

رادیو قرآن و گفتمان قرآنی

❖ محمدرضا گلی زاده

کارشناس حقوق قضایی و مدیر اجرایی رادیو فرهنگ

چکیده

سخن گفتن و قدرت بیان از خصوصیات انسان و ویژگی و امتیاز برتری او نسبت به حیوانات است. سخن و بیان تبلور اندیشه و تفکر انسان است و خداوند متعال این نیرو و قدرت را تنها در خلقت انسان قرار داده است. خلق الانسان، علمه البیان: (الرحمن: ۳ و ۴) انسان را آفرید و بیان به او آموخت. ارتباط همواره مهم‌ترین شکل خود را در زبان نشان داده است. از سوی دیگر، رشد اندیشه و زبان در میان انسان‌ها، همپای هم بوده و هم در کشف پدیده‌ها در هر حوزه‌ای نقش بسزایی داشته است.

سخن و گفتار، اصلی‌ترین دستمایه‌ای است که رادیو در امور ارتباط به‌کار می‌گیرد. شالوده ارتباط رادیویی بر کاربرد جنبه گفتاری و شنیداری بنا شده است و این ویژگی، رادیو را به‌عنوان رسانه‌ای کور و تکحسی در میان دیگر رسانه‌های دنیای امروز معرفی کرده است.

بیان و تبلیغ ایده، اندیشه و تفکر از رادیو به‌مراتب اثرگذارتر و ماندگارتر از دیگر رسانه‌هاست؛ زیرا ابزار رادیو کلمات است و سخن گفتن یا شنوندگان با کلام و سخن مأنوس‌تر است.

تبلیغ به‌معنای پخش کردن، انشاکردن، نشر دادن و چیزی را شناساندن است. امروزه واژه «تبلیغ» یا پروپاگاندا، بیشتر به‌معنای تأثیرگذاری بر عقیده است که با هدف تحت تأثیر قراردادن عقاید، نگرش‌ها و یا اعمال دیگران با استفاده از نمادهایی چون کلمات، اشارات، پلاکاردها، نشانه‌ها و رفتارها صورت می‌گیرد. راسل درباره تبلیغ می‌نویسد: تبلیغ در گسترده‌ترین معانی آن، فن تأثیرگذاری بر عمل انسانی به‌وسیله تغییر مظاهر فکری است.



تبلیغات

در تعریف تبلیغات آمده است: تلاشی است سازمان یافته و آگاهانه به منظور اثرگذاری بر احساس و ادراک و تغییر نگرش در رفتار مخاطب در جهت اهداف خاص مبلغ.

تبلیغ و رساندن پیام الهی مقدس ترین رسالتی است که خداوند بر دوش پیامبران و رهروان ایشان قرار داده است.

هر یک از افراد که در مشاغل مختلف در امر دین تبلیغ می کنند - از طلاب علوم دینی گرفته تا برنامه سازان رسانه های دینی - به نوعی شغل انبیا را برعهده گرفته اند که باید آداب و اصول این رسالت را رعایت کنند.

از سوی دیگر، در هر دوره ای این ابزار تبلیغ متفاوت بوده که با توسعه جوامع انسانی وزندگی ماشینی و اختراع فناوری های جدید، ابزار و نوع تبلیغات نیز تغییر و مدرن تر شده است. اما بهره گیری از روش های تبلیغ انبیا و آنچه در قرآن آمده است، مبلغان را سریع تر و بهتر در امر تبلیغ کمک می کند و بدون شک کارسازتر و کارآمدتر است.

رادیو

رادیو به دلیل بهره گیری از کلام و گفتار، رسانه ای سنتی و در سبک و سیاق همانند روش نخستین تبلیغ پیام وحی توسط پیامبر عمل می کند. همچنین، رادیو به دلیل همگانی و عمومی بودن در سپهر رسانه ای، رسانه ای نجیب و مدرن شناخته شده است.

ویژگی های رادیو سبب شده است که بتواند در انتقال مفاهیم دینی، کمترین آسیب و بیشترین بهره وری و اثرگذاری را داشته باشد.

قرآن، این کتاب الهی، پیام و پیغام حضرت دوست بر بندگان است که آن را چراغ راه زندگی خود قرار دهند و سعادت مند و رستگار شوند. ما وظیفه داریم این کتاب الهی را به گونه ای تبلیغ کنیم که هم به گوش همه مخاطبان در سراسر جهان برسد و هم از گزند تعریف لفظی و معنوی مصون بماند. رادیو به دلیل ویژگی های خاص خود چون: عمومی بودن، ارزان بودن، دردسترس بودن، سهل الوصول بودن، دلپذیرتر بودن و نجیب بودن، شاید بتوان گفت بهترین رسانه مدرن، سالم و مورد اعتماد و علاقه مردم باشد که می تواند و باید رسالت پیام رسانی و تبلیغ کتاب خود را به دوش کشد.

بسیاری معارف **قرآنی**، دستورالعمل های

زندگی در هر سطح، تنوع قرائات **قرآن**، جذابیت های شکلی و محتوایی، تعدد پیامها و آموزه های دینی، اعجاز، استعاره ها، تمثیلات، حکمت ها و... و از سوی دیگر مصلحت ها و نیازهای مخاطبان، زبان و تخصص لازم برای نشر موضوعات و آموزش های قرآنی را می طلبد که در رسانه های مربوط به صورت گسترده و جذاب باید به آن بپردازند. رادیوهای قرآن و معارف از بدو تأسیس توانسته اند این وظیفه خطیر را به صورتی تخصصی، فنی و تمام وقت به دوش کشیده، آذهنان بسیاری را متوجه و معطوف به خود سازند. البته ضعف هایی در ساختار کلی و نوع برنامه سازی در این رادیوها دیده می شود که می توان با مهندسی پیام و مدیریت آن و تلاش مدیران اهالی این رادیو، به آن حد و اندازه که رهبر فرزانه انقلاب اسلامی از این رسانه انتظار دارند (درجه یک و فاخر بودن) برسد.

رسانه در لغت به معنای «وسیله رساندن» و در اصطلاح به معنای وسیله ارتباطی جمعی است. در فرهنگ علوم اجتماعی، زیر عنوان «وسایل ارتباط جمعی» اینگونه آمده است: «این اصطلاح، مجموع فنون، ابزار و وسایلی را می رساند که از توانایی همزمان انتقال پیام های ارتباطی حسی یا اندیشه ای به شمار بسیاری از افراد به ویژه در فواصل زیاد، برخوردارند؛ مانند: رادیو، تلویزیون، سینما، مطبوعات، کتاب و...»

منظور از رسانه در این مقاله، رسانه به معنای خاص آن، صدا و سیما و به طور ویژه رادیوست.

قرآن کریم در آغاز نزول تحت عوامل داخلی و خارجی خود مجذوب مخاطبانی شد که کافر بودند. این عوامل که خصوصیات خاص **قرآن** است؛ همچون محتوا، مضامین عالی و فراگیر آن، اعجاز و فنون جذب مخاطب، اهداف نزول، روش تبلیغ پیامبر، جذابیت های شکلی و گستره جهانی مخاطبان قرآن و از همه مهم تر کلام و پیغام خداوند بر بندگان است که تأثیر و نفوذ عمیق به قلوب انسان ها می گذارد.

از این رو، **رادیو قرآن** با الهام برنامه ها و روش های تبلیغی که در **قرآن** آمده و پیامبر اعظم (صلی الله علیه و آله) آنها را به کار بست، باید تحولی در اهداف تبلیغی شبکه خود؛ یعنی برنامه ریزی، برنامه سازی، انتخاب عوامل و مجریان و... ایجاد کند تا بتواند رسالت پیام رسانی و ترویج فرهنگ قرآنی را که از اهداف آن شبکه

رادیویی است، انجام داده، بیش از پیش حمایت خود را از این روند افزایش دهد.

اهداف رادیو قرآن

آنچه در پایگاه اطلاع رسانی رادیو قرآن به عنوان مأموریت این رسانه آمده است، عبارت از این است که: **رادیو قرآن** یک رسانه عمومی برای مخاطبان عام و علاقه مند به **قرآن کریم** است که با برنامه های خاص و قرآنی به مأموریت ترویج فرهنگ قرآنی اعم از تلاوت **قرآن کریم**، تدبیر در آیات نورانی آن و نیز تمسک به آن کتاب الهی و تزکیه جان های مشتاق می پردازد. دست اندر کاران **رادیو قرآن** در این راستا سه هدف اصلی را پیگیری می کنند:

- ترغیب و تشویق به قرائت و حفظ **قرآن**؛

- تدبیر در **قرآن**؛

- عمل به قرآن از سوی مخاطبان.

درواقع، هدف اولیه از تأسیس **رادیو قرآن** «قرائت و ایجاد انس با **قرآن** است». در این راستا، این مقاله پیشنهاد دارد که **رادیو قرآن** باید در راستای اهداف نزول **قرآن** گام بردارد و حوزه مخاطبان خود را گسترده تر ببیند؛ زیرا **قرآن** برای همه انسانهاست.

اهداف نزول قرآن

خداوند متعال اهداف نزول **قرآن** را در چهار قسم معرفی می کند:

- دعوت؛

- هدایت؛

- تعلیم؛

- تزکیه.

- دعوت: مهم ترین و اساسی ترین هدف نزول **قرآن**، دعوت انسان به سوی خداست. چنانکه در آیات بسیاری به این موضوع اشاره سریع شده است. در سوره نحل می خوانیم که خداوند به رسولش می فرماید: «به راه پروردگارت با حکمت و پند نیکو (مردم را) فراخوان.»

در سوره احزاب نیز آمده است: «و فراخواننده به سوی خدا و چراغی پرتوافشان». بدون شک مردم، مخاطب این دعوت الهی هستند. چنانکه می فرماید: ما تو را نفرستادیم، مگر آنکه به عموم مردم مژده و بیم دهی. (سبا: ۲۸)

- هدایت: محتوای دعوت هدایت و راهنمایی عمومی مردم به راه راستی که بدون هیچ انحرافی انسان را به زندگی پاک در دنیا و آخرت می رساند؛ هدایتی که در آن رستگاری و سعادت مندی است. **قرآن کریم** در توصیف خود در آیه ۱۸۵ سوره

بقره می‌فرماید: «ماه رمضان که قرآن در آن برای هدایت مردم فرو آمد.» اما شرط تمامیت این هدایت انتخاب این راه توسط مردم است که «پهدی من یشاء و یضل من یشاء».

تعلیم و تزکیه: خداوند در چند آیه رسالت پیامبران؛ به‌ویژه پیامبر اسلام را بیان کرده است که همانا نجات بشر از جهل و پاک‌سازی اخلاق معرفی می‌کند. در آیه «۷» سوره جمعه می‌خوانیم: «او کسی که در میان امیان، پیامبری فرستاد که آیاتش را بر آنها بخواند و اخلاقشان را پاک سازد و کتاب قرآن و فرزندی را به آنها بیاموزند، گرچه پیش از این در گمراهی آشکار بودند».

به موجب این آیه، خداوند چهار وظیفه را برای پیامبر ترسیم کرده است:

– تلاوت آیات قرآن؛

– تزکیه اخلاقی و رفتاری مردم تا تکمیل انسانیت و رسیدن به زندگی و مرگ سعادت‌مندانه؛

– آموزش مفاهیم الفاظ و تفسیر؛

– آموزش حکمت که همانا معارف حقیقی و اصول اعتقادی حق است.

گستره مخاطبان قرآن

اهداف نزول قرآن بیانگر گستره جهانی مخاطبان آن است که با واژگان یا ایها الناس، یا ایها الذین امنوا، یا اهل الكتاب، یا ایها الکافرون، یا عبادی، یا معشر الجن والانس و... از آنها تعبیر شده است. بر این اساس که مخاطبان قرآن افراد بالیمان، اهل کتاب، صاحبان ادیان، کافر، بندگان گنهکار، بندگان مقرب و مخلص زن و مرد، جوان و کودک و نیز جوامع گوناگون (یا قوم و اهل القری) هستند.

از این رو، **رادیو قرآن** که مخاطبان خود را شیفتگان و علاقه‌مندان به این کتاب آسمانی قرار داده است، نمی‌تواند جامعه مخاطبی به گستره جامعه مخاطبان قرآن داشته باشد، اما از تنوع مخاطبان آن الگو نگیرد و برای آنها برنامه‌ریزی و برنامه‌سازی نکند و متناسب با هر گروه و طبقه مخاطب، پیام‌های مورد نیاز را از قرآن استخراج و در بسته‌ها و قالب‌های جذاب تهیه و تدارک بیند.

تأثیرگذاری بر مخاطبان

یکی از اهداف برنامه‌ریزی تأثیرگذاری بر مخاطبان است. بدون شک شکل پرداخت موضوع و ایده در

این تأثیرگذاری نقش بسزایی دارد. این اثرگذاری در حفظ مخاطب فعلی و جذب مخاطب جدید نیز بسیار مهم است. تأثیرگذاری بدان معناست که پیام ارائه‌شده در مخاطب درونی می‌شود.

قرآن کریم با مفاهیم بلند و مضامین عالی و جوانب گوناگون اعجاز و ویژگی‌های مبلغ خود پیامبر اعظم (صلی‌الله علیه و آله) همراه با به‌کارگیری روش‌های تأثیرگذار، انقلاب شگرفی در قلب‌های مستعد ایجاد می‌کرد و ترس و وحشت بر دل مخالفان و گنهکاران می‌انداخت که اشاره‌ای کوتاه به آن می‌شود.

۱- تأثیر بر دل‌های خداترسان: تأثیر قرآن بر دل‌های خداترسان آنچنان بود که ابتدا لرزه بر اندامشان می‌افتاد و سپس با انس گرفتن با آن آرام شده و دل به یاد خدا می‌سپردند. خداوند در این باره در **قرآن** (زمر: ۲۳) می‌فرماید: «خدا قرآن را فرستاد که بهترین حدیث (و نیکوترین سخن آسمانی خدا) است. کتابی که آیاتش همه (در کمال فصاحت و اعجاز) با هم مشابه است و در آن ثنای خدا (و خاصان خدا) مکرر می‌شود، که از تلاوت (آیات قهر) آن خداترسان را لرزه بر اندام افتد و (آیات قهر) آن خداترسان را لرزه بر اندام افتد و (با آیات رحمت) باز آرام و سکونت یابند و دل‌هایشان به ذکر خدا مشغول شود. این (کتاب) همان (رحمت) و هدایت خداست که هر که را خواهد، به آن رهبری فرماید و هر کس را خدا به گمراهی واکذارد، دیگر هیچ هدایت‌کننده‌ای نخواهد داشت.»

۲- تأثیر بر اهل کتاب (مسیحیان): وقتی **قرآن** به صاحبان ادیان آسمانی عرضه شد، گروهی از عالمان واقعی آن دین با شنیدن آیات نورانی آن که در کتاب آنها به آن اشاره شده است، با دیدگانی گریان و دلی ترسان از خداوند، سر بر خاک بر عبودیت فرود می‌آوردند. در آیات ۱۰۷ الی ۱۰۹ از سوره مبارکه اسراء می‌خوانیم: «بگو که شما به این کتاب ایمان بیاورید یا نیاورید (مرا یکسان است که) البته پیش از این به مقام علم و دانش رسیدند. هرگاه این آیات برایشان تلاوت شود همه با کمال خضوع و فروتنی سر طاعت بر حکم آن فرود آورند و گویند: پروردگار ما پاک و منزّه است البته وعده خدای ما محققاً واقع خواهد شد و آنها با چشم گریان همه سر بر خاک عبودیت نهاده، پیوسته به فرتنی و ترسشان (از خدا) می‌افزاید.»

نمونه دیگر آن نجاشی بود که در آیات ۸۲ تا

۸۵ سوره مائده به حالات و سخنان او در برابر تلاوت آیات قرآن توسط جعفر بن ابی طالب و سرانجام به سعادت او اشاره شده است.

۳- تأثیر بر کافران لجوج: «اعجاز بیانی قرآن کریم مهم‌ترین عامل در اثرگذاری بر سرکردگان مشرکان مکه بود. آیات ۱۸ تا ۲۵ سوره مدثر توصیف‌کننده چگونگی اثربخشی بیان قرآن بر ولیدبن مغیره است. او با گوش دادن آیات قرآن به‌جای اینکه ایمان بیاورد به مخالفت پرداخت تا اینکه تأثیر عمیقش را بر دل و جان خود به جادویی اثرگذار تعبیر کرد و سخن آن را، سخن انسان‌های جادوگر نامید.

۴- تأثیر بر گنهکاران: در شأن نزول هر یک از آیات و یا سوره‌ها که تأمل شود، می‌بینیم که بسیاری از آیات در پی پرسش یا پیش‌آمدی نازل می‌شدند که از آن به سبب نزول تعبیر می‌شود. از جمله آنها گناهانی بود که برخی افراد مرتکب می‌شدند. این موضوع ترس و دلهره عمیق و بیشتر از ترس کیفر را در دل گنهکاران ایجاد کرده بود؛ به‌طوری که اعتراف نزد حضرت رسول (صلی‌الله علیه و آله) و تن به کیفر دادن را بر نزول آیه‌ای درباره خود ترجیح می‌دادند. در این باره روایتی از عایشه نقل شده است که می‌گفت: «در زمان پیامبر اکرم (صلی‌الله علیه و آله) هر کسی می‌ترسید که آیه‌ای در نکوهش او نازل شود.»

روش‌های قرآن و تأثیرگذاری

قرآن کریم غیر از تأثیراتی که به‌خودی خود، به جهت کلام خدا، بر مخاطبان و شنوندگان داشته و دارد، دارای روش‌های اثربخشی نیز هست که مبلغان و رسانه‌های دیداری و شنیداری می‌توانند از آن روش‌ها بهره‌گیری کنند. البته هر روشی باید متناسب با سن و طبقه مخاطبان باشد. از صدر اسلام تاکنون رسانه‌های ارتباطی که مسلمانان برای گسترش اسلام و قرآن و تبلیغ آن به کار گرفته‌اند، تغییر و تحول پیدا کرده‌اند که دکتر ابراهیم امام آن را به چهار دوره تقسیم می‌کند. این چهار دوره بدین قرار است:

– دوران ارتباط شفاهی (صدر اسلام) و دوران بنی‌امیه؛

– دوران ارتباط تدوینی یا خطی (از دوره عباسیان تا دوران معاصر)؛

– دوران ارتباط چاپ و روزنامه‌های (از زمان آغاز چاپ و پیدایش فنون روزنامه‌نگاری)؛

– دوران ارتباط رادیویی و تلویزیونی (از آغاز قرن حاضر و پس از کشف موج‌های رادیویی).

روش‌های تبلیغی و اثربخشی در قرآن

۱- روش تفکر

اساساً قرآن مجید دعوت خود را بر مبنای تفکر و اندیشه آغاز کرد، آن هم در میان مردمی که جاهل و نادان بودند و تقلید کورکورانه از گذشتگان خود داشتند. آیات تفکر بسیارند. هر مبلغی؛ چه در مسجد و منبر یا در کلاس درس و ... برای عملی شدن تفکر، با طرح پرسش، نقل داستان، ذکر مثال و مقایسه دو فرهنگ ارزشی و ضد ارزشی و ... مخاطب خود را وادار به اندیشه‌ورزی کند.

۲- روش الگودهی

الگو، واقعیت را عینیت می‌بخشد. بنابراین مورد پذیرش قلبی؛ به‌ویژه در نزد جوانان می‌شود. **قرآن کریم** الگوهای مثبت و منفی را مطرح می‌کند و به الگوگیری از انواع مثبت فرمان می‌دهد. از میان الگوهای مثبت می‌توان از حضرت ابراهیم (علیه‌السلام)، حضرت مریم (سلام‌الله علیها)، پیامبر اعظم (صلی‌الله علیه و آله)، صادقان و صالحان نام برد که به صراحت در قرآن کریم به این شخصیت‌ها اشاره شده است. همچنین الگوهای دیگری نیز به‌طور غیرمستقیم معرفی شده‌اند.

۳- روش تدریجی

قرآن کریم در برخورد با فرهنگ و رفتارهای جاهلیت، موضوعات مربوطه را درجه‌بندی و از یکدیگر جدا می‌کند؛ موضوعاتی که برخورد با هر یک از آنها با توجه به درجه موضوعیت متفاوت است؛ آنچنان که در واکنش به مسائل اعتقادی چون: توحید، نبوت و معاد و مسائل اخلاقی و رفتاری چون: فحشا، زنا، تجاوز به حقوق دیگران، قتل، سرقت، قتل فرزند و دیگر مسائلی که در بیعت عقبه و بیعه‌النساء آمده است، موضعی قاطع و بدون مقدمه‌چینی اتخاذ کرده، نسبت به برخی مسائل همچون تحریم شراب‌خواری، شیوه و روش تدریجی را به‌کار برده است.

به‌نظر می‌رسد علت این دو نوع برخورد در روش تدریجی و درجه‌بندی موضوعات را تنها می‌توان در مقایسه بر ارتباط آن موضوع با حیات معنوی و مادی خود و جامعه دانست. به‌عنوان مثال، قتل فرزند هسته وجودی جامعه انسانی را از بین می‌برد و هدایت جامعه فرع بر وجود آن است. بنابراین اصل تدریجی‌بودن تغییر و تحول

جسم و روان آدمی را که از سوی صاحب‌نظران روان‌شناس و بیولوژیست مطرح شده است، نمی‌تواند مقیاس پذیرش یا رد احکام الهی و حتی توجیه‌کننده احکام تدریجی قرار گیرد.

پس می‌توان احکام مستحب و مکروه را برای تسهیل التزام به واجبات و ترک محرمات، ترویج و تبلیغ کرد که رادیو قرآن می‌تواند با پخش و شرح آیات الاحکام مستحباتی مانند: نماز شب، تلاوت قرآن، استغفار، ذکر و تسبیح و نیز مکروهات مانند دلبستگی به دنیا و ... زمینه عمل به احکام الزامی را مهیا سازد. البته در این خصوص کتاب و مقاله‌های بسیاری تدوین شده است.

۴- روش استدلالی

این روش بیشتر برای متقاعد کردن افراد و قشر خاص به کار می‌رود که البته قواعد و روش خاص خود را دارد. از جمله استدلال بر نفی شرک به استواربودن زمین و آسمان و یا محاجه با اهل کتاب بر حقانیت پیامبر اکرم (صلی‌الله علیه و آله) که در سوره مبارکه آل عمران بدان اشاره شده است.

بهره‌گیری از این روش با توجه به بالا رفتن سطح دانش و فرهنگ مردم و طرح سؤالات و شبهات به‌نظر می‌رسد، کاربرد دارد و ضروری است. به‌ویژه برای قشر تحصیل کرده و دانشگاهی، که رسالت رسانه‌ها را در ترویج و تعمیق عقاید صحیح سنگین‌تر می‌کند.

۵- روش تشویق مخاطب

خداوند متعال در **قرآن کریم** به‌منظور تشویق صالحان، وعده بهشت، زندگی پاک و طیب، رضوان الهی، پاداش مضاعف در دنیا و آخرت و ... می‌دهد و به پیامبر اکرم (صلی‌الله علیه و آله) توصیه می‌کند که این راه را در برخورد با صالحان در پیش گیرد. برای مثال برای زکات‌دهندگان می‌فرماید: دعا کند برای آرامش روحیه‌شان و خود نیز وعده جایگزین مضاعف آن را می‌دهد. رویکرد تشویق در شکوفاسازی استعدادها، نفوذ در عمق دل مخاطب و رهنمونی او به نیکی‌ها از اصول مسلم روان‌شناسی است. از این رو، بهره‌گیری از این روش در رسانه‌ها و برنامه‌سازی رادیویی یکی از عوامل و حالاتی است که می‌تواند در جذب مخاطب و تحقق هدف هدایت نقش بسزایی داشته باشد.

۶- روش بیم‌دادن

قرآن کریم با مطرح کردن کیفر گناهان،

ما وظیفه داریم این کتاب الهی را به‌گونه‌ای تبلیغ کنیم که هم به گوش همه مخاطبان در سراسر جهان برسد و هم از گزند تعریف لفظی و معنوی مصون بماند.

محتوای پیام تبلیغ باید متناسب با سن، دانش، فرهنگ، ارزش‌ها، طبقه و حتی سطح اعتقادات مخاطبان باشد تا مورد پذیرش آنها قرار گیرد و قابل درک باشد.



به کارگیری عبارات تند و هشداردهنده و تشبیه و تمثیل‌هایی برای گناهکاران و بدکرداران و فرمان به پیامبر در اجرای حدود الهی و حتی چگونگی صحنه اجرای کیفرها، خداترسی را در دل مخاطبان القا می‌کند.

یکی از مراحل ترویج و تبلیغ دین توسط پیامبر انذار بوده است؛ قم فانذر (بایست، سپس انذار کن). انذار کنایه از تبلیغ است؛ زیرا تبلیغ مراحل دارد و اولین مرحله‌اش انذار است. انبیای الهی برای تبلیغ دین و کتاب نخست باید انذار کنند تا به وسیله آن، مرحله تخلیه صورت گیرد و نوبت به مراحل تخلیه و تجلیه برسد.

با روش انذار می‌توان بسیاری از مشکلات اعتقادی و اخلاقی افراد و حتی جامعه را حل کرد و این روش پس از مقاومت در برابر دعوت به کار می‌رود.

پس از بیان مقدماتی در تأثیر گذاری قرآن کریم و روش‌ها و شیوه‌های آن به بایسته‌ها

و آیات نورانی آن جذابیت‌های درونی و بیرونی لازم را دارد که بدون شک اگر کسی تأمل کند، تأثیر می‌پذیرد و معتقد و شیفته معانی و مفاهیم آن می‌شود؛ زیرا فطرت انسانی پاک و منزّه است و کلام خداوند که جاذب و اثرگذار است بر دل می‌نشیند و به قول معروف درونی می‌شود.

وظیفه این رادیوها آن است که توجه و عنایت ویژه‌ای در مهندسی و مدیریت پیام قرآنی و معارفی کنند. آنگونه که رهبر فرزانه انقلاب اسلامی از این رادیو توقع دارند. توقع درجه یک و فاخر بودن این رادیوها مراجعه و توجه و دقت در آیات نورانی قرآن از منظر سبک‌شناسی ما را بیشتر با زیبایی‌ها و جذابیت‌های خود آشنا می‌کند.

الگوهای قرآنی جذب مخاطب

الف: محتوای برنامه

برنامه‌های رادیو قرآن باید ناظر بر محتوا و مطالب قرآنی باشد که دربردارنده سه رشته کلی است:

- ۱- عقاید: ایمان به خدا، پیامبران، فرشتگان و کتب آسمانی، رستاخیز، بهشت، دوزخ و امامت.
- ۲- شریع و قوانین: مجموعه وظایف و تکالیف بشر در رابطه با خالق، خود و هم‌نوعان که در مجموع به دو بخش قابل تقسیم هستند: الف) عبادات: کیفیت روابط انسان با خدا، نماز، روزه و حج؛

ب) معاملات: قوانین و ضوابطی که کیفیت رابطه مردم را با یکدیگر مشخص می‌کنند؛ مانند: خانواده، جزا و کیفر جرایم، جهاد، اقتصاد، عقود و ...

۳- اخلاق: آداب و رسوم، فضایل و رذایل نفسانی و در مجموع آنچه در وصول انسان به سعادت و کمال انسانی یاری می‌رساند یا وی را از انسانیت ساقط و تا اسفل السافین می‌رساند که این مطالب در قالب داستان‌ها، نقل تاریخ، تمثیلات و بند و اندرز قابل پرداخت است.

در خصوص مطالب رادیویی که به سفارش تهیه‌کننده و سردبیر می‌نویسد، باید گفت: برای ورود به کنه متن رادیویی و تشخیص یا کشف قواعد نوشتن متن رادیویی باید عناصر و عوامل خارجی مؤثر در آن را بشناسیم. هر متن رسانه‌ای از سه عامل اثر می‌پذیرد:

الف- ماهیت و نوع رسانه؛

ب- قواعد و ویژگی‌های زبان شناختی؛

رادیو قرآن نباید از طبقات و اقشار متنوع مخاطبان با گرایش‌های متعدد در جامعه مسلمان ایران غافل باشد؛ به‌ویژه که این رادیو سراسری است و در سراسر ایران قابل شنیدن است.

و کاستی‌های موجود در برنامه‌های رادیو قرآن نظری می‌افکنیم.

ضرورت اجرای الگوی جذابیت قرآن و کاستی‌های موجود

صدا و سیما به تعبیر حضرت امام خمینی (ره)، دانشگاهی عمومی است؛ پس توقع آن است که مانند دانشگاه عمل کند. از سوی دیگر، دغدغه رادیو و تلویزیون در مدیریت و مهندسی پیام آن است که چگونه پیام‌رسانی کند که هم مخاطب آن را بیسندد و هم اثرگذار باشد که مخاطب آن را درونی و در افکار و رفتار خود نهادینه سازد!! از این‌رو، به‌دنبال دنیای جدید رسانه‌ای برای مخاطبان و در اندیشه نوآوری و خلاقیت برای انتقال پیام است.

رادیوهای معارف و قرآن، باید برای مخاطبان خود قالب‌ها و بسته‌های جذاب، مدرن، آراسته و اثرگذار طراحی کنند و نباید از فناوری‌های جدید رسانه‌ای عقب بمانند. قرآن

ج- مخاطب هر رسانه متن مخصوص به خود دارد و در رادیو چیزی نیست جز گستره‌ای از صدای زندگی واقعی مردم.

رادیو قرآن با توجه به اینکه رادیویی تخصصی و دارای ماهیت دینی و قرآنی است، محتوای نوشتاری آن که بخشی از محتوای کلی این رادیو را تشکیل می‌دهد باید بر اساس زبان معیار و اصول نویسندگی رادیویی چون جذابیت‌های لازم جهت ارتباط با مخاطب، گویایی و رسایی متن، یکدستی زبان، متناسب با موضوع برنامه، نزدیکی به زبان رایج در بین مردم و پرهیز از تکلف و تصنع، خوش آهنگ‌بودن ترکیبات، کوتاه‌بودن جمله‌ها و... تنظیم شود. رادیو تابع یک اصل شنیداری است، از این رو متون اجراشده از رادیو باید تابع این اصل باشد.

کاستی‌های محتوایی در رادیو قرآن
کاستی‌های محتوایی **رادیو قرآن** اغلب مربوط به عقاید، شرایع و قوانین؛ به‌ویژه معاملات است. از این رو برنامه‌سازی در این موضوعات ضروری به نظر می‌رسد. موضوع دیگر تناسب محتوا با مخاطبان است.

تناسب محتوای برنامه‌ها با مخاطبان در رادیو قرآن

تناسب موضوع تبلیغ با مخاطب امری است که پیامبران به آن مأمور بودند. در حدیث نبوی است که «ما پیامبران فرمان داریم متناسب با مقدار خردشان سخن گوئیم.»

خردمندی اساس دانش و فرهنگ بشر را تشکیل می‌دهد. از این رو، سطح فهم و ادراک، فرهنگ، رفتار و... هر یک از افراد متفاوت است. بنابراین محتوای پیام تبلیغ باید متناسب با سن، دانش، فرهنگ، ارزش‌ها، طبقه و حتی سطح اعتقادات مخاطبان باشد تا مورد پذیرش آنها قرار گیرد و قابل درک باشد. ناگفته نماند که قالب‌های برنامه‌سازی و بسته‌های تبلیغاتی در هر رسانه‌ای نقش مهمی در پذیرش و قبول پیام از سوی مخاطب دارد.

به‌طور کلی برای انتقال پیام باید از تکنیک مطلوبی بهره برد.

مخاطب‌شناسی در رادیو قرآن
در شناخت مخاطب که از اهداف مهم هر رسانه‌ای است، محققان راهکارهای زیادی پیشنهاد کرده‌اند که یکی از آنها شناخت مخاطب بر اساس ویژگی‌های خود آنهاست. پژوهشگران بر این اساس، مخاطبان را در

دسته‌های مشخص قرار داده‌اند: دسته‌بندی اول بر اساس ویژگی‌های زیستی و اجتماعی است؛ مانند: سن، جنس، درآمد اقتصادی، سطح تحصیلات و...
دسته‌بندی دوم مخاطبان بر اساس باورها و اعتقادات آنهاست؛
دسته‌بندی سوم مخاطبان بر اساس نیازهای آنهاست.

رادیو قرآن به عنوان رسانه‌ای مبلغ؛ آن هم مبلغ دین و قرآن باید شناخت درستی از مخاطبان خود داشته باشد؛ سپس بر اساس ویژگی‌ها، باورها و نیازهای ایشان، پیام‌های متناسب با آن مخاطب را مهندسی و مدیریت کند.

هنر برنامه‌ساز هم این است که میان مخاطب، محتوا و فرم و قالب تبلیغ برنامه‌های رادیویی ارتباط برقرار کند. فقدان شناخت برنامه‌ساز از مخاطب، محتوا و قالب، او را از اهداف رسانه دور می‌کند. رادیو قرآن از نظر تنوع مخاطب از یکنواختی رنج می‌برد و غالباً طبقه عامه را مد نظر دارد. البته درباره کودکان و بانوان گهگاهی برنامه‌سازی می‌شود، ولی در مجموع از نظر مدت و زمان اندک است.

به نظر می‌رسد یکی از علل روزمرگی برنامه‌های **رادیو قرآن** همین فقدان رعایت تناسب و تنوع مخاطبان است که به گفته کارشناسان این رادیو باید تلاش جدیدی آغاز شود تا پایه‌های زندگی بعدی خود را با نحوه ارائه متفاوت آغاز کند.

روش‌ها و راهکارهای متفاوتی برای خروج از روزمرگی **رادیو قرآن** را می‌توان بررسی و طراحی کرد. این راهکارها را می‌توان به دو شیوه سطحی و عمقی طرح کرد.

شیوه نخست آن است که برخی برنامه‌ها حذف و برخی برنامه‌های جدید طراحی و تولید شوند که این شیوه شیوه‌ای است سطحی و ساده که تأثیری بر شرایط ثابت ندارد و در واقع تغییری صورت نمی‌گیرد.

اما شیوه دوم رعایت تناسب محتوا و پیام برنامه با مخاطبان گوناگون است. یعنی پیام‌ها بر اساس انواع مخاطبان مهندسی می‌شود.

ناگفته نماند که این شیوه در دوران نزول **قرآن کریم** به خوبی رعایت می‌شده و قابل توجه بوده است.

ب: الگوی قرآنی تناسب (تناسب پیام

و مخاطب)

جامعه زمان نزول **قرآن کریم** متشکل از مخاطبان زیر بوده است:

۱- مشرکان؛

۲- اهل کتاب؛

۳- مؤمنان؛

۴- منافقان؛

۵- زنان؛

۶- کودکان؛

۷- جوانان؛

۸- مردان؛

۹- عالمان؛

۱۰- جاهلان.

- و مخاطبان دیگری از جهات دیگر که با هر طبقه و قشر از مخاطبان، مطالب موردنیاز و مصلحت آنها را مطرح کرده و همه را به اهداف چهارگانه دعوت، هدایت، تعلیم و تزکیه فرا خوانده است. برای نمونه، کافران و اهل کتاب را به توحید فرا می‌خواند، اما هر یک را متناسب با خردورزی و میزان اطلاعات دینی آنها موردخطاب قرار می‌دهد؛ مشرکان را به تفکر در آفاق و انفس و تعقل و خردورزی درباره جاهلان‌بودن بت‌پرستی و تقلید کورکورانه از پدران نادان و جاهل خود فرامی‌خواند، اما اهل کتاب را به بازگشت به توحید که فصل مشترک همه ادیان آسمانی است دعوت و هدایت می‌کند.

رادیو قرآن نباید از طبقات و اقشار متنوع مخاطبان با گرایش‌های متعدد در جامعه مسلمان ایران غافل باشد؛ به‌ویژه که این رادیو سراسری است و در سراسر ایران قابل شنیدن است. هرچند گفته می‌شود در کشورهای دیگر نیز قابل شنود است. **رادیو قرآن** درخصوص جامعه جهانی و سوق دادن مردم سراسر جهان به آموزه‌های قرآنی می‌تواند با دایر کردن گفت‌وگوهایی با کارشناسان مربوطه بهترین منشور حقوق بشر را از **قرآن** استخراج کرده، در جوامع بین‌المللی مطرح کند یا با برگزاری کنفرانس‌هایی به بیان و تبادل اندیشه‌ها، تجارب و دیدگاه‌های اندیشمندان و صاحب‌نظران در گستره رسانه‌های قرآنی بپردازد.

ج: تناسب برنامه با موضوعات مورد نیاز جامعه

قرآن کریم در بدو نزول به مشکلات و نیازهای مخاطبان در جامعه اعم از مسائل اعتقادی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی توجه و عنایت ویژه داشت؛ مفاسدی چون زنده‌به‌گور کردن دختران،

بی توجهی به خویشاوندان، روابط نامشروع جنسی، تعدی و تجاوز و قتل و غارت و مسائل دیگر چون بت پرستی و خرافات که همه و همه زندگانی پست تر از زندگانی حیوانی برای جامعه جاهلیت ساخته بود.

قرآن کریم با آیات صریح و کوبنده‌ای، این مفاسد را محکوم و به جای این فرهنگ و اخلاقیات وحشیانه و جاهلی، قوانین و اصول سالم و زندگی سازی را برای مردم ارائه کرد. پس از حکومت دینی در مدینه، برخورد **قرآن** با مفاسد اجتماعی و اقتصادی که از سوی برخی مؤمنان بروز می کرد به گونه‌ای بود که گنهکاران از نزول آیه‌ای در مورد خود هراس داشتند و تحمل کیفر را بر آن مقدم می دانستند.

رادیو قرآن در این زمینه یعنی مفاسد اجتماعی می تواند برنامه‌هایی درخور توجه طراحی و تهیه کند و مفسدان را نهیب زده، یادآور شود که **قرآن** چه می گوید و چه کیفرخواستی در قبال مفسدان دارد. این برنامه باید اقناعی باشد و از سوی دیگر امنیت روانی را از مفسدان گرفته و خواب راحت آنها را آشفته سازد.

اما **رادیو قرآن** اکنون به پند و توصیه و تذکر در برنامه‌های خود اکتفا می کند و توجهی به نوع مخاطب خود در این خصوص ندارد. به نظر می رسد باید جسور بود و درباره چنین موضوعاتی، برنامه سازی کرد.

د: اعجاز قرآن

قرآن معجزه جاوید است. جنبه‌های اعجاز **قرآن** فراوان هستند. **قرآن** از جنبه‌های مختلف معجزه است؛ یعنی فوق تصور بشر است. اعجاز **قرآن** از دو جهت است: لفظی و معنوی. اعجاز لفظی **قرآن** مربوط به مقوله زیبایی و اعجاز معنوی مربوط به مقوله علمی آن است.

با توجه به جوانب و زاویه‌های فراوان اعجاز در **قرآن کریم** که هر کدام برای مخاطب پیامی دارد، **رادیو قرآن** می تواند با هدف ارائه ابعاد گوناگون اعجاز و تفاسیر مرتبط با آن برنامه‌ای را برای مخاطبان مشتاق خود طراحی و تولید کند.

ه: استفاده از فنون جذب مخاطب در

قرآن

قرآن کریم برای انتقال پیام‌ها، معانی و مفاهیم زندگی ساز و سعادت مند، از روش‌ها و قالب‌ها و فنون متفاوت و متعددی استفاده کرده است. مانند: فنون ادبی، شکل‌های هنری، قصه،

حکایات، گفت‌وگوها، سخنوری، شعائر، روایت تاریخ، نکته‌ها و حکمت‌گویی‌ها، شعر و پند و اندرز.

قرآن از فنون ادبی متنوعی برای جذب مخاطبان در زمان نزول بهره جسته که برخی در فرهنگ محاوره و زبان عرب معمول و رایج بودند، همچون: حروف ندا، هشدار، استغاثه و سوگند، و برخی هم نوآوری‌های خود **قرآن** بوده، مانند: حروف مقطعه.

درباره معنای حروف مقطعه دیدگاه‌هایی مطرح شده است که **رادیو قرآن** از همه این دیدگاه‌ها می تواند در برنامه‌های متنوع خود استفاده کند. درخصوص سوگندها و حروف ندا می شود نغمه‌هایی تولید و جهت فواصل استفاده کرد. نمایش و قصه‌گویی یکی از قالب‌های بسیار تأثیرگذار و جذاب است که می توان موضوعات مختلفی که در **قرآن** آمده است را در قالب قصه بیان کرد یا براساس آیات قصه‌ای نوشته و پخش کرد. اشعار درباره آیات از شعرای مختلف موجود است که می توان آن اشعار را به صورت همخوانی تهیه کرد. برنامه‌های گفت‌وگومحور از جمله قالب‌هایی هستند که می توان بحث‌ها و موضوعات قرآنی را در آن شکل مطرح کرد.

حکمت‌ها و نکته‌های فراوانی در **قرآن** آمده است که هریک می تواند یک بسته کوتاه و قابل توجه برای مخاطبان باشد. فنون ادبی و جلوه‌های جمال در **قرآن** مجموعه برنامه‌های شنیدنی خواهند بود. سخنرانی با موضوعات قرآنی برای مخاطبان مشتاق مورد توجه خواهد بود. نقل زندگی پیامبران و شخصیت‌ها و پیشینیان برای جوانان نیز جذابیت دارد.

به هر حال هر یک از قالب‌های ذکر شده می تواند الگوی برنامه‌سازی در این رادیو باشد که البته در جذب مخاطب بسیار مؤثر خواهد بود و گهگاهی از **رادیو قرآن** شنیده می شود. اما متأسفانه این الگوی ثابتی در این رادیو نیست که مقید به بهره‌گیری از این قالب‌ها باشد.

برنامه‌سازی با رویکرد به عوامل

بیرونی جذابیت قرآن

استفاده از عوامل باتجربه، متخصص و دارای سواد رسانه‌ای، همچنین علاقه‌مند و متعهد در هر رادیو نقش بسیار مهمی در موفق بودن آن رسانه دارد. گویندگان، مجریان، کارشناسان و گزارشگران از جمله کسانی هستند که در واقع از آنها به عنوان

بلندگو و زبان برنامه و ایستگاه نام برده می شود که به ایستگاه هویت و تشخیص می دهند. طبیعی است که زبان ایستگاه باید سواد مناسب و صدای مطلوب و قابل قبولی داشته باشد. مجریان و کارشناسان ایستگاه باید هوشمندانه، هنرمندانه و حکیمانه سخن بگویند. چگونه گفتن و چه گفتن در یک ایستگاه رادیویی بسیار مهم است.

عوامل برنامه‌ساز حلقه‌های زنجیری هستند که با اتصال به یکدیگر، توانایی و قدرت لازم جهت تهیه و تولید یک برنامه را خواهند داشت. البته هر یک از عوامل تعریف کاری و ویژگی‌های خاص خود را دارند.

آنچه مسلم است این که، انسجام و هماهنگی این عوامل در بیان و انتقال پیام نقش بسزایی دارند و هر یک باید نسبت به کار خود قدرت اجتهاد داشته باشند و با توجه به دارا بودن تجربه و تخصص مورد نیاز بتوانند گفتمان قرآنی را در رادیو ایجاد کنند.

پیشنهادها

به طور کلی مدیران **رادیو قرآن** برای رسیدن به رادیویی درجه یک و فاخر باید به موارد زیر عنایت ویژه داشته باشند:

- در ساختار برنامه‌سازی‌های خود تجدیدنظر کنند و در پی قالب‌ها و شکل‌ها و نوآوری‌های جدید باشند.

- به کیفی‌سازی برنامه‌ها توجهی خاص کنند.

- کادرسازی و آموزش عوامل از مواردی است که باید اهمیت ویژه‌ای به آن داد.

- شناخت دقیق تر از مخاطبان و نیازهای آنها را باید پیدا کرد.

- از کارشناسان بنام و درجه یک بهره‌گیری شود.

- حضور و تعامل با قاریان بنام و ممتاز در جذب مخاطب بیشتر نقش مهمی دارد.

- برگزاری محافل و مجالس قرآنی در خارج از استودیو وانعکاس آن دارای اهمیت است.

- تعامل و همکاری با نهادها، سازمان‌ها و انجمن‌های قرآنی و مشارکت آنها در برنامه‌های قرآنی لحاظ شود.

- تقویت و گسترش ایستگاه‌ها و فرستنده‌های رادیو قرآن در دستور کار باشد.

- توجه به فرهنگ قالب کشور در تولید برنامه‌ها دارای اهمیت است.