

# گپ و گفتی با نویسنده کتاب «ارتباطات در قرآن، رسانه‌شناسی»

19 دی 1403

کتاب «ارتباطات در قرآن، رسانه‌شناسی» به بررسی جایگاه و نقش مخاطب در فرآیند ارتباطات از دیدگاه قرآن می‌پردازد. در واقع، به تعامل بین پیام‌دهنده و مخاطب در این کتاب توجه ویژه‌ای شده است.

علیرضا پویا، محقق، استاد دانشگاه صدا و سیما و نویسنده کتاب‌هایی چون خبر و خبررسانی در قرآن کریم، پیام و پیام‌رسانی، و رسانه‌شناسی در قرآن است. او سال‌هاست که به پژوهش در زمینه ارتباطات و رسانه از منظر قرآن مشغول است و آثارش همواره مورد توجه علاقه‌مندان به این حوزه بوده است. در این گفت‌وگوی تفصیلی، به بررسی مبانی و ظرفیت‌های ارتباطات و رسانه در قرآن پرداخته‌ایم و از آخرین دستاوردهای پژوهشی او در این زمینه پرسیده‌ایم.

– شما در این کتاب به مقوله ارتباطات پرداخته‌اید. آیا تمرکز اصلی بر ارتباط انسان‌ها با یکدیگر است یا بیشتر به نقش رسانه و رسانه‌شناسی در قرآن پرداخته‌اید؟

موضوع اصلی کتاب، بررسی مفاهیم ارتباطات و رسانه در قرآن است. این مباحث ابعاد گسترده‌ای دارند، از ارتباطات فردی و اجتماعی گرفته تا نقش پیام‌رسان و مخاطب در این فرآیند. البته ارتباط در قرآن تنها به بعد اجتماعی محدود نمی‌شود، بلکه جنبه‌های الهی و ارتباط انسان با خداوند نیز در این کتاب الهام‌بخش مورد توجه قرار گرفته است.

در کتاب‌های من تلاش کرده‌ام جنبه‌های مختلف این موضوع را بررسی کنم. آثارم عمدتاً بر پایه پایان‌نامه و پژوهش‌هایی هستند که در حوزه ارتباطات و رسانه در قرآن انجام داده‌ام. هدف اصلی‌ام این است که نشان دهم قرآن چه ظرفیت‌های عمیقی در این حوزه دارد. اولین کتابم «خبر و خبررسانی در قرآن کریم» بود که براساس پایان‌نامه کارشناسی ارشدم نگاشته شد. سپس کتاب «پیام و پیام‌رسانی» را منتشر کردم که در آن به تفصیل به ماهیت پیام در قرآن پرداخته‌ام. اخیراً هم کتاب «رسانه‌شناسی در قرآن» در هفته پژوهش رونمایی شد. این کتاب بر نقش رسانه و ابزارهای انتقال پیام از نگاه قرآنی تمرکز دارد.

– شما اشاره کردید که این کتاب‌ها براساس پژوهش‌های قرآنی نوشته شده‌اند. لطفاً درباره فرآیند تحقیق و منابع مورد استفاده توضیح دهید.

این پژوهش‌ها بر مبنای یادداشت‌برداری دقیق از آیات قرآن انجام شده‌اند. در طول سال‌ها، یادداشت‌هایی از آیات قرآنی برداشته‌ام که تعداد آن‌ها اکنون به حدود هزار یادداشت می‌رسد. برای تحلیل این یادداشت‌ها، به تفاسیر معتبر مانند «تفسیر المیزان»، «تفسیر نمونه» و «مجمع‌البیان» رجوع کرده‌ام.

همچنین از منابع مرتبط با علوم ارتباطات و رسانه بهره برده‌ام تا مفاهیم قرآنی را با تخصص خود تطبیق دهم. این کار نیازمند دقت فراوان بود تا استنباط‌هایم با اصول علمی و قرآنی همخوانی داشته باشد. علاوه بر این، از روش تطبیقی استفاده کردم؛ یعنی مفاهیم ارتباطی در قرآن را با نظریه‌های ارتباطی غربی مقایسه کردم. برای مثال، نظریه‌های ارتباطی شانون و ویور یا مدل‌های پیام‌رسانی لاسول و شریدر را با آموزه‌های قرآنی مقایسه کردم تا دیدگاه‌های تطبیقی ارائه کنم.

– کتاب جدیدتان با عنوان «مخاطب‌شناسی در قرآن» چه موضوعاتی را پوشش می‌دهد؟

این کتاب به بررسی جایگاه و نقش مخاطب در فرآیند ارتباطات از دیدگاه قرآن می‌پردازد. در واقع، به تعامل بین پیام‌دهنده و مخاطب در این کتاب توجه ویژه‌ای شده است.

در قرآن، مخاطب به‌عنوان یک عنصر فعال شناخته می‌شود، نه صرفاً یک دریافت‌کننده منفعل. قرآن کریم همواره به مخاطب خود احترام می‌گذارد و برای اقناع او از روش‌های متنوعی مانند استدلال، تمثیل، و داستان‌گویی استفاده می‌کند. در این کتاب، تلاش کرده‌ام به این نکات توجه کنم و ابعاد گوناگون نقش مخاطب را در ارتباطات قرآنی بررسی کنم. امیدوارم این اثر ظرف دو ماه آینده منتشر شود.



– چرا تصمیم گرفتید مفاهیم ارتباطات و رسانه را از منظر قرآن بررسی کنید؟

این تصمیم به علاقه شخصی‌ام به این حوزه و همچنین به نیاز جامعه برمی‌گردد. ارتباطات و رسانه از مباحث کلیدی دنیای امروز هستند. در دورانی که جهان با انبوهی از اطلاعات و پیام‌های گوناگون روبه‌روست، قرآن به‌عنوان یک منبع الهام‌بخش می‌تواند چراغ راه باشد. از سوی دیگر، قرآن یک کتاب جامع است که در تمام ابعاد زندگی انسان سخن گفته است. وقتی به عمق این کتاب آسمانی نگاه می‌کنیم، می‌بینیم که مفاهیمی مانند پیام‌رسانی، اقناع، و تعامل با مخاطب، همگی در آن وجود دارند. این ظرفیت‌ها انگیزه اصلی من برای ورود به این حوزه بود.

– این علاقه از چه زمانی در شما شکل گرفت؟

این علاقه به دوران تحصیل در دهه ۷۰ بازمی‌گردد. من در سه رشته روانشناسی، معارف دینی و

ارتباطات تحصیل کردم. هر یک از این رشته‌ها تأثیر زیادی بر نگاه من به قرآن داشتند.

تأکید بزرگان دینی، مانند حضرت امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری، بر تدبر در قرآن نیز الهام‌بخش بود. به‌طور خاص، مقام معظم رهبری همواره بر این نکته تأکید دارند که قرآن نباید تنها به قرائت و حفظ محدود شود، بلکه باید در عمق معانی آن تدبر کنیم.

– علاوه بر تأکید بزرگان، آیا عوامل دیگری هم در این مسیر شما را همراهی کردند؟

بله، نظرات مفسران معاصر نیز تأثیر زیادی داشت. برخی از مفسران بزرگ معاصر تأکید کرده‌اند که برای استفاده مؤثر از قرآن در مسائل روز، باید علوم انسانی مدرن را بشناسیم. این آشنایی به ما کمک می‌کند تا مفاهیم قرآنی را بهتر درک کنیم و بتوانیم آن‌ها را با نیازهای جامعه امروز تطبیق دهیم.

– دانشجویان ارتباطات و رسانه چگونه به این نگاه شما واکنش نشان می‌دهند؟

اغلب شگفت‌زده می‌شوند. در کلاس‌ها و نشست‌هایی که برگزار کرده‌ام، وقتی از این زاویه به قرآن نگاه می‌کنیم، دانشجویان متوجه می‌شوند که این کتاب آسمانی می‌تواند مفاهیم ارزشمندی در زمینه‌هایی مانند رسانه و نشانه‌شناسی ارائه دهد. برای بسیاری از آن‌ها، این زاویه نگاه کاملاً جدید است.

– آیا این مفاهیم قرآنی با نظریه‌های غربی در حوزه ارتباطات و رسانه قابل مقایسه هستند؟

از نظر من، مفاهیمی که در قرآن درباره ارتباطات، پیام‌رسانی و رسانه‌شناسی وجود دارد، بسیار عمیق‌تر و جامع‌تر از نظریه‌های غربی است. برای مثال، قرآن به جای تمرکز صرف بر ابزارهای ارتباطی، بر پیام و نحوه انتقال آن تأکید دارد. این دیدگاه بسیار فراتر از نظریه‌های مدرن است. با بیش از ۳۰ سال تجربه در این حوزه، به جرأت می‌گویم که هنوز از ظرفیت‌های قرآن به‌طور کامل بهره‌برداری نکرده‌ایم. با کار بیشتر در این زمینه، می‌توانیم دیدگاه‌های بسیار غنی‌تری از قرآن استخراج کنیم که به حل مسائل دنیای مدرن کمک کنند.