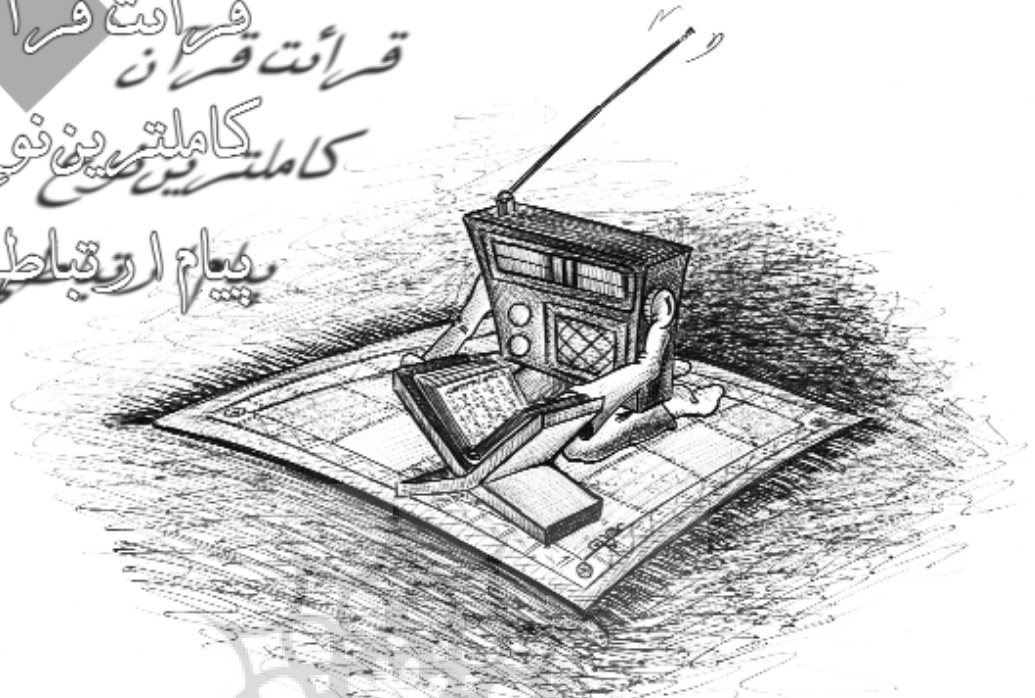


# قرائت قرآن

## کاملترین نوع

### پیام ارتباطی



● فاطمه محمد زمانی

عربی، بدون هیچ دخل و تصرفی، به صورت مقطع و در قالب صدا توسط قاری قرآن که اصولاً دارای صدای خوب و سبک تلاوت خاصی است خوانده می‌شود. تهیه برنامه به دو شیوه مجلسی و استودیویی صورت می‌گیرد. در شیوه مجلسی غیر از صدای قاری صدای تشویق حضار در مجلس نیز شنیده می‌شود.

برای تحلیل این برنامه می‌توان از دو دیدگاه، پیام ارائه شده را بررسی کرد:

دیدگاه اول- دیدگاهی که هدف رادر نظر می‌گیرد و به رسانه به عنوان وسیله‌ای بی طرف که در خدمت هدف و ارائه محتواست، می‌نگرد.

دیدگاه دوم- دیدگاهی که ساخت رسانه رادر نظر می‌گیرد و تأثیر این ساخت بر محتوا و جامعه را بررسی می‌کند.

#### دیدگاه اول

در دیدگاه اول با توجه به اینکه هدف ارتباطی این گونه برنامه‌ها ترویج فرهنگ قرآنی است بادر نظر داشتن اینکه قرآن متنی مکتوب است که در درجه اول برای خواندن نیاز به سواد دارد و در درجه دوم به خاطر ویژگی دیداری که دارد از انعطاف کمی برخوردار است، بنابراین تمام حواس مخاطب را به خود مشغول می‌کند و مقطعی از وقت او را به صورت انحصاری به خود اختصاص می‌دهد.

#### قرائت قرآن

یکی از برنامه‌هایی که به صورت روزانه و بیش از یک بار در طول روز از شبکه‌های مختلف رادیویی جمهوری اسلامی ایران پخش می‌شود، برنامه قرائت قرآن است؛ برنامه‌ای که در شبکه‌های سراسری مختلف به جز رادیو قرآن برای مخاطبان عام تعریف شده و زمان پخش آن در اکثر موارد قبل از اذان‌های سه گانه است. در این مقاله سعی شده تا برنامه قرائت قرآن به عنوان یک پیام ارتباطی که توسط رسانه رادیو ارائه می‌شود، مورد بررسی قرار گیرد.

به طور کلی یک پیام حداقل از سه سازه تشکیل شده است:

- رمزهای پیام: به نمادهایی گفته می‌شود که برای گروهی از افراد معنی دار است. در این برنامه رمزهای به کار گرفته شده کلمات عربی و صورت شخصی است که کلمات را بیان می‌کند.

- محتوای پیام: به مطالب درون پیام گفته می‌شود که به وسیله منبع برای بیان هدف مشخصی انتخاب شده است. در این برنامه محتوای پیام، متن نوشتاری قرآن با هدف ترویج فرهنگ قرآنی است.

- نحوه ارائه پیام: به تصمیماتی گفته می‌شود که منبع ارتباط برای انتخاب و تنظیم رمزها و محتوای می‌گیرد.

در این برنامه متن نوشتاری قرآن به همان شکل اصیل، به زبان



این ویژگی هادر کنار باورهایی که در فرهنگ دینی وجود دارد، از قبیل: شنیدن قرآن ثواب دارد؛ خواندن قرآن به زبان عربی و باصوت زیبا سفارش شده است؛ تمسک به قرآن وسیله نجات و سعادت دنیوی و اخروی است و... انتخاب رادیو را به عنوان وسیله ای برای رسیدن به هدف، انتخابی موجه و قابل قبول می نمایاند. زیرا رادیو فقط گوش و حس شنوایی را درگیر می کند و نیاز به سواد ندارد. پس با تولید برنامه قرآنی با صدای قاریانی که قرآن را باصوت زیبا تلاوت می کنند و پخش آن، هم می توان به هدف نزدیک شد و هم تاحدودی

این دیدگاه و ارزشی نیز ترویج می شود و این خود به دلیل محتوای غنی قرآن است.

### دیدگاه دوم

حال به بررسی دیدگاه دوم می رسیم که ساخت رسانه و تأثیر آن را مد نظر قرار داده است:

رادیو رسانه ای شنیداری است؛ بنابراین باید رموز ارائه شده در آن به نحوی باشد که به سهولت رمزگشایی شود. نحوه ارائه این پیام (برنامه) خواندن از روی متن است که با شنیداری بودن رادیو سنخیت دارد، اما رمزهایی که متن را می سازد مربوط به زبانی دیگر است و اکثر این نماها در جامعه فارسی زبان ایران (با توجه به زبان رسمی و بدون احتساب زبان های کردی و...) هنوز قرار داده نشده و مخاطب توانایی رمزگشایی آنها را ندارد. ناهمخوانی زبان پیام ارائه شده با زبان شنونده های پیام باعث می شود که هر چند پیام دارای محتوای عمیق و... باشد، اما از طرف مخاطب- بیگانه با آن زبان- درک نشود.

البته باید توجه داشت که حتی برای کسانی که تاحدودی به زبان عربی آشنایی دارند، به سبب مفاهیم عمیق و غنی قرآن و قابلیت تفسیر پذیری آنها (که تفکر و تأمل زیاد می طلبد) و همچنین به علت ارائه پیام در قالب صدا که خاصیت ناپایداری در زمان را دارد، فرصت پردازش مفاهیم از مخاطب سلب می شود و او نمی تواند به خوبی آنچه را که می شنود درک کند.

با توجه به مطالب پیش گفته، می توان گفت در این نحوه ارائه پیام، ویژگی تخیل زایی رادیو نیز ناکارآمد است، زیرا تخیل بر اساس رموز ارائه شده، در ذهن تصویر سازی می کند و مخاطب از طریق این

### زمان پخش برنامه قرائت قرآن (قبل از اذان) و باورهای دینی مخاطب می تواند عاملی برای توجه کردن مخاطب به بیان پخش شده و تأثیر پذیرفتن از آن باشد

به سفارشات مذهبی جامعه عمل پوشاند. صوت زیبا و سبک خاص هر یک از قاریان در خواندن، خود عاملی برای جلب توجه مخاطب است و باعث ایجاد حس مذهبی (عرفانی و...) در او می شود.

همچنین زمان پخش برنامه (قبل از اذان) و باورهای موجود در فرهنگ مذهبی مخاطب می تواند عاملی برای توجه او به پیام پخش شده و تأثیر پذیرفتن از آن باشد که این خود باعث دستیابی بهتر به هدف است

باید گفت که با ترویج فرهنگ قرآنی خود به خود مسائل



## قرار گرفتن ترجمه صحیح و روان برای مخاطبان عام، در کنار متن اصلی، نه تنها فهم آن را آسان تر می کند که در اثر تکرار می تواند مخاطب را با زبان متن آشنا تر نماید؛ این شیوه هم رسانه را به هدف ارتباطی اش نزدیک تر می کند و هم مخاطب از قرآن بهره بیشتری می برد

مخاطب کم رنگ می سازد و منجر به سطحی نگری نسبت به آن می شود.

با توجه به توضیحات ارائه شده و با توجه به اینکه جامعه ایرانی جامعه ای مذهبی است و وجود این برنامه ها لازم به نظر می رسد، بهتر است در نحوه ارائه این گونه برنامه ها تجدید نظر شود و یا حداقل برنامه های مذکور به شکلی ارائه شوند که ناخواسته به ساحت قرآن جسارتی نشود. بنابراین از آنجایی که رادیویک رسانه همگانی است و قابلیت ساختن محیط نمادین را هم برای مخاطبان خود دارد؛ یعنی در اثر توانایی تکرار می تواند نمادها را در بین مخاطبان خود قرارداد کند، پیشنهاد می شود) حداقل همراه برنامه قرائت قرآن، ترجمه آن هم به شکل های مختلف منظوم و منثور همراه با شأن نزول و... البته بدون تفسیر ارائه گردد. قرار گرفتن ترجمه صحیح و روان برای مخاطبان عام، در کنار متن اصلی، نه تنها فهم آن را آسان تر می کند که در اثر تکرار می تواند مخاطب را با زبان متن آشنا تر نماید؛ این شیوه هم رسانه را به هدف ارتباطی اش نزدیک تر می کند و هم مخاطب از قرآن بهره بیشتری می برد.

تصویر معنای پیام را استنباط می کند، اما وقتی که نماد و رموز ارائه شده برای فرد نا آشنا باشد استنباطی هم صورت نمی گیرد و این مسئله منجر به درک نکردن پیام یا درک ناقص آن از سوی مخاطب می شود که ناکارآمدی ارتباط را می رساند.

**ویژگی انعطاف پذیری رادیو:** به نظر می رسد این ویژگی تأثیر سو و نامطلوبی بر برنامه های قرآنی بگذارد و با هدف این ارتباط که ترویج فرهنگ قرآنی است در تضاد باشد. انعطاف پذیری رادیو این قابلیت را ایجاد می کند که مخاطب در هر موقعیتی و در حال انجام هر کاری بتواند به رادیو گوش کند.

اما این قابلیت باعث کاهش دقت در مخاطب می شود. در صورتی که پیام های قرآنی هم به سبب دارا بودن زبان تقریباً نا آشنا برای مخاطبان ایرانی و هم به علت مفاهیم پیچیده خود حتی برای مخاطبانی که با زبان عربی آشنا نیستند، برای فهمیده شدن نیاز به تمرکز و دقت فراوان دارند. نتیجه آنکه چون مخاطب قادر به رمز گشایی سریع و درک آنها نیست و در ضمن به انجام کار دیگری نیز مشغول است، یا از شنیدن آنها صرف نظر می کند و یا آنها را به پس زمینه ذهن خود می فرستد که هر دو حالت با هدف ترویج فرهنگ قرآنی در تعارض است. از سوی دیگر کاهش دقت مخاطب نسبت به قرآن به تدریج تبدیل به عادت می شود و این عادت اهمیت قرآن را در زندگی

