

## بررسی مفاهیم مرتبط با شیوه‌های اطلاع‌رسانی در قرآن

### فهیمة باب‌الجوانجی

دانشیار و هیأت علمی گروه کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران  
babalhavaeji@yahoo.com

### نحلا حریری

دانشیار و هیأت علمی گروه کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران  
Hariri@hotmail.com

### عبدالعلی فرضعلی زاده (نویسنده مسئول)

دانشجوی کارشناسی ارشد علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه آزاد اسلامی،  
واحد علوم و تحقیقات و کارشناس فهرست‌نویسی کتابخانه و مرکز اطلاع‌رسانی دانشگاه امام صادق (ع)  
farza@isu.ac.ir  
تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۲/۲۳؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۷/۱۲

## چکیده

**هدف:** پژوهش حاضر با هدف تعیین مفاهیم مرتبط با شیوه‌های اطلاع‌رسانی در قرآن انجام شده است.

**روش:** تحقیق حاضر با استفاده از روش تحلیل محتوا انجام گرفته است. جامعه آماری شامل آیات قرآن (۶۲۳۶) است که از این تعداد حدود ۵۵۰۰ آیه دارای بار معنایی اطلاع‌رسانی می‌باشند. مجموعه واژه‌ها و کلماتی که در قرآن دارای بار اطلاعاتی مذکور هستند عبارتند از امر، بشر، بلغ، بین، تلو، دعو، ذکر، رسل، علم، قصص، قول، کتب، نباء، نذر، نزل، نصح، نهی، وعظ، و هدی. با استفاده از جدول مورگان ۳۵۶ نمونه به صورت تصادفی ساده انتخاب شد. با توجه به اینکه از هر واژه که دارای بار معنایی اطلاعاتی است به تعداد متفاوت در قرآن آمده است؛ لذا نسبت تعداد نمونه به کل آیات ۷ درصد محاسبه شد. بنابراین ۷ درصد آیات، از هر یک از کلمات انتخاب شد که بدین ترتیب روش نمونه‌گیری در مرحله دوم تصادفی طبقه‌ای تعیین شد.

**یافته‌ها:** داده‌ها نشان می‌دهند واژه علم با ۷۴/۵ درصد نسب به کل سوره‌ها بیشترین فراوانی را دارد. پیامبر اسلام (ص) در نمونه آماری با ۸۷ درصد بیشتر از سایر انبیاء الهی به امر اطلاع‌رسانی پرداخته است. در مورد مخاطبان قرآنی تمام بشریت با ۴۲ درصد نسبت به سایر مخاطبان از فراوانی بیشتری برخوردار است. در باب شیوه‌های اطلاع‌رسانی سپاس از خدا، اجرای عدالت، علم، آگاهی، دلایل روشن و متقن، مجادله و مناظره احسن، و بشارت و انذار از مهمترین شیوه‌های اطلاع‌رسانی در قرآن مطرح شده است.

**اصالت/ارزش:** شناخت مهمترین روش‌های قرآنی اشاعه اطلاعات علاوه بر شناخت بهتر قرآن رهنمودی

برای استفاده کنندگان از قرآن خواهد بود.

**کلیدواژه‌ها:** قرآن کریم، اطلاع‌رسانی، شیوه‌های اطلاع‌رسانی، مخاطبان اطلاع‌رسانی قرآن، اطلاع‌رسانان

قرآن.

## مقدمه

اسلام به عنوان آخرین دین آسمانی و مکتب الهی، و قرآن کریم به عنوان آخرین کتاب آسمانی و الهی، واجد جامع‌ترین و کامل‌ترین برنامه سعادتمندی بشر و پیامبر اسلام (ص) به عنوان آخرین فرستاده به سوی بشریت، بهترین و عالی‌ترین نمونه و الگوی انسان کامل در طول تاریخ حیات بشری است. از این رو، کاوشگران حوزه علوم دینی همواره بر لزوم مذاقه هر چه بیشتر در اسلام و مطالعه قرآن و سیره و ابعاد زندگی پیامبر مکرم اسلام (ص) و ائمه هدی (علیهم السلام) اصرار می‌ورزند؛ زیرا آنها بر این عقیده‌اند که با تبیین مبانی دین، مطالعه و تفحص در قرآن از جمله تفسیر قرآن کریم، واکاوی اندیشه‌های دینی و رجوع به منابع دینی مانند قرآن، سنت و سیره عملی امامان معصوم (علیهم السلام) و تطبیق دستاوردها و نظام‌های علمی با آن، می‌توان به الگوهای علمی، عینیت‌گرا و در عین حال مطابق با ضرورت‌های موجود و نیازهای بومی جهان اسلام دست یافت (خندان، ۱۳۷۵).

بی‌تردید، یکی از وجوه پر رمز و راز قرآن کریم، شیوه‌های اطلاع‌رسانی و تبلیغی این مصحف شریف و شخصیت حضرت محمد (ص) و سیره تبلیغی و اطلاع‌رسانی ایشان است. نگرش مسلمانان درباره کتاب عظیم قرآن کریم و شخصیت حضرت محمد بن عبدالله (ص) به عنوان اسوه مستلزم بررسی دقیق و موشکافانه از این دو امانت الهی در میان ابناء بشری است. بنابراین تأمل هر چه بیشتر در متن قرآن کریم و شخصیت و سیره عملی حضرت محمد (ص) و همچنین مطالعه دقیق و عالمانه در تمام مراکز دینی و دانشگاهی ما را به این نکته رهنمون می‌سازد که قرآن کریم در هنگام نزول بر قلب پیامبر (ص)، به یک‌باره در شب قدر و همچنین در طول دوران بیست و سه سال رسالت خطیرشان، از شیوه‌ها و ابزارهای ارتباطی و فرهنگی خاصی بهره برده است و در این مسیر پرفراز و نشیب با اقدامات هدفمند و روشن تبلیغی، زمینه‌ساز تحولی عظیم و چشمگیر در شبه جزیره و البته در جهان شدند (نظری مقدم، ۱۳۸۹).

برای قرآن کریم اسامی متعدد و اوصاف فراوانی نسبت داده شده است، درباره علت و انتخاب این اوصاف و اسامی، دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد. مفسر بزرگ، ابوالفتح رازی (۵۵۲ق) در مقدمه کتاب تفسیرش، برای قرآن چهل و سه نام آورده است. «حر عاملی» یکی از دانشمندان بزرگ علوم اسلامی می‌گوید: قرآن به عنوان بزرگ‌ترین معجزه پیامبر بخش قابل توجهی از حیات جامعه بشری را تحت الشعاع خویش قرار داد. نقش و جایگاه تبلیغی و اطلاع‌رسانی کتاب آسمانی، قرآن کریم، بر هیچ کسی پوشیده نیست.

نقش فرهنگی و ارتباطی قرآن، از وجوه مختلف، قابل تأمل و بررسی است؛ زیرا هم هویت‌بخش به جامعه اسلامی و مصدر و غایت اطلاع‌رسانی دینی به‌شمار می‌آید و هم به‌عنوان یک ابزار ارتباطی مکتوب، آثار و کارکردهای متعدد و کارایی را از خود برجای می‌نهد.

بدون تردید نزدیک‌ترین و بهترین راه شناخت و بهره‌برداری از قرآن، رهنمودهای روشن‌گرانه خود این کتاب بزرگ است؛ چرا که در آیاتی بی‌شمار ضمن اشاره به حقیقت قرآن کریم و اهداف بزرگ آن، راه و شیوه‌های صحیح استفاده از این کتاب آسمانی هم تبیین گردیده است. همچنین به موانع بهره‌برداری از آموزه‌های آن و علل محروم ماندن افراد از زلال معارف حیات‌بخش این اقیانوس بی‌کران الهی اشاره شده است. بر این اساس، نخستین گام ورود به سرچشمه جوشان رهنمودهای نورانی و نجات‌بخش این کتاب بزرگ هدایت و انسان‌سازی، گوش جان سپردن به بیانات صادقانه خود قرآن درباره قرآن است (خندان، ۱۳۷۵).

عباسی (۱۳۷۱) در کتابی تحقیقی، کلماتی از قرآن که دارای بار اطلاع‌رسانی است را استخراج و معرفی کرده است که عبارتند از امر، بشر، بلغ، بین، تلو، دعو، ذکر، رسل، علم، قصص، قول، کتب، نباء، نذر، نزل، نصح، نهی، وعظ، هدی. لذا کلمات یاد شده به‌عنوان معیار بررسی حاضر قرار گرفت.

قرآن کریم راهنمای بشریت و برای هدایت انسان‌ها از طرف خداوند به پیامبر (ص) نازل شده است که به شکل کتاب بودن آن دارای جنبه‌های مختلف و متعددی است. با توجه به اینکه یکی از اهداف کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی، اطلاع‌رسانی از طریق منابع مکتوب و غیرمکتوب است؛ لذا شناخت جنبه‌های مختلف شیوه‌های اطلاع‌رسانی در قرآن کریم می‌تواند در راستای تحقق اهداف فرهنگی کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی مفید باشد.

هدف اصلی تحقیق حاضر تعیین مفاهیم مرتبط با شیوه‌های اطلاع‌رسانی در قرآن کریم است. بدین منظور علاوه بر تعیین مفاهیم مرتبط با اطلاع‌رسانی در قرآن کریم که با استفاده از معجم‌ها و لغت‌نامه‌ها انجام شده است، با استفاده از نرم‌افزارهای قرآنی سوره‌هایی که بیشترین آیات را در این رابطه دارند مشخص شده است. همچنین شخصیت‌هایی که بیشترین اطلاع‌رسانی را کرده‌اند، مخاطبان اطلاع‌رسانی در قرآن و تأکید قرآن بر مهم‌ترین شیوه‌های اطلاع‌رسانی با استفاده از تفاسیر مورد بررسی قرار گرفته است.

## پرسش‌های اساسی

۱. چه میزان از کلمات در قرآن ناظر بر معنای اطلاع‌رسانی هستند؟

۲. چه سوره‌هایی در قرآن مشخصاً بر اطلاع‌رسانی تأکید کرده‌اند؟
۳. اطلاع‌رسانی در قرآن توسط چه شخصیت‌هایی انجام شده است؟
۴. مخاطبانی که توسط قرآن به آنان اطلاع‌رسانی شده چه کسانی هستند؟
۵. بیشترین تأکید قرآن بر کدام شیوه‌های اطلاع‌رسانی است؟

### روش پژوهش

این پژوهش با روش «تحلیل محتوا» انجام شده است. جامعه پژوهش متن قرآن کریم با ۶۲۳۶ آیه می‌باشد. در قرآن با دو گروه از مفاهیم سروکار خواهیم داشت؛ الف) مفاهیم مرتبط با اطلاع‌رسانی در قرآن که با استفاده از واژه‌نامه‌های قرآنی و عربی استخراج شده است. ب) مفاهیم مرتبط با شیوه‌های اطلاع‌رسانی در قرآن که با استفاده از منابع تفسیری و سایر منابع استنباط شده است.

مهمترین کلماتی که در قرآن دارای بار معنایی اطلاع‌رسانی هستند شامل امر، بشر، بلغ، بین، تلو، دعو، ذکر، رسل، علم، قصص، قول، کتب، نباء، نذر، نزل، نصح، نهی، وعظ، و هدی می‌باشد. جامعه آماری شامل آیات قرآن (۶۲۳۶) است که از این تعداد حدود ۵۵۰۰ آیه دارای بار معنایی اطلاعاتی است. با استفاده از جدول مورگان عدد ۳۵۶ به عنوان نمونه به صورت تصادفی ساده انتخاب شد، ولی با توجه به اینکه از هر واژه‌ای که دارای بار معنایی اطلاع‌رسانی است به تعداد متفاوت در قرآن کریم آمده است؛ لذا نسبت تعداد نمونه به کل آیات قرآن، ۷ درصد محاسبه شد. بنابراین ۷ درصد آیات، از هر یک از کلمات انتخاب شد که بدین ترتیب روش نمونه‌گیری در مرحله دوم تصادفی طبقه‌ای تعیین شد.

برای انجام پژوهش چندین واژه‌نامه قرآنی و عربی مورد بررسی قرار گرفت. مفرد کلماتی که دارای بار معنایی اطلاع‌رسانی دارند انتخاب شد. ریشه کلماتی که از آنها معنای اطلاع‌رسانی رسانش پیام استنباط می‌شد انتخاب و با استفاده از نرم‌افزارهای قرآنی معین گردید.

از تفاسیر معروف شیعه تفسیر «المیزان» علامه طباطبایی (ره) به عنوان تفسیر تخصصی و تفسیر «نمونه» آیت‌الله العظمی مکارم شیرازی به عنوان تفسیر عمومی و همچنین تفسیر «تسنیم» آیت‌الله العظمی جوادی آملی به منظور تفسیر کلماتی که به بررسی شیوه‌های اطلاع‌رسانی، فرستنده پیام و مخاطبین پیام اشاره دارند استفاده گردید و الگوهای اطلاع‌رسانی مورد مطالعه قرار گرفتند.

### یافته‌ها

به منظور ارائه یافته‌های پژوهش، سعی شده است تا با کمک جدول و نمودار به پرسش‌های اساسی پاسخ داده شود.

پرسش اساسی اول: چه میزان از کلمات در قرآن ناظر بر معنای اطلاع‌رسانی هستند؟ طبق بررسی انجام شده، مصادیق اطلاع‌رسانی کلماتی هستند که در جدول ۱ اسامی و فراوانی آنها آمده است.

جدول ۱. فراوانی کلمات دارای بار معنایی اطلاع‌رسانی در آیات قرآن

واژه	تعداد کل	تعداد سوره	تعداد آیه	درصد به کل آیات
امر	۲۴۹	۶۱	۲۲۷	۳/۶
بشر	۱۲۳	۴۷	۱۱۹	۲
بلغ	۷۷	۳۶	۷۳	۱/۲
بین	۵۲۳	۷۱	۴۵۴	۷/۳
تلو	۶۳	۳۳	۶۱	۱
دعو	۲۱۲	۵۵	۱۸۲	۲/۹
ذکر	۲۹۲	۷۱	۲۶۴	۴/۲
رسل	۵۱۳	۶۹	۴۲۹	۷
علم	۸۵۴	۸۵	۷۲۷	۱۱/۶
قصص	۳۰	۱۴	۲۵	۰/۴
قول	۱۷۲۲	۸۴	۱۳۸۳	۲۲/۲
کتب	۳۱۹	۶۱	۲۷۹	۴/۵
نبا	۸۰	۲۳	۷۷	۱/۲
نذر	۱۳۰	۵۰	۱۱۵	۱/۸
نزل	۲۹۳	۶۰	۲۵۷	۴/۱
نصح	۱۳	۶	۱۱	۰/۱
نهی	۵۶	۲۶	۵۴	۰/۹
وعظ	۲۵	۱۴	۲۴	۰/۴
هدی	۳۱۶	۶۲	۲۶۸	۴/۲
جمع	۵۸۹۰	۹۲۸	۵۰۲۹	۸۰

جدول ۱ نشان می‌دهد ۸۰ درصد از کل آیات قرآن دارای کلماتی است که بار معنایی اطلاع‌رسانی دارند. این بدان معناست، کلماتی که دارای بار معنایی اطلاع‌رسانی هستند در بسیاری از آیات قرآن تکرار شده‌اند و این امر نشان‌دهنده آن است که قرآن کریم پیش از

آنکه کتاب احکام و شریعت باشد، با همه احترام و اهمیتی که برای آن قائل هستیم، کتاب دعوت و هدایت، و اطلاع‌رسانی نیز هست.

همان طوری که در جدول ۱ مشاهده می‌شود واژه «قول» با تمام مشتقات آن جمعاً ۱۷۲۲ بار تکرار شده است. این کلمه در ۱۳۸۳ آیه از آیات قرآن کریم، حدود ۲۲/۶ درصد نسبت به کل آیات آورده شده است. بیشترین ترکیبات آن، فعل «قال» به صورت مفرد مذکر یا با ضمیرش می‌باشد که ۵۲۹ مرتبه و فعل امر «قل» و سایر واژه‌های منبعث از آن ۳۳۲ مرتبه در قرآن آمده است که با دفعات مختلف در قرآن تکرار شده است.

پرسش اساسی دوم: چه تعداد سوره در قرآن مشخصاً بر اطلاع‌رسانی تأکید کرده است؟ در اکثر سوره‌های قرآن کلمات دارای مفهوم اطلاع‌رسانی تکرار شده است. این بدان معناست که اکثر سوره‌های قرآن به موضوع اطلاع و اطلاع‌رسانی به اشکال گوناگون پرداخته است.

جدول ۲. فراوانی سوره‌های دارای مفهوم اطلاع‌رسانی

ردیف	واژه‌ها	تعداد سوره‌ها	درصد نسبت به کل سور
۱	امر	۶۱	۵۳/۵
۲	بشر	۴۷	۴۱
۳	بلغ	۳۶	۳۱/۵
۴	بین	۷۱	۶۲
۵	تلو	۳۳	۲۹
۶	دعو	۵۵	۴۸
۷	ذکر	۷۱	۶۲
۸	رسل	۶۹	۶۰
۹	علم	۸۵	۷۴/۵
۱۰	قصص	۱۴	۱۲
۱۱	قول	۸۴	۷۵
۱۲	کتب	۶۱	۵۳/۵
۱۳	نباء	۲۳	۲۰
۱۴	نذر	۵۰	۴۴
۱۵	نزل	۶۰	۵۳
۱۶	نصح	۶	۵
۱۷	نهی	۲۶	۲۲
۱۸	وعظ	۱۴	۱۲
۱۹	هدی	۶۲	۵۴

طبق جدول ۲، به ترتیب واژه علم در ۸۵ سوره قرآن (۷۴/۵ درصد)، واژه قول در ۸۳ سوره قرآن (۷۳/۵ درصد)، واژه‌های ذکر و بین در ۷۱ سوره قرآن (۶۲ درصد)، واژه رسل در ۶۹ سوره قرآن (۶۰ درصد)، واژه‌های امر و کتب در ۶۱ سوره قرآن (۵۳/۵ درصد)، واژه نزل در ۶۰ سوره (۵۳/۵ درصد)، واژه دعو در ۵۵ سوره قرآن (۴۸ درصد)، واژه نذر در ۵۰ سوره قرآن (۴۳/۸ درصد) واژه بشر در ۴۷ سوره قرآن (۴۱ درصد)، واژه‌های تلو و جهد در ۳۳ سوره قرآن (۳۰ درصد)، واژه نباء در ۲۳ سوره قرآن (۲۰ درصد)، واژه‌های قصص و وعظ در ۱۴ سوره قرآن (۱۲ درصد)، واژه نصح در ۶ سوره (۵ درصد)، و در نهایت واژه نفر در ۸/۵ درصد از سوره‌های قرآن آمده است.

بر اساس جدول ۲، واژه علم با فراوانی ۸۵ سوره که در ۷۴/۵ درصد از کل سوره قرآن آمده است بیشترین فراوانی نسبت به سایر واژه‌ها را دارد. بعد از آن واژه قول و ذکر از نظر فراوانی به ترتیب در رده دوم و سوم قرار دارد. سوره‌های بقره، آل عمران، النساء و المائده نسبت به سایر سوره‌ها دارای کلماتی با بار اطلاع‌رسانی بیشتری هستند.

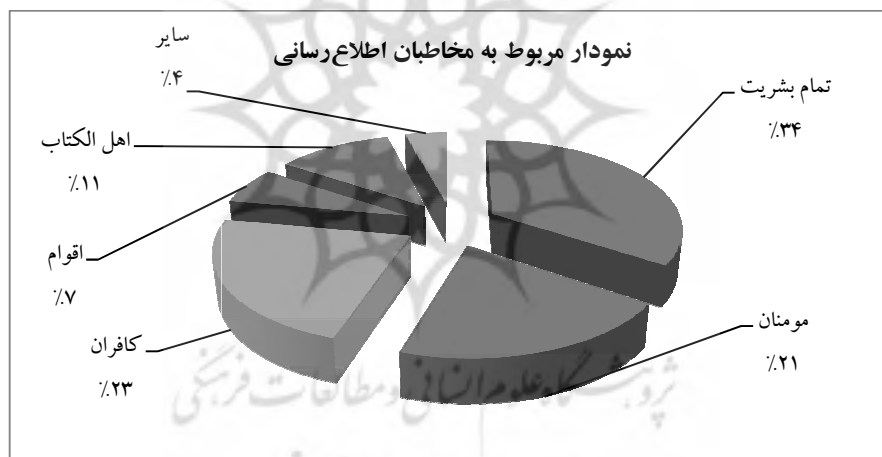
پرسش اساسی سوم: اطلاع‌رسانی در قرآن توسط چه شخصیت‌هایی انجام گرفته است؟ با توجه به جدول ۳، پیام‌رسان و اطلاع‌رسانانی که امر اطلاع‌رسانی و ابلاغ پیام را بر عهده گرفته‌اند مشخص شده است. شایان ذکر است که امر پیام‌رسانی صرفاً با کلماتی که قبلاً به عنوان معیار معرفی شده بود، محاسبه گردید.

جدول ۳. فراوانی و درصد اطلاع‌رسانان قرآنی

ردیف	پیام‌رسان	فراوانی	درصد
۱	الله	۶	۵
۲	محمد (ص)	۱۰۲	۸۷
۳	نوح (ع)	۴	۳/۵
۴	ابراهیم (ع)	۲	۱/۵
۵	موسی (ع)	۱	۰/۷
۶	عیسی (ع)	۰	۰
۷	سایر	۲	۱/۵
۸	جمع	۱۱۷	۱۰۰

طبق جدول ۳، لفظ جلاله «الله» با درصد فراوانی ۵ مشخص شده است. بدیهی است خداوند متعال در بعضی موارد پیام را بر قلب مبارک پیامبر اکرم (ص) نازل کرده است؛ ولی مواردی وجود دارد که به طور مشخص اطلاع‌رسانی توسط خداوند انجام گرفته است. حضرت محمد (ص) با ۱۰۲ بار (۸۷ درصد) بیشترین فراوانی را نسبت به سایرین برخوردار است که وظیفه ابلاغ پیام را بر عهده داشتند. همچنین طبق یافته‌ها، حضرت نوح (ع) با ۴ بار تکرار (۳/۵ درصد) به عنوان اطلاع‌رسان و ابلاغ‌کننده پیام الهی به مردم به خصوص به قوم خویش بوده است. پیامبر بعدی حضرت ابراهیم (ع) است. پرسش اساسی چهارم: مخاطبانی که توسط قرآن به آنان اطلاع‌رسانی شده چه کسانی هستند؟

نتایج در نمودار ۲ آورده شده است:



نمودار ۲. مخاطبان اطلاع‌رسانی

همان طوری که در نمودار ۲ مشخص است، تمام بشریت (به طور کلی تمام انسان‌ها) با ۴۲ بار تکرار (۳۴ درصد) نسبت به سایر مخاطبان در مرتبه بالاتری قرار گرفته است. کافران و مشرکان با ۲۸ بار تکرار (۲۳ درصد) و مؤمنان و مسلمانان با ۲۵ بار تکرار (۲۱ درصد) در رتبه دوم و سوم قرار دارند. اهل الکتاب (یهود، نصاری و مشرکان) و اقوام به ترتیب در رتبه‌های بعدی جای دارند.



پرسش اساسی پنجم: بیشترین تأکید قرآن مجید بر کدام شیوه‌های اطلاع‌رسانی است؟ با استفاده از تفاسیر ذکر شده در قسمت‌های پیشین، نتایج در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. فراوانی و درصد شیوه‌های اطلاع‌رسانی در قرآن

ردیف	شیوه‌های اطلاع‌رسانی	فراوانی	درصد
۱	آزادی	۱۰	۳
۲	امر و دستور	۶	۲
۳	انفاق و گذشت	۱۲	۳
۴	ایمان عمل صالح	۳۰	۸
۵	بشارت و انذار	۳۰	۸
۶	تقوا و پرهیزگاری	۱۲	۳
۷	تلاوت	۷	۲
۸	توکل	۶	۱
۹	حکمت	۶	۱
۱۰	درخواست	۶	۱
۱۱	دلایل روشن	۳۶	۱۰
۱۲	سپاس و یاد خدا	۴۲	۱۲
۱۳	شمارش نعمت	۶	۲
۱۴	صبر و شکیبایی	۱۶	۴
۱۵	عدالت	۲۴	۷
۱۶	علم اجبار علوم انسانی و مطالعات فرهنگی		
۱۷	عظمت قرآن	۱۸	۵
۱۸	علم و آگاهی	۳۰	۸
۱۹	قصه و داستان	۱۸	۵
۲۰	مجادله احسن	۲۴	۷
۲۱	مستند بودن	۱۰	۳
۲۲	مقایسه	۸	۲
۲۳	وعده بهشت	۵	۱
۲۴	جمع	۳۶۵	۱۰۰

همان طوری که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، سپاس و یاد خدا با ۴۲ بار تکرار، ۱۲ درصد از کل مفاهیم مرتبط با شیوه‌های اطلاع‌رسانی در قرآن کریم را شامل می‌شود. بعد از آن دلایل روشن و متقن با ۳۶ بار تکرار (۱۰ درصد)، و ایمان و عمل صالح، بشارت و انداز، و علم و آگاهی هر کدام با ۳۰ بار تکرار (۸ درصد) در رتبه‌های قرار گرفته‌اند. توکل، حکمت، درخواست (طلب) و وعده بهشت هر کدام با ۵ یا ۶ بار تکرار، ۱ درصد از کل مفاهیم مرتبط با اطلاع‌رسانی در قرآن کریم را تشکیل می‌دهند.

### نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که ۸۰ درصد از کل آیات قرآن دارای کلماتی است که بار معنایی اطلاع‌رسانی دارند. بنابراین می‌توان چنین استنباط کرد که قرآن کریم علاوه بر بیان احکام و شریعت، کتاب دعوت و هدایت و اطلاع‌رسانی نیز هست. واژه‌ای که بیشترین فراوانی را دارد، کلمه قول است (۱۷۲۲ بار)<sup>۱</sup> و بعد از آن به ترتیب واژه علم (۸۵۴ بار)، بین (۵۲۳ بار) و رسل (۵۱۳ بار) بیشترین فراوانی را دارند. کمترین میزان مربوط به واژه‌های نصیح (۱۳ بار) و وعظ (۲۵ بار) است. در رابطه با این مسأله ملامحمد (۱۳۷۱) در پایان‌نامه خود «شناخت واژه‌های تبلیغی در قرآن (دعوت، وعظ و نصیح) از سه دیدگاه ادبی، تفسیر و زبان‌شناختی» را مورد مطالعه قرار داد. بر اساس نتایج حاصل از تحقیق وی موعظه امری احساسی است که با قلب مخاطب سروکار دارد. دامنه موعظه به گونه‌ای است که تنها به سخن و گفتار خلاصه نمی‌شود؛ بلکه عمل و رفتار نیز به عنوان اندرز و نصیحتی مؤثر قلمداد می‌شود. معنی آن دارای سه عنصر اصلی دعوت‌کننده، مخاطب و موضوع دعوت است. غلامی (۱۳۷۷) نیز در تحقیق خود با عنوان «شیوه تبلیغ انبیاء اولوالعزم در قرآن کریم» بیان می‌کند که قطعاً انبیای اولوالعزم باید با بهترین شیوه به تبلیغ بپردازند که آن همان شیوه‌ای است که خدای متعال به حضرت رسول اکرم (ص) فرمان داد «وَقَالَ الَّذِينَ أَشْرَكُوا لَوْ شَاءَ اللَّهُ مَا عَبَدْنَا مِنْ دُونِهِ مِنْ شَيْءٍ نَحْنُ وَلَا آبَاؤُنَا وَلَا حَرَمْنَا مِنْ دُونِهِ مِنْ شَيْءٍ كَذَلِكَ فَعَلَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ فَهَلْ عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ»<sup>۲</sup>. البته شیوه از نظر اصول و اساس یکی بوده است، ولی در فروع و جزئیات با توجه به شرایط مکان و زمان و روحیات مردم و غیره تفاوت‌هایی داشته‌اند. بخش نخست شیوه

۱. نمونه‌های مورد پژوهش مورد نظر است.

۲. سوره نحل، آیه ۳۵.

حکمت است که در دو قسم حکمت علمی یا سخنان حکیمانه و حکمت عملی یا رفتار و سیره انبیاء بیان شده است. شیوه دوم، موعظه حسنه است که غالباً در محورهای انذار و تبشیر و تذکر و موارد گوناگون دیگر مطرح شده است. سومین شیوه، جدال احسن می باشد که در دو قسم مطرح شده است؛ یکی جدال لفظی یا علمی که گاهی جنبه روانی هم داشته است و دیگری جدال عملی یا جهاد و مقابله که در مورد پیامبر اسلام با ارائه معجزاتی از سوی خداوند در قالب عذاب الهی و نجات پیامبرانش بوده است. قسم دوم در مورد پیامبر اسلام (ص) به حسب ضرورت در قالب مبارزه و جهاد بوده است که البته در این مورد هم ایشان از موعظه و اتمام حجت دریغ نکرده‌اند. غمامی (۱۳۸۹) در پایان‌نامه خود تحت عنوان «مطالعه تطبیقی مدل مفهومی دعوت در قرآن و مفاهیم اصلی نظریات ارتباطات در طبقه بندی گریفین<sup>۱</sup>» بیان می‌کند مهم‌ترین مفاهیم مدل به دست آمده چنین است که عدم شرک مهم‌ترین مشخصه داعی، بشارت و انذار مهم‌ترین محتوای دعوت، حکمت و موعظه اصلی‌ترین روش دعوت و تسلیم و اطاعت اصلی‌ترین شرط هدایت در مدعو است.

بر اساس نتایج حاصل از پژوهش حاضر، واژه علم که در ۸۵ سوره قرآن (۷۴/۵ درصد) آمده است بیشترین فراوانی نسبت به سایر واژه‌ها را در سوره‌ها دارد. بعد از آن واژه قول در ۸۴ سوره (۷۵ درصد) و رسل در ۶۹ سوره (۶۰ درصد) تکرار شده‌اند. کمترین میزان فراوانی مربوط به واژه نصح و وعظ می‌باشد که به ترتیب در ۱۳ و ۲۵ سوره تکرار شده‌اند.

نتایج دیگر پژوهش نشان می‌دهد که پیامبر اکرم (ص) با ۱۰۲ بار تکرار (۸۷ درصد) بیشترین اطلاع‌رسانی را نموده‌اند. نکته قابل توجه، لفظ جلاله الله است که فقط در ۶ مورد (۵ درصد) به صورت مستقیم به عنوان اطلاع‌رسان بیان شده است. در این رابطه ثابتی (۱۳۷۴) در پایان‌نامه خود، تبلیغ حضرت نوح (ع) و حضرت رسول اکرم (ص) به عنوان دو تن از پیامبران بزرگوار الهی که هر یک مأمور تبلیغ شریعتی آسمانی بوده‌اند را تحلیل و بررسی و مقایسه کرده است. وی ابتدا سیمایی از وضعیت فرهنگی و اجتماعی عصر هر یک از دو پیامبر (ع) را به تصویر کشیده و آنگاه شیوه‌های تبلیغی و دعوتی هر یک و راه‌هایی که آن بزرگواران در این جهت پیموده و ابزارهایی را که به کار گرفته‌اند را مورد کنکاش قرار داده است. آنگاه او با توجه به میزان موفقیت هر یک از این دو پیامبر الهی به این نتیجه رسیده است که موفقیت

1. Griffin

کلی پیامبر اسلام (ص) مرهون استفاده ایشان از شیوه‌های تبلیغی مفید و مؤثر بوده و رمز عدم موفقیت نسبی حضرت نوح (ع) نیز در استفاده آن حضرت از شیوه‌های تبلیغی غیرمؤثر و در بعضی اوقات مضر نهفته است.

غلامی (۱۳۷۷) بیان می‌کند که خدای مهربان برگزیدگان خود یعنی پیامبران را فرو فرستاده تا انسان را به آن جایی که تعلق دارد راهنما باشند؛ و نیز چون او بندگانش را بهتر از هر کس می‌شناسد به فرستادگانش آموخت که آنها را چگونه دعوت نمایند «اذْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ»<sup>۱</sup>. البته اگرچه این فرمان به خاتم انبیاء و مرسلین است، اما قطعاً همان شیوه‌ای است که دیگر انبیاء نیز داشته‌اند؛ زیرا تمامی انبیاء طبق آیات قرآن کریم دارای یک هدف بوده‌اند، چرا که پیامبر اسلام (ص) جز به آنچه که انبیای سلف مردم را دعوت می‌نمودند به چیز دیگری دعوت نمی‌نمود.

در رابطه با مخاطبانی که توسط قرآن به آنان اطلاع‌رسانی شده است، تمام بشریت (به طور کلی تمام انسان‌ها) با ۴۲ بار تکرار (۳۶ درصد) نسبت به سایر مخاطبان در مرتبه بالاتری قرار گرفته است. کافران و مشرکان با ۲۸ بار تکرار (۲۴ درصد) و مؤمنان و مسلمانان با ۲۵ بار تکرار (۲۱ درصد) در رتبه دوم و سوم قرار دارند. اهل‌الکتاب (یهود، نصاری و مشرکان) و اقوام به ترتیب در رتبه‌های بعدی جای دارند. در این رابطه صنایع (۱۳۷۱) پس از بررسی فراگرد ارتباط و تبلیغ و ارکان چهارگانه منبع، پیام، کانال و مخاطب شیوه‌های تبلیغ را با توجه به مخاطبان به دو دسته کلی در برخورد با عموم مردم و در برخورد با مخالفان تقسیم کرد. هدف از پژوهش وی شناخت شیوه‌های تبلیغ در قرآن در برخورد با عموم مردم و مخالفان است. سپس گونه‌های مختلف ارتباط و تبلیغ و به دنبال آن ضرورت، خط مشی و شیوه‌های تبلیغ را مورد بحث قرار داد. وی از مهم‌ترین ویژگی‌های مبلغ به ایمان، عدالت، علم و آگاهی، سعه صدر، تواضع و فروتنی، توکل، مردمی بودن و... اشاره می‌کند. صنایع شیوه‌های برخورد با مخالفان را در دو بخش برخورد با کفار و منافقین و برخورد با اهل کتاب مورد مطالعه قرار می‌دهد. شیوه‌های برخورد با کفار و منافقین عبارتند از برخورد نرم و ملایم، برخورد سخت و با شدت عمل، تحقیر مستکبران و بالاخره استهزاء در مقابل استهزاء یا مقابله به مثل. وی همچنین به مهم‌ترین

۱. سوره نحل، آیه ۱۲۵

روش‌های برخورد با اهل کتاب اشاره می‌کند که از آن جمله می‌توان به روش‌هایی چون استدلال و برخورد منطقی، جدال احسن، دعوت به اتحاد، باز گذاشتن دریچه رحمت و نهایتاً تهدید یا دعوت به مباحثه اشاره کرد که با نتایج پژوهش حاضر در رابطه با شیوه‌های اطلاع‌رسانی از طریق قرآن همخوانی دارد.

در مقابل دین خدا و فرستادگان آن، عده‌ای همیشه در جبهه مخالف قرار می‌گیرند. با توجه به یافته‌های پژوهش، اهل‌الکتاب با ۱۱ درصد که مورد خطاب و هدایت قرآن، پیامبر اسلام (ص) و اطلاع‌رسانان الهی قرار گرفته است از آن گروه هستند.

### پیشنهادها

- تلاش جهت شناخت عمیق کتابخانه‌ها و کتابداران از قرآن و شیوه‌های اطلاع‌رسانی آن؛
- با توجه به اینکه یکی از نتایج پژوهش شناخت مخاطبان اطلاع‌رسانی بوده است، پیشنهاد می‌شود کتابخانه‌ها نیز همچون قرآن‌آحاد مردم را برای اطلاع‌رسانی فرهنگی مورد هدف قرار دهند.

### منابع

- ثابتی، علیرضا (۱۳۷۴). بررسی، تحلیل و مقایسه شیوه تبلیغی حضرت نوح (ع) و رسول اکرم (ص). تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۷۸). تفسیر موضوعی قرآن در قرآن. قم: اسراء.
- \_\_\_\_\_ (۱۳۷۸). تفسیر تسنیم. قم: اسراء.
- خندان، محسن (۱۳۷۵). تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی. تهران: مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی.
- الراغب اصفهانی (۲۰۰۸). معجم مفردات الفاظ القرآن الکریم. بیروت: دارالکتب العلمیه.
- سبزواری، محمدعادل (۱۳۸۳). لغتنامه قرآن کریم. تهران: نشر ثالث.
- صنایع، محمد (۱۳۷۱). شیوه‌های ارتباط و تبلیغ در قرآن در برخورد با عموم مردم و مخالفان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران.
- طباطبایی، محمدحسین (۱۳۶۳). ترجمه تفسیر المیزان. ترجمه محمدباقر موسوی همدانی. قم: دارالعلم.

عباسی مقدم، مصطفی (۱۳۷۴). اسوه‌های قرآنی و شیوه‌های تبلیغی آنان. قم: دفتر تبلیغات اسلامی و مرکز انتشارات.

عبدالباقی، محمد فواد (۱۳۸۰). المعجم المفهرس لالفاظ القرآن الکریم. قم: نوید اسلام.  
غلامی، فاطمه (۱۳۷۷). شیوه تبلیغ انبیا اولوالعزم در قرآن. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه قم، قم.  
غمامی، محمدعلی (۱۳۸۹). مطالعه تطبیقی مدل مفهومی دعوت در قرآن و مفاهیم اصلی نظریات ارتباطات در طبقه‌بندی گریفن. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران.

قریب، محمد (۱۳۶۶). فرهنگ لغات قرآن کریم. تهران: بنیاد.  
قیم، عبدالنبی (۱۳۸۴). فرهنگ معاصر عربی-فارسی. تهران: فرهنگ معاصر.  
مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۶۲). تفسیر نمونه: تفسیر و بررسی تازه‌های در باره قرآن و با در نظر گرفتن، نیازها، خواست‌ها، پرسش‌ها، مکتب‌ها و مسائل روز. تهران: دارالکتب.

ملا محمد، محمدرضا (۱۳۷۱). شناخت واژه‌های تبلیغی در قرآن (دعوت، موعظه، و نصیح) از سه دیدگاه ادبی، تفسیری و زبان‌شناسی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران.  
نظری مقدم، جواد (۱۳۸۹). شیوه‌های فرهنگی ارتباطی پیامبر در عهد مدنی. مشهد: آستان قدس رضوی.

به این مقاله این‌گونه استناد کنید:

باب‌الحوادثی، فهیمه؛ حریری، نجلا و فرضعلی زاده، عبدالعلی (۱۳۹۲). بررسی مفاهیم مرتبط با شیوه‌های اطلاع‌رسانی در قرآن. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۹ (۳)، ۳۲۹-۳۴۲.