

تاریخ دریافت: ۹۰/۱۱/۱۱

تاریخ پذیرش: ۹۰/۱۲/۱

تبیین هنجارهای توسعه عدالت زبانی در رسانه با رویکرد قرآنی

نوشته

عبدالله بیچارانلو*

چکیده

این مقاله با تبیین نقش زبان در ارتباطات انسانی، موضوع خشی نبودن زبان در ارتباطات اجتماعی را تشریح کرده است. در فرایند ارتباطات رسانه‌ای، رسانه‌ها اقدام به بازنمایی واقعیات می‌کنند و این بازنمایی رسانه‌ای، آمیخته به روابط و مناسبات قدرت است. از این رو، به منظور جلوگیری از انحراف در این زمینه، مفهومی با عنوان "عدالت زبانی" طرح شده است تا مبنای عمل رسانه‌های جمعی قرار گیرد. نگارنده با رجوع به آیات قرآن کریم و تفسیرالمیزان، به دنبال پاسخ به این پرسش بوده است که الزامات و هنجارهایی که رسانه‌های جمعی می‌توانند آن‌ها را مبنای خط‌مشی‌گذاری محتوای زبانی خود قرار دهند، کدامند؟ برای این منظور، با استفاده از روش تحقیق موضوعی در قرآن کریم، آیاتی از قرآن که به کاربرد عملی زبان یعنی گفتار، اشاره یا بر آن تمرکزی داشته‌اند، مبنای تتبع قرار گرفتند. در مجموع، ۱۷۲۲ آیه قرآن کریم، شامل کلمه "قول" یا یکی از ریشه‌های آن و بافت (سیاق) این آیات؛ یعنی رکوع^۱ مربوط به آن‌ها در متن قرآن، بررسی شده‌اند. نتیجه این بررسی، دستیابی به الزاماتی در به‌کارگیری عادلانه زبان در ارتباط با مخاطبان است که رسانه‌ها می‌توانند در خط‌مشی‌گذاری محتوای زبانی خود در دستور کار قرار دهند.

کلید واژه: عدالت زبانی، رسانه‌های جمعی و قرآن کریم.

مقدمه

وسایل ارتباط جمعی از زبان برای برقراری ارتباط با مخاطبان بهره می‌گیرند؛ زبانی که مخصوص همین وسایل است، زبان رسانه. و این زبان، زبانی عادی نیست، زبانی ویژه فضای رسانه است که در زمینه آن پدید آمده و در فضای آن معنا دارد. بنابراین، زبان رسانه را نمی‌توان به‌سادگی، در زمره زبان‌های طبیعی قرار داد و می‌توان آن را در زمره زبان‌های ساختگی گنجاند. زبان یا زبان طبیعی، همان زبانی است که بر تولد انسان مقدم است، قبل از تولد او وجود دارد و بعد از مرگ او نیز وجود خواهد داشت. انسان پس از تولد و ادامه حیات در جامعه، زبان موجود

* دکتری مدیریت رسانه و مدیر گروه سینما و تلویزیون پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات bicharanliu@yahoo.com

در آن جامعه را فرا می‌گیرد، بدون اینکه آن را تغییر دهد. به همین دلیل است که زبان‌شناسان، زبان طبیعی را سازمان نظام‌دار ذاتی‌ای می‌دانند که بر همه افرادی که به آن زبان صحبت می‌کنند، مقدم است و حاکمیت دارد. در همین جاست که زبان طبیعی در مقابل زبان ساختگی قرار می‌گیرد. زبان ساختگی، زبانی است که انسان در شکل‌گیری آن، نقش اولیه را عهده‌دار است. انسان، علاوه بر اینکه چنین زبانی را می‌سازد، تسلط خود را نیز بر آن حفظ می‌کند و هر طور که صلاح بداند در آن دخل و تصرف می‌کند و آن را تغییر می‌دهد (شعیری، ۱۳۸۱: ۲۱).

وسایل ارتباط جمعی، به‌طور مرتب واژه‌های جدیدی را همراه با معناهای‌شان به ما معرفی یا معانی قدیمی کلمات را عوض می‌کنند. رسانه‌ها پیوسته در توصیف واقعیت‌های جهان و نیز به منظور جهت‌دهی به افکار عمومی در خصوص پدیده‌ها و موضوع‌های گوناگون اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ...، بر اساس معیارهایی نوشته یا نانوشته که از سیاست‌ها، راهبردها، منافع و به‌طور کلی، نظام فکری حاکم بر آن‌ها نشئت می‌گیرد، واژگان، اصطلاحات، مفاهیم و عباراتی را به‌کار می‌برند تا به اهداف خود دست یابند.

برای مثال، گزینش‌گری رسانه‌ها در انتخاب و انتساب واژگانی مانند «انقلابی»، «شورش»، «مبارز راه آزادی» یا «اغتشاشگر» در توصیف گروهی از افراد یا برای مثال، به‌کارگیری واژگان «مسئله»، «بحران»، «خطر» یا «تهدید» برای برنامه هسته‌ای کشورمان، حاکی از این است که رسانه‌ها آزادانه از زبان برای توصیف پدیده‌ها و واقعیات، به‌گونه مورد نظر خود استفاده می‌کنند و هر نوع گزینش‌گری در استفاده از واژگان، پیامدها و نتایج متفاوتی در پی دارد و نگرش‌های متفاوتی را در افکار عمومی در خصوص یک پدیده یا واقعیت ایجاد می‌کند. بنابراین، عدالت در به‌کارگیری زبان ضرورت می‌یابد که رعایت آن مستلزم بذل توجه عمیق به مضامین تبعیض‌آمیز رایج در زبان و تلاش برای رفع آن‌هاست. اصلاح قالب‌های کلامی و به‌کارگیری تعابیر دقیق، احترام‌آمیز، منصفانه و مبتنی بر عدالت در قبال مردم و در خطاب به آن‌ها و توسعه آگاهی‌های عمومی درباره اهمیت اصلاح این‌گونه مراودات و پیامدهای آن در بستر رسانه و از طریق ابزار قدرتمند رسانه، هدفی است که دغدغه بحث حاضر است. باید توجه داشت که هرگونه پویایی زبانی در جامعه، ریشه در خط‌مشی‌گذاری‌های زبانی دارد، بنابراین، دغدغه یاد شده، به‌جز از طریق تدوین خط‌مشی‌های ضروری برای این نوع ارتباطات رسانه‌ای مبتنی بر عدالت که در آن مدل عمل رسانه در به‌کارگیری زبان، اعم از واژگان، مفاهیم، اصطلاحات، عناوین، خطاب‌ها، گزاره‌های خبری، استفهامی، و ... بر مبنای عدالت تنظیم شده باشد، امکان‌پذیر نیست. برای دستیابی به این نوع خط‌مشی‌گذاری، متقن‌ترین منبع و مرجعی که می‌توان از آن بهره گرفت، قرآن کریم است که خود نیز از زبانی منحصر به فرد و با ویژگی‌های خاص خود برخوردار است. از این رو، این بررسی، به دنبال پاسخ به این سؤال است که بر اساس رویکرد قرآن کریم به ارتباطات کلامی، به ویژه در ارتباط با جمعی از مردم و مخاطب انبوه، بیان و زبان ارتباط‌گر (رسانه) باید چه مختصات و ویژگی‌هایی داشته باشد تا بتوان آن را

عادلانه دانست؟ پاسخگویی به این سؤال، ما را به هنجارهایی قرآنی برای ارائه به رسانه‌ها به منظور خط‌مشی‌گذاری در ارتباطات کلامی آن‌ها در قبال مخاطبان رهنمون می‌شود.

رسانه‌ها و سلطه زبانی

به نظر می‌رسد که وجود رابطه‌ای میان استفاده سوگیرانه، تبعیض‌گرایانه و سلطه‌جویانه از زبان و تمایلات روان‌شناختی مبادرت به تبعیض، ظلم و سلطه، قابل تأمل و تحلیل است. استفاده از تعبیر، واژگان و مفاهیم تبعیض‌آمیز و سلطه‌جویانه در ساحت زبان و تلاش در استمرار پیوسته و هدفمند آن‌ها، جو روانی جامعه را مستعد پذیرش تبعیض و ظلم ناشی از این نوع می‌کند؛ به ویژه این گونه به‌کارگیری زبان در ابعاد گسترده و در مجراهایی که از فراگیری و شمولیت بیشتری برخوردارند و مخاطبان بیشتری را هدف ارتباط قرار می‌دهند، پیامدهای بسیار ناگواری را در جهت گسترش بی‌عدالتی در جوامع، ایجاد می‌کند. بنابراین، لازم است ساز و کارهای ارتباطاتی تبعیض‌گرا و سلطه‌جویانه، شناسایی و راهکارهای مناسب برای خنثی‌سازی پیامدهای فعالیت آن‌ها، به منظور حراست از آرای واقعی و منافع حقیقی عامه و تفوق بر انواع ابزارهای تحمیل تبعیض و سلطه، بررسی شوند. از ابزارهایی که در این زمینه بسیار موثر هستند و با بهره‌گیری از آن‌ها، می‌توان با سلطه زبانی مقابله کرد یا از شدت آن کاست، رسانه‌های جمعی هستند. وسایل ارتباط جمعی به سبب مخاطبان فراگیر و گسترده‌ای که دارند، از آثار اجتماعی و فرهنگی گسترده نیز برخوردارند. از این رو، هم ابزار و هم زمینه مناسبی برای توسعه سلطه زبانی به شمار می‌روند. به عبارت دیگر، رسانه‌ها این ظرفیت را دارند که به گسترش سلطه زبانی در جامعه و تحمیل آن بر مخاطبان خود کمک نمایند؛ چراکه وسایل ارتباط جمعی از ویژگی‌هایی برخوردارند که تسهیل‌کننده و زمینه‌ساز چنین تأثیری است.

عدالت

در حوزه عمل، در دهه‌های اخیر با گسترش ارتباطات رسانه‌ای الکترونیک و دیجیتال، بر اثر توسعه انواع فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی، ارتباطات، اهمیت اساسی و تعیین‌کننده‌ای در ساختار اجتماعی-سیاسی جوامع، شیوه حکمرانی، توزیع قدرت و امکانات در عرصه داخلی هر کشور و عرصه بین‌المللی یافته است، در نتیجه موضوع عدالت در این فرایند نیز، ضمن اینکه اهمیت چشمگیری پیدا کرده دچار تغییر شگرفی شده است. مولانا معتقد است:

همانند مفاهیم جامعه، توسعه و صلح، اندیشه عدالت نیز دچار تحول شده است. از این پس ضرورتاً عدالت از ارزش‌های اجتماعی مورد توافق بر نمی‌خیزد، بلکه از موضوع‌های میراث فرهنگی، مذهب، سنن و محیط مایه می‌گیرد. اگر استدلال‌مان این است که مفاهیم جامعه، توسعه، صلح و عدالت همگی متغیرند، پس باید در مورد مفهوم تغییرات سیاسی-اجتماعی و بروز و ظهور آن در روندهای ملموس و ناملموس نیز چنین ادعایی داشته باشیم. اگر اطلاعات و ارتباطات، زیربنای همه روندهای توسعه، صلح و عدالت است، باید گفت که ما در واقع وارد

دوران تازه‌ای شدیم که به هیچ‌وجه در گذشته امکان پیدایی آن وجود نداشته است. به اعتقاد مولانا تغییرات شگرف اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جهان‌گستری که ما در دو دهه اخیر شاهد آن بودیم، در واقع، جدال افراد و جوامع برای حرکت از ارتباطات (به مثابه یک ابزار) به ارتباط (به مثابه سهم و مسئولیت)، از بی‌خویشتنی قدرت‌ها و ساختارهای اجتماعی و سیاسی غیرشخصی و مکانیکی به فراوری اجتماعی از طریق اشکال سنتی ارتباطات و تعامل انسانی بوده است (مولانا، ۱۳۸۴: ۳۳-۱۳۲).

در حوزه نظر نیز انتشار کتابی درباره عدالت اجتماعی به نام *نظریه عدالت* توسط فیلسوف آمریکایی، جان رالز، در سال ۱۹۷۱، مباحث مربوط به عدالت را متحول کرد. از آن زمان به بعد اغلب مطالبی که در این زمینه نوشته شده است به نظریه رالز پرداخته است. یکی از مشهورترین اظهارات رالز این است که «عدالت نخستین فضیلت نهادهای اجتماعی است». این موضوعی بحث‌برانگیز است چرا که ممکن است برخی بر این باور باشند که اهدافی دیگر، اهدافی که با عدالت در تعارض هستند، از اهمیت بیشتری برخوردارند (Swift, 2001: 10).

«استرپا، آرای متفاوت صاحب‌نظران در مورد عدالت را در شش گروه متمایز طبقه‌بندی کرده است؛ طبق مفهوم لیبرالیستی عدالت، آرمان سیاسی نهایی جامعه عدل، آزادی است؛ در حالی که بر اساس مفهوم سوسیالیستی عدالت، برابری به مثابه آرمان سیاسی نهایی در نظر گرفته می‌شود و لیبرال دموکراسی، آمیزه این دو (برابری و آزادی) را مورد ملاحظه قرار می‌دهد. در مفهوم اجتماع‌گرایی عدالت، نفع عمومی، آرمان سیاسی نهایی فرض می‌شود و فمینیست‌ها (تأنیث-گرایان) در آرمان سیاسی نهایی خود، بر برابری حقوق زن و مرد تأکید دارند. اما فرا نوگرایان، ضمن انکار روایت‌های کلان، بر این باورند که بُرد توجیه حقوق و تکالیف، محلی و محدود است و برای افرادی معین و در محیط‌هایی معین کاربرد دارد و جهان‌شمول نیست» (پورعزت، ۱۳۸۰: ۸۷). اما فارغ از اینکه متفکران و صاحب‌نظران گوناگون از زوایای متعددی به موضوع عدالت پرداخته‌اند، هرگاه از عدالت اجتماعی سخن به میان می‌آید، اغلب ذهن‌ها معطوف به بُعد اقتصادی عدالت می‌شود و به بُعد فرهنگی آن، کمتر توجه می‌شود. در واقع، «در مفهوم محدود و حداقلی، عدالت اجتماعی به این می‌پردازد که چه کسی، چه چیزی در جامعه به دست می‌آورد و آیا وضع توزیع، درست یا عادلانه است» (Dean, 2006: 58). «در زمینه بُعد اقتصادی عدالت هم اختلاف نظرهای زیاد است. آیا باید ثروت‌ها را جمع کرد و دوباره به گونه‌ای تقسیم کرد که به همه، ثروتی برابر برسد؟ آیا باید منشأ ثروت‌های انباشته را بکاویم؟ آیا باید افراد فرصت‌های برابر داشته باشند؟ و ... اما پرسش اساسی این است که آیا عدالت اجتماعی به عدالت اقتصادی محدود می‌شود یا اینکه گستره بحث، گسترده‌تر از این است؟» (بهشتی، ۱۳۸۳: ۷-۱۰۶).

به‌طور کلی، در ادبیات مربوط به عدالت، مفهوم عدالت را با توجه به ملاک توزیع، روش اجرا، و نحوه مراوده در جامعه، به عدالت توزیعی، رویه‌ای و مراوده‌ای، تفکیک کرده‌اند و

برخی جنبه‌های عدالت که در ساحت زبان و در ارتباطات زبانی بین انسان‌ها تحقق پیدا می‌کند و می‌توان آن را “عدالت زبانی” نام نهاد، مطرح نبوده است.

جدول ۱ مقایسه معانی و مفاهیم ابعاد گوناگون عدالت

ردیف	بُعد	معنی و مفهوم	منابع
۱	عدالت توزیعی	ایجاد شرایطی که تمامی کالاها و خدمات اجتماعی به طور عادلانه و بدون تبعیض میان همه افراد ذی‌حق جامعه توزیع شود.	Rawls, 1999; Greenberg & Baron, 2000.
۲	عدالت رویه‌ای	ایجاد شرایطی که با تعریف صریح قوانین، رویه‌ها و فرآورده‌های اجتماعی، امکان هرگونه سوءاستفاده از آن‌ها توسط گروه‌های قدرتمند سلب شود.	Rawls, 1999; Greenberg & Baron, 2000.
۳	عدالت مرادده‌ای	ایجاد شرایطی که تمامی مرادوات اجتماعی بدون کمترین اجبار و تحمیل، تداعی کننده حرمت و احترام برابر آحاد جامعه باشد.	Greenberg & Baron, 2000.
۴	عدالت اطلاعاتی	ایجاد شرایطی که همه آحاد جامعه به طور برابر و یکسان به اطلاعات مهم و ضروری دسترسی داشته باشند و هیچ یک به خاطر دسترسی به اطلاعات ویژه، در شرایط ممتاز قرار نگیرد.	Pourezzat & others, 2009.
۵	عدالت احساسی	ایجاد شرایطی که افراد در ابراز احساسات عادلانه خود با مانعی مواجه نشوند و حتی‌المقدور عقده‌ای روانی ناشی از تحقیر و خودکم‌بینی برطرف شود.	Pourezzat & others, 2009.
۶	عدالت مشاهده‌ای	ایجاد شرایطی که هیچ یک از آحاد جامعه در شرایط مشاهده‌بی‌عدالتی از سوی دیگران قرار نگیرد.	پورعزت، با اقتباس از صحیفه سجادیه

۲۵

تبیین هنجارهای توسعه عدالت زبانی در رسانه و...

باید توجه داشت که درباره عدالت احساسی و مشاهده‌ای نیز چندان در ادبیات رایج جهان، بحث نشده است؛ ولی عدالت اطلاعاتی در این ادبیات بیشتر قابل ردیابی است.

عدالت از منظر قرآن کریم

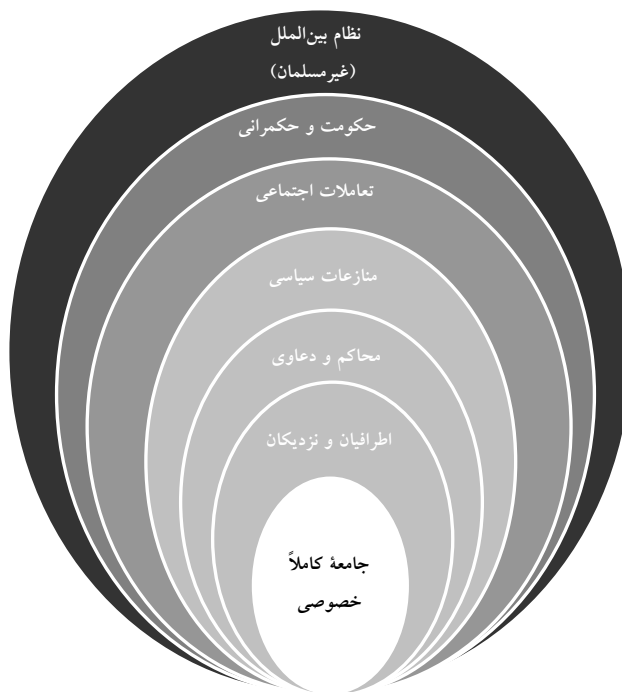
تحقق عدالت در جوامع انسانی از مهم‌ترین اهداف رسالت انبیا و اولیای الهی بوده است و وجود آیات و روایات فراوان درباره عدالت بر اهمیت و جایگاه ممتاز این مفهوم به مثابه آرمانی متعالی نزد دین اسلام تأکید دارد؛ به گونه‌ای که اگر مهم‌ترین هدف رسالت انبیای الهی و نزول کتب آسمانی، برقراری قسط و عدالت در میان انسان‌ها دانسته شود، گزاف گفته نشده است: «لقد ارسلنا رسلنا بالبینات و انزلنا معهم الکتاب و المیزان ليقوم الناس بالقسط» (حدید/ ۲۵).

قرآن کریم، به دلیل جامعیت و فراگیری آن به مثابه دستورالعمل همه جنبه‌های حیات انسانی، آیات و رهنمودهایش همه حیطه‌ها و حوزه‌های زندگی را که انسان‌ها در آن‌ها ملزم به رعایت عدالت هستند، دربر می‌گیرند.

«مصادیقی که قرآن درباره عدالت ذکر کرده، کلی است و به حیطه‌ها و حوزه‌هایی باز می‌گردد که رعایت عدالت در آن‌ها ضروری است. البته اینها از باب نمونه است و سیاق مطلق آیات، رعایت مطلق عدالت را در تمام امور بشر ایجاب می‌کند. مصادیق ذکر شده در قرآن به ترتیب از جزیی به کلی به این شرح هستند:

۱. حیطه زندگی خصوصی؛ زندگی خصوصی افراد، حوزه اختصاصی آن‌هاست. در داخل زندگی خصوصی، بخش کاملاً خصوصی‌تری وجود دارد از جمله امور مربوط به زناشویی؛ عدالت از این حوزه آغاز می‌شود و اهمیت می‌یابد.
۲. حیطه اطرافیان و نزدیکان؛ آنچه در این حیطه اهمیت پیدا می‌کند عمل به عدالت است اگرچه بر خلاف منافع خود، اطرافیان و نزدیکان باشد.... طبیعی است که نزدیکان را می‌توان به همفکران، هم‌صنفان، هم‌حزبی‌ها و ... نیز تعمیم داد.
۳. حیطه محاکم و دعاوی؛ منظور پابندی به عدالت در شهادت و گواهی است.
۴. حیطه تعاملات اجتماعی؛ پابندی به عدالت و اتخاذ روش‌های مبتنی بر عدالت یا روش‌های تضمین‌کننده عدالت در حیطه تعاملات اجتماعی و زندگی اجتماعی مورد نظر است.
۵. حیطه منازعات سیاسی اجتماعی؛ منظور منازعات سیاسی اجتماعی جامعه اسلامی است که بالاترین حد آن ممکن است نبردهای مسلحانه باشد، وظیفه مردم ایجاد سازش بر اساس عدالت است.
۶. حیطه داوری و حکمرانی؛ عدالت در حکم نیز مورد نظر قرآن است که هم به داوری تعبیر شده و هم آن را حکومت و حکمرانی معنا کرده‌اند. آنچه از نظر قرآن مهم است پابندی قطعی به حکم و حکمرانی است.
۷. حیطه دشمنان و غیرمسلمانان؛ از نگاه قرآن باید با دشمنان و غیرمسلمانان نیز باید به عدالت رفتار کرد و رقابت و خصومت نباید موجب خروج از عدالت یا رفتار ناعادلانه با آن‌ها شود. عدالت مورد اشاره قرآن را از جزیی‌ترین و خصوصی‌ترین بخش زندگی انسان تا گسترده‌ترین و کلان‌ترین آن می‌توان به شکل نمودار ۱ ترسیم کرد (علیخانی، ۱۳۸۸: ۱۹-۱۷).

نمودار ۱ حیطه‌های عدالت از منظر قرآن کریم



سطح یک این مدل که به حیطه روابط خصوصی افراد می‌پردازد، در بحث مربوط به عدالت در ارتباطات جمعی، موضوعیت ندارد، اما در هر یک از سطوح دیگر امکان بهره‌گیری از رسانه‌های جمعی به منظور برقرای ارتباطات وجود دارد؛ برای مثال، هنگامی که رسانه‌ها وارد تعاملات میان افراد هم حزب می‌شوند به نوعی در ارتباطات سطح دوم مدل یاد شده وارد شده‌اند و به همین ترتیب هنگامی که رسانه‌ها به پوشش دادگاه‌ها و دعاوی طرح شده در آن‌ها می‌پردازند، بحث و گفت‌وگو درباره این قبیل موضوع‌ها را در جامعه بر می‌انگیزند و بسته به نوع پوشش واقعیت‌های مربوط به این دعاوی، وارد فرایند ارتباط شده‌اند که این فرایند ممکن است مبتنی بر عدالت باشد یا نباشد.

از این‌رو، با توجه به گستره کلان فضای ارتباطات جمعی، طرح موضوع عدالت زبانی از نگاه قرآن کریم در آن بسیار حائز اهمیت است و آن را در جایگاهی ممتاز در قیاس با عدالت توزیعی، رویه‌ای و مراوده‌ای قرار می‌دهد.

نهاد اجتماعی رسانه

وسایل ارتباط جمعی در جامعه‌شناسی جدید، اهمیت زیادی یافته و به عنوان نهاد اجتماعی شناخته و مطالعه می‌شوند و در کنار نهادهای خانواده، آموزش، مذهب، اقتصاد و حکومت، کارکردها و مسئولیت‌های معینی دارد.

رسانه‌ها با هدف برآوردن نیازهای اجتماعی خاص و متبلور کردن ارزش‌های غایی اعضای خود تشکیل می‌شوند. نهاد رسانه به نسبت پایدار است و حیطه فعالیت وسیع و متقابل دارد اما در عین حال، رسانه‌ها بر محور یک رشته هنجارها، ارزش‌ها و الگوی رفتاری ساختارمند شده، سازمان یافته و معمولاً مورد پذیرش اکثریت عظیمی از جامعه هستند (کوئن، ۱۳۷۱: ۱۵-۱۱۰).

اگر رسانه را فناوری بدانیم، بنابراین از سخت‌افزار و نرم‌افزار تشکیل شده است. رسانه که یک فناوری ارتباطی است بسیار تابع فرهنگ و جهان‌پدیداری حاکم بر آن است. اگر فرهنگ و جهان‌پدیداری در فناوری‌های دیگر پنهان باشد، در رسانه‌های ارتباطی، بسیار صریح و آشکار است. فرهنگ، نرم‌افزار زندگی است و زندگی پویاست، بنابراین فرهنگ نیز پویاست و وسیله پویایی فرهنگ، ارتباطات است و وسیله ارتباطات، رسانه است. پویایی زندگی و فرهنگ به عهده رسانه است و از این روست که خط مشی‌گذاری رسانه‌ای صورت می‌گیرد (فیاض، ۱۳۸۷: ۱۲۳). چنانچه خط مشی‌گذاری رسانه‌ای در جهتی باشد که باعث برآورده ساختن نیازهای زندگی انسان، غنی شدن فرهنگ، و جلوگیری از هرز رفتن استعدادها و توانمندی‌های انسان‌ها بشود، با فرهنگ و جهان‌پدیداری حاکم بر جامعه، سازگاری یافته و باعث ایجاد نظم و تعادل در جامعه خواهد شد. از این رو، پیگیری مفهوم عدالت زبانی در رسانه در نهایت چنین غایتی را دنبال می‌کند؛ یعنی با خط مشی‌گذاری رسانه‌ای متناسب با فرهنگ و زیست بوم جامعه بتوان در نهایت آن جامعه را به سوی اعتدال سوق داد.

نظریه‌های هنجاری رسانه

در نظریات گوناگون مربوط به ارتباطات و رسانه‌ها، سلسله‌ای از نظریات مطرح شده‌اند که به نام نظریه‌های هنجاری شناخته می‌شوند:

بر اساس نظریه‌های هنجاری، رسانه‌ها باید الزاماتی را هم در قبال جامعه خود و هم در قبال رأس جامعه یعنی ساختار قدرت و نیز در قبال مخاطبان خود رعایت کنند. این دسته از نظریات به مسائل مربوط به مقررات و کنترل رسانه‌ها، پیگیری اهداف جامعه، فواید مورد انتظار جامعه از رسانه‌ها، اینکه رسانه‌ها باید برای مخاطبان به دنبال فراهم کردن چه چیزهایی باشند، می‌پردازند. نظریه‌های هنجاری، شاخص‌هایی را برای داوری درباره عملکرد رسانه‌ها در یک جامعه در اختیار قرار می‌دهند و گرچه ممکن است در یک جامعه اختلاف نظرهایی در خصوص انتخاب یک نظریه هنجاری باشد، در کل، هر نظام رسانه‌ای اغلب در یک کشور، نسخه متمایز خود از نظریه هنجاری یا ترکیبی از نظریات هنجاری را بر می‌گزیند (MCQuail, 1983: 65). این نظریه‌ها، به الزامات، باید‌ها و نبایدها و هنجارهایی که رسانه‌ها باید در مقابل جامعه، اجرا و عناصر و نهادهای گوناگون آن، رعایت کنند، می‌پردازند:

این بایدها و نبایدها برخاسته از نظام اجتماعی و فرهنگی یک جامعه است که از جمله آنها می‌توانیم به قوانین مکتوب مربوط به رسانه‌ها، پاره‌های ایدئولوژی و پیش‌فرض‌های ضمنی موجود در جامعه اشاره کرد. دیدگاه‌های هنجاری رسانه نتیجه مجموعه‌ای از بایدها و نبایدها در نهادهای متنوعی است که در تعادل با رسانه قرار دارند. رابطه رسانه با هر یک از نهادها، شرایط و موقعیت عمل رسانه، مبانی فلسفی و فکری پایه‌گذاران آن و ریشه‌های شکل‌گیری رسانه و نیز ارزش‌ها و آموزه‌ها و اصول دینی از جمله بسترهای شکل‌گیری نظریه‌های هنجاری در ارتباطات جمعی به شمار می‌آیند (باهنر در ترکاشوند، ۱۳۸۹: ۲۲).

نظریه‌های هنجاری ارائه شده در خصوص رسانه‌ها که دنیس مک‌کویل در کتاب *نظریه ارتباطات جمعی* به تفصیل آنها را دسته‌بندی کرده و در قالب شش نظریه ارائه کرده است، عبارت‌اند از: ۱. نظریه اقتدارگرا ۲. نظریه لیبرالی ۳. نظریه مسئولیت اجتماعی ۴. نظریه کمونیستی شوروی ۵. نظریه رسانه‌های توسعه‌گرا ۶. نظریه مشارکت دموکراتیک. هر یک از این نظریات، مختصات و ویژگی‌های مطلوب و مورد انتظار از رسانه‌ها را در قالب الزامات و هنجارهایی مطرح کرده‌اند.

بر اساس این دسته‌بندی کلی و با درجه بالایی از تسامح می‌توان تصور کرد که رسانه‌ها در تولید و ارسال پیام‌های خود، یا مصالح خود را در نظر دارند یا مصالح گیرنده پیام را، به عبارت دیگر مدار تولید پیام رسانه یا فرستنده پیام است یا گیرنده پیام (ترکاشوند، ۱۳۸۹: ۱۹).

به نظر می‌رسد در میان رویکردهای نظری هنجاری گوناگون به رسانه، عدالت‌محوری و عدالت‌گرایی، مورد توجه و تمرکز قرار نگرفته است. اگر رویکردی عدالت‌گرا به رسانه در پیش گرفته شود، رسانه‌ها در ابعاد گوناگون متعهد به رعایت الزامات و پایبندی به هنجارهایی خواهند بود که مبنا و اساس آن، عدالت است اما هنجارهای مبتنی بر عدالت نیز باید برخاسته از فرهنگ بومی هر جامعه باشد و مورد پذیرش مردم آن جامعه قرار گرفته باشد. یکی از ابعادی که می‌توان در یک رویکرد عدالت‌محور به رسانه‌ها مورد تمرکز قرار داد، بُعد زبانی رسانه است. کاربرد زبان در رسانه‌ها به نحو خاصی است؛ به گونه‌ای که آن را از زبان طبیعی متمایز می‌کند، از این رو، هنجارهای زبانی رسانه که بر مبنای رویکردی عدالت‌محور به رسانه جهت می‌دهند نیز متمایز خواهند بود.

هنجارهای توسعه عدالت زبانی در رسانه‌ها

عدالت زبانی چیست؟ نگارنده کتاب *دانش اداره دولت و حکومت*، در تعریفی از عدالت زبانی، آن را عدالتی با دستور زبانی خاص می‌داند که در آن، واژگان، معرف برتری‌های قومی و نژادی و حرفه‌ای و اجتماعی، قابل فهم و معنی نیستند و به دلیل فقدان اصالت، آگاهانه از ساخت و بافت زبان رایج مردم آگاهانه دور می‌شوند (پورعزت، ۱۳۸۷: ۴۷۰). همچنین در این اثر، مفهوم «سلطه زبان» یا «زبان‌سالاری» در مقابل عدالت زبانی به این شرح تعریف شده است؛ سلطه‌ای که به واسطه قدرت بیشتر در استفاده و کاربرد زبان، برای برخی از افراد یا

گروه‌های اجتماعی ایجاد می‌شود و از طریق آن می‌توانند سایر آحاد جامعه را تحت نفوذ قرار دهند (همان: ۳۸۲).

در عدالت زبانی، از یک سو، ساخت زبان و از سوی دیگر، سطح توانمندی زبانی مورد توجه قرار می‌گیرد: در حالت اول تأکید می‌شود که ساخت زبان و مجموعه واژگان نباید مجالی برای توسعه ظلم فراهم سازد. بر اساس این مفهوم از عدالت، باید واژگانی که تبعیض، ظلم و تحمیل اراده را تسهیل می‌کنند، از ساخت زبان حذف شوند و بر واژگان مقدم و مؤید عدالت و برابری بیشتر تأکید شود.

در حالت دوم، توانمندی زبانی آحاد جامعه مد نظر قرار می‌گیرد؛ با این تأکید که باید شرایطی فراهم شود تا همه افراد بتوانند بدون دشواری‌های زبانی، حق خود را از دیگران بازپس گیرند و از موقعیت مناسب و متعادلی در مقایسه با دیگر آحاد اجتماعی برخوردار شوند.

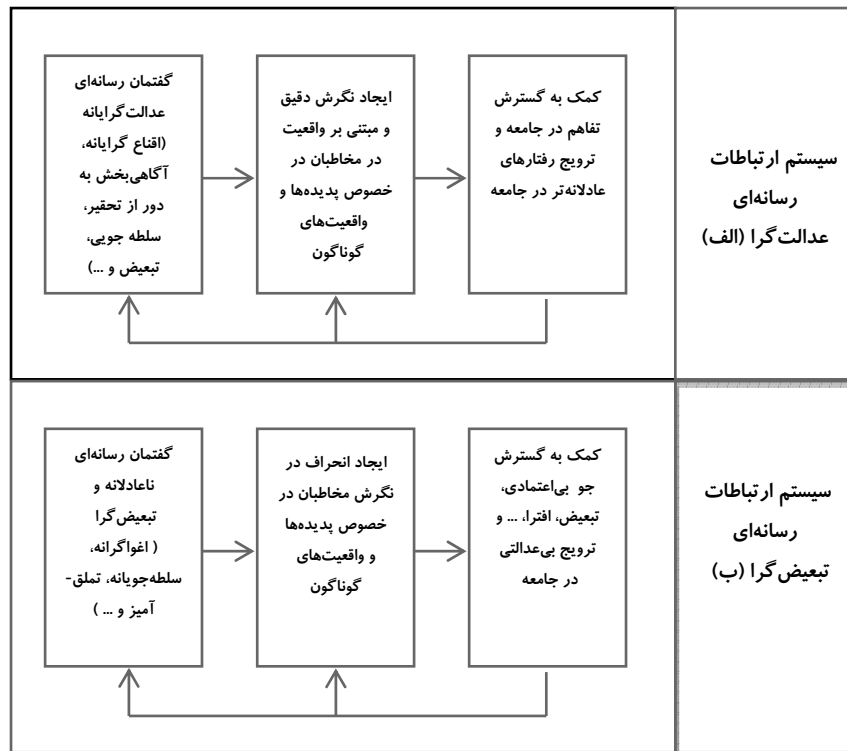
بنابر این تحقق عدالت زبانی در رسانه مستلزم سه امر مهم است:

۱. ساخت زبان رسانه باید از واژگان تبعیض‌آمیز، تحقیرآمیز و اغواگرانه مبرا باشد.
۲. ساخت زبان رسانه باید از واژگان و اصطلاحات و جملاتی که جایگاه عادلانه رسانه، نهادهای مختلف جامعه و آحاد جامعه را در برابر یکدیگر به درستی تبیین می‌کنند، بهره‌مند باشد.
۳. افراد باید از توانمندی زبانی کافی برای دستیابی به حق خویش از طریق رسانه برخوردار باشند.

گفتمان رسانه‌ای عاری از تبعیض، تحقیر و اغوا

تداول واژگان تملق‌آمیز یا تحقیرکننده یا اغواگرانه در زبان رسانه و حاکم بودن گفتمانی که بازتولیدکننده تحقیر، تملق، اغوا و ... باشد آثار بسیار مخربی بر روند توسعه عدالت اجتماعی در جامعه برجا می‌گذارد. زبان، ساخت ذهن را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بنابراین، غالب شدن گفتمان تبعیض و تحقیر، در رسانه‌های جمعی، اذهان مخاطبان را برای پذیرش رفتارهای ظالمانه مستعد می‌سازد و آنچه بر ذهن مستولی می‌شود، در عمل خود را نشان می‌دهد، زیرا آدمی پشت زبان خویش پنهان است و نوشته افراد ترجمان ذهن آنهاست و افراد، با سخن گفتن شناخته می‌شوند (نهج/البلاغه، حکمت ۲۹۳، ۳۷۳ و ۳۸۴).

نمودار ۲ مقایسه سیستم‌های زبانی رسانه‌های مبتنی بر گفتمان‌های عدالت‌گرا و تبعیض‌گرا



منبع (بر گرفته و تطبیق یافته از : Pourezzat, 2009)

همان‌طور که در نمودار ۲ ملاحظه می‌شود، سیستم ارتباطات رسانه‌ای الف، به گسترش تفاهم و ترویج رفتارهای عادلانه‌تر در جامعه کمک می‌کند؛ در حالی که سیستم ارتباطات رسانه‌ای ب، موجب ظلم، ستم و تبعیض است. «برای مثال، تداول واژگانی چون اشراف‌زاده، نجیب‌زاده، خان، پرنس، سلطان، اعلیٰ حضرت، صاحب، ارباب، و نظایر آن و همچنین تداول واژگانی چون غلام، برده و کنیز، و انواع و اقسام توهین‌ها و فحاشی‌ها و رواج آن‌ها در زبان عامه مردم، فرهنگ جامعه را مستعد پذیرش تحقیر و رواج تبعیض و پذیرش ظلم و همزیستی با آن می‌سازد؛ در حالی که مبرا بودن زبان از این‌گونه واژگان تملق‌بار یا تبعیض‌آمیز و تحقیرکننده، و اصرار مردم بر اجتناب از آن‌ها، بر ظرفیت توسعه عدالت‌زبانی و به تبع آن، ابراز رفتارهای عادلانه و توسعه عدالت اجتماعی می‌افزاید.

وجود برخی ساخته‌های ادبی و تداول آن‌ها در زبان عامه، موجب عدالت‌گستری می‌شود. جملاتی نظیر این جمله که فقط امتی پاکیزه است که در آن حق زیردست بدون لکنت زبان از فرادست بازستانده شود (نهج/البلاغه، نامه ۵۳) و باور به آن، ساخت اجتماعی ویژه و گفتمان‌هایی را ایجاد می‌کند که ظلم کردن در آن بسیار دشوار خواهد شد. این مفهوم که پیش

از این با تأکید بر ضرورت مبرا بودن زبان از واژگان تبعیض‌آمیز به صورت سلبی مطرح شده بود، در اینجا به صورت ایجابی با تأکید بر ضرورت تجهیز زبان به آموخته‌ها و گزاره‌های عدالت‌گرایانه مطرح می‌شود» (Pourezzat, 2009).

عدالت زبانی از نگاه قرآن کریم

در این بررسی، به منظور دستیابی به رویکرد قرآن کریم به موضوع عدالت زبانی، به ویژه در ارتباطات عمومی و اجتماعی، از روش تحقیق موضوعی در قرآن کریم^۱، استفاده شده است. در این روش، اولین گام، تشخیص و تعیین کلمه یا کلماتی است که عنوان کننده موضوع مورد بررسی هستند. عناوینی که برای تحقیق موضوعی در قرآن برمی‌گزینیم، در یک طبقه‌بندی کلی به دو نوع تقسیم می‌شوند:

نوع اول، عناوینی هستند که برگرفته از کلمات و عبارات قرآن هستند و محقق علاقه‌مند است، معنا و مفهوم و جایگاه دقیق آن‌ها را بازشناسی کند. در این صورت، واژگان کلیدی تحقیق، همان کلمات و عبارات قرآنی خواهند بود؛ مانند، “خبیر”، “ابرار”.

نوع دوم، عناوینی که از بیرون به قرآن عرضه می‌کنیم؛ عناوین موضوع‌هایی که محقق در جست‌وجوی کشف دیدگاه قرآن درباره آن‌هاست. پس از تشخیص و تعیین عنوان موضوع با کلمه و کلمات کلیدی، که به طور مستقیم، از قرآن دریافت نمی‌شوند، بلکه برگرفته از مسائل و موضوع‌های مختلف‌اند، در صورتی که کلمات کلیدی موضوع تحقیق، عربی نباشند، با مراجعه به کتب لغت یا سؤال از دیگران، آن را به زبان عربی برمی‌گردانیم. باید دقت کرد که مراد و منظور از عنوان تحقیق را، به زبان عربی برگردانیم و به ترجمه تحت‌اللفظی اکتفا نکنیم.

در بررسی حاضر، در مشورت با خبرگان علوم قرآنی، به دلیل تمرکز موضوع تحقیق بر کاربرد زبان یعنی گفتار و گفتمان، واژه “قول” و دیگر واژگان مشتق از آن برای جست‌وجو در قرآن کریم انتخاب شدند که شامل اشکال فعل ماضی (معلوم و مجهول)، مضارع (معلوم و مجهول) امر، و اشکال اسمی نادری مانند اقاویل (در آیه ۴۴ سوره حاقه) می‌شود. بنابراین به‌رغم اینکه در نگاه اول، واژه “لسان” برای این بررسی مناسب به نظر می‌رسد، اما در حقیقت، این واژه، معادل کلمه زبان به مثابه یک نظام ارتباطی است نه گفتار و گفتمان و کاربرد زبان در ارتباطات اجتماعی.

با بهره‌گیری از نرم‌افزار “جامع التفاسیر” که از امکان جست‌وجوی پیشرفته در قرآن کریم و ۱۸۴ عنوان تفسیر فارسی و عربی در ۱۲۲۵ جلد برخوردار است، نشانی آیاتی را که کلمه “قول” یا کلمات هم‌خانواده‌اش در آن‌ها به کار رفته بودند، استخراج و آیات به ترتیب شماره سوره‌های‌شان از آخر به اول قرآن مرتب شدند. در مجموع ۱۷۲۲ آیه قرآن کریم، واژه “قول” یا یکی از هم‌خانواده‌های آن را در برداشت که این آیات در بافت (سیاق) خود در قرآن بررسی شده‌اند. از این رو، در مجموع، ۴۹۵۰ آیه قرآن کریم بررسی و مفهوم‌یابی شده‌اند.

در تدبیر و تأمل در خصوص موضوع گفتار و کلام در آیات قرآن کریم، ویژگی‌های کلام مطلوب به ویژه ارتباطات کلامی عمومی و جمعی از نگاه قرآن کریم، تبیین شده است که شامل کلام مبتنی بر عدالت یا عدالت زبانی از نگاه قرآن نیز می‌شود. به عبارت دیگر، به جهت عدالت و حکمت خداوند، گفتار مطلوب مورد نظر قرآن، گفتار مبتنی بر عدالت نیز خواهد بود و در آن عدالت زبانی مراعی است. حقیقت این است که به جهت نگاه نظام‌مندی که در قرآن مجید در خصوص هر موضوعی وجود دارد، آنچه در مجموع در آیات قرآن، توصیه شده یا به مثابه الگو ارائه شده است از تعادل و اعتدالی برخوردار است که نگاه ناقص بشری از این ویژگی برخوردار نیست. از این رو، هنگامی که الزامات مربوط به گفتار (چه الزامات ایجابی و چه سلبی) از نگاه قرآن، طرح می‌شوند، به جهت این ویژگی قرآن کریم، اطمینان کافی از اینکه به‌طور قطع، گفتار مطلوب قرآن، همان گفتار مبتنی بر عدالت است، وجود دارد. به عبارت دیگر هریک از الزامات مورد نظر قرآن کریم در خصوص گفتار مطلوب، جزیی از یک منظومه و شرط لازم هستند ولی شرط کافی نیستند، چنانچه، اگر گفتار به ویژه در ارتباطات عمومی یا جمعی، از برخی ویژگی‌های مورد نظر قرآن کریم برخوردار باشد اما برخی دیگر را نداشته باشد، در این صورت زبان و گفتاری عادلانه به شمار نمی‌رود.

در واقع، با دو رویکرد ایجابی و سلبی، الزامات و حذرهای مورد نظر قرآن در خصوص گفتار، بررسی، تجزیه و تحلیل شده است تا الگویی عملیاتی برای خط مشی‌گذاری محتوای زبانی رسانه‌هایی ارائه شود که خود را دینی و متعهد به قرآن کریم می‌دانند.

لازم به ذکر است که در بررسی آیات قرآن کریم در خصوص ارتباطات کلامی که اعم از گفتار و سخن گفتن است و شامل نوشتار نیز می‌شود، تلاش شده است تا تمرکز بر آیاتی از قرآن کریم صورت گیرد که در آن فقط ارتباطات انسانی میان فردی مورد نظر نباشد و قابل الگوگیری و عملیاتی شدن در فضای ارتباطات جمعی باشد. به عبارت دیگر، صورت‌بندی‌های اجتماعی زبانی یا گفتمان، هدف قرار گرفته است. برای مثال، بر آیات و مباحثی که مربوط به ارتباطات میان انسان و خدا یا انسان با خود بوده، یا مشخصاً ارتباطات میان فردی بین دو انسان بوده است، در تجزیه و تحلیل آیات، تمرکز نشده است؛ چرا که هدف، دستیابی به الزامات و دستمایه‌هایی برای عمل رسانه‌های جمعی بوده است.

مختصات ارتباطات زبانی عادلانه

با تدبیر در آیات قرآن که شامل کلمه "قول" و هم خانواده‌های آن هستند و مراجعه به تفسیر/المیزان، تلاش شده است تا مختصات گفتار مطلوب و عادلانه از نگاه قرآن کریم برشمرده شود. لازم به تأکید است که در ذکر این مختصات هیچ‌گونه اولویت و ترتیبی، موضوعیت ندارد و شماره‌گذاری آن‌ها براساس اهمیت یا اولویت نیست و شواهدی که دال بر اهمیت و ترجیح یکی از این ویژگی‌ها بر دیگری باشد، مشاهده نشد. به نظر می‌رسد که هر

یک از این ویژگی‌ها یک کیفیت از گفتار و کلام سالم، مطلوب و عادلانه مورد نظر قرآن را بیان می‌کند و اصولاً کلامی را که به درستی بتوان مصداق یکی از کیفیت‌های مورد نظر قرآن دانست، از دیگر ویژگی‌های مورد نظر قرآن کریم نیز برخوردار است و ذکر این مختصات برای تبیین شفاف‌تر و روشن‌تر موضوع از نگاه قرآن کریم است.

الف. گفتار مطلوب (ممدوح)

در قرآن کریم، دست کم ۱۲ ویژگی برای گفتار مطلوب و ممدوح خداوند متعال ذکر شده است که می‌توانند ویژگی‌های گفتار مطلوب و مبتنی بر عدالت رسانه‌ای را تشکیل دهد:

۱. گفتار نیکو و زیبا (حسن)

حَسَن (بر وزن فرس) وصف است به معنی زیبا و نیکو. «فَتَقَبَّلَهَا رَبُّهَا بِقَبُولٍ حَسَنٍ» (آل عمران/ ۳۷) «پروردگارش او را پذیرفت پذیرشی نیکو». «مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا» (بقره/ ۲۴۵) موارد استعمال آن: قبول حسن، قرض حسن، متاع حسن، رزق حسن، اجر حسن، بلاء حسن و غیره است (قاموس قرآن، ج ۲: ۱۳۵).
در آیات متعددی در قرآن کریم بر گفتار حسن و نیکو یا حتی احسن تأکید شده است که در ذیل، این آیات معرفی و رویکرد آن‌ها به گفتار تبیین شده است.

آیه ۱۸ زمر، ۳۹:

- الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ
- آن کسانی که به سخن گوش می‌دهند و از بهترین آن پیروی می‌کنند، ایشانند کسانی که خدا هدایتشان کرده و اینان خردمندانند.
- المیزان: احسن گفتار، گفتاری است که در آن، امید به رشد و دستیابی به حق وجود دارد و آسیب و زیانی به پیگیری‌کننده آن وارد نمی‌کند (ج ۱۷: ۲۵۰).
- در این آیه که بیشتر بر جانب مخاطب تأکید دارد تا جانب پیام‌رسان، قرآن کریم توصیه به شنیدن و توجه به پیام‌ها و اقوال گوناگون و گزینش خردمندانه بهترین‌ها از میان آن‌ها دارد. اما رسانه‌های دینی یا رسانه‌هایی که آیات قرآن کریم را مبنای فعالیت خود قرار داده‌اند، باید عرضه‌کننده نیکوترین و زیباترین پیام‌ها و اقوال باشند تا مخاطبان، حتی غیرمسلمانان به پیام‌های این رسانه‌ها توجه کنند.

آیه ۴۶ عنکبوت، ۲۹:

- وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ وَقُولُوا آمَنَّا بِالَّذِي أُنْزِلَ إِلَيْنَا وَأَنْزَلَ إِلَيْكُمُ وَالْهَنَا وَالْهَكْمُ وَاحِدٌ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ

- با اهل کتاب، جز به نیکوترین شیوه‌ای مجادله مکنید. مگر با آن‌ها که ستم پیشه کردند و بگویند: به آنچه بر ما نازل شده و آنچه بر شما نازل شده ایمان آورده‌ایم. و خدای ما و خدای شما یکی است و ما در برابر او گردن نهاده‌ایم.
- المیزان: مجادله‌ای [گفت‌وگوی مبتنی بر بحث و استدلال] نیکو است که از غلاظ و شداد و طعنه و اهانت، عاری باشد (ج ۱۶: ۱۳۸).

آیه ۸۳، بقره، ۲:

- وَ إِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَ بِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَ الْيَتَامَىٰ وَ الْمَسْكِينِ وَ قُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَ أَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَ آتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَ أَنْتُمْ مُّعْرِضُونَ.
- به یاد آرید آن هنگام را که از بنی‌اسرائیل پیمان گرفتیم که جز خدا را نپرستید و به پدر و مادر و خویشاوندان آن و یتیمان و درویشان نیکی کنید و به مردمان سخن نیک گویند و نماز بخوانید و زکات بدهید. ولی جز اندکی از شما، پشت کردید و شما باید روی‌گردانندگان.
- علامه طباطبایی در بحث درباره این آیه به نقل از اصول کافی، از نگاه امام صادق (ع) ذکر کرده است که گفتار حسن، گفتاری بهتر از آنچه هر فردی دوست دارد آن گونه مورد مخاطبه قرار گیرد، است، و به نقل از امام باقر (ع) حیا، عفت و بردباری در کلام، و دوری از دشنام، طعن و لعن، ویژگی‌های گفتار حسن یا نیکو دانسته شده است (المیزان، ج ۱: ۲۱۸).

۲. گفتار معروف

آیه ۲۱ محمد، ۴۷:

- طَاعَةٌ وَ قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ فَإِذَا عَزَمَ الْأَمْرُ فَلَوْ صَدَقُوا اللَّهَ لَكَانَ خَيْرًا لَّهُمْ
- فرمانبرداری است و گفتن سخن پسندیده. و چون تصمیم به جنگ گرفته شد، اگر با خدا صداقت ورزند برایشان بهتر است.
- المیزان: گفتار پسندیده، گفتاری است که عقل و عقلا آن را تایید می‌کنند و می‌پذیرند. (ج ۱۸: ۲۴۰)
- می‌توان گفت منظور از چنین گفتاری، گفتاری است که با شعور متعارف جامعه (common sense) تناسب و هماهنگی داشته باشد و در نظر مردم و اندیشه آن‌ها پسندیده آید.

آیه ۲۶۳ بقره، ۲:

- قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَ مَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتْبَعُهَا أَذًى وَ اللَّهُ غَنِيٌّ حَلِيمٌ
- گفتار پسندیده و بخشایش، بهتر از صدقه‌ای است که آزاری به دنبال داشته باشد. خدا بی‌نیاز و بردبار است.
- المیزان: گفتار معروف، گفتاری است که مردم آن را بد و ناپسند نمی‌شمارند.

- در تفسیر این آیه نیز علامه طباطبایی بر شعور متعارف جامعه تأکید دارد یعنی گفتاری، معروف است که نزد عقلا و به طور کلی مردم، پسندیده محسوب شود.

۳. گفتار سالم و اطمینان بخش

آیه ۸۸ و ۸۹ زخرف، ۴۳:

- وَ قِيلَ يَرْبِّ إِنَّا هَؤُلَاءِ قَوْمٌ لَا يُؤْمِنُونَ (۸۸) فَاصْفَحْ عَنْهُمْ وَقُلْ سَلَامٌ فَسَوْفَ يَعْلَمُونَ (۸۹)
- گفتارش این بود: ای پروردگار من، اینان مردمی هستند که ایمان نمی آورند. (۸۸) پس، از آن‌ها درگذر و بگو: ایمنی است شما را. آری به زودی خواهند دانست. (۸۹)

آیه ۵۸ یس، ۳۶:

- سَلَامٌ قَوْلًا مِّن رَّبِّ رَحِيمٍ
- سلام، سخن پروردگار مهربان است.

آیه ۶۳ فرقان، ۲۵:

- وَ عِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا
- بندگان خدای رحمان کسانی هستند که در روی زمین به فروتنی راه می‌روند و چون جاهلان آنان را مخاطب قرار دهند، به آن‌ها به سلام، سخن گویند.
- المیزان: سلام، گفتاری است که سالم باشد و لغو و عبث نباشد و به دور از اثم و گناه باشد. کما اینکه در آیه ۲۶ وره واقعه فرموده است: «لَا يَسْمَعُونَ فِيهَا لَغْوًا وَلَا تَأْثِيمًا إِلَّا قِيلًا سَلَامًا سَلَامًا». (ج ۱۵: ۲۳۹)
- به نظر می‌رسد که سلامت گفتار به این معنی است که، از آن زیان و ضرری به مخاطبان نرسد و در تعامل با مخاطبان، باعث اطمینان و آرامش بخشیدن به مخاطبان شود نه اینکه در آن‌ها تشویش و اضطراب ایجاد کند.

۴. گفتار سدید

آیه ۷۰ احزاب، ۳۳:

- يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَ قُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا
- ای کسانی که ایمان آورده‌اید، از خدا بترسید و سخن محکم بگویید
- المیزان: منظور از گفتار سدید، گفتار مطابق با واقع و عمل است و گفتاری است که لغو و بیهوده و مترتب فساد نباشد و ثمره و فایده‌ای داشته باشد. (ج ۱۶: ۳۴۷)
- براساس آیه ۷۱ احزاب، ۳۳، در نتیجه قول سدید، امور اصلاح می‌شود. به عبارت دیگر می‌توان گفت با به‌کارگیری چنین گفتار و کلامی در رسانه، امور جامعه نیز به سوی صلاح و فلاح پیش خواهد رفت.

آیه ۹ نساء، ۴:

- وَ لِيُخْشِيَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

• باید از خدای بترسند کسانی که اگر پس از خویش فرزندانی ناتوان بر جای می‌گذارند، از سرنوشت آنان بیمناک‌اند. باید که از خدای بترسند و سخن عادلانه و به صواب گویند

• المیزان: قول سدید، گفتاری است که باورپذیر و قابل انجام شدن باشد. (ج ۴: ۲۰۱)

• سدید از سَدّ مشتق شده است و به معنی محکم و استوار است. (فرهنگ ابجدی عربی فارسی: ۴۸۱). در واقع صفت و ویژگی سدید را برای گفتاری می‌توان به‌کار گرفت که خدشه‌ناپذیر و غیرقابل رد و قابل دفاع باشد. برای مثال، شایعه که به راحتی می‌توان در آن تردید کرد یا حدس و گمان‌ها و گفتار تردیدآمیز و غیریقینی و بسیاری از گمانه‌زنی‌هایی که در رسانه‌ها تحت عناوین مختلف مطرح می‌شوند، ذیل گفتار سدید شمرده نمی‌شوند. برای مثال، هنگامی که اخباری غیرموثق یا به نقل از منابعی همچون منابع ناشناس، منابع آگاه، منابعی که خواسته‌اند نام‌شان فاش نشود و ... در رسانه‌ها منتشر می‌شوند، مصداق چنین گفتاری نیستند.

۵. گفتار طیب

آیه ۲۴ حج، ۲۲:

- وَ هُذُوا إِلَى الطَّيِّبِ مِنَ الْقَوْلِ وَ هُذُوا إِلَى صِرَاطٍ الْحَمِيدِ
- آنان به آن سخن پاک و به راه خداوند ستودنی راهنمایی شده‌اند.
- المیزان: گفتار طیب، در مقابل گفتار خبیث قرار دارد و گفتار خبیث به هرگونه گفتار باطل اطلاق می‌شود. (ج ۱۴: ۳۶۱)

۶. گفتار بلیغ

آیه ۶۳ نساء، ۴:

- أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَ عَظِيمٌ وَ قُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا
- خداوند از دلهایشان آگاه است. از آنان اعراض کن و اندرزشان بده به چنان سخنی که در وجودشان کارگر افتد.
- المیزان: منظور از گفتار بلیغ، گفتاری است که انسان را به تأمل و تفکر و عاقبت‌نگری وادارد. (ج ۴: ۴۰۴)
- کسانی که عمل آن‌ها ریاکارانه است (قلب مریضی دارند) باید از آن‌ها روگرداند و آن‌ها را موعظه کرد و با قول بلیغ و رسا با آن‌ها گفت و گو کرد.

۷. گفتار فصل

آیات ۱۳ و ۱۴ طارق، ۸۶:

• إِنَّهُ لَقَوْلُ فَصْلٍ (۱۳) وَمَا هُوَ بِالْهَزْلِ (۱۴)

- این کتاب، حق را از باطل جدا کند، (۱۳) و سخن هزل نیست. (۱۴)
- المیزان: قول فصل، حق را از باطل به طور شفاف جدا می‌کند و تباین می‌بخشد و جایی برای تردید نمی‌گذارد. (ج ۲۰: ۳۶۱)

۸. گفتار منصفانه

آیه ۲۹ اعراف، ۷:

مَنْ أَمَرَ رَبِّي بِالْقِسْطِ وَأَقِيمُوا وُجُوهَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَادْعُوهُ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ كَمَا بَدَأَكُمْ تَعُودُونَ

- بگو: پروردگار من به عدل فرمان داده است، و به هنگام هر نماز روی به جانب او دارید و او را با ایمان خالص بخوانید. و هم چنان که شما را آفریده است باز می‌گردید.
- المیزان: منظور از قسط، انصاف و اعتدال و اجتناب از افراط و تفریط است. (ج ۸: ۷۳)
- این آیه، بر عدل و انصاف، به معنای عام دلالت دارد اما در فضای ارتباطات، به ویژه ارتباطات کلامی، انصاف و عدالت در گفتار و زبان، تخصیص پیدا می‌کند. بنا براین، تمرکز رسانه باید تلاش برای تحقق عدل و انصاف باشد و چون در رسانه این تلاش از طریق ارتباطات به ویژه ارتباطات کلامی صورت می‌گیرد، باید گفتار و زبان رسانه مبتنی بر انصاف و قسط باشد.

آیه ۱۵۲ انعام، ۶:

• وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَأَنْكَلِفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَٰلِكُمْ وَصَّيْكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

- به مال یتیم نزدیک مشوید مگر به نیکوترین وجهی که به صلاح او باشد تا به سن بلوغ رسد و پیمان و وزن را از روی عدل تمام کنید. ما به کسی جز به اندازه توانش، تکلیف نمی‌کنیم. و هرگاه سخن گویند عادلانه بگویند هر چند به زیان خویشاوندان باشد. و به عهد خدا وفا کنید. اینهاست آنچه خدا شما را بدان سفارش می‌کند، باشد که پند گیرید.
- المیزان: مراد در این آیه این است که از کلام‌تان که ممکن است نفع یا ضرری برای دیگران داشته باشد، مراقبت کنید و در آن عدالت را رعایت کنید و مراقب باشید که در کلام تحت تأثیر عواطف یا محبت و لطف کسی، از جانب حق تجاوز نکنید و به نفع کسانی که آن‌ها را دوست می‌دارید و به زیان کسانی که از آن‌ها ناخرسندید، سخن مگویید. (ج ۷: ۳۷۶)

۹. گفتار نرم و لین

آیه ۴۴ طه، ۲۰:

• فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى

• با او به نرمی سخن گوید، شاید پند گیرد، یا بترسد.

• المیزان: مراد از گفتار نرم و لین، کلام به دور از خشونت و عنف است که این از ضروری‌ترین آداب دعوت و گفت‌وگو است. (ج ۱۴: ۱۵۴)

آیه ۲۸ اسراء، ۱۷:

• وَإِمَّا تَعْرِضْ عَنْهُمْ أِتِنَا رَحْمَةً مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

• و اگر به انتظار گشایشی که از جانب پروردگارت امید می‌داری از آن‌ها اعراض می‌کنی، پس با آن‌ها به نرمی سخن بگوی.

• المیزان: منظور از گفتار میسور، گفتار نرم و ملایم و بدون شداد و غلاظ است که در مقابل مخاطب، با خشکی سخن گفته نمی‌شود. (ج ۱۳: ۸۳)

۱۰. گفتار خردمحور (بصیرت‌بخش)

آیه ۱۰ قیامت، ۷۵:

• يَقُولُ الْإِنْسَانُ يَوْمَئِذٍ أَتَيْنَ الْمَفْرَ

• انسان در آن روز می‌گوید: راه‌گریز کجاست؟

آیه ۹ زمر، ۳۹:

• أَمَّنْ هُوَ قَانِتٌ آنَاءَ اللَّيْلِ سَاجِدًا وَقَائِمًا يَحْذَرُ الْآخِرَةَ وَيَرْجُوا رَحْمَةَ رَبِّهِ قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولَئِكَ أَلَّا يَتَذَكَّرُوا

• آیا آن کس که در همه ساعات شب به عبادت پرداخته، یا در سجود است یا در قیام، و از آخرت بیمناک است و به رحمت پروردگارش امیدوار است، با آن که چنین نیست یکسان است؟ بگو: آیا آن‌هایی که می‌دانند با آن‌هایی که نمی‌دانند برابرند؟ تنها خردمندان پند می‌پذیرند.

• یکی از قالب‌های کلامی و الگوهای بیانی قرآن کریم که باعث برانگیختن تفکر در مخاطبانش می‌شود، قالب استفهامی است که با به‌کار بردن پرسشی تأمل‌برانگیز، خرد مخاطبان خود را خطاب قرار می‌دهد. برای مثال «قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولَئِكَ أَلَّا يَتَذَكَّرُوا» به نظر می‌رسد رسانه برای اقناع افکار عمومی، در ژانرهای مختلف برنامه‌ای، به ویژه در برنامه‌های خبری و دینی خود می‌تواند به منظور دعوت افکار عمومی به تأمل و تعمق در خصوص یک موضوع، به جای بیان مستقیم آن که اغلب باعث دلزدگی و باورناپذیری آن می‌شود، مخاطبان را با این قالب پرسشی خطاب قرار دهد تا مخاطب از بیان گزاره‌های اخباری، احساس جهت‌دهی توسط رسانه را پیدا نکند و از

طرف دیگر تأمل در خصوص یک موضوع و پذیرش خردمندانه آن توسط مخاطب، باور و نگرش پایدارتر و با ثبات‌تری را نزد مخاطب ایجاد می‌کند.

- ارتباطات اقناعی و خردمدار را می‌توان ارتباطات مبتنی بر عدالت زبانی دانست چرا که در آن تمرکز بر روی خرد و عقلانیت مخاطبان قرار دارد و از این رو، هیچ‌گونه دستکاری یا دخل و تصرف مبتنی بر حب و بغضی در جهت ظلم یا تبعیض بر کسی یا ترجیح فردی یا گروهی بر دیگری در آن راه ندارد.

آیه ۱۰۸ یوسف، ۱۲:

• **قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ**

• بگو: این راه من است. من و پیروانم، همگان را در عین بصیرت به سوی خدا می‌خوانیم. منزله است خدا و من از مشرکان نیستم.

• دعوت با بصیرت، کارکرد گفتار رسانه است. در ارتباطات کلامی و تعامل با مخاطبان باید بر تقویت اندیشیدن و قدرت تعمق و تأمل مخاطبان تمرکز صورت گیرد، چون نتیجه اندیشیدن و تأمل حقیقی، اطاعت از خداوند است. در حقیقت این آیه از قرآن کریم بر اهمیت ارتباطات اقناعی و خردمحور تأکید دارد که بر اقناع افکار عمومی در خصوص موضوع‌های گوناگون متمرکز است. این حاکی از نگاه احترام‌آمیز قرآن به انسان به مثابه موجودی عقلایی و خردگراست که در صورت برقراری ارتباط اقناع‌گرایانه با او، می‌توان امید به اثربخشی این ارتباط یعنی پذیرش و عمل به پیام مورد نظر داشت.

۱۱. گفتار غفلت‌زدا

در آیات گوناگون قرآن کریم، بر جنبه انذار و بیم‌دهندگی پیام‌ها به منظور زدودن غبار غفلت از چشم و دل انسان‌ها تأکید شده است و این موضوع، یکی از کارکردهای مطلوب زبان در دعوت و برقراری ارتباط را تعیین می‌کند.

آیات ۸ و ۹ ملک، ۶۷:

• **تَكَادُ تَمِيزُ مِنَ الْغَيْظِ كُلَّمَا أَلْقَىٰ فِيهَا فَوْجٌ سَأَلُوهُمْ خَزَنَتُهَا أَلَمْ يَأْتِكُمْ نَذِيرٌ (۸) قَالُوا بَلَىٰ قَدْ جَاءَنَا نَذِيرٌ فَكَذَّبْنَا وَقُلْنَا مَا نَزَّلَ اللَّهُ مِن شَيْءٍ إِنْ أَنْتُمْ إِلَّا فِي ضَلَالٍ كَبِيرٍ (۹)**

• [جهنم] نزدیک است که از خشم پاره‌پاره شود. و چون فوجی را در آن افکنند، خازنانش گویندشان: آیا شما را بیم‌دهنده‌ای نیامد؟ (۸) گویند: چرا، بیم‌دهنده آمد ولی تکذیبش کردیم و گفتیم: خدا هیچ چیز نازل نکرده است، شما در گمراهی بزرگی هستید. (۹)

• براساس آیه‌های ۸ و ۹ سوره ملک ۶۷: به نظر می‌رسد از همنشینی قول و انذار می‌توان دریافت که مصداق انذار رسانه برای مخاطبان در جهت غفلت‌زدایی، بازگو کردن و تذکر هوشمندانه آیات قرآن کریم برای مخاطبان باشد.

آیه ۳۸ توبه، ۹:

• **يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا مَا لَكُمْ إِذَا قِيلَ لَكُمْ انْفِرُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ اتَّقَلْتُمْ إِلَى الْأَرْضِ أَرْضَيْتُمْ بِالْحَيَاةِ الدُّنْيَا مِنَ الْآخِرَةِ فَمَا مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا فِي الْآخِرَةِ إِلَّا قَلِيلٌ**
 • ای کسانی که ایمان آورده‌اید، چیست که چون به شما گویند که برای جنگ در راه خدا بسیج شوید، گویی به زمین می‌چسبید؟ آیا به جای زندگی اخروی به زندگی دنیا راضی شده‌اید؟
 متاع این دنیا در برابر متاع آخرت جز اندکی هیچ نیست
 • براساس این آیه در سرلوحه ارتباطات کلامی و گفتاری رسانه باید دعوت به شتاب در راه خداوند باشد که به علت غفلت انسان و ترجیح دنیا بر آخرت، بسیاری از آن غافل شده‌اند.

۱۲. گفتار امیدبخش

آیه ۵۳ زمر، ۳۹:

• **قُلْ يَا عِبَادِيَ الَّذِينَ أَسْرَفُوا عَلَىٰ أَنْفُسِهِمْ لَا تَقْنَطُوا مِنْ رَحْمَةِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يَغْفِرُ الذُّنُوبَ جَمِيعًا إِنَّهُ هُوَ الْغَفُورُ الرَّحِيمُ**
 • بگو: ای بندگان من که بر زیان خویش اسراف کرده‌اید، از رحمت خدا مأیوس مشوید. زیرا خدا همه گناهان را می‌آمرزد. اوست آمرزنده و مهربان.
 • المیزان: منظور از قنوط، یاس و ناامیدی است. (ج ۱۷: ۲۷۹)
 • الگوی ارائه شده در این آیه را می‌توان در زبان و گفتار رسانه نیز محور قرار داد و مخاطبان گوناگون را با عبارات و دعوت امیدبخش خطاب قرار داد.

ب. گفتار نامطلوب (مذموم)

در کنار ۱۲ ویژگی و الزام تبیین شده در خصوص گفتار مبتنی بر عدالت از نگاه قرآن کریم، دست کم ۱۰ ویژگی و بایسته را نیز می‌توان برای گفتار مذموم و ناپسند از نگاه قرآن کریم برشمرد که به صراحت خداوند متعال آن‌ها را نهی کرده و ناپسند دانسته است. لازم به ذکر است که این ویژگی‌ها نیز همچون ویژگی‌های گفتار عادلانه و مطلوب از نگاه قرآن، به جهت امکان الگودهی به رسانه در تعاملات کلامی و گفتاری خود احصا شده‌اند و همه موارد گفتار و کلام مطلوب از نظر قرآن کریم را شامل نمی‌شوند.

۱. گفتار زخرف (آراسته ظاهر فریب)

آیه ۱۱۲ انعام، ۶:

- وَ كَذٰلِكَ جَعَلْنَا لِكُلِّ نَبِيٍّ عَدُوًّا شَيَاطِيْنَ الْاِنْسِ وَالْجِنِّ يُوحِي بَعْضُهُمْ اِلَىٰ بَعْضٍ زُخْرُفَ الْقَوْلِ غُرُورًا وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ مَا فَعَلُوْهُ فَذَرُهُمْ وَمَا يَفْتَرُوْنَ
- و همچنین برای هر پیامبری دشمنانی از شیاطین انس و جن قرار دادیم. برای فریب یکدیگر، سخنان آراسته القا می‌کنند. اگر پروردگارت می‌خواست، چنین نمی‌کردند. پس با افتراپی که می‌زنند رهای‌شان ساز.
- المیزان: کلام زخرف، کلامی است که ظاهری آراسته و زینت داده شده دارد و به حق شباهت دارد اما حق نیست. (ج ۷: ۳۲۱)
- زخرف: به معنی زینت است و کلام زخرف، به معنی کلام آراسته و زینت داده شده است. (لسان العرب، ج ۹: ۱۳۳)
- بسیاری از اوقات، کلام با لایه‌ای آراسته ملون می‌شود و این نوع دستکاری و دخل و تصرف، در حقیقت باعث انحراف اذهان و افکار عمومی می‌شود که از مصادیق عدم رعایت عدالت زبانی به شمار می‌رود.

۲. گفتار بی‌عمل (قیل و قال و هیاو)

آیات ۲ و ۳ صف، ۶۱:

- يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ (۲) كَبُرُ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ (۳)
- ای کسانی که ایمان آورده‌اید، چرا سخنانی می‌گویید که به کارشان نمی‌بندید؟ (۲) خداوند سخت به خشم می‌آید که چیزی بگویید و به جای نیاورید. (۳)
- المیزان: در این آیه هرگونه تخلف و انحراف عمل از گفتار و ادعا، توبیخ و مذمت شده است و این گونه رفتار و سلوک، منافقانه است. (ج ۱۹: ۲۴۹)
- این آیات بر عامل بودن و پایبند بودن خود پیام‌رسان تأکید می‌کنند. از این آیات برمی‌آید که باید خود رسانه و عوامل آن اعم از گویندگان، مجریان، نویسندگان، فیلمنامه‌نویسان و کارگردانان و دیگر عوامل باید خود در درجه اول به پیامی که برای مخاطبان می‌فرستند، عامل و پایبند باشند. آیه ۴ صف، ۶۱ هم که پس از دو آیه قبلی ذکر شده است، حاکی از این حقیقت است که خداوند متعال بر عمل کردن و عامل بودن بسیار تأکید می‌کند تا کلام و گفتار صرف، و عمل مجاهدانه، مطلوب و محبوب خداوند است.

آیه ۱۵ حجرات، ۴۹:

- إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ ءَامَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ لَمْ يَرْتَابُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ أُولَٰئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ
- مؤمنان کسانی هستند که به خدا و پیامبر او ایمان آورده‌اند و دیگر شک نکرده‌اند، و با مال و جان خویش در راه خدا جهاد کرده‌اند. اینان راستگویانند.

• المیزان: لم یرتابوا، به این معنی است که هیچ تردیدی در خود راه ندادند و منظور از جهاد هم صرف نیرو و تلاش در راه خداوند اعم از جانی و مالی در حد استطاعت و توان است. (ج ۱۸: ۳۳۰)

• براساس این آیه گفتار و کلام صرف در راه حق ارزش ندارد، بلکه عمل مجاهدانه و ایثارگرانه مورد تأکید خداوند است. به عبارتی کسانی می‌توانند به جامعه خط‌دهی کنند و در پیام‌رسانی حقیقی به جامعه به توفیق و کامیابی برسند که خود نیز صادق باشند و تردیدی در خصوص پیام‌ها و موضوع‌هایی که برای مخاطبان تبیین می‌کنند، نداشته باشند و برای تحقق آن‌ها حاضر به پرداخت هرگونه هزینه و جانفشانی باشند.

۳. گفتار هزل (سست)

آیه ۱۴ طارق، ۸۶:

گفتار هزل در آیه ۱۴ سوره طارق، در مقابل گفتار فصل مذمت شده است.

• إِنَّهُ لَقَوْلُ فَصْلٍ (۱۳) وَمَا هُوَ إِلَّا هَزْلٌ (۱۴)

• این کتاب، حق را از باطل جدا کند (۱۳) و سخن هزل نیست. (۱۴)

• المیزان: هزل به معنی غیرجدی است. (ج ۲۰: ۲۶۱)

• هزل به معنی لاغر شدن است. راغب اصفهانی می‌گوید: هزل هر کلام بی‌فایده است. تشبیه شده به لاغری. طبرسی آنرا لعب گفته است یعنی: این قرآن، کلامی قاطع است و شوخی نیست. در نهج البلاغه خطبه ۱۸۹ در وصف دنیا فرموده: «جدها هزل» جدی آن شوخی است. این لفظ، فقط یکبار در کلام‌الله آمده است. (قاموس قرآن، ج ۷: ۱۵۵)

۴. گفتار سلطه‌جویانه (متفرعانه و متکبرانه)

آیه ۲۴ نازعات، ۷۹:

• فَقَالَ أَنَا رَبُّكُمُ الْأَعْلَى

• و [فرعون] گفت: من پروردگار برتر شما هستم

• نگاه فرادستانه به انسان‌ها و مخاطبان گوناگون و آن‌ها را فرودست و فرومایه دیدن، مشابه همان رویکردی است که فرعون متکبرانه در مقابل قومش داشت.

۵. گفتار معاندانه و لجاجت‌آمیز (مجادله ناپسند)

آیه ۴۶ عنکبوت، ۲۹:

• وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ وَقُولُوا آمَنَّا بِالَّذِي أُنزِلَ إِلَيْنَا وَأَنْزَلَ إِلَيْكُمُ وَإِلَٰهُنَا وَإِلَٰهَكُمْ وَاحِدٌ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ

- با اهل کتاب، جز به نیکوترین شیوه‌ای مجادله نکنید. مگر با آن‌ها که ستم پیشه کردند و بگویند: به آنچه بر ما نازل شده و آنچه بر شما نازل شده ایمان آورده‌ایم و خدای ما و خدای شما یکی است و ما در برابر او گردن نهاده‌ایم.
- المیزان: منظور از مجادله احسن که در مقابل اهل کتاب توصیه شده، گفتاری است که در آن لجاجت و عنادی در بحث نباشد تا از خلال بحث، امکان ظهور حق و دستیابی به آن فراهم شود. (ج ۱۶: ۱۳۸)

۶. گفتار باطل (منحرف از حق)

- آیه ۳۰ حج، ۲۲:
- ذَٰلِكَ وَمَنْ يُعْظَمْ خُرْمَتِ اللَّهِ فَهُوَ خَيْرٌ لَهُ عِنْدَ رَبِّهِ وَأَحَلَّتْ لَكُمْ الْأَنْعَامَ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ فَاجْتَنِبُوا الرِّجْسَ مِنَ الْأَوْثَانِ وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ
 - همچنین هر کس دست از حرام بدارد، نزد پروردگارش برایش بهتر است. و چارپایان بر شما حلالند مگر آن‌هایی که برای تان خوانده شده. پس، از بت‌های پلید و سخن باطل و دروغ اجتناب ورزید.
 - المیزان: مراد از "زور" در این آیه، انحراف از حق است و از این رو، سخن باطل، سخن زور، دانسته می‌شود.
 - گفتاری که زور ندارد، یعنی گفتاری که قوت و اعتباری ندارد و در این زمینه این کلمه بین عربی و فارسی مشترک است. (لسان العرب، ج ۴: ۳۳۵)

۷. گفتار خبیث (ناپاک)

- آیه ۲۴ حج، ۲۲:
- وَهْدُوا إِلَى الطَّيِّبِ مِنَ الْقَوْلِ وَهْدُوا إِلَى صِرَاطِ الْحَمِيدِ
 - آنان به آن سخن پاک و به راه خداوند ستودنی راهنمایی شده‌اند
 - طیب در قرآن کریم، در مقابل خبیث ذکر شده است

آیه ۲۶ ابراهیم، ۱۴:

- وَمَثَلُ كَلِمَةٍ خَبِيثَةٍ كَشَجَرَةٍ خَبِيثَةٍ اجْتُثَّتْ مِنْ فَوْقِ الْأَرْضِ مَا لَهَا مِنْ قَرَارٍ
- و مثل سخن ناپاک چون درختی ناپاک است، که ریشه در زمین ندارد و برپا نتواند ماند.
- کلمه خبیثه را کلمه کفر و شرک گفته‌اند چنان‌که کلمه طیبیه را در آیه ما قبل، کلمه توحید. ولی می‌شود گفت: مراد از آن عموم شرک و قانون‌های غیرطبیعی و کلمات ناحق باشد و مراد از کلمه طیبیه، خلاف آن. (قاموس قرآن، ج ۲: ۲۲۰)

۸. گفتار تبعیض‌گرا

- نگاه تبعیض‌گرا، نژادپرستانه، و تمایزبخشی بین ما و دیگری که در آن، "ما" برتر و والاتر است و "دیگری"، پست و فرومایه و از مرتبه انسانی پایین‌تری برخوردار است، نگاهی است که ابلیس در قبال انسان دارد. این رویکرد، اکنون در بسیاری از رسانه‌های جهان جاری و حاکم است و اغلب دشمن‌سازی‌ها و دیگری‌سازی‌ها، حاکی از چنین رویکردی است. این رویکرد نژادپرستانه ابلیس در آیات متعددی در قرآن کریم ذکر شده است که برخی از آن‌ها ذکر می‌شوند:

آیات ۷۵ و ۷۶، ۳۸:

- قَالَ يَا ابْلِيسُ مَا مَنَعَكَ اَنْ تَسْجُدَ لِمَا خَلَقْتُ بِيدِي اَسْتَكْبَرْتَ اَمْ كُنْتَ مِنَ الْعَالِينَ (۷۵) قَالَ اَنَا خَيْرٌ مِّنْهُ خَلَقْتَنِي مِنْ نَّارٍ وَ خَلَقْتَهُ مِنْ طِينٍ. (۷۶)
- گفت: ای ابلیس، چه چیز تو را از سجده کردن در برابر آنچه من با دو دست خود آفریده‌ام منع کرد؟ آیا بزرگی فروختی یا مقامی ارجمند داشتی؟ (۷۵) گفت: من از او بهترم. مرا از آتش آفریده‌ای و او را از گل. (۷۶)

آیه ۱۲ اعراف، ۷:

- قَالَ مَا مَنَعَكَ اَلَّا تَسْجُدَ اِذْ اُمِرْتُكَ قَالَ اَنَا خَيْرٌ مِّنْهُ خَلَقْتَنِي مِنْ نَّارٍ وَ خَلَقْتَهُ مِنْ طِينٍ
- خدا گفت: وقتی تو را به سجده فرمان دادم، چه چیز تو را از آن بازداشت؟ گفت: من از او بهترم، مرا از آتش آفریده‌ای و او را از گل

آیات ۳۲ و ۳۳ حجر، ۱۵:

- قَالَ يَا ابْلِيسُ مَا لَكَ اَلَّا تَكُونَ مَعَ السَّاجِدِينَ (۳۲) قَالَ لَمْ اَكُنْ لِّلْاِسْجُدِ لِشَيْءٍ خَلَقْتَهُ مِنْ صَلْصَالٍ مِّنْ حَمَإٍ مَّسْنُونٍ. (۳۳)
- گفت: ای ابلیس، چرا تو از سجده کنندگان نبودی؟ (۳۲) گفت: من برای بشری که از گل خشک، از لجن بویناک آفریده‌ای سجده نمی‌کنم. (۳۳)

۹. گفتار کذب (دروغ)

آیات ۲۲۱ تا ۲۲۳ شعراء، ۲۶:

- هَلْ اَنْتُمْ عَلَىٰ مَن تَنْزَلُ الشَّيَاطِينُ (۲۲۱) تَنْزَلُ عَلَىٰ كُلِّ فَاكٍ اِثِمٍ (۲۲۲) يُقْتُونِ السَّمَعَ وَ اَكْثَرُهُمْ كَاذِبُونَ (۲۲۳)
- آیا شما را آگاه کنم که شیاطین بر چه کسی نازل می‌شوند؟ (۲۲۱) بر هر بسیار دروغگوی گنهکار نازل می‌شوند. (۲۲۲) گوش فرا می‌دهند و بیشترین آنان دروغگویانند. (۲۲۳)

● المیزان: در مجمع البیان، افاک، به معنی کذاب دانسته شده است و افک، در اصل به معنی قلب کردن و برگرداندن است و افاک، کسی است که این کار را بسیار انجام می‌دهد یعنی خبر را از جهت و جانب صدق به جانب و جهت کذب بر می‌گرداند و قلب می‌کند. (ج ۱۵: ۳۳۰)

۱۰. گفتار لغو (بی‌ثمر)

آیات ۵۴ و ۵۵ قصص، ۲۸:

● أُولَئِكَ يُؤْتَوْنَ أَجْرَهُمْ مَرَّتَيْنِ بِمَا صَبَرُوا وَ يَذَرُونَّ بِالْحَسَنَةِ السَّيِّئَةَ وَ مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنفِقُونَ (۵۴)
وَ إِذَا سَمِعُوا اللَّغْوَ أَعْرَضُوا عَنْهُ وَ قَالُوا لَنَا أَعْمَلْنَا وَ لَكُمْ أَعْمَلْنَا سَلَامٌ عَلَيْكُمْ لَا نَبْغِي الْجَاهِلِينَ (۵۵)

● اینان به سبب صبری که کرده‌اند دو بار پاداش داده شوند. اینان بدی را به نیکی می‌زدایند و نیز از آنچه روزیشان داده‌ایم انفاق می‌کنند. (۵۴) و چون سخن لغوی بشنوند، از آن اعراض کنند و گویند: کردارهای ما از آن ما و کردارهای شما از آن شما. به سلامت بمانید. ما خواستار جاهلان نیستیم. (۵۵)

● المیزان: لغو، گفتاری است که شایستگی اشتغال و تمرکز بر آن را ندارد.
● لغو، سخن گفتن بدون اندیشه یا به عبارت دیگر سخن چرند و پرند است که نمی‌توان به آن اتکا کرد. (فرهنگ ابجدی عربی - فارسی: ۷۴۶).

علاوه بر ۲۲ ویژگی یاد شده، در موارد زیادی، خداوند متعال به خط مشی سکوت حکیمانه، صبر و عدم اعتنا و آشفته نشدن در مقابل برخی گفتارهای جاهلانه، منافقانه، ظالمانه، ناشایست، مجادله‌آمیز، توهین‌آمیز، خصومت‌آمیز و ... امر کرده است که رسانه‌ها می‌توانند به عنوان یک خط مشی اساسی در مقابل دشمنان، رقبا و ... در پیش بگیرند و به‌طور قطع در نتیجه اجرا و در پیش گرفتن این خط مشی، بسیاری از مسائل کنونی موجود در سپهر رسانه‌ای کشور بروز نخواهند کرد.

برخی از آیات قرآن کریم که در چنین فضایی، به خاموشی، صبر حکیمانه و معنادار و متانت و گوش سپردن همراه با متانت و صبوری توصیه می‌کنند:

آیه ۱۰ مزل، ۷۳:

● وَ اصْبِرْ عَلَىٰ مَا يَقُولُونَ وَ اهْجُرْهُمْ هَجْرًا جَمِيلًا
● و بر آنچه می‌گویند صبر کن و به وجهی پسندیده از ایشان دوری جوی

آیه ۴۸ قلم، ۶۸:

● فَاصْبِرْ لِحُكْمِ رَبِّكَ وَ لَا تَكُنْ كَصَاحِبِ الْخُوتِ إِذْ نَادَىٰ وَ هُوَ مَكْظُومٌ
● در برابر فرمان پروردگارت صابر باش و چون صاحب ماهی مباحش که با دلی پراندوه ندا در داد

آیه ۴ منافقون، ۶۳:

آیه ۴۵ طور، ۵۲:

• قَدْ رَزَمَهُمْ حَتَّى يَلْقَاوْا يَوْمَهُمُ الَّذِي فِيهِ يُصْنَعُونَ

• پس آن‌ها را واگذار تا روزی را که در آن به هلاکت می‌رسند، بنگرند

آیه ۳۹ قاف، ۵۰:

• فَاصْبِرْ عَلَىٰ مَا يَقُولُونَ وَسَبِّحْ بِحَمْدِ رَبِّكَ قَبْلَ طُلُوعِ الشَّمْسِ وَقَبْلَ الْغُرُوبِ

• در برابر آنچه می‌گویند، پایداری کن. و در ستایش پروردگارت پیش از برآمدن آفتاب و

پیش از غروب آن تسبیح گوی

• فَاصْبِرْ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ فِيمَا تُرِيدُكَ بَعْضَ الَّذِي نَعِدُهُمْ أَوْ نَتَوَفَّيْكَ فَإِلَيْنَا يَرْجِعُونَ

• پس صبر کن، البته وعده خدا راست است. یا بعضی از آن چیزها را که به آن‌ها وعده داده‌ایم

به تو نشان می‌دهیم یا تو را بمیرانیم و آن‌ها به نزد ما بازگردانیده شوند.

آیه ۱۷ ص، ۳۸:

• اَصْبِرْ عَلَىٰ مَا يَقُولُونَ وَادْكُرْ عَبْدَنَا دَاوُدَ ذَا الْأَيْدِ إِنَّهُ أَوَّابٌ

• بر هر چه می‌گویند صبر کن. و از بنده ما داود قدرتمند، که همواره به درگاه ما توبه می‌کرد، یادآور.

نتیجه‌گیری

رسانه‌های جمعی در پیام‌رسانی به مخاطبان، اصول، هنجارها و الزاماتی را در دستور کار خود دارند. از قرآن کریم که پیام الهی برای بشر است، می‌توان برای پیام‌رسانی در رسانه‌های جمعی و دستیابی به هنجارهایی به منظور توسعه ارتباط عادلانه زبانی با مخاطبان الگو گرفت.

تدبر و تأمل روشمند در قرآن کریم، دو رویکرد ایجابی و سلبی آیات به ارتباطات کلامی را نشان می‌دهد که بر اساس هر رویکرد، می‌توان الزامات و هنجارهایی رسانه‌ای به منظور برقراری ارتباط مطلوب و در نتیجه، عادلانه رسانه‌های جمعی با مخاطبان تعیین کرد. در بررسی آیات قرآن، دست کم ۱۲ هنجار ایجابی و دست کم ۱۰ هنجار سلبی برای ارتباطات کلامی مطلوب و عادلانه، احصا شده است که رسانه‌های کشور می‌توانند در خط مشی‌گذاری محتوای زبانی خود آن‌ها را در نظر بگیرند.

آنچه در این مقاله طرح شده است، هنجارهایی هستند که به منظور عملیاتی شدن به وسیله سیاست‌گذاران رسانه‌ای، نیازمند بررسی و مطالعات دیگری است؛ از جمله اینکه هر یک از هنجارهای یاد شده، در نگاه اول، ممکن است در تعارض با یکدیگر باشند. برای مثال به‌کارگیری زبان محکم و قاطع در مقابل استفاده از زبان نرم و لین، در تضاد با یکدیگر دیده می‌شوند، اما باید توجه داشت که هنجارهای مورد نظر قرآن کریم برای موقعیت‌ها و مخاطبان گوناگون ارائه شده‌اند و همه آن‌ها برای مخاطبان یکسانی طرح نشده‌اند. در حقیقت،

هنجارهای یاد شده در این بررسی، یک نظام معرفتی و دانشی را در اختیار خط مشی‌گذاران رسانه‌ای قرار می‌دهند تا متناسب با اقتضائات مربوط به مخاطب، نوع تعامل و ارتباطات رسانه و زبانی که رسانه باید در قبال آن مخاطب در پیش گیرند را تشخیص دهند و به کار گیرند. در تعامل با مخاطبان عادی، به ویژه مسلمانان، نوعی از ارتباط مورد تمرکز قرار می‌گیرد که برای مثال، ضمن شفاف، نرم و ملایم بودن، باید بر اندیشه و خرد آن‌ها متمرکز باشد. در بسیاری از موارد در قبال دشمنان و رسانه‌های آن‌ها، منافقان، جاهلان و ... سکوت معنادار، مدیرانه و حکیمانه، مورد نیاز و تأکید است که این نوع تعامل در قبال دیگر مخاطبان تجویز نمی‌شود. به طور خلاصه، به نظر می‌رسد که رسانه‌هایی که داعیه الگوگیری از فرهنگ قرآنی دارند، می‌توانند با تأمل بر هنجارهای مورد نظر قرآن در مخاطبه با مخاطبان خود، موقعیت‌ها و شرایط گوناگون را مدیریت و ارتباطات اثربخشی را با مخاطبان برقرار کنند.

پی‌نوشت‌ها

۱. قرآن کریم بر حسب تعلیم پیامبر اکرم (ص) به ۵۵۵ واحد موضوعی تقسیم می‌شود. این تقسیم اعجاز‌آمیز، از قدیم‌الایام به "رکوعات قرآنی" مشهور بوده است؛ به این مناسبت که پیامبر اکرم (ص) پس از قرائت سوره حمد در رکعات اول و دوم نمازهای یومیه، گاه یک سوره کوچک و بیشتر اوقات یکی از این قسمت‌ها را می‌خوانده‌اند و پس از آن به رکوع می‌رفته‌اند. این رکوعات قرآنی که هر کدام یک واحد موضوعی هستند، حداقل محدوده سیاق آیات را مشخص می‌کنند و ما را با روند بیان مطلب آشنا می‌سازند. این فصل‌بندی پر رمز و راز در بسیاری از نسخه‌های قرآن با علامت (ع) (رکوع) در پایان هر قسمت مشخص شده است، اما در برخی چاپ‌های قرآن در قرن اخیر، به علت بی‌توجهی به اهمیت این تقسیم‌بندی، این علامت حذف شده است، و در برخی نسخه‌ها و چاپ‌های قرآن نیز، به دلیل کم‌توجهی به آن در بعضی موارد فراموش شده یا احیاناً جا به جا نهاده شده است. تعیین محدوده سیاق آیات اصلی، به این دلیل است که بدانیم برای بررسی و مفهوم‌یابی و فهم بهتر و بیشتر آیه اصلی، تا چه اندازه به آیات بعد و قبل از آن مراجعه کنیم. برای مطالعه بیشتر ر.ک به (مرادی زنجانی و لسانی فشارکی، ۱۳۸۵).
۲. برای مطالعه بیشتر درباره این روش، رجوع شود به مرادی زنجانی، حسین و لسانی فشارکی، محمدعلی، روش تحقیق موضوعی در قرآن کریم، انتشارات قلم مهر (۱۳۸۵).

منابع

- ابوالفضل جمال‌الدین محمد بن مکرم؛ ابن منظور، لسان العرب، ج ۴ و ج ۷.
- بهشتی، سیدعلیرضا. جستارهایی در شناخت اندیشه سیاسی معاصر غرب، انتشارات موسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- پورعزت، علی اصغر، ب، مبانی دانش اداره دولت و حکومت، انتشارات سمت، ۱۳۸۷.
- پورعزت، علی اصغر، الف. مختصات حکومت حق‌مدار در پرتو نهج البلاغه امام علی (ع)، شرکت انتشارات علمی فرهنگی، ۱۳۸۷.

ترکاشوند، علی اصغر. *الگوی هنجاری رسانه ملی از دیدگاه رهبران جمهوری اسلامی ایران*، با مقدمه و همکاری دکتر ناصر باهنر و گفتارهایی از دکتر حسام‌الدین آشنا و دکتر پیمان جبلی، انتشارات دانشگاه امام صادق(ع) و اداره کل پژوهش سیما، ۱۳۸۹.

شعیری، حمیدرضا. *مبانی معناشناسی نوین*، انتشارات سمت، ۱۳۸۱.
طباطبایی، علامه سیدمحمدحسین. *تفسیرالمیزان (نرم/فزار جامع تفاسیر نور)*، مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی، ۱۳۸۴.

علیخانی، علی‌اکبر. *عدل و قسط در قرآن از منظر سیاسی*، در علیخانی، علی‌اکبر و همکاران، *نظریه سیاسی عدالت*، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری با همکاری مرکز تحقیقات دانشگاه امام صادق(ع)، ۱۳۸۸.

فیاض، ابراهیم. *ایران آینده به سوی الگویی مردم‌شناختی برای ابرقدرتی ایران*، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۸۷.

قرآن کریم

قرشی، سید علی‌اکبر. *قاموس قرآن*، دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۵۲.

کوئن، بروس. *درآمدی بر جامعه‌شناسی*، ترجمه محسن ثلاثی، فرهنگ معاصر، ۱۳۷۱.

مولانا، حمید. *ارتباطات جهانی در حال گذر: پایان چندگونگی*، سروش، ۱۳۸۴.

نهج البلاغه امام علی (مجموعه خطبه‌ها، نامه‌ها و کلمات قصار امام علی علیه‌السلام)؛ گردآوری سید شریف رضی، ترجمه محمد دشتی. مؤسسه انتشارات ائمه علیهم‌السلام، ۱۳۸۰.

Dean, Hartley. *Social Policy*, polity Press, 2006.

MCQuail Denis. *Mass Communication Theory; an Introduction*, sage publications, 1983.

Pourezat, Ali A. *the Importance of Linguistic Justice for Continuous Revision of Good Governance*, *Annals of the University of Bucharest*, Volume , 2009.

Swift, Adam. *Political Philosophy*, Polity Press, 2001.

