

## رهنمودهای اخلاقی قرآن در باب اطلاع‌رسانی

نوروز شفیع تبار سماکوش  
استادیار گروه معارف اسلامی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

n.shafitabar@yahoo.com

حیدر مختاری

استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

h.mokhtari@pnu.ac.ir

### چکیده

هدف این مقاله تحلیلی-اکتشافی استخراج رهنمودها و اصول مهم قرآن در باب اخلاق اطلاع‌رسانی است که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم در سوره و آیات مختلف قرآن تبیین شده‌اند. این اصول در بستر جامعه اطلاعاتی کنونی بسیار به‌کار می‌آیند. برای استخراج این اصول اخلاقی از رویکرد تفسیر قرآن، با مراجعه به تفسیر نسبتاً جامع و عمومی تحت عنوان تفسیر نور، نوشته محسن قرائتی، و تحت مشورت گروهی تخصصی استفاده شده است. یافته‌ها نشان داد قرآن مستقیم یا غیرمستقیم حاوی اصول اخلاقی مفیدی ناظر بر جستجو، کاربرد، اشاعه و ارزیابی اطلاعات است و افراد در دادن، انتقال، دریافت، جستجو و کاربرد اطلاعات می‌توانند این اصول را به‌کار گیرند. بررسی عمیق و کاربرد دقیق این اصول مهم اخلاق اطلاع‌رسانی می‌تواند برای تمامی بخش‌های اطلاع‌محور و دست‌اندرکاران اطلاع‌رسانی عصر کنونی مفید باشد. کلیدواژه‌ها: قرآن، اصول اخلاقی، اخلاق اطلاع‌رسانی.

## مقدمه

در عصری زندگی می‌کنیم که اطلاعات به طرز بی‌پایان پیچیده و مستمر به دور ما حلقه زده است. گسترش اطلاع‌رسانی در جوامع امروز حرکتی اجتناب‌ناپذیر است که ایجاب می‌کند جامعه فرهنگی ما، در بهره‌مندی از اطلاعات و بیان روش‌ها و شیوه‌های بهینه و اثربخش آن، توسعه یابد تا باعث ارتقای علمی و فرهنگی جامعه و همچنین اثرگذاری در حوزه اطلاع‌رسانی فرهنگی و توسعه و نگرش فرهنگی شود (رشته احمدی و دیگران، ۱۳۸۷: ص ۱۳). با توجه به توسعه روزافزون فناوری اطلاعات و پدید آمدن روش‌های جدید کسب و اشاعه اطلاعات، اخلاق اطلاع‌رسانی و کاربرد آن برای جامعه اطلاعاتی مان و برای هر کاربر فراهم‌آورنده اطلاعات، در حکم روشی برای عرضه و توزیع درست اطلاعات، برجسته شده است. ما در حکم دهنده و گیرنده اطلاعات حین سروکار داشتن با اطلاعات و منابع اطلاعاتی با چالش‌هایی مواجه می‌شویم. دسترسی آسان به اطلاعات و وجود روش‌های سهل‌تر در توزیع اطلاعات توجه به اصول جهانی و مشترک اخلاق اطلاع‌رسانی را، که برگرفته از منابع مختلف فرهنگی و مذهبی سراسر جهان باشد، ضروری می‌سازد. اخلاق اطلاع‌رسانی از دغدغه‌های عمده رشته‌هایی مانند مدیریت رسانه، روزنامه‌نگاری، کتابداری و اطلاع‌رسانی، علوم کامپیوتر، نظام‌های اطلاعات مدیریت، تجارت و اینترنت است (فرولیچ، ۲۰۰۴). اصول اخلاق اطلاع‌رسانی هم، مانند هر اصل اخلاق حرفه‌ای دیگر، دارای ابعاد دینی و فرهنگی است که ارزش جهانی دارند.

اخلاق اطلاع‌رسانی از منظر اسلامی و نگاه قرآنی، علی‌رغم اهمیت و ارزش آن کمتر در متون علمی بررسی شده است؛ این در حالی است که اخلاق اطلاع‌رسانی جنبه‌های مختلف اجتماعی، ارتباطی و فرهنگی و حتی دینی دارد که هر کدام مستحق بررسی‌های عمیق در قالب روش‌های تحقیق کیفی است. قرآن، کتاب مقدس دین مبین اسلام و منبع اصلی شریعت اسلامی، اصول بنیادی برای اخلاق اطلاع‌رسانی دارد که هم دهنده و هم گیرنده اطلاعات می‌توانند از این اصول در گردآوری، جستجو، ارزیابی، اشاعه و کاربرد اطلاعات و در کل، رفتار اطلاعاتی خود بهره ببرند. هدف این مطالعه استخراج برخی ملاحظات مستقیم و غیرمستقیم قرآن در اخلاق اطلاع‌رسانی است.

## مختصری درباره قرآن و جنبه‌های اخلاقی آن

قرآن کریم، به مثابه معجزه پیامبر خاتم و آخرین کلمات وحیانی که در طول بیست و سه سال تحت شرایط و مقتضیات متفاوت، در شهرهای مکه و مدینه به قصد تبیین شریعت عملی و نظری دین مبین اسلام، بر حضرت محمد (ص) نازل شد، برای هر مسلمان حکم منبع اعتقادات و ایمان عملی روزانه دارد. قرآن به تمام موضوعات تأثیرگذار بر زندگی بشر، از جمله عقل، عبادت، تجارت، حقوق، ارتباطات و «اخلاقیات» پرداخته است (معرفت، ۱۳۸۸: ص ۱۸).

طبق نظر رحیم<sup>۱</sup> (۲۰۱۳)، در قرآن چندین عنصر را می‌توان جزو اصول بنیادین اخلاق دانست، مانند ماهیت حق و باطل، عدل و قدرت خداوند و آزادی و مسئولیت. قرآن آموزه‌ها و رهنمودهایی مفید برای ایجاد جامعه‌ای متوازن و سالم و رفتار و آداب انسانی ثاقب فراهم می‌کند. به علاوه، ایمان جزء اساسی اخلاق در قرآن است. مفاهیم شرعی در باب اخلاق و رفتار درست با اشراف بر حضور خداوند در ارتباط است و بر اهمیت ایمان، احساس مسئولیت و اخلاق حسنه از این منظر تأکید دارد. مؤمنان باید در تمام زندگی خود به حق و راستی بگروند و از باطل پرهیز کنند، به ویژه وقتی با هم در تعامل و ارتباط‌اند. برخی آیات بر اهمیت اخلاق و پیروی از اصول اخلاقی نزد قرآن تأکید می‌ورزند: «وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ» (توبه: ۷۱). این آیه و آیات مشابه دیگر، در سوره‌های مختلف، اهمیت اخلاق و تبعیت از اصول اخلاقی را نزد قرآن مشخص می‌کنند.

### مرور متون

در حد کاوش انجام شده در متون و منابع اطلاعاتی مختلف، از منابع چاپی گرفته تا منابع اینترنتی و پایگاه‌های اطلاعاتی علمی، تا تابستان سال ۱۳۹۸، در باب نمودهای اطلاعات، شیوه‌های اطلاع‌رسانی و انواع اطلاع‌رسانان و به ویژه اخلاق اطلاع‌رسانی از منظر قرآن در ایران و جهان، تحقیقی به این شکل انجام نشده است. فقط باب الحوائجی، حریری و فرضعلی‌زاده (۱۳۹۲)، با تحلیل محتوایی سوره قرآن و با هدف بررسی مفاهیم مرتبط با اطلاع‌رسانی در قرآن، به نتایجی صرفاً کمی درباره واژگان مبین اطلاع‌رسانی در قرآن (مثل علم) و بسامد آن‌ها و مهم‌ترین اطلاع‌رسانان

در قرآن (مثل حضرت موسی (ع)) دست یافته‌اند. البته عبدالله<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) اخلاق اطلاع‌رسانی از منظر اسلامی را با استفاده از نرم‌افزار سرفت ادبی بررسی کرد. در بررسی دیگر، عبدالله (۲۰۱۰) نظام شرعی و حقوقی اسلام را درباره حل و فصل معضلات اخلاقی، آنچنان که در حوزه اخلاق اطلاع‌رسانی به کار می‌رود، معرفی کرد. البته اساس کار دو پژوهش اخیر منابع اسلامی و نه فقط قرآن بوده است.

### روش تحقیق

این تحقیق نوعی تحقیق اکتشافی و تحلیلی است؛ اکتشافی از آن رو که مسأله‌ای از مسائل روز را با تدبیر در قرآن برای اولین بار طرح کرده است و تحلیلی از آن رو که آیات قرآن و تفاسیر آن‌ها را به‌دقت، از نظر مصداق‌های این موضوع، واکاویده است. برای استخراج اصول اخلاق اطلاع‌رسانی از قرآن از شیوه تفسیر، به‌ویژه تفسیر علمی قرآن (رضایی اصفهانی، ۱۳۸۳: ص ۱۷-۲۶)، استفاده شد. برای تفسیر آیات عمدتاً از تفسیر جامع و عمومی ده جلدی تفسیر نور از محسن قرائتی، مفسر و نویسنده مشهور ایرانی، استفاده کردیم. این تفسیر، در حکم یکی از تفاسیر معاصرین شیعه، آیات قرآن را با استفاده از دیگر تفاسیر معتبر در قالب نکات و پیام‌هایی تفسیر و تشریح کرده است. این کار فهم و تفسیر معانی آیات را آسان می‌کند. بعد از مطالعه عمیق هر آیه و نکات و پیام‌های آن، آیات مستقیم و غیر مستقیم مربوط به اخلاق اطلاع‌رسانی استخراج، دسته‌بندی و تبیین شد. دسته‌بندی آیات مرتبط براساس جنبه‌های مختلف رفتارهای اطلاعاتی انسان (ویلسون،<sup>۲</sup> ۲۰۰۰) بود. برای اطمینان از درستی و مناسبت مفاهیم و تبیین‌های انجام شده، کارگروهی، متشکل از پنج نفر متخصص علوم دینی و کتابداری و اطلاع‌رسانی، بر روند کار نظارت داشت تا در باب اعتبار و درستی امور و داده‌ها و استخراج اطلاعات نظر دهد. آیات مرتبط دسته‌بندی و ذیل هر موضوع و مفهوم مرتبط با مؤلفه‌های رفتار اطلاعاتی انسان، مانند جستجو، ارزیابی، اشاعه و سازماندهی اطلاعات، تبیین شد.

1. Abdallah
2. Wilson

## یافته‌ها

چهارده اصل اساسی را در قرآن در باب اخلاق اطلاع‌رسانی یافتیم. این اصول مستقیم یا غیرمستقیم در ۳۴ آیه قرآن ملحوظ‌اند که رهنمودهای اخلاقی را در اطلاع‌رسانی و رفتار اطلاعاتی انسان نشان می‌دهند. ذیلاً، در بخش «بحث»، به شرح و تبیین چهارده اصل اخلاق اطلاع‌رسانی، برگرفته از قرآن کریم، می‌پردازیم. البته این مطالب ممکن است تا حدی همپوشانی‌هایی داشته باشند.

## بحث

### ۱. به‌کار بردن بیان زیبا، موجز و رعایت عرف و آداب در عرضه اطلاعات

بیان زیبا و دل‌انگیز، در گفتار و نوشتار، عامل تأثیرگذاری بیشتر کلام و توجه دادن مخاطب به مطالب مطرح‌شده از سوی گوینده یا نویسنده است. خداوند در توصیه به روزه‌داری و تبیین آن خطاب زیبای «یا ایها الذین آمنوا» را به‌کار می‌گیرد و می‌فرماید: «یا ایها الذین آمنوا کتب علیکم الصیام کما کتب علی الذین من قبلكم لعلکم تتقون» (بقره: ۱۸۳): «ای کسانی که ایمان آورده‌اید! روزه بر شما مقرر گردید، همانگونه که بر کسانی که پیش از شما بودند مقرر شده بود، باشد که پرهیزگار شوید». در تفسیر مجمع‌البیان، ذیل آیه شریفه، حدیثی از امام صادق (ع) نقل شده است که: «لذت خطاب «یا ایها الذین آمنوا» سختی روزه را آسان می‌کند» (طبرسی، ۱۴۲۷، ج ۲: ص ۵). از این نکته می‌توان دریافت کاربرد کلمات زیبا و گفتگوی صمیمانه نفوذ کلام و تأثیر اطلاعات را بیشتر می‌کند. شاهد بر این مدعا این‌که به‌کار بردن بیان نرم و زیبا از دستورات خداوند به موسی و هارون (ع) (طه: ۴۴) در دعوت آن دو، از فرعون، به ایمان و خداپرستی است (قرآنی، ۱۳۸۷، ج ۵: ص ۳۴۶).

از دیگر سو، ایجازگویی در عرضه اطلاعات راهی برای بیان دقیق و پرهیز از هدررفت زمان و انرژی است. به قول دانشمندان علم بیان، کلام باید قلّ و دلّ باشد، همان‌طور که سلیمان نبی (ع) نامه‌ای به ایجاز و اختصار به ملکه سبأ برای راهنمایی و هدایت وی می‌نویسد و هدف اصلی خود را، از زبان ملکه سبأ، چنین بیان می‌کند: «إِنَّهُ مِنْ سُلَيْمَانَ وَإِنَّهُ بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ، أَلَّا تَعْلَمُوا عَلَيَّ وَأَتُونِي مُسْلِمِينَ» (نمل: ۳۰ و ۳۱).

از طرفی، به‌کار بردن کلمات باید توأم با رعایت عرف و آداب باشد. برخی مسلمانان از پیامبر (ص) درخواست می‌کردند که با تائیی و رعایت حال آنان سخن گوید. این تقاضا را با کلمه «راعنا» می‌گفتند، یعنی «مراعاتمان کن»؛ ولی چون این تعبیر، در عرف یهود، نوعی دشنام تلقی می‌شد

(در معنای حماقت و کودنی)، آیه زیر نازل شد که دستور می‌دهد به جای «راعینا» بگویید «انظُرنا» تا دشمن سوءاستفاده نکند (قرائتی، ۱۳۸۷، ج ۱: ص ۱۷۳): «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقُولُوا رَاعِنَا وَ قُولُوا انظُرْنَا وَ اسْمَعُوا وَ لِلْكَافِرِينَ عَذَابٌ أَلِيمٌ» (بقره: ۱۰۴): «ای کسانی که ایمان آورده‌اید! (به پیامبر) نگویید: «راعینا»، مراعاتمان کن، بلکه بگویید: «انظُرنا»، ما را در نظر بگیر، و (این توصیه را) بشنوید و برای کافران عذاب دردناکی است».

قرآن برای افرادی که اطلاعات ردوبدل می‌کنند بهترین روش آن را توصیه می‌کند، بهترین روشی که مناسب حال مخاطبان باشد: «وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ وَقُولُوا آمَنَّا بِالَّذِي أُنزِلَ إِلَيْنَا وَأَنْزَلَ إِلَيْكُمْ وَالْهَنَا وَالْهَكْمُ وَاحِدٌ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ» (عنکبوت: ۴۶): «و با اهل کتاب جز به [شیوه ای] که بهتر است مجادله مکنید مگر با کسانی از آنان که ستم کرده‌اند و بگویید به آنچه به سوی ما نازل شده و آنچه به سوی شما نازل گردیده ایمان آوریم و خدای ما و خدای شما یکی است و ما تسلیم اویم». از این آیات نکاتی می‌توان دریافت که در آداب اطلاع‌رسانی و ارتباطات به‌کارمان می‌آیند، اینکه استفاده از کلمات زیبا و موجز، با رعایت ادب در گفتار و نوشتار، و پرهیز از به‌کار بردن کلمات نامناسب و دوپهلوی در اطلاع‌رسانی، اصلی مهم در اخلاق حرفه‌ای اطلاع‌رسانی و لازم است.

## ۲. طرح پرسش برای آماده کردن ذهن مخاطب برای جذب اطلاعات

طرح پرسش و پاسخ یکی از شیوه‌های مهم تبلیغ و اطلاع‌رسانی در قرآن است که در آیات بسیاری به آن اشاره شده است؛ برای نمونه: «قُلْ لِمَنْ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَ الْأَرْضِ قُلْ لِلَّهِ كَتَبَ عَلَى نَفْسِهِ الرَّحْمَةَ لِيَجْزِيَكُمْ إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ لَا رَيْبَ فِيهِ الَّذِينَ خَسِرُوا أَنْفُسَهُمْ فَهُمْ لَا يُؤْمِنُونَ» (أنعام: ۱۲): «(ای پیامبر) بگو: آنچه در آسمان‌ها و زمین است برای کیست؟ بگو: برای خداوند است که بر خود، رحمت را مقرر کرده است. او قطعاً شما را در روز قیامت که شکی در آن نیست جمع خواهد کرد. کسانی که خود را باختند (و با هدر دادن استعدادها، به‌جای رشد، سقوط کردند)، همانان ایمان نمی‌آورند». از این آیه و بسیاری آیات دیگر قرآن که در قالب پرسش و پاسخ طرح شده‌اند، می‌توان دریافت آماده کردن ذهن مخاطب برای تحلیل اطلاعات در قالب مستدل، ارزش اطلاعات و احتمال پذیرش آن را زیاد می‌کند.

در نمونه‌ای دیگر از این دست، در توییح کسانی که برای خداوند شریک قرار می‌دهند نیز چنین رویکردی حاکمیت دارد: «أَلَهُمْ أَزْجُلٌ يَمْشُونَ بِهَا أَمْ لَهُمْ أَيْدٍ يَبْطِشُونَ بِهَا أَمْ لَهُمْ أَعْيُنٌ

يَبْصُرُونَ بِهَا أَمْ لَهُمْ آذَانٌ يَسْمَعُونَ بِهَا قُلِ ادْعُوا شُرَكَاءَكُمْ ثُمَّ كِيدُوا فَلَا تُنظِرُونِ» (اعراف: ۱۹۵): «آیا آنان (معبودها) پاهایی دارند که با آن راه بروند، یا دست‌هایی دارند که با آن قدرت‌نمایی کنند، یا چشم‌هایی دارند که با آن‌ها ببینند، یا گوش‌هایی دارند که با آن‌ها بشنوند؟ (ای پیامبر!) بگو: شریک‌های (خیالی) خودتان را بخوانید و علیه من نقشه بکشید و هیچ مهلت هم به من ندهید! (تا بدانید کاری از آن‌ها ساخته نیست)». این کار می‌تواند مخاطبان را به فکر واداشته و آنان را به تصمیم‌گیری درست ترغیب کند. از این رو، اطلاع‌رسانان می‌توانند حسب مورد این شیوه‌ها را اختیار کنند.

### ۳. هدایت افراد به سمت منابع اطلاع‌رسانی درست

در بیان وقایع بعد از نجات بنی اسرائیل از دست فرعون، آیه زیر حاوی نکته‌ای مهم در باب هدایت افراد به سمت منابع اطلاعاتی درست است: «وَ قَطَّعْنَا لَهُمُ الْثَمْرَةَ الَّتِي كَانُوا يُكْفَرُونَ بِهَا وَأَوْحَيْنَا إِلَىٰ مُوسَىٰ إِذِ اسْتَسْقَاهُ قَوْمُهُ أَنْ اصْرِبْ بِعَصَاكَ الْحَجَرَ فَانْبَجَسَتْ مِنْهُ اثْنَتَا عَشْرَةَ نَجْرًا وَقَدْ عَلِمَ كُلُّ أُنَاسٍ مَشْرِبَهُمْ وَظَلَّلْنَا عَلَيْهِمُ الْغَمَامَ وَأَنْزَلْنَا عَلَيْهِمُ الْمَنَّاءَ وَالسَّلْوَىٰ كُلُّوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَ مَا ظَلَمُونَا وَ لَكِنْ كَانُوا أَنْفُسَهُمْ يَظْلِمُونَ» (اعراف: ۱۶۰): «و آنان (قوم موسی) را به دوازده گروه تقسیم کردیم که هر یک شاخه‌ای از دودمان بنی اسرائیل و امتی بودند، و به موسی آن‌گاه که قومش از او آب طلبیدند، وحی کردیم که عصای خود را بر آن سنگ بزن، پس از آن سنگ دوازده چشمه جوشید (و به اطراف سرازیر شد، آن گونه که) هر گروه آبشخور (سهم آب) خود را به خوبی شناختند. و ابر را بر فراز آنان سایه‌بان ساختیم و «مَنّ» و «سَلْوَى» (دو نوع خوراکی) بر آنان نازل کردیم (و به آنان گفتیم): از پاکیزه‌هایی که روزی شما کرده‌ایم بخورید. آنان (با ناسپاسی خود) بر ما ستم نکردند، بلکه بر خویشان ستم کردند».

طبق نص صریح این آیه، اگر هر گروه بدانند که به کجا باید رجوع کنند، بسیاری از مشکلات اجتماعی‌شان حل می‌شود: «قَدْ عَلِمَ كُلُّ أُنَاسٍ مَشْرِبَهُمْ» و اگر به مردم آگاهی دهیم، خودشان درست عمل می‌کنند: «قَدْ عَلِمَ كُلُّ أُنَاسٍ مَشْرِبَهُمْ» (قرآنی، ۱۳۸۷، ج ۳: ص ۱۹۶). براین اساس، هدایت افراد به سمت منابع اطلاعاتی درست و مخصوص مایه رفع نیاز آنان و عامل آگاهی و عمل درستشان است و در نهایت، مایه رستگاری آنان می‌شود.

#### ۴. لزوم رازداری، حفظ و طبقه‌بندی اطلاعات مهم

حفظ اسرار و رازداری نشانه ایمان و سلاح مبارزه با دشمن است: «أَمْ حَسِبْتُمْ أَنْ تُتْرَكُوا وَلَمَّا يَعْلَمِ اللَّهُ الَّذِينَ جَاهَدُوا مِنْكُمْ وَلَمْ يَتَّخِذُوا مِنْ دُونِ اللَّهِ وَلَا رَسُولِهِ وَلَا الْمُؤْمِنِينَ وَلِيجَةً وَاللَّهُ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ» (توبه: ۱۶): «آیا پنداشته‌اید که (تنها با ادعای ایمان) رها می‌شوید، در حالی که هنوز خداوند (با امتحان‌هایش شما را نیازموده)، تا کسانی را از شما که جهاد کرده و جز خدا و پیامبرش و مؤمنان رازداری برنگزیده‌اند، معلوم دارد و خداوند به آنچه می‌کنید آگاه است». پس، دادن اسرار و اطلاعات به بیگانگان و آنان را محرم اسرار دانستن، حرام و نشانه ضعف و بی‌ایمانی و سزاوار هشدار و توبیخ است (قرائتی، ۱۳۸۷، ج ۳: ص ۳۹۱).

از طرفی باید در طبقه‌بندی اطلاعات نیز کمال دقت را داشت. زمانی که حضرت یوسف (ع) در عالم رؤیا ماجرایسی را می‌بیند و آن را برای پدرش نقل می‌کند، حضرت یعقوب (ع) به او تأکید می‌کند که این رؤیا را حتی برای برادرانش بیان نکند که برایش توطئه می‌کنند: «قَالَ يَا بُنَيَّ لَا تَقْصُصْ رُؤْيَاكَ عَلَىٰ إِخْوَتِكَ فَيَكِيدُوا لَكَ كَيْدًا إِنَّ الشَّيْطَانَ لِلْإِنْسَانِ عَدُوٌّ مُّبِينٌ» (یوسف: ۵): «(یعقوب) گفت: ای پسر کوچکم! خوابت را برای برادرانت بازگو مکن که برایت نقشه‌ای (خطرناک) می‌کشند. همانا شیطان، برای انسان دشمنی آشکار است». «لا تَقْصُصْ»، دانسته‌ها و اطلاعات باید طبقه‌بندی شود و محرمانه و غیرمحرمانه از هم جدا گردد (قرائتی، ۱۳۸۷، ج ۴: ص ۱۵۵). افشای اسرار و برخی اخبار ممکن است بسیار گران تمام شود: «لا تَقْصُصْ ... فَيَكِيدُوا»، برخی اسرار به قدری مهم‌اند که افشای آن زندگی فرد یا افرادی را به مخاطره می‌اندازد: «فَيَكِيدُوا لَكَ كَيْدًا» (همان: ص ۱۵۶). پس اگر اطلاعات طبقه‌بندی نداشته باشد، موجب افشای اسرار و اخبار مهم می‌شود و افراد مریض، خائنان و بدخواهان از آن سوءاستفاده می‌کنند (رشته احمدی و دیگران، ۱۳۸۷: ص ۱۳۴). بنابراین، در دادن اطلاعات به افراد و انتشار اطلاعات باید دقت کرد تا دستیابی معاندانی، که در پی توطئه، تخریب مبانی اعتقادی و پایه‌های فرهنگی‌اند، به این اطلاعات مایه سوءاستفاده دشمن و به‌انحراف کشاندن جامعه نشود.

#### ۵. استفاده از عنصر زمان و مکان در اطلاع‌رسانی

استفاده از دو عنصر زمان و مکان در تبلیغ در آیه ۳ سوره توبه نمود دارد: «وَإِذْ أَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْبُرْهُانَ فَاتَّبَعْنَاهُ مِن دُونِ الشُّرَكِيَّةِ وَرَسُولُهُ إِلَى النَّاسِ يَوْمَ الْحَجِّ الْأَكْبَرِ أَنَّ اللَّهَ بَرِيءٌ مِنَ الْمُشْرِكِينَ وَرَسُولُهُ فَإِنْ تُبْتُمْ فَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَإِنْ تَوَلَّيْتُمْ فَأَعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ وَبَشِّرِ الَّذِينَ كَفَرُوا بِعَذَابٍ أَلِيمٍ» (توبه: ۳): «و (این آیات) اعلامی



است از سوی خدا و پیامبرش (به مردم) در روز حجّ اکبر (عید قربان یا روز عرفه) که خدا و رسولش از مشرکان بیزارند. (با این حال) اگر توبه کنید (و دست از شرك و کفر بردارید)، این برایتان بهتر است و اگر روی بگردانید، پس بدانید که (کاری از شما ساخته نیست و) هرگز نمی‌توانید خدا را ناتوان کنید. و کافران را به عذاب‌ی دردناک بشارت ده).

برخی اخبار و اطلاعات را باید به موقع و سریع بیان کرد و نشر برخی را برحسب شرایط به عقب انداخت. به علاوه، در این امر باید موقعیت‌سنجی کرد. وقتی توطئه قتل حضرت موسی (ع) به گوش رسید و احساس شد جان حضرت در خطر است، شخص مطلع خود را با سرعت به او رسانید و به موقع و سریع اطلاع‌رسانی کرد و موسی را از چنگال خطر نجات داد: «وَجَاءَ رَجُلٌ مِنْ أَقْصَى الْمَدِينَةِ يَسْعَى قَالَ يَا مُوسَى إِنَّ الْمَلَأَ يَأْتَمِرُونَ بِكَ لِيَقْتُلُوكَ فَاخْرُجْ إِنِّي لَكَ مِنَ النَّاصِحِينَ» (قصص: ۲۰): «در این هنگام مردی از نقطه دوردست شهر (از مرکز فرعونیان) با سرعت آمد و به موسی گفت ای موسی این جمعیت برای کشتنت به مشورت نشستند، فوراً (از شهر) خارج شو که من از خیرخواهان توام». گاه، خبررسانی به موقع و سوز و سرعت در کار، سرنوشت يك ملت را عوض می‌کند. «یسعی»، چه بسا که اگر این مرد اخبار را به موسی (ع) نمی‌رساند و آن حضرت از شهر بیرون نمی‌رفت، به دست مأموران فرعون کشته می‌شد (قرآنی، ۱۳۸۷، ج ۷: ص ۳۴). در اطلاع‌رسانی هم توجه به این عنصر نشر اطلاعات مهم و ارزشمند را تسریع می‌کند.

## ۶. مخاطب‌شناسی و موقع‌شناسی برای اطلاع‌دهی

مخاطب‌شناسی در رساندن پیام اصل مهمی است. در آیه زیر از یهودیان حجاز سؤال شده است و بیشتر آنان خطاب قرار داده شده‌اند: «أَفَمَنْ كَانَ عَلَىٰ بَيْنَةٍ مِنْ رَبِّهِ وَيَتْلُوهُ شَاهِدٌ مِنْهُ وَمِنْ قَبْلِهِ كِتَابٌ مُوسَىٰ إِمَامًا وَرَحْمَةً أُولَئِكَ يُؤْمِنُونَ بِهِ وَمَنْ يَكْفُرْ بِهِ مِنَ الْأَحْزَابِ فَالنَّارُ مَوْعِدُهُ فَلَا تَكُ فِي مَرِيضَةٍ مِنْهُ إِنَّهُ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكَ وَ لَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يُؤْمِنُونَ» (هود: ۱۷): «آیا آن کس که (همچون پیامبر اسلام) دلیل روشنی (مثل قرآن) از طرف پروردگارش دارد و به دنبال او شاهدهی از اوست، و پیش از او (نیز) کتاب موسی (که) رهبر و رحمت بوده است (بر آمدن او بشارت داده، مانند کسی است که این خصوصیات را نداشته باشد؟)، آنان (کسانی که حق جو هستند) به او ایمان می‌آورند، و هر کس از احزاب (و گروه‌های مختلف) که به او کافر شود، وعده‌گاهش آتش است. پس، از آن در تردید مباش (که) قطعاً آن (وحی، کلام) حقی است (که) از پروردگارت (نازل شده)، اگرچه بیشتر مردم ایمان نیاورند».

از این رو، شناخت مخاطب و موقعیت وی يك اصل مهم در تبلیغ است. توضیح اینکه چون در حجاز یهودیان بیش از مسیحیان بوده‌اند، خطاب قرآن با آنان است؛ گرچه در انجیل هم بشارات بسیاری در باب پیامبر اسلام (ص) آمده است: «مِنْ قَبْلِهِ كِتَابُ مُوسَى» (قرائتی، ۱۳۸۷، ج ۴: ص ۳۶). از این آیه می‌توان چنین برداشت کرد که در اطلاع‌رسانی باید زبان، فرهنگ، شخصیت و توانایی افراد را در نظر داشت و به قدر آگاهی و عقول آنان سخن گفت. امام صادق (ع) می‌فرماید: «مَا كَلَّمَ رَسُولُ اللَّهِ الْعِبَادَ بِكُنْهِ عَقْلِهِ قَطُّ وَقَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ إِنَّا مَعَاشِرَ الْأَنْبِيَاءِ أُمِرْنَا أَنْ نَكَلَّمَ النَّاسَ عَلَى قَدْرِ عَقُولِهِمْ» (کلینی، ج ۱: ص ۲۷، روایت ۱۵): «هیچگاه پیغمبر با مردم از عمق عقل خویش سخن نگفت بلکه می‌فرمود: ما گروه پیغمبران مأموریم که با مردم به اندازه عقل خودشان سخن گوئیم». این نکته در دو آیه زیر هم دیده می‌شود که در آنها، با بی‌ایمانان به زبان تهدید سخن گفته شده است و این نشان می‌دهد در تبلیغ باید با هر کسی به تناسب عقل و فهم خود او سخن گفت: «وَقُلْ لِلَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ أَعْمَلُوا عَلَيَّ مَكَانَتِكُمْ إِنَّا عَامِلُونَ» (هود: ۱۲۱): «و به کسانی که ایمان نمی‌آورند بگو: هر چه در توان دارید انجام دهید، ما نیز انجام می‌دهیم». «وَأَنْتَظِرُوا إِنَّا مُنْتَظِرُونَ» (هود: ۱۲۲): «و شما در انتظار باشید، ما هم منتظریم».

چنین موردی در آیات دیگر قرآن هم دیده می‌شود؛ از جمله: «وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلُّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ» (ابراهیم: ۴): «هیچ پیامبری را نفرستادیم؛ مگر به زبان قومش تا (بتواند پیام خدا را) برای مردم بیان کند، پس خداوند هر که را بخواهد (و مستحق بداند) گمراه و هر که را بخواهد (و شایسته بداند) هدایت می‌کند و اوست عزیز و حکیم». از این آیه هم می‌توان دریافت تبلیغ باید با شیوه‌ای ساده و صریح و روشن، و برای عموم قابل فهم باشد: «بِلِسَانِ قَوْمِهِ» (قرائتی، ۱۳۸۷، ج ۴: ص ۳۸۶).

آیه دیگر در این باب هم چنین می‌فرماید: «وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ مِنْ مِمَّا خَلَقَ ظِلَالًا وَجَعَلَ لَكُمْ مِنَ الْجِبَالِ أَكْنَانًا وَجَعَلَ لَكُمْ سَرَابِيلَ تَقِيكُمُ الْحَرَّ وَسَرَابِيلَ تَقِيكُمُ بَأْسَكُمْ كَذَلِكَ يَتِمُّ نِعْمَتُهُ عَلَيْكُمْ لَعَلَّكُمْ تُسَلِّمُونَ» (نحل: ۸۱): «و خداوند از آنچه آفریده، برای شما سایه‌ها قرار داد و از کوه برای تان، غارها قرار داد و برای شما لباس‌هایی قرار داد که شما را از گرما (و سرما) حفظ می‌کند و لباس‌هایی که شما را از آسیب‌های یکدیگر حفظ می‌نماید. اینگونه (خداوند) نعمت خود را بر شما تمام می‌کند، باشد که خود را تسلیم او کنید». این امر نشان می‌دهد که در گفتگوها، مخاطب و محیط سخن را در نظر بگیرد. اگرچه لباس وسیله حفاظت از سرما و نیز وسیله زیبایی است، لکن چون مشکل منطقه حجاز گرما و جنگ بود، خداوند به دو فایده حفاظت از گرما و جنگ اشاره کرده است:

«سَرَابِيلَ تَقِيكُمُ الْحَرَّ... تَقِيكُمُ بِأَسْكُمُ» (قرائتی، ۱۳۸۷، ج ۴: ص ۵۶۰).

باز هم آیه‌ای دیگر در این باب که در آن، خداوند گفت و شنود به زبان و فرهنگ گروه مخاطب را اساس قرار داده است: «وَإِنَّهُ لَتَنْزِيلُ رَبِّ الْعَالَمِينَ»، «نَزَلَ بِهِ الرُّوحُ الْأَمِينُ»، «عَلَى قَلْبِكَ لِتَكُونَ مِنَ الْمُنذِرِينَ»، «بِلِسَانٍ عَرَبِيٍّ مُبِينٍ»، «وَإِنَّهُ لَفِي زُبُرِ الْأَوَّلِينَ» (شعراء: ۱۹۶-۱۹۲): «والبته این (قرآن) فرستاده پروردگار جهانیان است، (که جبرئیل) فرشته‌ی امین الهی آن را فرو آورده است بر دل تو، تا از هشداردهندگان باشی. (این قرآن) به زبان عربی روشن (نازل شده)، و همانا (خبر) آن در کتاب‌های (آسمانی) پیشین آمده است». در اینجا هم معلوم است که تبلیغ باید روشن و به زبان مردم و مخاطبان باشد: «بِلِسَانٍ عَرَبِيٍّ مُبِينٍ» (قرائتی، ۱۳۸۷، ج ۶: ص ۳۷۰). چنین نگاهی در نشر و پخش اطلاعات هم باید مدنظر قرار گیرد. اطلاعات را باید بدون دستکاری محتوا در قالب‌ها و متون و زبان‌هایی قابل فهم برای کاربران اطلاعات عرضه کرد.

همچنین، حضرت یوسف (ع) در شناساندن خود به برادرانش پس از سال‌ها چنین می‌گوید: «قَالُوا أَإِنَّكَ لَأَنْتَ يُوسُفُ قَالَ أَنَا يُوسُفُ وَ هَذَا أَخِي قَدْ مَنَّ اللَّهُ عَلَيْنَا إِنَّهُ مَنْ يَتَّقِ وَيَصْبِرْ فَإِنَّ اللَّهَ لَا يَضِيعُ أَجْرَ الْمُحْسِنِينَ» (یوسف: ۹۰): «گفتند: آیا تو خود (همان) یوسفی؟ گفت: (آری) من یوسفم و این برادر من است. به تحقیق خداوند بر ما منت گذاشت؛ زیرا که هر کس تقوا و صبر پیشه کند، پس همانا خداوند پاداش نیکوکاران را تباه نمی‌کند». این گفتگو یادآور آن است که از حساس‌ترین اوقات باید برای تبلیغ استفاده کرد (موقعی که برادران از کار خود شرمنده و آماده پذیرش سخن یوسف‌اند، او می‌گوید: «مَنْ يَتَّقِ وَيَصْبِرْ»...) (قرائتی، ۱۳۸۷، ج ۴: صص ۲۷۴-۲۷۳). اگر فرد اطلاع‌رسان موقع‌شناس و موقعیت‌شناس باشد، بازدهی و کارکرد و هدف از عرضه اطلاعات را نمایان‌تر می‌کند.

## ۷. جستجو در ابعاد مختلف اطلاعات عرضه شده

وقتی در آیه ۳۰ و چند آیه بعد در سوره بقره موضوع خلافت آدمی مطرح می‌شود، فرشتگان از خداوند در باب چرایی خلقت انسان سؤال می‌کنند و دلایلی برای پیش‌بینی‌های‌شان درباره انسان ذکر می‌کنند. فرشتگان از طریق اخبار الهی و یا مشاهده انسان‌های قبل از حضرت آدم (ع) در عوالم دیگر یا در همین عالم و یا به خاطر پیش‌بینی صحیحی که از انسان خاکی و مادی و تراحم‌های طبیعی آن‌ها داشتند، خونریزی و فساد انسان را پیش‌بینی می‌کردند (همان، ج ۱: ص ۸۹). خداوند به آنان اجازه پرسش داده، پاسخشان می‌دهد. آیه ۳۰ سوره بقره مؤید این نکته است:

«وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ» (بقره: ۳۰): «و هنگامی که پروردگارت به فرشتگان گفت: من بر آنم در زمین جانشینی قرار دهم، فرشتگان گفتند: آیا کسی را در زمین قرار می‌دهی که در آن فساد کند و خون‌ها بریزد؟ درحالی‌که ما با حمد و ستایش تو، تو را تنزیه و تقدیس می‌کنیم. خداوند فرمود: همانا من چیزی می‌دانم که شما نمی‌دانید».

از این آیه می‌توان دریافت که لازم است به دیگران اجازه داد سؤال کنند. خداوند به فرشتگان اذن داد تا سؤال کنند و گرنه ملائک، بدون اجازه حرف نمی‌زنند و فرشتگان می‌دانستند برای هر آفریده‌ای، هدفی عالی در کار است. ضمناً، فرشتگان هم از خداوند سؤال می‌کنند و او پاسخ می‌دهد (قرائتی، ۱۳۸۷، ج ۱: ص ۹۲). سؤال و جواب در بسیاری آیات قرآن نمود دارد. از این رو، حرف و سخن و حتی پرسش باید مستند باشد و سؤال کردن همواره حق مخاطب و شنونده و پاسخ دادن هم وظیفه طرف پرسش است. این بدان معناست که مخاطب باید انتظار اطلاعاتی مستند از عرضه‌کننده اطلاعات داشته باشد و پرسش از جوه و ابعاد مختلف اطلاعات حق مسلم اوست. مشخص کردن ابعاد مختلف اطلاعات و تعیین حد نیاز مخاطب به اطلاعات نیز نوعی تنویر افکار مخاطبان است.

#### ۸. ضرورت متخصص بودن و درعین حال دلسوز بودن اطلاع‌دهنده

علم انبیاء و دلسوزی آنان نسبت به قومشان در آیات زیر نمود دارد: «قَالَ يَا قَوْمِ لَيْسَ بِي ضَلَالَةٌ وَ لَكِنِّي رَسُولٌ مِّنْ رَبِّ الْعَالَمِينَ» (اعراف: ۶۱): «(نوح) گفت: ای قوم من! در من هیچ گونه انحراف و گمراهی نیست، بلکه من فرستاده‌ای از سوی پروردگار جهانیانم». «أُبَلِّغُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَأَنْصَحُ لَكُمْ وَأَعْلَمُ مِنَ اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ» (اعراف: ۶۲): «پیام‌های پروردگارم را به شما می‌رسانم و خیرخواه و دلسوز شمایم و از (جانب) خدا چیزهایی می‌دانم که شما نمی‌دانید».

خداوند بعد عاطفی پیامبر (ص) را در این آیه نمایان می‌کند: «لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ» (توبه: ۱۲۸): «قطعاً برای شما پیامبری از خودتان آمد که بر او دشوار است شما در رنج بیفتید به [هدایت] شما حریص و نسبت به مؤمنان دلسوز مهربان است». «در اخلاق عملی رعایت کامل دلسوزی و برخورد از موضع مهربانی در ابلاغ توأم با «امانت پیام» از ویژگی اخلاقی پیامبر اعظم است» (رشته احمدی و دیگران، ۱۳۸۷: ص ۱۶۴). این صفات را می‌توان به فرد اطلاع‌رسان هم منتسب کرد. هدف وی باید اطلاع‌رسانی

به قصد خیرخواهی برای مخاطب باشد و چنین فردی باید واجد این صفات باشد و یا دست‌کم این صفات را باید با آموزش در وجود وی نهادینه کرد.

#### ۹. پرهیز از انتشار اطلاعات نابجا و دستکاری شده

برخی از دانشمندان یهود علم کتب الهی را نزد خود محفوظ می‌داشتند و برای استیلا بر افراد بی‌سواد و عامی، آن علم را به آنان نمی‌گفتند و یا دروغ تحویلشان می‌دادند تا آنان را همچنان ناآگاه از حقایق کتب آسمانی پیشین نگه دارند. این هشدار است برای همه انسان‌ها که افراد عامی و ناآموخته قربانی مطامع دروغین و منویات افراد متظاهر می‌شوند. خداوند می‌فرماید: «وَمِنْهُمْ أُمِّيُونَ لَا يَعْلَمُونَ الْكِتَابَ إِلَّا أَمَانِي وَإِنْ هُمْ إِلَّا يَظُنُّونَ» (بقره: ۷۸): «و بعضی از آنان (یهودیان) افراد درس ناخوانده‌ای هستند که کتاب [خدا] را جز خیالات و آرزوهای خود نمی‌دانند و آنان تنها پایبند گمان خویشند».

این دانشمندان، برای پوشاندن حقیقت از مردم در برحق بودن پیامبر خاتم و انطباق صفات او با عنوان خاتم در کتب الهی پیشین، به دستکاری و تحریف این کتب و دروغ‌سازی پرداختند. خداوند به اینان در باب این کار غلط هشدار می‌دهد: «فَوَيْلٌ لِلَّذِينَ يَكْتُمُونَ الْكِتَابَ بِأَيْدِيهِمْ ثُمَّ يَقُولُونَ هَذَا مِنْ عِنْدِ اللَّهِ لِيُشْتَرَوْا بِهِ تَمَتًّا قَلِيلًا فَوَيْلٌ لَهُمْ مِمَّا كَتَبَتْ أَيْدِيهِمْ وَوَيْلٌ لَهُمْ مِمَّا يَكْسِبُونَ» (بقره: ۷۹): «پس وای بر کسانی که کتاب [تحریف‌شده‌ای] با دستهای خود می‌نویسند سپس می‌گویند این از جانب خداست تا بدان بهای ناچیزی به‌دست آرند پس وای بر ایشان از آنچه دستهایشان نوشته و وای بر ایشان از آنچه [از این راه] به دست می‌آورند». این دو آیه متوالی نشان می‌دهد تلاش براساس حدس و گمان موجه نیست و هر کس باید برطبق اطلاعات درست و مستند عمل کند. همچنین، اطلاعات سوگیرانه و دستکاری‌شده را ممکن است برخی دانشمندان نابخرد و معاند توزیع و ترویج کنند. بنابراین، اطلاعات غلط در هر قالبی امکان‌نمو دارد و نباید به آن اعتماد و اطمینان داشت. هر کس در حین جستجو و استفاده از اطلاعات باید بر این نکته آگاهی کامل داشته باشد.

#### ۱۰. حساس کردن ذهن مخاطب نسبت به اطلاعات مهم

در آیات قرآن، کلماتی تأکیدی برای رساندن اخبار و بیان واقعیات مهم آمده است؛ برای نمونه: «أَلَا لِلَّهِ الدِّينُ الْخَالِصُ وَ الَّذِينَ اتَّخَذُوا مِنْ دُونِهِ أَوْلِيَاءَ مَا نَعْبُدُهُمْ إِلَّا لِيُقَرِّبُونَا إِلَى اللَّهِ زُلْفَىٰ إِنَّ اللَّهَ

يَحْكُمُ بَيْنَهُمْ فِي مَا هُمْ فِيهِ يَخْتَلِفُونَ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي مَنْ هُوَ كَاذِبٌ كَفَّارٌ (زمر: ۳): «آگاه باشید که دین خالص مخصوص خداوند است و کسانی که به جای خداوند معبودهایی را برگزیدند (و در توجیه کار خود گفتند): ما آن‌ها را نمی‌پرستیم مگر برای آن که ما را هر چه بیش‌تر به خدا نزدیک کنند، همانا خداوند درباره آن چه آنان بر سر آن اختلاف می‌کنند، میانشان داوری خواهد کرد. البته خداوند کسی را که دروغگوی کفران‌پیشه است هدایت نمی‌کند». از این رو، در شیوه اطلاع‌رسانی و تبلیغ بهتر است مخاطب را حساس کرد. کلمه «آلا» در این آیه یعنی «آگاه باش که مسئله مهمی است» (قرآنی، ۱۳۸۷، ج ۸: ص ۱۴۱). در حین دادن اطلاعات حساس و مهم نیز باید از چنین شیوه‌ای بهره جست تا جذبۀ این اطلاعات برای کاربران بیشتر شود.

### ۱۱. عرضه اطلاعات به صورت دقیق و تفصیلی

خداوند تفصیل واقعیات، و نه کلی‌گویی، را توصیه می‌کند: «هُوَ الَّذِي جَعَلَ الشَّمْسُ ضِيَاءً وَ الْقَمَرَ نُورًا وَ قَدَرَهُ مَنَازِلَ لِتَعْلَمُوا عَدَدَ السِّنِينَ وَ الْحِسَابَ مَا خَلَقَ اللَّهُ ذَلِكَ إِلَّا بِالْحَقِّ يُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ (یونس: ۵)»: «اوست که خورشید را درخشانده و ماه را تابان قرار داد و برای حرکت ماه‌منزله‌هایی قرار داد تا شماره سال‌ها و حساب را بدانید. خداوند اینها را جز براساس حق نیافریده است. خداوند آیات را برای آنان که (می‌خواهند) بدانند، به تفصیل بیان می‌کند». از این آیه می‌توان دریافت، از شیوه‌های تعلیم و تربیت، روشن و باز کردن مطالب است، نه کلی‌گویی: «يُفَصِّلُ الْآيَاتِ» (قرآنی، ۱۳۸۷، ج ۳: ص ۵۴۰). امر اطلاع‌رسانی دقیق به حدی جدی است که حتی انبیاء الهی موظف‌اند عین اطلاعات موثق از جانب خالق را به مردم ابلاغ کنند: «وَ لَوْ تَقَوَّلَ عَلَيْنَا بَعْضُ الْأَقَاوِيلِ، لَأَخَذْنَا مِنْهُ بِالْيَمِينِ، ثُمَّ لَقَطَعْنَا مِنْهُ الْوَتِينَ، فَمَا مِنْكُمْ مِنْ أَحَدٍ عَنْهُ حَاجِزِينَ» (حاقة: ۴۴-۴۷): «و اگر پیامبر بعضی گفتارهای ساختگی را به ما نسبت دهد، قطعاً او را با قدرت (و به قهر) می‌گرفتیم. سپس رگ قلبش را قطع می‌کردیم. و هیچ یک از شما نمی‌توانست سپر او شود». هر چیز که ارزش بیشتری دارد باید حراست از آن شدیدتر باشد. «تَنْزِيلٌ مِنْ رَبِّ الْعَالَمِينَ... لَوْ تَقَوَّلَ... لَأَخَذْنَا... لَقَطَعْنَا...» (قرآنی، ۱۳۸۷، ج ۱۰: ص ۲۰۷). فرد اطلاع‌رسان هم باید در عرضه اطلاعات به نکات مهم بپردازد تا اطلاعات کلی، مبهم و چندپهلوی نباشد. این کار به‌ویژه در باب اطلاعات تخصصی اهمیت بیشتری دارد.

## ۱۲. استقرار مراکز اطلاعات و کتابخانه‌ها در مراکز و اماکن عمومی

محل تبلیغ و اطلاع‌دهی باید در مراکز اجتماع و اصلی باشد تا بهتر و کارآمدتر باشد: «وَ مَا كَانَ رَبُّكَ مُهْلِكَ الْقُرَىٰ حَتَّىٰ يَبْعَثَ فِي أُمَمٍ رَّسُولًا يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِنَا وَ مَا كُنَّا مُهْلِكِي الْقُرَىٰ إِلَّا وَ أَهْلِهَا ظَالِمُونَ» (قصص: ۵۹): «و پروردگارت قریه‌ها (و شهرها) را نابود نمی‌کند، مگر اینکه در میان آنان پیامبری برانگیزد، که آیات ما را بر آنان تلاوت کند. و ما هیچ آبادی را هلاک نکردیم، مگر آنکه اهل آن ظالم بودند». طبق این آیه، محل‌های تبلیغی باید در مراکز و کانون‌های اصلی اجتماعات و شهرها باشد: «يُبْعَثَ فِي أُمَمٍ رَّسُولًا» - این آیه نشانگر نقش مکان در تبلیغ است (قرائتی، ۱۳۸۷، ج ۷: ص ۷۹). نظر به اهمیت اطلاعات، مراکز اطلاع‌رسانی، مانند کتابخانه‌ها، باید در دسترس مردم و نزدیک کانون‌ها و اجتماعات باشد تا بهتر بتوان اطلاعات و کسب و توزیع آن را مدیریت کرد.

## ۱۳. بیشتر بودن مسئولیت فردی و اجتماعی اطلاع‌رسانان

خداوند در چندین آیه تأکید می‌کند پیامبران خدا مسئولیت خطیری در قبال تبلیغ فرامین خداوند دارند. پیامبر خاتم (ص) یکی از آنان است که دارای «عنده علم» است: «وَ كَذَلِكَ أَنْزَلْنَا حُكْمًا عَرَبِيًّا وَ لَئِنِ اتَّبَعْتَ أَهْوَاءَهُمْ بَعْدَ مَا جَاءَكَ مِنَ الْعِلْمِ مَا لَكَ مِنَ اللَّهِ مِنْ وَلِيٍّ وَ لَا وَاقٍ» (رعد: ۳۷): «و بدین‌سان آن [قرآن] را فرمانی روشن نازل کردیم و اگر پس از دانشی که به تو رسیده [باز] از هوس‌های آنان پیروی کنی در برابر خدا هیچ دوست و حمایتگری نخواهی داشت». طبق این آیه، انسان‌های آگاه و صاحبان علم مسئولیت بیشتری در پیشگاه اجتماع و افراد دارند. عرضه‌کنندگان اطلاعات برای بشر باید از مسئولیت‌های خود در قبال عرضه اطلاعات به جامعه آگاه باشند. آنان باید سعی کنند اطلاعات موثق و درستی به افراد عرضه کنند. پیامبر (ص) به سبب آگاهی و علم خود مسئولیت بیشتری در قبال آیات قرآن و تبیین آن‌ها دارد.

در آیه‌ای دیگر، چنین برداشتی باز هم دیده می‌شود که در آن وصف رهبران کفر چنین آمده است: «لِيَحْمِلُوا أَوْزَارَهُمْ كَامِلَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَ مِنْ أَوْزَارِ الَّذِينَ يَضِلُّونَهُمْ بِغَيْرِ عِلْمٍ أَلَا سَاءَ مَا يَزُرُونَ» (نحل: ۲۵): «آنان باید در روز قیامت، هم بار گناهان خود را به تمامی به دوش کشند و هم بخشی از بار گناهان کسانی را که بدون علم آنان را گمراه می‌نمایند». براساس مضمون این آیه، چون ریشه بسیاری انحراف‌ها جهل است، دشمن از جهل مردم برای انحراف آنان استفاده می‌کند: «يَضِلُّونَهُمْ بِغَيْرِ عِلْمٍ» (قرائتی، ۱۳۸۷، ج ۴: ص ۵۰۹). دادن اطلاعات غلطی که مایه گمراهی شود، بار

گناهان فرد اطلاع‌رسان را چندبرابر می‌کند و باید مراقب بود تا چنین اطلاعاتی، چه عمدی و چه سهوی، عرضه نشود. بنابراین فرد اطلاع‌رسان به سبب داشتن اطلاعات و دانش در برابر خود و جامعه بیشتر مسئول است تا فرد غیر مطلع و عادی، و وی باید مراقبه بیشتری در کار با انواع اطلاعات و کاربران اطلاعات داشته باشد.

#### ۱۴. دانستن قدر و منزلت قلم و بیان و اطلاعات و منابع اطلاعاتی.

خداوند در تأیید درستی راه و نقش پیامبر (ص) به قلم و نوشتن قسم یاد می‌کند: «ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ» (قلم: ۱): «نون، سوگند به قلم و آنچه می‌نویسند». طبق برخی تفاسیر اگر «نون» را جوهر یا جوهردان در نظر بگیریم، با قلم که در این آیه بیان شده است، ارتباط بیشتری برقرار می‌شود. آن‌ها بر دانش، اطلاعات و آموخته‌ها اشاره دارند. خرد و دانش انسان‌های بیشماری، از گذشته تا به امروز، از طریق نوشتن در دسترس است و خواهد بود. قلم منبع مدام جاری شدن دانشی است که در اینجا به آن اشاره شده است. پس باید فرد اطلاع‌دهنده و متخصص اطلاع‌رسانی، با انتقال مناسب اطلاعات از طریق این منابع، نهایت احترام خود را به آن‌ها نشان دهد.

#### نتیجه‌گیری

کاملاً محرز است که فناوری اطلاعات و ارتباطات تمامی جنبه‌های زندگی ما را در عصر کنونی تحت الشعاع قرار داده است. به موازات توسعه روزافزون فناوری‌های اطلاعات و تنوع بیش از پیش و تغییر مداوم کاربران اطلاعات، نگاهی پژوهشگرانه به آنچه فرهنگ‌ها و ادیان مختلف برای اصول اخلاقی اطلاع‌رسانی، در این دنیای پیچیده دارند، ضرورت دارد. برای ساخت دنیای اطلاعاتی، مبتنی بر اصول اخلاقی درست، به راهبردی مناسب نیاز داریم (فلوری، ۲۰۰۲). برخی منابع جهانی مربوط به ادیان و فرهنگ‌ها برای رسیدن به این هدف مفیدند.

منابع اسلامی، از جمله قرآن کریم، دستورات ویژه برای ساخت و تدوین اصول اخلاق اطلاع‌رسانی غنی دارد. با این حال، همان‌گونه که قبلاً اشاره شد، تحقیقاتی اندک در باب دیدگاه‌های اسلامی از اخلاق اطلاع‌رسانی و با استفاده از منابع مختلف اسلامی انجام شده است.

پژوهش در باب اخلاق اطلاع‌رسانی از نگاه قرآن، علاوه بر افزایش دانش ما از این مقوله، جنبه علمی و بحر عمیق محتوای قرآن را بیش از پیش آشکار می‌کند. به علاوه، نگاه به مفاهیم علمی



از دریچهٔ معارف اسلامی گامی برای اسلامی کردن علوم انسانی است؛ امری که از دغدغه‌های ذهنی و به حق اندیشمندان متعهد است. برونداد چنین نگاهی روشن می‌کند که برگرفتن مفاهیم از منابع غنی اسلامی، و در رأس آن‌ها قرآن، مناظره‌ای مستند با کسانی است که گمان می‌کنند هر آنچه هست، نزد غربیان و برخاسته از آرای آنان است. به هر حال، قرآن کریم در حکم کتاب شرع و سبک زندگی ملاحظات چندی برای اخلاق اطلاع‌رسانی دارد که برخی از آن‌ها در این مقاله تبیین شده‌اند. قرآن دربارهٔ مسائلی مرتبط با رفتار اطلاعاتی انسان، از جمله گردآوری، جستجو، تبیین، استخراج، انتشار و کاربرد اطلاعات، بحث کرده است. آدمی می‌تواند در نقش اطلاع‌دهنده و اطلاع‌گیرنده از این اصول اخلاقی در سراسر جهان استفاده کند، از اینها در قالب چارچوبی برای توصیف و تدوین اخلاق اطلاع‌رسانی جهانی و بین فرهنگی می‌توان بهره برد. البته این کار به تحقیقات بیشتری در آینده نیاز دارد.

قرآن بحر عمیقی است که هر کس، به وسع خود، می‌تواند در آن غور کند. ما اصول اخلاق اطلاع‌رسانی از منظر قرآن را در حد وسع خودمان از این کتاب مقدس استخراج کرده‌ایم. دیگر محققان علاقه‌مند می‌توانند و باید گامی جلوتر برای غوطه‌ور شدن عمیق در این دریای بی‌کران بگذارند و اصول اخلاق اطلاع‌رسانی بیشتری از آن استخراج کنند و نیز نتایج مطالعهٔ ما را به روشی تأملی تجزیه و تحلیل کنند. به علاوه، ما در بیان نتایج به توصیف و تبیین برخی مقوله‌های مرتبط با اخلاق اطلاع‌رسانی اکتفا کرده‌ایم. تلاش مضاعف برای مرتبط کردن این مقولات، در قالب یک مدل اطلاع‌رسانی جدید مبتنی بر آموزه‌های قرآن، یا طبقه‌بندی مقولات در سطوح ارتباطات بین‌فردی، گروهی، جمعی و بین فرهنگی و یا طبقه‌بندی این مقولات و فرایندهای ارتباطی از نظر منبع، کانال، محتوا، مخاطب و اثر پیام می‌تواند سطح تحلیلی این یافته‌ها را در قالب تحقیقات مستقل ارتقا دهد. رویکرد قرآن به این مقوله و مقایسهٔ آن با نظریه‌های موجود در این باب هم می‌تواند موضوع پژوهش‌های آتی باشد.

### کتابنامه

۱. قرآن کریم.
۲. باب الحوائجی، فهیمه؛ حریری، نجلا؛ فرضعلی‌زاده، عبدالعلی. ۱۳۹۲. «بررسی شیوه‌های مرتبط با اطلاع‌رسانی در قرآن». تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، دورهٔ ۱۹، شمارهٔ ۳. صص ۳۴۲-۳۲۹.

۳. رشته احمدی، پروانه؛ جعفری زوج، جواد؛ اسلامی، زهرا؛ با نظارت محمد بیستونی ۱۳۸۷. روش اطلاع‌رسانی انبیاء از دیدگاه قرآن و حدیث. قم: بیان جوان.
۴. رضایی اصفهانی، محمدعلی. ۱۳۸۳. درآمدی بر تفسیر علمی قرآن کریم. تهران: انتشارات اسوه.
۵. طبرسی، ابی علی الفضل بن الحسن. ۱۴۲۷ ق. مجمع البیان فی تفسیر القرآن. بیروت: دارالمرتضی. چاپ اول.
۶. قرائتی، محسن. ۱۳۸۷. تفسیر نور (دوره ده جلدی). تهران: مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن. چاپ دوم.
۷. کلینی، محمد بن یعقوب. ۱۳۶۹. اصول کافی. ترجمه جواد مصطفوی. تهران: علمیه اسلامیة.
۸. معرفت، محمدهادی. ۱۳۸۸. تاریخ قرآن. تهران: سمت. چاپ یازدهم.
9. Abdallah, S. 2007. "Information ethics from an Islamic perspective". M. Quigley (Ed.). In: Encyclopaedia of Information Ethics and Security (pp. 355-361). Australia: Monash University.
10. \_\_\_\_\_. 2010. "Islamic ethics: an exposition for resolving Ict ethical dilemmas". Journal of Information, Communication and Ethics in Society. 8(3). 301-289.
11. Floridi, L. 2002. "Information ethics: an environmental approach to the digital divide". Philosophy in the Contemporary World. 9(1). 39-45.
12. Froehlich, T. 2004. "A brief history of information ethics". bid (biblioteconomia I documentaci6). 13. Retieved from: <http://bid.ub.edu/13froel2.htm>.
13. Rahim, A. B. A. 2013. "Understanding Islamic ethics and its significance on the character building". International Journal of Science and Humanity. 3(6). 508-513.
14. Wilson, T. D. 2000. "Human information behavior". Informing Science. 3(2). 49-56.