

# رادیو قرآن

## آیه های زندگی



● معصومه شهیندی

در روزهای پایانی ماه مبارک رمضان، اختتامیه دور هشتم برنامه **آیه های زندگی** در نمایشگاه بین المللی قرآن کریم، در مکان مصلاهی امام خمینی ره برگزار شد. آنچه در پی می آید، مصاحبه ای است با حجت الاسلام حسین اسکندری، مدیر گروه آیه های زندگی **رادیو قرآن** و نویسنده کتابی به همین نام، در خصوص این فعالیت.

□ قالب، برنامه رادیویی قوامش به تلفن شنونده هاست. در برنامه **آیه های زندگی** مردم با بیش از ۲۰۰ گویش و لهجه تماس می گرفتند و حرف می زدند. آنچه ممتاز است صدای مردم است که هیچ گاه کهنه نمی شود و دیگران خواستار تغییراتی در شکل برنامه بودند اما به شدت ایستادگی کردیم.

□ نقش رسانه های دیگر در برنامه **آیه های زندگی** چگونه بوده است؟ به عبارتی نقش برنامه چندرسانه ای **آیه های زندگی** چه بود؟ ارجحیت رسانه رادیو بر دیگر رسانه های پشتیبان این برنامه بر چه رکنی بود؟

○ صدا و سیما، رسانه های الکترونیک و مکتوب و ماهواره ای

□ برنامه **آیه های زندگی** که هدفش نمایش و آموزش کارکرد **قرآن** در زندگی عنوان شده، آیا با گذشت هشت دوره اجرا و پنج سال فعالیت تغییری هم داشته است؟

○ اساساً تغییر یک استراتژی اصلی نیست و مطلوبیت ذاتی ندارد وقتی مطلوب است که در جهت رسیدن به وضعیت تکاملی و ارتقایی باشد.

□ در همان جهت رو به رشد و تکامل چه؟

○ هم تغییر داشته ایم هم نداشته ایم. به لحاظ محتوا و موضوعات جاری تغییراتی صورت گرفته است همچون طبیعت که همیشه در حال تغییر است و هیچ گاه تغییر نمی کند. به لحاظ

برای برنامه **آیه‌های زندگی** در نظر گرفته شدند و فلسفه چندرسانه‌ای بودن، دسترسی آسان برای شنونده‌ها و علاقه‌مندان طرح بود. تمام این رسانه‌ها ابتدا نقش تبیینی داشتند و در مرحله بعدی نقش تبلیغی مدنظر بود. برجستگی رادیو و به‌طور خاص **رادیو قرآن** به‌میزان زمانی بود که برای برنامه گذاشته می‌شد و البته نباید فراموش کرد که خاستگاه برنامه **آیه‌های زندگی**، **رادیو قرآن** است که فرصت پرداختن به موضوعی اینچنینی را فراهم کرده است.

#### □ همکاری این رسانه‌ها با یکدیگر چگونه بود و این طیف وسیع، مشکلاتی در هماهنگی نیز به همراه داشت؟

○ کتاب که در کنار برنامه‌های پخش‌شده از رادیو رکن دوم و نقش تکمیلی داشت، به‌بدترین شکل توزیع می‌شد. اگر بخواهم برای نحوه کار انتشارات سروش نمره‌ای تعیین کنم بدترین نمره را خواهم داد. در دور اول برنامه، سروش ۱۱۰ شعبه در کشور داشت، ولی از سویی توزیع نامناسب و از سوی دیگر علاقه شنوندگان به‌قدری بود که حتی کتاب‌های دست‌نویس هم در بین علاقه‌مندان رد و بدل می‌شد. در واقع عمده‌ترین نقد به کارکرد این برنامه، همین توزیع کتاب در سطح کشور بود.

#### □ کتاب **آیه‌های زندگی** در طول این هشت دوره چگونه بوده است؟

○ در دوره اول صد هزار نسخه داشتیم که به دلیل همکاری ناکافی سروش در بخش توزیع کتاب‌ها، فقط پنجاه هزار نسخه را خود توزیع کردیم و در دوره آخرین تعداد به ده هزار جلد رسید. از طرفی در طول برنامه من که نویسنده کتاب نیز بودم از برنامه عقب افتادم و در دور آخر کتاب‌ها دقیقاً روز اختتامیه از زیر چاپ بیرون آمد.

#### □ دلیل این عقب‌افتادگی از جریان کار چه بود و از چه زمانی رخ داد؟

○ از دوره هفتم به بعد به دلیل شروع سریع دوره بعد از پایان دوره قبل، نوشتن کتاب **آیه‌های زندگی** به تعویق افتاد. دوره ششم، ماه رمضان سال پیش بود که ماه محرم با دهه فجر همزمان شده بود و برای عجین کردن فرهنگ انقلاب با آیات زندگی و بیان آن در این قالب، دوره هفتم زودتر از موعد مقرر شده آغاز شد.

#### □ دست‌اندرکار بودن در برنامه **آیه‌های زندگی** در نوشتن کتاب چه تاثیری داشت؟ اگر بخواهید خود را نقد کنید چه می‌گویید؟

○ کار قرآنی هیچ‌گاه به نقطه اوج نخواهد رسید، چون موضوع **قرآن** و یک معجزه الهی است و همیشه جای نقد و بررسی دارد. در مراحل کار توجه به این نکته که کتاب برای رسانه رادیو نوشته می‌شود مدنظر بود و کار صرفاً تحقیقی و علمی نبود. اقتضائات رسانه رادیو از جمله استفاده از جمله‌های کوتاه رعایت می‌شد و در واقع جواری تنظیم می‌شد که در جهت تکامل هم باشد.

حضور فعال مخاطب برنامه، نه فقط به عنوان شنونده‌ای منفعل که نمی‌توان تاثیرپذیری او را دید، از ویژگی‌های برنامه‌هایی اینچنینی است. مخاطب باید درگیر موضوع باشد و اگر او در جهت حفظ

و آموختن مفاهیم قرآنی کتاب **آیه‌های زندگی** گام بردارد به‌سرعت نمود آن بر برنامه مشخص خواهد شد.

نبايد فراموش کرد آنچه که در این بخش از **رادیو قرآن** و یکی از برنامه‌های برجسته بعد از تلاوت‌های این شبکه گفته می‌شود زیر نظر مدیران و تهیه‌کنندگان بوده است. برای رهایی از پیشداوری‌ها و قضاوت‌های کسانی که در دورن هستند باید نگاهی بیرونی داشت. یکی از راه‌های ممکن رجوع به نظرسنجی است که البته **رادیو قرآن** نیز همچون سایر شبکه‌ها در این زمینه سند و مدرک چندانی ندارد. بااینکه مرکز تحقیقات صدا و سیما با هدف انجام دادن این نظرسنجی‌ها شکل گرفته است، اما مدیران و تهیه‌کنندگان در خوب بودن برنامه‌ها، به تصورات خود اکتفا می‌کنند و هریک هم در شکل ایدئال این تصور خود را جزو بهترین و پرمخاطب‌ترین می‌دانند. اگر چنین است - که امیدواریم باشد - نظرسنجی می‌تواند به پیشنهادی برای بهتر شدن و توجه به آنچه مخاطب بیان کرده و خواستار آن است و شنیدنش را از رادیو خواهان است منجر شود.

آخرین نظرسنجی کامل و جامع **رادیو قرآن** مربوط به سال ۱۳۸۳ است که طبق آن ۱٪ هر روز، ۲٪ بیشتر روزها، ۷٪ بعضی روزها، ۱۷٪ به ندرت گوش می‌دهند و ۷۳٪ اصلاً به **رادیو قرآن** گوش نمی‌دهند. از میان این شنوندگان بیشتر زنان متأهل خانه‌دار ۳۰ تا ۳۹ سال با تحصیلات راهنمایی و دبیرستان علاقه‌مند برنامه‌های این شبکه هستند. در میان کلیه برنامه‌هایی که از **رادیو قرآن** پخش می‌شود برنامه تلاوت صبح با ۱۳٪ بیشترین میزان گوش دادن و رضایت مخاطب را دارد.

از نظر شنوندگان **رادیو قرآن** میزان موفقیت این شبکه در رسیدن به اهداف کلی آن در پخش اذان و مناجات و ادعیه و نیز تلاوت **قرآن** به ترتیب رتبه اول و دوم را دارد و همچنین آموزش **قرآن کریم** در سطوح مبتدی، مقدماتی، پیشرفته و عالی و نیز تفسیر، ترجمه و ارائه مباحث علوم قرآنی در رتبه‌های بعدی قرار دارد. با دقت به یکی از نظرسنجی‌هایی که سال ۱۳۸۴ انجام شده است، نقش و کارکرد **رادیو قرآن** و توان بالقوه این رسانه را بهتر می‌توان درک کرد.

مردم در زمینه مباحث دینی و قرآنی معتقدند ۴۱٪ از طریق برنامه‌های صداوسیما، ۲۳٪ از طریق کتاب‌های درسی، ۱۷٪ با شرکت در جلسات مذهبی، ۵/۴٪ در محضر کارشناسان دینی و ۳٪ از طریق خانواده و کتاب‌های غیردرسی این مباحث را می‌آموزند. نقش و کارکرد رسانه از کتاب‌های دینی و **قرآن** و معارف که همیشه همراه یک محصل است و نیز از خانواده که نقش مهمی در تربیت دارد بالاتر است. بنابراین با توجه به قدرت اثرگذاری **رادیو قرآن** در باورها و اعتقادات، باید راه‌های القای مفاهیم، به‌ویژه مفاهیم دینی و قرآنی را بهتر به‌کار گرفت.