

شناسایی و تبیین مفهوم سواد رسانه‌ای و اهداف تربیتی مربوطه با تأکید بر قرآن کریم

دکتر فریده حمیدی***

دکتر علیرضا عصاره***

دکتر سید محمد رضا امام جمعه**

زینب محب‌زاده*

چکیده

در جامعه کنونی که رسانه‌ها نقش فعالی در تغییر فرهنگ‌ها ایفا می‌کنند، آماده‌سازی دانش‌آموزان برای برخورد فعالانه با رسانه‌ها یکی از وظایف مهم نظام تعلیم و تربیت رسمی است و البته این امر مستلزم تدوین برنامه‌ی درسی سواد رسانه‌ای است. در این راستا پژوهش حاضر یک تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار است که به شناسایی و تبیین مفهوم سواد رسانه‌ای و اهداف تربیتی مربوطه با تأکید بر قرآن کریم می‌پردازد. جامعه آماری پژوهش، تمام آیات قرآن کریم و واحد نمونه‌گیری، آیه در نظر گرفته شد. با روش نمونه‌گیری هدفمند و با استفاده از نرم‌افزار نورالانوار، آیات مرتبط با سواد رسانه‌ای در قرآن جستجو و گردآوری شد. واحد تحلیل، جمله در نظر گرفته شد. آیات و جملات گردآوری شده با استفاده از مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، یعنی دسترسی و استفاده، تجزیه و تحلیل، ارزشیابی، تولید و برخورد فعال با پیام رسانه‌ای، طبقه‌بندی شد. سپس با استفاده از کدگذاری جملات، مفهوم سواد رسانه‌ای و اهداف تربیتی مربوطه از نظر قرآن مشخص شد. بر اساس یافته‌ها، در آیات انتخاب شده، به ترتیب به مؤلفه‌های تولید و نشر پیام، ارزشیابی، برخورد فعال، دسترسی و استفاده و تجزیه و تحلیل، بیشترین توجه شده است. در مجموع برای پنج مؤلفه سواد رسانه‌ای، شانزده مضمون کلی استخراج شد. در بین مضامین به ترتیب به ویژگی‌های پیام‌رسان، نیاید‌های تولید و نشر پیام، ویژگی‌های پیام مؤثر و اهمیت تعقل و خردورزی بیشترین توجه شده است. در نهایت با توجه به مضامین، بیست و دو هدف تربیتی پیشنهاد شد.

واژگان کلیدی: قرآن کریم، سواد رسانه‌ای، اهداف تربیتی

□ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۲/۱۹

□ تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۳۰

* دانشجوی دکتری برنامه‌ریزی درسی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران
 ** نویسنده مسئول: دانشیار برنامه‌ریزی درسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران
 Email:emamjomeh@sru.ac.ir
 *** دانشیار برنامه‌ریزی درسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران
 **** دانشیار روان‌شناسی تربیتی، علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران

امروزه خانواده‌ها، مدارس و بعضی از مؤسسات اجتماعی مسئولیت آماده‌سازی جوانان برای زندگی و یادگیری در یک فرهنگ جهانی که به‌طور فزاینده‌ای تحت‌تأثیر رسانه‌های اجتماعی و پیام‌های چند رسانه‌ای است، را برعهده دارند. از آنجایی که رسانه‌ها با استفاده از ترکیب قدرتمندی از کلمات، تصاویر و صداها با ما ارتباط برقرار می‌کنند؛ درک پیام‌های متنوع آن‌ها نیازمند ایجاد و تقویت مجموعه وسیع‌تری از سواد است. این مجموعه وسیع را سواد رسانه‌ای می‌نامند، سوادى که با استفاده از آن می‌توان بهتر تصمیم گرفت و قدرتمندتر بود (NAMLE, 2020). به اعتقاد پاتر^۱ (۲۰۰۸)، «سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از چشم‌اندازهاست که ما به‌طور فعالانه، برای قرار گرفتن در معرض رسانه، از آنها بهره‌برداری می‌کنیم تا معنای پیام‌هایی را که با آنها مواجه می‌شویم، تفسیر کنیم» (p.25).

از نظر انجمن ملی آموزش سواد رسانه‌ای آمریکا^۲ سواد رسانه‌ای، توانایی دسترسی^۳، تجزیه و تحلیل^۴، ارزشیابی^۵ و تولید^۶ و برخورد فعال^۷ با پیام در انواع مختلف رسانه‌های ارتباطی است که به افراد در تبدیل شدن به متفکرانی نقاد و خلاق و ارتباط‌گرانی مؤثر و شهروندانی فعال کمک می‌کند (NAMLE, 2020). این تعریف از سواد رسانه‌ای باعث ایجاد تغییر پارادایم در سواد رسانه‌ای شده و سواد رسانه‌ای را به‌عنوان یک راه جدید یادگیری در قرن بیست و یک معرفی کرده است (Wenner, 2016). به‌عبارت دیگر سواد رسانه‌ای از طریق یک فرآیند پرس‌وجو شامل چهار مرحله آگاهی^۸، تحلیل و بررسی^۹، تأمل^{۱۰} و عمل^{۱۱}

1. Potter
2. National American Media Literacy Education
3. Access
4. Analysis
5. Evaluation
6. Production
7. Active Treatment
8. Awareness
9. Analysis
10. Reflection
11. Action

به جوانان کمک می‌کند که به یک مجموعه مهارت‌های توانمندسازی مجهز شوند. این مهارت‌ها شامل توانایی‌های زیر می‌شود:

- دسترسی به اطلاعات از منابع مختلف.
 - تجزیه و تحلیل اینکه انواع پیام‌ها چگونه ساخته شده است.
 - ارزیابی پیام‌های صریح و ضمنی رسانه‌ها.
 - بیان یا ایجاد پیام‌های خود با استفاده از ابزارهای رسانه‌ای.
 - مشارکت در یک فرهنگ رسانه‌ای جهانی (Thomson & Jolls, Share, 2007).
- مرکز سواد رسانه‌ای آمریکا^۱ پنج مفهوم اساسی را برای سواد رسانه‌ای مطرح کرده و تمام طرح درس‌های خود را بر اساس این مفاهیم و سؤالات مربوطه، طراحی می‌کند. این مفاهیم عبارتند از:
۱. تمام پیام‌های رسانه‌ای ساخته شده‌اند.
 ۲. پیام‌های رسانه‌ای با استفاده از یک زبان خلاق با قوانین خاص خود ساخته می‌شوند.
 ۳. افراد مختلف تجربه‌های متفاوتی در رابطه با پیام‌های یکسان دارند.
 ۴. ارزش‌ها و نظرگاه‌ها در رسانه‌ها تعبیه شده‌اند.
 ۵. بیشتر پیام‌های رسانه‌ای برای به‌دست آوردن طرفدار یا قدرت بیشتر، سازماندهی شده‌اند (Jolls, 2008).

امروزه افراد جامعه از سال‌های اولیه زندگی تا پایان عمر در معرض رسانه‌هایی هستند که مشغول اطلاع‌رسانی به افراد بوده و هنجارها و ارزش‌ها را تغییر می‌دهند. بنابراین باید رسانه‌ها را به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از سیستم تعلیم و تربیت رسمی پذیرفت و رسانه‌های دیجیتال را با هدف توسعه مهارت‌های لازم برای زندگی مدرن، به کلاس‌های درس آورده و سواد رسانه‌ای را در برنامه‌های درسی تمام مقاطع، حتی پیش از دبستان وارد کرد (Ivanovic, 2014). کسب سواد رسانه‌ای بیشتر، به فرد دیدی بسیار شفاف‌تر می‌دهد تا مرز میان دنیای واقعی و دنیای ساخته شده به‌دست رسانه‌ها را تشخیص دهد. افرادی که در

1. Center for Media Literacy

ارتقای سواد رسانه‌ای ناکام می‌مانند، در جریان توده‌ای از پیام‌ها گرفتار می‌شوند و احساس آگاهی کاذبی درباره امور دنیا در بین چنین افرادی شکل می‌گیرد. در عوض افرادی که از سواد رسانه‌ای بالایی برخوردارند، چیزهای بسیار بیشتری را در پیامی مفروض مشاهده می‌کنند و در برنامه‌ریزی کدهای ذهنی خویش، مسئولیت بیشتری را برعهده می‌گیرند و قدرت نظارت و ارزیابی ایشان افزایش می‌یابد (Potter, 2008).

در برخی کشورهای پیشرفته، از جمله کانادا، برای بالا بردن سواد رسانه‌ای در جامعه، اهمیت ویژه‌ای برای نسل جوان قائل می‌شوند و از سنین پایین به آنان آموزش می‌دهند (WILSON, 2019). در ایران نیز، در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش (۱۳۹۰)، آموزش و ارتقای سواد رسانه‌ای و مهارت بهره‌گیری از رسانه‌ها به‌عنوان راهکاری برای تقویت بنیان و افزایش سطح مهارت‌های خانواده معرفی شده است (ص ۲۲). بنابراین آماده‌سازی دانش‌آموزان برای برخورد فعالانه با رسانه‌ها یکی از وظایف مهم نظام تعلیم و تربیت رسمی است. هم‌اکنون نیز درس سواد رسانه‌ای در پایه دهم دوره متوسطه دوم، آموزش داده می‌شود (سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، ۱۳۹۸). اما به عقیده کارشناسان برای آموزش سواد رسانه‌ای باید متون متناسب با هر دوره سنی، با همکاری اندیشمندان مختلف تألیف شود و در این حوزه، کتب قوی‌تری متناسب با نیاز فرهنگ داخلی تألیف و منتشر شود (فرج‌نژاد، ۱۳۹۷). این امر مستلزم تدوین برنامه‌ی درسی جامع آموزش سواد رسانه‌ای است و تبیین مبانی سواد رسانه‌ای و بومی‌سازی این علم از اقدامات اولیه در این زمینه است. در این راستا استخراج مبانی دینی سواد رسانه‌ای امری مهم و ضروری به نظر می‌رسد.

هرچند انواع رسانه‌هایی که در چند سال اخیر ظهور کرده‌اند، در صدر اسلام و به‌ویژه زمان نزول قرآن وجود نداشته‌اند؛ اما تولید و نشر پیام و رسانه از بدو تولد انسان وجود داشته است. با اندک تأملی در می‌یابیم که قرآن کریم، خود بزرگ‌ترین و مهم‌ترین رسانه است که پیام خالق هستی را به واسطه رسول اکرم (ص) به هستی ابلاغ می‌نماید. پیامبر اکرم (ص) نیز مبلغ و پیام‌رسان این پیام حساس و مهم بوده‌اند و منطقی می‌نماید که پروردگار هستی اصول صحیح ابلاغ پیام را به ایشان متذکر شده باشد.

از طرفی در صدر اسلام همواره گروهی از کفار و منافقین در فکر توطئه و گمراه کردن افکار مسلمانان از طریق انتشار پیام‌های نادرست و ناسالم در جامعه بودند و راه برخورد با این پیام‌ها و کسانی که این پیام‌ها را تولید کرده و نشر می‌دادند، در قرآن آموزش داده شده است. پس در نگاه نخست چنین به نظر می‌رسد که می‌توان بسیاری از مباحث سواد رسانه‌ای و دلالت‌های تربیتی مربوطه را در قرآن و منابع اسلامی جستجو نموده و چه بسا به این حوزه افزود؛ بنابراین ضرورت پژوهش در این حوزه کاملاً مشهود است. تا کنون پژوهش‌های بی‌شماری در زمینه سواد رسانه‌ای انجام شده است؛ اما در خارج از کشور پژوهشی که مستقیماً به بحث سواد رسانه‌ای در منابع دینی پرداخته باشد، مشاهده نشد. برخی از پژوهش‌ها به بررسی رابطه دین و رسانه پرداخته‌اند. از این جمله در پژوهشی با عنوان نمایندگان اسلام و مسلمانان در رسانه‌های عمومی: استراتژی‌های آموزشی و توسعه سواد رسانه‌ای انتقادی، به بازنمایی نمایش‌ها و تصویرسازی از اسلام و مسلمانان در فرهنگ عامه مردم آمریکا، پرداخته شده است و نشان داده شده که در رسانه‌های آمریکایی و مخصوصاً در فیلم‌های هالیوودی، تصویری منفی از اسلام و مسلمانان ارائه می‌شود. در این پژوهش راه حل مقابله با این بازنمایی غلط، آموزش تفکر انتقادی بیان شده است (Menchawi Fawal, 2013). در پژوهشی با عنوان مراقبت از دین: نظریه پردازی دین، رسانه‌ها و تحولات اجتماعی، چارچوبی نظری برای درک افزایش تعامل بین دین و رسانه ارائه می‌شود و نگارنده معتقد است رسانه‌ها، به‌عنوان یک محیط فرهنگی و اجتماعی، بسیاری از کارکردهای فرهنگی و اجتماعی ادیان را به‌عهده گرفته‌اند (Hjarvard, 2011). در پژوهش دیگر با عنوان دین و رسانه، رسانه‌های دینی، یا دین‌رسانه‌ها: مطالعات نظری، نگارنده تلاش‌هایی که در زمینه نزدیک کردن رابطه بین دین و رسانه انجام شده است را به چالش کشیده و در نهایت نتیجه می‌گیرد که در عصر رسانه‌ها، باید یک گام اساسی‌تر برای ترکیب دین و رسانه برداشته شود (Hosseini, 2008).

در داخل کشور پژوهش‌هایی در این زمینه انجام شده است؛ از جمله فولادی (۱۳۹۰) پژوهشی با عنوان اخلاق رسانه؛ بایدها و نبایدهای اخلاقی در رسانه ملی، با رویکرد تحلیلی و اسنادی انجام داده و چنین نتیجه گرفته که رسانه دینی هدایت‌گر، دین‌مدار و

اخلاق محور است به گونه‌ای که در همه برنامه‌های خود، ملاک را محوریت خدا، دین، آموزه‌های دینی، اخلاقی و معارف اهل بیت می‌داند. (شهوندپور و سالارکیا، ۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان قرآن و سواد رسانه‌ای با تأکید بر خبر و خبرنگاری، به این نتیجه دست یافتند که: از منظر قرآن، سواد رسانه‌ای مخاطبان خبر و خبرگزاری‌ها، مقوله یا اقدامی بی‌هویت و خنثی نیست. سواد رسانه‌ای بر مبنای آموزه‌های قرآنی، کمک می‌کند تا قضاوت صحیح‌تری از اخبار پیرامون خود داشته باشیم. از نظر نگارندگان، قرآن در این زمینه بر مؤلفه‌هایی مانند: وظیفه مخاطب در مقابله با خبرگزاری‌ها و جریان‌ها و ناسالم خبری، وظیفه مخاطب در مواجهه با محتوای خبر و راه‌های مواجهه مخاطب با اخبار تأکید دارد. (لعل شاطری، ۱۳۹۴) در کتاب اصول و مبانی قرآن کریم در راستای افزایش سواد رسانه‌ای، سعی کرده مهم‌ترین نکات قرآنی در باب نحوه و چگونگی تهیه خبر بر اساس معیار و ضوابط قرآنی را برای اصحاب رسانه و مخاطبین گردآوری نماید. (آخوندی، ۱۳۹۶) با روش تحلیل محتوای کیفی و نظریه‌پردازی داده بنیاد، سیزده راهبرد فرهنگی نفوذ اجتماعی در آموزه‌های قرآنی را استخراج و ارائه نموده است. این سیزده راهبرد عبارتند از: فرهنگ رایج جامعه، تشبیه و تمثیل، پیام‌های کوتاه، الگوهای عینی و تجربی، گردشگری و جهانگردی، استفاده از تاریخ، تدریج و استمرار در پیام، تناسب فرهنگی با مخاطبان، قابل فهم بودن پیام، صراحت و فصاحت پیام، غیرصریح بودن پیام در مراحل اولیه، حفظ اصالت پیام و هم‌زمانی با مخاطب. (راضی، ۱۳۹۷) با تطبیق نظر کارشناسان با آموزه‌های دینی در حوزه سواد رسانه‌ای سعی در ارائه الگوی سواد رسانه‌ای اسلامی کرده و موضوعات رسانه را از دیدگاه فقهی بررسی کرده و نتیجه گرفته است که بایدها و نبایدهای فقهی و اخلاقی جز لاینفک سواد رسانه‌ای محسوب می‌گردند و عمل به مسئولیت‌های فردی و اجتماعی به صورت شایسته در گرو فقاقت اکبر در حوزه رسانه است.

اکنون این سؤال مطرح است که از دیدگاه قرآن کریم چه اهداف تربیتی را باید برای برنامه‌داری سواد رسانه‌ای در نظر گرفت. هرچند پژوهشگران مختلف به‌طور پراکنده بعضی از آیات مرتبط با اصول برخورد با پیام و شیوه‌های ابلاغ و مباحث فقهی آن را استخراج نموده‌اند؛ اما پژوهش‌های یافت شده بیشتر از دیدگاه اصحاب رسانه و تولید خبر به این امر پرداخته‌اند و با جستجو در منابع

مختلف علمی هیچ پژوهشی یافت نشد که از دید تربیتی به این مسئله نگاه کرده و اهداف تربیتی را استخراج نموده باشند. لذا در راستای بهره بردن از نظرات قرآن کریم در تدوین اهداف تربیتی برنامه آموزش سواد رسانه‌ای سؤالی که مطرح است این است که نظر قرآن کریم در خصوص هر یک از مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای چیست؟ و شبکه مفهومی سواد رسانه‌ای و اهداف تربیتی مربوطه بر اساس قرآن کریم چگونه است؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر یک تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار^۱ است. تحلیل محتوای کیفی شامل فرآیندی است که برای استخراج دسته‌ها یا مضامین از داده‌های خام بر اساس استنتاج و تفسیر معتبر به کار می‌رود. در تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار، کدگذاری اولیه با یک تئوری یا یافته‌هایی از یک تحقیق مرتبط آغاز می‌شود؛ سپس در طول تحلیل داده‌ها، محققان خود را در داده‌ها غرق کرده و اجازه می‌دهند مضامین از داده‌ها استخراج گردند (عادل مهربان، ۱۳۹۴). جامعه آماری پژوهش تمام آیات قرآن کریم و واحد نمونه‌گیری آیه در نظر گرفته شد. با روش نمونه‌گیری هدفمند و با استفاده از نرم‌افزار قرآنی نورالانوار، کلمات کلیدی مرتبط با رسانه و سواد رسانه‌ای شامل قول، نبا، رساله، رسالات، رسول، سمع، بصر، ابصار، لسان، السنه، کلم، قلم، کتاب، کتب، عقل، أُولُو الْأَلْبَابِ، اُولی الْأَلْبَابِ، ظن، حدیث، احادیث و... در قرآن جستجو و آیات مرتبط استخراج شد. از آنجا که بعضی از آیات طولانی بوده و چند مضمون را در برداشتند، واحد تحلیل جمله در نظر گرفته شد. سپس آیات استخراج شده با استفاده از مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای یعنی دسترسی و استفاده، تجزیه و تحلیل، تولید پیام و برخورد فعال با پیام تحلیل شد و جملات مرتبط با هر مؤلفه شناسایی و طبقه‌بندی شده و با استفاده از کدگذاری آیات و استخراج مفاهیم، نظر قرآن کریم در خصوص هر کدام از مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای مشخص شده و در نهایت شبکه مفهومی سواد رسانه‌ای و اهداف تربیتی مربوطه بر اساس قرآن تدوین شد. جهت افزایش پایایی یافته‌ها، خودارزیابی توسط پژوهشگر در هنگام جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها و بازنگری توسط اساتید همکار انجام شد.

1. Directed Qualitative Content Analysis

یافته‌ها

۱. استفاده از رسانه‌ها و دسترسی به پیام رسانه‌ای

جدول ۱. آیات و کدهای مرتبط با مؤلفه استفاده و دسترسی

کد	ترجمه	نشانی آیات
	همان کسانی که سخنان را می‌شنوند و از نیکوترین آنها پیروی می‌کنند؛ آنان کسانی هستند که خدا هدایتشان کرده، و آنها خردمندانند.	زمر آیه ۱۸
مذمت جلوگیری از شنیدن قرآن	کافران گفتند: «گوش به این قرآن فرا ندهید...»	فصلت آیه ۲۶
استفاده صحیح از حواس	... و برای شما، گوش و چشم و عقل قرار داد، تا شکر نعمت او را بجا آورید!	نحل آیه ۷۸
استفاده صحیح از حواس	و او کسی است که برای شما گوش و چشم و قلب [عقل] ایجاد کرد؛ اما کمتر شکر او را بجا می‌آورید.	مومنون آیه ۷۸
استفاده صحیح از حواس	...و برای شما گوش و چشم‌ها و دل‌ها قرار داد؛ اما کمتر شکر نعمت‌های او را بجا می‌آورید!	سجده آیه ۹ ملک آیه ۲۳
نادان مثل نابیناست - نابرابری نادان و عالم	آیا کسی که می‌داند آنچه از طرف پروردگارت بر تو نازل شده حق است، همانند کسی است که نابیناست؟!	رعد آیه ۱۹
نابرابری نادان و عالم	بگو: «آیا کسانی که می‌دانند با کسانی که نمی‌دانند یکسانند؟!»	زمر آیه ۹
نابرابری نادان و عالم	... بگو: «آیا نابینا و بینا مساویند؟! پس چرا نمی‌اندیشید؟!»	انعام آیه ۵۰
خیر کثیر در دانش و حکمت	... و به هر کس دانش داده شود، خیر فراوانی داده شده است.	بقره آیه ۲۶۹

مطابق جدول ۱، ده آیه مربوط به مؤلفه استفاده و دسترسی مشاهده شد. این آیات را

می‌توان به صورت زیر دسته بندی نمود:

الف) آزادی رسانه:

بسیاری از مذاهب پیروان خود را از مطالعه و بررسی سخنان دیگران نهی می‌کنند، چرا که بر اثر ضعف منطق که به آن گرفتارند، از این می‌ترسند که منطق دیگران برتری پیدا کند و پیروانشان را از دستشان بگیرد. به‌عنوان مثال کافران پیروانشان را از شنیدن قرآن منع کرده و به آنها می‌گفتند در هنگام تلاوت قرآن جنجال کنید تا قرآن شنیده نشود (فصلت: ۲۶). اما اسلام بندگان راستین خداوند را کسانی می‌داند که اهل تحقیق‌اند، نه از شنیدن سخنان دیگران وحشت دارند، نه تسلیم بی‌قید و شرط می‌شوند و نه هر وسوسه را می‌پذیرند. اسلام به کسانی بشارت می‌دهد که گفتارها را می‌شنوند و خوب‌ترین آنها را برمی‌گزینند. نه تنها خوب را بر بد ترجیح می‌دهند؛ در میان خوب‌ها هر گلی را بهتر است می‌چینند (مکارم شیرازی، ۱۳۸۷، جلد ۱۹). آیه ۱۸ سوره زمر به آزاداندیشی و انتخاب‌گری یک مسلمان اشاره دارد. البته قطعاً مومن باید قدرت تشخیص خود را تقویت کند. برطبق این آیات، عقلا کسانی هستند که به سخنان و دعوت‌های متفرقه گوش می‌دهند ولی بهترین آن را پیروی می‌کنند (بهرام پور، ۱۳۹۸) و البته لازمه آن هدایت الهی و خردورزی است (زمر: ۱۸).

ب) استفاه مؤثر از حواس مختلف:

تعدادی از آیات، به حواسی که خدا به انسان عطا نموده اشاره کرده و به‌طور ضمنی لازمه تشکر از خدا را استفاده مؤثر از این حواس می‌داند (نحل: ۷۸؛ مومنون: ۷۸؛ سجده: ۹؛ ملک: ۲۳). این را می‌توان به دریافت پیام از راه‌های مختلف ارتباطی و انواع رسانه‌ها ارتباط داد.

ج) کسب علوم لازم:

قرآن کریم، انسان عالم را چون فردی بینا و شنوا معرفی کرده و تذکر می‌دهد که هرگز انسان بینا با نابینا برابر نیست (رعد: ۱۹؛ زمر: ۹؛ انعام: ۵۰) و خیر کثیر را در دانش و حکمت می‌داند (بقره: ۲۶۹).

۲. تجزیه و تحلیل پیام رسانه‌ای

جدول ۲. آیات و کدهای مرتبط با مؤلفه تجزیه و تحلیل

کد	ترجمه	نشانی آیات
اهداف مادی در تولید پیام	... نوشته‌ای با دست خود می‌نویسند، سپس می‌گویند: «این، از طرف خداست.» تا آن را به بهای کمی بفروشند...	بقره آیه ۷۹
اهداف معنوی از ساخت پیام	بعضی از مردم سخنان بیهوده را می‌خرند تا مردم را از روی نادانی، از راه خدا گمراه سازند...	لقمان آیه ۶
پیام ضمنی و پیام آشکار	... قسمتی از آن، آیات «محکم» است؛ که اساس این کتاب می‌باشد؛ و قسمتی از آن، «متشابه» است ...	آل عمران آیه ۷

از نظر قرآن‌کریم سازندگان پیام‌ها اهداف خاصی را دنبال می‌کنند. برخی اهداف مادی (بقره: ۷۹) و برخی اهداف فرهنگی (لقمان: ۶) دارند. همچنین در قرآن به این مطلب اشاره شده است که رسانه می‌تواند شامل دو دسته پیام آشکار و ضمنی باشد و البته درک پیام ضمنی مستلزم داشتن مهارت و علم است (آل عمران: ۷).

۳. ارزشیابی پیام رسانه‌ای

جدول ۳. آیات و کدهای مربوط به مؤلفه ارزشیابی

کد	ترجمه	نشانی آیات
خردمندی لازمه تذکر	و جز خردمندان، این حقایق را درک نمی‌کنند، و متذکر نمی‌گردند.	بقره آیه ۲۶۹
خردمندی لازمه تذکر	تنها صاحبان‌اندیشه متذکر می‌شوند...	رعد آیه ۱۹
خردمندی لازمه تذکر	...تا صاحبان مغز پند گیرند.	ابراهیم آیه ۵۲
خردمندی لازمه تذکر	تنها خردمندان متذکر می‌شوند.	زمر آیه ۹
هدایت و تذکر برای خردمندان	کتابی که مایه هدایت و تذکر برای صاحبان عقل بود.	غافر آیات ۵۳ و ۵۴

جدول ۳. (ادامه)

کد	ترجمه	نشانی آیات
تحقیق در منبع خبر	...اگر شخص فاسقی خبری برای شما بیاورد، درباره آن تحقیق کنید...	حجرات آیه ۶
خردمندی لازمه عبرت گرفتن	در سرگذشت آنها درس عبرتی برای صاحبان اندیشه بود.	یوسف آیه ۱۱۱
شناخت منافق شناخت منبع پیام	از مردم، کسانی هستند که گفتار آنان، در زندگی دنیا مایه اعجاب تو می‌شود و خدا را بر آنچه در دل دارند گواه می‌گیرند. آنان، سرسخت‌ترین دشمنانند ...	بقره آیات ۲۰۴ و ۲۰۵
لزوم تعقل پرهیز از تقلید کورکورانه از اجداد و سایر مردم	هنگامی که به آنها گفته شود: «از آنچه خدا نازل کرده است، پیروی کنید!» می‌گویند: «نه، ما از آنچه پدران خود را بر آن یافتیم، پیروی می‌نماییم».	بقره آیه ۱۷۰
دیدن و شنیدن و سخن گفتن لازمه تعقل	مَثَل کافران، بسان کسی است که صدا می‌زند؛ ولی آنها چیزی جز سر و صدا نمی‌شنوند؛ کر و لال و نابینا هستند؛ از این‌رو چیزی نمی‌فهمند.	بقره آیه ۱۷۱
تعقل در سندیت تاریخی (شناخت منبع پیام)	ای اهل کتاب! چرا درباره ابراهیم، گفتگو و نزاع می‌کنید؟ در حالی که تورات و انجیل، بعد از او نازل شده است! آیا اندیشه نمی‌کنید؟	آل عمران آیه ۶۵
اهمیت تعقل در درک پیام	ما آیات را برای شما بیان کردیم، اگر اندیشه کنید.	آل عمران آیه ۱۱۸
افرادی که اندیشه نمی‌کنند بدترین موجودات‌اند.	بدترین جنبندگان نزد خدا، افراد کر و لالی هستند که اندیشه نمی‌کنند.	انفال آیه ۸
پلیدی برای کسانی که تعقل نمی‌کنند (اهمیت تعقل)	...و پلیدی را بر کسانی قرار می‌دهد که نمی‌اندیشند.	انفال آیه ۱۰۰
تعقل لازمه درک نشانه‌ها	همانا در آن نشانه‌ای برای عاقلان است.	رعد آیه ۱۳ نحل آیه ۱۲ روم آیه ۲۳

کد	ترجمه	نشانی آیات
مثل چهارپایان یا بدتر (اهمیت تعقل)	آیا گمان می‌بری بیشتر آنان می‌شنوند یا می‌فهمند آنان فقط همچون چهارپایانند، بلکه گمراه‌ترند!	فرقان آیه ۴۴
نشینیدن و تعقل نکردن دلیل گمراهی	و می‌گویند: «اگر ما گوش شنوا داشتیم یا تعقل می‌کردیم، در میان دوزخیان نبودیم!»	ملک آیه ۱۰
بیماری قلبی باعث برداشت نادرست علم لازمه تفسیر پیام	... اما آنها که در قلوبشان انحراف است، به دنبال متشابهات‌اند، تا فتنه‌انگیزی کنند و تفسیر برای آن می‌طلبند؛ درحالی که تفسیر آنها را، جز خدا و راسخان در علم، نمی‌دانند ...	آل عمران آیه ۷
ضرورت چشم بینا و گوش شنوا و قلب سالم	آیا آنان در زمین سیر نکردند، تا دل‌هایی داشته باشند که حقیقت را با آن درک کنند؛ یا گوش‌های شنوایی که با آن بشنوند؟	حج آیه ۴۶
علم شرط تعقل	اینها مثال‌هایی است که ما برای مردم می‌زنیم و جز دانایان آن را درک نمی‌کنند.	عنکبوت آیه ۴
چشم بینا لازمه عبرت گرفتن	در این، عبرتی است برای بینایان	آل عمران آیه ۱۳
گوش شنوا لازمه درک نشانه‌ها	همانا در آن نشانه‌هایی است برای قومی است که می‌شنوند.	یونس آیه ۶۷ نحل آیه ۶۵
مهر بر قلب و گوش و چشم	آنها کسانی هستند که خدا بر قلب و گوش و چشمانشان مهر نهاده و غافلان واقعی همان‌ها هستند!	نحل آیه ۱۰۸
قلب سالم و گوش شنوا لازمه تذکر	در این تذکری است برای آن کس که عقل دارد، یا گوش‌دل فرا دهد در حالی که حاضر باشد.	ق آیه ۳۷
گناه باعث مهر زدن به قلب	... که اگر بخواهیم، آنها را نیز به گناهانشان هلاک می‌کنیم، و بر دل‌هایشان مهر می‌نهیم تا نشنوند.	اعراف آیه ۱۰۰
عدم استفاده مناسب از قلب و گوش و چشم	... آنها دل‌هایی دارند که با آن نمی‌فهمند و چشمانی که با آن نمی‌بینند و گوش‌هایی که با آن نمی‌شنوند...	اعراف آیه ۱۷۹
مهر بر قلب و گوش و چشم	... خدا بر دل‌ها و گوش‌های آنان مهر نهاده و بر چشم‌هایشان پرده‌ای افکنده شده...	بقره آیه ۶ و ۷

با توجه به جدول ۳، می‌توان آیات مربوط به مؤلفه ارزشیابی پیام رسانه‌ای را به صورت زیر طبقه‌بندی نمود:

الف) اهمیت تعقل و خردورزی:

در قرآن کریم، دیدن و شنیدن و سخن گفتن لازمه تعقل است (بقره: ۱۷۱) و کسی که تعقل نمی‌کند مثل حیوانات و یا بدتر از آنهاست (فرقان: ۴۴) و بدترین موجودات کسانی هستند که تعقل نمی‌کنند (انفال: ۸) و عدم تعقل موجب پلیدی (انفال: ۱۰۰) و گمراهی است (یس: ۶۰) و در واقع نشنیدن و تعقل نکردن، دلیل گمراهی (ملک: ۱۰) و راه مبارزه با شیطان تعقل است (یس: ۶۲). از طرفی تعقل لازمه درک پیام (آل عمران: ۱۱۸) و لازمه درک نشانه‌هاست (رعد: ۱۳؛ نحل: ۱۲؛ روم: ۲۳). قرآن کریم تأکید زیاد بر خردورزی داشته و در موارد زیادی خردمندی را لازمه تذکر می‌داند (بقره: ۲۶۹؛ آل عمران: ۷؛ رعد: ۱۹؛ ابراهیم: ۵۲؛ ص: ۲۹؛ زمر: ۹) و خردمندی را لازمه عبرت گرفتن (یوسف: ۱۱۱) و هدایت و تذکر را مخصوص خردمندان می‌داند (غافر: ۵۴).

ب) تفسیر آگاهانه پیام:

قرآن کریم بر ضرورت علم در تفکر و تفسیر پیام‌ها تأکید کرده و علم را شرط تعقل می‌داند (آل عمران: ۷؛ عنکبوت: ۴۳).

ج) بررسی اعتبار منبع پیام:

اولین قدم در مواجهه با پیام، شناخت منبع آن و یقین به صحت آن است. در سوره حجرات آمده است: «ای کسانی که ایمان آورده‌اید، اگر فاسقی برای شما خبری آورد، فوری تحقیق کنید، مبادا به سبب زودباوری و شتابزدگی تصمیم بگیرید و ناآگاهانه به قومی آسیب رسانید، سپس از کرده خود پشیمان شوید» (حجرات: آیه ۶). در این آیه، دستور به تحقیق و بررسی در منبع خبر آمده است. اساس زندگی اجتماعی بشر به این است که وقتی خبری را می‌شنوند، به آن عمل کنند؛ چیزی که هست در خصوص خبر اشخاص فاسق دستور فرموده تحقیق کنید و این در حقیقت نهی از عمل به خبر فاسق است و از بی اعتباری و عدم حجیت خبر فاسق پرده برمی‌دارد (طباطبایی، ۱۳۷۸، جلد ۱۸). البته تعقل در سندیت تاریخی منبع پیام (آل عمران: ۶۵) یک راه شناخت منبع پیام است.

چ) تقویت حواس معنوی (تفکر شهودی):

برخی آیات چشم بینا و گوش شنوا و قلب سالم را لازمه درک صحیح پیام‌ها و پند گرفتن از آیات و بیماری قلبی را باعث برداشت نادرست و کفر و گناه را باعث مهر نهادن خدا بر چشم و گوش و قلب می‌داند (آل عمران: ۷ و ۱۳؛ یونس: ۶۷؛ نحل: ۸ و ۱۰؛ روم: ۲۳؛ حج: ۴۶؛ ق: ۳۷؛ اعراف: ۱۷۹ و ۱۰۰؛ بقره: ۶ و ۷).

۴. تولید پیام رسانه‌ای

جدول ۴. آیات و کدهای مربوط به مؤلفه تولید پیام رسانه‌ای

کد	ترجمه	نشانی آیات
پیام وسیله انذار	این، پیامی برای مردم است؛ تا همه به وسیله آن انذار شوند.	ابراهیم آیه ۵۲
خیر خواهی در ابلاغ پیام	ای قوم! من رسالت پروردگارم را به شما ابلاغ کردم، و شرط خیر خواهی را انجام دادم.	اعراف آیات ۷۹ و ۹۳
خیر خواهی در ابلاغ پیام علم در موضوع پیام	رسالت‌های پروردگارم را به شما ابلاغ می‌کنم و خیر خواه شما هستم و از خداوند چیزهایی می‌دانم که شما نمی‌دانید.	اعراف آیه ۶۲
خیر خواهی و امانت‌داری در ارسال پیام	رسالت‌های پروردگارم را به شما ابلاغ می‌کنم و من خیر خواه امینی برای شما هستم.	اعراف آیه ۶۸
پرهیز از غلو	بگو: «ای اهل کتاب! در دین خود، غلو نکنید و غیر از حق نگویید».	مائده آیه ۷۷
تحریف پیام عذاب آسمانی	اما افراد ستمگر، این سخن را که به آن‌ها گفته شده بود، تغییر دادند. لذا بر ستمگران، در برابر این نافرمانی، عذابی از آسمان فرستادیم.	بقره آیه ۵۹
تحریف پیام عواقب تحریف پیام	... پس وای بر آن‌ها از آنچه با دست خود نوشتند؛ و وای بر آنان از آنچه از این راه به دست می‌آورند!	بقره آیه ۷۹
پرهیز از سخن گفتن از روی جهل	... یا چیزی را که نمی‌دانید به خدا نسبت می‌دهید؟	بقره آیه ۸۰
گفتار نیک	... به مردم نیک بگویید..	بقره آیه ۸۳
گفتار بدون تأمل کار سفیهان	به زودی گروهی سبک‌مغز از مردم می‌گویند: ...	بقره آیه ۱۴۲
پرهیز از سخن گفتن از روی جهل	او شما را فقط به بدی‌ها و کار زشت فرمان می‌دهد و اینکه آنچه را که نمی‌دانید، به خدا نسبت دهید	بقره آیه ۱۶۹

کد	ترجمه	نشانی آیات
قول معروف	... مگر اینکه به طرز پسندیده‌ای بگویید.	بقره آیه ۲۳۵
قول معروف	گفتار پسندیده و عفو، از صدقه‌ای که آزاری به دنبال آن باشد، بهتر است و خداوند، بی‌نیاز و بردبار است.	بقره آیه ۲۶۳
تحریف پیام پرهیز از سخن دروغ	... بر خدا دروغ می‌بندند؛ در حالی که می‌دانند.	آل عمران آیه ۷۵
تحریف پیام پرهیز از سخن دروغ	در میان آنها کسانی هستند که به هنگام تلاوت کتاب (خدا)، زبان خود را چنان می‌گردانند که گمان کنید از کتاب (خدا) است؛ در حالی که از کتاب (خدا) نیست... به خدا دروغ می‌بندند در حالی که می‌دانند.	آل عمران آیه ۷۸
قول معروف	... با آنها سخن شایسته بگویید.	نساء آیات ۸ و ۵
قول سدید	... سخنی استوار بگویند.	نساء آیه ۹
سخن از روی عقل و آگاهی	... در حال مستی به نماز نزدیک نشوید، تا بدانید چه می‌گویید! ...	نساء آیه ۴۳
تحریف پیام دوری از رحمت خدا عاقبت تحریف پیام	بعضی از یهود، سخنان را از جای خود، تحریف می‌کنند؛ ... ولی خداوند، آنها را به‌خاطر کفرشان، از رحمت خود دور ساخته است ...	نساء آیه ۴۶
قول بلیغ (پیام رسا)	... و با بیانی رسا، نتایج اعمالشان را به آنها گوشزد نما.	نساء آیه ۶۳
پرهیز از بردن آبروی دیگران به‌غیر از ظالم	خداوند دوست ندارد کسی با سخنان خود، بدی‌ها را اظهار کند؛ مگر آن‌کس که مورد ستم واقع شده باشد ...	نساء آیه ۱۴۸
پرهیز از تهمت	... و به‌خاطر کفرشان، و تهمت بزرگی که بر مریم زدند.	نساء آیه ۱۵۶
سخن حق	... درباره خدا، غیر از حق نگویید.	نساء آیه ۱۷۱
تحریف پیام و ایجاد فتنه - رسوایی در دنیا - مجازات در آخرت	... آن‌ها سخنان را از مفهوم اصلیش تحریف می‌کنند... آن‌ها کسانی هستند که خدا نخواست دل‌هایشان را پاک کند؛ در دنیا رسوایی و در آخرت مجازات بزرگی نصیبشان خواهد شد.	مائده آیه ۴۱

نشانی آیات	ترجمه	کد
مائده آیه ۶۳	چرا دانشمندان نصاری و علمای یهود، آنها را از سخنان گناه‌آمیز و خوردن مال حرام، نهی نمی‌کنند؟ چه زشت است عملی که انجام می‌دادند.	سخن گناه‌آمیز نهی از
اعراف آیه ۱۶۲	اما ستمگران آنها، این سخن را، به غیر آنچه به آن‌ها گفته شده بود، تغییر دادند؛ از این رو به خاطر ستمی که روا می‌داشتند، بلایی از آسمان بر آن‌ها فرستادیم.	بلای آسمانی- محرفین پیام ظالم هستند.
یونس آیه ۶۸	آیا به خدا نسبتی می‌دهید که نمی‌دانید؟	پرهیز از سخن جاهلانه
اسراء آیه ۵۳	به بندگانم بگو: «سخنی بگویند که بهترین باشد! چرا که شیطان میان آنها فتنه و فساد می‌کند؛ همیشه شیطان دشمن آشکاری برای انسان بوده است.»	قول احسن شیطان‌شناسی
کهف آیه ۵	نه آن‌ها به این سخن یقین دارند، و نه پدرانشان! سخن بزرگی از دهانشان خارج می‌شود. آنها فقط دروغ می‌گویند!	پرهیز از سخن بدون علم پرهیز از دروغ
طه آیه ۷	اگر سخن آشکارا بگویی، او اسرار و حتی پنهان‌تر از آن را نیز می‌داند.	در نظر داشتن خدا در سخن گفتن
طه آیات ۲۵ تا ۲۸	و گر از زبانم بگشای؛ تا سخنان مرا بفهمند.	زبان رسا
طه آیات ۴۴ تا ۴۶	اما به نرمی با او سخن بگوید؛ شاید متذکر شود، یا بترسد... من با شما هستم؛ می‌شنوم و می‌بینم.	قول لین- در نظر داشتن خدا در سخن گفتن
نور آیه ۱۵	به خاطر بیاورید زمانی را که این شایعه را از زبان یکدیگر می‌گرفتید و با دهان خود سخنی می‌گفتید که به آن یقین نداشتید و آن را کوچک می‌پنداشتید؛ در حالی که نزد خدا بزرگ است.	پرهیز از شایعه‌پراکنی و سخن بدون یقین - خشم خدا از شایعه‌پراکنی و قول بدون علم
احزاب آیه ۷۰	ای کسانی که ایمان آورده‌اید! تقوای الهی پیشه کنید و سخن حق بگویید.	قول سدیدا
صف آیات ۳ و ۲	ای کسانی که ایمان آورده‌اید! چرا سخنی می‌گویید که عمل نمی‌کنید؟! نزد خدا بسیار موجب خشم است که سخنی بگویید که عمل نمی‌کنید.	قول همراه با عمل خشم خدا از قول بدون عمل
صف آیه ۱۳	گفتار خود را پنهان کنید یا آشکار، او به آنچه در سینه‌هاست آگاه است.	در نظر داشتن خدا در سخن گفتن
لقمان آیه ۶	بعضی از مردم سخنان بیهوده را می‌خرند تا مردم را از روی نادانی، از راه خدا گمراه سازند و آیات الهی را به استهزا گیرند؛ برای آنان عذابی خوارکننده است!	عذاب خوارکننده

کد	ترجمه	نشانی آیات
ساخت پیام مطابق با شرایط و زبان مخاطب	ما آن را قرآنی عربی نازل کردیم، شاید شما بیندیشید.	یوسف آیه ۱۲
ساخت پیام مطابق با شرایط و زبان مخاطب	ما آن را قرآنی فصیح و عربی قرار دادیم، شاید شما (آن را) درک کنید.	زخرف آیه ۳۳
پرهیز از در هم آمیختن حق و باطل	حق را با باطل نیامیزید! و حقیقت را با اینکه می‌دانید کتمان نکنید.	بقره آیه ۴۲
پرهیز از در هم آمیختن حق و باطل	... چرا حق را با باطل مشتبه می‌کنید و حقیقت را پوشیده می‌دارید در حالی که می‌دانید؟	آل عمران آیه ۷۱
پرهیز از سخن بدون علم	... چرا درباره آنچه آگاه نیستید، گفتگو می‌کنید؟	آل عمران آیه ۶۶
پیام‌رسان هم نوع مخاطب	... هنگامی که در میان آن‌ها، پیامبری از خودشان برانگیخت؛ که آیات او را بر آن‌ها بخواند...	آل عمران آیه ۱۶۴
پیام بلیغ	... بدانید بر پیامبر ما، جز ابلاغ آشکار، چیز دیگری نیست.	مائده آیه ۹۲
پیام‌رسان فقط مسئول ابلاغ پیام - در نظر داشتن خدا در سخن گفتن	پیامبر وظیفه‌ای جز رسانیدن پیام ندارد و خداوند آنچه را آشکار، و آنچه را پنهان می‌دارد می‌داند.	مائده آیه ۹۹
پیام‌رسان هم زبان مخاطب	ما هیچ پیامبری را، جز به زبان قومش، نفرستادیم...	ابراهیم آیه ۴
پیام‌رسان امین	مسلماناً من برای شما پیامبری امین هستم.	شعراء آیات ۱۰۷، ۱۲۵ ۱۷۸ و ۱۳۳، ۱۶۲
دروغگویی - نزول شیاطین بر دروغگویان گناهکار	... آنها (شیاطین) بر هر دروغگوی گناه کار نازل می‌گردند؛ آنچه را می‌شنوند، القا می‌کنند و بیشترشان دروغگو هستند.	شعراء آیات ۲۲ تا ۲۳
تدریجی بودن پیام برای تثبیت	و کافران گفتند: «چرا قرآن یک‌جا بر او نازل نمی‌شود؟» این به خاطر آن است که قلب تو را به وسیله آن محکم داریم و آن را به تدریج بر تو خواندیم.	فرقان آیه ۳۲
کلمه طیبه و کلمه خبیثه	... خداوند کلمه طیبه را به درخت پاکیزه‌های تشبیه کرده که ریشه آن ثابت و شاخه آن در آسمان است؟... کلمه خبیثه را به درخت ناپاکی تشبیه کرده که از روی زمین برکنده شده و قرار و ثباتی ندارد.	ابراهیم آیات ۲۴ تا ۲۶

با توجه به جدول ۴ آیات مرتبط با مؤلفه تولید پیام رسانه‌ای را می‌توان به صورت زیر دسته‌بندی نمود:

الف) ویژگی‌های پیام موثر:

خداوند متعال کلمه طیبه را به درخت پاکیزه‌ای تشبیه کرده که ریشه آن ثابت و شاخه آن در آسمان است و کلمه خبیثه را به درخت ناپاکی تشبیه کرده که از روی زمین برکنده شده و قرار و ثباتی ندارد (ابراهیم: ۲۴-۲۶). از نظر قرآن کریم، پیام وسیله انزار است (ابراهیم: ۵۲) و پیام تأثیرگذار باید:

۱. نیکو باشد (بقره: ۸۳) و به صورتی نیک ارائه شود (بقره: ۲۵۳ و ۲۶۳؛ نساء: ۸۵)؛
 ۲. سخن حق (نساء: ۷۱) و از روی عقل و علم و آگاهی باشد (نساء: ۴۳)؛
 ۳. بهترین سخن (اسراء: ۵۳) و سخن درست و استوار و محکم (احزاب: ۷۰؛ نساء: ۹) و بلیغ و رسا باشد (نساء: ۶۳؛ مائده: ۹۲).
 ۴. منطبق با شرایط و زبان مخاطب تولید شده باشد (یوسف: ۱۲).
- و زمانی تأثیرگذارتر خواهد بود که به صورت تدریجی ارائه شود (فرقان: ۳۲) و پیام‌رسان خود عامل به آن باشد (صف: ۲).

ب) نبایدهای تولید و نشر پیام:

در تولید و نشر پیام باید از موارد زیر پرهیز نمود:

۱. ترکیب حق و باطل (آل عمران: ۷۱؛ بقره: ۴۲)؛
۲. کتمان حقیقت و دروغ (آل عمران: ۷۱ و ۷۵ و ۷۸؛ کهف: ۵)؛ شیاطین بر دروغگویان گناهکار نازل می‌شوند (شعرا: ۲۲۲-۲۲۳)؛
۳. غلو و بزرگ‌نمایی (مائده: ۷۷)؛
۴. شایعه‌پراکنی و سخن گفتن از روی جهل و نادانی (آل عمران: ۶۶؛ بقره: ۸۰ و ۱۶۹؛ یونس: ۶۸؛ کهف: ۵؛ نور: ۱۵)؛
۵. گفتار بدون تأمل (بقره: ۱۴۲)؛
۶. تهمت زدن (نساء: ۱۵۶)؛
۷. تأثیر سخن گناه‌آمیز (مائده: ۶۳)؛

۸. آشکار کردن بدی‌های دیگران: البته کسی که مورد ظلم قرار گرفته است از این قاعده مستثنی است (نساء: ۱۴۸).

ج) ویژگی‌های پیام‌رسان:

از نظر قرآن کریم کسی که به‌عنوان پیام‌رسان و مبلغ برگزیده می‌شود باید دارای ویژگی‌ها و خصوصیات زیر باشد:

۱. در ابلاغ پیام خیرخواه باشد (اعراف: ۷۹ و ۹۳ و ۶۲ و ۶۸)؛
۲. امین و امانت‌دار باشد (شعرا: ۱۰۷ و ۱۲۵ و ۱۳۳ و ۱۶۲ و ۱۷۸؛ الدخان: ۱۸؛ اعراف: ۶۸)؛
۳. بداند که فقط مسئول ابلاغ و ارسال پیام است (مائده: ۹۹)؛
۴. بر موضوع پیام علم کامل داشته باشد (اعراف: ۶۲)؛
۵. عامل به پیام باشد (صف: ۲)؛
۶. شرح صدر داشته باشد (طه: ۲۵)؛
۷. زیان رسا (طه: ۲۸) و نرم (طه: ۴۴) داشته باشد؛
۸. از جنس مخاطب و هم‌نوع (آل عمران: ۱۶۴) و هم‌زبان وی (ابراهیم: ۴) باشد.
۹. همواره در سخن گفتن خدا را در نظر داشته باشد (طه: ۷ و ۴۶؛ صف: ۱۳؛ مائده: ۹۹) و بداند خدا با حق است (طه: ۴۶).

د) عواقب تحریف پیام حق:

از نظر قرآن کریم، کسانی که پیام حق را به قصد گمراه کردن سایرین تحریف می‌کنند، ظالم و فاسق و مستحق عذاب آسمانی هستند (بقره: ۵۹؛ اعراف: ۱۶۲). همچنین کسانی هستند که کتب الهی را تحریف کرده و آن‌ها را به خدا نسبت می‌دهند تا سود مادی کسب کنند؛ خداوند می‌فرماید وای بر آنها به خاطر آنچه با دست خود نوشتند و به خاطر آنچه از این راه کسب کردند (بقره: ۷۹). به‌طور خلاصه عاقبت کسانی که پیام خدا را تحریف می‌کنند را می‌توان چنین برشمرد:

۱. دوری از رحمت خدا (نساء: ۴۶)؛
۲. رسوایی در دنیا (مائده: ۴۱)؛
۳. دریافت عذاب آسمانی در دنیا (بقره: ۵۹؛ اعراف: ۱۶۲)؛
۴. تأثیر مجازات بزرگ در آخرت (مائده: ۴۱)؛

۵. برخورد فعال با پیام

جدول ۵. آیات و کدهای مرتبط با مؤلفه برخورد فعال با پیام

نشانی آیات	ترجمه	کد
آل عمران آیه ۱۱۸	ای کسانی که ایمان آورده‌اید! محرم اسراری از غیر خود، انتخاب نکنید!... دشمنی از دهانشان آشکار شده ...	حفاظت از اطلاعات
انفال آیه ۲۱	و همانند کسانی نباشید که می‌گفتند: «شنیدیم!» ولی در حقیقت نمی‌شنیدند!	برخورد فعال با پیام
ص آیه ۲۹	این کتابی است پربرکت که بر تو نازل کرده‌ایم تا در آیات آن تدبیر کنند و خردمندان متذکر شوند!	تدبیر در پیام خردمندی لازمه تذکر
نساء آیه ۷۸	... پس چرا این گروه حاضر نیستند سخنی را درک کنند؟!	تلاش برای فهم سخن
زمر آیه ۱۸	... از نیکوترین آنها پیروی می‌کنند؛	شنیدن قول و پیروی از بهترین
انعام آیه ۲۵	پاره‌ای از آنها به (سخنان) تو، گوش فرامی‌دهند؛ ولی بر دل‌های آنان پرده‌ها افکنده‌ایم تا آن را نفهمند؛ و در گوش آنها، سنگینی قرار داده‌ایم. و (آنها به قدری لجوج‌اند که) اگر تمام نشانه‌های حق را ببینند، ایمان نمی‌آورند...	تعصب و لجبازی در برابر پیام حق (موانع درک پیام حق)
مائده آیه ۷۷	بگو: «ای اهل کتاب! در دین خود، غلو نکنید! و غیر از حق نگوئید! و از هوس‌های جمعیتی که پیشتر گمراه شدند و دیگران را گمراه کردند و از راه راست منحرف گشتند، پیروی ننمایید!»	پرهیز از پیروی از گمراهان و کسانی که دیگران را گمراه کردند (شناخت منبع پیام)
بقره آیه ۱۰۲	و از آنچه شیاطین در عصر سلیمان بر مردم می‌خواندند پیروی کردند ...	عدم پیروی از شیطان (شناخت منبع پیام)
یس آیات ۶۰ تا ۶۲	... او گروه زیادی از شما را گمراه کرد، آیا اندیشه نکردید؟!	عدم تعقل باعث گمراهی مقابله با شیطان با تعقل

جدول ۵. (ادامه)

کد	ترجمه	نشانی آیات
شیطان‌شناسی - شناسایی منبع پیام	این چنین در برابر هر پیامبری، دشمنی از شیاطین انس و جنّ قرار دادیم؛ آنها به‌طور سری سخنان فریبنده و بی‌اساس به یکدیگر می‌گفتند؛ ...	انعام آیه ۱۱۲
شناخت منافق (شناخت منبع پیام)	... به زبان خود چیزی می‌گویند که در دل‌هایشان نیست! و خداوند از آنچه کتمان می‌کنند، آگاه‌تر است.	آل عمران آیه ۱۶۷
شناخت منحرف و منافق - تحریف پیام	... عده‌ای از آنان، سخنان خدا را می‌شنیدند و پس از فهمیدن، آن را تحریف می‌کردند، در حالی که علم و اطلاع داشتند؟!	بقره آیه ۷۵
عدم پیروی از چیزی که در مورد آن علم نداریم - مسئول بودن چشم و گوش و قلب	از آنچه به آن آگاهی نداری، پیروی مکن، چرا که گوش و چشم و دل، همه مسئولند.	اسراء آیه ۳۶
غمگین نشدن از پیام لغو	سخن آنها تو را غمگین نسازد! تمام عزّت (و قدرت)، از آن خداست؛ و او شنوا و داناست!	یونس آیه ۶۵
واکنش در مقابل ناشران پیام لغو	هرگاه کسانی را دیدی که آیات ما را استهزا می‌کنند، از آنها روی بگردان تا به سخن دیگری بپردازند! و اگر شیطان از یاد تو ببرد، هرگز پس از یاد آمدن با این جمعیت ستمگر منشین!	انعام آیه ۶۸
واکنش در مقابل ناشران پیام لغو	آنها کسانی هستند که خدا، آنچه را در دل دارند، می‌داند. از آنان صرف نظر کن! و آنها را اندرز ده! و با بیانی رسا، نتایج اعمالشان را به آنها گوشزد نما!	نساء آیه ۶۳
واکنش در مقابل ناشران پیام لغو	هرگاه سخن لغو و بیهوده بشنوند، از آن روی می‌گردانند و می‌گویند: «اعمال ما از آن ماست و اعمال شما از آن خودتان؛ سلام بر شما(سلام وداع)؛ ما خواهان جاهلان نیستیم!»	قصص آیه ۵۵
شناخت دشمن عواقب پیروی از دشمن	هرگز یهود و نصاری از تو راضی نخواهند شد تا از آیین آنان پیروی کنی. بگو: «هدایت، تنها هدایت الهی است!» و اگر از هوی و هوس‌های آنان پیروی کنی، بعد از آنکه آگاه شده‌ای، هیچ سرپرست و یآوری از سوی خدا برای تو نخواهد بود.	بقره آیه ۱۲۰

با توجه به جدول ۵، می‌توان آیات مربوط به مؤلفه برخورد فعال با پیام را به صورت زیر طبقه‌بندی نمود:

الف) حفاظت اطلاعات

خداوند متعال به مومنان هشدار می‌دهد که «ای کسانی که ایمان آورده‌اید! محرم اسراری از غیر خود، انتخاب نکنید! آنها از هرگونه شر و فسادی در باره شما، کوتاهی نمی‌کنند. آنها دوست دارند شما در رنج و زحمت باشید. دشمنی از دهانشان آشکار شده و آنچه در دل‌هایشان پنهان می‌دارند، از آن مهمتر است» (آل عمران: ۱۱۸). و این بدین معناست که همواره باید از اطلاعات مهم و حساس حفاظت نماییم و اجازه ندهیم هرکسی به آن دسترسی داشته باشد؛ چرا که اگر دشمنان به این اطلاعات دست یابند به واسطه دانستن این اطلاعات برای ما رنج و زحمت ایجاد می‌کنند.

ب) وظیفه مخاطب در مواجهه با پیام

از نظر قرآن کریم، وظیفه هر فرد مواجهه فعال با پیام (انفال: ۲۱) و تدبیر در آن (ص: ۲۹) و تلاش برای فهم سخن (نساء: ۷۸) و پیروی از بهترین سخن است (زمر: ۱۸). از این روست که خداوند متعال در قرآن به بندگان بشارت می‌دهد که سخنان متفاوت را می‌شنوند و بهترین آن را پیروی می‌کنند و آن‌ها را هدایت شده و خردمند می‌داند. بنابراین هدایت الهی و خردمندی لازمه انتخاب صحیح و پیروی از بهترین سخن است (زمر: ۱۸). بعد از انتخاب بهترین سخن وظیفه هر فرد پیروی از آن و خودداری از تعصب و لجبازی است (انعام: ۲۵). از طرف دیگر در قرآن پیروی کردن کورکورانه از پیام‌هایی که توسط چند گروه ایجاد شده نهی شده است؛ از جمله پیروی از گمراهان و کسانی که قصد گمراهی دیگران را دارند (مائده: ۷۷)؛ پیروی از شیطان (بقره: ۱۰۲؛ یس: ۶۰ و ۶۲؛ انعام: ۱۱۲)؛ پیروی از منافق (آل عمران: ۱۶۷؛ بقره: ۷۵) و پیروی از آنچه در مورد آن علم و یقین ندارید. در سوره اسرا آمده است: «دنبال چیزی را که بدان علم نداری مگیر که گوش و چشم و دل دربارہ همه اینها روزی مورد بازخواست قرار خواهد گرفت» (اسرا: ۳۶).

ج) وظیفه مخاطب در مقابل پیام لغو

اما قرآن کریم، وظیفه مخاطب در مقابل پیام لغو را نیز به صورت زیر مشخص فرموده است:

۱. غمگین نشدن از سخنان لغو دشمنان و اطمینان به اینکه قدرت و عزت از آن خداست (یونس: ۶۵).
۲. اعراض از ناشران پیام لغو و بی‌اعتنایی به آن‌ها (انعام: ۶۸؛ نساء: ۶۳؛ قصص: ۵۵).
۳. اندرز دادن به ناشران پیام لغو و گوشزد نمودن نتایج اعمالشان با بیان رسا (نساء: ۶۳).
۴. دوری از ناشران پیام لغو و عدم همنشینی با آن‌ها (انعام: ۶۸).
۵. شناخت دشمن و عواقب پیروی از آن (بقره: ۱۲۰).

۶. جمع بندی آیات مرتبط با مؤلفه‌ها و مضامین

جدول ۶. تعداد آیات مربوط به هر مؤلفه و مضمون

تعداد آیه	مضمون	تعداد آیه	مؤلفه
۲	آزادی رسانه	۱۰	دسترسی و استفاده
۴	استفاده مؤثر از حواس مختلف		
۴	ضرورت کسب علوم لازم		
۲	هدف از ساخت پیام	۳	تجزیه و تحلیل
۱	پیام ضمنی و آشکار		
۱۹	اهمیت تعقل و خردورزی	۳۳	ارزشیابی
۲	بررسی اعتبار منبع پیام		
۲	تفسیر آگاهانه		
۱۲	تقویت حواس معنوی (تفکر شهودی)		

جدول ۶. (ادامه)

تعداد آیه	مضمون	تعداد آیه	مؤلفه
۱۹	ویژگی‌های پیام موثر	۶۲	تولید و نشر پیام
۲۰	نبایدهای تولید و نشر پیام		
۲۴	ویژگی‌های پیام‌رسان		
۸	عواقب تحریف پیام حق		
۱	حفاظت اطلاعات	۲۰	برخورد فعال
۱۵	وظیفه مخاطب در مواجهه با پیام		
۷	وظیفه مخاطب در مقابل پیام لغو		

با توجه به جدول ۶، در بین آیات انتخاب شده در پژوهش حاضر، بیشترین تعداد آیات به مؤلفه تولید و نشر پیام با ۶۲ آیه مربوط می‌شود. بعد از آن به ترتیب به مؤلفه‌های ارزشیابی، برخورد فعال، دسترسی و استفاده و تجزیه و تحلیل توجه شده است. پس از تحلیل آیات، برای ۵ مؤلفه سواد رسانه‌ای، ۱۶ مضمون کلی استخراج شد. در بین مضامین نیز به ترتیب به ویژگی‌های پیام‌رسان، نبایدهای تولید و نشر پیام، ویژگی‌های پیام موثر و اهمیت تعقل و خردورزی بیشترین توجه شده است.

۷. شبکه مفهومی سواد رسانه‌ای بر اساس قرآن

جدول ۷. مفاهیم استخراج شده از آیات قرآن به تفکیک مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای

مؤلفه	کدهای هم‌دسته	کد جایگزین (مفاهیم)
دسترسی و استفاده	شنیدن قول و پیروی از بهترین - هدایت الهی و خردمندی لازمه این کار - مذمت جلوگیری از شنیدن قرآن	آزادی رسانه
	گوش و چشم و فواید نعمت خدا - استفاده صحیح از آن لازمه شکرگزاری	استفاده مؤثر از حواس مختلف
	نادان مثل نابیناست - نابرابری نادان و عالم - خیر کثیر در دانش و حکمت	ضرورت کسب علوم لازم

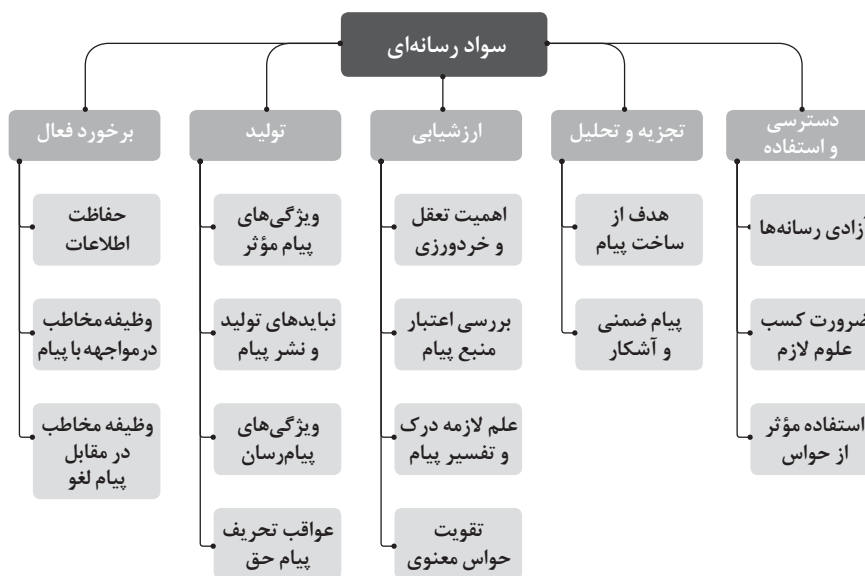
جدول ۷. (ادامه)

مؤلفه	کدهای هم دسته	کد جایگزین (مفاهیم)
تجزیه و تحلیل	اهداف مادی در تولید پیام	هدف از تولید پیام
	اهداف معنوی در تولید پیام	
	پیام ضمنی و پیام آشکار	پیام ضمنی و پیام آشکار
ارزشیابی	خردمندی لازمه تذکر- هدایت و تذکره برای خردمندان - خردمندی لازمه عبرت گرفتن - دیدن و شنیدن و سخن گفتن لازمه تعقل - افرادی که اندیشه نمی کنند بدترین موجوداتند - پلیدی برای کسانی که تعقل نمی کنند - تعقل لازمه درک نشانه‌ها- مثل چهارپایان یا بدتر- عدم تعقل باعث گمراهی - مقابله با شیطان با تعقل- نشنیدن و تعقل نکردن دلیل گمراهی	اهمیت تعقل و خردورزی
	تحقیق در منبع خبر - تعقل در سندیت تاریخی	بررسی اعتبار منبع پیام
	علم شرط تعقل - علم لازمه تفسیر پیام	تفسیر آگاهانه پیام
	بیماری قلبی باعث برداشت نادرست- چشم بینا لازمه عبرت گرفتن - گوش شنوا لازمه درک نشانه‌ها - مهر بر قلب و گوش و چشم - قلب سالم و گوش شنوا لازمه تذکر - گناه باعث مهر زدن به قلب- عدم استفاده مناسب از قلب و گوش و چشم	تقویت حواس معنوی (تقویت تفکر شهودی)
تولید پیام	کلمه طیبه - پیام وسیله انذار- گفتار نیک- قول معروف- قول سدید- سخن از روی عقل و آگاهی- قول بلیغ(پیام رسا)- سخن حق- قول احسن- قول لین- قول همراه با عمل- ساخت پیام مطابق با شرایط و زبان مخاطب- پیام بلیغ- تدریجی بودن پیام برای تثبیت	ویژگی های پیام موثر
	کلمه خبیثه- پرهیز از غلو- پرهیز از سخن گفتن از روی جهل- گفتار بدون تأمل کار سفها- پرهیز از سخن دروغ- پرهیز از بردن آبروی دیگران به غیر از ظالم- پرهیز از تهمت- نهی از سخن گناه آمیز- پرهیز از سخن بدون علم- پرهیز از شایعه پراکنی- پرهیز از در هم آمیختن حق و باطل	نبایدهای تولید و نشر پیام
	خبر خواهی در ابلاغ پیام- علم در موضوع پیام- امانت داری در ارسال پیام- در نظر داشتن خدا در سخن گفتن- زبان رسا- پیام رسان هم نوع مخاطب- پیام رسان فقط مسئول ابلاغ پیام- پیام رسان هم زبان مخاطب- پیام رسان امین	ویژگی های پیام رسان
	عذاب آسمانی - دوری از رحمت خدا- رسوایی در دنیا- مجازات در آخرت- محرفین پیام ظالم هستند- خشم خدا از شایعه پراکنی- عذاب خوار کننده- نزول شیاطین بر دروغگویان	عواقب تحریف پیام حق

جدول ۷. (ادامه)

مؤلفه	کدهای هم دسته	کد جایگزین (مفاهیم)
برخورد فعال با پیام	حفاظت از اطلاعات	حفاظت اطلاعات
	تدبیر در پیام- پیروی از بهترین سخن- پرهیز از پیروی از گمراهان- عدم پیروی از شیطان- شناخت منافق و فاسد- شناخت دشمن - تلاش برای فهم سخن- تعصب و لجبازی در برابر پیام حق(موانع درک پیام حق)- برخورد فعال با پیام- پرهیز از تلقید کورکورانه از اجداد وسایر مردم- عدم پیروی از چیزی که در مورد آن علم نداریم- مسئول بودن چشم و گوش و قلب	وظیفه مخاطب در مواجهه با پیام
	واکنش در مقابل ناشران پیام لغو- غمگین نشدن از پیام لغو- عواقب پیروی از دشمن	وظیفه مخاطب در مقابل پیام لغو

با توجه به جدول ۷ می توان شبکه مفهومی مطابق شکل ۱ ترسیم نمود.



شکل ۱. شبکه مفهومی سواد رسانه‌ای در قرآن

با توجه به شبکه مفهومی سواد رسانه‌ای که بر اساس آموزه‌های قرآن کریم تدوین شد. می توان اهداف تربیتی زیر را متناسب با هر مفهوم پیشنهاد کرد:

جدول ۸. جدول اهداف تربیتی متناسب با مفاهیم

اهداف	مفهوم	مؤلفه
آشنایی با مفهوم آزادی رسانه و شرایط و ضوابط آن توانایی دسترسی صحیح به رسانه‌ها و انتخاب آگاهانه	آزادی رسانه	دسترسى و استفاده
توانایی استفاده موثر از حواس	استفاده مؤثر از حواس	
آشنایی با علوم مختلف مرتبط با رسانه توانایی استفاده صحیح از رسانه‌های گوناگون	ضرورت کسب علوم لازم	
توانایی تشخیص اهداف پیام رسانه‌ای توانایی تشخیص پیام‌های ضمنی و آشکار	هدف از ساخت پیام پیام ضمنی و آشکار پیام	تجزیه و تحلیل
آشنایی با اهمیت تعقل و خردورزی توانایی تعقل و خردورزی (تفکر انتقادی)	اهمیت تعقل و خردورزی	ارزشیابی
توانایی تحقیق درباره منابع خبری توانایی تشخیص سندیت تاریخی منبع	بررسی اعتبار منبع پیام	
توانایی ارزشیابی و تصمیم‌گیری آگاهانه	علم لازمه درک و تفسیر پیام	
توانایی تفکر شهودی	تقویت حواس معنوی (تفکر شهودی)	
توانایی تولید و نشر مؤثر پیام شناسایی ویژگی‌های پیام مؤثر	ویژگی‌های پیام مؤثر	تولید پیام
شناسایی نبایدهای تولید و نشر پیام	نبایدهای تولید و نشر پیام	
شناسایی ویژگی‌های پیام رسان	ویژگی‌های پیام‌رسان	
شناسایی عواقب تحریف پیام	عواقب تحریف پیام حق	
توانایی حفاظت از اطلاعات	حفاظت اطلاعات	بر خورد فعال
توانایی مواجهه فعال با پیام رسانه‌ای	وظیفه مخاطب در مواجهه با پیام	
توانایی برخورد با پیام لغو(نادرست) و ناشران این پیام‌ها	وظیفه مخاطب در مقابل پیام لغو	

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف تبیین نظر قرآن کریم در خصوص مؤلفه های سواد رسانه ای و تبیین مفهوم سواد رسانه ای و اهداف تربیتی مربوطه انجام شد. بدین منظور به روش تحلیل محتوای کیفی جهت دار، آیات منتخب قرآن کریم بر اساس مؤلفه های سواد رسانه ای تحلیل شد و پس از طبقه بندی و کدگذاری آیات مرتبط با هر مؤلفه، مضامین مرتبط استخراج شد.

در مورد هدف اول، یعنی تبیین نظر قرآن کریم در خصوص مؤلفه های سواد رسانه ای، یافته های پژوهش نشان داد که در آیات انتخابی، به ترتیب به مؤلفه های تولید و نشر پیام، ارزشیابی، برخورد فعال، دسترسی و استفاده و تجزیه و تحلیل بیشترین توجه شده است. پس از کدگذاری آیات، در خصوص مؤلفه دسترسی و استفاده، سه مضمون کلی آزادی رسانه، استفاده مؤثر از حواس مختلف و ضرورت کسب علوم لازم و در خصوص مؤلفه تجزیه و تحلیل دو مضمون هدف از ساخت پیام و پیام ضمنی و آشکار حاصل شد. در مورد مؤلفه ارزشیابی، چهار مضمون اهمیت تعقل و خردورزی، بررسی اعتبار منبع پیام، تفسیر آگاهانه و تقویت حواس معنوی (تفکر شهودی) و در مورد مؤلفه تولید و نشر پیام، چهار مضمون کلی ویژگی های پیام موثر، نبایدهای تولید و نشر پیام، ویژگی های پیام رسان و عواقب تحریف پیام حق به دست آمد و در مورد مؤلفه برخورد فعال با پیام نیز سه مضمون کلی حفاظت اطلاعات، وظیفه مخاطب در مواجهه با پیام و وظیفه مخاطب در مقابل پیام لغو حاصل شد. در مجموع برای ۵ مؤلفه سواد رسانه ای، ۱۶ مضمون کلی استخراج شد. در بین مضامین نیز به ترتیب به ویژگی های پیام رسان، نبایدهای تولید و نشر پیام، ویژگی های پیام موثر و اهمیت تعقل و خردورزی بیشترین توجه شده است.

در مورد هدف دوم، یعنی تدوین شبکه مفهومی و اهداف تربیتی مربوطه، شبکه مفهومی با توجه به مؤلفه ها و مضامین استخراج شده در مرحله قبل تدوین شده و با توجه به مفاهیم، ۲۲ هدف تربیتی پیشنهاد شد.

در خصوص هدف اول، پژوهش های انجام شده قبلی برخی از یافته های پژوهش حاضر را تأیید می نمایند. از جمله فولادی (۱۳۹۰) در یافته های خود به حق گرای، بازنمایی واقعیت و عدم تحریف و دستکاری آن، صداقت و راستگویی، عینیت،

اجتناب از غوغاسالاری رسانه‌ای، رعایت حرمت مخاطبان، حفظ حریم خصوصی، حفظ رازداری و امانت‌داری، حق دستیابی به اطلاعات سازنده و مفید، ترویج محاسن و مکارم اخلاقی و حرمت سانسور و خودسانسوری اشاره می‌کند؛ که این یافته‌ها هم سو با پژوهش حاضر است با این تفاوت که در پژوهش حاضر این نکات در بستر موله‌های سواد رسانه‌ای آمده است. همچنین (شهووندپور و سالارکیا، ۱۳۹۳) هم جهت با پژوهش حاضر بر مؤلفه‌هایی مانند وظیفه مخاطب در مقابله با خبرگزاری‌ها و جریانات ناسالم خبری، وظیفه مخاطب در مواجهه با محتوای خبر و راه‌های مواجهه مخاطب با اخبار تأکید دارد؛ که در آن‌ها به مباحث شناسایی خبرنگاران فتنه‌انگیز در خبرگزاری‌ها، هوشیاری در برابر خبرسازان مهاجم و بدعت‌گذار و شایعه‌ساز، بی‌اعتنایی به خبرگزاری‌ها و خبرنگاران بی‌تعهد و وابسته به مکاتب منحرف، لزوم تحقیق و تیزبینی در اخبار، چگونگی برخورد با خبرهای نادرست و باطل، لزوم توجه به محتوای خبر و نه فقط خبرنگار، پرهیز از هیجان‌زدگی در شنیدن خبر و بررسی جوانب خبر پرداخته می‌شود. همچنین یافته‌های پژوهش حاضر با یافته‌های آخوندی (۱۳۹۶) نیز هم جهت است. (آخوندی، ۱۳۹۶) سیزده راهبرد فرهنگی نفوذ اجتماعی در آموزه‌های قرآنی را ارائه نموده که برخی از این راهبردها در نتایج پژوهش حاضر یافت می‌شود. از جمله: استفاده از تاریخ، تدریج و استمرار در پیام، تناسب فرهنگی با مخاطبان، قابل فهم بودن پیام، صراحت و فصاحت پیام، حفظ اصالت پیام و هم‌بانی با مخاطب. البته از آنجا که تمام این پژوهش‌ها کیفی هستند و طبقه‌بندی‌های مفاهیم با هم متفاوت است، تنوع نکات استخراج شده از آیات قرآن در پژوهش‌های مختلف و پژوهش حاضر مشاهده می‌شود و این امری طبیعی است چرا که هیچ‌کدام از پژوهش‌های پیشین در تحلیل خود، تعریف سواد رسانه‌ای و همه مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای را مورد توجه قرار نداده بودند. در خصوص هدف دوم، در هیچ‌کدام از پژوهش‌های پیشین شبکه مفهومی سواد رسانه‌ای و اهداف تربیتی مربوطه تدوین نشده بود.

با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر و سایر پژوهش‌ها می‌توان چنین نتیجه گرفت که قرآن کریم در زمینه تمام مؤلفه سواد رسانه‌ای، نکات آموزنده مفیدی دارد که می‌توان از آن‌ها در برنامه‌های درسی بهره برد. با توجه به آیات قرآن و تفسیر آن،

از نظر اسلام دسترسی به پیام‌های مختلف برای کسانی که توانایی تعقل و انتخاب صحیح دارند، آزاد است. البته وظیفه هر فرد کسب علم لازم و افزایش توانایی خود در دسترسی به پیام‌ها و استفاده صحیح از رسانه‌ها و انتخاب سخن درست است. همچنین در آیات قرآنی زیادی به وظیفه سازندگان و ناشران پیام در خصوص رعایت نکات مثبت و پرهیز از نکات منفی در تولید و نشر پیام و عواقب تحریف پیام و نشر اکاذیب و شایعه سازی اشاره شده و وظیفه مخاطبان پیام در مواجهه با پیام حق و باطل مشخص شده است و با توجه به این نکات قرآنی می‌توان اهداف تربیتی مرتبط را در نظر گرفت. البته این نکته حائز اهمیت است که به دلیل اینکه در زمان نزول قرآن، این همه تنوع رسانه‌ها نبوده، نمی‌توان ادعا کرد تمام آنچه به سواد رسانه‌ای و فنون و تکنیک‌های آن مرتبط است را می‌توان در قرآن جست؛ اما با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر و سایر پژوهش‌ها می‌توان ادعا کرد که بسیاری از نکاتی که در علم سواد رسانه‌ای غربی نادیده گرفته شده، در قرآن یافت می‌شود. از این جمله می‌توان به ویژگی‌های پیام‌رسان، بسیاری از نکات اخلاقی در زمینه تولید و نشر پیام رسانه‌ای، همچنین اهمیت تفکر شهودی و دشمن‌شناسی و وظیفه مخاطب در برخورد با پیام لغو اشاره کرد.

بنابراین پیشنهاد می‌شود:

۱. دانشمندان حوزه سواد رسانه‌ای، جهت غنای این حوزه و بومی سازی این دانش، آموزه‌های قرآن کریم در این حوزه را بیشتر مورد توجه قرار دهند.
۲. طراحان برنامه‌های درسی در این حوزه، در هدف‌گذاری و تعیین محتوای خود، اهداف تربیتی مطرح شده در پژوهش حاضر را مدنظر قرار دهند.
۳. مؤلفین کتب درسی در حوزه تفکر و سواد رسانه‌ای، آیات و اهداف تربیتی مربوطه را مدنظر داشته باشند.
۴. معلمان و متخصصین تعلیم و تربیت، محتوا و فرصت‌های یادگیری متناسب با اهداف مطرح شده طراحی نمایند.
۵. با استفاده از آموزش ضمن خدمت، نکات و آموزه‌های ارزشمند قرآنی درباره سواد رسانه‌ای به معلمان مربوطه، آموزش داده شود.

همچنین جهت پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود: اهداف تربیتی مرتبط به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در سایر منابع دینی بررسی شود. امید است پژوهش حاضر گامی کوچک در راستای بومی‌سازی و گسترش علم سواد رسانه‌ای در کشور باشد؛ اما باید این نکته را در نظر داشت که قرآن دریایی است عمیق و گسترده و درک و فهم معانی والای آن نیازمند سال‌ها تلاش و کوشش در فهم و تدبر آیات آن است، به همین دلیل، یکی از محدودیت‌های پژوهش حاضر اینست که پژوهشگر نمی‌تواند ادعا کند به تمام آنچه در قرآن درباره سواد رسانه‌ای وجود دارد، دست یافته است.

منابع

- آخوندی، محمدباقر. (۱۳۹۶). راهبردهای فرهنگی و نفوذ اجتماعی دین در آموزه‌های قرآن، *فصلنامه پژوهش‌های قرآنی*، ۳(۸۴): ۱۵۰-۱۷۳.
- بهرام پور، ابوالفضل. (۱۳۹۸). تفسیر یک جلدی مبین، چاپ پنجم، قم: انتشارات آوای قرآن.
- راضی، محمدرضا. (۱۳۹۷). ارائه الگوی بومی سواد رسان‌های بر پایه آموزه‌های دینی، دومین همایش بین‌المللی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی با موضوع خانواده، تهران: مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال، بازیابی شده از: https://www.civilica.com/Paper-MILCONF02-MILCONF02_104.html
- سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی. (۱۳۹۸). *تفکر و سواد رسانه‌ای*، تهران: اداره کل نظارت بر نشر و توزیع مواد آموزشی. سند تحول بنیادین آموزش و پرورش (۱۳۹۰)، مشهد مقدس.
- شهووندپور، راضیه و سالارکیا، حمیدرضا. (۱۳۹۳). قرآن و سواد رسان‌های با تأکید بر خبر و خبرنگاری، نشریه کتاب و سنت، دوره ۲، ۴(۵): ۵۲-۸۱.
- طباطبایی، سیدمحمدحسین. (۱۳۷۸). *تفسیرالمیزان*، جلد ۱۸، چاپ پنجم، ترجمه: سید محمد باقر موسوی همدانی، قم: بنیاد علمی و فرهنگی علامه طباطبایی.
- عادل مهربان، مرضیه. (۱۳۹۴). *مروری بر تحلیلی محتوای کیفی و کاربرد آن در پژوهش*، اصفهان: دانشگاه علوم پزشکی اصفهان.
- فرج‌نژاد، محمدحسین. (۱۳۹۷). لزوم تألیف و تولید کتب سواد رسانه‌ای به‌دست اندیشمندان داخلی [مصاحبه]. مرکز پژوهشی مینا، بازیابی شده از: <http://www.smhi.ir/index.php/interview/item/5127-11>
- فولادی، محمد. (۱۳۹۰). اخلاق رسانه؛ بایدها و نبایدهای اخلاقی در رسانه ملی، *فصلنامه معرفت اخلاقی*، ۳(۱): ۱۱۱-۱۳۵.
- قرآن‌کریم. (۱۳۹۲). ترجمه مکارم شیرازی، تهران: عابدزاده.
- لعل شاطری، مصطفی. (۱۳۹۴). *اصول و مبانی قرآن‌کریم در راستای افزایش سواد رسانه‌ای*، چاپ اول، مشهد: نی نگار.
- مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۸۷). *تفسیر نمونه*، جلد ۱۹، چاپ سی و ششم، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- Hjarvard, Stig.(2011). The Mediatisation Of Religion: Theorising Religion, Media And Social Change, *Culture and Religion* ,12(2): 119-135. <https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579719>
- Hosseini, S. H.(2008).Religion and Media, Religious Media, or Media Religion: Theoretical Studies, *Journal of Media and Religion*, 7(1-2): 56-69. <https://doi.org/10.1080/15348420701838350>
- Ivanovic, Marina.(2014).Development of Media Literacy – an Important Aspect of Modern Education, *Social and Behavioral Sciences* ,149(2014):438 – 442.
- Jolls, Tessa.(2008).*Literacy For The 21st Century*, Edition 2, CML MediaLit Kit, Center for Media Literacy: USA.
- Menchawi Fawal, Obeida.(2013).*The Representations of Islam and Muslims in popular media: Educational Strategies and to develop critical media literacy*. Masters thesis, Faculty of Arts and Science, Concordia University, Canada. <http://spectrum.library.concordia.ca/977123/>
- NAMLE.(2020), Media Literacy Defined, *National Association for Media Literacy Education*, Retrieved March 1, 2020, from: <https://namle.net/publications/media-literacy-definitions/>
- Potter,W.(2008), *Media Literacy*. 4TH ed. North America: Sage Publications Inc.
- Share ,Jeff & Jolls ,Tessa & Thoman, Elizabeth.(2007). *Five Key Questions That Can Change the World: Lesson Plans for Media Literacy*, CML MediaLit Kit, Center for Media Literacy,USA.
- Wenner, R. M.(2016). *Media Literacy Definitions*, Master of Arts (MA), thesis, Communication/TheatreArts, Old Dominion University,USA.
- WILSON, Carolyn.(2019, November),*Media and Information Literacy: Challenges and Opportunities for the World of Education*, the Canadian Commission for UNESCO's IdealLab,Canada.