمی (سر دبیر پایگاه

خبری_تحلیلی قدس انلاین)، سعید کوشافر و اساتید محترم گروه تاریخ دانشگاه فردوسی مشهد که در راه خلق این اثر بنده را یاری فرموده اند به جا آورم.

مشهد مقدس

مصطفی لعل شاطری (خبیرنگار و کارشناس ارشد تاریخ ایران اسلامی)

E-mail: mostafa.shateri@yahoo.com

Tel: 09154382143

www.ketab.ir

مقدمه

سواد رسانه‌ای (Media Literacy) عبارت است از یک نوع درک متکی بر مهارت که براساس آن می‌توان انواع رسانه‌ها و انواع تولیدات آن‌ها را شناخت و از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد. سواد رسانه‌ای آمیزه‌ای از تکنیک‌های بهره‌وری مؤثر از رسانه‌ها و کسب بینش و درک برای تشخیص رسانه‌ها از یکدیگر است، از این رو در رسانه‌های دین مدار که مخاطبان آن با مبانی اسلامی آشنایی دارند رعایت نکاتی الزامی می‌باشد. تکامل اخلاق رسانه‌ای با پیدایش تکنولوژی‌ها و فرصت‌های جدید ارتباطی چون رسانه‌های متعامل، روزنامه نگاری شهروندی و تکثر منابع اطلاعاتی وارد مرحله جدیدی از حیات خود شده است که به گفته بسیاری از صاحب نظران علوم ارتباطات در مرحله‌ی گذار پارادایم جدیدی در حوزه‌ی اخلاق رسانه‌ای هستیم.

بی‌شک از این رو برای موفقیت در روند سپر تکامل اخلاق رسانه‌ای و آموزش‌های مناسب در این حوزه نیازمند منابع غنی و گسترده‌ی مطابق با شرایط روز هر جامعه‌ای می‌باشیم که در کشور ما با توجه به وجود منابع دینی و بالاتر از همه قرآن کریم تبیین منشور اخلاق اسلامی رسانه‌ای لازم و حیاتی است چرا که این منبع را می‌توان برترین الگو برای افزایش سطح سواد رسانه‌ای مخاطبان جوامع دین محور نیز دانست.

در دهه‌های اخیر تحقیقات فراوانی در باب الگو برداری از قرآن کریم و کاربردی ساختن آن در منشور قوانین مشاغل گوناگون صورت پذیرفته است، اما

کمتر به الگوبرداری و ترسیم خط مشی رسانه بر اساس موازین قرآنی و مبنا قرار گرفتن آن از سوی مخاطبان، توجه شده است. بر این اساس سعی گردیده تا به پرسش ذیل پاسخ داده شود که در ابتدا سواد رسانه‌ای به چه معنا و چه کاربردی دارد و مخاطبین باید به چه اصولی در حوزه کار اصحاب رسانه توجه نموده و آن‌ها را ملزم به رعایت آن نمایند؟ و البته فرض بر این است که هر چند قوانین گاه از سوی انسان‌ها مدون می‌گردد، اما مخاطبین رسانه در کشورهای اسلامی و بویژه ایران باید لگوی خود را در زمینه رعایت یک رسانه معیار با ویژگی‌های الهی مطابق با تعالیم قرآن در نظر داشته باشند. در این اثر تلاش می‌گردد با تکیه بر روش توصیفی - تحلیلی به مهم‌ترین مسایل مطروحه برای افزایش سطح سواد مخاطبین در حوزه رسانه قرآن کریم نیز بر آن تاکید داشته است و بی شک اصحاب رسانه باید به آن توجه ویژه داشته باشند، پرداخته شود.

ضرورت آشنایی با سواد رسانه ای

با پیدایش و انبساط انقلاب تکنولوژی در دهه ی ۱۹۸۰، جهان به مرحله ی جدیدی گام نهاد، که در آن رسانه‌ها، ضمن گام برداشتن در مسیر تکامل و تنوع، به یکی از اجزای اصلی جوامع بشری تبدیل شده‌اند. بنابراین، رای اینکه بتوان در برابر رسانه‌های متکثر موجود، مخاطبینی داشت که بتوانند در کار بهره برداری آگاهانه و فعالانه از این رسانه‌ها، خود را در مقابل چالش‌ها و پیامدهای مخرب آنها حفظ نمایند، باید سواد جدیدی ایجاد کرد. فلذا نیازمند ارائه تعریف گسترده تری از سواد و افزایش فضای مفهومی آن هستیم؛ که معمولاً به معنای توانایی خواندن و نوشتن صرف نیست.