

The Media Techniques in the Qur'ān: A Case Study of Narrative Technique

Faezeh Farhoodi¹ 

1. Corresponding Author: Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Social Sciences, University of Religions and Denominations, Qom, Iran: f.farhudi@urd.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received:
16 September 2025
Received in revised form:
10 November 2025
Accepted:
9 December 2025
Available online:
1 January 2026

Keywords:
Persuasion,
Media Techniques,
episodic narrative
structure,
Holy Quran,
Storytelling,
Ambiguity,
narrative themes.

ABSTRACT

Objective: Examining the Quranic media techniques and comparing them with media techniques presented by thinkers, with emphasis on storytelling and content analysis of the themes of Quranic stories.

Methodology: Qualitative with quantitative content analysis method, and the statistical population using census method, all 114 surahs of the Quran were examined to evaluate the techniques used based on media theories. The research was conducted by utilizing library resources and the Comprehensive Tafsir Software and the Quranic Thematic Encyclopedia, where all stories were identified, and their themes and storytelling techniques were examined, determining in which surahs and to what extent these stories are addressed.

Results: Divine teachings, including the call to monotheism and avoidance of polytheism; resurrection; religious rulings; and examples of God's forgiveness, have been conveyed through storytelling techniques appropriate to human understanding. Out of 208 stories, the story of Prophet Abraham is mentioned in 22 surahs and 153 verses, which is the highest focus on a single story in the Quran. "Episodic narrative structure" with a frequency of 462 verses ranks first, "ambiguity" with a frequency of 394 verses ranks second, and "climactic and dramatic structure" with a frequency of 349 verses ranks third as the most frequent storytelling techniques in the Holy Quran.

Conclusions: The Quran has been placed as an ideal and accessible written media model for humanity, and media managers, especially those media outlets interacting with a wide range of audiences, can benefit from the Quran as an ideal media model.

Cite this article: Farhoodi, F. (2025). The Media Techniques in the Qur'ān: A Case Study of Narrative Technique. *The Quran and Science*, 19 (37), 189-228.
<https://doi.org/10.22034/qve.2025.20811.1845>



© The Author(s).

Publisher: Al-Mustafa International University.

DOI: <https://doi.org/10.22034/qve.2025.20811.1845>

Introduction

The Holy Quran, as a divine medium, communicates God's message to humanity and stands as the greatest model for ideological and value-oriented media. Given contemporary media crises and ethical decadence in the communication sphere, it is essential for religious media to draw upon the Quranic model in designing and implementing media techniques. The Quran utilizes all media tools, rhetorical methods, information dissemination approaches, and message transmission techniques in pursuit of its lofty goals. The main objective of this research is to examine the media techniques of the Holy Quran with emphasis on storytelling technique, and to compare them with prevalent media techniques. The main questions are: What are the primary themes of Quranic stories, and what is their frequency in narrative chapters and verses? What are the main storytelling techniques in the Quran, and what is their frequency?

Literature review shows that numerous studies have addressed various aspects of Quranic stories. Fattahi-Sedeh (2020) examined narrative elements in the story of Prophet Lot, demonstrating that these stories contain elements similar to contemporary narratives. Kazemian et al. (2020) analyzed the story of Prophet Adam using Roland Barthes' semiotic theory. Asadi (2019) investigated the technique of repetition in Quranic stories, concluding that repetition serves the purposes of each chapter. Isa-Zadeh (2020) addressed ethical indicators of media management from a Quranic perspective. Despite these studies, no comprehensive research has examined all Quranic stories with a media techniques analysis approach. This research aims to fill this scientific gap.

Methodology

This research is applied in terms of purpose and employs quantitative content analysis to examine the themes and storytelling techniques in the Holy Quran. The statistical population includes all 114 chapters of the Holy Quran, examined through comprehensive enumeration. Data collection tools included library sources, comprehensive commentary software (Jame' al-Tafasir), and the subject encyclopedia of the Holy Quran. The data collection process involved initially identifying all Quranic stories (approximately 208 stories). Based on these stories, themes and storytelling techniques were extracted and analyzed to determine in which chapters and verses each story appears. In this process, the distribution of stories across chapters was determined, and narrative themes were extracted based on authoritative commentary sources

such as Tafsir al-Mizan, Tafsir-e Nemouneh, Majma' al-Bayan, and Tafsir-e Noor. The frequency of themes in Quranic chapters and verses was calculated to identify which themes have the highest and lowest repetition. Subsequently, storytelling techniques were identified, and the frequency of each technique in Quranic chapters and verses was determined.

Findings

Research findings indicate that out of 114 chapters of the Holy Quran, 63 chapters (more than half) contain stories and narratives. The highest frequency of Quranic stories is found in Surah Al-A'raf, followed by Surah Al-Baqarah and Surah Al-Imran. Approximately 208 stories exist in the Holy Quran, primarily focusing on the lives of 39 prophets and their companions. In terms of frequency, the story of Prophet Abraham appears in 22 chapters and 153 verses, representing the widest coverage, followed by stories of Prophet Moses, Prophet Jesus, and Mary. The lowest frequency belongs to the story of the Companions of al-Raqim, which appears only in one chapter and one verse (Al-Kahf: 9).

In the analysis of narrative themes, the theme "Possibility of God's Will Being Realized Even in Impossible Matters" appears in 31 chapters, having the highest frequency among narrative chapters. Following this, the two themes "Call to Monotheism" and "Praise and Admiration of Steadfastness in the Path of God" each appear in 27 chapters. In terms of verse frequency, the theme "Praise and Admiration of Steadfastness in the Path of God" ranks first with 321 verses, and the theme "Call to Monotheism" ranks second with 195 verses. The themes "Praise of Chastity" and "Necessity of Traveling on Earth" appear only in one chapter each, having the lowest frequency.

In the analysis of storytelling techniques, 12 main techniques were identified: episodic narrative structure (462 verses), ambiguity technique (394 verses), climactic and dramatic structure (349 verses), dispersion and repetition (132 verses), vivid visualization of events (108 verses), creating gaps between story scenes (119 verses), characterization (60 verses), mentioning ethical conclusions at the beginning (24 verses), symbolic representation (194 verses), dialogue and debate (20 verses), concise expression and brevity (17 verses), and interrogative introduction (7 verses). The technique of "episodic narrative structure" ranks first with 462 verses, indicating the division of stories into smaller, independent sections while maintaining thematic unity and alignment with the educational purposes of each chapter. The "ambiguity technique" ranks second with 394 verses,

referring to the use of general expressions to create broader semantic scope. The "climactic and dramatic structure" technique ranks third with 349 verses, utilizing dramatic elements such as character, dialogue, setting, time, and event to engage the audience and enhance impact.

Discussion and Conclusion

Research findings demonstrate that the Holy Quran, as a complete written medium, employs diverse and effective media techniques to convey divine messages. This finding aligns with Mirzaei's (2019) research, which emphasizes the Quran's comprehensiveness in utilizing all levels of media concept. The extensive use of storytelling technique in the Quran (63 out of 114 chapters) indicates the importance of this technique in attracting audiences and conveying profound religious concepts. Fattahi-Sedeh (2020) also concluded in examining the story of Prophet Lot that Quranic stories contain narrative elements for motivating audiences.

The repetition of Prophet Abraham's story in 22 chapters and 153 verses, more than any other story, indicates the special importance of this figure in the Quran. Asadi (2019) also referred to the technique of repetition as an attractive method for audience engagement in examining the story of the people of Thamud. Prominent themes such as "Praise and Admiration of Steadfastness in the Path of God" (321 verses) and "Call to Monotheism" (195 verses) reflect the Quran's main objectives in guiding humanity.

Among storytelling techniques, episodic narrative structure (462 verses) and ambiguity technique (394 verses) are most frequently used. Kazemian et al. (2020) also concluded through semiotic analysis that hermeneutic codes play an important role in revealing ambiguous aspects of narrative and attracting audiences. The theme "Belief in the Resurrection" is also among the prominent themes in Quranic stories. Taheripour (2017) noted that presenting the destiny of the righteous and wicked through various stories is one of the persuasion techniques regarding the Resurrection.

In conclusion, the Holy Quran, through employing diverse media techniques, particularly storytelling, has successfully conveyed profound divine concepts to audiences in an engaging and effective manner. Media managers, especially those in religious media, can draw upon these techniques to design and implement more successful programs and transmit value-oriented messages more effectively to their audiences.

تکنیک‌های رسانه‌ای قرآن کریم: مورد مطالعه تکنیک قصه‌گویی

فائزه فرهودی ✉

۱. نویسنده مسئول، استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران، رایانامه: f.farhudi@urd.ac.ir

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۲۵ شهریور ۱۴۰۴

تاریخ بازنگری:

۱۹ آبان ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش:

۱۸ آذر ۱۴۰۴

تاریخ انتشار:

۱۱ دی ۱۴۰۴

کلیدواژه‌ها:

اقتناع؛

تکنیک‌های رسانه‌ای؛

قرآن کریم؛

قصه‌گویی؛

مبهم‌گویی؛

مضامین داستانی.

چکیده

هدف: بررسی تکنیک‌های رسانه‌ای قرآن و مقایسه آن با تکنیک‌های رسانه‌ای است که توسط اندیشمندان ارائه شده و تاکید بر قصه‌گویی و تحلیل محتوای مضامین داستان‌های قرآن است.

روش: کیفی با روش تحلیل محتوای کمی انجام شده و جامعه آماری با روش کل شماری، تمام ۱۱۴ سوره قرآن بررسی شده تا تکنیک‌های به کار رفته بر اساس نظریه‌های رسانه ارزیابی شود. روش انجام پژوهش به این صورت بود که با بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای و نرم افزار جامع‌التفسیر و دانشنامه موضوعی قرآن کریم، تمامی داستان‌ها مشخص شد و مضامین، و تکنیک‌های قصه‌گویی بررسی شد و مشخص شد که این قصه‌ها در کدام سوره‌ها و به چه میزان به آنها پرداخته شده است.

یافته‌ها: معارف الهی از جمله دعوت به یگانه‌پرستی و پرهیز از شرک؛ معاد؛ احکام عبادی؛ و مصادیق بخشش خداوند، از رهگذر تکنیک‌های قصه‌گویی متناسب با درک بشر ابلاغ شده است. از بین ۲۰۸ داستان، داستان حضرت ابراهیم در ۲۲ سوره و ۱۵۳ آیه بیان شده که بیشترین میزان تمرکز به یک داستان در قرآن است. "ساختار روایی ایپیزودیک" با فراوانی ۴۶۲ آیه در رتبه اول، "مبهم‌گویی" با فراوانی ۳۹۴ آیه در رتبه دوم و "ساختار اوجگاهی و دراماتیک" با فراوانی ۳۴۹ آیه در رتبه سوم پرتکرارترین تکنیک‌های قصه‌گویی در قرآن کریم قرار گرفته‌اند. نتیجه‌گیری: قرآن به عنوان الگوی مطلوب و مکتوب رسانه‌ای در دسترس انسان قرار گرفته و مدیران رسانه‌ای به ویژه رسانه‌هایی که با طیف گسترده‌ای از مخاطبان در ارتباط هستند می‌توانند از قرآن به عنوان الگوی رسانه‌ای مطلوب بهره بگیرند.

استناد: فرهودی، فائزه (۱۴۰۴). تکنیک‌های رسانه‌ای قرآن کریم: مورد مطالعه تکنیک قصه‌گویی. *قرآن و علم*، ۱۹ (۳۷)،

<https://doi.org/10.22034/qve.2025.20811.1845> ۲۲۸-۱۸۹



© نویسندگان.

ناشر: جامعه المصطفی العالمیة.

مقدمه

قرآن کریم رسانه‌ای الهی است که پیام خداوند را به بشر ابلاغ می‌کند؛ از این رو، خود قرآن بزرگ‌ترین رسانه مکتبی و ارزشی به شمار می‌رود که توانایی نجات بشریت از بحران‌های ناشی از بی‌بندوباری رسانه‌ای را دارد. در این فرایند، قرآن به‌مثابه پیام، انسان به‌عنوان گیرنده پیام، و بیان و کلام به‌عنوان ابزار پیام‌رسانی معرفی می‌شوند؛ در حالی که خداوند، مبدأ و فرستنده این پیام است. بنابراین، جامع‌ترین و عالی‌ترین رسانه در عالم خلقت همان کتاب انبیا است که از تمامی ابزارهای رسانه‌ای، شیوه‌های بلاغ و اطلاع‌رسانی، و تکنیک‌های انتقال پیام در مسیر دستیابی به اهداف بهره برده است (خلیلی‌ثمرین و همکاران، ۱۳۹۶).

با الگوگیری از قرآن کریم و توجه دقیق به تکنیک‌های رسانه‌ای به‌کاررفته در بیان آیات و تفهیم مفاهیم ناب الهی، می‌توان اصول ارزشی، دیدگاه‌ها، نگرش‌ها و فنون این رسانه مکتوب الهی را مبنایی برای سیاست‌گذاری و اجرای تکنیک‌های رسانه‌ای در سایر رسانه‌ها قرار داد؛ به‌ویژه رسانه‌های همگانی و نوین که پایه و اساس دینی دارند و مهم‌ترین کارکرد آن‌ها ارائه مفاهیم مذهبی است. این رسانه‌ها برای جلب پذیرش مخاطب امروزی نسبت به محتوای پیام خود، ناگزیرند از الگوی رسانه‌ای قرآن کریم بهره گیرند.

اساساً قرآن کریم رسانه‌ای است که تمامی مقیاس‌ها و سطوح مفهوم رسانه را در بر دارد و به‌عنوان کامل‌ترین رسانه، شاخص‌های رسانه‌ای آن شگفت‌انگیز است. اعجاز بیانی قرآن را می‌توان با عنوان «اعجاز رسانه‌ای قرآن» مورد خطاب قرار داد؛ چرا که قرآن در ابعاد رسانه و مدل پیام‌رسانی، نمونه‌ای بی‌بدیل از اعجاز رسانه‌ای محسوب می‌شود. در پاسخ به این پرسش که هدف عالی رسانه چیست، باید گفت رساندن پیام با ایجاد بهترین مدل تعاملی، هدف اصلی و متعالی رسانه است؛ امری که در قرآن کریم در عالی‌ترین سطح خود تحقق یافته است (میرزایی، ۱۳۹۸).

هدف اصلی پژوهش حاضر، برشمردن تکنیک‌های رسانه‌ای و مقایسه آن‌ها با تکنیک‌های به‌کاررفته در قرآن کریم است تا مدیران رسانه‌ها به بهره‌گیری از این الگوها ترغیب شوند. همچنین در این پژوهش، تکنیک قصه‌گویی مورد بررسی قرار گرفته و مضامین و شیوه‌های قصه‌گویی استخراج شده است. بر اساس میزان فراوانی هر مضمون و هر تکنیک، مشخص گردیده که در کدام سوره‌ها و آیات بیشتر به آن‌ها پرداخته شده است. در همین راستا، پرسش‌های فرعی زیر مطرح می‌شود:

- عمده‌ترین مضامین داستان‌های قرآن کریم کدام‌اند و میزان فراوانی آن‌ها در سوره‌ها و آیات داستانی چگونه است؟

- عمده‌ترین تکنیک‌های قصه‌گویی در قرآن کریم کدام‌اند و میزان فراوانی آن‌ها در سوره‌ها و آیات داستانی چگونه است؟

پیشینه پژوهش

فتاحی‌سده (۱۳۹۹) در پژوهش خود نشان داده است که زبان اصلی قرآن، زبان دین و هدایت معنوی است؛ با این حال، برای ابلاغ پیام از تکنیک‌های داستان‌سرایی و قصه‌گویی بهره گرفته شده است. داستان‌های قرآنی واجد عناصر داستانی مشابه قصه‌های امروزی‌اند. به‌عنوان نمونه، در داستان حضرت لوط، تکنیک‌هایی همچون طرح ناگهانی قصه، گفت‌وگوهای میان‌قصه‌ای، پردازش تدریجی و داستان در داستان به‌کار رفته است.

کازمیان و همکاران (۱۳۹۹) با استفاده از نظریه نشانه‌شناسی رولان بارت، قصه حضرت آدم را بررسی کرده‌اند. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد که رمزگان فرهنگی در این داستان بازتاب‌دهنده گستره‌ای از ایدئولوژی برای پیشبرد روایت‌هاست. رمزگان هرمنوتیکی در کشف ابعاد مبهم روایت برای فرشتگان و مخاطبان نقش مؤثری داشته و رمزگان نمادین بر تقابل دائمی نیکی و بدی تمرکز یافته است. همچنین رمزگان کنشی در بازنمایی تحولات معرفتی حضرت آدم علیه السلام و حوا تأثیر مطلوبی داشته است.

عیسی‌زاده (۱۳۹۹) به این نتیجه رسیده است که قرآن کریم به‌عنوان مهم‌ترین رسانه الهی، کارآمدترین شاخص‌های اخلاقی را برای مدیران رسانه ارائه می‌کند. احترام به مخاطب، امید به هدایت آنان و بیان نیکو از جمله عواملی است که در اثربخشی پیام نقش اساسی دارند. دستیابی به تحولات فرهنگی، معنوی و اصلاح جوامع بشری زمانی امکان‌پذیر است که مدیران رسانه‌ها با الگو قرار دادن پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم - به‌عنوان رساننده پیام الهی - شاخص‌های اخلاقی آن حضرت را سرلوحه فعالیت‌های خود قرار دهند.

اسدی (۱۳۹۸) به بررسی تکنیک تکرار در قصه‌های قرآن پرداخته و معتقد است که هدف اصلی از تکرار متفاوت قصه‌ها، تناسب آن‌ها با اهداف هر سوره است. به‌عنوان نمونه، قصه قوم ثمود در ۲۱ سوره قرآن ذکر شده که اهدافی چون هشدار شدید به کافران، دل‌داری به پیامبر و مسلمانان، تعلیم آموزه‌های خداشناسی و معادشناسی و دفاع از دعوت توحیدی را دنبال می‌کند.

محب‌زاده و همکاران (۱۳۹۸) با بهره‌گیری از مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای و کدگذاری جملات، مفهوم سواد رسانه‌ای و اهداف تربیتی مربوطه از منظر قرآن را بررسی کرده‌اند. نتایج نشان می‌دهد بیشترین توجه به مؤلفه‌های تولید و نشر پیام، ارزشیابی، برخورد فعال، دسترسی و استفاده، و تحلیل پیام معطوف بوده است.

همامی و نقوی (۱۳۹۳) نیز به این نتیجه رسیده‌اند که داستان‌های قرآنی افسانه نیستند؛ بلکه خداوند معارف حکیمانه را در قالب داستان‌های حقیقی به انسان‌ها انتقال داده است. در داستان‌های تورات نیز تکنیک‌های مختلفی برای روایت به‌کار رفته، اما تنوع این تکنیک‌ها به اندازه قرآن نیست و بیشتر جنبه گزارش تاریخی دارند.

با وجود پژوهش‌های متعدد در زمینه بررسی قصه‌های قرآن، تاکنون هیچ مطالعه‌ای به‌صورت جامع تمامی قصه‌های قرآنی را با رویکرد تحلیل تکنیک‌های رسانه‌ای بررسی نکرده است؛ از این رو، تبیین موضوع پژوهش حاضر ضرورت می‌یابد.

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی است و با استفاده از روش تحلیل محتوای کمی به بررسی مضامین و تکنیک‌های قصه‌گویی در قرآن کریم پرداخته است. جامعه آماری شامل تمامی ۱۱۴ سوره قرآن کریم بوده که با روش کل‌شماری مورد بررسی قرار گرفته‌اند تا تکنیک‌های به‌کاررفته در آن‌ها بر اساس نظریه‌های موجود در حوزه رسانه ارزیابی شود.

ابزار گردآوری اطلاعات شامل منابع کتابخانه‌ای، نرم‌افزار جامع‌التفاسیر^۱ و دانشنامه موضوعی قرآن کریم بوده است. فرایند گردآوری داده‌ها بدین صورت انجام شد که ابتدا تمامی داستان‌های قرآن کریم شناسایی گردید. سپس بر مبنای این داستان‌ها، مضامین و تکنیک‌های قصه‌گویی استخراج و تحلیل شدند تا مشخص شود هر قصه در کدام سوره‌ها و آیات قرآن مطرح شده است. در ادامه، ضمن بررسی تکنیک‌های رسانه‌ای قرآن کریم و مقایسه آن‌ها با تکنیک‌هایی که اندیشمندان رسانه ارائه کرده‌اند، تکنیک قصه‌گویی در قرآن به‌طور خاص تبیین و تحلیل شد.

۱. نرم‌افزار اسلامی جامع تفاسیر نور تحت بستر سیستم عامل مایکروسافت است، که شامل چند هزار جلد کتاب از کتب شیعه و اهل سنت درباره تفسیر قرآن می‌باشد و تولیدکننده آن، مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) است. در این لوح فشرده، نسخه دیجیتالی اغلب کتاب‌های تفسیری همچون تفسیر مجمع‌البیان و تفسیر المیزان گنجانده شده‌اند. این برنامه دارای جستجوی پیشرفته در متن کل تفاسیر می‌باشد.

برندسازی^۱

برند به‌عنوان ابزاری برای حفظ مزیت رقابتی، یکی از راهبردهای کلیدی در عرصه رسانه محسوب می‌شود. این راهبرد بر ایجاد تمایز میان رسانه خود و رسانه‌های رقیب تمرکز دارد، به‌گونه‌ای که در ذهن مخاطب جایگاه ویژه‌ای برای آن رسانه شکل گیرد (ارژنگ و صلواتیان، ۱۳۹۵).

در تبیین راهبرد برندسازی در قرآن کریم می‌توان به آیه‌ای اشاره کرد که خداوند فرموده است: «اگر راست می‌گویید، شما هم ده سوره همانند این قرآن بیاورید...»^۲؛ این بیان نشان می‌دهد که قرآن به‌عنوان کتابی بی‌مانند معرفی شده است؛ برندی که هیچ همتایی ندارد. در طول تاریخ، برخی مخالفان ادعا کرده‌اند که نگارش سوره‌ای مشابه قرآن کاری ساده است (نرم‌افزار قرآن کریم^۳)، اما واقعیت آن است که قرآن کریم نه‌تنها معجزه پیامبر اسلام ﷺ به شمار می‌رود، بلکه برخلاف کتاب‌های آسمانی پیشین، از هرگونه تحریف مصون مانده است.

از سوی دیگر، دین اسلام به‌عنوان کامل‌ترین دین معرفی شده و این ویژگی، خود نشانه‌ای از برند بودن قرآن کریم است. بدین ترتیب، قرآن نه‌تنها رسانه‌ای الهی برای هدایت بشر، بلکه الگویی بی‌بدیل در عرصه برندسازی رسانه‌ای به شمار می‌آید؛ الگویی که توانسته است جایگاهی یگانه و پایدار در ذهن و قلب مخاطبان خود ایجاد کند.

اقناع مخاطب^۴

اقناع به معنای راضی کردن افراد و سوق دادن آنان به پذیرش یک موضوع خاص تعریف می‌شود (یحیایی ایل‌ای، ۱۳۸۹؛ نقل در طاهری‌پور، ۱۳۹۶). در صدر اسلام، گروهی وجود داشتند که معاد را انکار کرده و به مقابله با پیامبر اکرم ﷺ می‌پرداختند. قرآن کریم در برابر این شبهات، با ارائه دلایل روشن و منطقی، به اقناع مخاطبان پرداخته است.

1. Branding.

۲. ﴿أَمْ يَقُولُونَ افْتَرَاهُ قُلْ فَأْتُوا بِعَشْرِ سُوْرٍ مِّثْلِهِ مُفْتَرِيَاتٍ وَاذْعُوا مَنِ اسْتَعْظَمَ مِّنْ دُونِ اللّٰهِ اِنْ كُنْتُمْ صَادِقِيْنَ﴾ (هود: ۱۳)

۳. نرم‌افزار قرآن کریم، محصولی از موسسه پارس قرآن میباشد که به صورت رایگان توزیع شده است. این نرم‌افزار امکان نمایش سوره‌های قرآن کریم (با انتخاب کاربر از روی فهرست سوره‌ها) را دارد. همچنین امکان نمایش ترجمه قرآن به زبان‌های فارسی و انگلیسی، از دیگر قابلیت‌های این نرم‌افزار است.

4. Audience persuasion.

مهم‌ترین ویژگی متن قرآن کریم - افزون بر بلاغت و اعجاز - تکیه آن بر حجت به‌عنوان یک اصل بنیادین است (حمام، ۲۰۰۵؛ نقل در هادیلو و همکاران، ۱۴۰۰). یکی از وجوه اعجاز قرآن، بهره‌گیری هنرمندانه از زبان است؛ به‌گونه‌ای که مفاهیم متعالی الهی در قالب کلمات به زیباترین شکل عرضه شده‌اند. زبان عربی در قرآن در بالاترین سطح خود تجلی یافته و صرفاً وسیله‌ای برای ارتباط نیست، بلکه ابزاری برای اثرگذاری عمیق بر مخاطب و تغییر در سلوک انسانی محسوب می‌شود (اوستین، ۱۹۹۱).

اقناع مخاطب در مسأله معاد: یکی از مهم‌ترین جنبه‌های اقناعی قرآن کریم، بهره‌گیری از شیوه‌های متقاعدسازی در زمینه قیامت است. فرایند اقناع مخاطب در آیات مربوط به معاد به‌گونه‌ای سامان یافته که ابتدا مخاطب با محتوای پیام آشنا می‌شود و سپس توجه او به موضوع معاد جلب می‌گردد. در این مرحله، قرآن با بیان وقایع هول‌انگیز آستانه قیامت، ذهن مخاطب را آماده پذیرش پیام می‌سازد.

برای درک بهتر مفاهیم، از شیوه‌های متنوعی همچون تصویرپردازی هنرمندانه، ارائه شواهد و مدارک ملموس، و ذکر داستان‌های آموزنده استفاده شده است. در ادامه، جهت نتیجه‌گیری از پیام، به سرنوشت نیکوکاران و گناهکاران در قیامت اشاره می‌شود تا مخاطب با پیامدهای اعمال خود آشنا گردد. به‌منظور تثبیت موضوع معاد در ذهن مخاطب، قرآن کریم از روش تکرار بهره برده است؛ روشی که موجب ماندگاری پیام در حافظه و تقویت باور به معاد می‌شود (طاهری‌پور، ۱۳۹۶).

برساخت‌گرایی اجتماعی^۲

خداوند در قرآن کریم اخبار مربوط به آخرت را با توصیف‌هایی متناسب با سطح درک بشر بیان کرده است. در آغاز، انسان مورد تذکر و هشدار قرار می‌گیرد؛ بدین معنا که وعده خداوند درباره قیامت حق است و این حقیقت به‌عنوان تلنگری برای بیداری مخاطب مطرح می‌شود. یکی از استدلال‌های قرآن آن است که اگر سرانجام انسان تنها به زندگی دنیا محدود شود، آفرینش او بیهوده خواهد بود؛ در حالی که خداوند حکیم از انجام کار بیهوده منزه است.

1. O'steen.

2. Social construction Theory.

از منظر ارتباطی، یکی از حکمت‌های چارچوب‌سازی قرآنی آن است که بشر تصویری روشن و شفاف از قیامت در ذهن خود ایجاد کند (میرباقری، ۱۳۹۵: ۱۲۱). این تصویرسازی با بهره‌گیری از عناصر بلاغی و هنری قرآن، موجب تقویت باور به معاد می‌شود.

در واکنش به این پیام‌ها، برخی مخاطبان به آیات ایمان می‌آورند (انعام: ۵۴ و ۹۹) و برخی دیگر آن‌ها را انکار می‌کنند. بنابراین، مردم به‌عنوان مخاطبان آیات، همواره نظرات و واکنش‌های خود را بیان کرده‌اند. از این منظر، مبانی نظریه برساخت‌گرایی رسانه در قرآن کریم کاملاً مشهود است؛ چرا که معنا و برداشت نهایی از پیام، در تعامل میان متن الهی و مخاطب انسانی شکل می‌گیرد.

چارچوب‌سازی^۱

رسانه‌ها معمولاً توجه خود را بر برخی رویدادها متمرکز می‌کنند؛ این فرایند در نظریه ارتباطات با عنوان برجسته‌سازی شناخته می‌شود. رسانه‌ها از طریق برجسته‌سازی به مخاطبان یادآور می‌شوند که درباره «چه» بیندیشند و حتی در بسیاری موارد، شیوه «چگونه اندیشیدن» را نیز بر آنان تحمیل می‌کنند (شفل و توکسبری، ۲۰۰۷).

از منظر چارچوب‌سازی، قرآن کریم را می‌توان یک رسانه مکتوب تمام‌عیار دانست. خداوند در قرآن بر برخی مفاهیم اساسی تأکید ویژه‌ای داشته است؛ مفاهیمی همچون قیامت، ایمان و تقوا، توحید، نبوت، یگانه‌پرستی و احکام عبادی (مکارم شیرازی، ۱۳۷۵). این برجسته‌سازی مفاهیم، مسیر حرکت انسان را مشخص کرده و قرآن را به‌عنوان راهنمای زندگی معرفی می‌کند. بنابراین، چارچوب‌سازی رسانه‌ای در قرآن کریم به‌وضوح قابل مشاهده است؛ چرا که این کتاب الهی با برجسته‌سازی مفاهیم بنیادین، چارچوبی روشن برای هدایت بشر ارائه کرده و نظام معنایی و ارزشی خاصی را در ذهن مخاطب تثبیت می‌نماید.

یادگیری اجتماعی

یادگیری یکی از فرایندهای بنیادین در شکل‌گیری رفتار انسان است که از طریق مشاهده، تقلید، و الگوبرداری تحقق می‌یابد. بر اساس این تکنیک، انسان‌ها بخش عمده آنچه را که برای راهنمایی و

1. Framing Theory.

عمل نیاز دارند، صرفاً از طریق تجربه و مشاهده مستقیم نمی‌آموزند؛ بلکه یادگیری آنان بیشتر به‌صورت غیرمستقیم و به‌ویژه از طریق رسانه‌های جمعی صورت می‌گیرد (مک‌کوایل، ۲۰۰۶).

باندورا^۲ در نظریه یادگیری اجتماعی خود بیان می‌کند که بخش اعظم رفتارهای انسانی از طریق مشاهده رفتار دیگران و الگوبرداری از آن‌ها فراگرفته می‌شود. بدین ترتیب، رسانه‌ها به‌عنوان یکی از مهم‌ترین منابع مشاهده غیرمستقیم، نقشی اساسی در شکل‌دهی به رفتارها و نگرش‌های مخاطبان ایفا می‌کنند.

در پژوهش حاضر، جنبه الگوبرداری در این تکنیک به‌طور خاص مورد توجه قرار گرفته است؛ زیرا الگوبرداری نه‌تنها به انتقال دانش و تجربه کمک می‌کند، بلکه در فرآیند اقناع و هدایت مخاطب نیز نقش مؤثری دارد.

الگوبرداری (تکنیک قصه‌گویی در قرآن کریم)

خداوند بخشی از آموزه‌های مورد نیاز بشر را از طریق عبرت‌آموزی از سرگذشت نیاکان تعلیم می‌دهد. در سوره «یوسف» سرگذشت پیشینیان به‌عنوان عبرتی برای بشر معرفی شده است؛ در سوره «اعراف» این سرگذشت‌ها موجب بیداری افکار دانسته شده؛ در سوره «نازعات» عذاب فرعون عبرتی برای خدا ترسان شمرده شده؛ و در سوره‌های «حج»، «محمد»، «آل عمران» و «عنکبوت» بر گردش در زمین تأکید شده و آن را عاملی برای بیداری قلب و عقل معرفی کرده است. قرآن کریم تکیه فراوانی بر سرگذشت پیشینیان دارد و این امر از منظر تربیتی و رسانه‌ای بسیار قابل توجه است (مکارم شیرازی، ۱۳۸۶: ۵، ص ۳۵۹).

از دیدگاه مفسران، قصه‌های قرآنی صرفاً روایت تاریخی نیستند؛ بلکه ابزارهایی برای هدایت، تربیت، عبرت‌آموزی و تبیین سنت‌های الهی محسوب می‌شوند. روش‌های تفسیری متنوع — شامل عقلی، نقلی، ادبی، عرفانی و علمی — هر یک به بخشی از ابعاد این قصه‌ها پرداخته و بر اساس اهداف و دیدگاه‌های مفسر، برداشت‌های متفاوتی از قصه‌های قرآن ارائه کرده‌اند (فرج‌اللهی، ۱۳۸۰).

1. McQuail.

2. Bandura, A.

مهم‌ترین روش‌های تفسیری قرآن کریم

۱. **تفسیر قرآن به قرآن:** در این روش، مفسر با استفاده از آیات دیگر قرآن به تبیین و توضیح قصه‌ها می‌پردازد. این شیوه بر **انسجام درونی متن قرآن** تأکید دارد و قصه‌ها را در بستر کلی پیام الهی بررسی می‌کند. به‌عنوان نمونه، داستان حضرت موسی (علیه السلام) در سوره‌های مختلفی مانند «طه»، «قصص» و «اعراف» آمده است. مفسر با کنار هم قرار دادن این آیات، تصویری کامل‌تر از ماجرا ارائه می‌دهد؛ به‌طور مثال، در سوره «طه» به ماجرای فرار موسی از مصر اشاره شده و در سوره «قصص» به دوران کودکی و رهایی او از نیل پرداخته شده است. این روش کمک می‌کند تا جزئیات و پیام‌های قصه در چارچوب کلی قرآن تحلیل شود و هیچ تناقضی در روایت‌ها باقی نماند.

علامه طباطبایی در **تفسیر المیزان** با بهره‌گیری از آیات مختلف قرآن، داستان حضرت موسی (علیه السلام) را به‌صورت یکپارچه و هماهنگ تفسیر کرده است. ایشان معتقد بود که قرآن خود بهترین مفسر قرآن است و با کنار هم قرار دادن آیات مرتبط، ابعاد مختلف قصه روشن می‌شود (طباطبایی، ۱۳۵۲: ۳۶/۳).

۲. **تفسیر روایی (نقلی):** در این رویکرد، مفسر برای روشن‌سازی ابعاد پنهان یا جزئیات قصه‌های قرآنی به روایات پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله) و اهل بیت (علیهم السلام) استناد می‌کند. این روش به‌ویژه در میان مفسران شیعه جایگاه برجسته‌ای دارد و بر بهره‌گیری از روایات برای توضیح نکات ناگفته در متن قرآن تأکید می‌ورزد. به‌عنوان نمونه، در قصه حضرت یوسف (علیه السلام)، قرآن به برخی نکات کلی اشاره کرده اما جزئیات کامل را بیان نکرده است. مفسران شیعه با مراجعه به روایات اهل بیت (علیهم السلام)، شرح بیشتری درباره شخصیت‌ها، انگیزه‌ها و پیام‌های اخلاقی این داستان ارائه داده‌اند. این روایات به فهم بهتر قصه و استخراج آموزه‌های دقیق‌تر کمک می‌کند. مفسرانی همچون شیخ طوسی در تفسیر التبیان و علامه طباطبایی در المیزان از روایات اهل بیت بهره‌برده‌اند تا جزئیات بیشتری درباره علت حسادت برادران یوسف و نحوه برخورد یوسف با آنان ارائه دهند؛ جزئیاتی که در متن قرآن به‌صراحت نیامده است (طوسی، ۱۳۸۹: ۱۹۵/۶).

۳. **تفسیر عقلی:** این روش بر تحلیل منطقی و عقلانی قصه‌های قرآنی مبتنی است. مفسر در این رویکرد تلاش می‌کند جنبه‌های اخلاقی، فلسفی و تربیتی قصه‌ها را با عقل و استدلال روشن سازد و از هرگونه تعارض با عقل پرهیز نماید. در این روش، قصه‌های قرآنی نه تنها به‌عنوان روایت تاریخی، بلکه به‌عنوان متونی آموزنده برای عقل و اندیشه انسانی بررسی می‌شوند. برای نمونه، در

داستان اصحاب کهف، مفسر از منظر عقلی و فلسفی به موضوع ایمان، صبر و پایداری در برابر فشارهای اجتماعی پرداخته است. در سوره کهف (آیات ۹-۲۶)، مفسرانی مانند فخر رازی در تفسیر کبیر این داستان را نمادی از ایمان و مقاومت دانسته‌اند و با استدلال عقلی پیام‌های اخلاقی و تربیتی آن را استخراج کرده‌اند (فخر رازی ۱۳۸۶: ۱۰۵/۲).

۴. تفسیر ادبی و بلاغی: در این رویکرد، ساختار ادبی، سبک بیان، آرایه‌های هنری و ویژگی‌های زبانی قصه‌های قرآنی مورد توجه قرار می‌گیرد تا زیبایی و تأثیرگذاری آن‌ها آشکار شود. تمرکز اصلی این روش بر جنبه‌های ادبی، بلاغی و هنری قصه‌هاست. به‌عنوان نمونه، داستان حضرت یوسف علیه السلام در قرآن از نظر ساختار روایی، توالی حوادث، آرایه‌های بلاغی و استفاده از زبان استعاری، نمونه‌ای دقیق و استادانه از روایت‌پردازی است. مفسران ادبی با بررسی زیبایی‌های بیانی، تأثیرگذاری کلمات و نحوه چینش داستان نشان داده‌اند که قصه‌های قرآنی علاوه بر انتقال پیام، از نظر هنری نیز اعجاز قرآن را نمایان می‌سازند. مفسرانی همچون احمد آرام و عبدالقاهر جرجانی به تحلیل بلاغی و ادبی این داستان پرداخته‌اند و با اشاره به آرایه‌هایی چون تکرار، تضاد و استعاره، نشان داده‌اند که این ویژگی‌ها بر تأثیرگذاری داستان افزوده است (آرام، ۱۳۸۵: ۷-۳۰).

۵. تفسیر علمی: در این رویکرد، مفسران تلاش کرده‌اند قصه‌های قرآنی را با یافته‌های علمی یا تاریخی تطبیق دهند و جنبه‌های اعجاز علمی یا رمزآلود آن‌ها را تبیین کنند. برای مثال، در داستان حضرت نوح علیه السلام، برخی مفسران به بررسی علمی طوفان و پیامدهای آن پرداخته و آن را با یافته‌های زمین‌شناسی تطبیق داده‌اند. همچنین در داستان خلقت حضرت آدم علیه السلام، برخی مفسران با استناد به علوم زیستی و انسان‌شناسی، ابعاد علمی قصه را تحلیل کرده‌اند تا نشان دهند میان مفاهیم قرآنی و اصول علمی هماهنگی وجود دارد. در داستان طوفان حضرت نوح علیه السلام در سوره هود (آیات ۳۶-۴۹)، مفسران معاصر همچون محسن قرائتی و برخی پژوهشگران اسلامی کوشیده‌اند این روایت را با یافته‌های علمی زمین‌شناسی و باستان‌شناسی تطبیق دهند و نشان دهند که قرآن به رویدادهای طبیعی و تاریخی معتبر اشاره دارد که بعدها توسط علم تأیید شده‌اند (قرائتی، ۱۳۹۹: ۱۰۰-۱۵۰).

۶. تفسیر عرفانی و رمزی: در رویکرد عرفانی و رمزی، قصه‌های قرآن کریم حامل معانی باطنی و نمادین تلقی می‌شوند. مفسر با الهام از کشف و شهود یا اشارات عرفانی، پیام‌های عمیق‌تر و رمزگونه‌ای را از این قصه‌ها استخراج می‌کند. در این نگاه، قصه‌های قرآنی فراتر از روایت تاریخی یا اخلاقی، به‌عنوان کدهایی برای انتقال اسرار الهی و آموزه‌های معنوی در نظر گرفته می‌شوند.

به‌عنوان نمونه، داستان حضرت یوسف علیه السلام در این رویکرد نمادی از سیر و سلوک روحانی انسان تعبیر شده است؛ زندان به‌عنوان نماد محدودیت‌های نفسانی و رسیدن به مقام والای معنوی تفسیر می‌شود. مفسران عرفانی همچون ابن عربی و ملاصدرا، قصه یوسف را نمادی از حرکت روح انسان در مسیر کمال دانسته‌اند و با بهره‌گیری از روش‌های عرفانی، پیام‌های باطنی و رمزگونه آن را استخراج کرده‌اند. ابن عربی در کتاب فصوص الحکم، فصل نهم با عنوان «حکمت نوریه فی کلمه یوسفیه»، حضرت یوسف را نمادی از نور حکمت و سیر معنوی انسان معرفی می‌کند و بر این باور است که قصه‌های قرآنی حامل پیام‌های عمیق روحانی‌اند که تنها از طریق کشف و شهود قابل درک هستند (ابن عربی، ۱۳۹۸: ۱۲۷-۱۳۰).

روش قرآن در قصه‌گویی و تحلیل مفسران

قرآن کریم در بیان قصه‌ها از شیوه‌ای یکنواخت بهره نمی‌گیرد، بلکه با استفاده از تنوع روش‌های روایی، قصه‌ها را به‌گونه‌ای بیان می‌کند که اهداف تربیتی، اخلاقی و معرفتی در آن‌ها برجسته باشد. مفسران بر این باورند که قصه‌های قرآنی نه برای سرگرمی و نه صرفاً برای نقل تاریخ، بلکه برای هدایت انسان و تبیین سنت‌های الهی در تاریخ بشر آمده‌اند.

ویژگی‌های قصه‌گویی قرآنی از نگاه مفسران

- **گزینش و حذف جزئیات:** قرآن تنها بخش‌هایی از قصه را بیان می‌کند که با هدف تربیتی و پیام الهی سازگار است و از ذکر جزئیات غیرضروری پرهیز دارد.
- **تنوع در ساختار روایت:** گاهی داستان به‌صورت فشرده و گاهی با تفصیل بیان می‌شود؛ در برخی موارد نتیجه داستان در ابتدا و در برخی دیگر در انتها ذکر می‌گردد.
- **تأکید بر پیام و عبرت:** هدف اصلی قصه‌ها، عبرت‌آموزی، انسان‌سازی و تبیین سنت‌های الهی است، نه صرفاً بازگویی وقایع تاریخی.
- **بیان قدرت الهی و حکمت غیبی:** بسیاری از قصه‌ها برای نشان دادن قدرت خداوند، تحقق وعده‌ها و حکمت‌های پنهان الهی روایت می‌شوند.
- **توجه به قهرمانان و شخصیت‌ها:** تمرکز بر شخصیت‌های اصلی قصه‌ها به‌منظور معرفی الگوهای رفتاری مثبت یا منفی صورت می‌گیرد (شجاع‌پوریان، ۱۳۹۲).

دیدگاه‌های مفسران درباره قصه‌های قرآنی

مفسران رویکردهای متنوعی نسبت به قصه‌های قرآنی اتخاذ کرده‌اند:

- **رویکرد تاریخی:** قصه‌های قرآن به‌عنوان گزارش‌های تاریخی تلقی می‌شوند و مفسران تلاش می‌کنند با بهره‌گیری از منابع تاریخی و روایات، جزئیات بیشتری از وقایع استخراج کنند.
 - **رویکرد تربیتی و اخلاقی:** بسیاری از مفسران، هدف اصلی قصه‌ها را تربیت انسان و انتقال مفاهیم اخلاقی و اجتماعی می‌دانند. هر قصه حامل پیام‌ها و آموزه‌هایی برای هدایت بشر است.
 - **رویکرد رمزی و باطنی:** مفسران عرفانی و رمزی، قصه‌ها را نمادهایی از سیر و سلوک انسان، مفاهیم باطنی و اسرار الهی می‌دانند و بر لایه‌های معنایی عمیق‌تر تأکید دارند.
 - **رویکرد اعجاز و اعجاز بیانی:** برخی مفسران، قصه‌های قرآن را نمونه‌ای از اعجاز بیانی و هنری قرآن دانسته و بر جنبه‌های ادبی، بلاغی و تأثیرگذاری آن‌ها تأکید می‌کنند.
 - **رویکرد علمی:** گروهی از مفسران تلاش کرده‌اند قصه‌های قرآن را با یافته‌های علمی و باستان‌شناسی تطبیق دهند و از این منظر به اعجاز علمی قرآن اشاره کنند (عابدالجبری، ۱۳۹۳).
- در جدول (۱)، داستان‌های قرآن کریم به تفکیک سوره و آیات و فراوانی هر داستان در این سوره‌ها و آیات آورده شده است.

جدول (۱): پراکندگی داستان‌های قرآن کریم

داستان‌های قرآنی	فراوانی آیات	فراوانی سوره‌ها	سوره‌ها و آیات
داستان حضرت آدم داستان پیدایش نسل انسان / توبه؛ راه بازگشت به سوی خداوند / خلیقه الهی بودن بشر در روی زمین	۴۶	۱۳	بقره ۳۰-۳۹، آل عمران ۵۹، حجر ۲۶ و ۴۸، مومنون ۱۲، حج ۵، ص ۷۱-۷۴، صافات ۱۱، الرحمن ۱۴، سجده ۷، اعراف ۱۱ و ۱۲ و ۱۹-۲۷، اسرا ۶۱ و ۶۲، کهف ۵۰، طه ۱۱۵-۱۲۴
داستان دو فرزند آدم داستان بنی آدم / مذمت دشمنی میان اقوام خانواده	۱۰	۲	بقره ۲۷-۳۱، مائده ۲۷-۳۱
داستان حضرت یوسف ستایش پاکدامنی / مذمت حسد و کینه / توبه؛ راه بازگشت به سوی خداوند / مدح وستایش استقامت در راه خدا / دعوت به یکتاپرستی	۱۰۲	۱	یوسف ۱-۱۰۲

داستان‌های قرآنی	فراوانی آیات	فراوانی سوره‌ها	سوره‌ها و آیات
داستان حضرت ادریس ارزش دانش و علم / مدح وستایش صبوری و استقامت در راه خدا / دعوت به یکتاپرستی / ستایش صداقت	۹	۴	انبیا ۸۵ و ۸۶، مریم ۵۶ و ۵۷ و ۱۹، انعام ۸۵، صافات ۱۲۳ و ۱۲۴ و ۱۳۰
داستان حضرت نوح تلاش برای ریشه کن کردن بت‌پرستی / دعوت به خداپرستی / اهمیت ق‌ردانی از نعمت‌های خداوند / مدح وستایش استقامت در راه خدا / توبه؛ راه بازگشت به مسیر الهی	۹۹	۶	اعراف ۵۹-۶۹، هود ۲۵-۴۹، مومنون ۳۰-۲۳، شعرا ۱۰۵-۱۲۲، قمر ۹-۱۷، نوح ۱-۲۸
داستان حضرت هود تلاش برای ریشه کن کردن بت‌پرستی / دعوت به خداپرستی / مذمت زراندوزی و تفاخر به ظواهر دنیوی / توبه؛ راه بازگشت به مسیر الهی	۲۰	۸	هود ۵۰-۶۰، احقاف ۲۱ و ۲۵، اعراف ۶۹ و ۷۱، سجده ۱۵، شعرا ۱۳۰، ذاریات ۴۳، قمر ۲۰، الحاقه ۷
داستان حضرت صالح تلاش برای ریشه کن کردن بت‌پرستی / دعوت به خداپرستی / مذمت فساد / نوع بیان در هدایت مردم / مدح وستایش استقامت در راه خدا	۱۲	۶	اعراف ۷۴ و ۷۵ و ۷۹، شعرا ۱۴۸، نمل ۴۸ و ۵۰، هود ۶۲ و ۶۷ و ۶۸ و ۶۵، ذاریات ۴۴، سجده ۱۸
داستان حضرت ابراهیم و نمرود داوری در بین مردم؛ امتیاز ویژه برای برخی پیامبران / مذمت بت‌پرستی / اعطای مقام نبوت بعد از مطالعه و شناخت هستی	۱۵۳	۲۲	بقره ۱۲۴-۱۲۷ و ۱۳۰ و ۱۳۲ و ۱۳۳ و ۱۳۵ و ۱۳۶ و ۱۴۰ و ۱۴۱ و ۱۴۲ و ۲۶۰ آل عمران ۹۵-۹۷، نساء ۱۲۵، انعام ۷۴- ۹۰ و ۱۶۱، هود ۶۹-۷۶، ابراهیم ۳۵-۴۱، نحل ۱۲۰-۱۲۲، مریم ۴۱-۵۰، انبیاء ۷۳-۵۱، حج ۲۶-۳۰، شعراء ۶۹-۸۹، عنکبوت ۲۶ و ۳۱-۳۲، احزاب ۷، صافات ۱۱۱-۸۳، ص ۴۵-۴۶، شوری ۱۳، زخرف ۲۸، ذاریات ۲۴-۳۷، نجم ۳۷، حلید ۲۶، ممتحنه ۴، اعلیٰ ۱۸-۱۹

داستان‌های قرآنی	فراوانی آیات	فراوانی سوره‌ها	سوره‌ها و آیات
داستان حضرت ابراهیم و زنده شدن پرندگان قدرت خداوند در زنده کردن مردگان / معجزات خداوند / اهمیت ایمان و یقین به قدرت الهی	۱	۱	ابراهیم ۲۶۰
داستان حضرت ابراهیم و دعوت به توحید ستایش بکتاپرستی / مبارزه با شرک و بت پرستی / ستایش ایمان به خداوند یکتا	۳۱	۳	انبیا ۵۱-۷۰، آل عمران ۶۷، مریم ۴۱- ۵۰
داستان حضرت لوط جهالت و غفلت انسان / عدم آگاهی انسان به عوامل خسران خود / عواقب نافرمانی از دستورات خدا / معایب شهوت رانی	۱۵	۸	انبیا ۷۱ و ۷۴ و ۷۵، عنکبوت ۲۶ و ۲۹ و ۳۲، اعراف ۸۰، شعرا ۱۶۷ و ۱۶۸، نمل ۵۶، هود ۷۶ و ۸۰ و ۸۱، قمر ۳۷، حجر ۶۶
داستان حضرت یعقوب مدح و ستایش استقامت در راه خدا / همواره به یاد خدا بودن	۱۱	۴	ص ۴۵-۴۷، انعام ۸۴، یوسف ۵ و ۸۳ ۸۷ و ۸۸ و ۹۱ و ۹۸، بقره ۱۳۲
داستان حضرت ایوب مدح و ستایش استقامت در راه خدا / همواره به یاد خدا بودن	۱۱	۶	نساء ۱۶۳ و ۱۶۴، انعام ۸۴، انبیاء ۸۳، ص ۴۱ و ۴۲ و ۴۳ و ۴۴ و ۳۰، ابراهیم ۲۲، یوسف ۸۶
داستان حضرت ذوالکفل اهمیت پایبندی به عهد و وفاداری به تعهدات	۲	۲	ص ۴۸، انبیاء ۸۵
داستان حضرت شعیب اهمیت توجه به مسائل مالی / همواره به یاد خدا بودن	۲۵	۵	اعراف ۸۵-۹۳، شعرا ۲۷ و ۱۸۶-۱۹۱ و ۱۷۶، عنکبوت ۳۶ و ۳۷، قصص ۲۷ و ۲۸، هود ۹۱ و ۹۳ و ۹۴ و ۸۸
داستان حضرت موسی امکان انجام اراده خداوند حتی در امور غیر ممکن / تلاش برای ریشه کن کردن بت پرستی / دعوت به خدایپرستی / ناامید نشدن از رحمت خدا	۲۴	۱۱	اعراف ۱۴۲-۱۴۵، بقره ۵۳ و ۶۳ و ۹۳ و ۸۵، مائده ۴۴، قصص ۴۳، همل ۱-۶، طه ۳۲ و ۳۶، شوری ۵۱، مریم ۱۲، زمر ۱۷-۱۸، نحل ۸۹، فرقان ۱

داستان‌های قرآنی	فراوانی آیات	فراوانی سوره‌ها	سوره‌ها و آیات
داستان حضرت موسی و خضر اهمیت صبر / علم الهی و حکمت در اعمال خداوند / لزوم توجه به حکمت‌های عمیق الهی که گاهی فراتر از عقل انسان است	۲۳	۱	کهف ۶۰-۸۲
داستان حضرت موسی از تولد تا نبوت (کامل) بشارت خداوند به بندگان مومن، همراهی خداوند در مشکلات و سختی‌ها / نجات انسان‌ها از خطرات توسط خداوند	۱۵۰	۶	قصص ۳-۱۳ (تولد و کودکی) / قصص ۲۵-۱۴ (دوران جوانی و فرار از مصر)، طه ۹-۲۴ (دعوت به پیامبری)، شعرا ۶۸-۱۰ (مواجهه با فرعون)، بقره ۴۹ و ۵۰؛ یونس ۷۵-۹۵؛ نازعات ۱۵- ۲۶؛ دخان ۱۷-۳۳ (نجات بنی اسرائیل)
داستان قوم بنی اسرائیل هجرت، مشکلات، جنگ‌ها و انحرافات انسان‌ها در طول تاریخ	۲۶	۶	بقره ۵۴-۵۶، طه ۷۷-۷۸، شعرا ۵۲- ۶۶، اعراف ۱۳۷، مائده ۲۶، اسرا ۴-۷
داستان طالوت و جالوت اهمیت شجاعت، ایمان / اهمیت رهبری الهی	۶	۱	بقره ۲۴۶-۲۵۱
داستان حضرت هارون دعوت به خداپرستی، اهمیت نوع بیان در راهنمایی مردم / کمک گرفتن از افراد متخصص در هدایت مردم	۲۳	۷	صافات ۱۴-۱۲۲، طه ۲۹-۳۵، اعراف ۱۵۰ و ۱۴۲، مریم ۵۳، اعراف ۱۵۴، ص ۷۵، قصص ۳۴ و ۳۵
داستان حضرت داوود ارزش دانش و علم / مدح و ستایش استقامت در راه خدا	۱۵	۸	نساء ۱۶۳، مائده ۸۷، انعام ۸۴، اسراء ۵۵، انبیاء ۷۸ و ۹، نمل ۱۵ و ۱۶، سباء ۱۰ و ۱۳، ص ۱۷ و ۲۲ و ۲۴ و ۲۶ و ۳۰
داستان حضرت سلیمان مدح و ستایش استقامت در راه خدا / ارزش دانش و علم / امکان انجام اراده خداوند حتی در امور غیر ممکن	۵۱	۵	سباء ۱۲ و ۱۳ و ۱۴، انعام ۸۴، انبیاء ۷۹- ۸۳، نمل ۱۵-۴۴، ص ۳۰-۴۰
داستان حضرت سلیمان و بلقیس قدرت و حکمت پیامبران / تسلیم مردم در برابر حکمت و درایت پیامبران	۲۶	۲	نمل ۲۰-۴۴، ص ۳۶

داستان‌های قرآنی	فراوانی آیات	فراوانی سوره‌ها	سوره‌ها و آیات
داستان حضرت یونس مدح وستایش استقامت در راه خدا / توبه راه بازگشت به خدا	۹	۶	انبیا ۸۷-۸۸، قلم ۴۹ و ۵۰، یونس ۹۸ و ۹۷، نساء ۱۶۳، انعام ۸۶، صافات ۱۳۹
داستان حضرت خضر ارزش دانش و علم / امکان انجام اراده خداوند حتی در امور غیر ممکن / اهمیت عمر دراز با برکت	۱۸	۱	کهف ۶۰ و ۶۵-۶۸ و ۷۰-۷۸ و ۸۰-۸۳
داستان حضرت عزیر اعتقاد به معاد	۴	۳	توبه ۳۰، بقره ۲۵۹ و ۲۵۲، اعراف ۱۵۷
داستان حضرت یسع مدح وستایش استقامت در راه خدا	۴	۴	انعام ۸۶، ص ۴۸، بقره ۲۱۴، کهف ۶۵
داستان حضرت الیاس توبه راه بازگشت به خدا / دعوت به خدایپرستی	۱۲	۴	انعام ۸۴-۸۵، صافات ۱۲۳-۱۲۹، کهف ۶۵، مریم ۵۶-۵۷
داستان حضرت زکریا و مریم امکان انجام اراده خداوند حتی در امور غیر ممکن / ناامید نشدن از رحمت خدا	۲۴	۵	انعام ۸۵، مریم ۷۲، انبیاء ۹۰ و ۸۹، مریم ۲-۱۵، آل عمران ۳۷-۴۱
داستان حضرت عیسی و مریم معجزات نامحدود خداوند / حمایت خداوند از بندگان مومن و پاک / ویژگی‌های خاص حضرت عیسی	۲۰	۴	مریم ۱۶-۳۶، آل عمران ۴۲-۴۷، انبیا ۹۱، نسا ۵۷ و ۵۸
داستان ولادت حضرت عیسی (علیه السلام) معجزات پیامبران / مقام والای پیامبران الهی	۲۴	۲	آل عمران ۴۵ و ۴۷ و ۵۹، مریم ۱۶-۳۶
داستان حضرت یحیی اخلاص در عمل / دعا به درگاه خدا مخصوصا دعای والدین در حق فرزند	۲۲	۷	مریم ۲-۱۵، آل عمران ۳۷-۳۹، انعام ۸۵، انبیاء ۹۰، بقره ۶۲، مائده ۶۹، حج ۱۷
داستان حضرت عیسی امکان انجام اراده خداوند حتی در امور غیر ممکن / ارزش دانش و علم	۱۷	۴	آل عمران ۵۵ و ۴۵-۴۷، مریم ۲۴-۳۳، مائده ۱۱۰، نساء ۱۵۷-۱۵۸
داستان اصحاب اخدود مدح وستایش استقامت در راه خدا / ناامید نشدن از رحمت خدا	۱۳	۲	بروج ۳-۱۴، غافر ۷۸

داستان‌های قرآنی	فراوانی آیات	فراوانی سوره‌ها	سوره‌ها و آیات
داستان اصحاب ایکه اهمیت توجه به مسائل مالی	۲۴	۵	حجر ۷۸-۷۹، شعرا ۱۷۶-۱۸۹، ص ۱۲-۱۶، ق ۱۴، اعراف ۸۵ و ۹۱
داستان اصحاب حجر دعوت مردم به خداپرستی	۶	۲	حجر ۸۰-۸۴، فصلت ۱۳
داستان اصحاب رس توبه راه بازگشت به خدا / اهمیت پرهیزگاری	۱۴	۵	ق ۱۲، حجر ۴۵، فرقان ۳۲-۳۸ و ۱۲، یس ۱۰ و ۱۳، ۲۰ و ۲۷، بروج ۱۰
داستان اصحاب رقیم ارزش دانش و علم / اهمیت پرهیزگاری	۱	۱	کهف ۹
داستان اصحاب سبت بترتیب عبادت خدا بر معاملات دنیوی	۱۰	۵	نساء ۱۵۴ و ۴۷، بقره ۶۵-۶۶، نحل ۱۲۴، اعراف ۱۶۳ و ۱۶۴ و ۱۶۵، مائده ۶۰ و ۷۸
داستان اصحاب فیل دست خدا بالاترین دست هاست / امکان انجام اراده خداوند حتی در امور غیر ممکن	۵	۱	فیل ۱-۵
داستان اصحاب کهف اهمیت نوع بیان در هدایت و راهنمایی مردم / اعتقاد به معاد / توبه راه بازگشت به خدا	۱۸	۱	کهف ۹-۲۶
داستان اصحاب مدین اهمیت توجه به مسائل مالی / اعتقاد به معاد	۲۳	۷	توبه ۷۰، حج ۴۴، طه ۴۰، قصص ۲۷ و ۲۸ و ۴۵، اعراف ۸۷-۸۸، هود ۸۴-۹۵ و ۹۱، عنکبوت ۳۶-۳۷
داستان ذوالقرنین لزوم برقراری امنیت، صلح و عدالت / لزوم گردش در روی زمین	۱۹	۱	کهف ۸۳-۱۰۱
داستان فرعون و هامان دست خدا بالاترین دست‌ها / امکان انجام اراده خداوند حتی در امور غیر ممکن	۷	۴	قصص ۸۶ و ۸۷، عنکبوت ۳۹، غافر ۲۴ و ۳۶، مومن ۳۶

داستان‌های قرآنی	فراوانی آیات	فراوانی سوره‌ها	سوره‌ها و آیات
داستان قارون اهمیت توجه به مسائل مالی / توبه راه بازگشت به خدا / مذمت زراندوزی و تفاخر به ظواهر دنیوی	۸	۳	قصص ۷۶-۸۱، غافر ۲۳-۲۴ / عنکبوت ۳۹
داستان قوم الیاس دعوت به خداپرستی	۱۶	۴	انعام ۸۴ و ۸۵، صافات ۱۲۳-۱۳۰، بقره ۱۳۰، مریم ۵۶-۵۷
داستان قوم یاجوج و ماجوج صلح در جامعه	۴	۲	کهف ۹۳ و ۹۴ و ۹۵، انبیا ۹۶
داستان اختلاف قایل و هابیل اهمیت پرهیزگاری / مدح و ستایش استقامت در راه خدا / قباحت نسل کشی	۵	۱	مانده ۲۷-۳۱
داستان قوم سبا کفران نعمت و عذاب الهی / مذمت نافرمانی و تکذیب پیامبران الهی	۲۶	۲	سبا ۱۵-۱۷، نمل ۲۲-۴۴
داستان لقمان حکیم و پسرش ستایش پند آموزی از حکیمان / ستایش بهره مندی از تجربیات پدران در خانواده	۷	۱	لقمان ۱۲-۱۹
داستان عصیان شیطان مذمت تکبر و نافرمانی از خدا، هوشیاری نسبت به وسوسه‌های شیطان	۳۶	۴	اعراف ۱۱-۱۷، بقره ۳۴-۳۶، حجر ۴۴-۲۸، طه ۱۱۵-۱۲۳

قرآن کریم شامل حدود ۲۰۸ داستان است که عمدتاً بر زندگی ۳۹ پیامبر همچون حضرت موسی، ابراهیم و عیسی علیهم‌السلام و اصحاب ایشان تمرکز دارد. هدف اصلی این داستان‌ها، ارائه درس‌های عبرت‌آموز و هدایت انسان‌هاست (فرهنگ‌نامه علوم قرآن، ج ۱، ص ۲۱۹۹). برخی از این داستان‌ها ادامه روایت‌های پیشین‌اند و برخی دیگر به صورت کامل و مستقل بیان شده‌اند.

از میان ۱۱۴ سوره قرآن کریم، ۶۳ سوره حاوی قصه و حکایتی هستند؛ به این معنا که بیش از نیمی از سوره‌های قرآن با بهره‌گیری از هنر قصه‌پردازی به انتقال پیام الهی پرداخته‌اند. بیشترین قصه‌های قرآنی در سوره اعراف آمده است؛ پس از آن سوره بقره و سپس سوره آل عمران در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

بیشترین داستان‌های قرآنی به حضرت موسی (علیه السلام) قوم بنی اسرائیل و فرعونیان اختصاص دارد. پس از آن، بالاترین آمار متعلق به داستان‌های حضرت ابراهیم (علیه السلام) و سپس داستان‌های حضرت عیسی (علیه السلام) و مادرش حضرت مریم (علیها السلام) است. نکته مهم آن است که هیچ‌یک از داستان‌های قرآن بر اساس خیال‌پردازی یا شخصیت‌های فرضی ساخته نشده‌اند؛ بلکه همگی روایت‌هایی الهی از رویدادهای حقیقی‌اند.

از نظر فراوانی، داستان حضرت ابراهیم (علیه السلام) بیشترین گستره را دارد و در ۲۲ سوره و ۱۵۳ آیه ذکر شده است. در مقابل، داستان اصحاب الرقیم تنها در یک سوره و یک آیه (سوره کهف، آیه ۹) آمده و کوتاه‌ترین داستان قرآنی محسوب می‌شود. در این پژوهش، داستان اصحاب کهف و اصحاب الرقیم به صورت مستقل مورد بررسی قرار گرفته است.

هر داستان قرآنی ممکن است دارای مضامین و تکنیک‌های مختلفی باشد و گاه چند داستان مضامین و تکنیک‌های مشابهی را دربردارند. از این رو، ضروری است مشخص شود هر یک از مضامین و تکنیک‌های قصه‌گویی در چند سوره و آیه قرآن به کار رفته‌اند. در جدول شماره ۲، فراوانی سوره‌ها و آیات داستانی قرآن کریم به تفکیک مضامین ارائه شده است.

جدول (۲): فراوانی سوره‌ها و آیات دربردارنده مضامین داستان‌ها

فراوانی آیات	فراوانی سوره‌ها	سوره‌ها و آیات	مضامین قصه‌ها
۳۲۱	۲۷	یوسف ۱-۱۰۲، انبیاء ۷۸-۷۹ و ۸۳-۸۵ و ۸۷ و ۸۸ و ۸۶، مریم ۵۶ و ۵۷ و ۱۹، صافات ۱۲۳ و ۱۲۴ و ۱۳۰، اعراف ۷۴ و ۷۵ و ۷۹، مومنون ۲۳-۳۰، شعرا ۱۴۸ و ۱۰۵-۱۲۲، قمر ۹-۱۷، نوح ۱-۲۸، نمل ۴۴-۱۵ و ۴۸ و ۵۰، هود ۲۵-۴۹ و ۶۲ و ۶۷ و ۶۸ و ۶۵، ذاریات ۴۴، سجده ۱۸، ص ۱۷ و ۴۱ و ۴۲ و ۴۳ و ۴۴ و ۲۲ و ۲۴ و ۲۶ و ۳۰ و ۳۰-۳۰ و ۴۰-۴۵ و ۴۷ و ۴۸، انعام ۸۶ و ۸۵ و ۸۴ و ۶، بقره ۱۳۲ و ۲۱۴، نساء ۱۶۳، ابراهیم ۲۲، اسراء ۵۵، سباء ۱۰ و ۱۳ و ۱۲ و ۱۴، قلم ۴۹ و ۵۰، یونس ۹۸ و ۹۷، صافات ۱۳۹، کهف ۶۵، بروج ۳-۱۴، غافر ۷۸، مائده ۲۷-۳۱ و ۸۷	مدح و ستایش استقامت در راه خدا [تفسیر المیزان (علامه طباطبایی). ج ۳ و ۴]

مضامین قصه‌ها	سوره‌ها و آیات	فراوانی سوره‌ها	فراوانی آیات
لزوم گردش در زمین [تفسیر المیزان (علامه طباطبایی). ج ۴. ص ۳۰. و ج ۱۶. ص ۱۷۴. و ج ۹. ص ۵۴۰]	کهف ۸۳-۱۰۱	۱	۱۹
اعتقاد به معاد [تفسیر موضوعی قرآن کریم (آیت‌الله جوادی آملی)، ج ۴. و پیام قرآن (آیت‌الله العظمی مکارم شیرازی). ج ۵]	توبه ۷۰ و ۳۰، بقره ۲۵۹ و ۲۵۲، کهف ۹-۲۶، حج ۴۴، طه ۴۰، قصص ۲۷ و ۲۸ و ۴۵، اعراف ۱۵۷ و ۸۷-۸۸، هود ۸۴-۹۵ و ۹۱، عنکبوت ۳۶-۳۷	۹	۴۵
اهمیت نوع بیان در هدایت مردم [تفسیر المیزان علامه طباطبایی، تفسیر نمونه آیت‌الله العظیم مکارم شیرازی، و تفسیر صافی فیض کاشانی]	اعراف ۱۵۰ و ۱۴۲ و ۱۵۴ و ۷۴ و ۷۵ و ۷۹، شعرا ۱۴۸، نمل ۴۸ و ۵۰، هود ۶۲ و ۶۷ و ۶۸ و ۶۵، ذاریات ۴۴، سجده ۱۸، صافات ۱۱۴-۱۲۲، طه ۲۹-۳۵، مریم ۵۳، ص ۷۵، قصص ۳۴ و ۳۵، کهف ۹-۲۶	۱۲	۵۳
ارزش دانش و علم [تفسیر نمونه (آیت‌الله مکارم شیرازی)، ج ۲، ص ۳۴۶. و تفسیر الکبیر (فخر رازی). ج ۲، ص ۴۶]	انبیاء ۷۸ و ۷۹-۸۶، مریم ۲۴-۳۳ و ۵۶ و ۵۷ و ۱۹، انعام ۸۴ و ۸۵، صافات ۱۲۳ و ۱۲۴ و ۱۳۰، نساء ۱۵۷-۱۵۸ و ۱۶۳، مائده ۱۱۰ و ۸۷، اسراء ۵۵، نمل ۱۵-۴۴، سباء ۱۲ و ۱۴ و ۱۰ و ۱۳، ص ۱۷ و ۲۲ و ۲۴ و ۲۶ و ۳۰-۴۰، کهف ۹ و ۶۰ و ۶۵-۶۸ و ۷۰-۷۸ و ۸۰-۸۳، آل عمران ۵۵ و ۴۵-۴۷	۱۲	۱۰۴
نالید نشدن از رحمت خدا [تفسیر اثنی عشری (حسین شاه عبدالعظیم). ج ۷، ص ۱۲۲. و تفسیر نمونه (آیت‌الله مکارم شیرازی)، ج ۱۶.]	اعراف ۱۴۲-۱۴۵، بقره ۵۳ و ۶۳ و ۹۳ و ۸۵، مائده ۴۴، قصص ۴۳، مزمل ۱-۶، طه ۳۲ و ۳۶، شوری ۵۱، زمر ۱۸-۱۷، نحل ۸۹، فرقان ۱، انعام ۸۵، انبیاء ۹۰ و ۸۹، مریم ۲-۱۵، آل عمران ۳۷-۴۱، بروج ۳-۱۴، غافر ۷۸	۱۶	۵۸

مضامین قصه‌ها	سوره‌ها و آیات	فراوانی سوره‌ها	فراوانی آیات
<p>اخلاص در عمل [تفسیر المیزان] علامه طباطبایی). ج ۶. ص ۱۷۰. و بحار الانوار (علامه مجلسی). ج ۷۷. ص ۱۰۳ و ج ۷۵. ص ۳۱۱.]</p>	<p>مریم ۲-۱۵، آل عمران ۳۷-۳۹، انعام ۸۵، انبیاء ۹۰، بقره ۶۲، مائده ۶۹، حج ۱۷</p>	۷	۲۲
<p>دعا به درگاه خدا [تفسیر المیزان] علامه طباطبایی). ج ۲. ص ۳۰ و ج ۸. ص ۹۹. و تفسیر نمونه (آیت‌الله مکارم شیرازی. و تفسیر صافی (فیض کاشانی)</p>	<p>مریم ۲-۱۵، آل عمران ۳۷-۳۹، انعام ۸۵، انبیاء ۹۰، بقره ۶۲، مائده ۶۹، حج ۱۷</p>	۷	۲۲
<p>تلاش برای ریشه کن کردن بت‌پرستی التبیین فی تفسیر القرآن (شیخ طوسی). ج ۲. ص ۱۴۶. و تفسیر نمونه (آیت‌الله مکارم شیرازی). ج ۷. ص ۲۹۱</p>	<p>اعراف ۱۴۲-۱۴۵ و ۵۹-۷۹، هود ۲۵-۶۸، مومنون ۲۳-۳۰، شعرا ۱۴۸ و ۱۰۵-۱۲۲ و ۱۳۰، قمر ۲۰ و ۹-۱۷، نوح ۲۸-۱، احقاف ۲۱ و ۲۵، سجده ۱۸ و ۱۵، ذاریات ۴۴ و ۴۳، الحاقه ۷، نمل ۴۸ و ۵۰، بقره ۵۳ و ۶۳ و ۹۳ و ۸۵، مائده ۴۴، قصص ۴۳، مزمل ۱-۶، طه ۳۲ و ۳۶، شوری ۵۱، مریم ۱۲، زمر ۱۷-۱۸، نحل ۸۹، فرقان ۱</p>	۲۱	۱۶۴
<p>پایبندی به عهد تفسیر الکبیر (فخر رازی). ج ۲. ص ۴۶. و تفسیر نمونه (آیت‌الله مکارم شیرازی). ج ۷. ص ۲۹۱ وفای عهد در حوزه بین المللی از نظر قرآن نک (طوسی، ۱۳۹۷ش)</p>	<p>ص ۴۸، انبیاء ۸۵</p>	۲	۲

مضامین قصه‌ها	سوره‌ها و آیات	فراوانی سوره‌ها	فراوانی آیات
ستایش پاکدامنی بحار الانوار (علامه مجلسی). ج ۴۳. و تفسیر نمونه (آیت‌الله مکارم شیرازی). و تفسیر المیزان (علامه طباطبایی).	یوسف ۱-۱۰۲	۱	۱۰۲
ستایش صداقت تفسیر نمونه (آیت‌الله مکارم شیرازی). ج ۷. و تفسیر المیزان (علامه طباطبایی). و تفسیر الکبیر (فخر رازی).	انبیا ۸۵ و ۸۶، مریم ۵۶ و ۵۷ و ۱۹، انعام ۸۵، صافات ۱۲۳ و ۱۲۴ و ۱۳۰	۴	۹
مذمت بت‌پرستی تفسیر المیزان (علامه طباطبایی). ج ۱۴. ص ۱۰۸. و مجمع البیان فی تفسیر القرآن (طبرسی). ج ۶. ص ۴۴۸.	بقره ۱۲۴-۱۲۷ و ۱۳۰ و ۱۳۲ و ۱۳۳ و ۱۳۵ و ۱۳۶ و ۱۴۰ و ۱۴۵ و ۱۴۸ و ۱۵۰، آل عمران ۹۵-۹۷، نساء ۱۲۵، انعام ۸۴ و ۸۵ و ۷۴-۹۰ و ۱۶۱، هود ۶۹-۷۶، ابراهیم ۳۵-۴۱، نحل ۱۲۰-۱۲۲، مریم ۵۶-۵۷ و ۵۰-۴۱، انبیاء ۵۱-۷۳، حج ۲۶-۳۰، شعراء ۶۹-۸۹، عنکبوت ۲۶ و ۳۱-۳۲، احزاب ۷، صافات ۸۳-۱۱۱، ص ۴۶-۴۵، شوری ۱۳، زخرف ۲۸، ذاریات ۲۴-۳۷، نجم ۳۷، حدید ۲۶، ممتحنه ۴، اعلیٰ ۱۸-۱۹، صافات ۱۲۳-۱۳۰	۲۳	۱۷۷
قدردانی از نعمت‌های خداوند مجمع البیان فی تفسیر القرآن (طبرسی). ج ۱. ص ۵۵، و تفسیر نمونه (آیت‌الله مکارم شیرازی). ج ۱۱. ص ۱۸۱.	اعراف ۵۹-۶۹، هود ۲۵-۴۹، مومنون ۲۳-۳۰، شعرا ۱۲۲-۱۰۵، قمر ۹-۱۷، نوح ۱-۲۸	۶	۹۹

داستان‌های قرآن کریم به‌عنوان ابزاری مؤثر برای انتقال معارف و آموزه‌های دینی، دارای مضامین غنی و متنوعی هستند. این داستان‌ها عمدتاً به زندگی پیامبران و اقوام پیشین می‌پردازند و هدف اصلی آن‌ها هدایت انسان‌ها به سوی حقیقت و عبرت‌آموزی است.

مضمون «امکان تحقق اراده خداوند حتی در امور غیرممکن» در ۳۱ سوره (از سوره‌هایی که در بردارنده داستان‌های قرآنی هستند) آمده و بیشترین تکرار را در میان سوره‌های داستانی قرآن دارد. پس از آن، دو مضمون «دعوت به خداپرستی» و «مدح و ستایش استقامت در راه خدا» هر یک با فراوانی ۲۷ سوره، در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. مضامین «ستایش پاکدامنی» و «لزوم گردش در زمین» تنها در یک سوره ذکر شده‌اند و کمترین میزان تکرار را دارند.

از نظر فراوانی آیات، مضمون «مدح و ستایش استقامت در راه خدا» با ۳۲۱ آیه در رتبه نخست و مضمون «دعوت مردم به خداپرستی» با ۱۹۵ آیه در رتبه دوم قرار دارند. در مقابل، مضمون «اهمیت پایبندی به عهد» با تنها ۲ آیه، کمترین میزان تکرار را در میان آیات داستانی قرآن دارد.

همان‌گونه که در تحلیل داستان‌های قرآن در جداول پیشین مشخص شد، این داستان‌ها نه‌تنها روایت‌هایی از زندگی پیامبران هستند، بلکه مضامین عمیق انسانی، اخلاقی و اجتماعی را در خود جای داده‌اند که برای هدایت انسان‌ها در مسیر صحیح زندگی طراحی شده‌اند. داستان‌های قرآنی با بهره‌گیری از عناصری همچون شخصیت‌پردازی، رویدادها و گفت‌وگوها، تأثیر عمیقی بر مخاطب می‌گذارند و او را به تفکر درباره سرنوشت خویش دعوت می‌کنند.

در جدول شماره ۳، فراوانی سوره‌ها و آیات به تفکیک تکنیک‌های قصه‌گویی مشخص شده است.

جدول (۳): فراوانی سوره‌ها و آیات در بردارنده تکنیک‌های قصه‌گویی

فراوانی آیات	فراوانی سوره‌ها	سوره‌ها و آیات	تکنیک‌های قصه‌گویی
۳۴۹	۳۷	بقره ۱۲۷ و ۶۵-۶۶ و ۵۳ و ۶۳ و ۹۳ و ۸۵ و ۲۵۹ و ۲۵۲ و ۳۰-۳۹، آل عمران ۵۹، حجر ۵۱-۵۵ و ۷۸-۷۹ و ۶۶ و ۲۶ و ۴۸، حج ۴۴ و ۵، ص ۴۸ و ۱۲ و ۱۶-۲۵۳ و ۲۵۴-۷۱ و ۷۵، صافات ۱۰۰-۱۱۲ و ۱۲۲-۱۱۴ و ۱۱، الرحمن ۱۴، سجده ۱۵ و ۷، اعراف ۷۱-۸۵-۹۳ و ۸۵-۸۷ و ۸۸ و ۹۱ و ۱۶۳ و ۱۶۴ و ۱۶۵ و ۱۵۰ و ۱۴۲ و ۱۵۴ و ۱۵۷ و ۱۴۲-۱۴۵ و ۸۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۹-۲۷، اسرا ۶۱ و ۶۲، کهف ۵۰، طه ۴۰ و ۲۹-۳۶ و ۱۱۵-۱۲۴، مومنون ۱۲ و ۲۳-۳۰، شعرا ۱۳۰ و ۱۶۲ و ۱۶۷ و ۱۰۵ و ۱۲۲-۱۰۵ و ۲۷ و ۱۸۶-۱۹۱ و ۱۷۶-۱۸۹	ساختار اوجگاهی و دراماتیک

تکنیک‌های قصه‌گویی	سوره‌ها و آیات	فراوانی سوره‌ها	فراوانی آیات
	<p>، قمر ۳۷ و ۲۰ و ۹-۱۷، نوح ۱-۲۸، هود ۲۵-</p> <p>۴۹ و ۷۶ و ۸۰ و ۸۱ و ۸۴-۹۵ و ۹۱ و ۹۳ و ۹۴ و ۹۸ و ۶۹-۷۲ و ۵۰-۶۰، احقاف ۲۱ و ۲۵، ذاریات ۴۳، الحاقه ۷، انعام ۸۳ و ۸۴ و ۸۶، ابراهیم ۳۵-۳۹، مریم ۵۳ و ۱۲ و ۴۱ و ۴۶ و ۴۹، انبیا ۷۱ و ۷۴ و ۷۵ و ۶۹ و ۷۲ و ۸۵، عنکبوت ۲۶ و ۲۹ و ۳۲ و ۳۶ و ۳۷ و ۱۶ و ۲۷، یوسف ۳۸، نمل ۵۶، قصص ۳۴ و ۳۵ و ۴۳ و ۲۷ و ۲۸ و ۴۵، مائده ۶۰ و ۷۸ و ۴۴، مزمل ۱-۶، شوری ۵۱، زمر ۱۷-۱۸، نحل ۱۲۴ و ۸۹، فرقان ۱، توبه ۷۰ و ۳۰، ق ۱۴، نساء ۱۵۴ و ۴۷</p>		
پراکندگی و تکرار	<p>حجر ۲۶ و ۴۸ و ۸۰-۸۴، مومنون ۱۲، حج ۵، ص ۷۱-۷۴، صافات ۱۱، الرحمن ۱۴، سجده ۱۵ و ۱۸ و ۷، اعراف ۷۴ و ۷۵ و ۷۹ و ۶۹ و ۷۱ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۴۲-۱۴۵ و ۱۹-۲۷، اسرا ۶۱ و ۶۲، کهف ۵۰، طه ۱۱۵-۱۲۴، احقاف ۲۱ و ۲۵، قمر ۲۰، الحاقه ۷، شعرا ۳۰ و ۱۴۸، نمل ۴۸ و ۵۰، هود ۵۰-۶۰ و ۶۲ و ۶۷ و ۶۸ و ۶۵، ذاریات ۴۳ و ۴۴، بقره ۳۰-۳۹ و ۵۳ و ۶۳ و ۹۳ و ۸۵، مائده ۱۱۰ و ۴۴، مزمل ۱-۶، طه ۳۲ و ۳۶، شوری ۵۱، زمر ۱۷-۱۸، نحل ۸۹، فرقان ۱، ال عمران ۵۹ و ۵۵ و ۴۵-۴۷، مریم ۱۲ و ۲۴-۳۳، نساء ۱۵۷-۱۵۸، فصلت ۱۳، قصص ۴۳ و ۶۰ و ۸۰، عنکبوت ۳۹، غافر ۲۴ و ۳۶، مومن ۳۶</p>	۳۳	۱۳۲
شخصیت‌پردازی	<p>بقره ۶۷-۷۳ و ۲۴۶-۲۵۱، مریم ۱۶-۲۶، یوسف ۴-۳۶، هود ۶۹-۷۶، طه ۷۷-۸۲</p>	۵	۶۰
مبهم‌گویی	<p>صافات ۸۳-۱۱۱ و ۱۳۹ و ۱۲۳ و ۱۲۹ و ۱۱۴-۱۳۰، انبیا ۵۱-۷۳ و ۶۹ و ۷۲ و ۷۸ و ۷۹ و ۸۳ و ۷۱ و ۷۴ و ۷۵ و ۸۷ و ۹۶ و ۸۸ و ۸۵ و ۸۶، مریم ۴۱-۵۳ و ۵۶ و ۵۷ و ۱۹ و ۱۲، هود ۶۹-۷۶ و ۸۰ و ۸۱ و ۵۰-۶۰، احقاف ۲۱ و ۲۵، اعراف ۱۴۲-۱۴۵ و ۱۵۴ و ۱۵۰ و ۸۰ و ۶۹ و ۷۱، سجده ۱۵، شعرا ۱۶۲ و ۱۶۷ و ۱۳۰، ذاریات ۴۳، قمر ۳۷ و ۲۰، الحاقه ۷، بقره ۵۳ و ۶۳ و ۹۳ و ۸۵ و ۱۲۴-۱۲۷ و ۲۱۴ و ۱۳۰ و ۱۳۲ و ۱۳۳ و ۱۳۵ و ۱۳۶ و ۱۴۰ و ۲۵۸ و ۲۶۰، آل عمران ۹۵-۹۷، نساء ۱۶۳ و ۱۲۵، انعام ۷۴-۹۰ و ۱۶۱، ابراهیم ۳۵-۴۱، نحل ۸۹ و ۱۲۲-۱۲۰، حج ۲۶-۳۰، شعراء ۶۹-۸۹، عنکبوت ۲۷ و ۲۹</p>	۴۳	۳۹۴

فراوانی آیات	فراوانی سوره‌ها	سوره‌ها و آیات	تکنیک‌های قصه‌گویی
		۲۶ و ۳۱-۳۲، احزاب، ۷، ص ۷۵ و ۱۷ و ۲۲ و ۲۴ و ۲۶ و ۳۰-۳۰ و ۴۰ و ۴۵-۴۸ و ۲۵۳-۲۵۴ شوری ۵۱ و ۱۳، زخرف ۲۸، ذاریات ۲۴-۳۷، نجم ۳۷، حدید ۲۶، ممتحنه ۴، اعلیٰ ۱۸-۱۹، یوسف ۳۸، حجر ۵۱-۵۵ و ۶۶، نمل ۱۵-۴۴، مائده ۸۷ و ۴۴، مزمل ۱-۶، طه ۲۹-۳۵ و ۳۲ و ۳۶، زمر ۱۷-۱۸، فرقان ۱، قصص ۴۳ و ۳۴ و ۳۵، اسراء ۵۵، سبأ ۱۲ و ۱۴ و ۱۰ و ۱۳، قلم ۴۹ و ۵۰، یونس ۹۸ و ۹۷، کهف ۶۰ و ۶۸-۶۵ و ۷۰-۷۸ و ۸۰-۸۰ و ۹۰-۲۶	
۱۰۸	۴	واقعه ۱-۹۶، حج ۱-۲، زلزله ۱-۸، اسراء ۹۸	تجسم زنده وقایع
۱۱۹	۵	یوسف ۱-۱۰۲، آل عمران ۵۵ و ۴۵-۴۷، مریم ۲۴-۳۳، مائده ۱۱۰، نساء ۱۵۷-۱۵۸	ایجاد خلاد در میان صحنه‌های قصه
۴۶۲	۴۱	انبیاء ۹۰ و ۸۹ و ۵۱ و ۷۳ و ۶۹ و ۷۲ و ۸۵ و ۸۶ و ۷۹-۸۳، مریم ۴۱-۲۵۰ و ۱۵ و ۵۳ و ۵۶ و ۵۷ و ۱۹ و ۲۴-۳۳، صافات ۸۳-۱۱۱ و ۱۱۴-۱۲۲ و ۱۳۰-۱۲۳، اعراف ۱۵۷ و ۱۵۰ و ۱۴۲ و ۱۴۵ و ۱۵۴ و ۵۹-۶۹، هود ۶۹-۷۶ و ۲۵-۴۹، مومنون ۲۳-۳۰، شعرا ۵-۱۰۵ و ۱۲۲، قمر ۱۷-۹، نوح ۱-۲۸، بقره ۳ و ۵۳ و ۶۳ و ۹۳ و ۸۵ و ۱۲۴-۱۲۷ و ۱۲۷ و ۱۳۰ و ۱۳۲ و ۱۳۳ و ۱۳۵ و ۱۳۶ و ۱۴۰ و ۱۴۰ و ۲۵۲ و ۲۵۹ و ۲۶۰، آل عمران ۳۷-۴۱ و ۵۵ و ۴۵ و ۴۷ و ۹۵-۹۷، نساء ۱۶۳ و ۱۵۷ و ۱۵۸ و ۱۲۵، انعام ۶ و ۸۳ و ۸۴ و ۸۶ و ۸۵ و ۷۴-۹۰ و ۱۶۱، ابراهیم ۲۲ و ۴۱-۳۵، نحل ۸۹ و ۱۲۰-۱۲۲، حج ۱۷ و ۲۶-۳۰، شعراء ۶۹-۸۹، عنکبوت ۱۶ و ۲۷ و ۲۶ و ۳۱-۳۲، احزاب ۷، ص ۱۷ و ۲۲ و ۲۴ و ۲۶ و ۳۰-۳۰ و ۴۸ و ۷۵ و ۲۵۳-۲۵۴ و ۴۵-۴۶، شوری ۵۱ و ۱۳، زخرف ۲۸، ذاریات ۲۴-۳۷، نجم ۳۷، حدید ۲۶، ممتحنه ۴، اعلیٰ ۱۸-۱۹، حجر ۵۱-۵۵، یوسف ۳۸ و ۸۳ و ۸۷ و ۶۸ و ۱۸ و ۹۸ و ۸۶، مائده ۸۷ و ۹۰ و ۱۱۰ و ۴۴، مزمل ۱-۶، طه ۳۲ و ۳۶، زمر ۱۷-۱۸، فرقان ۱، طه ۲۹-۳۵، قصص ۴۳ و ۳۴ و ۳۵، اسراء ۵۵، نمل ۱۵-۴۴، سبأ ۱۰ و ۱۳ و ۱۲ و ۱۴، توبه ۳۰، کهف ۶۵	ساختار روایی اپیزودیک

تکنیک‌های قصه‌گویی	سوره‌ها و آیات	فراوانی سوره‌ها	فراوانی آیات
ذکر نتیجه اخلاقی در ابتدا	اعراف ۱۴۲-۱۴۵، بقره ۵۳ و ۶۳ و ۹۳ و ۸۵، مائده ۴۴، قصص ۴۳، مزمل ۱-۶، طه ۳۲ و ۳۶، شوری ۵۱، مریم ۱۲، زمر ۱۷-۱۸، نحل ۸۹، فرقان ۱	۱۱	۲۴
استفهام تقدیری ^۱	طه ۹، ص ۲۰، فیل ۱ و ۲، فجر ۶، بروج ۱۷، ذاریات ۲۴	۶	۷
چکیده نویسی ^۲	اعراف ۱۰-۲۰، کهف ۹، هود ۶۱، یوسف ۲ و ۳، قصص ۳، انبیا ۵۱، نوح ۱	۷	۱۸
سمبلیک و نمادین	بقره ۳۰-۳۹، هود ۲۵-۴۹، کهف ۹-۲۶، یوسف ۱-۱۱۱، انبیا ۷۰-۵۱، صافات ۱۳۹-۱۴۸	۶	۱۹۴
گفتگو و مناظره ^۳	بقره ۲۴۶-۲۵۱، طه ۴۴، یوسف ۸-۱۸، اسرا ۷۰، احزاب ۷۰	۵	۲۰
گزیده‌گویی و اختصار ^۴	بقره ۲۵۵، یوسف ۴-۶، نمل ۳۰-۳۱، مریم ۱۶-۲۶	۴	۱۷

- این نوع استفهام، یکی از صنایع ادبی در فن داستان‌نویسی است که مخاطب را تشویق می‌کند تا قصه را بی‌گیری بگیرد. در این روش معمولاً داستان با این مقدمه آغاز می‌شود: «آیا این خبر را شنیده‌اید...».
- قبل از شروع متن اصلی داستان، در جملات کوتاهی چکیده و هدف اصلی داستان می‌آید و سپس از ایجاد آمادگی ذهنی، به اصل مطلب پرداخته می‌شود.
- تکنیک گفتگو و مناظره در قرآن کریم به طور گسترده‌ای مورد استفاده قرار گرفته است و شامل انواع مختلفی از گفتگوها می‌شود که به تبیین حقایق، ارشاد، و هدایت انسان‌ها کمک می‌کند. گفتگوها در قرآن به چند دسته تقسیم می‌شوند:
 - گفتگوهای تبلیغی: ابلاغ پیام‌های الهی.
 - گفتگوهای ارشادی: با هدف هدایت و اصلاح.
 - گفتگوهای استفهامی: پاسخ به سؤالات مطرح شده.
 - گفتگوهای استدلالی: استفاده از دلایل منطقی برای قانع کردن طرف مقابل.
- قرآن معمولاً داستان‌ها را به صورت مختصر و گزیده بیان می‌کند، بدون اینکه به جزئیات غیرضروری بپردازد. این روش باعث می‌شود که پیام اصلی داستان به وضوح منتقل شود و مخاطب بتواند به راحتی آن را درک کند.

همان‌گونه که در جدول شماره ۳ مشخص است، قرآن کریم از تکنیک‌های متنوع روایی در قصه‌گویی بهره می‌گیرد که این امر به جذابیت و اثرگذاری داستان‌ها کمک می‌کند. این تکنیک‌ها نه تنها در انتقال پیام‌های اخلاقی و دینی نقش دارند، بلکه به مخاطب امکان می‌دهند با داستان‌ها ارتباط برقرار کرده و از آن‌ها عبرت بیاموزد.

- ساختار روایی ایپیزودیک (۴۶۲ آیه): این تکنیک در رتبه نخست قرار دارد و به معنای تقسیم داستان‌ها به بخش‌های کوچک‌تر و مستقل است که هر یک قابلیت روایت جداگانه دارند، اما در عین حال با کل داستان مرتبط‌اند. این روش مبتنی بر وحدت موضوعی و تناسب با اهداف تربیتی هر سوره بوده و انعطاف‌پذیری روایی قرآن را افزایش می‌دهد. همچنین با تطابق محتوای داستان‌ها با اهداف هدایتی هر سوره، اثربخشی پیام تقویت می‌شود (بنیون و جاسم، ۲۰۲۳).

- مبهم‌گویی (۳۹۴ آیه): این تکنیک به استفاده از الفاظ یا عباراتی اشاره دارد که مصادیق خاص آن‌ها مشخص نیست و به صورت عام بیان می‌شوند. مبهم‌گویی نه به معنای ابهام متن، بلکه به معنای عام‌گویی برای ایجاد گستره معنایی وسیع‌تر است.

- ساختار اوجگاهی و دراماتیک (۳۴۹ آیه): این شیوه با بهره‌گیری از عناصر دراماتیک مانند شخصیت، گفت‌وگو، مکان، زمان و رخداد، مخاطب را درگیر داستان کرده و اثرگذاری آن را افزایش می‌دهد (جولایی و نوردربیایی، ۱۳۹۸).

- ایجاد خلا در میان صحنه‌های قصه (۵ سوره): این تکنیک به معنای حذف یا نپرداختن به برخی جزئیات و ایجاد فاصله میان صحنه‌های مختلف داستان است. چنین رویکردی مخاطب را وادار می‌کند تا با تخیل و تفکر خود بخش‌های خالی را پر کند و درک عمیق‌تری از پیام داستان به دست آورد. این روش تربیتی موجب افزایش مشارکت ذهنی مخاطب و تقویت بهره‌تری از داستان می‌شود (الشیناوی^۲، ۲۰۲۲).

- ذکر نتیجه اخلاقی در ابتدا (۲۴ آیه): در این روش، پیام اخلاقی یا نتیجه داستان پیش از روایت بیان می‌شود تا مخاطب با ذهن آماده وارد داستان گردد.

نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر، بررسی و تبیین تکنیک‌های رسانه‌ای در قرآن کریم و نشان دادن نحوه بهره‌گیری از آن‌ها در انتقال پیام‌های الهی است. یافته‌ها نشان داد که خداوند در قرآن کریم به بهترین نحو از تکنیک‌ها و ترفندهای رسانه‌ای استفاده کرده و قرآن را به‌عنوان یک رسانه مکتوب تمام‌عیار معرفی نموده است.

میرزایی (۱۳۹۸) در پژوهش خود به جامعیت قرآن کریم در بهره‌گیری از تمام مقیاس‌ها و سطوح مفهوم رسانه اشاره کرده است؛ از جمله اعجاز بیانی، استفاده از الگوهای ارتباط‌گیری برتر و تعامل بی‌نظیر با مخاطب که در نهایت قرآن را به رسانه‌ای کامل و مکتوب تبدیل کرده است.

از دیگر یافته‌های پژوهش حاضر آن است که قرآن کریم از تکنیک‌های رسانه‌ای برای ترغیب بشر به مطالعه و پیگیری داستان‌های قرآنی، اقناع مخاطب و هدایت او به مسیر درست بهره برده است. فتاحی سده (۱۳۹۹) در بررسی داستان حضرت لوط علیه السلام نشان داده که این قصه دارای عناصر داستانی برای ایجاد انگیزه در مخاطبان و تشویق آنان به پیگیری مجددانه روایت است. وی تأکید کرده که قرآن کریم بیش از هر تکنیک دیگری از قصه‌گویی برای ابلاغ پیام خود استفاده کرده است.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که از میان ۳۹ داستان قرآنی، تکرار داستان حضرت ابراهیم علیه السلام در سوره‌های مختلف بیش از سایر داستان‌هاست. این تکرار بیانگر اهمیت ویژه این داستان است که هر بار با هدف خاصی روایت شده است. اسدی (۱۳۹۸) نیز در بررسی داستان قوم ثمود به تکنیک تکرار در قصه‌گویی به‌عنوان روشی جذاب برای جذب مخاطب اشاره کرده است.

از نظر مضامین، یافته‌ها نشان داد که مضمون «مدح و ستایش استقامت در راه خدا» با فراوانی ۳۲۱ آیه و مضمون «دعوت به خداپرستی» با فراوانی ۱۹۵ آیه، بیشترین تکرار را در آیات داستانی قرآن کریم داشته‌اند. اسدی (۱۳۹۸) نیز در تحلیل داستان قوم ثمود به تعلیم آموزه‌های خداشناسی، معادشناسی و دفاع از دعوت توحیدی اشاره کرده است.

از نظر تکنیک‌های روایی، نتایج نشان داد که تکنیک «مبهم‌گویی» با فراوانی ۴۳ مورد بیش از سایر تکنیک‌ها در قصه‌های قرآنی به‌کار رفته است. کاظمیان و همکاران (۱۳۹۹) نیز با استفاده از نظریه نشانه‌شناسی به این نتیجه رسیده‌اند که رمزگان هرمنوتیکی در کشف ابعاد مبهم روایت، نقش مهمی در جذب مخاطب دارد؛ یافته‌ای که با نتایج پژوهش حاضر هم‌راستا است.

در نهایت، مضمون «اعتقاد به معاد» از جمله مضامین برجسته در داستان‌های قرآن کریم است. طاهری‌پور (۱۳۹۶) نیز در پژوهش خود به این نکته اشاره کرده که بیان سرنوشت نیکوکاران و بدکاران در قالب داستان‌های مختلف، یکی از تکنیک‌های متقاعدسازی در زمینه قیامت است. این شیوه با تصویرسازی از قیامت در ذهن مخاطب، یادآوری و تثبیت باور به معاد را تقویت می‌کند.

منابع

- ابن کثیر، اسماعیل بن عمر، «تفسیر القرآن العظیم»، بیروت: دار الکتب العلمیه، منشورات محمد علی بیضون، ۹ جلد، از تفاسیر اهل سنت، ۱۴۱۹ق.
- ابن عربی، محمد بن علی، «فصوص الحکم»، برگردان متن و توضیح و تحلیل محمد علی موحد و صمد موحد، تهران: نشر کارنامه، چاپ هشتم، ۱۳۹۸.
- اسدی، علی، «کارکردشناسی تکرار قصه‌های قرآن با تاکید بر همبستگی آیات سوره‌ها در هدف (مطالعه موردی قصه قوم ثمود)»، فصلنامه پژوهش‌های قرآنی ۲۴ (۳): ۱۰۱-۱۲۶، ۱۳۹۸.
- اوستین، «نظریه افعال الکلام العامه: کیف ننجز الاشياء بالکلام»، ترجمه عبدالقادر قینینی، افریقا الشرق: الدار البيضاء، ۱۹۹۱م
- آرام، احمد، «مطالعات بلاغی قرآن»، تهران: نشر فلش، چاپ اول، ۱۳۸۵.
- جمعی از نویسندگان، «فرهنگ نامه علوم قرآنی»، ویرایش محمد خیری، فاطمه رجبی و محمدباقر انصاری، چاپ اول، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، ۱۳۹۴.
- جوادی آملی، عبدالله، «تفسیر موضوعی قرآن کریم»، چاپ ششم، قم: اسراء، ۱۳۹۳.
- جولایی، احمد؛ نوردربایی، احمد، «قابلیت‌های دراماتیک قصص قرآنی»، مطالعات سبک‌شناختی قرآن کریم ۳ (۱): ۳۲-۴۳، ۱۳۹۸.
- حمام، بلقاسم، «البلاغه العربیه و آلیه الحجه»، مجله الاثر، دوریه آکادمیه محکمه، تصدر عن کلیه الادب و اللغات، الجزایر ۴، ۲۰۰۵م.
- خلیلی‌ثمرین، محمدمهدی؛ یوسف‌پور، احمد؛ شیرزاده‌شربیانی، علی؛ و میرزایی، محمدرضا، «جایگاه رسانه در قرآن و روایات»، مقاله ارائه شده در سومین کنفرانس بین‌المللی علوم انسانی و مطالعات فرهنگی در تهران، مرکز توانمندسازی مهارت‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه، ۱۳۹۶.
- شاه عبدالعظیم، حسین، «تفسیر اثنی عشری»، ۱۴ ج، چاپ اول، تطبیق و بازخوانی فاطمه محمدی، تهران: نشر آذرنیا، ۱۳۹۳.
- شجاع‌پوریان، ولی‌الله، «تاملی بر شاخصه‌های قصه در قرآن»، ادب عربی ۵ (۲)، ۱۱۳-۱۳۴، ۱۳۹۲.

- صلواتیان، سیاوش و ارژنگ، محمد، «هویت برند در سازمان‌های رسانه‌ای»، مدیریت رسانه ۲۰: ۷-۱۶، ۱۳۹۵.
- طاهری‌پور، زهرا، «اقتناع مخاطب در قرآن پیرامون مسأله معاد»، پژوهش‌نامه قرآن و حدیث ۲۱: ۶۵-۸۲، ۱۳۹۶.
- طوسی، حمیدرضا، استحکام قاعده وفای به عهد در معاهدات بین‌المللی از منظر قرآن کریم، مجله قرآن و علم، ش ۲۳، پاییز و زمستان ۱۳۹۷ ش.
- طباطبایی، محمدحسین، «المیزان فی تفسیر القرآن»، جلد ۳ و ۴، بیروت: دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۵۲.
- طبرسی، فضل بن حسن، «مجمع البیان فی تفسیر القرآن»، ویرایش فضل‌الله یزدی طباطبایی و هاشم رسولی محلاتی، تهران: ناصرخسرو، چاپ اول، ۱۳۶۷.
- طوسی، محمدبن حسن، «التبیان فی تفسیر القرآن»، ۳۰ ج، چاپ اول، قم: موسسه آل‌البیت علیهم‌السلام لاحیا التراث، ۱۳۸۹.
- عبدالجباری، محمد، «رهیافتی به قرآن کریم در تعریف قرآن»، ترجمه محسن آرمین، تهران: نشر نی، چاپ اول، ۱۳۹۳.
- عیسی‌زاده، عیسی، «قرآن و شاخص‌های اخلاقی مدیریت رسانه»، اخلاق ۱۰ (۳۹): ۶۷-۸۵، ۱۳۹۹.
- فتاحی‌سده، فاطمه، «بررسی شیوه‌های قصه‌پردازی و عناصر داستانی قصه حضرت لوط علیه‌السلام در قرآن کریم»، فصلنامه مطالعات ادبی متون اسلامی ۵ (۳): ۱۳۵-۱۵۱، ۱۳۹۹.
- فخررازی، محمدبن عمر، «تفسیر کبیر مفاتیح الغیب»، ترجمه علی‌اصغر حلبی، چاپ سوم، تهران: اساطیر، ۱۳۸۶.
- فرج‌اللهی، فرج‌الله، «تفسیر و قصه‌های قرآن: سرگذشت علم تفسیر»، مکتب اسلام ۷، ۱۳۸۰.
- فیض‌کاشانی، محمدبن شاه مرتضی، «تفسیر صافی»، ترجمه محمدباقر سبحانی ساعدی خراسانی، تهران: صفا، ۱۳۶۴.
- قرائتی، محسن، «تفسیر قرآن کریم؛ آیات برگزیده»، قم: نشر معارف، ۱۳۹۹.

کاظمیان، زیبا؛ نادرعلی، عادل؛ حاجی عبدالباقی، مریم؛ و اکبری‌راد، طیبه، «بررسی و تحلیل قصه حضرت آدم (علیه السلام) در قرآن با رویکرد به نظریه رمزگان‌های پنجگانه رولان بارت و آراء مفسران شیعی»، پژوهش‌های ادبی-قرآنی ۸ (۳): ۱۶۵-۱۹۰، ۱۳۹۹.

مجلسی، محمدباقر بن محمدتقی، «بحار الانوار»، چاپ چهارم، تهران: المکتبه الاسلامیه، ۱۳۸۴.
 محب‌زاده، زینب؛ امام‌جمعه، محمدرضا؛ عصاره، علیرضا؛ و حمیدی، فریده، «شناسایی و تبیین مفهوم سواد رسانه‌ای و اهداف تربیتی مربوطه با تاکید بر قرآن کریم»، فصلنامه مسائل کاربردی تعلیم و تربیت اسلامی ۴ (۴): ۱۶۷-۱۹۸، ۱۳۹۸.

مکارم شیرازی، ناصر، «پیام قرآن: روش تازه‌ای در تفسیر موضوعی قرآن: معاد در قرآن مجید»، ج ۵، تهران: انتشارات امام علی، ۱۳۷۵.

مکارم شیرازی، ناصر، «پیام قرآن: روش تازه‌ای در تفسیر موضوعی قرآن: معاد در قرآن مجید»، ج ۹، تهران: دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۸۶.

مکارم شیرازی، ناصر، «تفسیر نمونه»، جلد ۳ و ۳، تهران: دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۵۳.
 مک‌کویل، دنیس، «درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی»، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۲۰۰۶.

میرباقری، محسن، «درس معاد؛ دوره‌ی عقائد قرآنی از سری دوره‌های نور معرفت»، قم: انتشارات قدس، ۱۳۹۵.

میرزایی، محمدعلی، «قرآن در ابعاد رسانه و مدل پیام‌رسانی اعجاز رسانه‌ای دارد؛ ضرورت فرهنگ‌زدایی از تفسیر قرآن»، خبرگزاری بین‌المللی قرآن (ایکنا)، <https://iqna.ir/fa/news/387414>. ۱۳۹۸.

هادیلو، بهمن؛ امیدوار، احمد؛ و غلامی‌یولقون‌آقاج، علی حسین، «استراتژی زبانی قرآن کریم در اقناع مخاطب (مطالعه موردی اسلوب مقابله)»، پژوهش‌های زبان‌شناختی قرآن ۱۰ (۱): ۱۰۳-۱۲۰، ۱۴۰۰.

همامی، عباس و نقوی، مجدت، «بازنگری قصه خلقت آدم در قرآن و تورات با تاکید بر سبک‌های داستان‌گویی»، فصلنامه پژوهش دینی ۱۴ (۲۹): ۵۳-۷۶، ۱۳۹۳.

یحیایی‌ایله‌ای، احمد، «جامعه‌شناسی تبلیغات»، تهران: جاجرمی، ۱۳۸۹.

References

- ‘Ābed al-Jābirī, Muḥammad, *Rahyāfī be Qur’ān-i Karīm dar Ta’rīf-i Qur’ān* (An Approach to the Qur’ān in Defining the Qur’ān), trans. Moḥsen Ārmin, Tehran: Nashr-i Nī, 1st ed., 1393 SH (2014 CE).
- Ārām, Aḥmad, *Motāle‘āt-i Balāghī-yi Qur’ān* (Rhetorical Studies of the Qur’ān), Tehrān: Nashr-i Flash, 1st ed., 1385 SH (2006 CE).
- Asadī, ‘Alī, “Kārkard-Shenāsī-yi Tekrār-i Qiṣṣah-hā-yi Qur’ān bā Ta’kīd bar Hambastegī-yi Āyāt-i Sūrah-hā dar Maqṣad (Motāle‘eh-yi Mordehī Qiṣṣah-yi Qawm-i Thamūd)” (Functional Analysis of Qur’ānic Story Repetition with Emphasis on the Coherence of Verses in Purpose: A Case Study of the Story of the Thamūd), *Faslnāmeḥ-yi Pizhūhish-hā-yi Qur’ānī*, 24(3): 101–126, 1398 SH (2019 CE).
- Augustine, “Nazariyeh-yi Af‘āl al-Kalām al-‘Āmmah: Kayf Nanḡuz al-Ashiyā’ bi al-Kalām” (Theory of Public Speech Acts: How We Accomplish Things by Speaking), trans. ‘Abdolqāder Qaynīnī, Afrīqiya al-Sharq: al-Dār al-Bayḏā’, 1991 CE.
- Fakhr Rāzī, Muḥammad bin ‘Umar, *Tafsīr Kabīr Mafatīḥ al-Ghayb* (The Great Commentary: Keys of the Unseen), trans. ‘Alī-Aṣghar Ḥalabī, 3rd ed., Tehran: Asātīr, 1386 SH (2007 CE).
- Faraj-Allāhī, Faraj-Allāh, *Tafsīr va Qiṣṣah-hā-yi Qur’ān: Sarguzasht-i ‘Elm-i Tafsīr* (Qur’ān Commentary and Stories: History of the Science of Tafsīr), *Maktab-i Islām*, 7: 1380 SH (2001 CE).
- Fattāhī-Sadeh, Fātmeh, “Barrasī-yi Shīveh-hā-yi Qiṣṣah-Pardāzī va ‘Anāṣer-i Dāstānī-yi Qiṣṣah-yi Ḥazrat Lūṭ (‘Alayh al-Salām) dar Qur’ān-i Karīm” (Analysis of Storytelling Methods and Narrative Elements of the Story of Prophet Lūṭ in the Holy Qur’ān), *Faslnāmeḥ-yi Motāle‘āt-i Adabī-yi Matn-hā-yi Islāmī*, 5(3): 135–151, 1399 SH (2020 CE).
- Feyz Kāshānī, Muḥammad bin Shāh Murtazā, *Tafsīr Šāfī* (Šāfī Commentary), trans. Muḥammad-Bāqer Šobḥānī Sā‘edī Kharāsānī, Tehran: Šafā, 1364 SH (1985 CE).
- Hādīlū, Bahman; Omīdvar, Aḥmad; Gholāmī-Yolqun-Aqāj, ‘Alī Ḥusayn, “Estrātezhī-yi Zabānī-yi Qur’ān-i Karīm dar Eqnā‘-i Mukhāṭeb (Motāle‘eh-yi Mordehī Uslūb-i Moqābeleh)” (Linguistic Strategy of the Holy Qur’ān in Persuading the Audience: Case Study of Confrontational

- Style), *Pazhūhish-hā-yi Zabān-Shenāsī-yi Qur'ān*, 10(1): 103–120, 1400 SH (2021 CE).
- Ḥammām, Balqāsīm, *al-Balāghah al-‘Arabīyah wa Ālīh al-Ḥujjah* (Arabic Rhetoric and the Means of Proof), *Majalleh al-Athar, Dauriyah Akādīmīyah Maḥkama, Tashaddur ‘an Kullīyyat al-Adab wa al-Lughāt, Al-Jazā’ir* 4, 2005 CE.
- Homāmī, ‘Abbās; Naqavī, Mojdat, “Bāznegārī-yi Qiṣṣah-yi Khalq-i Ādam dar Qur’ān va Tawrat bā Ta’kīd bar Sabk-hā-yi Dāstān-Gū’ī” (Revisiting the Story of Adam in the Qur’ān and the Torah with Emphasis on Storytelling Styles), *Faslnāmeḥ-yi Pizhūhesh-i Dīnī*, 14(29): 53–76, 1393 SH (2014 CE).
- Ibn ‘Arabī, Muḥammad bin ‘Alī, *Fuṣūṣ al-Ḥikam* (The Bezels of Wisdom), ed. and trans. Muḥammad-‘Alī Moḥadd and Ṣamad Moḥadd, Tehrān: Nashr-i Kārnāmeḥ, 8th ed., 1398 SH (2019 CE).
- Ibn Kathīr, Ismā‘īl bin ‘Umar, *Tafsīr al-Qur’ān al-‘Azīm* (The Great Qur’ān Commentary), Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmīyah, 9 vols., Sunni Tafsīr, 1419 AH (1998 CE).
- ‘Īsā-Zādeh, ‘Īsā, *Qur’ān va Shākhṣeh-hā-yi Akhlāqī-yi Modīrīyat-i Rasānah* (The Qur’ān and Ethical Indicators of Media Management), *Akhlāq*, 10(39): 67–85, 1399 SH (2020 CE).
- Jam‘ī az Nevisandegān, *Farhangnāmeḥ-yi ‘Ulūm-i Qur’ānī* (Encyclopedic Dictionary of Qur’ānic Sciences), ed. Muḥammad Kheyrī, Fātmeh Rajabī, and Muḥammad-Bāqer Anṣārī, Qom: Pazhūheshgāh-i ‘Ulūm va Farhang-i Islāmī, 1st ed., 1394 SH (2015 CE).
- Jāvādī Āmulī, ‘Abdullāh, *Tafsīr-i Mawḍū‘ī-yi Qur’ān-i Karīm* (Thematic Commentary on the Holy Qur’ān), 6th ed., Qom: Isrā’, 1393 SH (2014 CE).
- Jolā’ī, Aḥmad; Nowrdaryāyī, Aḥmad, “Qābilīyat-hā-yi Dramātik-i Qiṣaṣ-i Qur’ānī” (Dramatic Potentials of Qur’ānic Stories), *Motāle‘āt-i Sabk-Shenāsī-yi Qur’ān-i Karīm*, 3(1): 32–43, 1398 SH (2019 CE).
- Kāzemīān, Zībā; Nāder‘Alī, ‘Ādel; Ḥājī-‘Abdol-Bāqī, Mārīam; Akbarī-Rād, Ṭayybeh, “Barrasī va Taḥlīl-i Qiṣṣah-yi Ḥazrat Ādam (‘Alayh al-Salām) dar Qur’ān bā Rāvish-i Nazariyeh-yi Ramzgānhā-yi Panjgāneh-yi Rolan Bārt va Ārā’-i Mufasssīrān-i Shī‘ah” (Study and Analysis of the Story of Prophet Adam in the Qur’ān Using Roland Barthes’ Five Codes Theory

and Shi'ite Commentators' Views), *Pizhūhish-hā-yi Adabī-Qur'ānī*, 8(3): 165–190, 1399 SH (2020 CE).

Khalīlī-Şamrīn, Muḥammad-Mahdī; Yūsuf-Pūr, Aḥmad; Shīrẓādeh-Sharbiyānī, 'Alī; Mirzā'ī, Muḥammad-Rezā, "Jāygāh-i Rasānah dar Qur'ān va Riwayāt" (The Role of Media in the Qur'ān and Hadith), paper presented at the 3rd International Conference on Humanities and Cultural Studies, Tehran, Center for Cultural and Social Skills Empowerment, 1396 SH (2017 CE).

Majlisī, Muḥammad-Bāqer bin Muḥammad-Taqī, *Biḥār al-Anwār* (Seas of Lights), 4th ed., Tehran: al-Maktabah al-Islāmīyah, 1384 SH (2005 CE).

Makāram Shīrāzī, Nāşer, *Payām-i Qur'ān: Ravesh-i Tāzah-ī dar Tafsīr-i Mawḍū'ī-yi Qur'ān: Ma'ād dar Qur'ān-i Majīd*, vol. 5 (The Message of the Qur'ān: A New Method in Thematic Qur'ān Commentary: Resurrection in the Holy Qur'ān), Tehran: Intishārāt-i Imām 'Alī, 1375 SH (1996 CE).

Makāram Shīrāzī, Nāşer, *Payām-i Qur'ān: Ravesh-i Tāzah-ī dar Tafsīr-i Mawḍū'ī-yi Qur'ān: Ma'ād dar Qur'ān-i Majīd*, vol. 9, Tehran: Dār al-Kutub al-Islāmīyah, 1386 SH (2007 CE).

Makāram Shīrāzī, Nāşer, *Tafsīr-i Namūneh* (Selected Tafsīr-i Namūneh), vols. 3–23, Tehran: Dār al-Kutub al-Islāmīyah, 1353 SH (1974 CE).

McQuail, Denis, *Daramadī bar Nazariyeh-yi Ertebātāt-i Jam'ī* (Introduction to Mass Communication Theory), Tehran: Markaz-i Motāle'āt va Taḥqīqāt-i Rasānahā, 2006 CE.

Mīr-Bāqerī, Muḥsin, *Dars-i Ma'ād: Daurah-yi 'Aqā'id-i Qur'ānī az Sīrī-yi Daurah-hā-yi Nūr-i Ma'refat* (Lesson on Resurrection: Qur'ānic Beliefs Course from the Series of Nūr-i Ma'refat Courses), Qom: Intishārāt-i Qods, 1395 SH (2016 CE).

Mirzā'ī, Muḥammad-'Alī, "Qur'ān dar Ab'ād-i Rasānah va Model-i Payām-Rasānī Ā'jāz-i Rasānahī Dārad; Zarurat-i Farhang-Zadgī az Tafsīr-i Qur'ān" (The Qur'ān in Media Dimensions and the Message-Sending Model of Media Miracle; The Necessity of De-Culturalization of Qur'ān Commentary), *Āgāhī Qur'ānī International News Agency (IQNA)*, <https://iqna.ir/fa/news/387414>

Moḥabb-Zādeh, Zeynab; Emām-Jom'eh, Muḥammad-Rezā; 'Asareh, 'Alirezā; Ḥamīdī, Farīdeh, "Shenāsā'ī va Tabyīn-i Mafhūm-i Savād-i

Rasānahī va Ahdāf-i Tarbiyatī-yi Marbūt bā Ta'kīd bar Qur'ān-i Karīm" (Identification and Explanation of Media Literacy Concept and Related Educational Goals with Emphasis on the Qur'ān), *Faslnāmeḥ-yi Masā'el-i Kārbordī-yi Ta'līm va Tarbiyat-i Islāmī*, 4(4): 167–198, 1398 SH (2019 CE).

Qirā'atī, Muḥsin, *Tafsīr-i Qur'ān-i Karīm: Āyāt-i Bargozideh* (Commentary on Selected Qur'ān Verses), Qom: Nashr-i Ma'āref, 1399 SH (2020 CE).

Şalwātīyān, Siyāwush; Arzhang, Muḥammad, "Hoviyat-i Brand dar Sāzmān-hā-yi Rasānah" (Brand Identity in Media Organizations), *Modīriyat-i Rasānah*, 20: 7–16, 1395 SH (2016 CE).

Shāh 'Abdol'Azīm, Ḥusayn, *Tafsīr-i Isnā 'Asharī* (The Twelver Commentary), 14 vols., 1st ed., reviewed by Fātmeh Moḥammadi, Tehran: Nashr-i Āzarnīyā, 1393 SH (2014 CE).

Shojā'-Pūrīān, Valī-Allah, "Tāmlī bar Shākhshēh-hā-yi Qişşah dar Qur'ān" (Reflections on Story Features in the Qur'ān), *Adab-i 'Arabī*, 5(2): 113–134, 1392 SH (2013 CE), <https://doi.org/10.22059/jalit.2014.50260>: 1398 SH (2019 CE).

Ṭabāṭabā'ī, Muḥammad-Ḥusayn, *al-Mīzān fī Tafsīr al-Qur'ān*, vols. 3–4, Beirut: Dār al-Kutub al-Islāmīyah, 1352 SH (1973 CE).

Ṭabrisī, Faḍl bin Ḥasan, *Majma' al-Bayān fī Tafsīr al-Qur'ān* (The Comprehensive Commentary on the Qur'ān), ed. Faḍlallāh Yazdī Ṭabāṭabā'ī and Hāshem Rasūlī Maḥallātī, Tehran: Nāşer-Khosrow, 1st ed., 1367 SH (1988 CE).

Ṭāherī-Pūr, Zahra, "Iqna'-yi Mukhāṭeb dar Qur'ān Pīrāmūn-i Mas'aleh-yi Ma'ād" (Persuading the Audience in the Qur'ān Regarding the Issue of Resurrection), *Pazhūhishnāmeḥ-yi Qur'ān va Ḥadīth*, 21: 65–82, 1396 SH (2017 CE).

Ṭūsī, Muḥammad bin Ḥasan, *al-Tibyān fī Tafsīr al-Qur'ān*, 30 vols., 1st ed., Qom: Mu'assasah Āl al-Bayt 'Alayhim al-Salām li-Iḥyā' al-Turāth, 1389 SH (2010 CE).

Yaḥyā'ī-Ilahī, Aḥmad, *Jāme'eh-Shenāsī-yi Tablīghāt* (Sociology of Advertising), Tehrān: Jājarmī, 1389 SH (2010 CE)..