

تأملی بر تفوق مفهومی «نبا» بر «خبر» در قرآن کریم

حسین صدری نیا^۱ (نویسنده و عهده دار مکاتبه)

Email: sadrnia1@yahoo.com

چکیده

بر مبنای جهان‌بینی توحیدی همه اجزای نظام هستی به اقتضای خلقت خود و به طور تکوینی قابلیت‌های ارتباطی گوناگونی دارند که این قابلیت‌ها در انسان به دلیل برخورداری از روح به اوج خود می‌رسد و ظرفیت‌های ارتباطی مادی و فرامادی بی‌انتهایی در اختیار او قرار می‌دهد. در همین حال به دلیل مأموریت و مسئولیتی که بشر به عنوان اشرف مخلوقات دارد علاوه بر هدایت تکوینی - که تمامی موجودات را در بر گرفته^۲ - از هدایت تشریحی نیز بهره‌مند شده است تا بر مبنای رهنمودهای انبیاء (ع) و کتب آسمانی که سرآمدشان پیامبر مکرم اسلام (ص) و قرآن کریم است به بهترین نحو ممکن بتواند از عهده برقراری ارتباطات لازم برای دستیابی به اهداف و انجام وظایف خود برآید. کلام وحی نه تنها چهار عرصه ارتباط تکوینی و تشریحی انسان در هستی یعنی ارتباط با خداوند، ارتباط با خویش، ارتباط با هموعان و ارتباط با مخلوقات (محیط زیست و طبیعت) را از نظر دور نداشته و دستورالعمل‌های جاودانه‌ای برای آنها ارائه کرده، بلکه در موارد لازم نظر آدمی را به نکات قابل تأمل دیگری در حوزه ارتباطات معطوف ساخته است که از جمله آنها تبیین تفوق و برتری ارتباطی - مفهومی واژه «نبا» بر «خبر» است نکته‌ای که به ویژه در خبرپراکنی‌های کنونی تدبیر در آن برای انسان گم گشته در آشفته بازار ارتباطات، راهگشا و نجات‌بخش خواهد بود. آن چه که در این مقاله ملاحظه می‌شود تأملی بر مفاهیم مترتب بر این دو عبارت ارتباطی از منظر مفسران و لغتنامه نویسان کلام وحی است.

واژگان کلیدی: قرآن کریم، نبا، خبر، ارتباطات، پیام و مخاطب

^۱ - خبرنگار منتخب سومین جشنواره مطبوعات ایران در بخش خبر در سال ۱۳۷۵ و نویسنده کتابهای: ۱- ارتباط هستی و انسان با خدا (تکوینی و تشریحی) ۲- روابط، ارتباطات و تعاملات انسان (۱) عالم ذر ۳- روابط، ارتباطات و تعاملات انسان (۲) عالم صلب و ترائب ۴- ارتباط انسان با گذشتگان و آیندگان (تکوینی و تشریحی) ۵- حقوق و مسئولیت‌های انسان در ارتباطات کلامی (فردی و جمعی) ۶- روابط، ارتباطات و تعاملات انسان (۳) عالم جنینی ۷- ارتباط انسان با خویش (تکوینی و تشریحی) ۸- ارتباط انسان با هموعان (جلد اول: بدون ملاحظه ایمان و کفر) ۹- ارتباط انسان با هموعان (جلد دوم: با ملاحظه ایمان و کفر) ۱۰- ارتباط انسان با هستی (طبیعت و محیط زیست) ۱۱- طه/۵۰: [حضرت موسی (ع)] گفت: پروردگار ما کسی است که بر هر چیزی نعمت وجود بخشیده و راهش را مشخص کرده است، ترجمه از طاهری

تاریخ دریافت مقاله: آبان ۱۳۹۲

تاریخ پذیرش نهایی: دی ماه ۱۳۹۲

مقدمه

در طول تاریخ بشر هر چیزی قیمتی داشته است و مثلاً طلا و نقره همواره از گرانترین اشیاء بوده اند اما در مجموعه نظام هستی به یقین چیزی ارزشمندتر از شعور و آگاهی وجود ندارد زیرا صرفاً به واسطه هدایت و آگاهی است که به طور همزمان دنیا و آخرت انسان هردو آباد می شوند و او از تبعات خسارت بار جهالت در امان می ماند.

احتمالاً به همین دلیل است که در قرآن کریم بین «نبا» به عنوان مطلب روشنگر و آگاهی بخش و «خبر» که صرفاً ماهیت اطلاع رسانی دارد فرق گذاشته شده و از همه پیامبران تحت عنوان «نبی» یاد شده است. نبی مکرم اسلام (ص) نیز طی بیاناتی که به تأثیر شگرف هدایت، روشنگری و آگاهی در سرنوشت آدمی اشاره دارد، تأکید فرموده‌اند که «اگر خداوند [فقط] یک نفر را به وسیله [راهنمایی‌های] انسان هدایت فرماید، نتیجه آن برایش از دنیا و آنچه در آن است، بهتر خواهد بود.»^۳

چنانکه می دانیم در یکی از آیات قرآن کریم تأکید شده است که کشتن یک انسان به منزله کشتن همه و به همین ترتیب احیا و زنده کردن یک نفر مترادف با زنده کردن همه بشریت است.^۴ مرحوم علامه طباطبایی در تفسیر ذیل این آیه خاطر نشان ساخته است که "مراد از زنده کردن یک انسان «آفریدن یک انسان زنده» و یا «زنده کردن یک انسان مرده» نیست بلکه مراد از آن، چیزی است که در عرف عقلا احیاء شمرده می شود، [به عنوان مثال] عقلا وقتی طبیب بیماری را معالجه می کند و یا غواص غرقی را از غرق نجات می دهد و یا شخصی اسیری را از دست دشمن رها می سازد، می گویند فلانی فلان شخص را زنده کرد [و یا می گویند حق حیات بر او دارد] [که] خدای تعالی نیز در کلام مجیدش از اینگونه تعبیرها دارد، مثلاً هدایت به سوی حق را احیاء خوانده و فرموده است: «أَوْ مَنْ كَانَ مَيِّتًا فَأَحْيَيْنَاهُ وَ جَعَلْنَا لَهُ نُورًا يَمْشِي بِهِ فِي النَّاسِ كَمَنْ مَثَلُهُ فِي الظُّلُمَاتِ لَيْسَ بِخَارِجٍ مِنْهَا»^۵، پس به حکم این آیه کسی که گمراهی را به سوی ایمان راهنمایی کند، او را زنده کرده است.»^۶

با این اوصاف در دنیای امروز کسب آگاهی کاری دشوارتر از صید مروارید از کف اقیانوس ها شده است زیرا فضای جوامع بشری را به جای پیامهای مفید و آگاه کننده، در اغلب موارد اخبار لغو و بی فایده یا دروغ و گمراه کننده احاطه کرده اند که این وضعیت با پیدایش فناوری های نوین ارتباطی تشدید و تشخیص پیامهای درست از نادرست رفته رفته دشوارتر شده است.

در سطح ارتباطات بین فردی، اگرچه ارتباط کلامی چهره به چهره (رو در رو) هنوز هم البته به میزان کمتری نسبت به قبل در جوامع بشری جریان دارد، با این وصف امکاناتی نظیر تلفن اعم از ثابت و همراه، کامپیوتر، اینترنت و نظایر اینها که ابتدا به عنوان یک واسطه تسهیل و تسریع در فرآیند ارتباطات میان فردی حضور یافته بودند، به تدریج با ارائه امکانات جدیدی همچون پیامک، انواع بازیها، بلوتوث و امثال اینها، خود را همنشین و طرف ارتباط انسان کرده و هر کدام به طریقی وی را به خود مشغول ساخته اند تا جایی که در حال حاضر بخش قابل توجهی از اوقات روزمره شهروندان حتی در جوامع توسعه نیافته به جای اینکه به تفکر یا انواع فعالیت های آگاه کننده و ثمربخش اختصاص یابد، در مؤانست با این تجهیزات سپری می شود.

در قلمرو ارتباطات جمعی اوضاع به مراتب بدتر است زیرا علاوه بر رسانه های مکتوب، شنیداری و دیداری سنتی نظیر کتب، مطبوعات و رادیو و تلویزیون، شبکه های اجتماعی اینترنتی و نیز شبکه های ماهواره ای هر کدام در چارچوب

۳- «لَنْ يَهْدِيَ اللَّهُ بِكَ رَجُلًا وَاحِدًا خَيْرَ لَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَمَا فِيهَا»، بحار الانوار، جلد ۱، ص ۱۸۴

۴- هر که کسی را بکشد بی آنکه کسی را کشته یا تباهی در زمین کرده باشد چنان است که همه مردم را کشته باشد و هر که کسی را زنده کند- از مرگ برهاند یا به حق راه نماید- چنان است که همه مردم را زنده کرده است، مانده/۳۲، ترجمه از مجتبی

۵- انعام/۱۲۲: و آیا آنکه آیه واسطه ی جهل و شرک مرده بود، پس او را [با هدایت خویش] حیات بخشیدیم و برای او نوری [از ایمان] قرار دادیم که با آن در میان مردم راه خود را بیابد، مَثَلٌ أَوْ مَثَلٌ كَسَى اسْتِ كَمَنْ مَثَلُهُ فِي الظُّلُمَاتِ [جهل و شرک] قرار دارد و از آن بیرون آمدنی نیست؟، ترجمه از نور

۶- ترجمه تفسیرالمیزان، جلد ۵، ص ۵۱۹

اهداف مورد نظرگردانندگان خود و با توسل به انواع حيله و ترفند^۷ به دنبال جلب نظر و نهایتاً تأثیرگذاری برمراکز تصمیم ساز وجود انسان هستند.

به عنوان مثال بسیاری از رسانه های امروزی نه تنها هدایت و روشننگری ندارند بلکه از حدود ۵۰ نوع مکر، حيله و ترفند-که از آنها تحت عنوان تاکتیکها و ماساژهای خبری نام برده می‌شود- برای تأثیرگذاری بر مخاطب و گمراه کردن او استفاده می‌کنند. از جمله این به اصطلاح تاکتیکها- بخوانید ترفندها و مکرها- می‌توان تحریف خبر، حذف و سانسور، بزرگ نمایی، کوچک نمایی، دروغ، جعل خبر، برچسب زدن به مخالفان خود، دستچین کردن پیام، ساختن یک یا چند دشمن فرضی، پاره حقیقت گویی، ترویج خشونت، تغییر مفاهیم و معانی، طرح ادعاهای واهی، ارائه پیشگوییهای مغرضانه، پیچیده کردن خبر برای جلوگیری از کشف حقیقت و... را نام برد و این درحالی است که قرآن کریم کسانی را که با حيله و مکر کارهای بد انجام می‌دهند، به عذابی سخت تهدید کرده است.^۸

تردید نیست که تجهیزات و فناوریهای ساخت بشر نظیر هرفناوری دیگری قابلیت دوگانه‌ای دارند و می‌توانند به نفع یا به ضررانسانها به کار گرفته شوند^۹ و فناوریهای نوین ارتباطی نیز از این قاعده کلی مستثنا نیستند و می‌توانند ابزاری برای تسریع در فرآیند اطلاع رسانی و آگاهی بخشی به انسانها یا وسیله‌ای به منظور تخدیر ذهن و گمراهی آنان باشند. تجارب دو قرن گذشته نشان می‌دهند که رسانه‌ها به ویژه در کشورهای جهان سوم، اغلب بیش از آنکه وسیله‌ای در خدمت بشریت باشند، ابزاری برای سوق دادن مخاطبان به سوی اهداف مورد نظرگردانندگان خود بوده‌اند و به همین دلیل اکنون در دومین دهه از هزاره سوم که انواع رسانه‌ها با تکیه بر فناوری‌های نوین، عرصه‌های گوناگون ارتباطات فردی و جمعی را درنور دیده و انسان‌ها را آماج تبلیغات سمعی و بصری منفعت طلبانه خود قرار داده اند، می‌توان ادعا کرد که دوره جدیدی از بردگی، استثمار و بهره‌کشی از انسان آغاز شده، با این تفاوت که در گذشته برده داری نوعی ظلم و استثمار مشهود، فردی و جسمی بوده و امروزه به ظلم و سيطرة ای نامشهود، جمعی و روحی تبدیل شده است.

بنابراین در این آشفته بازار ارتباطی، برای اینکه انسان در دام برده خواهان نوین- که در پشت صحنه بوده و از طریق تسلط بر رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی درصد تسخیر جسم و روح او برآمده اند- گرفتار نیاید، باید در پی یک منجی صدیق و چاره ساز شفیق باشد که آفریدگار آگاه از گذشته و آینده^{۱۰}، در کنار همه نعمتهای بی‌بدیش، آن را نیز در قالب رهنمود نورانی و جاویدش قرآن کریم^{۱۱} در اختیار بشر قرار داده است.

این کتاب باعظمت به عنوان ماحصل پیام‌های انبیاء (علیهم السلام) که از طرح هیچ موضوع مرتبط با انسان فروگذار نبوده^{۱۲} و به بیان خود توضیحی برای همه چیز به شمار می‌رود^{۱۳} تفوق و برتری «تلاً» بر «خبر» را در قالب آیات و سوره‌هایی به ویژه در رابطه با قیامت متبلور ساخته که این موضوع درس بسیار مهمی برای آحاد مردم و بالخصوص دست اندرکاران رسانه‌ها و مخاطبان است.

۷- برای کسب اطلاعات بیشتر در این زمینه و آگاهی از انواع تاکتیکهای رسانه‌ای خواندن کتاب ارزنده «پوشش خبری» نوشته دکتر محمد سلطانی فر و دکتر شهناز هاشمی توصیه می‌شود.

۸- فاطر ۱۰: کسانی که با حيله و مکر کارهای بد می‌کنند، عذابی سخت خواهند داشت و نیرنگشان خود تباه می‌گردد، ترجمه از فولادوند

۹- همچون برق که می‌تواند منشأ خدمات گوناگون شده و یا اینکه به مرگ آدمی بیانجامد.

۱۰- بقره/۲۵۵: آنچه در پیش رویشان [در آینده] و آنچه در پشت سرشان [در گذشته] است می‌داند، ترجمه از رضایی، آیات بامضمون مشابه: طه/۱۱۰؛ انبیاء/۲۸ و حج/۷۶

۱۱- امام علی(ع) طی بیانات ارزنده‌ای که هرگز با گذشت زمان کهنه نمی‌شود فرموده: «أَدْوَابُكُمْ وَ اسْتَوْعِدُوا بِهِ عَلَيَّ لَا وَ انْكُمْ» (شفای دردهای خود را از

قرآن بجویید و چون سختی پیش آید از قرآن یاری خواهید)، نهج البلاغه محمدعبد، خطبه ۱۷۱، جلد ۲، ص ۹۱ و ترجمه نهج البلاغه آیتی، خطبه ۱۷۵، ص ۴۱۳

۱۲- انعام/۳۸: ما در این کتاب از [توضیح] چیزی فروگذار نکرده‌ایم، ترجمه از بهرام پور

۱۳- نحل/۸۹: این کتابی که بر تو نازل کرده‌ایم توضیح همه چیز و هدایت و رحمت و بشارت مسلمانان است، ترجمه از المیزان

تفوق مفهوم «نبأ» بر «خبر» در قرآن کریم

قرآن کریم به عنوان آخرین و جامعترین کتاب آسمانی که مهمترین پیامهای تشریحی را در بر گرفته، در آیاتی چند دو واژه «خبر» و «نبأ» را به اشکال مختلفی به کار برده است. به عنوان مثال «خبر» در آیات کلام وحی به اشکالی از قبیل: خُبراً^{۱۴}، اخبارکم^{۱۵}، خبیر، خبیرا و الخبیر(این سه جمعاً بیش از ۴۰ بار) و «نبأ» نیز به همین شکل در عنوان یک سوره^{۱۶} و به صورتهایی از قبیل: انباء^{۱۷} که جمع آن است^{۱۸}، انبئکم^{۱۹}، ننبئکم^{۲۰}، نبؤا^{۲۱} و موارد مشابه دیگر جمعاً بیش از ۶۰ بار به کار رفته است.

برای عبارت خبر در فقه نام‌ها و تعاریف دیگری هم مطرح شده است. به این صورت که "اگر نفعی برای گوینده نزد دیگری داشته باشد، دعوا، اگر نفعی برای دیگری در حق گوینده داشته باشد اقرار و اگر نفعی برای کسی از شخص دیگری داشته باشد، شهادت نام دارد.

همچنین اگر خبر نفعی برای دیگری داشته ولیکن در آن الزام باشد به آن قضا گفته می شود نظیر این که قاضی می گوید: «تو به فلانی بدهکاری، بدهیات را به او پرداخت کن» در قضا زمانی الزام وجود دارد که بعد از خبر، امر هم باشد و گرنه الزامی در کار نخواهد بود همچون جایی که طرف مفلس و معسر باشد.

در همین حال اگر خبر، نقل قول یا فعل و تقریری از معصوم باشد به آن حدیث یا روایت و اگر پیرامون بدی مستور (پوشیده) در یک فرد باشد، غیبت می گویند. به همین ترتیب اگر موجب به هم انداختن دو نفر شود [در واقع] نیمه (سخن چینی) است و بالاخره اگر خبری باعث وارد آمدن ضرر و زیان به مسلمانان شود، به آن خیانت و اگر دروغی را منتسب به دیگران کند، تهمت گفته می شود.^{۲۲}

از نظر قرآن کریم، «خبر» تشریح یک پدیده و رویداد است چنانکه علامه طباطبایی، منظور از «اخبار» در یک آیه از کلام وحی را روایت عملکرد آدمیان می داند و می گوید: "مراد از اخبار، [گزارش] اعمال باشد، از این جهت که از صاحب عمل سر می زند و از او خبر می دهد."^{۲۳} این درحالی است که «نبأ»، روشنگری و آگاهی بخشی پیرامون خود خبر است چنانکه این موضوع در برخی آیات خاطر نشان شده است^{۲۴} و به همین دلیل است که نبأ برخبر جامعیت و اشراف ماهوی دارد.

به نظر مفسران^{۲۵} و فرهنگ نویسندگان شهیر^{۲۶} قرآن کریم گفته اند، «نبأ»^{۲۷} به منزله پیام وحیانی ارائه شده توسط انبیاء عظام (علیهم السلام) است که در مقایسه با خبر چندین امتیاز و برتری (تفوق) عمده دارد:

۱۴- کهف/ آیات ۶۷ و ۹۱

۱۵- توبه/ ۹۴ و محمد/ ۳۱

۱۶- نبأ/ سوره هفتاد و هشتم قرآن کریم

۱۷- آل عمران/ ۴۴؛ انعام/ ۵؛ هود/ ۴۹، ۱۰۰ و ۱۲۰؛ یوسف/ ۱۰۲ و طه/ ۹۹

- نام شبکه خبری و روزنامه معروف الانباء کویت نیز از همین عبارت اقتباس شده است. روزنامه الانباء که با تیراژی حدود ۶۵ هزار نسخه در روز به زبان عربی چاپ و منتشر^{۱۸} <http://fa.wikipedia.org/wiki/> می شود، تا حدودی منعکس کننده نظرات مقامات رسمی کویت است و البته در افکار عمومی هم تأثیر دارد

۱۹- آل عمران/ ۱۵ و ۴۹؛ مائده/ ۱۰؛ یوسف/ ۴۵ و شعراء/ ۲۲۲

۲۰- کهف/ ۱۰۳

۲۱- ابراهیم/ ۹

۲۲- <http://rasanews.ir/NSite/FullStory/News/?Id=124774>

۲۳- ترجمه تفسیرالمیزان، جلد ۱۸، ص ۳۶۶، شرح ذیل آیه ۳۱ سوره محمد(ص)

۲۴- توبه/ ۹۴؛ به راستی که خداوند ما را از بعضی خبرهای شما آگاه ساخته است، ترجمه از برزی، آیه مشابه: محمد/ ۳۱

۲۵- مخزن العرفان در تفسیر قرآن، جلد ۱۴، ص ۲۸۱؛ تفسیر نمونه، جلد ۲۶، ص ۶ و...

۲۶- المفردات فی غریب القرآن، ماده نبأ، ص: ۷۸۹؛ قاموس قرآن، جلد ۷، ص: ۶ و ۷ و...

۲۷- عبارت «نبأ» و مشتقات آن البته با ادبیات و مفاهیم مورد نظر قرآن کریم در چندین سوره به چشم می خوردند از قبیل: مائده/ ۲۷؛ انعام/ ۳۴ و ۶۷؛ اعراف/ ۱۷۵؛ توبه/ ۷۰؛ یونس/ ۷۱؛

شعراء/ ۶۹؛ قصص/ ۳؛ ص/ ۶۷ و ۲۱ و تعاین/ ۵

۱- صحت داشتن

کلمه خبر دو معنی لغوی و مصطلح دارد. از نظر لغوی به معنی آگاهی و اطلاع است^{۲۸} اما در اصطلاح منظور از آن پیامی است که احتمال صدق و کذب دارد. چنانکه علامه حلی آن را سخنی دانسته که می توان به آن احتمال راست بودن یا دروغ بودن داد.^{۲۹} چنانکه ملاحظه می شود خبر و نبأ از نظر معنی همپوشانی دارند زیرا هر دو به نوعی بر آگاهی دلالت می کنند با این تفاوت که «نبأ»، پیامی است که به طور قطعی و مطلق درست و عاری از هرگونه احتمال دروغ و کذب است نظیر پیام‌های ارسال شده از جانب خداوند متعال که انبیاء عظام (علیهم السلام) آنها را ابلاغ فرموده اند از قبیل هدمند بودن آفرینش نظام هستی^{۳۰}، امتحانی بودن زندگی دنیا^{۳۱}، بازگشت نتیجه تمامی اعمال به خود انسان^{۳۲} و حتمی بودن وقوع قیامت^{۳۳} درحالی که بخش قابل توجهی از اخبار و پیامهای ارائه شده از سوی افراد و رسانه‌ها در ارتباطات بین فردی و رسانه‌ای صحیح نیستند و با واقعیات انطباق ندارند و به همین دلیل است که قرآن کریم تبیین و بررسی نبأهای ادعایی ارائه شده از سوی افراد فاسق را نیازمند بررسی می داند.^{۳۴} این مشکل از آنجا ناشی می شود که در آشفته بازار اطلاع رسانی، صدق خبر و پیام هنوز هم در بسیاری از مراکز آموزشی و دانشگاهی مرتبط با علوم ارتباطات و رسانه به عنوان یک ارزش تلقی نمی شود.^{۳۵}

۲- مهم و ضروری بودن

بر خلاف بسیاری از اخبار روزمره که جز اتلاف وقت حاصلی برای انسان ندارند، مطلع شدن از محتوای «نبأ» و پیام انبیاء (ع) برای همگان ضرورت دارد چراکه بدون اطلاع از این پیام حیاتبخش تشریحی، سیرتکوبنی انسان ناتمام می ماند و او در دنیا و آخرت متضرر می شود. به عنوان مثال اهمیت پیام‌های تشریحی، با هیچ یک از اخباری که یک انسان در طول زندگی خود دریافت می کند، قابل مقایسه نیست زیرا سرنوشت او در دنیا و آخرت به دریافت این پیامها و چگونگی عمل به آنها بستگی دارد درحالی که دانستن یا ندانستن بسیاری از اخبار و پیامهای دنیوی ضرورتی ندارد و در بهترین شرایط هیچ سود و زبانی نیز نصیب انسان نمی کنند. برای تبیین اهمیت پیامهای کلام وحی و هدایت تشریحی در زندگی همین بس که حضرت علی (ع) به عنوان مهمترین حافظ، مفسر و عامل قرآن کریم، طی بیاناتی که از هوشمندی بی نظیر او حکایت دارد به هنگام تغسیل پیکر مطهر حضرت ختمی مرتبت (ص)، با اندوه و تأسف فراوان، قطع شدن روند نزول اخبار و پیامهای آسمانی را بزرگترین پیامد و خسارت ناشی از این رحلت دانسته است.^{۳۶}

^{۲۸} - فرهنگ معین، باب خ

^{۲۹} - <http://rasanews.ir/NSite/FullStory/News/?Id=124774> - «هو الکلام الذی یحتمل التصدیق و التکذیب»^{۲۹}

^{۳۰} - انبیاء/۱۶ و دخان/۳۸: ما آسمانها و زمین و آنچه را که در میان این دو است به بازی او بی هدف! نیافریدیم، آیه مشابه: مؤمنون/۱۱۵ و قیامت/۳۶

^{۳۱} - عتکبوت/۴: آیا مردم پنداشتند که تا گفتند ایمان آوردیم، رها می شوند و مورد آزمایش قرار نمی گیرند؟، ترجمه از فولادوند

^{۳۲} - اسراء/۷: اگر نیکی کنید، به خودتان نیکی می کنید و اگر بدی کنید پس به خود ابدی می کنید!، ترجمه از رضایی

^{۳۳} - علاوه بر سوره هابی نظیر نبأ و قیامت، عبارت قیامت در ۷۰ آیه از کلام وحی تکرار شده است ضمن اینکه دهها عبارت دیگر نظیر «ساعه» بر وقوع قیامت دلالت دارند.

^{۳۴} - حجرات/۶: ای کسانی که ایمان آورده‌اید اگر شخص فاسقی خبری برای شما بیاورد درباره آن تحقیق کنید، مبادا به گروهی از روی نادانی آسیب برسانید و از کرده خود پشیمان شوید، ترجمه از جوامع الجامع

^{۳۵} - آنچه اکنون به عنوان «ارزش خبری» در مراکز دانشگاهی علوم ارتباطات تدریس می شود صرفاً شامل شهرت (Fame)، بزرگی و کثرت عدد و رقم (Magnitude)، دربرگیری (Impact)، مجاورت (Proximity)، برخورد و اختلاف (Conflict)، تازگی (News Timely) و شگفتی و استثناها (Surprising) می شود. منبع: جامعه شناسی خبر،

دکتر فریدون وردی نژاد و شهلا بهرامی رشتیانی، تهران، ۱۳۸۸، انتشارات ثانیه، ص ۹۲ تا ۹۵

^{۳۶} - پدر و مادرم فدای تو باد، با مرگ تو رشته‌ای از ما برید که با مرگ دیگران آن چنان نگردید و آن پایان یافتن پیامبری و به فرجام رسیدن خبرهای آسمانی بود، نهج البلاغه،

۳- فایده و نفع بزرگ در برداشتن

محتوای «نبأ» و پیام انبیاء(ع)، در بردارنده «فایده و نفع» بزرگ و کلانی برای همه انسانها است همچنانکه قرآن کریم عموم بشریت را فارغ از زمان و مکان زندگی به سوی سعادت‌مندی و رستگاری دنیوی و اخروی رهنمون می‌سازد^{۳۷} و این ویژگی در هیچ کدام از پیامها و اخبار دنیوی به چشم نمی‌خورد. به بیان دیگر اخبار و پیام‌های فردی و رسانه‌ای، اولاً فایده و نفع عمومی ندارند و ثانیاً به جای نفع برای مخاطب، اغلب به ضرر او منتهی می‌شوند.

ذکر این نکته ضرورت دارد که یکی از آخرین نظریه‌های ارتباطی ارائه شده توسط دانشمندان حوزه علوم ارتباطات - آن هم نه به خاطر خدمت به خلق و جلب رضایت پروردگار بلکه به ناچار و پس از آزمون و خطاهای بسیار برای صید مخاطب- برپایه لزوم سودمندبودن پیام برای مخاطب شکل گرفته است^{۳۸} و اغلب نظریات پیشین دیگر همچون نظریه تزریقی^{۳۹} (گلوله جادویی) نه تنها در اندیشه ارائه آگاهی به مردم نبوده اند، بلکه به عکس، به دنبال بمباران خبری مخاطبان، ممانعت از دسترسی آنان به پیامهای دیگر و مجبور کردن آنها به پذیرش پیام‌های ارائه شده توسط یک منبع بوده اند.

۴- علمی و عقلانی بودن

«نبأ» پیامی است که به سبب ماهیت شفاف آن، انسان می‌تواند به طرق مختلف استنادی یا تجربی، به حقیقت آن «علم یا ظن» غالب پیدا کند^{۴۰} و این موضوع منجر به ارتقاء سطح دانش و آگاهی او شود.

به عنوان مثال بیانات قرآن کریم در مورد چگونگی خلقت نظام هستی و بالاخص فرآیند آفرینش انسان و تأکید آن بر نقش مشترک پدر و مادر در تأمین نطفه که قریب ۱۴ قرن قبل^{۴۱} بدون کوچکترین آزمون و خطا و به صراحت بیان شده، به قدری دقیق و جامع است که مطابقت کامل دستاوردهای پزشکی و علمی بشر با آن در آغاز هزاره سوم میلادی، سبب شگفتی و اعتراف محافل دانشگاهی و دانشمندان غیرمسلمان در مورد حقایق اسلام و قرآن کریم شده است.^{۴۲}

خطبه ۲۳۵، ص ۲۴۰، با ترجمه احمدزاده

۳۷- برخی از مفسران منظور از عبارت «نبأ» در سوره «نبأ» را خود قرآن می‌دانند و استدلال می‌کنند که این کتاب با عظمت، همه مختصات «نبأ» را در بردارد. نظیر تفسیر بحر العلوم، جلد ۳، ص ۵۲۶؛ ترجمه مجمع البیان فی تفسیر القرآن، جلد ۲۶، ص ۲۲۸؛ نهج البیان عن کشف معانی القرآن، جلد ۵، ص ۲۹۹؛ البحر المحیط فی التفسیر، جلد ۱۰، ص ۳۸۳؛ تفسیر عاملی، جلد ۸، ص ۴۵۵ و... ولی تعدادی دیگر نظیر علامه طباطبایی و مکارم شیرازی این نظر را نمی‌پذیرند و منظور از عبارت نبأ را در اینجا (سوره نبأ) قیامت و در آیه ۶۷ سوره «ص» قرآن کریم می‌دانند.

۳۸- نظریه استفاده و رضامندی (Use and Gratification Theory)، این نظریه اولین بار در سال ۱۹۵۹ در مقاله‌ای به قلم «الیهو کاتز» مطرح شده است. این نظریه مخاطب را پویا و انتخابگر و فرآیند ارتباط را چند متغیره می‌داند. منبع: جزوه نظریه ارتباطات جمعی، سیدمحمد مهدی‌زاده، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی، گروه ارتباطات اجتماعی، ۱۳۸۴

39 - Hypoderamic Theory

۴۰- المفردات فی غریب القرآن، ص: ۷۸۹؛ قاموس قرآن، ج ۷، ص: ۶

۴۱- هم اکنون که ساکنان کره زمین در سال ۲۰۱۴ میلادی، ۱۳۹۳ هجری شمسی و ۱۴۳۵ هجری قمری به سر می‌برند، افزون بر ۱۴۰۰ سال از زمان ظهور اسلام و نزول قرآن کریم [در نیمه اول قرن هفتم میلادی] سپری شده است.

۴۲- به عنوان مثال پروفیسور «مارشال جانسون» یکی از دانشمندان برجسته آمریکا، رئیس دیپارتمان آناتومی و مدیرانستیتو دانیل دانشگاه «توماس جفرسون» ایالت ویلادلفیا درباره مطابقت دستاوردهای علمی جنین شناسی با آیات قرآن کریم می‌گوید: توصیف مراحل جنینی در قرآن نمی‌تواند تصادفی و اتفاقی باشد. نمی‌توان گفت که [حضرت] محمد صلی ... علیه یک میکروسکوپ بسیار قوی داشته چراکه قرآن مربوط به ۱۴۰۰ سال پیش است و میکروسکوپ قرن‌ها بعد از محمد نبی صلی ... علیه اختراع شده و اولین میکروسکوپ اختراع شده نیز قادر به بزرگنمایی بیش از ۱۰ برابر نبوده ضمن اینکه تصویر آن هم وضوح نداشته است. بنابراین هیچ ضدیتی با این حقیقت که واسطه الهی در بیانات (کتاب) محمد صلی ... علیه در کار بوده است، نمی‌توان داشت.

پروفیسور «کیت مور» استاد معروف جنین شناسی نیز گفته است: شواهد علمی قرآن به وضوح اثبات می‌کند که این کتاب نازل شده از جانب خداوند است زیرا هیچ بشری قادر

علت شگفتی این است طی قرن‌ها و قبل از اثبات آزمایشگاهی و تجربی، بیشتر غیرمسلمانها بر این باور بوده اند که جنین انسان صرفاً از نطفه پدر^{۴۳} یا مادر^{۴۴} به وجود می‌آید.^{۴۵}

این درحالی که به دست آوردن چنین علم یا ظنی در مورد اخبار و پیام های دنیوی به سادگی امکانپذیر نیست زیرا این یافته‌ها ممکن است اساساً شاهد علمی نداشته باشند یا جعلی، ادعایی و مغرضانه بوده و با استفاده از ترفندهای مختلف به گونه‌ای دستکاری شده باشند که یک حقیقت را کاملاً وارونه و معکوس جلوه دهند.

۵- انسان را از جهل و نادانی به سوی نور و آگاهی هدایت کردن

«نبا» و پیام های ابلاغ شده توسط انبیاء(ع) عموماً انسان را از ظلمت و تاریکی‌های ناشی از جهل و نادانی به سوی نور و آگاهی هدایت می‌کنند که این موضوع در مورد خود قرآن کریم نیز تصریح شده است^{۴۶}، درحالی که بیشتر اخبار و پیامهای دنیوی این گونه نیستند و اغلب نه تنها هدایتی دربردارند بلکه در بیشتر مواقع انسان را از نورانیت فطری خود به سوی ظلمت و گمراهی می‌کشانند.

براساس نظریه «برجسته سازی»^{۴۷} که یکی از مهمترین و ارزشمندترین نظریات موجود در این عرصه است، بیشتر رسانه‌ها نه تنها به مردم در زمینه شناخت مسائل و مشکلات اصلی خود و جامعه کمکی نمی‌کنند، بلکه از طریق برجسته سازی و بزرگنمایی برخی مسائل در اخبار، گزارشها و تبلیغات، اولویت مورد نظر خود را به مخاطبان تحمیل می‌کنند.

این نظریه می‌گوید: رسانه‌ها در انتقال پیام‌ها نوعی اولویت یا برجسته سازی به وجود می‌آورند و اگرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مخاطبان چطور بیاندیشند، اما می‌توانند تعیین کنند که «درباره چه» بیاندیشند.^{۴۸}

ذکر این نکته ضرورت دارد که ترفندهای رسانه‌ای را برخی از بزرگان و صاحب‌نظران جهان متوجه شده و بعضاً نسبت به عواقب آن هشدار داده‌اند از جمله اینکه پاپ ژان پل دوم چندی پیش طی سخنانی نسبت به آنچه وی آن را «دستکاری رسانه‌ها در فکراسانی» نامید، اعلام خطر کرد.^{۴۹}

۶- هزینه‌ای به مخاطب تحمیل نکردن

در طول تاریخ بابت ابلاغ «انباء» و پیامهای آسمانی، هیچ گاه هزینه‌ای به انسان‌ها تحمیل نشده است زیرا پیام آوران برگزیده خداوند عمدتاً با درآمد حاصل از زحمات خود زیسته و در همین حال به ابلاغ پیام دین پرداخته و یا نظیر

نبوده ۱۴ قرن قبل، کتابی را با آنچنان حقایق علمی عمیقی پدید آورد که این حقایق قرن‌ها بعد توسط بشر کشف شود به همین دلیل برای من قطعی است که محمد(ص) قهراً پیامبر خداست. نقل با ویرایش و اصلاح از مقاله «موقع الهیة العالمية للإعجاز العلمي في القرآن والسنة» به آدرس سایتهای:

www.nooran.org و http://quran.roshd.ir/portal/Home/ShowPage.aspx

۴۳- نظریه هومون کولوس (Homunculus) www.iska.ir/faslnameh/1-2.pdf

۴۴- ارسطو معتقد بود که جنین از خون قاعدگی زن به وجود می‌آید. منبع: مراحل رشد جنین از نظر قرآن، فصلنامه تخصصی پژوهش های میان رشته ای قرآنی، سال دوم، بهار ۱۳۸۸

۴۵- برای کسب اطلاعات بیشتر در این زمینه به کتاب «عالم صلب و تراپ» از همین مولف (حسین صدیقی) مراجعه فرمایید.

۴۶- ابراهیم/۱: الف، لام، را، این کتابی است که آن را به سوی تو نازل کردیم تا مردم را به اذن پروردگارش از تاریکی‌های شرک و جهل به سوی نور ایمان خارج کنی، به سوی راه خداوند عزیز حمید، ترجمه از نور

41- Agenda-Setting Theory

۴۸- نظریه های ارتباطات، نوشته: «ورنر جی سورین» و «جیمز دبلیو تاناکارد»، ترجمه دکتر علیرضا دهقان، ص ۳۸۸

۴۹- cultur.blogfa.com/post-272.aspx

پیامبر مکرّم اسلام (ص) علاوه بر دسترنج خود، با استفاده از ثروت و دارایی همسر کریمشان نسبت به هدایت انسانها همّت گمارده اند.

به همین سبب عموم انبیاء (ع) همزمان با انجام مأموریت خود بر این نکته تأکید کرده اند که اجرشان با خداست و درقبال زحمات طاقت فرسای خود برای ابلاغ پیام الهی هیچ اجر و پاداشی از مردم نمی خواهند.^{۵۰} این درحالی است که برای دریافت اخبار و پیامهای عمدتاً بی حاصل دنیوی، انسان باید به نحوی از انحاء از جیب خود هزینه کند و از این بدتر نیز زمانی است که بدون اطلاع و موافقت او از صندوق درآمدهای عمومی، اعتبارات و بودجه هایی به برخی افراد یا رسانه‌های خاص اختصاص می‌یابد تا آنها مطابق میل و سلیقه خود به اصلاح اطلاع رسانی کنند، ولو اینکه میلیونها نفر از مردم و صاحبان واقعی آن بودجه‌ها (مخاطبان)، اساساً خواستار چنین اخبار و پیامهایی نباشند.

۷- هیچ گونه ترفند، حيله و نیرنگی نداشتن

با وجودی که آفریدگار هستی بخش، چنانکه خود می فرماید اگر بخواهد بهترین و تواناترین ترفندکنندگان است^{۵۱}، مع الوصف در «انباء» و اخبار ارائه شده توسط فرستادگانش برای تأثیرگذاری بیشتر بر مردم، هیچگونه ترفند، حيله، نیرنگ و به تعبیر امروزی «تاکتیک» از قبیل بزرگ نمایی سخنان خود و کوچک نمایی سخنان دیگران به کار نرفته است. شاهد اینکه در قرآن کریم سخنان مربوط به خداوند و انبیاء (علیهم السّلام) دقیقاً با همان حروف کتابت شده که سخنان جبارانی همچون فرعون یا مکارانی نظیر شیطان نیز نوشته شده است و در سرتاسر قرآن کریم هرگز کلمه‌ای برجسته تر از کلمات دیگر به چشم نمی‌خورد.

کلام وحی نه تنها به برجسته سازی و بزرگنمایی سخنان خداوند متعال و انبیاء عظام (ع) و متقابلاً ضعیف و حقیر جلوه دادن و یا تحریف مطالب مربوط به کافران و ظالمان نمی پردازد، بلکه به صراحت اهل کتاب را از هرگونه غلو و بزرگنمایی در دین برحذر می‌دارد^{۵۲} و به کسانی [نیز] که با حيله و مکر به انجام کارهای بد مبادرت می‌ورزند، شدیداً هشدار می‌دهد.^{۵۳}

این درحالی است که بسیاری از انسانها و بالاخص رسانه‌ها در سرتاسر گیتی از لطایف الحیل برای بزرگ و مهم جلوه دادن اخبار و پیامهای سازگار با منافع خود و حقیر و ناچیز^{۵۴} جلوه دادن پیامهای مربوط به دیگران استفاده می‌کنند.^{۵۵}

۸- برای همه مخاطبان سودمند بودن

پذیرش یا عدم پذیرش «تبأ» و پیام انبیاء (ع) توسط انسان، هیچ گونه سود و زیانی متوجه منبع و حامل پیام نمی کند و در هر دو حالت تمام نفع یا ضرر حاصل از قبول یا ردّ پیام نصیب مخاطب می‌شود زیرا منبع پیام خداوند سبحان است

۵۰- یونس/۷۲؛ هود/۲۹ و ۵۱؛ شعراء/ آیات ۱۰۹، ۱۲۷، ۱۴۵ و ۱۸۰؛ شوری/ ۲۳ و سبأ/ ۴۷

۵۱- آل عمران/ ۵۴ و انفال/ ۳۰؛ خدا، بهترین ترفندکنندگان است، ترجمه از رضایی

۵۲- نساء/ ۱۷۱ و مائده/ ۷۷؛ بگو: «ای اهل کتاب! در دین خود، بناحق بزرگنمایی نکنید و از هوسهای گروهی که پیش از [این] گمراه گشتند و بسیاری را گمراه کردند و از راه درست گم شدند، پیروی ننمایید، ترجمه از رضایی

۵۳- فاطر/ ۱۰؛ کسانی که با حيله و مکر کارهای بد می‌کنند، عذابی سخت خواهند داشت و نیرنگشان خود تباہ می‌گردد، ترجمه از فولادوند

۵۴- اعراف/ ۸۵؛ هود/ ۸۵ و شعراء/ ۱۸۳؛ حقوق مردم را کم برآورد نکنید، ترجمه از طاهری

۵۵- رسانه های مختلف امروزی از دهها نوع مکر، حيله و ترفند که از آنها به عنوان تاکتیکها و ماساژهای خبری یاد می‌شود برای تأثیرگذاری بر مخاطب و گمراه کردن او به منظور دستیابی به اهداف مورد نظر خود استفاده می‌کنند. از جمله این به اصطلاح تاکتیکها- بخوانید ترفندها- می‌توان تحریف خبر، حذف و سانسور، بزرگ نمایی، کوچک نمایی، دروغ، جعل خبر، برجسب زدن به مخالفان، دستچین کردن پیام، ساختن یک یا چند دشمن فرضی، پاره حقیقت گوئی، ترویج خشونت مطبوعاتی، تغییر مفاهیم و معانی، طرح ادعاهای واهی، پیشگوییهای مغرضانه، پیچیده کردن خبر برای جلوگیری از کشف حقیقت و... را نام برد. برای کسب اطلاعات بیشتر در این زمینه و آگاهی از این قبیل تاکتیکهای رسانه‌ای، خواندن کتاب «پوشش خبری» نوشته دکتر محمد سلطانی فر و دکتر شهناز هاشمی توصیه می‌شود.

که هیچ نیازی به مخلوقات خود ندارد^{۵۶} و حامل پیام نیز رسول یا نبی خدا^{۵۷} است که وظیفه‌ای بجز ابلاغ پیام ندارد^{۵۸} این درحالی است که در آگهی‌ها، اخبار و پیامهای دنیوی بدون استثنا منبع، عامل یا حامل خبر یا آگهی در فرآیند ارتباط ذی‌نفع است و به هر مقدار که پیام تأثیر عمیق‌تری بر مخاطب بگذارد، بیشتر منتفع می‌شود. به بیان دیگر، اکثر قریب به اتفاق رسانه‌ها و بلندگوهای خبری در دنیا، انگیزه خیرخواهانه صرفاً برای دستیابی به اهداف مورد نظرگردانندگان خود فعالیت می‌کنند و مخاطب را طعمه‌ای برای شکارشدن می‌پندارند در حالی که انبیاء الهی عموماً و نبی مکرم اسلام(ص) خصوصاً دلسوز مردم بوده‌اند و بارها جان خود را برای هدایت مردم به خطر انداخته‌اند.^{۵۹}

Archive of SID

۵۶- آل عمران/۹۷: خداوند از همه جهانیان بی‌نیاز است، ترجمه از جوامع الجامع، آیات با مضمون مشابه: بقره/۲۶۷؛ نمل/۴۰؛ لقمان/۱۲؛ زمر/۷؛ تغابن/۶ و اخلاص/۲
۵۷- رسول آن کسی است که مبعوث شده و مأمور به تبلیغ هم شده باشد و نبی آن کسی است که تنها مبعوث شده باشد چه اینکه مأمور به تبلیغ هم شده باشد یا نه، ترجمه تفسیرالمیزان، جلد ۱۴، ص ۵۵۳
۵۸- مائده/۹۲: وظیفه پیامبر ما فقط پیام رسانی روشن است، ترجمه از برزی، آیات مرتبط: آل عمران/۲۰؛ مائده/۹۹؛ رعد/۴۰؛ نمل/۳۵ و ۸۲؛ نور/۵۴؛ عنکبوت/۱۸؛ یس/۱۷؛ شوری/۴۸ و تغابن/۱۲
۵۹- طه/۲: ما قرآن را به تو نازل نکردیم که خود را به رنج و مشقت اندازی، ترجمه از جوامع الجامع، آیات مشابه: مائده/۴۱: ای پیامبر! کسانی که در کفر می‌شتابند تو را غمگین نسازند، ترجمه از انصاریان

فهرست منابع:**منبع اصلی:** قرآن کریم**منابع فرعی :****الف - نهج البلاغه، ترجمه های محمد آیتی، احمدزاده و محمد عبده****ب- منابع نرم افزاری:** جامع تفاسیر نور ۲ (دائرة المعارف چند رسانه ای قرآن کریم) ، مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی ، قم، ص.پ: ۳۸۵۷ - ۳۷۱۸۵ ، آدرس اینترنتی : www.noorsaft.org**ج - ترجمه های قرآن** [به ترتیب نام خانوادگی مترجمان براساس حروف الفبا]:

- ۱- ترجمه قرآن (آیتی)، عبدالمحمد آیتی ، شیعه ، انتشارات سروش ، تهران، ۱۳۷۴ ش
- ۲- ترجمه قرآن (برزی)، اصغر برزی ، مذهب: شیعه، بنیاد قرآن، تهران، ۱۳۸۲ ش
- ۳- ترجمه قرآن (بهرام پور)، ابوالفضل بهرام پور، شیعه ، انتشارات هجرت، قم، ۱۳۸۳ ش
- ۴- ترجمه قرآن (پورجوادی) ، کاظم پورجوادی ، شیعه ، بنیاد دایرة المعارف اسلامی، تهران، ۱۴۱۴ ق
- ۵- ترجمه المیزان ، سید محمد حسین طباطبایی ، ترجمه فارسی : سید محمد باقر موسوی همدانی ، شیعه ، دفتر انتشارات اسلامی جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، قم ، ۱۳۷۴ ش
- ۶- ترجمه تفسیر جوامع الجامع، مترجمان؟ ، شیعه ، بنیاد پژوهشهای اسلامی آستان قدس رضوی، مشهد ، ۱۳۷۷ ش
- ۷- ترجمه قرآن (حلی)، علی اصغر حلی ، شیعه ، انتشارات اساطیر، تهران، ۱۳۸۰ ش
- ۸- ترجمه قرآن (رضایی)، محمدعلی رضایی اصفهانی وهمکاران، شیعه ، موسسه تحقیقاتی فرهنگی دارالذکر، قم، ۱۳۸۳ ش
- ۹- ترجمه قرآن (طاهری)، علی اکبر طاهری قزوینی، شیعه ، انتشارات قلم، تهران، ۱۳۸۰ ش
- ۱۰- ترجمه قرآن (فولادوند)، محمد مهدی فولادوند ، شیعه ، دار القرآن الکریم (دفتر مطالعات تاریخ و معارف اسلامی)، تهران، ۱۴۱۵ ق
- ۱۱- ترجمه قرآن (مجتبوی)، سید جلال الدین مجتبوی، شیعه ، انتشارات حکمت، تهران، ۱۳۷۱ ش
- ۱۲- [ترجمه و] تفسیر نور، محسن قرائتی، شیعه ، مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن، تهران، ۱۳۸۳ ش، چاپ: یازدهم

د- تفاسیر فارسی و عربی قرآن کریم

- ۱- المیزان فی تفسیر القرآن، سید محمد حسین طباطبایی، قرن چهاردهم، عربی، شیعه، دفتر انتشارات اسلامی جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، قم، ۱۴۱۷ ق، چاپ پنجم و نسخه فارسی این تفسیر با ترجمه سید محمد باقر موسوی همدانی، قم، ۱۳۷۴ ش، چاپ پنجم
- ۲- الأمثل فی تفسیر کتاب الله المنزل (تفسیر نمونه)، ناصر مکارم شیرازی ، قرن پانزدهم ، عربی ، شیعه ، مدرسه امام علی بن ابی طالب (ع) ، قم ، ۱۴۲۱ ق ، چاپ اول و نسخه فارسی آن با عنوان تفسیر نمونه، ناشر: دارالکتب الإسلامیة ، تهران، ۱۳۷۴ ش، چاپ اول
- ۳- مجمع البیان فی تفسیر القرآن، از همین نویسنده (فضل بن حسن طبرسی) ، قرن ششم، عربی ، انتشارات ناصر خسرو، تهران ، ۱۳۷۲ ش، چاپ سوم و نسخه فارسی آن با ترجمه [مترجمان]، ناشر: انتشارات فراهانی، تهران ، ۱۳۶۰ ش
- ۴- تفسیر عاملی ، ابراهیم عاملی، فارسی، شیعه، ناشر: انتشارات صدوق، مکان چاپ: تهران، ۱۳۶۰ ش

- ۵- مخزن العرفان در تفسیر قرآن، سیده نصرت امین بانوی اصفهانی، فارسی، شیعه، ناشر: نهضت زنان مسلمان، تهران، ۱۳۶۱ ش
- ۶- نهج البیان عن كشف معانی القرآن، محمد بن حسن شیبانی، قرن هفتم، عربی، شیعه، ناشر: بنیاد دایره المعارف اسلامی، تهران، ۱۴۱۳ ق، چاپ اول
- ۷- البحر المحيط فی التفسیر، ابو حیان محمد بن یوسف اندلسی، قرن هشتم، عربی، سنی، دارالفکر، بیروت، ۱۴۲۰ ق
- ۸- بحر العلوم، نصر بن محمد بن احمد سمرقندی، قرن چهارم، عربی، سنی، ناشر: نامشخص، مکان چاپ: نامعلوم

ه- لغتنامه ها:

- ۱- المفردات فی غریب القرآن، ابی القاسم حسین بن محمد (راغب اصفهانی)، قرن چهارم، ناشر: ظرافت، ارومیه، ۱۳۸۵

و- منابع متفرقه:

- ۱- بحار الانوار، ۱۱۰ جلد عربی، ۳۲ جلد فارسی و ۱۰ جلد مستدرک، تهران، لوح فشرده نورالزهرا (س)
- ۲- پوشش خبری، دکتر محمد سلطانی فرو و دکتر شهناز هاشمی، انتشارات سیمای شرق، تهران، ۱۳۸۲
- ۳- حقوق ارتباطات، دکتر کاظم معتمدنژاد، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، تهران، ۱۳۸۶
- ۴- جامعه شناسی خبر، دکتر فریدون وردی نژاد، شهلا بهرامی رشتیانی، تهران، ۱۳۸۸، انتشارات ثانیه، ص ۹۲ تا ۹۵
- ۵- جزوه نظریه ارتباطات جمعی، سید محمد مهدی زاده، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی، گروه ارتباطات اجتماعی، ۱۳۸۴
- ۶- نظریه های ارتباطات، نوشته: «ورنر جی سورین» و «جیمز دبلیو تانکارد»، ترجمه دکتر علیرضا دهقان
- ۷- فصلنامه تخصصی پژوهش های میان رشته ای قرآنی، سال دوم، بهار ۱۳۸۸
- ۸- مقاله «موقع هیئته العالمیه للإعجاز العلمی فی القرآن والسنة»

ز- منابع اینترنتی

- 1- www.nooran.org
- 2- <http://quran.roshd.ir/portal/Home/ShowPage.aspx>
- 3- <http://rasanews.ir/NSite/FullStory/News/?Id=124774>
- 4- cultur.blogfa.com/post-272.aspx