

Mental imagery to facilitate the change of perception of the audience of the Qur'an, in the context of cultural-communication interpretation of Surah Abbas

Seyyed Majid Emami*
Javad Ghafari**

Received: 2021/12/11
Accepted: 2022/02/21

Abstract

The Holy Quran, as a medium, is a book guiding human beings towards salvation, and in this way, tools have been used to attract the attention and influence of the public opinion of the audience, among the most important of which are warnings and evangelism. cited. These warnings and evangelisms have been presented in various forms, one of which is mental imagery of events and phenomena. Past events such as the stories of the previous prophets, future events such as the doomsday groupings, worldly phenomena such as the creation of beings, and finally otherworldly phenomena such as scenes from heaven and hell can be cited as examples. In all these cases, the element of "image" plays a very important role in how the mentality of the audience is formed. In this article, in addition to reviewing various researches that have examined "mental imagery" in Surah Al-Quran, with the approach of thematic and inferential interpretation, "mental imagery in Surah Abbas" is re-read and modeled. The innovative aspect of the article is the subject of "mental imagery" from the perspective of culture and persuasive communication; The "image" and "perception" of our mind of any thing, idea and idea, and finally our attitude and behavior, signifies and guides, and any process leading to real or cultural change, to the factor of media influence and synchronization of the idea. Public opinion relies.

Keywords: Image, Quran, Public Opinion, Surah Abbas, Cultural Change.

* Faculty of Imam Sadiq University, Tehran, I.R.Iran.

s.m.emamy@isu.ac.ir

** Master Student of Islamic Studies Culture and Communication, Imam Sadiq University, Tehran, I.R.Iran (Corresponding author).

j.ghafari@isu.ac.ir

تصویرسازی برای تسهیل تغییر انگاره مخاطبان قرآن، در چهارچوب تفسیر فرهنگی - ارتباطی سوره عبس^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۰۲

سید مجید امامی*

جواد غفاری**

چکیده

قرآن کریم، به‌مثابه یک رسانه، کتاب هدایت انسان‌ها به سوی رستگاری بوده و در این مسیر ابزارهایی برای جلب توجه و تأثیرگذاری بر افکار عمومی مخاطبان به‌کار گرفته شده است که از جمله مهم‌ترین این ابزارها می‌توان به انذار و تبشیر اشاره کرد. این اندازها و تبشیرها نیز در قالب‌های گوناگونی مطرح شده‌اند که یکی از آنها، تصویرسازی‌های ذهنی از رویدادها و پدیده‌ها است. رویدادهای گذشته مانند سرگذشت انبیای پیشین، رویدادهای آینده مانند گروه‌بندی‌های روز قیامت، پدیده‌های دنیوی مانند نحوه آفرینش موجودها و بالاخره پدیده‌های اخروی مانند صحنه‌هایی از بهشت و جهنم را می‌توان به‌عنوان مثال نام برد. در تمامی این موارد، عنصر «تصویر» نقش بسیار مهمی در چگونگی شکل‌گیری ذهنیت مخاطبان دارد. در این مقاله تلاش شده تا علاوه بر مرور پژوهش‌های مختلفی که به‌بررسی «تصویرپردازی» در سوره قرآن پرداخته‌اند، با رویکرد تفسیر موضوعی و استنباطی، «تصویرسازی ذهنی در سوره عبس» بازخوانی و الگومند شود. جنبه نوآورانه‌ی مقاله، موضوع «تصویرسازی» از دیدگاه فرهنگ و ارتباطات اقناعی می‌باشد؛ «تصویر» و «برداشت» ذهن ما از هر امری، ایده و انگاره و درنهایت نگرش و رفتار ما را دلالت و راهبری می‌کند و هر فرایند هدایتی برای تغییر حقیقی یا فرهنگی، به ضریب نفوذ رسانه‌ای و هماهنگ‌سازی انگاره افکار عمومی تکیه دارد.

واژگان کلیدی: افکار عمومی، تصویر، تغییر فرهنگی، سوره عبس، قرآن.

۱. مقاله مستخرج از طرح «تغییرات فرهنگی در قرآن» (بنیاد نخبگان، طرح شهید احمدی روشن، دوره پنجم، ۱۳۹۹-۱۴۰۰).

* استادیار دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، تهران، جمهوری اسلامی ایران.

s.m.emamy@isu.ac.ir

** دانشجوی دکتری دانش اجتماعی مسلمین، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، تهران، جمهوری اسلامی ایران (نویسنده مسئول).

j.ghafari@isu.ac.ir

مقدمه

حدود هزار و چهارصد سال پیش، الهام‌هایی از سوی پروردگار و خالق جهان هستی به شریف‌ترین انسان روی زمین انجام گرفت تا مردم را از ظلمت جهل به نور عقلانیت رهنمون شود؛ «الر كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ لِتُخْرِجَ النَّاسَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِ رَبِّهِمْ إِلَى صِرَاطٍ الْعَزِيزِ الْحَمِيدِ» (ابراهیم / آیه ۱). اصلی‌ترین دلیل نزول قرآن، به استناد آیه‌های متعدد، هدایت انسان‌ها به مسیر درست و دستیابی به سعادت‌مندی است؛ «شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَى وَالْفُرْقَانِ...» (بقره / آیه ۱۸۵)؛ «إِنَّهُ هُوَ الَّذِي ذَكَرَ لِّلْعَالَمِينَ * لِمَنْ شَاءَ مِنْكُمْ أَنْ يَسْتَقِيمَ» (تکویر / آیات ۲۷-۲۸) و «إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِّلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ...» (اسراء / آیه ۹). برای چنین کاری لازم بود تا یکسری از افکار، ارزش‌ها، آداب و رسوم، شیوه‌های زندگی، رفتارها و... تغییر کند و از خطاهای ناشی از جاهلیت و گمراهی زدوده شود؛ «هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ» (جمعه / آیه ۲). بنابراین قرآن به‌مثابه رسانه‌ای قدرتمند که از سوی خداوند پشتیبانی می‌شد، سریعاً در میان افکار عمومی نفوذ پیدا کرد و پیام‌های نورانی آن در جامعه عصر نزول منتشر شد. عنصری به نام «تصویرسازی» نیز نقش مهم و دوگانه‌ای داشت: اولاً، جلب توجه مخاطبان به محتوای قرآن و ثانیاً، کمک به تأثیرگذاری بر ذهنیت آنها در راستای تغییر فرهنگی. این تصویرسازی‌ها در جای‌جای قرآن کریم برای بیان مفاهیم و مسائل مختلف به‌کار رفته است. هدف مقاله حاضر، استخراج نحوه ایجاد تغییر انگاره در مخاطبان عصر نزول قرآن به‌وسیله ابزار «تصویرسازی» می‌باشد که به‌عنوان نمونه، سوره عبس با رویکرد تفسیر موضوعی استنتاجی و در چهارچوب ادبیات نظری ارتباطات اقناعی، مطالعه شده است. بدین ترتیب، سؤال اصلی پژوهش این است که: «تصویرسازی در سوره عبس چگونه برای تسهیل تغییر ذهنیت (انگاره) مخاطبان قرآن به‌کار رفته است؟». در مورد ضرورت انجام پژوهش نیز باید چنین اظهار کرد که بهترین راه برای ایجاد تغییر فرهنگی در جامعه فعلی و پیاده‌سازی اهداف اسلامی، الگوگیری از شیوه‌های قرآنی است؛ بنابراین شناخت چگونگی کارکرد آیه‌ها حاوی تصویرسازی در راستای ایجاد تغییر در ذهنیت‌ها، نگرش‌ها و به‌طورکلی، فرهنگ مخاطبان عصر نزول قرآن، از اهمیت بالایی برخوردار است.

۱. پیشینه پژوهش

برای آشنایی‌زدایی از مفهوم «تصویرسازی» ابتدا بایستی به تعدادی از منابع علمی در رشته‌های مختلف مراجعه می‌شد تا قلمروی بحث مقاله حاضر از مفهوم «تصویرسازی» به صورت کامل مشخص گردد. پژوهش‌هایی که مورد بررسی قرار گرفت، عبارت‌اند از: دهقانی؛ نجفی و هادیزاده خرازی (۱۳۸۰) که از دید علوم شناختی به این مفهوم پرداخته‌اند؛ مرادحاصلی (۱۳۹۸) که با رویکرد روان‌شناسی، تصویرسازی ذهنی را بررسی نموده است؛ فتحی و طاهری (۱۳۹۴) که با دید تربیتی، زبان تصویری قرآن را مطالعه نموده‌اند؛ امامی و روشنائی (۱۳۹۹) که از دیدگاه افکار عمومی به مفهوم تصویرپرداخته‌اند؛ پیرزادنیسا؛ عبدی و چراغی (۱۳۹۴)، حری (۱۳۸۵)، رضایی و حسینی (۱۳۹۱)، رفیعی و جدیدی (۱۳۹۳)، زارع زردینی (۱۳۹۲)، سعدی و همکاران (۱۳۹۳)، شربتدار (۱۳۹۵)، طالبیان؛ صیادی‌نژاد و اقبالی (۱۳۹۸)، عرفت‌پور و محسنی (۱۳۹۶)، فاروقی هندوالان؛ آسوده و حقدادی (۱۳۹۳)، فتاحی ثانی سبزواری و پوررضائیان (۱۳۸۸)، قائمی و قتالی (۱۳۹۶) و درنهایت، موسوی‌لر و یاقوتی (۱۳۹۴) که با رویکرد ادبی - هنری پیش رفته‌اند.

همچنین در بررسی پژوهش‌هایی که با موضوع «تصویرسازی» در قرآن به صورت کلی انجام شده است، مثال‌های متعددی وجود دارد که تصاویر موضوع‌های مختلف را در سوره‌های گوناگونی از قرآن مورد مطالعه قرار داده‌اند؛ از جمله برجیان (۱۳۹۷)، بزرگ و امامی (۱۳۹۴)، جلودار (۱۳۹۲)، دریاباری (۱۳۹۲)، عرفت‌پور (۱۳۹۲) و عرفت‌پور (۱۳۹۴).

قابل ذکر است که جنبه نوآورانه مقاله حاضر را می‌توان در بررسی موضوع «تصویرسازی» در قرآن از دیدگاه فرهنگ و ارتباطات اقناعی دانست که همزمان به هدف «تغییر فرهنگی» و بافت هدایتی قرآن در سیر نزول آن نیز توجه دارد.

۲. روش پژوهش

یکی از روش‌های مرتبط با قرآن‌پژوهی، استفاده از منابع تفسیری است که می‌توان دو رویکرد برای آن در نظر گرفت: یکی رویکرد تفسیر ترتیبی و دیگری رویکرد تفسیر موضوعی. ما در این پژوهش سعی داشتیم تا با اتخاذ رویکرد تفسیر موضوعی، مفهوم

تصویرسازی ذهنی را از یک سوره قرآن کریم استنطاق نماییم. در این راستا از مطالب کتاب تفسیر «همگام با وحی» (اثر حجت‌الاسلام بهجت‌پور) به روش مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای بهره گرفتیم.

ویژگی‌های خاص کتاب مذکور این است که اولاً، سوره قرآن را به ترتیب نزول آنها مورد بررسی قرار داده و ثانیاً، توجه مناسبی به امر تغییر فرهنگی در جریان نزول قرآن داشته و بر همان اساس نیز تفسیر کرده است. از سوی دیگر، با توجه به اینکه سوره‌های مکی دارای تراکم بیشتری از مفاهیم مرتبط با بحث تغییر فرهنگی (به‌ویژه مبحث تغییر انگاره ذهنی مخاطبان) هستند، یکی از این سوره‌ها را با روش نمونه‌گیری هدفمند به منظور انجام تحلیل محتوای کیفی انتخاب کردیم. بدین ترتیب، سوره عبس که مانند برخی دیگر از سوره مکی، دارای تصویرسازی‌های متعددی است، مورد بررسی قرار گرفت و مضامین آن به روش تحلیل مضمون، دسته‌بندی شد. همچنین تدبر فردی در مضامین آیه‌ها را می‌توان از دیگر روش‌های قرآنی این مقاله دانست.

۳. مبانی نظری پژوهش

در حیطه علوم شناختی، تصویرسازی ذهنی^۲ حالتی شناختی است که بر اساس اطلاعات ذخیره‌شده پیشین (و نه درون‌داده‌های حاصل از چشم‌ها) موجب ایجاد تجربه بینایی می‌شود (دهقانی؛ نجفی و هادیزاده خرازی، ۱۳۸۰، ص. ۱).

در حیطه روان‌شناسی، تصویرسازی ذهنی شامل استفاده از تخیل برای خلق مناظر، صداها، بوها، مزه‌ها، یا حس‌های دیگری می‌شود که نوعی رؤیت هدفمند را می‌سازد (دریاباری، ۱۳۹۲).

در حیطه ادبیات، تصویر در لغت به معنی صورت و شکل قراردادن برای چیزی یا نقش کردن و رسم نمودن چیزی است. در اصطلاح ادبی، تصویر، تابلویی است که از کلمات تشکیل شده و شیوه‌ای دقیق و لطیف در توصیف حقایق است که در احساس و خیال مخاطب، صورتی مجسم و زنده از معنا را القا می‌کند (فاروقی هندوالان؛ آسوده و حقدادی، ۱۳۹۳، ص. ۶۱).

در حیطه هنر، تصویر ادبی با آنچه امروزه از مفهوم تصویر در اذهان تداعی

2. mental imagery

می‌گردد؛ یعنی فیلم و عکس و نقاشی، تفاوت دارد. ماهیت تصاویر نقاشی و عکس و سینما، تصاویری عینی است، اما تصویرهای شاعرانه یا ادبی همواره درونی و ذهنی هستند. تصاویر ذهنی نسبت به تصاویر عینی از ویژگی خاصی برخوردارند و آن وسعت و گستردگی شان است. تصاویر ذهنی در ذهن پیوسته در حال حرکت و تغییرند و این تحول، قدرت و فضای تجسمی ویژه‌ای را در درون ذهن انسان شکل می‌دهد. از ویژگی‌های تصویر چه ذهنی و چه عینی این است که در قوه خیال انسان شکل می‌گیرد و پرورش می‌یابد (فاروقی هندوالان؛ آسوده و حقدادی، ۱۳۹۳، ص. ۶۱).

در حیطه علوم قرآنی، «سیدقطب» مفسر و متفکر مصری، پردازنده و سازنده اصلی «نظریه تصویر هنری در قرآن» است که مکتبی برای جستار ادبی در قرآن کریم، از آیه‌های قرآنی کشف و به جامعه قرآنی و ادبی با نام «مکتب جدید قرآن‌پژوهی» معرفی کرد. (بزرگ و امامی، ۱۳۹۴: ۱۴۰)

بر مبنای نظریه سیدقطب، قرآن معانی ذهنی را به مدد تصاویر محسوس و خیال‌انگیز خود می‌نمایاند؛ از حالات روحی انسان‌ها پرده برمی‌دارد، حوادث محسوس و صحنه‌های مورد مشاهده را نیز به‌همین ترتیب عمق‌بخشیده و طبیعت بشری را آشکار مجسم می‌کند، اینجا است که می‌بینیم معانی ذهنی به یک‌باره جان گرفته و حالات درونی به یک تابلو گویا تبدیل می‌شوند. تصویرآفرینی قرآنی به‌گونه‌ای است که منظره سمعی برای شنونده تبدیل به منظره بصری می‌شود (بزرگ و امامی، ۱۳۹۴، ص. ۱۴۱).

سیدقطب با ردّ انحصار ادبیات زبانی قرآنی به مباحث بلاغی، ادبیات تصویری و نمایشی این کتاب را موضوعی مهم‌تر و برجسته‌تر می‌داند تا آنجا که وی معتقد است، سه چهارم آیات قرآن شامل تعبیر تصویری و نمایشی است (بزرگ و امامی، ۱۳۹۴، ص. ۱۴۱).

در حیطه ارتباطات سیاسی، تصویر و تصویرسازی یکی از ابزارهای تأثیرگذاری بر افکار عمومی است. تأثیر تصاویر بصری غیرمستقیم‌تر از تصاویری است که در کلام خلق می‌شوند و ذهن مخاطب به‌طور فعال آن‌ها را می‌سازد. توصیف جزئی صحنه‌ها آنگاه که با قدرت خلاقیت مخاطب همراه می‌شوند، تصاویری تأثیرگذار در ذهن خلق می‌کنند. گرچه تعداد تصاویری که در ۵ دقیقه از طریق چشم می‌توان در ذهن مخاطب ایجاد کرد بسیار بیشتر از تصاویری است که در همان زمان با کلامی نافذ می‌توان آفرید

(برجیان، ۱۳۹۷).

تا اینجا با تعدادی از جنبه‌های مفهوم «تصویرسازی» در علوم مختلف آشنا شدیم، اما آن قسمتی از ادبیات مفهومی که بیشترین مناسبت را با موضوع مقاله حاضر دارد، جایگاه مفاهیمی مثل «تصویر ذهنی»، «انگاره»، «تغییر رفتار» و... در حیطه فرهنگ و ارتباطات اقناعی است. همین جنبه از مفهوم «تصویرسازی» کافی است تا نیاز به چهارچوب فرهنگی - ارتباطی در این پژوهش را پاسخ گوید؛ چراکه هم دارای مطالب مرتبط با تغییر فرهنگی است و هم مفاهیم موجود در مبحث رسانه و ارتباطات اقناعی را دارد.

۳-۱. ارتباط بحث تصویرسازی با تغییر فرهنگی

تغییر فرهنگی عبارت است از تغییر ارزش‌ها و عقاید پردازش‌شده در ذهن انسان‌ها در مقیاسی که بر جامعه به‌عنوان یک کلیت تأثیر بگذارد (امامی و روشنائی، ۱۳۹۹، ص. ۲۱۷ به نقل از: مانوئل کاستلز، ۱۳۹۶، صص. ۴۵۴-۴۵۳).

مدیریت تصویرپردازی، کنترل بر قضاوت و رفتار دیگران به‌منظور دستیابی به تمایل‌های هدفمندی است که از طریق تأثیر و نفوذ، روی برداشت مخاطبان - از موقعیتی که با آن درگیر هستند - انجام می‌شود (امامی و روشنائی، ۱۳۹۹، ص. ۲۱۷ به نقل از: هال، ۲۰۰۹، ص. ۷۳).

به گواهی تاریخ، زندگی اجتماعی بشر، همواره و در زمان و مکان به‌عنوان برآیند ارتباطات انسانی با شناخت‌ها، اندیشه‌ها، نگرش‌ها (به‌عنوان تعریف افکار عمومی) و رفتارهای گوناگون تا سطح مهم‌ترین عامل مؤثر در پیشبرد رویدادها و حوادث اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی شناخته شده است (امامی و روشنائی، ۱۳۹۹، ص. ۲۱۴ به نقل از: صفوی، ۱۳۵۱، ص. ۶).

بنابراین بحث در مورد تصویرسازی و تأثیری که بر روی مخاطب ایجاد می‌کند، ذیل مفهوم کلی‌تری به نام تغییر فرهنگی قرار می‌گیرد؛ زیرا همان‌طور که ذکر شد، «تصویر و تصویرسازی یکی از ابزارهای تأثیرگذاری بر افکار عمومی است» (برجیان، ۱۳۹۷) و ازسوی دیگر، می‌توان تأثیرگذاری بر افکار عمومی را ذیل مفهوم تغییر فرهنگی، به‌معنای تغییر ارزش‌ها و باورهای ذهنی انسان‌ها در سطح یک جامعه دانست.

از این رو، قرآن که برای تمامی جوامع و انسان‌ها از اولین تا آخرین نازل شده است و هدف اصلی آن هدایت به راه حق می‌باشد، هم با امر تغییر فرهنگی و افکار عمومی مرتبط بوده و از سوی دیگر، از ابزار تصویرسازی در راستای نیل به این هدف استفاده نموده است.

۳-۲. ارتباط بحث تصویرسازی با ارتباطات اقناعی

اقناع، گونه‌ای از ارتباطات جمعی است که به طور حتم می‌توان آن را یکی از مهم‌ترین مباحث در ارتباطات (چه رسانه‌ای و چه انسانی) دانست. اقناع از یک سو فرایندی طبیعی، مستدل و عقلانی (به معنای تفکر و اندیشه) بوده و از سوی دیگر، عاطفی و قلبی است. در این فرایند، برخلاف «مسخ»، از سادگی یا ناتوانی ذهنی انسان‌ها سوءاستفاده نشده و ارتباط‌گر نیز درصدد تحمیل اندیشه خود بر مخاطب نیست؛ بلکه رسانه‌ها باید برای تحقق اقناع، از یک طرف به عمق ذهن انسان‌ها و از طرفی دیگر به ژرفای دل آنها دست یابند. در واقع پیام رسانه‌ای توسط مخاطبان، عقلاً فهمیده و پذیرفته شود و سپس بعد عاطفی یابد و به دل نشیند. در مرحله بعدی نیز این پیام در ذهن انسان‌های هدف، ریشه دوانده و نهایتاً آنها را در بهترین شرایط ممکن، به مبلغ پیام مذکور تبدیل نماید. در این صورت است که کار رسانه با توفیق غائی قرین است و برد تأثیر آن به حد اعلی می‌رسد؛ در غیر این صورت، کار ارتباط باطل بوده و تمامی تلاش‌های رسانه‌ای به هدر خواهد رفت (ساروخانی، ۱۳۸۳، صص. ۹۴-۹۶).

از این رو یکی از اندیشمندان ارتباطات اقناعی بر این عقیده است که «در بطن راهبرد ارتباطات، توجه اصلی معطوف نگرش و رفتار مردم است. ما می‌گوییم که می‌خواهیم نگرش یا ذهنیت یک نفر را درباره چیزی تغییر دهیم. به این امید که در موقعی مناسب او بر طبق آرزوهای ما عمل کند... [و] نگرش عبارت از آمادگی ذهنی و عصبی است که از طریق تجربه سازمان می‌یابد و بر واکنش فرد در مقابل تمام اشیاء و وضعیت‌هایی که به آن ربط دارد، اثری هدایت‌کننده و پویا به جا می‌گذارد» (بینگر، ۱۳۷۶، صص. ۴۹ و ۵۲).

نگرش‌ها یا طرز تلقی‌ها، اجزا یا عناصری از ذهن ما هستند که به نوعی هویت ما را تعیین می‌کنند. این عناصر قابل تغییر بوده و با تغییر آنها، حرکت اندیشه انسانی و

انطباق او با دنیای نو صورت می‌گیرد. تحقق غائی اقناع زمانی به وقوع می‌پیوندد که به‌نوع عقیده انسانی، ریشه‌ها و تاجر احتمالی آن توجه شود؛ چراکه اقناع، یک امر ذهنی بوده و با عقاید، عقاید قالبی و نگرش‌های انسان‌ها سروکار دارد (ساروخانی، ۱۳۸۳، صص. ۹۸-۹۹).

به‌عبارت‌بهرتر، هدف کلی اقناع در تغییر نگرش مخاطب خلاصه می‌شود. این تغییر نگرش دارای مؤلفه‌های شناختی، عاطفی و رفتاری است؛ یعنی می‌توان سه کارکرد برای اقناع متصور شد: ۱- اینکه رسانه به دنبال ایجاد و یا دستکاری شناخت مخاطب خود است؛ ۲- یا اینکه می‌خواهد عواطف او را تحریک و نوعی انگیزش عاطفی در او به‌وجود بیاورد؛ ۳- و یا اینکه به رفتار مخاطب جهت داده و او را به‌سوی رفتار خاصی فرا خواند (میردامادی و کاملی، ۱۳۹۱، ص. ۲۵ به نقل از: حکیم آرا، ۱۳۸۴؛ جاوٹ، ۱۳۹۰).

حال باید دید، آیا پدیده‌ای به نام «اقناع» با آن ویژگی‌هایی که در علم ارتباطات و روان‌شناسی اجتماعی برای آن احصا شده است، در قرآن کریم وجود دارد یا خیر؟ در این زمینه، دو پژوهشگری که پیام‌های قرآنی را با تمرکز بر موضوع اقناع بررسی نموده‌اند، معتقدند که: «با یک مرور اجمالی در مجموعه پیام‌های قرآن که در قالب آیه‌ها و سوره‌ها ارائه شده است می‌توان به این نکته پی برد که پیام‌رسانان الهی با ارائه این پیام‌ها به‌دنبال تأثیر گذاشتن بر مخاطبان خود هستند تا آنها ارزش‌ها، هنجارها و نگرش‌های خاص الهی را که عبارت از «توحید، نبوت، معاد» هستند، به‌عنوان اصول اساسی دین الهی، پذیرفته و رفتارهای متناسب با این ارزش‌ها را انجام دهند» (میردامادی و کاملی، ۱۳۹۱، ص. ۲۵).

بنابراین، خداوند متعال که خالق کل هستی بوده و به‌خوبی از احوال، عقاید و نگرش‌های بشر آگاه است، به‌طور حتم در قرآن از ارتباطات اقناعی که مبتنی بر عقل و عاطفه می‌باشد، استفاده نموده تا انسان‌ها را به‌سوی وضع مطلوب آنها هدایت فرماید. همان‌طور که یکی از مفسرین قرآن نیز می‌گوید: «به‌عبارت روشن‌تر هدف قرآن، ایجاد تغییر و تحول در انسان است» (بهجت‌پور، ۱۳۹۰، ج ۱، ص. ۲۳).

یکی از فنون ویژه تأثیرگذاری و اقناع در قرآن، استفاده از روش‌های علمی است و از مهم‌ترین این روش‌ها می‌توان «بهره‌گیری از نمادهای کلامی و گفتاری» را نام برد که به فراوانی در قرآن به‌کار رفته است (میردامادی و کاملی، ۱۳۹۱، صص. ۳۱-۳۵). از این‌رو،

با در نظر داشتن آنچه قبلاً بدان اشاره شد که سیدقطب نیز کاربست کلام قرآنی را در ایجاد ادبیات تصویری و نمایشی، موضوعی برجسته می‌داند؛ می‌توان به وضوح، استفاده از ابزار تصویرسازی برای دستیابی به اهداف اقناعی را در قرآن کریم مشاهده نمود.

۳-۳. ویژگی‌های تصویرسازی در قرآن

تصاویر کلامی چون توأم با تفکر و فعالیت ذهنی مخاطب هستند تأثیر منفی بر قدرت تفکر او نمی‌گذارند. این‌گونه است که می‌توان از جذابیت‌ها و قدرت تأثیر تصویرآفرینی بدون آنکه با تفکر (که عنصر مهم در دعوت قرآنی است) تعارضی داشته باشد، بهره گرفت (برجیان، ۱۳۹۷). همچنین آهنگ کلمات، نحوه توصیف صحنه، نوع استفاده از تکرار واژگان، همه‌وهمه از عناصر خلق تصویرند در کلام (برجیان، ۱۳۹۷).

مهم‌ترین مؤلفه تصویر قرآنی، اندیشه دینی است که عامل بنیادین آن و محور ثابتی است که دیگر مؤلفه‌ها در چهارچوب آن و پیرامونش دور می‌زنند (برجیان، ۱۳۹۷). تصویر در قرآن - نه برای تصویر - بلکه در خدمت اهداف دینی و تربیت اخلاقی مخاطب است (بزرگ و امامی، ۱۳۹۴، ص. ۱۴۱).

دومین مؤلفه تصویر قرآنی، واقعیت است. گاه واقعیت رخدادهایی هستند که در زمان نزول قرآن رخ داده‌اند و گاه داستان‌هایی روایت‌شده یا الگوهایی که با دقت و توجه ترسیم شده‌اند. خداوند ما را از حقایق پدیده‌ها آگاه می‌کند تا به معرفت درست از خلال تحریک عاطفی به واسطه تصویرهای رسم شده مجهز کند. بدین ترتیب تصویر قرآنی میان حقیقت و هنر یا صدق هنری و صدق واقعی وحدت برقرار می‌کند (برجیان، ۱۳۹۷). قرآن به دلیل تحقق اغراض هنری جذاب از صدق و واقع‌گویی دور نمی‌شود (بزرگ و امامی، ۱۳۹۴، ص. ۱۴۲).

مؤلفه سوم عنصر خیال است که در یک نظم هنری، پدیده‌های دور از هم را گرد می‌آورد و آنها را به هم نزدیک و در تصویری که انسجام میان پدیده‌های دور از هم و سازگاری میان اشیایی پراکنده جایگزین می‌گردد، ذوب می‌کند. خیال ماده‌اش را از واقعیت محسوس می‌گیرد؛ ولی در حدود واقعیت حسی باقی نمی‌ماند بلکه به رابطه‌ای تازه در تصویر هنری الهام‌بخش کشیده می‌شود که خیال مخاطب را برمی‌انگیزد و وی را به حاضر نمودن تصویرهای ذهنی ذخیره‌شده در حافظه به واقعیت حسی وامی‌دارد

(برجیان، ۱۳۹۷). خیال یکی از مهم‌ترین عناصر هنر به‌شمار می‌آید، چراکه هنر واقعی در آن است که بتوان به‌جای تعبیرهایی مستقیم از حقیقت اشیاء، آنها را در قالب‌هایی مصور و خیال‌انگیز ارائه داد، به‌گونه‌ای که مخاطب را به عالمی از نشاط و سرور منتقل کند. تصاویر قرآنی با تحریک خیال مخاطب، معنا را از طریق حس و وجدان به او منتقل می‌کنند (بزرگ و امامی، ۱۳۹۴، ص. ۱۴۳).

مؤلفه چهارم عاطفه است که به تأثیرگذاری تصویر کمک می‌کند. تصویر بدون آن سرد و بی‌روح است. هر تصویر هنری در مخاطب پاسخی عاطفی را برمی‌انگیزد. تصویر قرآنی در تأثیر بر مخاطب خود به اوج رسیده است؛ چون هم احساس دینی و هم احساس انسانی را برمی‌انگیزد. این تصویر ژرفای وجود آدمی را به حرکت درمی‌آورد تا او را بر حقایق زندگی و وجود از طریق صحنه‌های ارائه‌شده و تصویرهای خیره‌کننده و الگوهای ترسیم‌شده آگاه نماید و تأثیرپذیری عاطفی را به اوج برساند و پنجره‌های روح و جان را برای پذیرش تأثیر از مجرای اندیشه و عاطفه و عقل و احساس باهم بگشاید (برجیان، ۱۳۹۷).

مؤلفه پنجم زبان است. بیان قرآنی به بهترین وجه انسجام و فضایی مناسب برای واژگان فراهم آورده است و به واژگان فضای تصویرگری بخشیده که با فضای روانی یا احساسی عامی که ترسیم می‌نماید سازگار است (برجیان، ۱۳۹۷).

مؤلفه ششم ریتم است. ریتم در ساخت تصویر و تأثیر آن بر مخاطب نقش به‌سزایی دارد. ریتم در تصویر قرآنی با توجه به معنا و بافت کلی سوره گاه تند است و گاهی کند. ریتم از مخارج حروف، صفات حروف، حرکات آن و پیاپی آمدن آن با نظمی معین حاصل می‌شود. ریتم همچنین از نوع سیاق آیه‌ها نیز متأثر است. نکته مهم و درخور توجه این است که در سوره‌های قرآن ریتم آیه‌ها با فضای کلی سوره هماهنگ است (برجیان، ۱۳۹۷).

مؤلفه هفتم هماهنگی هنری است. این هماهنگی را ما در تصاویر قرآنی و چهارچوبی که برای آن ترسیم می‌شود می‌یابیم و همین‌طور کوتاه یا بلند بودن صحنه‌ها با موضوع مدنظر در آیه‌ها متناسب و هماهنگ است که این خود در خلق تصویری پایدار در ذهن مخاطب مؤثر است. هماهنگی در چینش عبارت‌ها، هماهنگی آهنگ واژه با فضای تصاویر، هماهنگی آهنگ جمله‌ها با فضای تصویر، هماهنگی ناشی از تقابل

میان چند تصویر که در کنار هم می‌آیند، از دیگر ابزارهای هنری است که قرآن برای رساندن پیام خویش از آن بهره می‌گیرد (برجیان، ۱۳۹۷).

همچنین قرآن به تصویرآفرینی هدفمند از صحنه‌های طبیعی می‌پردازد. تصویر طبیعت در تصویر هنری قرآن، جایگاه مهمی را به خود اختصاص داده است. این تصاویر، به جهان محسوسات یا جهان شهادت که حوزه‌ای از معرفت بشری است، مرتبط است. اگرچه مخاطب در برخوردی حسی از تصویرهای پراکنده از صحنه‌های طبیعت قرار می‌گیرد، اما به مدد عقل خویش آنها را به‌صورتی نظام‌مند تفسیر کرده و در باب آنها حکم صادر می‌کند. تصویر طبیعت در قرآن را می‌توان به دو دسته کلی تقسیم کرد: تصویری از دنیا و تصویری از آخرت؛ که می‌توان تصاویر مرتبط با طبیعت دنیایی را سببی برای توجه دادن آدمی به آفرینش بدیع، قدرت آفریننده و بیداری حواس برای درک حکمت و هدف ماورای طبیعت دانست. صحنه‌های طبیعی، ابزار معرفت دینی قادرند به‌واسطه محسوس بودن، روان آدمی را به جوشش درآورده و با او به تعامل بنشینند و به این ترتیب حس زیباشناختی فطری او را سیراب کند (بزرگ و امامی، ۱۳۹۴، صص. ۱۴۴-۱۴۵).

از سوی دیگر در قرآن، ارتباط متناسبی میان تصویر و بافت متنی برقرار است. به عبارت دیگر هر یک از تصاویر قرآنی صحنه‌هایی را مجسم می‌سازد که به‌صورتی نظام‌مند با بافت متنی در تعامل است. در بیان تصویری معانی ذهنی، آنها به بافت مرتبط شده و متناسب با تنوع بافت‌های بیانی، متنوع می‌گردند. یکی از دسته‌های کلی این تنوع بیانی ارائه تصاویر قرآنی ناظر بر تصویر بافتی، عبارت است از «انتقال از آینده به گذشته و حال» مانند آوردن حوادثی از قیامت (آینده) با صیغه ماضی (بزرگ و امامی، ۱۳۹۴، صص. ۱۴۵-۱۴۶).

شیوه‌های بیان هنری در قرآن کریم که کلام خداوند است با کلام عادی افراد بشر متفاوت است. بررسی نمونه‌هایی از تصویر ذهنی در جزء سی نشان می‌دهند که تصویرسازی ذهنی در قرآن ابزاری برای القای معانی مورد نظر دینی است. تصویر قرآنی، عنصر یا ماده‌اش را از واقعیت‌های محسوس مانند صحنه‌های طبیعت، رخدادهای واقعی و داستان‌های گذشتگان می‌گیرد تا مفاهیم انتزاعی و دور از ذهن به‌صورت تصویرهای محسوس، ملموس و نزدیک به فهم بشر عرضه شوند، وضوح و

تثبیت آنها در ذهن وی بیشتر گردد و تعامل مخاطب با متن، بهتر برقرار شود (فاروقی هندوالان؛ آسوده و حقدادی، ۱۳۹۳، ص. ۶۷).

تصاویر قرآنی بر تنوع تکیه دارند و تنها به دایره محدود بیان بلاغی همچون تشبیه و استعاره و مجاز و کنایه خلاصه نمی‌شوند. این تصاویر از عناصر گوناگونی مانند موسیقی آیه‌ها، توصیف‌های دقیق و تقابل صحنه‌ها بهره می‌گیرند؛ به‌طورمثال، در تصویرسازی صحنه‌های بهشت و جهنم، رخسار ترسناک و ذلیل کفار در برابر چهره شادمان و خندان مؤمنان و صحنه‌هایی از عذاب مشقت‌انگیز کافران و نعمت‌هایی فرح‌بخش برای نیکوکاران، در برابر هم نمایش داده می‌شوند تا مقایسه بین آن دو با تشویق مخاطب یا ایجاد خوف در وی، به‌وضوح معنی آیه‌ها کمک کند. این‌گونه تقابل‌ها در تصاویر قرآنی در بافت‌های همجوار، به القای سهل‌تر معانی به ذهن مخاطبان می‌انجامد. تصاویر قرآنی با چهارچوب فضای کلی بافت سوره‌ها هماهنگ‌اند و با برانگیختن حس و خیال آدمی، او را به تفکر و تکاپو وادار می‌کنند تا مفاهیم والای قرآنی با شیوه‌های مختلف از طریق عقل، قوه تخیل، احساس و عاطفه به ژرفای روان آدمی نفوذ نمایند (فاروقی هندوالان؛ آسوده و حقدادی، ۱۳۹۳، ص. ۶۷).

۴. یافته‌های پژوهش

در این بخش ابتدا بایستی نگاهی به شأن نزول این سوره داشته باشیم که نشان از وقوع حادثه‌ای اجتماعی دارد. با توجه به سیاق و ظاهر آیه‌ها و برخی روایت‌های منقول از امام صادق (علیه‌السلام)، چنین می‌نماید که پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) با جمعی یا یکی از بزرگان قریش از بنی‌امیه مشغول گفتگو بودند و آن حضرت، ایشان را به اسلام و توحید دعوت می‌فرمود. در این هنگام یکی از مسلمانان که نابینا بود، بر آنان وارد شد و خود را نزدیک پیامبر اکرم رسانده، از او تقاضای تعلیم معارف دینی و الهی را نمود. شخصی که از بنی‌امیه بود، هنگامی که این کور نزدیکش آمد، روی ترش کرده، از او روی گرداند و دامن جمع کرد. پیامبر اکرم که سخت علاقه‌مند دعوت بزرگان قریش به اسلام برای استفاده از جایگاه آنان در گسترش دین بودند، با دیدن این صحنه، نگران شد و به تقاضای این شخص کور بی‌توجهی کرد و به دعوت قریشیان ادامه داد. آیه‌های ابتدایی این سوره در سرزنش و عتاب پیامبر اکرم وارد شد که اولویت باید با گروه

مشتاقان به دین باشد و نباید از بابت عدم جذب این مستغنیان به دین نگران باشی» (بهجت پور، ۱۳۹۰، ج ۱، صص. ۶۰۲-۶۰۳).

۴-۱. تفسیر فرهنگی - ارتباطی از تصویرسازی در سوره عبس

تسهیل تغییر انگاره و ذهنیت‌های مخاطبان قرآن را می‌توان در تصویرپردازی‌های سوره عبس یافت. خداوند در بخش ابتدایی سوره (آیات ۱ تا ۱۰) در صدد تغییر نگرش پیامبر اکرم در مورد ملاک‌های ارجحیت دعوت مخاطبان است؛ چراکه اولین مخاطب قرآن، خود پیامبر اکرم می‌باشد. در واقع خداوند می‌خواهد به رسول خود چنین تعلیم دهد: «کسی که اهل خشیت باشد و از پروردگار بترسد، به استقبال دعوت دینی و سخنان تذکردهندگان می‌رود، اما کسی که خود را بی‌نیاز بداند، نه تنها از آن استقبال نمی‌کند، بلکه در صورت مواجهه با تذکردهنده، از او اعراض کرده و عدم تمایل خود را نسبت به تذکرها و ابراز می‌کند» (بهجت پور، ۱۳۹۰، ج ۱، ص. ۶۲۰).

علاوه بر اینها، خداوند در این سوره به صورت غیرمستقیم، در پی تغییر معیارهای ارزش‌گذاری مخاطبان است. در جامعه عصر نزول و نیز در تمامی جوامع، مردم چنین فکر می‌کنند که اگر کسی دارای مقام اجتماعی و ثروت بسیار باشد، از ارزش و احترام خاصی برخوردار خواهد بود و لزوماً تأثیرگذاری بیشتری نیز بر مردم خواهد داشت، اما خداوند با تذکر به رسول خود در آیه ۱۱ این سوره «با به‌کاربردن کلمه «کلاً»، آن حضرت را از تکرار و بازگشت به چنین عملی منع می‌کند. چون انگیزه آن حضرت استفاده از جایگاه اجتماعی آن افراد در ترویج و گسترش دعوت اسلامی بود، لذا خدای متعال به این نگرانی خاتمه داده و بیان می‌فرماید: آیات قرآن، پندی است که با سرشت انسان ارتباط دارد؛ بنابراین خود به قدر کافی زمینه گسترش در میان مخاطبان را دارد. کافی است که انسان به دنبال موعظه و پند باشد و از وجدانی بیدار برخوردار باشد. پس چه این ثروتمندان قدرتمند دعوت تو را همراهی کنند یا نکنند، دعوت تو راه به دل‌ها باز خواهد کرد» (بهجت پور، ۱۳۹۰، ج ۱، ص. ۶۰۶).

همان‌طور که قبلاً اشاره شد، یکی از ویژگی‌های پیام‌های اقناعی، مبتنی بودن آنها بر عقل و اندیشه مخاطبان است؛ یعنی به‌هیچ‌عنوان ارتباط‌گر برای ایجاد تغییر نگرش یا رفتار ارتباط‌گیر، اندیشه خود را به او تحمیل نمی‌کند و مخاطب در انتخاب یا رد آن

پیام، آزاد است. همین ویژگی را به وضوح می توان در آیه ۱۱ و ۱۲ مشاهده کرد. «خدای متعال آن حضرت را از تلاش بیش از اندازه منع کرده و می فرماید: قرآن و تو که رساننده پیام آن هستی، بیش از یک پنددهنده نیستید که تنها در صورت خواست و اراده شخص، در او کارگر می شوید» (بهجت پور، ۱۳۹۰، ج ۱، ص. ۶۰۶).

همان طور که گفته شد، قرآن به تصویرسازی از صحنه های طبیعی می پردازد و شاید بتوان این گونه ابراز نظر کرد که تصاویر مرتبط با طبیعت دنیایی را سببی برای توجه دادن آدمی به آفرینش بدیع، قدرت آفریننده و بیداری حواس برای درک حکمت و هدف ماورای طبیعت دانست (بزرگ و امامی، ۱۳۹۴، صص. ۱۴۴-۱۴۵). این هدف عبارت است از پذیرش ربوبیت پروردگار متعال در تمام اجزای آفرینش از سوی انسان در جهت هدایت او به صراط مستقیم.

چنین تصویرپردازی هایی از جلوه های قدرت خداوند در طبیعت را می توان در قسمت دوم سوره عبس (از آیه ۱۸ تا آیه ۳۲) مشاهده کرد، آنجا که درباره سیر زندگی انسان از بدو خلقت تا حشر قیامت صحبت به میان آمده «مِنْ أَى شَىءٍ خَلَقَهُ * مِنْ نُطْفَةٍ خَلَقَهُ فَقَدَرَهُ * ثُمَّ السَّبِيلَ يَسْرَهُ * ثُمَّ أَمَاتَهُ فَأَقْبَرَهُ * ثُمَّ إِذَا شَاءَ أَنشُرَهُ» (عبس / آیات ۲۲-۱۸) و نیز آنجا که بحث در مورد این است که خداوند از ترکیب ساده آب و خاک، انواع و اقسام خوراک برای انسان و حیوان مهیا کرده است «فَلْيَنْظُرِ الْإِنْسَانُ إِلَى طَعَامِهِ * أَنَا صَبَبْنَا الْمَاءَ صَبًّا * ثُمَّ شَقَقْنَا الْأَرْضَ شَقًّا * فَأَنْبَتْنَا فِيهَا حَبًّا * وَعَبْنَا وَقَضَبًا * وَزَيْتُونًا وَنَخْلًا * وَحَدَائِقَ غُلْبًا * وَفَاكِهَةً وَأَبًّا * مَتَاعًا لَكُمْ وَلِأَنْعَامِكُمْ» (عبس / آیات ۳۲-۲۴). خدای متعال در این بخش از آیه های سوره عبس (آیه ۱۸ تا ۳۲) با یادآوری آیات «انفسی» و توجه دادن انسان به آغاز خلقتش، حقیقت نیاز وی به خدا را مشخص می سازد؛ چنان که با آیه «فَلْيَنْظُرِ الْإِنْسَانُ إِلَى طَعَامِهِ» به بیان نقش خدا در تأمین غذای انسان و رفع این نیاز، که از آیه های آفاقی است، پرداخته و تَوْهَم بی نیازی از پروردگار را منتفی می سازد (بهجت پور، ۱۳۹۰، ج ۱، ص. ۶۱۱).

همچنین از آنجاکه اساس گفتمان اسلام بر محور بندگی استوار بوده و درمقابل گفتمان جاهلیت و سرکشی قرار دارد، خدای متعال در آغاز نزول قرآن، به اقتناع ذهنی و روحی مردم در پذیرش بندگی روی آورد و از راه شناساندن نعمت های پروردگار و

توجه دادن به رحمانیت خداوند در تأمین نیازهای عموم مردم، به نقش صاحب‌اختیاری و ربوبیت وی بر انسان‌ها تمرکز کرد (بهجت‌پور، ۱۳۹۶، ص. ۱۰۰).

بنابراین اگر انسان راجع به سیر زندگی خویش از بدو تولد تا مرگ بی‌اندیشد و به‌نحوه شکل‌گیری غذای خود توجه نماید، متوجه خواهد شد که نقش چندانی در آنها ندارد و تمامی این نظام طبیعت، ناچار باید به دست یک مدبر توانا اداره شود. همین‌جاست که فرایند ارتباط اقتاعی خداوند با انسان شکل می‌گیرد و درنهایت یک تغییر نگرش از «استغنا و سرکشی» به «خشیت و بندگی» در او اتفاق خواهد افتاد.

از سوی دیگر، تصاویر مربوط به روز قیامت، از گسترده‌ترین و پُربارترین تصویرهای قرآنی است. ویژگی بارز صحنه‌های قیامت این است که غالباً بهشت و جهنم در برابر هم نمایش داده می‌شوند تا مقایسه بین آن دو با تشویق مخاطب یا ایجاد خوف در وی، به روشن‌تر شدن معنی آیه‌ها کمک کند. در آیه ۳۳ سوره عبس: «فَإِذَا جَاءَتِ الصَّاعَةُ»، واژه «صاعه» با آهنگی تند و گوش‌خراش، صحنه‌ای وحشت‌انگیز را از روز قیامت به تصویر می‌کشد. در آیه‌های بعدی (تا آیه ۳۷) این سوره، گریختن آدمی از نزدیکانش، تصویری را از حالت پریشانی، بیم‌وهراس آدمی برای نجات خودش ترسیم می‌کند که در آن از شدت ترس، عزیزانش را فراموش کرده و فقط به دنبال نجات خود است (فاروقی هندوالان؛ آسوده و حقدادی، ۱۳۹۳، ص. ۶۷).

همچنین در ادامه این آیه‌ها، حالات چهره‌ی دو گروه حاضر در صحنه قیامت را ذکر می‌کند که انسان با خواندن آنها، تصویری از هر دو گروه را به‌خوبی در ذهن خود متصور می‌شود که در تقابل و تضاد با یکدیگرند. آنجا که از چهره‌هایی نورانی، «شکفته و شکوفا، خندان و مسرور و بشارت‌یافته به وعده‌های خدای محبوب» (بهجت‌پور، ۱۳۹۰، ج ۱، ص. ۶۱۹) سخن به‌میان آمده «وَجُوهٌ يَوْمَئِذٍ مُّسْفِرَةٌ * ضَاحِكَةٌ مُّسْتَبْشِرَةٌ» (عبس / آیات ۳۸-۳۹) و نیز آنجایی که از «چهره‌هایی فرورفته در غبار غم‌واندوه» (بهجت‌پور، ۱۳۹۰، ج ۱، ص. ۶۱۹) یاد می‌کند و رنگ صورت آنها را به «قَتْرَةٌ» [یعنی] سیاهی، نظیر دودی که از سوختن چوب و مانند آن بلند می‌شود» (بهجت‌پور، ۱۳۹۰، ج ۱، ص. ۶۱۸)، تشبیه کرده و اعلام می‌دارد که این‌ها همان کسانی هستند که در دنیا کفر ورزیده و اعمال ناشایست انجام می‌دادند «وَجُوهٌ يَوْمَئِذٍ عَلَيَّهَا غَبْرَةٌ * تَرَاهُهَا قَتْرَةٌ»

* **أُولَئِكَ هُمُ الْكَفَرَةُ الْفَجْرَةُ** (عبس / آیات ۴۰-۴۲).

بنابراین، گروه اول که معرفی شدند، در نقطه مقابل گروه دوم قرار داشته و خصوصیات آنها نیز با تدبیر در این دوگانه‌ها مشخص می‌شود؛ یعنی آنهایی که از چهره‌هایی شاد و نورانی در قیامت برخوردارند، کسانی هستند که در دنیا، به قرآن و دعوت رسول اکرم ایمان آورده و اعمال شایسته انجام داده‌اند. همین تصاویر است که حالت تشویق به ایمان و عمل صالح و نیز خوف از کفر و عمل ناشایست را در انسان زنده می‌کند و با ایجاد تصاویر ذهنی، بر او تأثیر می‌گذارد. هرچند دامنه این تأثیرگذاری تنها در حد لحظه‌ای تأمل و تفکر باشد، با این حال زمینه را برای تغییر انگاره مخاطبان فراهم می‌کند.

همان‌طور که اشاره شد، تصاویر قرآنی در هماهنگی کامل با محتوای سوره‌ها و بافت کلی آنها قرار دارند؛ به عنوان مثال غرض نهایی و مقصود اصلی سوره عبس که در این مقاله بررسی شده است، «تعلیم کیفیت برقراری موازنه میان مجموعه مصالح [به پیامبر] و ترجیح مصلحت دعوت و ارشاد طالبان اصلاح بر غافلان مقاوم در برابر تغییر است» (بهجت‌پور، ۱۳۹۰، ج ۱، ص. ۵۹۹). به عبارت دیگر، یک نوع تقابل میان دو گروه از معاصران پیامبر اکرم در جای‌جای این سوره دیده می‌شود که یک گروه دعوت ایشان را لیبیک گفته «وَأَمَّا مَنْ جَاءَكَ يَسْعَى * وَهُوَ يَخْشَى» (عبس / آیات ۸-۹) و قرآن مایه تذکر آنهاست «وَمَا يُذْرِيكَ لَعَلَّهُ يَزَّكَّى * أَوْ يَذَّكَّرُ فَتَنْفَعَهُ الذِّكْرَى» (عبس / آیات ۴-۳) و گروه دیگر نیز در برابر دعوت پیامبر مقاومت نموده و با حالت استغنا و بی‌نیازی که دارند «أَمَّا مَنْ اسْتَعْنَى» (عبس / آیه ۵)، کفر پیشه کرده و خداوند را به خاطر نعمت‌های آفاقی و انفسی، سپاس نمی‌گویند «قَتَلَ الْإِنْسَانَ مَا أُكْفَرَهُ» (عبس / آیه ۱۷).

در نهایت، تصویری که در سیاق انتهایی سوره از حالات دو گروه از انسان‌ها در قیامت ترسیم می‌شود «وَجُوهٌ يَوْمَئِذٍ مُّسْفِرَةٌ * ضَاحِكَةٌ مُّسْتَبْشِرَةٌ * وَوُجُوهٌ يَوْمَئِذٍ عَلَيْهَا غَبَرَةٌ * تَرْهَقُهَا قَتَرَةٌ» (عبس / آیات ۳۸-۴۱)، دقیقاً با این دو گروه مذکور در جای‌جای سوره، تطابق و هماهنگی دارد. این همان ارتباط متناسب تصویر و بافت متنی سوره است که قبلاً بدان اشاره شد.

پیش‌تر بیان شد که سومین مؤلفه تصویرسازی قرآنی، به کارگیری عنصر خیال (بعد

از واقعیت‌گرایی) است. این مؤلفه در سوره عبس به شکل ارائه صفات گوناگون و جنبه‌های مختلف از یک اتفاق یا شیء می‌باشد که در ادامه، مثال‌هایی از این‌گونه موارد خواهد آمد.

یکی از این موارد، آنجایی است که صحبت از توجه نمودن انسان به خوراک خود می‌باشد «فَلْيَنْظُرِ الْإِنْسَانَ إِلَىٰ طَعَامِهِ» (عبس / آیه ۲۴). خداوند با ذکر لفظ «ریختن آب» برای اشاره به باران «أَنَا صَبَبْنَا الْمَاءَ صَبًّا» (عبس / آیه ۲۵)، «شکافته شدن» برای اشاره به خاک نفوذپذیر «ثُمَّ شَقَقْنَا الْأَرْضَ شَقًّا» (عبس / آیه ۲۶)، «رویاندن دانه» برای اشاره به رشد گیاهان «فَأَنْبَتْنَا فِيهَا حَبًّا» (عبس / آیه ۲۷) و همچنین با ذکر جزئیات این گیاهان رویش‌یافته در قالب «انگور، سبزیجات، زیتون و نخل» «وَعِنَبًا وَقَضْبًا * وَزَيْتُونًا وَنَخْلًا» (عبس / آیات ۲۸-۲۹) در صدد برانگیختن قوه خیال انسان‌هاست تا یکی‌یکی، این نعمت‌های بی‌شمار الهی را با چشم دل ببیند و شکرگذاری پیشه کند. سپس خداوند بار دیگر، این نعمت‌های خوراکی را با عبارات کلی‌تری همچون «باغ‌های پردرخت، میوه و چراگاه (برای چارپایان‌تان)» «وَحَدَائِقَ غُلْبًا * وَفَاكِهَةً وَأَبًّا * مَتَاعًا لَّكُمْ وَلِأَنْعَامِكُمْ» (عبس / آیات ۳۰-۳۱) به انسان‌ها یادآوری می‌کند تا بدین‌صورت، قوه خیال را بیشتر به‌کار تصویرپردازی و ادراک نماید.

یکی دیگر از موارد به‌کارگیری عنصر خیال، آنجایی است که اشاره به اوضاع وحشتناک و هراس‌آلود قیامت دارد، به‌گونه‌ای که هرکسی در حال فرار کردن از عزیزان خود می‌باشد «فَإِذَا جَاءَتِ الصَّاحَّةُ * يَوْمَ يَفِرُّ الْمَرْءُ...» (عبس / آیات ۳۳-۳۴). اینجا قرآن به‌جای استفاده از لفظ عزیزان یا نزدیکان، به ذکر جداگانه تک‌تک افراد محبوب و عزیز برای انسان‌ها، از جمله دوست، مادر، پدر، همسر و فرزند «... مِنْ أُخِيهِ * وَأُمِّهِ وَأَبِيهِ * وَصَاحِبَتِهِ وَبَنِيهِ» (عبس / آیات ۳۴-۳۶) پرداخته است تا بدین‌وسیله تصویرپردازی صحیح و کاملی را از صحنه قیامت به کمک عنصر خیال، تدارک دیده باشد.

همچنین در بیان حالات دو گروه مؤمنان و کافران در روز قیامت، تنها به یک صفت بسنده نشده و برای مؤمنان، سه صفت تقریباً مشابه و هم‌معنا ذکر شده «وَجُوهٌ يَوْمَئِذٍ مُّسْفِرَةٌ * ضَاحِكَةٌ مُّسْتَبْشِرَةٌ» (عبس / آیات ۳۸-۳۹) و برای کافران، دو صفت تقریباً

مشابه و هم‌معنا ذکر شده است «و وُجُوهُ يَوْمَئِذٍ عَلَيْهَا غَبَرَةٌ ﴿۳۶﴾ تَرَهْقُتُهَا قَتَرَةٌ» (عبس / آیات ۴۰-۴۱). به عبارت بهتر، به جای استفاده نمودن از دو لفظ شاد و غمگین برای توصیف این دو گروه، جزئیات شادی مؤمنان و اندوه کافران با استفاده از ذکر صفات متعدد، به تصویر درآمده است. این نیز یکی دیگر از کاربردهای مؤلفه خیال در تصویرپردازی قرآنی می‌باشد؛ چراکه استفاده از کلمات با معنای مشابه، ذهن را در تصویرسازی هرچه بهتر آن واقعیت یاری می‌رساند.

همان‌طور که ذکر شد، سومین مؤلفه تصویرپردازی، استفاده از عنصر «عاطفه است که به تأثیرگذاری تصویر کمک می‌کند» (برجیان، ۱۳۹۷). در سیاق ابتدایی آیات قیامت، آنجا که فرار از دوست، مادر، پدر، همسر و فرزند مطرح شده است «يَوْمَ يَفِرُّ الْمَرْءُ مِنْ أَخِيهِ ﴿۳۷﴾ وَأُمِّهِ وَأَبِيهِ ﴿۳۸﴾ وَصَاحِبَتِهِ وَبَنِيهِ» (عبس / آیات ۳۴-۳۶)، در واقع از عنصر عاطفه استفاده می‌شود. توضیح اینکه انسان به‌طور عادی در زندگی دنیوی خود، عواطف فراوانی را نثار این گروه‌ها می‌کند؛ یعنی انسان به‌طور طبیعی، دوستان و خانواده خود را دوست دارد؛ اما وقتی که در تصویرسازی، این‌گونه مجسم می‌شود که انسان در آن روز وحشتناک از این گروه‌ها فرار می‌کند، نشان از شدت وحشت روز قیامت دارد. در واقع استفاده از عنصر عاطفه برای تصویرسازی در اینجا دیده می‌شود و چون احساسات انسانی مخاطب به تحریک درمی‌آید، این قابلیت را دارد که «تأثیرپذیری عاطفی را به اوج برساند» (برجیان، ۱۳۹۷).

راجع به مؤلفه ششم در تصویرسازی قرآنی، باید چنین اظهار کرد که ریتم در سوره عبس نسبتاً تند بوده و آیه‌ها به صورت پیاپی و پشت سرهم می‌آیند. این ریتم با محتوای کلی سوره که نوعی عتاب (نسبت به کافرانی که احساس استغنا از هدایت دارند) و تذکر جدی (نسبت به پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) که اولویت توجه خود را به گروه مخالفان دعوتش اختصاص می‌داد تا آنها را هدایت کند) در خودش دارد، کاملاً هماهنگ است؛ چراکه تذکر و عتاب را باید با نوعی جدیت و تندی مطرح کرد و همان‌طور که ذکر شد، «ریتم در ساخت تصویر و تأثیر آن بر مخاطب نقش به‌سزایی دارد» (برجیان، ۱۳۹۷) و این حالت جدیت آمیخته با تندی را به مخاطب القا می‌کند.

۴-۲. تحلیل مضامین سوره عبس

در ادامه به بررسی مضامین این سوره در قالب جداول کدگذاری تحلیل مضمونی پرداخته‌ایم که در نهایت منجر به استخراج الگویی کلی از تصویرسازی در سوره عبس برای اقتناع و تسهیل تغییر انگاره مخاطبان قرآن می‌شود.

جدول (۱): تحلیل مضمون، مرحله‌ی کدگذاری توصیفی

آیات	مضامین پایه
عَبَسَ وَ تَوَلَّى أَنْ جَاءَهُ الْأَعْمَى	۱-۱. اخم کردن و رویگردانی یک شخص در نزد پیامبر
وَمَا يُدْرِيكَ لَعَلَّهُ يَزَّكَّى أَوْ يَذَّكَّرُ فَتَنْفَعَهُ الذِّكْرَى	۱-۲. آمدن یک نابینا به نزد پیامبر ۱-۳. احتمال پاک شدن فرد نابینا در آینده ۱-۴. احتمال سودمند بودن پندپذیری فرد نابینا
أَمَّا مَنْ اسْتَعْتَى فَأَنْتَ لَهُ تَصَدَّى	۱-۵. حالت اظهار بی‌نیازی فرد کافر ۱-۶. حالت توجه بیش از اندازه پیامبر به هدایت کافران
وَمَا عَلَيْكَ أَلَّا يَزَّكَّى وَأَمَّا مَنْ جَاءَكَ يَسْعَى	۱-۷. عدم مسئولیت پیامبر در پاک نشدن کافران ۱-۸. شتابان آمدن یک فرد مؤمن نزد پیامبر
وَهُوَ يَخْشَى فَأَنْتَ عَنْهُ تَلَهَّى	۱-۹. حالت خوف یک فرد مؤمن نسبت به خداوند ۱-۱۰. حالت غفلت پیامبر از فرد مؤمن
كَلَّا إِنَّهَا تَذْكِرَةٌ فَمَنْ شَاءَ ذَكَرْهُ	۱-۱۱. هشدار به پیامبر برای تصحیح رفتار هدایتی خود به دلیل پند بودن قرآن ۱-۱۲. اختیار انسان‌ها در پندپذیری از قرآن
فِي صُحُفٍ مُّكَرَّمَةٍ مَّرْفُوعَةٍ مُّطَهَّرَةٍ بِأَيْدِي سَفَرَةٍ كِرَامٍ بَرَرَةٍ	۱-۱۳. پشتیبانی از قرآن توسط عوامل الهی و عوامل انسانی پاک (بهجت‌پور، ۱۳۹۰، ج ۱، ص. ۶۰۸)
قَتَلَ الْإِنْسَانَ مَا أَكْفَرَهُ مِنْ أَيِّ شَيْءٍ خَلَقَهُ مِنْ نُّطْفَةٍ خَلَقَهُ فَقَدَرَهُ	۱-۱۴. ناسپاسی انسان‌های کافر ۱-۱۵. خلقت انسان توسط خداوند ۱-۱۶. خلقت انسان از نطفه و اندازه‌گیری آن توسط خداوند
ثُمَّ السَّبِيلَ يَسْرَهُ ثُمَّ أَمَاتَهُ فَأَقْبَرَهُ	۱-۱۷. آسان نمودن راه زندگی برای انسان توسط خداوند ۱-۱۸. میراندن و در قبر گذاشتن انسان توسط خداوند

آیات	مضامین پایه
ثُمَّ إِذَا شَاءَ أَنْشَرَهُ	۱-۱۹. برانگیختن مجدد انسان توسط خداوند
كَلَّا لَمَّا يَقْضِ مَا أَمَرَهُ	۱-۲۰. انجام ندادن فرامین تشریحی الهی توسط انسان کافر
فَلْيَنْظُرِ الْإِنْسَانُ إِلَى طَعَامِهِ	۱-۲۱. لزوم مشاهده دقیق غذا توسط انسان
أَنَا صَبَبْنَا الْمَاءَ صَبًّا	۱-۲۲. تصویر ریزش باران توسط خداوند
ثُمَّ شَقَقْنَا الْأَرْضَ شَقًّا	۱-۲۳. تصویر شکافته شدن خاک توسط خداوند
فَأَنْبَتْنَا فِيهَا حَبًّا	۱-۲۴. تصویر رویانیدن دانه توسط خداوند
وَعِنَبًا وَقَضْبًا	۱-۲۵. ترسیم تنوع گیاهان (اعم از خوراک انسان و دام)
وَزَيْتُونًا وَنَخْلًا	
وَحَدَائِقَ غُلْبًا	
وَفَاكِهَةً وَأَبًّا	
مَتَاعًا لَكُمْ وَلِأَعْمَامِكُمْ	
فَإِذَا جَاءَتِ الصَّاحَةُ	۱-۲۶. تصویر صدایی شدید و کرکننده در روز قیامت
يَوْمَ يَفِرُّ الْمَرْءُ مِنْ أَخِيهِ	۱-۲۷. فرار انسان از عزیزان و دوستانش در روز قیامت
وَأُمِّهِ وَأَبِيهِ	
وَصَاحِبَتِهِ وَبَنِيهِ	
لِكُلِّ امْرئٍ مِنْهُمْ يَوْمَئِذٍ شَأْنٌ يُغْنِيهِ	۱-۲۸. مشغول بودن انسان‌ها به کار خود در روز قیامت
وُجُوهٌ يَوْمَئِذٍ مُسْفِرَةٌ	۱-۲۹. وجود چهره‌های نورانی در روز قیامت
ضَاحِكَةٌ مُسْتَبْشِرَةٌ	۱-۳۰. وجود چهره‌های شاد در روز قیامت
وَوُجُوهٌ يَوْمَئِذٍ غَافِرَةٌ	۱-۳۱. وجود چهره‌های غبارآلود در روز قیامت
تَرْهَقُهَا قَتَرَةٌ	۱-۳۲. وجود چهره‌های تاریک در روز قیامت
أُولَئِكَ هُمُ الْكَافِرَةُ الْفَجِرَةُ	۱-۳۳. حضور کافران ناسپاس در روز قیامت

جدول (۲): تحلیل مضمون، مرحله کدگذاری تفسیری

مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه
۲-۱. ترسیم صحنه مواجهه پیامبر با کافران	۱-۱. اخم کردن و رویگردانی یک شخص کافر در نزد پیامبر
	۱-۵. حالت اظهار بی‌نیازی فرد کافر
	۱-۶. حالت توجه بیش از اندازه پیامبر به هدایت کافران
	۱-۲۰. انجام ندادن فرامین تشریحی الهی توسط انسان کافر
۲-۲. ترسیم صحنه مواجهه پیامبر با مؤمنان	۱-۲. آمدن یک نابینای مؤمن به نزد پیامبر
	۱-۳. احتمال پاک شدن فرد نابینای مؤمن در آینده
	۱-۴. احتمال سودمند بودن پندپذیری فرد نابینای مؤمن
	۱-۸. شتابان آمدن یک فرد مؤمن نزد پیامبر
	۱-۹. حالت خوف یک فرد مؤمن نسبت به خداوند
	۱-۱۰. حالت غفلت پیامبر از فرد مؤمن
۲-۳. تصحیح رفتار هدایتی پیامبر	۱-۷. عدم مسئولیت پیامبر در پاک نشدن کافران
	۱-۱۱. هشدار به پیامبر برای تصحیح رفتار هدایتی خود به دلیل پند بودن قرآن
	۱-۱۲. اختیار انسان‌ها در پندپذیری از قرآن
	۱-۱۳. پشتیبانی از قرآن توسط عوامل الهی و عوامل انسانی پاک (بهجت‌پور، ۱۳۹۰، ج ۱، ص. ۶۰۸)
۲-۴. تصویر قدرت و ربوبیت خداوند در مراحل خلقت تا مرگ انسان	۱-۱۵. خلقت انسان توسط خداوند
	۱-۱۶. خلقت انسان از نطفه و اندازه‌گیری آن توسط خداوند
	۱-۱۷. آسان نمودن راه زندگی برای انسان توسط خداوند
	۱-۱۸. میراندن و در قبر گذاشتن انسان توسط خداوند
۲-۵. تصویر قدرت و ربوبیت خداوند در برآوردن نیازهای انسان	۱-۲۱. لزوم مشاهده دقیق غذا توسط انسان
	۱-۲۲. تصویر ریزش باران توسط خداوند
	۱-۲۳. تصویر شکافته شدن خاک توسط خداوند

مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه
	۱-۲۴. تصویر رویانیدن دانه توسط خداوند
	۱-۲۵. ترسیم تنوع گیاهان (اعم از خوراک انسان و دام)
۲-۶. وضعیت وحشت‌انگیز و هولناک روز قیامت	۱-۲۶. تصویر صدایی شدید و کرکننده در روز قیامت
	۱-۲۷. فرار انسان از عزیزان و دوستانش در روز قیامت
	۱-۲۸. مشغول بودن انسان‌ها به کار خود در روز قیامت
۲-۷. چهره‌های نورانی و شاد مؤمنان در روز قیامت	۱-۲۹. وجود چهره‌های نورانی در روز قیامت
	۱-۳۰. وجود چهره‌های شاد در روز قیامت
۲-۸. چهره‌های تاریک و غمگین کافران در روز قیامت	۱-۳۱. وجود چهره‌های غبارآلود در روز قیامت
	۱-۳۲. وجود چهره‌های تاریک در روز قیامت
	۱-۳۳. حضور کافران ناسپاس در روز قیامت

جدول (۳): تحلیل مضمون، مرحله یکپارچه‌سازی

مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده
	۲-۳. تصحیح رفتار هدایتی پیامبر
۳-۱. تصاویر هدایتگری پیامبر	۲-۱. ترسیم صحنه مواجهه پیامبر با کافران
	۲-۲. ترسیم صحنه مواجهه پیامبر با مومنان
۳-۲. تصاویر انفسی از قدرت و ربوبیت خداوند	۲-۴. تصویر قدرت و ربوبیت خداوند از مرحله خلقت تا مرگ انسان
۳-۳. تصاویر آفاقی از قدرت و ربوبیت خداوند	۲-۵. تصویر قدرت و ربوبیت خداوند در برآوردن نیازهای انسان
	۲-۶. وضعیت وحشت‌انگیز و هولناک روز قیامت
۳-۴. تصاویر آخرتی عبرت‌انگیز	۲-۷. چهره‌های نورانی و شاد مؤمنان در روز قیامت
	۲-۸. چهره‌های تاریک و غمگین کافران در روز قیامت

بدین ترتیب مضامین فراگیر مستخرج از تدبر در سوره عبس، عبارت‌اند از:

۱. تصاویر هدایتگری پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم)

۲. تصاویر انفسی از قدرت و ربوبیت خداوند

۳. تصاویر آفاقی از قدرت و ربوبیت خداوند

۴. تصاویر آخرتی عبرت‌انگیز

تمامی این تصاویر چهارگانه، در صدد اقناع مخاطب قرآنی برای پذیرش بندگی خداوند و کنار گذاشتن حالت استغنا و سرکشی جاهلانه است. در قسمت اول، زمانی که هدایتگری پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) به تصویر درمی‌آید، اولویت داشتن رسیدگی به مؤمنان دارای حالت خشیت بر رسیدگی به کافران دارای حالت استغنا بیان می‌شود. از این رو مخاطب درمی‌یابد که اولین شرط بهره‌مندی از هدایت قرآنی، داشتن حالت خشیت به خداوند و کنار نهادن حالت بی‌نیازی از خداوند است.

در قسمت دوم و سوم، زمانی که آیات آفاقی و انفسی به تصویر درمی‌آید، قدرت خداوند در به‌وجود آوردن نعمت‌های مختلف برای انسان‌ها و نیاز مداوم آنها به ربوبیت او بیان می‌گردد. از همین‌جا نیز مخاطب قرآنی به نیازمندی دائمی خود به خداوند و لزوم تسلیم در برابر اراده قدرتمند او پی می‌برد.

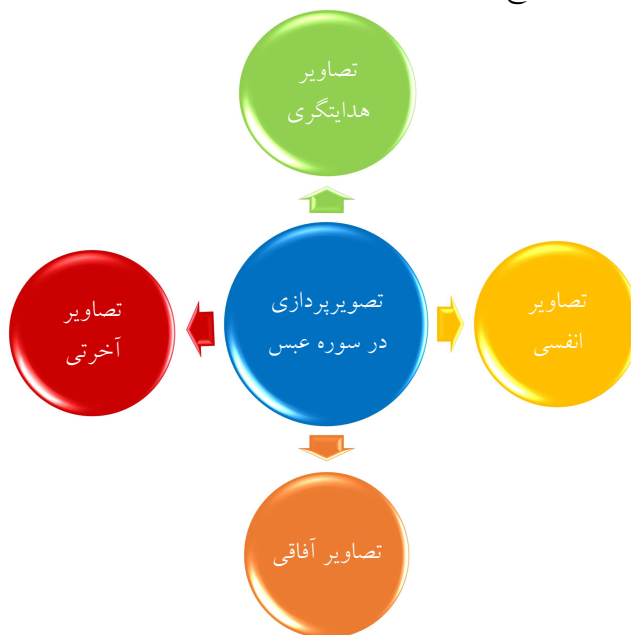
در قسمت چهارم، زمانی که وقایع جهان آخرت و روز قیامت به تصویر درمی‌آید، عاقبت ترسناک و شوم کافران ناسپاس در مقابل عاقبت نیک و نشاط‌آور مؤمنان تسلیم بیان می‌شود. بدین ترتیب است که دو عنصر عاطفی اقناعی در مخاطب قرآن به‌وجود می‌آید: یکی ترس از سرانجام وحشتناک و دیگری رغبت به سرانجام پسندیده و نشاط دائمی.

نتیجه‌گیری

به‌طور خلاصه و در یک نگاه کلی، فرایند تصویرپردازی در سوره عبس برای اقناع و تسهیل تغییر انگاره مخاطبان قرآن را می‌توان به ترتیب در چهار بخش تصاویر «هدایتگری، انفسی، آفاقی و آخرتی» دسته‌بندی نمود که در شکل (۱)، نمایش داده شده است.

بخش اول شامل تصویرهایی توصیفی از نحوه مواجهه مطلوب و نامطلوب پیامبر با کافران و مؤمنان است. در بخش دوم، خداوند به تصویرهایی از جلوه‌های قدرت و ربوبیت خویش در فرایند آفرینش انسان می‌پردازد. در بخش سوم، قدرت و نقش

مستقیم خداوند در به وجود آوردن تنوع غذایی برای انسان‌ها و حیوانات از سرمنشأیی ساده (یعنی آب و خاک) به تصویر درآمده است. درنهایت در بخش چهارم، حالت وحشت و هراس عظیم روز قیامت و چهره‌هایی دوگانه (مؤمنان شاد و کافران غمگین) در قالب تصاویری واضح به مخاطب عرضه شده است.



شکل (۱): الگوی کلی تصویرپردازی در سوره عبس

کتابنامه

- قرآن کریم (سوره مبارکه عبس (۸۰)).
 امامی، سیدمجید و روشنائی، پرهام (۱۳۹۹). مدیریت تصویر قیام عاشورا در افکار عمومی شیعیان: سیره امام صادق (علیه‌السلام) در نسبت با تغییرات فرهنگی. *دوفصلنامه علمی پژوهشی دین و سیاست فرهنگی*، ۷(۱۴)، ۲۱۳-۲۳۹.
 برجیان، رضیه (۱۳۹۷). تصویرآفرینی در قرآن. سایت راسخون (آخرین بازدید در ۲۰ اردیبهشت ۱۴۰۰): <https://rasekhoon.net/article/show/1404427>

بزرگ، حوریه و امامی، سیدمجید (۱۳۹۴). از تصویرآفرینی قرآنی تا تصویرسازی سینمایی؛ پژوهشی در امکان رسانه دینی. فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، سال شانزدهم، (۳۰)، ۱۳۳-۱۵۹.

بهجت‌پور، عبدالکریم (۱۳۹۰). همگام با وحی. قم: مؤسسه تمهید.
بهجت‌پور، عبدالکریم (۱۳۹۶). سیر فرهنگ‌سازی پوشش اسلامی (با رویکرد تفسیر تنزیلی). قم: مؤسسه تمهید.

بینگر، اتولر (۱۳۷۶). ارتباطات اقناعی. ترجمه علی رستمی، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما.

پیرزادنیآ، مینا؛ عبدی، مالک و چراغی، زیور (۱۳۹۴). تصویرپردازی هنری در سوره مبارکه اعراف با تکیه بر تشبیه، استعاره و مجاز. فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهش‌های ادبی - قرآنی، سال سوم، (۲)، ۱۱۷-۱۳۹.

جلودار، حسین (۱۳۹۲). روایت تصویری در قرآن (با بررسی سوره‌هایی از قرآن با آغازی روایی - تصویری). دوفصلنامه پیکره، (۳)، ۷۷-۹۰.

حری، ابوالفضل (۱۳۸۵). قرآن به منزله اثری ادبی؛ تصویر، تصویرپردازی و انسجام ساختاری متن در سوره «والعادیات». فصلنامه اندیشه دینی دانشگاه شیراز، (۱۹)، ۷۱-۹۰.

دریاباری، فرزانه (۱۳۹۲). تصویرسازی ذهنی چیست؟. سایت مؤسسه قرآن و نهج‌البلاغه، آخرین بازدید در ۲۰ اردیبهشت ۱۴۰۰: <https://2noor.com/12172/>
دهقانی، نیما؛ نجفی، امیرحسین و هادیزاده خرازی، همایون (۱۳۸۰). آناتومی کارکردی تصویرسازی ذهنی حاصل از اسامی ذات: یک مطالعه fMRI. مجله تازه‌های علوم‌شناختی، سال سوم، (۳)، ۱-۷.

رضایی، غلامعباس و حسینی، سیدپیمان (۱۳۹۱). تصویرپردازی هنری در قرآن با تکیه بر تشبیه، مجاز، استعاره و کنایه. پژوهشنامه نقد ادب عربی، (۳)، ۱۴۳-۱۶۵.

رفیعی، یدالله و جدیدی، لیلا (۱۳۹۳). تصویرپردازی هنری در سوره قیامت. دوفصلنامه پژوهش‌های قرآنی در ادبیات، سال یکم، (۲)، ۱-۲۶.

زارع زردینی، مرضیه (۱۳۹۲). تصویر هنری داستان حضرت آدم در قرآن کریم. فصلنامه

- علمی - پژوهشی پژوهش‌های ادبی - قرآنی، سال یکم، (۳)، ۷۹-۱۰۰.
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۳). اقناع، غایت ارتباطات. *نامه علوم اجتماعی*، (۲۳)، ۹۳-۱۱۵.
- سعدی، محمدجواد؛ مناقب، سیدمصطفی؛ عبدالله‌زاده، رحمت‌الله؛ امین ناجی، محمدهادی و جعفری، قاسم (۱۳۹۳). کارکرد تصویر هنری در سور مسبحات. *دوفصلنامه علمی - پژوهشی پژوهشنامه تفسیر و زبان قرآن*، (۴)، ۸۳-۹۴.
- شربتدار، حسنعلی (۱۳۹۵). کارکرد تصویر هنری در آیات جزء سی‌ام قرآن کریم. *فصلنامه مطالعات ادبی متون اسلامی*، سال یکم، (۳)، ۱۳۵-۱۶۰.
- طالبیان، منصوره؛ صیادی‌نژاد، روح‌الله و اقبالی، عباس (۱۳۹۸). نقش آوا در تصویرسازی (مطالعه موردپژوهانه: سوره نازعات). *دوفصلنامه علمی پژوهشنامه تفسیر و زبان قرآن*، (۱۴)، ۱۹۱-۲۰۸.
- عرفت‌پور، زینه (۱۳۹۲). تصویرپردازی هنری ابرار و جایگاه اخروی آنان در سوره انسان. *مجله علمی - پژوهشی انجمن ایرانی زبان و ادبیات عربی*، (۲۶)، ۴۴-۷۲.
- عرفت‌پور، زینه (۱۳۹۴). تصویرپردازی هنری در قرآن کریم با تکیه بر سوره‌های دهر، مثر، ق، مرسلات و مطففین. تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- عرفت‌پور، زینه و محسنی، حمیده‌سادات (۱۳۹۶). تصویرپردازی هنری آب به‌مثابه منشأ حیات و رزق‌وروزی در قرآن کریم. *فصلنامه مطالعات قرآنی و فرهنگ اسلامی*، سال یکم، (۲)، ۸۳-۱۱۳.
- فاروقی هندوالان، جلیل‌اله؛ آسوده، زهره و حقدادی، عبدالرحیم (۱۳۹۳). انتقال معنی از طریق تصویرسازی ذهنی در جزء سی‌ام قرآن کریم. *فصلنامه علمی نگارینه هنر اسلامی*، (۱)، ۵۹-۶۸.
- فتاحی ثانی سبزواری، الهام و پوررضائیان، مهدی (۱۳۸۸). چگونگی تصویرسازی در الگوی روایت‌گری قصه در قرآن کریم. *فصلنامه تحلیلی پژوهشی نگره*، (۱۰)، ۵-۱۵.
- فتحی، علی و طاهری، محبوبه (۱۳۹۴). زبان تصویری، روش تربیتی قرآن. *فصلنامه پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی*، (۲۸)، ۸۵-۱۰۵.
- قائم، مرتضی و قتالی، محمود (۱۳۹۶). تصویرپردازی هنری کفر در قرآن کریم.

- فصلنامه مطالعات سبک‌شناختی قرآن کریم، (۱)، ۱-۱۸.
- مرادحاصلی، مستانه (۱۳۹۸). مروری بر تصویرسازی ذهنی. مجله رویش روان‌شناسی، ۸(۵)، ۱۳۳-۱۴۲.
- موسوی‌لر، اشرف‌السادات و یاقوتی، سپیده (۱۳۹۴). تبیین جلوه‌های تصویری آیات قرآن با تکیه بر نظریه هنری سیدقطب. دوفصلنامه جلوه هنر، (۱۴)، ۲۵-۳۴.
- میردامادی، سیدمحمد و کاملی، ابراهیم (۱۳۹۱). نگاهی به پیام‌های اقناعی قرآن کریم. دوفصلنامه کاوشی نو در معارف قرآنی، سال اول، (۲)، ۲۳-۳۸.

