

Research Article

A Study of the Function of Art (Performing Arts and Images) in Propagating Religion from the Viewpoint of the Quran

Iraj Yarmohammed¹, Seyyed Hamid Hosseini^{2*}, Hamed Fathaliani³

Abstract

The subject of the art of display and image in Quranic verses is a new discussion that researchers in the field of Quranic aesthetics have addressed with the aim of expressing artistic beauties in order to propagate religion in the context of Quranic verses. Examining the artistic image in the Holy Qur'an proves the miracle inside and outside the text of the Qur'an and expresses the functions of artistic images. The issue of propaganda and methods of propaganda in the Qur'an is one of the most important issues that has been discussed throughout the history of Islam. Propaganda is basically a way of communicating with people to invite them to the goals and purposes that God has willed. In this regard, the art of drama and image, due to its special language of communication can be the best tool and agent for propagating and spreading religion. This research, which was conducted by data collection and data analysis, consists of two parts: the first part; In the second part, which is the important and fundamental topic of this research, the method of art in propaganda, the concept of drama and image, artistic illustration in the Qur'an, and finally the art of drama in service. The Qur'an has been propagated.

Keywords: Art, Performance, Function, Propaganda, Quran

-
1. PhD student in theology and Islamic studies, majoring in Quran and Hadith sciences, Hamedan Branch, Islamic Azad University, Hamedan, Iran
 2. Assistant Professor of Quran and Hadith Sciences, Hamadan Branch, Islamic Azad University, Hamadan, Iran
 3. Assistant Professor, Department of Quranic and Hadith Sciences, Malayer Branch, Islamic Azad University, Malayer, Iran

Correspondence Author: Seyyed Hamid Hosseini

Email: hoseinihamid2@gmail.com

DOI: [10.30495/QSF.2022.1926579.2479](https://doi.org/10.30495/QSF.2022.1926579.2479)

Receive Date: 23.03.2021

Accept Date: 12.05.2021

بررسی کارکرد هنر(هنر نمایش و تصویر) در تبلیغ دین از دیدگاه قرآن

ایرج یارمحمد^۱، سیدحمید حسینی^{۲*}، حامد فتحعلیانی^۳

چکیده

موضوع هنر نمایش و تصویر در آیات قرآن بحث جدیدی است که پژوهشگران در حوزه زیبایی شناسی قرآن با هدف بیان زیبایی های هنری در جهت تبلیغ دین در بافت آیات قرآنی به آن پرداخته اند. بررسی تصویر هنری در قرآن کریم به اثبات اعجاز درون و بیرون متنی قرآن و بیان کارکردهای تصاویر هنری می‌پردازد. مسأله تبلیغ و روشهای تبلیغی در قرآن از مهمترین موضوعاتی است که در طول تاریخ اسلام مورد بحث بوده است. تبلیغ در اصل روش برقراری ارتباط با مردم جهت دعوت آنها به اهداف و مقاصدی است که خداوند آن را اراده نموده است. در این راستا هنر نمایش و تصویر، با توجه به زبان ارتباطی خاص خود می‌تواند بهترین وسیله و عامل برای تبلیغ و اشاعه دین باشد. این تحقیق که با روش جمع آوری اطلاعات و تحلیل داده‌ها به انجام رسیده شامل دو بخش می باشد: بخش اول؛ به کلیات مباحث تبلیغ و پیشینه آن و نیز اهمیت روش در تبلیغ اختصاص دارد. در بخش دوم که مبحث مهم و بنیادی این تحقیق است به روش هنر در تبلیغ، مفهوم نمایش و تصویر، تصویر پردازی هنری در قرآن و در نهایت هنر نمایش در خدمت تبلیغات قرآن پرداخته است.

۱. دانشجوی دوره دکترای تخصصی الهیات و معارف اسلامی، گرایش علوم قرآن و حدیث، واحد همدان، دانشگاه

آزاد اسلامی، همدان، ایران

۲. استادیار علوم قرآن و حدیث، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران

۳. استادیار گروه علوم قرآن و حدیث، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران

ایمیل: hoseinihamid2@gmail.com

نویسنده مسئول: سیدحمید حسینی

واژگان کلیدی: قرآن، تبلیغ، هنر، تصویر

مقدمه و بیان مسئله

تبلیغ و رساندن پیام و اندیشه الهی، یکی از مهمترین ارکان هر دین و نیز مد نظر ویژه ی مکاتب بشری در طول تاریخ بوده است و صاحبان اندیشه همواره در پی کشف و تسلط بر ابزار تبلیغی زمان خود بوده اند زیرا این یک اصل قطعی و غیر قابل انکار است که هر گروهی برای تسلط بر جهان پیرامون، ناگزیر از گسترش اندیشه ها و افکار خود میباشد و این مهم بدست نمی آید مگر با تبلیغات وسیع و استفاده از رسانه‌های تبلیغی روز .

تبلیغ ، دعوت ، ارشاد و هدایت مردم به ارزشهای الهی از اصول رسالت پیامبران الهی بوده و خط اصلی برنامه آنان را تشکیل می‌دهد است . لذا از منظر قرآن و احادیث اسلامی رساندن پیامهای سازنده خداوند متعال به اندیشه و دل مردم مهمترین وظیفه انبیا الهی و ادامه دهندگان راه آنان است و به انجام رساندن این وظیفه تا آنجا اهمیت دارد که قرآن خطاب به پیامبر اسلام تاکید می فرماید : « ما عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ » (مائده / ۹۹) یعنی بر پیامبر جز تبلیغ احکام نیست .

به عنوان مثال در یکی از آیات می فرماید: «الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ» (احزاب/۳۹)؛ «پیامبران پیشین، کسانی بودند که رسالت‌های الهی را تبلیغ می کردند» در آیه دیگر دستور می دهد که همواره باید در میان مسلمانان، امتی باشند که دو وظیفه بزرگ اجتماعی، یعنی دعوت مردم به نیکی ها و بازاری از بدی ها را انجام دهند: «وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ» (آل عمران/۱۰۴) ؛ «باید گروهی از شما باشند که مردم را به سوی خیر دعوت و امر به معروف و نهی از منکر کنند.» آنچه به روشنی از این آیات استنباط می شود، ضرورت و اهمیت تبلیغ است. طبق این آیات، خداوند متعال، پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و شایستگان امتش را موظف کرده است که دستورهای خداوند را همواره برای مردم بیان کنند.

همانگونه که قرآن اهمیت زیادی برای تبلیغ قائل شده است ائمه معصومین (علیهم السلام) نیز در کلام خود در بسیاری از موارد به اهمیت این موضوع اشاره نموده اند . به طور مثال حدیث معروفی است که پیامبر اکرم (ص) در جنگ خیبر خطاب به حضرت علی (ع) می فرمایند : «لَإِن يَهْدِيَ اللَّهُ بِكَ رَجُلًا وَاحِدًا خَيْرٌ لَّكَ مِمَّا طَلَعَتْ عَلَيْهِ الشَّمْسُ » (کلینی، ۱۳۸۹، ش: ۸۷/۵) یعنی هرگاه خداوند بوسیله تو تنها یک نفر انسان گمراه را هدایت کند از تمام آنچه آفتاب بر آنها می تابد برای تو بهتر است.

در این راستا هنر نمایش و تصویر ، با توجه به زبان ارتباطی خاص خود چنانچه به درستی مورد توجه قرار گیرد می‌تواند بهترین وسیله و عامل برای تبلیغ و اشاعه دین باشد . ابزارهای هنری و بالخصوص هنر نمایش و تصویر ، یکی از رساترین، بلیغ‌ترین و کاری‌ترین ابزار ابلاغ و تبلیغ پیام است. هنر می‌تواند به عنوان بهترین وسیله جهت تبلیغ دین بکار رود هنر نمایش با قدرت فوق العاده ای که دارد می‌تواند زیبایی ها و خوبی ها را بدان گونه که هستند مجسم سازد و در انسانها جذبه و رغبتی بوجود آورد . هنر سعی دارد زیبایی را مجسم و متجلی کند و آنرا در درون انسانها وارد کند.

روش پژوهش

با توجه به اینکه محور اصلی در این مقاله کتاب قرآن است، روش کتابخانه ای است که با توجه به خود کتاب، ترجمه ها و تفسیرهای موجود در این رابطه با جدا سازی محورهای رفتار اقتصادی، نتیجه گیری لازم به عمل می آید؛ هدف آن است که با استخراج رفتارهای اقتصادی مسلمانان و مؤمنان در ترویج آن نقشی هر چند کوچک داشته باشیم؛ به همین لحاظ شاید از دید هدف در زمره تحقیقات بنیادی و کاربردی قرار گیرد.

پیشینه پژوهش

در مورد موضوع کارکرد هنر در تبلیغ دین از دیدگاه قرآن تا کنون پژوهش‌هایی پراکنده صورت گرفته است که در ادامه به مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود و تفاوت آن‌ها با پژوهش پیش رو تبیین می‌گردد:

۱. پایان نامه «آداب و روش تبلیغ دین از دیدگاه قرآن» از «علی طهماسبی، علی نجاریان پور، حسن اکبری»، چاپ شده در مجله «پیام نور استان فارس»، ۱۳۹۵ش. هدف این پژوهش، روش‌های تبلیغ موثر از آیات قرآنی استخراج شده است، که می‌توان به روش‌های یادآوری نعمت‌ها، بیدارسازی عقل‌ها و فطرت‌ها، روش تمثیل، روش برهان، روش جدل و مناظره، روش معرفی الگو، استفاده از هنر، تحریک احساسات و عواطف و ... اشاره کرد. روش تحقیق در این پژوهش از نوع توصیفی تحلیلی است. گردآوری داده‌ها به کمک تکنیک مطالعه منابع اعم از کتاب، مقاله و پایان‌نامه‌های مرتبط و فیش برداری صورت گرفته است.

۲. مقاله «شاعه نوآوری از دیدگاه قرآن کریم؛ رویکردی نو در بررسی تبلیغ دین»، از «سید حسین شرف الدین و اسماعیل صابریکیوج»، چاپ شده در نشریه دین و ارتباطات، سال ۱۳۹۲ش، نویسندگان این مقاله چنین استنتاج کردند که این مقاله ضمن انتخاب نظریه «شاعه نوآوری راجرز و شومیکر» به عنوان چارچوب مفهومی، این سؤال را مطرح می‌کند که «قرآن کریم، معارف و حیانی را برای مقبولیت و پذیرش بیشتر توسط مردم، واجد چه ویژگی‌هایی معرفی می‌کند؟» از منظر اسلامی، عامل تغییر باید واجد چه ویژگی‌های مطلوبی باشد؟ ترس در اقناع افراد برای قبول نوآوری موثرتر است یا تشویق؟ در این زمینه، آیا تفاوتی بین مرحله ابتدائی ارائه نوآوری و مرحله تثبیت نسبی نوآوری وجود دارد؟

معناشناسی تبلیغ

تبلیغ از ریشه «بَلَّغَ» می‌باشد از نظر راغب «بلغ» یعنی «رسیدن به نهایت مقصد و نهایت چه مکانی و چه زمانی یا یکی از این امور مقدر است و چه بسا از نزدیک شدن دلالت کند. هر چند که به پایان آن نرسیده باشد و بلاغ به معنای تبلیغ است». (اصفهانی، ۱۳۷۶ش: ۵۸)

در صحاح در تعریف بلغ گفته: «هنگامی که گفته می‌شود من به مکانی رسیدم به معنی این است که در آنجا قرار گرفتم و همچنین به چیزی اشراف پیدا کردم و واژه ابلاغ و ایصال و تبلیغ نیز چنین‌اند». (جوهری، ۱۴۰۷ق: ۵۳/۱)

در فرهنگ لغت فارسی دهخدا تبلیغ را اینگونه معنا کرده است: «رساندن، رسانیدن و واصل کردن، رسانیدن پیام و جز آن، رسانیدن عقاید دینی یا غیر آنها با وسایل ممکنه». (دهخدا، ۱۳۳۸ش: ۳۴۳/۱۳)

پس می توان نتیجه گرفت که تبلیغ در لغت به معنی رساندن و رسانیدن آمده است یعنی رساندن چیزی به منتهای مقصد خویش .

در مورد کلمه «تبلیغ» و مشتقات آن در کتاب المعجم المفهرس لآیات القرآن الکریم برای آن یازده هم‌ریشه ذکر کرده است که ۲۷ بار در قرآن تکرار شده‌اند. (کلانتری، ۱۳۷۷ش: ۳۵۲)

تبلیغ از نظر اصطلاحی؛ عبارتست از روش یا روش‌های به هم پیوسته (در قالب یک مجموعه) برای بسیج و جهت دادن نیروهای اجتماعی و فردی از طریق نفوذ در شخصیت، افکار، عقاید و احساسات آنها جهت رسیدن به یک هدف مشخص که این هدف ممکن است سیاسی، نظامی، فرهنگی، اقتصادی و ... مشروع و یا نامشروع باشد. (کریمی، ۱۳۷۸ش: ۱۴)

به عبارت دیگر تبلیغ در اصطلاح عبارتست از: رساندن پیام به گیرنده پیام از طریق برقراری ارتباط، به منظور ایجاد تغییر و دگرگونی در بینش و رفتار و افکار او. (رزاقی، ۱۳۷۷ش: ۱۳)

مفهوم تبلیغ در اسلام با سایر مکاتب بشری تفاوت بسیاری دارد. اصل معنا یکی است اما تبلیغ در اسلام اهداف متفاوتی با دیگر مکتبهای پیش روی بشریت دارد. تبلیغ در عرف اسلامی عبارتست از: «ارائه سیمای اسلام از طریق دلیل و برهان براساس افکار و شعور مخاطبین و شرح ارزشهای الهی و بیان مقام والای رهبران آسمانی و ایجاد تکامل جامع در توده های مردم». (بابازاده، ۱۳۸۲ش: ۱۳)

تبلیغ در غرب عبارتست از: « ایجاد تغییرات مطلوب در افکار عمومی به منظور رسیدن به اهداف مشخص. این تغییرات به هر وسیله ای که صورت پذیرد یک اقدام تبلیغی از دیدگاه غرب به شمار می آید». (زورق، ۱۳۶۸: ۴۴)

در پایان باید گفت: تبلیغ در سالم ترین، طبیعی ترین و اصولی ترین شکل آن نوعی فعالیت آموزشی است که بمنظور نشر دانش و آگاهیهای سیاسی و اجتماعی و فرهنگی و نشر ارزشها و سجایای اخلاقی صورت می گیرد .

پیشینه تاریخی تبلیغ

در مورد تاریخچه تبلیغ باید به روزهای نخستین آفرینش عالم هستی برگشت. تبلیغات قدمت و اهمیتی به قدر خلقت عالم هستی دارد. ضمن آنکه از روزهای اولیه خلقت آدم هم بحث تبلیغ به صورت جدی تری مطرح شده است. اعتقاد ما بر این است که اولین تبلیغ از سوی خداوند صورت گرفته است و لذا باید خداوند را بعنوان اولین مبلغ معرفی نمود.

خداوند با خلقت عالم هستی در اولین مراحل به تبلیغ خود پرداخته و خودش را به مخلوقاتش بوسیله تبلیغات معرفی می کند. کافیسست نگاهی به کلام وحی نماییم تا ببینیم چه بسیارند آیاتی که

خداوند متعال برای معرفی خود و در وصف خود آورده است. برای نمونه در آیات اولیه سوره مبارکه فرقان می فرماید:

(تَبَارَكَ الَّذِي نَزَّلَ الْفُرْقَانَ عَلَى عَبْدِهِ لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا * الَّذِي لَهُ مَلِكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَلَمْ يَتَّخِذْ وَلَدًا وَلَمْ يَكُنْ لَهُ شَرِيكٌ فِي الْمُلْكِ وَخَلَقَ كُلَّ شَيْءٍ فَقَدَرَهُ تَقْدِيرًا) (فرقان/۲۰)

« زوال ناپذیر و پر برکت است کسی که قرآن را بر بنده اش نازل کرد تا بیم دهنده‌ی جهانیان باشد. خداوندی که حکومت آسمانها و زمین از آن اوست، و فرزندی برای خود انتخاب نکرد، و همتایی در حکومت و مالکیت ندارد، و همه چیز را آفرید، و به دقت اندازه گیری نمود! »

در این آیات می بینیم که خداوند به جهت نعمتی که بر بنده خودش عطا فرموده خود را مبارک خوانده است پس اولین مرحله تبلیغ را خداوند انجام داده است. سپس در آیه دوم به تبلیغ توانایی‌ها و صفات خداوند می پردازد و پنج صفت از اوصاف خداوند را معرفی می کند. برای این مبحث می توان صدها آیه به عنوان مثال آورد که نشان از تبلیغ برای خداوند می باشد که به همین آیات بسنده می کنیم. همانطور که می دانیم خداوند از آفرینش انسان اهدافی داشته است و لذا باید به تبلیغ در مورد انسان و اهداف خلقت انسان بپردازد. در آیات ابتدایی سوره مبارکه بقره و در نخستین آیه خلقت می خوانیم که خداوند به ملائکه می گوید:

(وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً) (بقره/۳۰)

« بیاد آر آنگاه که پروردگار تو به ملائکه فرمود من در زمین خلیفه بر گمارم.»

پس در اولین مرحله خداوند به معرفی آدم پرداخته به تبلیغ در مورد مصنوع خود می پردازد یعنی اولین مرحله تبلیغات آغاز می شود، تبلیغ و معرفی آدم به عنوان جانشین پروردگار بر روی زمین و این بالاترین و زیباترین نوع تبلیغات در معرفی می باشد. در همین زمان اولین تبلیغات منفی نیز آغاز می شود. چرا که در ادامه همین آیه می خوانیم:

(قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ) (بقره/۳۰)

« فرشتگان گفتند آیا کسی را در زمین قرار می دهی که فساد و خونریزی کند.»

سپس فرشتگان شروع به تبلیغ مقام تسبیح و تقدیس خود می پردازند و به خداوند می گویند: اگر هدف تسبیح و تنزیه تو است ما گروه فرشتگان انجام می دهیم.

(وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ) (بقره/۳۰)

« ما تسبیح و حمد تو را به جای می آوریم» اما خداوند در پایان همین آیه جواب فرشتگان را می دهد. آنهم فقط با یک جمله سر بسته (قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ) (بقره/۳۰) « آنچه من می دانم شما نمی دانید» پس در اولین آیات خلقت انسان شاهد چندین مرحله تبلیغ هستیم ضمن اینکه همین سؤال و جواب نیز که بین خداوند و فرشتگان رد و بدل میشود خود یک شیوه تبلیغی است.

اهمیت روش در تبلیغ

در تبلیغ چه با دیدگاه اسلامی و چه با دیدگاه غیراسلامی و غربی، روشها و شیوه ها جایگاه مهمی دارند چرا که شیوه ها یکی از ارکان و عناصر تبلیغ به شمار می رود .

آنچه که مسلم است برای تبلیغ سه عنصر قلم، زبان و تصویر به عنوان ابزار تبلیغ از اهمیت بالایی برخوردار می باشند. ضمن اینکه هر یک از این ابزارها خود می توانند صاحب روشهای بسیاری در امر اطلاع رسانی و تبلیغ باشند.

در تعریف شیوه تبلیغ می توان گفت: « کیفیت و سازوکار رساندن پیام تبلیغ به مخاطبان را شیوه تبلیغ می گویند ، به عبارت دیگر کیفیت انتقال موضوع به وسیله ابزار همان شیوه تبلیغ است.(عباس مقدم، ۱۳۷۱ش:۷۳)

آیات بسیاری در قرآن مشاهده می شود که بصورت کلی استفاده از برخی روشهای تبلیغی را به پیامبر سفارش می کند از جمله آیه

(فَأَعِزُّهُمْ عَلَيْهِمْ وَعَظْمُهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا) (نساء ، ۶۳) ،

«(مجازات) آنان صرف نظر کن! و آنها را اندرز ده! و با بیانی رسا، نتایج اعمالشان را به آنها گوشزد نما!». در این آیه می بینیم که خداوند به پیامبرش دستور می دهد که در انتقال پیام به آنها از روشی گفتاری استفاده کن که در آنها اثر کند و بلیغ و رسا باشد .

خداوند متعال در آیه دیگری حتی نوع استفاده از روش را نیز معرفی می کند، آنجا که می فرماید :

(أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِلَا تِي هِيَ أَحْسَنُ) (نحل/۱۲۵) .

« با حکمت و اندرز نیکو، به راه پروردگارت دعوت نما! و با آنها به روشی که نیکوتر است، استدلال و مناظره کن! ».

این آیات همچنین ما را به این موضوع رهنمون می نماید که اثبات کند سنت پیامبر اکرم (ص) و ائمه اطهار (ع) نیز تجلیگاه امر الهی مبنی بر انتخاب روش و حتی انتخاب بهترین روش در برخورد با مردم است . لذا در این مورد علی اکبر حسینی گفته است : « پیامبر (ص) از روشها و تکنیکهای خاصی سود می جست که تناسب موقعیت و زمان ، رعایت سادگی ، در نظر گرفتن سطح استعدادها ، آمادگی و تلفیق قول با عمل از آن جمله اند . (حسینی، ۱۳۷۲ش:۴۳)

در روایات متعددی آمده است که هیچ کاری را ندانسته نباید عمل کرد، چرا که تمامی انحرافات و فساد و تخریب معلول جهل و نا آگاهی است . رسول خدا (ص) می فرمایند : «هر کس که ندانسته عمل کند ، اثر تخریبی از اصلاح کردنش بیشتر است». (کلینی، ۱۳۸۶ش: ۹۹/۱) در باب اهمیت استفاده از روش در راه تبلیغ به ذکر حدیثی جامع و کامل از امام صادق (ع) بسنده می کنیم آنجا که حضرت می فرمایند :

(الْعَامِلُ عَلَى غَيْرِ بَصِيرَةٍ كَالسَّائِرِ عَلَى غَيْرِ الطَّرِيقِ لَا يَزِيدُهُ سُرْعَةَ السَّيْرِ إِلَّا بُعْدًا)

« کسی که بدون آشنایی با طریقه انجام کاری به آن مبادرت کند ، مانند مسافری است که در راه صحیح گام نگذارده بنابراین سرعت سیرش جز دوری از مقصد را نمی افزاید » (همان).

پس باید برای ارسال پیام به گیرنده آن مناسبترین معبر را پیدا کرد. برای هر موضوع و برای هر فرد یا هر گروه همواره یک (بهترین) روش وجود دارد. لذا سعی مبلّغ باید به این باشد که ضمن بررسی و آزمایش، بهترین را برای تبلیغ مطلب بخصوصی به فرد یا گروه بخصوصی پیدا کند. انتخاب روش مناسب برای تبلیغ چند مزیت دارد: اولاً انتخاب روشی مناسب متضمن صرف وقت کمتری است. ثانیاً کارآیی برخی روشها اولویت دارد یعنی اینکه با استفاده از برخی روشها کار تبلیغ بهتر صورت می پذیرد. ثالثاً استفاده از برخی روشها کار پذیرش یک پدیده یا شیوه نوین را توجیه می کند. (زورق، ۱۳۶۸ش: ۲۴۵)

روش هنر در تبلیغ

اهمیت هنر

هنر یک امر حیاتی و سرنوشت ساز است و برای انسانها دارای اهمیت است از آن بابت که موجب تحول و حرکت و ایجاد تغییر در فرهنگ، احساسها، عقاید و افکار است حرکتی که هنر ایجاد می کند فوق العاده شگفت انگیز و حتی غیر قابل بیان است. هنر یک جامعه نشان دهنده وضع و موقعیتی است؛ هنر هم می سازد و هم تباه می کند، هم خادم فضیلت ها است و هم خادم رذیلت ها، می تواند روح جمع گرایی را در جامعه رشد دهد و یسا روح انزواجویی را هنر به آدمی نشان می دهد که زندگی به سوی یک سرشکستگی و بی هدفی نمی رود.

حضرت آیه الله خامنه‌ای (مد ظله العالی) در باب اهمیت هنر می فرمایند: « هنر یک شیوه بیان است، یک شیوه ادا کردن است. منتها این شیوه بیان از هر تبیین دیگر رساتر، دقیق تر، نافذتر و ماندگارتر است دقت در هر یک از این چند تعبیری که عرض کردم: رساتر بودن، دقیق تر بودن، نافذتر و ماندگار تر بودن در فهم معنای هنر کمک می کند. ای بسا که یک گذارش غیر هنری گر چه علمی و تحقیقی و دقیق است ولی خاصیت ارائه هنری را ندارد. (خامنه ای، ۱۳۷۲ش: ۱۱)

امروزه هنر در جوامع بشری امری است که افراد جامعه به شدت تحت تأثیر آن واقع شده اند چرا که هنر در جهان امروز دارای قدرت نفوذ شگفت انگیزی است. هم می سازد و هم تباه می کند و این بستگی به آن دارد که چه کسی و چگونه از هنر استفاده کند.

تعریف هنر

دهخدا در لغت نامه خود در تعریف هنر گفته است: «هنر به معنی آن درجه از کمال آدمی است که هشیاری و فراست و فضل و دانش را در بردارد و نمود آن صاحب هنر را برتر از دیگران می نماید». (دهخدا، ۱۳۳۸ش: ۳۱۶/۵۱)

اما برای هنر تعاریف متعددی ذکر کرده اند از جمله دکتر علی قائمی در کتاب خود چندین تعریف ذکر کرده است از جمله: «هنر فعالیتی است که زیبایی را نمودار می سازد. هنر وسیله ای برای انتقال احساسهاست، احساسی که در راه بیان و قلم قابل عرضه نباشد. هنر نوعی شناخت واقعیت از طریق تجربه است با تأکید بر کیفیت و باتکای یک فلسفه. هنر تحقق زیبایی در قلمرو روح آزاد انسانی است. هنر بیان

یک واقعیت است که با اتکای بر یک فلسفه مادی، معنوی با تأکید بر کیفیت نوعی شناخت عاطفی برای آدمی ایجاد می‌کند و زیبایی‌ها را در قلمرو روان آزاد آدمی محقق می‌سازد» (قائمی، بی تا: ۶)

محمد تقی رهبر در کتاب پژوهشی در تبلیغ برای هنر تعریفی آورده است که به گفته خود خلاصه سایر تعاریف می‌باشد. ایشان در تعریف هنر می‌گوید: «هنر خلاقیت و ابداع نفس و به تعبیر موحدان و الهیون، جلوه گاه ابداع و خلاقیت ربوی است و از این رو باید آن را از مختصات انسان برشمرد» (رهبر، ۱۳۷۱ش: ۱۰۸)

هنر آن است که انسان: اندیشه‌ها و عواطف خویشتن را یا از طریق قلم، قلم مو و «چکش» یا ابزار تولید آواها به صورت «شعر»، «نثر» و «نقاشی» و «تندیس» و «موسیقی» به منصه ظهور برساند. (رزمجو، ۱۳۶۶ش، ج ۱، ۴۶). تصویر یکی از ابزارهای هنری - ادبی است که در رابطه با تخیل و به معنای ایجاد یک رابطه جدید میان اشیاء است. تصویر هنری به نوعی تأکید بر معنای مورد نظر ادیب و روشی برای القا آنچه را که می‌خواهد به مخاطب برساند است (احمدپناه، چالدره، ۱۳۹۸: ۲۷۳)

نقش هنر در تبلیغات

ابزارهای هنری، یکی از رساترین، بلیغ‌ترین و کاری‌ترین ابزار ابلاغ و تبلیغ پیام است. هنر می‌تواند به عنوان بهترین وسیله جهت تبلیغ دین بکار رود هنر با قدرت فوق العاده‌ای که دارد می‌تواند زیبایی‌ها و خوبی‌ها را بدان گونه که هستند مجسم سازد و در انسانها جذبه و رغبتی بوجود آورد.

هنر سعی دارد زیبایی را مجسم و متجلی کند و آنرا در درون انسانها وارد کند. بر این اساس کار هنر از یکسو پاسداری از ارزشهای انسانی، ارتباط و انتقال مبانی زیبایی و زشتی و از سوی دیگر رسوخ دادن فکری در ذهن، پروراندن اندیشه، اوج دادن اندیشه‌ها، بروز دادن یک فکر، آشکار ساختن حقایق درونی و تفسیر از طبیعت از طریق آثار حسی است. «حقیقت این است که هنر دوستی، ریشه در فطرت دارد و قائم به آن است و اگر دین فطری است باید با فطرت و فطری سخن گفت. تجربه نشان داده است که کارهای هنری درک مفاهیم پیچیده را آسان و واضح می‌کند. به همین جهت هنر به عنوان مهمترین ابزار تبلیغ ادیان کاربرد داشته است» (برومند، ۱۳۸۲: ۱۹۳) در مورد اهمیت و نقش هنر در تبلیغات همین بس که رهبر انقلاب در سالگرد تاسیس سازمان تبلیغات اسلامی در سال ۱۳۶۶ فرمودند: «ابزارهای هنری بی شک رساترین، بلیغ‌ترین و کاری‌ترین ابزار ابلاغ و تبلیغ پیام است» (رزاقی، ۱۳۷۷ش: ۳۳)

هنر نمایش (تصویرگری) در قرآن

از جمله هنرهایی که در روزگار مدرنیته بیش از هر هنر دیگر برای جهانیان شناخته شده است، هنر نمایش است که در قالب‌هایی؛ همچون تئاتر، تصویر و سینما خودنمایی می‌کند.

هنرهای نمایشی شامل انواع رقص، موسیقی زنده، اپرا، تئاتر زنده و عروسکی، سینما، شعبده بازی و تردستی، داستان گویی، نمایشهای سیرک ... و هنرهای مشابه است. (نصیری، ۱۳۹۳ش: ۳۰۹)

در بین هنرهای موجود می‌توان گفت که تنها هنر نمایش است که همزمان گوش و چشم مخاطب را به کار می‌گیرد و لذا استفاده از این دو حس مهم که در فرهنگ قرآنی مهمترین ابزار معرفت شناختی به حساب می‌آیند، از امتیازات برتر هنر نمایش است. بی تردید یکی از علل بنادین جذابیت و همه گیر شدن نمایش، سمعی-بصری بودن آن است.

نمایش یکی از پدیده های هنری است که به شکل ساده‌ی آن از قدمت زیادی برخوردار است؛ هرچند به شکل پیچیده در قالب سینما و تئاتر از دیرینه‌ی زیادی برخوردار نمی‌باشد. (همان، ۳۱۱)

مفهوم نمایش و تصویر

نمایش به معنی اعم آن، یعنی انجام دادن یک عمل از پیش تعیین شده و عبارت از انجام دادن یا تظاهر به انجام دادن امری است که خود در هر لحظه واقف بر چگونگی بروز آن هستیم.

نمایش از مصدر نمایاندن، یعنی نشان دادن یا رو کردن چیزی، کرداری، رفتاری برای بیان مقصودی لذا نمایاندن و آشکار کردن فعلی برای رساندن هر پیام و منظوری، ذات نمایش است و در این باره، کائنات و هستی ذات نمایشگر و نمایش و تماشاگر را به عینه به کمال رسانده اند.

تصویر (Image) یکی از پرکاربردترین اصطلاحاتی است که از دیرباز در بلاغت اسلامی مطرح بوده و در دوره شکوفایی نقد جدید در ادبیات غرب محبوبیت بسیار یافت. بحث از تصویر، مختص به قلمرو ادبیات نیست، بلکه در شاخه‌های گوناگون هنر از جمله سینما، نقاشی و پیکره سازی، نیز درباره این مفهوم بحث بسیار است. (فتوحی، ۱۳۸۵: ۳۷)

تصویر در ساده ترین توصیف، عبارت است از تعبیر از حالت چیزی با جزئیات یا جلوه های محسوس آن . و به تعبیری تصویر تابلویی است که از کلمات تشکیل شده است. (عُریب، ۱۹۷۱: ۱۹۱)

تصویر یکی از ابزارهای هنری- ادبی است که در رابطه با تخیل و به معنای ایجاد یک رابطه جدید میان اشیاء است. تصویر هنری به نوعی تأکید بر معنای موردنظر ادیب و روشی برای القاء آنچه را که میخواهد به مخاطب برساند، است. (عصفور، ۱۹۹۲: ۳۹۸/۲)

در این رابطه، معانی فقط به وسیله تصویر آشکار می‌شوند. ادیب به واسطه تصویر می‌تواند احوالات پیچیده درون خود را منتقل کند و اگر این انتقال بدون به کارگیری هنر تصویر صورت گیرد، هیچ تأثیری در مخاطب نخواهد داشت. (خفاجی، ۱۹۹۵: ۶۰)

تصویر پردازی هنری در قرآن

قرآن، معجزه‌ای زیبا و نفیس‌ترین نسخه‌ای است که در بین کتاب‌های عربی جای دارد. سید قطب با هدف به نمایش گذاشتن و به تصویر کشیدن نمایش هنری در قرآن، در سال ۱۹۳۹ میلادی به نگارش سلسله مقالاتی پرداخت که بعدها آن‌ها را به عنوان "التصویر الفنی فی القرآن" منتشر کرد. او برای اولین بار در این کتاب، نظریه تصویر فنی و هنری را در مجامع علمی عرب مطرح کرد.

این کتاب در جامعه عرب و جهان اسلام تأثیر عمیق گذاشت و نکات جالبی از جمال هنری قرآن را مکشوف و حقایق تازه‌ای را عرضه نمود

تصویر مهمترین اسلوب برای بیان امور ذهنی و معنوی است؛ زیرا به وسیله تصویر می‌توان احساسات و خیال مخاطب را برانگیخت و فکر و پیام خاصی را به‌راحت‌ترین روش به وی منتقل کرد. قرآن کریم نیز در بسیاری از موارد از این فن سود جسته و با یک رشته الفاظ ظاهراً ساده و عادی، معانی مجرد و عقلی را که پذیرفتنش برای انسان دشوار است، به زیبایی در برابرش مجسم نموده و از این طریق ذهن او را برای پذیرش این امور آماده کرده است. قرآن این معانی انتزاعی را به مدد تصاویر محسوس و خیال‌انگیز به تصویر می‌کشد. (قطب، ۱۳۶۰ش: ۴۴)

آری، این هنری است که قرآن به وسیله آن تمامی موجودات و مظاهر عالم هستی را به صورت زنده و پویا ترسیم نموده و قلم تعبیر آن هیچ جمادی را لمس ننموده، مگر آنکه در آن حیات دمیده و به هیچ موجود بی جان و بی تحرکی اشاره ننموده، مگر آن‌که به آن حرکت و پویایی بخشیده، تو گویی تمام عالم در تابلوهای ترسیم شده قرآن زنده‌اند و پدیده‌های هستی همگی در حرکتند. (معرفت، ۱۴۱۴ق: ۳۴۱/۵)

تجسم زیبایی‌ها، مبنا و قاعده بنیادین سبک قرآن، ابزار برجسته و برگزیده در بیان معانی مجرد و ذهنی، حالت‌های درون و موضعگیری‌های انسانی است. (احمد الراغب، ۱۳۸۷ش: ۲۲)

در این حالت، معانی ذهنی جان می‌گیرد، حالات نفسانی زنده می‌شود و نمونه‌های انسانی برجسته و متحرک می‌گردند. همچنین طبیعت بشری مجسم شده و حوادث و رخدادها همه مشهود و قابل رؤیت می‌گردند؛ به طوری که عنصر حیات و حرکت در همه آن‌ها کاملاً مشهود است. (قطب، ۱۹۸۸م، ۳۶)

از نگاه سید قطب بیان قرآن همانند تئاتر یا صحنه نمایش است. همان‌طور که این هنر ارزشمند دارای عناصر قصه، بازیگر، صحنه نمایش، تماشاچی و گفتگو است. (العشماوی، ۱۹۹۴م: ۴۱)

مؤلفه‌های تصویر هنری در قرآن با آنچه که در مکتب هنر برای هنراست متفاوت می‌باشد. از جمله مؤلفه‌های تصویر هنری در قرآن می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: ۱- مهم‌ترین مؤلفه تصویر قرآنی، اندیشه دینی است یعنی ابزاری است برای بیان اغراض دینی. ۲- مؤلفه بعدی، «واقعیت» است. واقعیت گاهی حوادثی هستند که هنگام نزول واقع شده‌اند و گاه قصه‌اند. تصویر قرآنی جمع بین حقیقت و هنراست. ۳- مؤلفه سوم «خیال» است. تصویر قرآنی تحریک‌کننده خیال مخاطب است تا معنا از طریق حس و وجدان و اندیشه و احساس در یابد. ۴- مؤلفه چهارم «عاطفه» است. تصویر بدون عاطفه ارزش ندارد. تصویر در قرآن در تأثیر بر مخاطب در اوج است. چون احساس دینی و شعور انسانی را با هم تحریک می‌کند. ۵- مؤلفه پنجم «زبان» است. زبان عربی با ویژگی‌های هنری که دارد از دیگر زبان‌ها متمایز است و به قول عقاد زبان تصویر هنری یا زبان مجاز است. ۶- مؤلفه بعدی «ریتم یا آهنگ» است. آهنگ در قرآن بسته به بافت و معنایی کلی، کند و تند و شدت و آرام می‌گردد. (احمد الراغب، ۲۰۰۱م: ۴۵) مثلاً در سوره «الضحی» آرام و نرم است ولی در سوره «العادیات» تند و سریع و کوبنده. (سیدی، ۱۳۸۷ش: ۱-۱۴)

از آن جایی که قرآن به عنوان یک کتاب آسمانی که خود را کتاب هدایت می‌نامد و برای تحول معرفتی، اخلاقی و ایجاد نگرش جدید نازل شده است، لذا «نه تنها نگرش یا قرائت جدیدی از انسان و جهان نبوده است بلکه کتابت جدید نیز می‌باشد. قرآن نه تنها نمایانگر قطع پیوند با جاهلیت در سطح

معرفت است بلکه نمایانگر قطع پیوند در سطح ساخت بیانی نیز می باشد.» (ادونیس، ۱۹۸۵م: ۳۶) کارکرد تصویر در قرآن از آن نظر اهمیت یافته است که عرب در روزگار نزول قرآن به درجه بالای فصاحت رسیده بود و در شعر ید طولانی داشته و از حیث بیان و زبان آوری به اوج رسیده بود. لذا «تصویر، قاعده اساسی در بیان قرآنی است.» (قطب، ۱۴۱۵ق: ۶۸)

هنر نمایش در خدمت تبلیغات قرآنی

یکی از وسایل هنری در جهت تبلیغ هنر نمایش است. روش نمایش از جمله روشهایی است که به مخاطبان این امکان را می دهد تا با کمک مشاهده نیروی مضاعفی را برای گرفتن پیام در اختیار بگیرد. قرآن به این قضیه بسیار اهمیت می دهد و در آیات بسیاری و همچنین داستانهای زیادی این مسأله را عنوان کرده است یکی از نکات برجسته قرآن تأکید است که بر جنبه های قابل رؤیت حقیقت می نهد. در موارد فراوانی تأکید قرآن به تفکر و تعقلی است که بر پایه برخورد نزدیک حسی و بررسی دقیق موضوع حسی بنا شده است. (اقبال لاهوری، ۱۳۶۸: ۲۱)

در قرآن کریم، در یکی از داستانها، حضرت ابراهیم چگونگی زنده شدن مرده ها را از خداوند می خواهد در این مورد در سوره بقره آمده است (وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ أَرِنِي كَيْفَ تُحْيِي الْمَوْتَى) (بقره/۲۶) «(به خاطر بیاور) هنگامی را که ابراهیم گفت: خدایا! به من نشان بده چگونه مردگان را زنده می کنی؟» در اینجا ابراهیم از خداوند نشان دادن چگونگی زنده شدن مردگان را می خواهد چرا که قبلاً خداوند در آیات بسیاری خبر از زنده شدن مردگان داده است ولی با توجه به اثر نمایش، ابراهیم دلش فقط با شهود این قضیه آرام می گیرد «لیطمئن قلبی».

در تفسیر انوار درخشان در ذیل این آیه آمده است: جمله «ارنی» امر استدعایی است که از رؤیت گرفته شده و به معنای نشان دادن و آموزش است و اینکه عملی را انجام دهد. که سؤال کننده با دیدگان آنرا ببیند و معنای دیگر آن ارائه شهود است که مسائل به حقیقت و یقین بر آن عمل احاطه یافته و آنرا در خارج اجرا نماید. لذا مراد ابراهیم خلیل از جمله «ارنی» در خواست تعلیم و رؤیت شهودی است که بتواند حقیقت آنرا بیابد و در خارج به آن عمل کند. (حسینی الهمدانی، ۱۳۸۰ش: ۳۲۵/۲)

در تفسیر راهنما ضمن بیان اینکه خداوند کلاغ را برای آموزش دفن هابیل به سوی قابیل گسیل داشت به نقش مهم حس و مشاهده عینی در فراگیری و شناخت اشاره می کند. (هاشمی رفسنجانی، ۱۳۷۵ش: ۳۴۵/۴)

آیات ذکر شده همگی به اهمیت گسترده استفاده از نمایش جهت آموزش و تبلیغ اشاره دارد. حال اگر سیره ی حضرات معصومین (علیهم السلام) مطالعه گردد ملاحظه می شود که علاوه بر تبلیغات عادی از تبلیغات به صورت فیلم و نمایش بسیار استفاده شده و مخاطبین را به این صورت ارشاد و هدایت نموده اند که اینک به بخشی از آنها اشاره می کنیم.

زیباترین نمونه تبلیغات نمایشی را می توان در نهج البلاغه در داستان حضرت علی (ع) در برخورد با برادرش عقیل مشاهده کرد؛ در خطبه ۲۲۴ نهج البلاغه داستان کامل این برخورد نقل شده است. زمانی

که عقیل برادر بزرگتر حضرت علی (ع) به جهت تنگدستی و شدت فقر به خدمت حضرت رسیدند و از او درخواست یک مَن از گندم های بیت المال نمودند. اما حضرت علی(ع) از انجام چنین کاری خودداری نمودند و به جای وعظ و موعظه، به استفاده از شیوه های نمایشی روی آوردند. لذا حضرت(ع) میله آهنی را در آتش گداخته حرارت داد. (فَأَحْمِيْتُ لَهُ حَدِيدَةً ثُمَّ أَدْنَيْتُهَا مِنْ جِسْمِهِ لِيُعْتَبَرَ بِهَا). (دستی، ۱۳۷۹ش: ۴۶۰)

سپس میله گداخته را به چشمش نزدیک کرد تا او را آزمایش کند، ولی عقیل همچون بیمار از درد فریاد زد پس از آن حضرت فرمودند: ای عقیل از حرارت آهنی می نالی که انسانی به بازیچه آن را گرم ساخته است؟ اما مرا به آتش دوزخی می خوانی که خدای جبارش با خشم خود آن را گداخته است ، تو از حرارت نا چیز می نالی و من از آتش الهی ننالم !
در این داستان حضرت با یک مثال عملی و برگزاری یک نمایش کوتاه مقصود و منظور خود را به زیبایی هر چه تمام تر به برادرش عقیل می فهماند و این نشان از اهمیت و تأثیر به سزای نمایش در امر تبلیغ دارد.

در داستان دیگری طریقه آموزش نماز توسط پیامبر به صورت نمایشی بیان شده است. آنجا که رسول خدا (ص) خطاب به اصحابش فرمودند: (صَلُّوا كَمَا رَأَيْتُمُونِي أُصَلِّي) « نماز بخوانید همانگونه که می بینید من نماز می خوانم ». (ابن ابی الجهمور، ۱۴۰۳ق: ۱/۱۹۷)

از آنجائیکه آنها تصویری مادی نسبت به خداوند داشتند، لذا حضرت فرمود: خدا وجودی مادی ندارد که در جایی قرار بگیرد. خداوند پشت و رو ندارد. (دستی، ۱۳۷۹ش: ۴۳۶)

و اینگونه حضرت با یک نمایش بسیار کوتاه و مختصر پاسخی بسیار زیبا به این سؤال عقیدتی مسیحیان داد. شاید اگر ساعتها حضرت با آنها بحث می کرد و برای آنها دلیل می آورد، آنها قانع نمی شدند. ولی می بینیم که با یک نمایش کوتاه حضرت کار بسیار بزرگی انجام می دهد.

امام حسن و امام حسین(علیهما السلام) برای متوجه ساختن یک پیر مرد به اشتباهش در وضو از یک وضوی نمایشی استفاده می کنند، هر دو وضو می گیرند و پیر مرد را به قضاوت می خوانند تا به این وسیله وضوی صحیح را ببیند و به اشتباه خود پی ببرد. (مطهری، ۱۳۷۰ش: ۱/۳۲)

امروزه با گستره وسعتی که پخش شبکه های ماهواره ای در سراسر دنیا دارد هر گروه و دسته ای به فکر تبلیغات اهداف خود هستند . یهودیت ، مسیحیت ، وهابیت و ... همگی با برنامه ها و نمایشهای تلویزیونی جذاب خود مردم دنیا را به دین خود فرا می خوانند لذا کشورهای اسلامی نیز باید با بهره جستن از تکنولوژی روز و مدرن اهداف و مقاصد دین مبین اسلام را به شکلی زیبا و جذاب به دنیا عرضه نمایند.

نتیجه گیری

از زمان خلقت انسان هنر در کنار او پا به عرصه ظهور نهاد.. بشر در طول تاریخ حیات اجتماعی - اش هیچ وقت بدون هنر زندگی نکرده و هنر از آغاز زندگی تا به امروز همچنان با او و همراه او بوده و خواهد بود.

دین اسلام نخستین خلق هنری خود را از طریق قرآن کریم به جهان و بشریت اعلام کرده است. قرآن کریم کتاب هدایت است از این رو برای رسیدن به این مهم ابزارها و روش های متعددی را به کار گرفته است. یکی از این ابزارها روش هنر نمایش و اسلوب تصویر پردازیهای هنری و محسوس جلوه دادن مفاهیم معنوی و روحانی است تا از این طریق در دل انسان نفوذ کند و در اعماق وجود او تأثیر بگذارد زیرا تصاویر هنری و نمایشهای هنری که قرآن ارائه می دهد اغلب بر پایه عواطف و احساسات است و انسان وقتی با امور حسی و ملموس برخورد می نماید بهتر و راحت تر آن را درک می کند. روش هنری یکی از مهمترین روشهای رساندن مطلب به مخاطب است که قرآن کریم با بهره گیری از این روش در اوج فصاحت و بلاغت توانسته به بهترین وجه مقصد و مقصود خود از محتوای کلام وحی را به مخاطب برساند، از خصوصیات هنر این است که انسان در طول تاریخ خود بوسیله آن بهترین پیامها و ظریفترین ایدهها و آرمانها را تبلیغ کرده است.

هنر قرآن آن است که با استفاده از روشنمایش و تصویرگری و ترسیم حقایق عقلی و معنوی در قالبی زیبا و دلنشین، توانسته است بذر اعتقادات حقه و معارف الهی را در وجود انسانها بپروراند و بر اعماق قلب و روح انسان ها پرتو افکند و نها را در مقابل شکوه و عظمت معارف این کتاب آسمانی به خضوع و خشوع وادارد این هنر به عنوان موثرترین امکان جهت انتقال پیام چنانچه به درستی با آموزه های دینی عجین شود می تواند بهترین وسیله برای تبلیغ و اشاعه اندیشه دینی باشد. پس روش هنر نمایش و تصویرسازی را می توان یکی از مؤثرترین و کم هزینه ترین قالب های هنری در بین روشها تبلیغی نام برد.

کتابنامه

قرآن کریم

نهج البلاغه. ترجمه و تحقیق محمد دشتی .

ابن ابی الجمهور، محمد بن زین الدین. ۱۴۰۳ق، **عوالی اللئالی**، قم: نشر موسسه سید الشهداء.

احمد الراغب عبدالسلام. ۲۰۰۱م، **وظیفه الصورة الفنیة فی القرآن کریم**، سوریه: فصلت للدراسات و الترجمة.

احمد الراغب، عبدالسلام. ۱۳۸۷ش، **کارکرد تصویر هنری در قرآن کریم**، ترجمه سید حسین سیدی ، تهران: نشر سخن.

ادونیس، احد علی سعید. ۱۹۸۵م، **الشعریه العربیه**، بیروت: دارالآداب.

اقبال لاهوری ، محمد. ۱۳۶۸ش، بازسازی اندیشه دینی در اسلام، ترجمه محمد بقایی، تهران: انتشارات ماکان .

بابازاده ، علی اکبر. ۱۳۸۲ش، شیوه های تعلیم و تبلیغ ، قم: انتشارات دانش و ادب .

برومند، مهدی . ۱۳۸۰ش، شیوه های تعلیم در قرآن و سنت، قم: انتشارات مبین

- تولستوی، لئو. ۱۳۸۳ش، هنر چیست؟، ترجمه کاوه دهگان، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- جوهری، اسماعیل بن حماد. ۱۴۰۷ ق، صحاح تاج اللغة، بیروت: دارالعلم للملایین.
- حسینی الهمدانی، محمد. ۱۳۸۰ق، تفسیر انوار در خشان، تهران: نشر لطفی.
- حسینی علی اکبر. ۱۳۷۲ش، سیری اجمالی در تاریخ تعلیم و تربیت اسلامی، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- الخالدی، صلاح عبدالفتاح. ۱۴۲۰ق، سید قطب من المیلاد الی الاستشهاد، دمشق: دار القلم.
- خامنه ای، سید علی. ۱۳۷۲ش، هنر از دیدگاه مقام معظم رهبری، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- خفاجی، ابن سنان. ۱۹۹۵ م، سرالفصاحه، قاهره: مکتبه صبیح.
- دشتی، محمد. ۱۳۷۹ش، امام علی(ع) و علم و هنر، قم: موسسه فرهنگی تحقیقاتی امیرالمومنین (ع).
- دهخدا، علی اکبر. ۱۳۳۸ش، لغت نامه دهخدا، تهران: انتشارات سازمان لغت نامه دهخدا دانشگاه تهران.
- راغب اصفهانی، حسین ابن محمد. ۱۳۷۶، معجم المفردات الفاظ القرآن، تهران: انتشارات مرتضوی.
- رزاقی، احمد. ۱۳۷۷ش، تبلیغات دینی ابزار و شیوه ها، تهران: انتشارات سازمان تبلیغات اسلامی.
- رزمجو، حسین. ۱۳۶۶ش، شعر کهن فارسی در ترازوی نقد اخلاق اسلامی، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
- رهبر. محمد تقی. ۱۳۷۱ش، پژوهشی در تبلیغ، تهران: انتشارات سازمان تبلیغات اسلامی.
- زورق، محمد حسن. ۱۳۶۸ش، مبانی تبلیغ، تهران: انتشارات صدا و سیما.
- سیدی، سید حسین. ۱۳۸۷ش، اساس و مبانی تصویر هنری در قرآن، مجله پژوهشهای قرآن، شماره ۴، صص ۱-۱۴.
- شریفی، فاطمه. ۱۳۸۴ش، گذری بر شیوه های تبلیغی پیامبران اولوالعزم در قرآن، قم: مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما.
- عباسی مقدم، مصطفی. ۱۳۷۱ش، نقش اسوه ها در تبلیغ، تهران: نشر سازمان تبلیغات اسلامی.
- العشماوی، محمد زکی. ۱۹۹۴م، دراسات فی النقد السرحی و الادب المقارن، بیروت: دارالشروق.
- عصفور، جابر. ۱۹۹۲ م، النقد العربی، بیروت: دارالکتاب المصندی.
- عُرَیْب، روز. ۱۹۷۱م، تمهید فی نقد الحدیث، بیروت: دارالمکشف.
- فتوحی رودمعجنی، محمود. ۱۳۸۹ش، بلاغت تصویری، تهران: انتشارات سخن.
- قائمی، علی. بی تا، دیدگاه اسلامی هنر، قم: انتشارات هادی.
- قطب، بن ابراهیم شاذلی. ۱۴۱۵ق، التصویر الفنی فی القرآن، بیروت: دارالشروق.
- قطب، بن ابراهیم شاذلی. ۱۹۸۸م، فی ظلال القرآن، بیروت: دار الشروق.
- قطب، بن ابراهیم شاذلی. 1360ش، آفرینش هنری در قرآن، ترجمه محمد مهدی فولادوند، تهران: بنیاد قرآن.
- کریمی، رضاعلی. ۱۳۷۸ش، روشهای تبلیغ، قم: نشر دارالثقلین.

کلانتری، الیاس. ۱۳۷۷ش، المعجم المفهرس لآیات القرآن الکریم، تهران: انتشارات اسوه.
 کارنگی، دیل. ۱۳۹۹ش، آئین سخنرانی، ترجمه پروین ادب، تهران: انتشارات قاصدک صبا.
 کپس، جئورگی. ۱۳۸۲ش، زبان تصویر، ترجمه ی فیروزه مهاجر، تهران: سروش.
 کلینی، محمد بن یعقوب. ۱۳۸۶ش، اصول کافی، ترجمه سید مهدی آیت اللهی، تهران: انتشارات جهان آرا.

مصاحب، غلامحسین. ۱۳۸۱ش، دائره المعارف فارسی مصاحب، تهران: نشر امیر کبیر.
 مطهری، مرتضی. ۱۳۸۰ش، مقدمه ای بر جهان بینی اسلامی، تهران: صدرا.
 مطهری، مرتضی. ۱۳۷۰ش، داستان راستان، تهران: انتشارات صدرا.
 معرفت، محمدهادی. ۱۴۱۴م، التمهید فی علوم القرآن، قم: مؤسسه النشر الاسلامی.
 نصیری، علی. ۱۳۹۲ش، هنر و زیبا شناسی از منظر قرآن، قم: انتشارات وحی و خرد.
 هاشمی رفسنجانی، اکبر. ۱۳۷۵ش، تفسیر راهنما، قم: نشر دفتر تبلیغات اسلام.

مقالات

احمدپناه، سید مصطفی، چالدره، طاهره و همکاران، ۱۳۹۸ش، «شرح و بررسی تناسب تصویری از جلوه های زیباشناسی قرآن کریم» فصلنامه مطالعات علوم قرآنی جیرفت، شماره ۳۹، پاییز، صص ۲۸۶-۲۷۱.

References

- The Holy Quran, translated by Ayatollah Makarem Shirazi
 Approach to rhetoric. Translated and researched by Mohammad Dashti
 Ibn Abi al-Jumhur, Muhammad ibn Zayn al-Din. 1403 AH, Awali al-Laali, Qom: Publication of Sayyid al-Shuhada Institute.
 Ahmad al-Ragheb Abd al-Salam, 2001, The Function of the Artistic Images in the Holy Quran, Syria: A Chapter for Studies and Translation.
 Ahmad Al-Ragheb, Abdul Salam 2008, The function of artistic image in the Holy Quran, translated by Seyed Hossein Seyed, Tehran: Sokhan Publishing.
 Adonis, Ahad Ali Saeed. 1985, Al-Arabiya Poetry, Beirut: Dar al-Adab.
 Iqbal Lahori, Mohammad. 1989, Reconstruction of religious thought in Islam, translated by Mohammad Baghaei, Tehran: Makan Publications.
 Babazadeh, Ali Akbar. 2003, Teaching and Propaganda Methods, Qom: Publishing Knowledge and Literature.
 Boroumand, Mehdi 2001, Teaching methods in Quran and Sunnah, Qom: Mobin Publications
 Tolstoy, Leo. 2004, What is Art?, Translated by Kaveh Dehgan, Tehran: Amirkabir Publications.
 Johari, Ismail bin Hamad. 1407 AH, Sahah Taj al-Lugha, Beirut: Dar al-Alam for the Muslims.
 Hosseini Al-Hamdani, Mohammad 1380 AH, Tafsir Anwar Dar Khashan, Tehran: Lotfi Publishing
 Hosseini Ali Akbar. 1993, An Overview of the History of Islamic Education, Tehran: Islamic Culture Publishing Office.
 Al-Khalidi, Salah Abdul Falah. 1420 AH, Sayyid Qutb from the year of birth to martyrdom, Damascus: Dar al-Qalam.

- Khamenei, Sayyid Ali 1993, Art from the Viewpoint of the Supreme Leader, Tehran: Islamic Culture Publishing Office.
- Khafaji, Ibn Sinan 1995, Sar-e-Fasaha, Cairo: Sabih School.
- Dashti, Mohammad 1379, Imam Ali (AS) and science and art, Qom: Amir Al-Momenin (AS) Cultural Research Institute.
- Dehkhoda, Ali Akbar. 1338, Dehkhoda Dictionary, Tehran: Dehkhoda Dictionary Organization, University of Tehran Publications.
- Ragheb Isfahani, Hussein Ibn Mohammad. 1376, Dictionary of Quranic Words, Tehran: Mortazavi Publications.
- Razzaqi, Ahmad 1998, Religious Propaganda Tools and Methods, Tehran: Islamic Propaganda Organization Publications.
- Razmjoo, Hossein. 1987, Ancient Persian Poetry in the Scale of Critique of Islamic Ethics, Mashhad: Astan Quds Razavi Publications.
- Leader. Mohammad Taqi. 1992, Research in Propaganda, Tehran: Publications of the Islamic Propaganda Organization.
- Zurq, Mohammad Hassan 1989, Basics of Propaganda, Tehran: IRIB Publications.
- Sidi, Syed Hussein 2008, Basics of Artistic Image in Quran, Journal of Quran Research, No. 4 (pp. 1-14)
- Sharifi, Fatima 2005, A Passage on the Propaganda Methods of the First Determined Prophets in the Quran, Qom: Islamic Research Center of Radio and Television.
- Abbasi Moghadam, Mustafa 1992, The Role of Patterns in Propaganda, Tehran: Publication of the Islamic Propaganda Organization.
- Al-Ashmawi, Muhammad Zaki 1994, Studies in Curricular Criticism and Literary Literature, Beirut: Dar Al-Shorouk
- Asfur, Jaber. 1992, Al-Naqd Al-Arabi, Beirut: Dar Al-Kitab Al-Musandi.
- Strange, 1971. M., Prepared in the Critique of Hadith, Beirut: Dar Al-Makshof.
- Fotuhi Rudmajani, Mahmoud 2010, Visual Rhetoric, Tehran: Sokhan Publications.
- Qaemi, Ali. Bita, Islamic view of art, Qom: Hadi Publications.
- Qutb, Ibn Ibrahim Shazli. 1415 AH, the artistic image in the Qur'an, Beirut: Dar al-Shorouq.
- Qutb, Ibn Ibrahim Shazli. 1988, in the shadow of the Qur'an, Beirut: Dar al-Shorouk.
- Qutb, Ibn Ibrahim Shazli. 1981, Artistic Creation in the Quran, translated by Mohammad Mehdi Fooladvand, Tehran: Quran Foundation
- Karami, Reza Ali. 1999, Methods of Propaganda, Qom: Dar al-Thaqalin Publishing.
- Sheriff, Elias. 1998, Compiled Dictionary of the verses of the Holy Quran, Tehran: Aswa Publications.
- Carnegie, Dale. 1399, Rite of Lecture, translated by Parvin Adab, Tehran: Ghasedak Saba Publications.
- Caps, Georgie. 2003, Language of Image, translated by Firoozeh Mohajer, Tehran: Soroush.
- Klini, Muhammad ibn Ya'qub 2007, Sufficient Principles, translated by Seyyed Mehdi Ayatollah, Tehran: Jahan Ara Publications.
- Companion, Ghulam Hussain 2002, Persian Encyclopedia of Companions, Tehran: Amir Kabir Publishing.
- Motahari, Morteza. 2001, Introduction to the Islamic worldview, Tehran: Sadra.
- Motahari, Morteza. 1370, Dastan Rastan, Tehran: Sadra Publications.

Maarifat, Muhammad Hadi, 1414. M., Introduction to the Sciences of the Qur'an, Qom: Islamic Publishing Foundation. Nasiri, Ali 2013, Art and Aesthetics from the Perspective of the Quran, Qom: Revelation and Wisdom Publications.
Hashemi Rafsanjani, Akbar. 1996, Tafsir Rahnama, Qom: Publication of the Office of Islamic Propagand.

COPYRIGHTS

© 2022 by the authors. Licensee Islamic Azad University Jiroft Branch. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

ارجاع: يارمحمد ايرج، حسيني سيدحميد، فتحعلياني حامد، بررسي کارکرد هنر(هنر نمايش و تصوير) در تبليغ دين از ديدگاه قرآن، فصلنامه مطالعات قرآني، دوره ۱۳، شماره ۵۱، پاييز ۱۴۰۱، صفحات ۶۹-۸۶.