



## Re-creation of Religious Texts in Contemporary Media: Strategies for Adapting the Qur'an and Hadith

**Ahmad Zarnegar**

Assistant Professor, Department of Islamic Studies, IRIB University, Tehran, Iran.  
zarnegar@iribu.ac.ir

**Jahandar Amiri** 

Assistant Professor, Department of Journalism and News, Faculty of Communication and  
Media, IRIB University, Tehran, Iran (Corresponding Author).  
jahandar.amiri553@gmail.com

**Amirhossein Mazandarani**

M.A. Student in Radio Producing, Department of Radio, Faculty of Production, IRIB  
University, Tehran, Iran.  
amirmazandarani100@gmail.com

بازآفرینی متون دینی در رسانه‌های معاصر: راهبردهایی برای اقتباس از قرآن و حدیث

### Abstract

**Objective:** In the era of new media, religious texts—especially the Holy Qur'an—are no longer reread solely within traditional written contexts, but are re-created in visual, cinematic, and digital formats. The objective of this article is to examine the methods of re-creating religious texts (particularly the Qur'an and Hadith) in contemporary media and to identify their capacities for conveying religious concepts in today's world, in light of the challenges of fidelity to the sacred text and artistic innovation.

**Cite this article:** Zarnegar, Ahmad; Amiri, Jahandar; Mazandarani, Amirhossein (2026). Re-creation of Religious Texts in Contemporary Media: Strategies for Adapting the Qur'an and Hadith. *Media and Religious Studies*, 7(27): 135-177.  
<https://doi.org/10.22034/jmrs.2025.540063.1230>

Received: 2025/08/10 Revised: 2025/10/01 Accepted: 2025/10/14 Published online: 2026/05/26

© The Author(s).

Article type: Research Article

Published by: IRIB University



**Research Methodology:** Using the qualitative meta-synthesis method, 22 related studies (from Islamic and Christian sources) in the field of media and religion were subjected to critical analysis. The theoretical framework of the study is based on narrative theory.

**Findings:**

1. Transposition of Qur'anic narratives into the contemporary era while preserving their ethical core (such as reconstructing the story of Joseph in the form of a modern family drama).
2. Thematic narration: focusing on the universal concepts of the Qur'an (justice, resistance) without direct reference to specific characters.
3. New media forms: employing animation, virtual reality (VR), and non-linear narration to convey spiritual experiences.
4. Intertextual approach: a creative dialogue between the Qur'an and philosophical or mythological texts (such as juxtaposing the story of Job with the myth of Sisyphus).
5. Ethical-artistic frameworks: observing the sanctity of sacred texts through indirect techniques (symbolism, involvement of religious institutions in production).

**Discussion and Conclusion:** Religious storytelling in contemporary media is a meaning-making process that, by balancing fidelity to the sacred text with artistic creativity, enables the reconstruction of religious experience for the contemporary audience. The success of these approaches depends on a profound understanding of religious texts, cultural sensitivity, and the intelligent use of media capacities.

**Keywords:** Meta-synthesis, Qur'an and Ahl al-Bayt (‘ Itrat), Religious Texts, New Media, Media.

## بازآفرینی متون دینی در رسانه‌های معاصر: راهبردهایی برای اقتباس از قرآن و حدیث

احمد زرنegar

استادیار گروه معارف اسلامی، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران؛

zarnegar@iribu.ac.ir

جهاندار امیری

استادیار گروه ژورنالیسم و خبر، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران (نویسنده مسئول)؛

jahandar.amiri553@gmail.com

امیرحسین مازندرانی

دانشجوی کارشناسی ارشد تهیه‌کنندگی رادیو، گروه رادیو، دانشکده تولید، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران؛

amirmazandarani100@gmail.com

### چکیده

هدف: در عصر رسانه‌های نوین، متون دینی به‌ویژه قرآن کریم، دیگر تنها در بسترهای

استناد به این مقاله: زرنegar، احمد؛ امیری، جهاندار؛ مازندرانی، امیرحسین (۱۴۰۵). بازآفرینی متون دینی در رسانه‌های معاصر: راهبردهایی برای اقتباس از قرآن و حدیث. مطالعات دینی رسانه، ۷(۲۷): ۱۳۵-۱۷۷.

<https://doi.org/10.22034/jmrs.2025.540063.1230>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۵/۱۹ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۷/۰۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۲ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۵/۰۳/۰۵

ناشر: دانشگاه صدا و سیما

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان.



مکتوب سنتی بازخوانی نمی‌شوند، بلکه در قالب‌های تصویری، سینمایی و دیجیتال بازآفرینی می‌گردند. هدف این مقاله بررسی شیوه‌های بازآفرینی متون دینی (به‌ویژه قرآن و حدیث) در رسانه‌های معاصر و شناسایی ظرفیت‌های آن‌ها برای انتقال مفاهیم دینی در جهان امروز با توجه به چالش‌های وفاداری به متن مقدس و نوآوری هنری است.

**روش‌شناسی پژوهش:** با بهره‌گیری از روش کیفی فراترکیب (Meta-Synthesis)، ۲۲ پژوهش مرتبط از منابع اسلامی و مسیحی در حوزه رسانه و دین مورد تحلیل انتقادی قرار گرفت. چارچوب نظری پژوهش مبتنی بر نظریه روایت‌شناسی است.

**یافته‌ها:** یافته‌های حاصل از پژوهش عبارتند از: ۱. انتقال روایت‌های قرآنی به زمان معاصر با حفظ هسته اخلاقی (مانند بازسازی داستان یوسف در قالب درام خانوادگی امروزی)؛ ۲. روایت تماتیک: تمرکز بر مفاهیم جهان‌شمول قرآن (عدالت، مقاومت) بدون ارجاع مستقیم به شخصیت‌ها؛ ۳. فرم‌های نوین رسانه‌ای: استفاده از انیمیشن، واقعیت مجازی (VR) و روایت غیرخطی برای انتقال تجربیات معنوی؛ ۴. رویکرد بینامتنی: گفت‌وگوی خلاقانه قرآن با متون فلسفی/اسطوره‌ای (مانند تقابل داستان ایوب با اسطوره سیزیف)؛ ۵. چارچوب‌های اخلاقی-هنری: رعایت حریم قداست متون با تکنیک‌های غیرمستقیم (نمادپردازی، مشارکت نهادهای دینی در تولید).

**بحث و نتیجه‌گیری:** روایت‌پردازی دینی در رسانه‌های نوین، فرآیندی معناپردازانه است که با توازن بین وفاداری به متن مقدس و خلاقیت هنری، امکان بازسازی تجربه دینی برای مخاطب معاصر را فراهم می‌کند. موفقیت این رویکردها مستلزم شناخت عمیق متون دینی، حساسیت فرهنگی و بهره‌گیری هوشمندانه از ظرفیت‌های رسانه‌ای است.

**کلیدواژه‌ها:** رسانه، دین، رسانه‌های نوین، روایت‌پردازی، فراترکیب، رسانه‌های دیجیتال، قرآن و عترت، متون دینی.

تحولات رسانه‌ای در قرن بیست و یکم، به‌ویژه ظهور رسانه‌های دیجیتال و تصویری، رابطه انسان معاصر با دین و متون دینی را به‌گونه‌ای بنیادین دگرگون ساخته است. امروزه رسانه‌ها برای تأثیرگذاری بیشتر بر افکار عمومی و هدایت آن باید قابل اعتماد بوده و بر نگرش‌ها و ارزش‌های جمعی مؤثر باشند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۱۱). در دنیای کنونی متون مقدس دیگر تنها در قالب مکتوب و در فضای آیینی و عبادی سنتی مطالعه نمی‌شوند، بلکه در انواع رسانه‌های تصویری، تلویزیونی، سینمایی و دیجیتال بازآفرینی و بازروایت می‌شوند. این دگرگونی، پیامدهای مهمی برای نوع دریافت مخاطب از دین، تجربه دینی، و معناشناسی مفاهیم مقدس در بستر فرهنگی امروزین دارد. به بیان دیگر، رسانه نه فقط ابزاری برای انتقال پیام، بلکه فضایی است که خود، در فرآیند معناسازی مشارکت می‌کند. رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، با تغییر نقش مخاطب از مصرف‌کننده منفعل به تولیدکننده فعال، مرجعیت رسانه‌های سنتی را به چالش کشیده‌اند (Couldry & Hepp, 2016). (89 در این میان، چگونگی بازنمایی و روایت‌پردازی از متون دینی جایگاه ویژه‌ای یافته است، زیرا روایت، اصلی‌ترین شیوه‌ای است که رسانه از طریق آن، مفاهیم، ارزش‌ها و داستان‌های مقدس را به مخاطب منتقل می‌کند.

در سنت اسلامی، قرآن و حدیث، به‌عنوان دو منبع اصلی معرفت دینی، واجد ویژگی‌های ساختاری و معنایی خاصی هستند. قرآن به‌گونه‌ای بنیادین، متنی روایی است، زیرا داستان‌هایی از پیامبران، امت‌های پیشین، مفاهیم اخلاقی، هستی‌شناسی و سیر انسان از آفرینش تا معاد، در قالب روایت‌هایی با ساختاری منحصر به فرد در آن بیان شده‌اند. با این حال، همین ویژگی روایی، با وجود آن‌که ظرفیت بالایی برای بازنمایی رسانه‌ای ایجاد می‌کند، حساسیت‌هایی نیز برمی‌انگیزد، چراکه روایت‌سازی از متون مقدس، به‌ویژه قرآن، نیازمند درک عمیق از لایه‌های معنایی، زیبایی‌شناسی و حیانی، و ملاحظات کلامی و فقهی است. هرگونه ساده‌سازی، تحریف، یا اقتباس سطحی، می‌تواند به مخدوش شدن پیام الهی و سوء برداشت مخاطب منجر شود.

با وجود اهمیت این موضوع، مرور اجمالی بر تولیدات رسانه‌ای در جهان اسلام نشان می‌دهد که هنوز میان ظرفیت‌های نظری و زیباشناختی روایت‌های قرآنی، و شیوه‌های اقتباس و بازنمایی آن‌ها در رسانه‌های معاصر، شکافی جدی وجود دارد. بخشی از آثار تولیدشده، فاقد انسجام روایی‌اند، برخی دیگر با بازنمایی‌های نمادین یا تمثیلی، از معنا تهی شده‌اند، و شماری نیز از الگوهای روایت‌پردازی غربی بدون توجه به تفاوت بافت فرهنگی و معرفتی استفاده کرده‌اند. این وضعیت، از نبود چارچوب‌های نظری و تحلیلی مشخص در زمینه روایت‌سازی از متون دینی حکایت دارد؛ چارچوب‌هایی که بتوانند به‌صورت نظام‌مند و نقادانه، الگوهای مختلف بازروایی، بازسازی و بازمتن‌سازی مفاهیم مقدس را شناسایی، دسته‌بندی و ارزیابی کنند. بنابراین پرسش بنیادینی که در این میان پدید می‌آید، این است که «چه شیوه‌هایی برای بازسازی و روایت‌پردازی از متون دینی، به‌ویژه قرآن و حدیث، در قالب‌های رسانه‌ای نوین را می‌توان به‌کارگرفت؟»

این پرسش، نه‌فقط یک پرسش نظری، بلکه نیاز حیاتی عرصه هنر دینی، رسانه اسلامی و آموزش معارف دینی در جهان امروز است، زیرا در دورانی که مخاطب، به‌ویژه نسل جوان، با زبان روایت، تصویر، استعاره، و تجربه‌های چندرسانه‌ای انس گرفته، اگر دین نتواند خود را در این زبان بازآفرینی کند، با خطر حاشیه‌نشینی یا تحریف مواجه خواهد شد.

### پیشینه پژوهش

در دهه‌های اخیر با گسترش فناوری‌های رسانه‌ای، استفاده از متون دینی در قالب‌های معاصر به یکی از موضوعات محوری در مطالعات دینی و رسانه‌ای تبدیل شده است. این حوزه از آن نظر اهمیت دارد که رسانه‌ها به‌عنوان ابزاری قدرتمند، توانایی بازنمایی و انتقال مفاهیم دینی را به شیوه‌های نوین دارند و می‌توانند بر درک و تجربه دینی مخاطبان تأثیر بگذارند. پژوهش‌های انجام‌گرفته جنبه‌های مختلفی از جمله تصویرسازی متون دینی، بازنمایی شخصیت‌های دینی، و بهره‌گیری از رسانه‌های دیجیتال را مورد بررسی قرار داده‌اند و نشان داده‌اند که این ابزارها می‌توانند در انتقال مفاهیم دینی به مخاطبان معاصر مؤثر باشند،

هرچند چالش‌هایی نیز در این مسیر وجود دارد.

ناصر، شریف‌زاده و ایرانمنش (۱۴۰۳) در پژوهشی با روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی، به تبیین ۱۳ اصل کلیدی برای تصویرسازی قرآنی در رسانه‌های مکتوب، به‌ویژه کتب دینی کودکان، پرداخته‌اند که از جمله آن‌ها می‌توان به توجه به رشد درک دینی کودکان، التزام به بایدها و نبایدهای فقهی، و بهره‌گیری از تجربه‌های عینی برای ساده‌سازی مفاهیم پیچیده قرآنی اشاره کرد. این مطالعه بر نقش هنر در آموزش دینی تأکید دارد و نشان می‌دهد که تصویرسازی می‌تواند مفاهیم دینی را برای مخاطبان جوان ملموس‌تر سازد.

فروزان کمالی و بلاوی (۱۳۹۸) با روش توصیفی-تحلیلی، کارکرد تکنیک‌های نورپردازی سینمایی در آیات قرآنی مرتبط با صحنه‌های پس از مرگ را بررسی کرده‌اند و نشان داده‌اند که نورپردازی، درک مفاهیم دینی را عمیق‌تر و جذابیت ذهنی را برای مخاطب افزایش می‌دهد، به‌گونه‌ای که جلوه‌های بصری به انتقال پیام کمک شایانی می‌کنند.

رجب‌زاده طهماسبی (۱۳۹۴) با رویکرد کیفی و توصیفی، بازنمایی شیطان را در سریال‌های تلویزیونی «اغماء» و «او یک فرشته بود» تحلیل کرده و بر لزوم انطباق بازنمایی شخصیت‌های ماورایی با آموزه‌های اسلامی تأکید ورزیده است تا از تحریف مفاهیم دینی جلوگیری شود.

معتمدی، منتظر قائم، فهیمی فر و بیچرانلو (۱۴۰۳) با روش نشانه‌شناسی، تحولات تصاویر همراه با اذان در تلویزیون ایران را طی سه دهه بررسی کرده‌اند. نویسندگان نشان داده‌اند که این تصاویر با بهره‌گیری از عناصر بصری متنوع‌تر، بازنمایی بهتری از دین ارائه داده و پویایی رابطه بین دین و رسانه را برجسته ساخته‌اند.

شرف‌الدین، کرم‌اللهی و وحیدی فردوسی (۱۳۹۷) با تحلیل مضمون و استفاده از قرآن به‌عنوان متن مرجع، شخصیت‌پردازی یوسف و یعقوب را در سریال «یوسف پیامبر» نقد کرده‌اند و نتیجه گرفته‌اند که مضامین صبر و توکل در یعقوب و تقوا در یوسف به‌طور کامل بازنمایی نشده‌اند، هرچند صبر یوسف به‌خوبی نمایش داده شده است که این امر چالش‌های بازنمایی دقیق شخصیت‌های دینی را نشان می‌دهد.

Evolvi (2021) در مطالعه‌ای بین‌المللی، چهار موج تکامل دین و رسانه‌های جدید را از دهه ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۰ تشریح کرده است. وی مفهوم «دین دیجیتال» را مطرح ساخته که نشان‌دهنده محو شدن مرز بین تجربه‌های دینی آنلاین و آفلاین است.

Kennedy (2023) نیز به پذیرش رسانه‌های دیجیتال توسط کلیسای کاتولیک برای ترویج آموزش دینی و تقویت مأموریت کلیسا اشاره کرده و نشان داده است که رهبران دینی از این ابزارها بهره می‌برند.

Hodøl (2021) استفاده کلیساهای نروژی از رسانه‌های اجتماعی را بررسی کرده و نشان داده است که این کلیساهای بیشتر بر تبلیغ فعالیت‌ها تمرکز دارند تا تعامل دوسویه، و بر اهمیت جنبه‌های مناسکی (ritual) و تعاملاتی (relational) در ارتباطات آنلاین تأکید کرده است.

Hermawan و همکاران (۲۰۲۴) نیز با رویکرد کیفی، کاربرد رسانه‌های دیجیتال در آموزش دینی مسیحی پس از پاندمی کووید-۱۹ را تحلیل کرده‌اند و نشان داده‌اند که این ابزارها علاقه دانش‌آموزان را افزایش داده و نیاز به به‌روزرسانی روش‌های آموزشی را برجسته ساخته‌اند.

در مجموع این پژوهش‌ها نشان می‌دهند استفاده از متون دینی در قالب‌های رسانه‌ای معاصر می‌تواند ابزاری مؤثر برای انتقال مفاهیم دینی باشد، اما نیازمند انطباق با آموزه‌های دینی، دقت در بازنمایی، و توجه به نیازهای مخاطبان است. پژوهش حاضر در تلاش است تا روش‌های نوین به‌کارگیری متون دینی را در رسانه‌های نوین بررسی نماید که از این حیث در قلمرو تحقیقات فارسی، امری نوین و جدید محسوب می‌شود.

### چارچوب نظری

«نظریه روایت‌شناسی» به‌عنوان یکی از شاخه‌های محوری نظریه ادبی و مطالعات فرهنگی، چارچوبی نظام‌مند برای تحلیل ساختارها، عناصر و کارکردهای روایت در متون ادبی و غیرادبی ارائه می‌دهد. این نظریه که در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ با آثار برجسته متفکرانی

چون رولان بارت،<sup>۱</sup> ژرار ژنت<sup>۲</sup> و تزوتان تودوروف<sup>۳</sup> توسعه یافت، بر مفاهیمی کلیدی نظیر طرح، شخصیت‌پردازی، زمان روایی و نقطه نظر<sup>۴</sup> تمرکز دارد (Bal, 2017). روایت‌شناسی ابزارهای تحلیلی دقیقی را برای بررسی چگونگی شکل‌گیری معنا در روایت‌ها فراهم می‌کند و از این رو، قابلیت کاربرد گسترده‌ای در تحلیل رسانه‌های مختلف از جمله ادبیات، سینما و رسانه‌های دیجیتال، دارد.

یکی از مفاهیم بنیادین در نظریه روایت‌شناسی، تمایز میان داستان و روایت است که توسط ژنت (۱۹۸۰) مطرح شده است. «داستان» به مجموعه وقایع خام و ترتیب زمانی آن‌ها اشاره دارد، در حالی که «روایت» به شیوه بازنمایی و سازمان‌دهی این وقایع در متن یا رسانه دلالت می‌کند. این تمایز در تحلیل اقتباس‌های سینمایی از متون دینی مانند داستان‌های قرآنی، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا امکان بررسی چگونگی بازسازی وقایع مقدس در قالب‌های روایی مدرن را فراهم می‌سازد. افزون‌بر این، عناصری مانند زمان روایی و نقش راوی در این نظریه، ابزارهایی را برای تحلیل بازنمایی مفاهیم دینی پیچیده همچون تقدیر، اختیار و تجربه معنوی در اختیار پژوهشگران قرار می‌دهد.

در زمینه پژوهش حاضر، نظریه روایت‌شناسی به‌عنوان یکی از چارچوب‌های نظری اصلی به‌کار گرفته می‌شود تا فرایند انتقال معانی دینی از متون مقدس اعم از تمام ادیان ابراهیمی به رسانه‌های تصویری به‌صورت نظام‌مند مورد بررسی قرار گیرد. در این پژوهش تکیه اصلی مقاله بر روی بخش روایت از این نظریه است. نگارندگان با استفاده از نوع روایت در پژوهش‌های انجام‌گرفته به‌دنبال این هستند تا دریابند چه روش‌هایی برای بهره‌گیری از متون الهی می‌توان به‌کار برد.

1. Barthes
2. Genette
3. Todorov
4. point of view

## نظریه روایت

«نظریه روایت» را در پس ظهور سبک روایت می‌توان به‌عنوان نظریه روایت شناسایی کرد؛ اصل موضوع دلایلی را ارائه می‌دهد که بینندگان ترجیح می‌دهند داستان‌های جذاب و سریع را تنظیم کنند. این نظریه که توسط والتر فیشر ابداع شد، بیان می‌کند که انسان‌ها داستان‌سرایی طبیعی هستند و به‌جای واقعیات تجربی و ارزش‌ها، احساسات و ملاحظات زیبایی‌شناختی رفتار و استدلال را پایه‌گذاری می‌کنند (West, Turner, 2007).

فیشر حدس می‌زند که جوهر طبیعت انسان داستان‌سرایی است. به اعتقاد وی همه درگیر روایت هستند، البته بیش از یک نسخه از یک داستان یا یک مجموعه از حقایق وجود دارد. پس باید بین بازگویی‌های مختلف یکی را انتخاب کرد. در این صورت تصمیمات گرفته‌شده اساس باورها را تشکیل می‌دهند.

داستان‌ها چیزی هستند که افراد به‌صورت روزانه مصرف می‌کنند و روایاتی که شخص در آن ایمان می‌آورد، بر نظر او در مورد آنچه گزارش می‌شود تأثیر می‌گذارد. به گفته فیشر، «دانستن» نه تنها از مبانی آنچه ارائه می‌شود، ناشی می‌شود، بلکه بر اساس نظرات و برداشت‌هایی که در روایت منتقل می‌شود نیز تعیین می‌شود. در حالی که نظریه پردازان ارتباطات و پژوهشگران رسانه به‌طور عمده بر یک پارادایم جهان عقلانی تکیه می‌کنند، سیستمی از منطق که با تحقیق و مشاهده تقویت می‌شود، بیننده معمولی از یک پارادایم روایی استفاده می‌کند. این پارادایم اخیر بیشتر بر اسطوره‌ها تکیه دارد. خبرنگاران و شاهدان بیش از هر چیز بر اساس انسجام و وفاداری قضاوت می‌شوند. بنابراین یک خبر تنها بر اساس واقعیت‌های ارائه‌شده قضاوت نمی‌شود، بلکه از طریق نحوه ارائه حقایق قضاوت می‌شود. «آیا داستان معنی دارد؟» به سؤال اصلی بیننده از رسانه‌ها تبدیل می‌شود. این نظریه برای گزارش‌های حیاتی است، زیرا نشان می‌دهد که چگونه قالب‌بندی و زیبایی‌شناسی، و نه فقط گرایش‌های سیاسی، می‌تواند مخاطب را تحت تأثیر قرار دهد.

فیشر به ما می‌گوید که بینندگان هنگام تماشای اخبار فقط به عناصر اصلی تحقیق گوش نمی‌دهند، بلکه به نحوه کنار هم قرار گرفتن این عناصر گوش می‌دهند. در مورد رسانه‌های

پخش، این فرایند معنابخشی به واقعیت‌ها را تحلیل خبری می‌نامند. از طریق تحلیلگران خبری، مخاطب از طریق عناصر داستان و توضیحاتی که پخش‌کننده ارائه می‌کند و بر آن تأکید دارد، به درک غنی‌تر و پیچیده‌تری می‌رسد (West, Turner, 2007).

### نظریه لنگرگاه ترغیب

نظریه «لنگرگاه ترغیب»<sup>۱</sup> یکی از مباحث کلیدی در روانشناسی شناختی و ارتباطات رسانه‌ای است که بر اساس مفهوم لنگر انداختن توسعه یافته است (Tversky & Kahneman, 1974). بر اساس این نظریه، افراد هنگام مواجهه با اطلاعات جدید تمایل دارند بر اولین داده‌های دریافتی که به آن «لنگر» گفته می‌شود تکیه کنند و ارزیابی‌های بعدی خود را بر مبنای آن تنظیم نمایند (Epley & Gilovich, 2006). مکانیسم اصلی این فرآیند، لنگر انداختن و تعدیل است که در آن افراد ابتدا یک نقطه شروع را می‌پذیرند و سپس به سمت پاسخ نهایی تعدیل می‌کنند. باید توجه داشت که تعدیل معمولاً ناکافی است و باعث می‌شود پاسخ‌ها به سمت لنگر اولیه متمایل بمانند (Simmons, LeBoeuf, & Nelson, 2010). همچنین مدل دسترسی انتخابی که توسط Strack و Mussweiler (۱۹۹۷) معرفی شده است، توضیح می‌دهد چگونه لنگرها باعث افزایش دسترسی به اطلاعات سازگار با خود می‌شوند و این مسئله تأثیر لنگر را تقویت می‌کند.

از منظر اقناع رسانه، این نظریه اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا طراحان پیام‌های رسانه‌ای می‌توانند با هدف قرار دادن باورها و اطلاعات اولیه مخاطبان، اثربخشی پیام‌های خود را افزایش دهند. به‌عنوان مثال کیم و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی نشان دادند که خبرنگاران در گزارش‌های انتخاباتی به تجربه قبلی خود به‌عنوان یک لنگر تکیه می‌کنند که این امر بر نحوه پردازش و انتقال پیام تأثیرگذار است (Kim, Zhang, & Zhang, 2022). بر اساس یافته‌های Wang و همکاران (۲۰۲۲)، عوامل فردی مانند جنسیت، مهارت‌ها و دانش مخاطبان می‌تواند شدت اثر لنگر را تغییر دهد و بنابراین در طراحی پیام‌های رسانه‌ای باید این تفاوت‌ها

مورد توجه قرار گیرند (Wang, Chen, & Liu, 2022). همچنین در فرآیندهای تصمیم‌گیری مخاطبان رسانه‌ای، انگیزش برای دقت ممکن است تأثیری بر میزان تعدیل از لنگرها نداشته باشد، چراکه افراد معمولاً از تمامی لنگرهای خودساخته یا ارائه‌شده از بیرون تعدیل محدودی انجام می‌دهند (Simmons et al., 2010).

در نهایت توجه به مدل احتمال پردازش پتی و کاسیوپو (۱۹۸۶) مهم است، زیرا بر دو مسیر اقناع با ویژگی‌های متفاوت تأکید دارد. لنگرها می‌توانند در هر دو مسیر مرکزی و محیطی نقش ایفا کنند، اما به شکل متفاوتی اثرگذاری می‌کنند. لنگرها در مسیر مرکزی تأثیرات عمیق‌تر و تحلیلی‌تر و در مسیر محیطی به صورت نشانه‌ای ساده برای پذیرش یا رد پیام ظاهر می‌شوند (Petty & Cacioppo, 1986).

استفاده از ارزش‌ها و متون دینی به عنوان لنگرگاه‌های ترغیب در فرآیندهای اقناع رسانه‌ای تأثیرات بسیار مثبت و قابل توجهی دارد. در اینجا می‌توان به چند نکته کلیدی اشاره کرد:

### ۱. پایدار بودن و قدرت نفوذ ارزش‌ها و متون دینی

ارزش‌ها و باورهای دینی همواره در عمق ذهن و قلب مخاطبان ریشه دوانده‌اند و معمولاً بسیار پایدار و مقاوم در برابر تغییر هستند. این ویژگی باعث می‌شود که وقتی پیام ترغیب‌کننده به گونه‌ای طراحی شود که به این ارزش‌ها و متون مقدس پیوند بخورد، بتواند به عنوان یک لنگر قوی عمل کند و پذیرش پیام را افزایش دهد. ارزش‌ها به عنوان خطوط راهنمای رفتار و نگرش افراد عمل می‌کنند و تغییراتی که بر مبنای آن‌ها مطرح شوند، اثربخشی و ماندگاری بیشتری خواهند داشت.

### ۲. تأثیر عمیق شناختی و احساسی

متون دینی و ارزش‌های مذهبی نه تنها از نظر منطقی بلکه از بعد عاطفی و معنوی نیز بسیار قوی هستند. این لنگرها از طریق ایجاد همذات‌پنداری، هویت‌بخشی و ایجاد حس تعلق، باعث می‌شوند مخاطب پیام را فقط به عنوان یک مطلب جدید نداند، بلکه به عنوان

بخشی از باورهای بنیادین خود بپذیرد. از نظر روانشناسی دینی، نمادها و مفاهیمی که ریشه در آموزه‌های دینی دارند، در ضمیر ناخودآگاه جمعی افراد نقش بسته و قدرت جهت‌دهی ذهنی و انگیزشی دارند (آذربایجانی، ۱۴۰۳).

### ۳. کاهش مقاومت و افزایش آمادگی برای تغییر

وقتی پیام‌های رسانه‌ای بر پایه ارزش‌ها و منابع دینی استوار باشند، مخاطبان کمتر دچار مقاومت در برابر پیام می‌شوند، زیرا این پیام‌ها در چارچوب اعتقادات قبلی آن‌ها قرار دارد. این امر باعث تسهیل فرآیند پذیرش و تغییر نگرش می‌شود، زیرا لنگرگاه دینی، پیوندی خاص و عمیق با هویت فرد برقرار می‌کند.

### ۴. کارکرد اجتماعی و همبستگی بخشی

متون دینی ارزش‌های مشترکی را در گروه‌ها ایجاد می‌کنند و سبب تقویت پیوندهای اجتماعی می‌شوند. در نتیجه استفاده از آن‌ها به‌عنوان لنگر باعث می‌شود پیام‌های رسانه‌ای در جوامع دینی نه تنها به فرد بلکه به جمع نیز تسری یابد و هماهنگی گروهی بیشتری را ایجاد کند (آذربایجانی، ۱۴۰۳).

### ۵. تطابق با فرهنگ و زمینه‌های بومی

بهره‌گیری از متون و ارزش‌های دینی به‌عنوان لنگر باعث می‌شود پیام‌های اقناعی بیشتر با فرهنگ و زمینه‌های بومی مخاطب همخوانی داشته باشند و از این طریق، اثربخشی بیشتری در جذب و همراهی مخاطبان ایجاد شود. چنین رویکردی علاوه بر تقویت انسجام پیام، به کاهش اثر پیام‌های نامأنوس و بیگانه کمک می‌کند.

بنابراین به‌کارگیری ارزش‌ها و متون دینی به‌عنوان لنگرگاه‌های ترغیب در اقناع رسانه‌ای به دلیل قدرت ریشه‌دار و بستر اجتماعی آنان، می‌تواند منجر به پذیرفته‌تر شدن پیام‌ها، افزایش تأثیرگذاری شناختی و احساسی و کاهش مقاومت مخاطبان شود. این رویکرد در طراحی

پیام‌های رسانه‌ای برای مخاطبان دینی ضرورت دارد تا پیام به شیوه‌ای مؤثرتر و پایدارتر منتقل شود.

## روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با بهره‌گیری از روش فراترکیب (Meta-Synthesis) انجام شده است. فراترکیب روشی کیفی برای یکپارچه‌سازی و بازتفسیر نتایج حاصل از مطالعات کیفی پیشین است که با هدف تولید مفاهیم یا نظریه‌ای نو درباره یک پدیده صورت می‌گیرد. برخلاف فراتحلیل (Meta-Analysis) بر کمی‌سازی نتایج متکی است، فراترکیب بر استنتاج مفاهیم و الگوهای معنایی تمرکز دارد و به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا ضمن تحلیل انتقادی مطالعات موجود، مضامین مشترک یا متقابل را شناسایی کرده و آن‌ها را در قالبی منسجم و نظام‌مند تلفیق کند (Walsh & Downe, 2005).

مراحل اصلی این روش شامل: ۱. شناسایی مطالعات مرتبط، ۲. ارزیابی کیفیت روش‌شناختی، ۳. استخراج مضامین (تم‌های صریح)، ۴. ترجمه تم‌ها (مقایسه و تطبیق میان مطالعات)، و ۵. سنتز نهایی در قالب یک مدل مفهومی یا تبیین نظری است (Noblit & Hare, 1988).

در این تحقیق از فراترکیب به منظور شناسایی و تحلیل روش‌های به‌کارگیری متون دینی در تولیدات رسانه‌ای استفاده شده است. تمرکز اصلی بر چگونگی روایت‌پردازی، بازنمایی و بازمتن‌سازی مفاهیم دینی در رسانه‌های معاصر (به‌ویژه فیلم، تلویزیون و رسانه‌های دیجیتال) قرار دارد. همچنین نظریه روایت‌شناسی به عنوان چارچوب مفهومی راهنما برای تحلیل ساختارهای روایی در محتوای دینی رسانه‌ای در نظر گرفته شده است.

برای اجرای این فرایند، ابتدا جست‌وجوی گسترده‌ای در پایگاه‌های علمی مانند Google Scholar، Scopus، Web of Science و سامانه‌های پایان‌نامه‌نگاری مانند ProQuest و دانشگاه‌های معتبر انجام گردید. با توجه به کلیدواژه‌های مرتبط با «رسانه‌ای شدن دین»، «بازنمایی متون مقدس» و «روایت‌شناسی دینی» ۱۸۶ منبع اولیه شامل مقالات

پژوهشی، رساله‌های دکتری، کتاب‌ها و فصل‌کتاب‌ها گردآوری شد. سپس با توجه به معیارهای کیفیت روش‌شناسی و ارتباط مستقیم با موضوع پژوهش، مراحل پالایش به ترتیب زیر انجام شد.

جدول ۱: مراحل پالایش منابع مطالعاتی

مرحله	شرح فعالیت	تعداد منابع در این مرحله	توضیحات تکمیلی
۱. جستجوی اولیه منابع	جستجو در پایگاه‌های علمی، کتابخانه‌ها، گوگل اسکالر و سامانه‌های پایان‌نامه	۱۸۶ منبع	شامل مقالات، رساله‌های دکتری، کتاب‌ها و فصل‌کتاب‌ها
۲. پالایش اولیه	حذف منابع قدیمی، تکراری، فاقد دسترسی یا فاقد ارتباط با موضوع رسانه	۱۳۰ منبع حذف شد	تمرکز بر منابع منتشرشده پس از سال ۲۰۱۰ و دارای ارتباط با فناوری‌های جدید
۳. پالایش موضوعی	حذف منابع مرتبط با داستان‌های غیردینی، اخلاقی صرف، و روایت‌های غیرمذهبی	۱۰ منبع حذف شد	منابعی که به روایت غیرمقدس یا تحلیل فقط اخلاقی پرداخته بودند
۴. انتخاب نهایی منابع مرتبط	انتخاب منابعی که به صورت مستقیم به رسانه‌ای شدن دین، بازنمایی متون دینی یا روایت‌شناسی مذهبی می‌پرداختند	۵۶ منبع باقی ماند	منابع کیفی مرتبط با هدف پژوهش

مرحله	شرح فعالیت	تعداد منابع در این مرحله	توضیحات تکمیلی
۵. تفکیک بر اساس سنت دینی	تقسیم منابع به دو دسته «اسلامی» و «مسیحی» برای تحلیل تطبیقی	۱۰ منبع اسلامی؛ ۱۲ منبع مسیحی	منابع اسلامی شامل مطالعات درباره رسانه دینی در جهان اسلام، منابع مسیحی شامل نظریه پردازی‌ها و مطالعات رسانه‌ای کلیسا
۶. استخراج مضامین نظری و روشی	دسته‌بندی منابع بر اساس نوع رسانه (تلویزیون، فیلم، وبلاگ، دیجیتال) و سطح تحلیل (روایت، اقتباس، بازنمایی)	-	آماده‌سازی داده‌ها برای مرحله ترجمه مضامین و سنتز نهایی

در مرحله چهارم، منابع انتخاب‌شده به بررسی دقیق محتوایی و روش‌شناختی پرداختند. سپس در مرحله پنجم، منابع بر اساس سنت دینی تفکیک شدند تا امکان تحلیل تطبیقی میان دو سنت فراهم شود. در نهایت در مرحله ششم، محورهای محتوایی (تم‌های صریح) بر اساس نوع رسانه و سطح تحلیل استخراج گردیدند.

### معیارهای ورود و خروج

در جدول دو معیارهای ورود و خروج مقالاتی که در این مطالعه مورد تحلیل نقادانه قرار گرفتند، شرح داده شده است. بنابراین مقاله‌هایی که معیارهای ورودی جدول یک را داشتند و از معیارهای خروج به دور بودند، مورد مطالعه دقیق قرار گرفتند.

## جدول ۲. معیارهای ورود و خروج مقالات مورد مطالعه

معیارهای ورود	معیارهای خروج
مقالات علمی یا کنفرانسی داوری شده به زبان انگلیسی	منابع غیرداوری شده (یادداشت، سرمقاله، مقاله فاقد تحلیل علمی)
تمرکز مستقیم یا غیرمستقیم بر بازآفرینی متون دینی در رسانه‌های معاصر: راهبردهایی برای اقتباس از قرآن و حدیث	مطالعاتی با تمرکز صرف بر فناوری‌های فنی (هوش مصنوعی، یادگیری ماشین) بدون توجه به مهارت‌های شناختی انسانی
استفاده از روش‌شناسی معتبر (کمی، کیفی یا ترکیبی)	مطالعات دارای ضعف روش‌شناسی یا فاقد شفافیت در گزارش‌دهی
انتشار بعد از سال ۲۰۱۰	مقالات تکراری یا فاقد دسترسی به متن کامل یا چکیده تفصیلی

### ارزیابی کیفیت مقالات

یکی از مراحل اساسی که در کنار معیارهای ورود و خروج باید رعایت شود، ارزیابی کیفیت اسناد بازیابی شده است. پژوهش حاضر پس از بررسی‌های اولیه و مشخص شدن مقالات اصلی توسط نویسندگان اول، ارزیابی کیفیت اسناد انجام شد. در فرایند ارزیابی، پنج سؤال مورد بررسی قرار گرفت:

۱. آیا اهداف پژوهش به‌وضوح مشخص شده است؟
۲. آیا روش‌های جمع‌آوری داده‌ها به اندازه کافی دقیق هستند؟
۳. آیا مطالعه، قابلیت اطمینان و اعتبار داده‌ها را توضیح می‌دهد؟
۴. آیا نتایج به‌وضوح مشخص شده‌اند؟
۵. آیا مطالعه به دانش و درک مخاطبان می‌افزاید؟

برای روشن شدن جزئیات منابع بررسی شده در مرحله پنجم، جدول زیر تهیه شده است

که در آن همه ۲۲ منبع اسلامی و مسیحی/ غیردینی به صورت متمرکز و دقیق فهرست شده‌اند. تأکید می‌شود که در میان منابع مسیحی، آثار استیگ هاروار (Stig Hjarvard) به‌ویژه به دلیل جامعیت نظری و کاربرد مدل‌های رسانه‌ای شدن دین، بیش از سایر منابع مورد تحلیل قرار گرفت. سایر منابع نیز در کنار هاروار به‌عنوان منابع مکمل و جهت فهم عمیق‌تر فرایند رسانه‌ای شدن دین مورد استفاده قرار گرفتند.

جدول ۳. تشریح منابع «اسلامی» و «مسیحی» برای تحلیل تطبیقی

ردیف	مرجع (کامل)	تم‌های استخراج شده (کدها)	نسبت به کدام رویکرد	ادعای محوری (خلاصه)	نوع رسانه
1	Ashour, H. A. A. F. I. (2025). Exploring the Role of Religious Media in Shaping Public Perceptions Towards Climate Change in Egypt. <i>Humanities and Social Sciences Communications</i> , 11(1), 1–12.	فریمینگ (Framing)؛ روایت تماتیک؛ روایت مؤسس (Foundational_Ref erence)؛ احساس محور (Affective_Strateg y)؛ انتقال فرم به عموم؛ ممیزی و قواعد	روایت تماتیک / فرم‌های نوین (گفتمان اجتماعی)	رسانه دینی می‌تواند نگرش عمومی نسبت به تغییر اقلیم را شکل دهد.	تلویزیون دینی
2	Owie, A. A. (2024). Film: Da'wah method opportunities. <i>Jurnal Ilmiah Syi'ar</i> , 23(2), 50–66.	روایت تماتیک؛ آموزش دینی (Didactic)؛ انتخاب بازیگر (Casting)؛ اخلاقی هنری؛ احساس	چارچوب اخلاقی هنری / روایت تماتیک	فیلم ظرفیت‌های عملی برای دعوت (da'wah) را دارد.	فیلم سینمایی

ردیف	مرجع (کامل)	تم‌های استخراج شده (کدها)	نسبت به کدام رویکرد	ادعای محوری (خلاصه)	نوع رسانه
		محور			
3	Abd Karim, N. K. B. (2015). The production culture of religious television: The case of the Islam Channel. PhD thesis, University of Leeds.	فرایندهای تصمیم‌سازی → (انتقال فرم به عموم)؛ تعامل مراجع دینی (Religious_Consultation)؛ ممیزی و قواعد؛ ایدئولوژی و قدرت؛ انتخاب بازیگر	چارچوب اخلاقی هنری / فرم سازمانی (بازسازی تاریخی)	ساختار نهادی تولید برنامه‌های دینی تعیین‌کننده نحوه بازنمایی است.	تلویزیون (رساله)
4	Mohd Azmi, N. W., & Jubri Shamsuddin, M. M. (2024). The Criteria of Actor and Actress Selection in Islamic Film: An Analytical Study. <i>Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporeri</i> , 25(1).	انتخاب بازیگر (Casting)؛ روایت تماتیک؛ نمادپردازی بصری؛ اخلاقی هنری؛ آنتاگونیسم فرقه‌ای (در مواردی که کستینگ هویتی تقویت می‌کند)	بازسازی تاریخی / چارچوب اخلاقی هنری	معیارهای انتخاب بازیگر بر بازنمایی دینداری و جنسیت اثر می‌گذارد.	فیلم دینی
5	Fitria, N., & Rachman, R. F. (2024). Islamic Values In The Media (Critical	روایت تماتیک؛ فریمینگ (Framing)	روایت تماتیک	تحلیل CDA نشان می‌دهد	فیلم «Hati Suhita»

ردیف	مرجع (کامل)	تم‌های استخراج شده (کدها)	نسبت به کدام رویکرد	ادعای محوری (خلاصه)	نوع رسانه
	Discourse Analysis Of The Film Hati Suhita). <i>Jurnal Spektrum Komunikasi</i> , 12(1), 66-75.	احساس محور؛ روایت مؤسس؛ نمادپردازی بصری		ارزش‌های اسلامی چگونه در متن فیلم شکل می‌گیرد.	
6	Afifah, A., Bakti, A. F., & Hamad, I. (2024). Ideology and power relations in Ice-Cold documentary film: An Islamic communication perspective. <i>Islamic Communication Journal</i> , 9(2), 223-244.	ایدئولوژی و قدرت؛ فریمینگ؛ ممیزی و قواعد؛ روایت تماتیک؛ احساس محور	چارچوب اخلاقی - هنری / فرم‌های نوین	مستند حامل مناسبات قدرت و ایدئولوژی است.	مستند
7	Al-Hadabi, S. J. D. (2024). Framing Short Film Practice in Oman 2000-2020: Context, Characteristics, Cultural Representation. PhD thesis, University of Leeds.	بازسازی تاریخی؛ بینامتنی؛ نمادپردازی بصری؛ بازیگری انتقادی؛ انتخاب بازیگر	بازسازی تاریخی / بینامتنی	فیلم کوتاه بازتابگر چارچوب‌های فرهنگی - دینی عمان است.	فیلم کوتاه
8	Zaid, B., Fedtke, J., Shin, D. D., El	اقتدار دیجیتال؛	فرم‌های	اینفلوئنسرها	شبکه‌های

ردیف	مرجع (کامل)	تم‌های استخراج شده (کدها)	نسبت به کدام رویکرد	ادعای محوری (خلاصه)	نوع رسانه
	Kadoussi, A., & Ibahrine, M. (2022). Digital Islam and Muslim millennials: How social media influencers reimagine religious authority and Islamic practices. <i>Religions</i> , 13(4), 335.	آموزش دینی؛ روایت تماتیک؛ انتقال فرم به عموم؛ فریمینگ	نوین / روایت تماتیک	اقتدار دینی را بازتعریف می‌کنند.	اجتماعی
9	Al-Azami, S. (2016). Religion in the media: A linguistic analysis. London: Palgrave Macmillan.	روایت تماتیک؛ فریمینگ؛ روایت مؤسس؛ نمادپردازی بصری؛ انتقال فرم به عموم	روایت تماتیک / چارچوب نظری	زبان‌شناسی متن دینی در رسانه شیوه بازتولید معنا را شکل می‌دهد.	تحلیل زبانی (کتاب)
10	Pavličková, T. (2024). The Understood Author: A hermeneutical exploration of audiences' interpretation of the author as productive practices behind a text.	روایت مؤسس؛ بینامتنی؛ بازیگری انتقادی؛ اقتدار دیجیتال (در خوانش مخاطبان دیجیتال)	بینامتنی / روایت‌شن اسی	خوانش مخاطب و نقش مؤلف در تولید معنا مهم است.	نظریه هرمنوتیک
11	Isetti, G., De Rachewiltz, M.,	فرم نوین؛ انتقال	فرم‌های	پسپاندم	خدمات

ردیف	مرجع (کامل)	تم‌های استخراج شده (کدها)	نسبت به کدام رویکرد	ادعای محوری (خلاصه)	نوع رسانه
	& Pechlaner, H. (2025). The New Normal in Pastoral Care: The Enduring Legacy of Media Appropriation in the Post-Pandemic Roman Catholic Church. <i>Religions</i> , 16(1), 90.	فرم به عموم؛ تعامل مراجع دینی؛ ممیزی و قواعد؛ روایت تماتیک	نوین / چارچوب اخلاقی- هنری	مدیاتی‌زاسی ون خدمات روحانی را تداوم می‌بخشد.	معنوی (کاتولیک)
12	Teusner, P. E. (2012). Formation of a religious technorati: Negotiations of authority among Australian emerging church blogs. In <i>Digital Religion</i> (pp.182-189). Routledge.	اقتدار دیجیتال؛ انتقال فرم به عموم؛ فریمینگ؛ بازیگری انتقادی	فرم‌های نوین	بلاگ‌ها عرصه رقابت اقتدار دینی دیجیتال‌اند.	وبلاگ‌های دینی
13	Lähdesmäki, T., & Saresma, T. (2016). Emotive Strategies and Affective Tactics in The Islam Night Television Show. <i>Discourse, Power and Society</i> .	احساس محور؛ روایت تماتیک؛ فریمینگ؛ ممیزی و قواعد	روایت تماتیک / چارچوب اخلاقی- هنری	تاکتیک‌های عاطفی در برنامه تلویزیونی شکل دهنده پذیرش پیام‌اند.	تلویزیون («Islam Night»)
14	Wold, T. L. (2023). A dark	اقتدار دیجیتال؛	فرم‌های	تولیدکنندگان	رسانه‌های

نوع رسانه	ادعای محوری (خلاصه)	نسبت به کدام رویکرد	تم‌های استخراج شده (کدها)	مرجع (کامل)	ردیف
دیجیتال اوانجلیکال	ان دیجیتال اقتدار سنتی را بازتعریف می‌کنند.	نوین	انتقال فرم به عموم؛ ایدئولوژی و قدرت؛ بازیگری انتقادی	cloud of witnesses: the mediatization of evangelical parishioners by religious digital media content creators and its impact on traditional pastoral authority. PhD thesis, Regent University.	
رسانه‌های دیجیتال (جهادی)	متون مقدس به‌عنوان ابزار مشروعیت بخشی مورد سوءاستفاده قرار می‌گیرند.	چارچوب اخلاقی - هنری (هشدار)	ایدئولوژی و قدرت؛ روایت مؤسس؛ فریمینگ؛ ممیزی و قواعد؛ آنتاگونیسم فرقه‌ای	Qi, Y. (2024). Propaganda in focus: decoding the media strategy of ISIS. <i>Humanities and Social Sciences Communications</i> , 11(1), 1–12.	15
کلیسا / رسانه دیجیتال	اقلیت‌ها الگوهای جدید مدیاتی‌زاسی ون را می‌سازند.	فرم‌های نوین / بینامتنی	فرم نوین؛ انتقال فرم به عموم؛ بینامتنی؛ تعامل مراجع دینی	Hall, D., Kolodziejaska, M., & Radde-Antweiler, K. (2023). <i>Minority churches as media settlers: negotiating deep mediatization.</i> Taylor & Francis.	16

ردیف	مرجع (کامل)	تم‌های استخراج شده (کدها)	نسبت به کدام رویکرد	ادعای محوری (خلاصه)	نوع رسانه
17	Lundby, K., & Evolvi, G. (2021). Theoretical frameworks for approaching religion and new media. In <i>Digital Religion</i> (pp.233–249). Routledge.	روایت تماتیک؛ فرم نوین؛ فریمینگ؛ روایت مؤسس	چارچوب نظری (پشتیبان تحلیل)	چارچوب‌های نظری برای دین دیجیتال ارائه می‌دهد.	نظریه (فصل)
18	Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. <i>Northern Lights</i> , 6(1), 9–26.	روایت مؤسس؛ فریمینگ؛ انتقال فرم به عموم؛ ممیزی و قواعد	چارچوب نظری (پایه)	رسانه‌ها عامل تغییر در ساخت‌های دینی‌اند.	نظریه
19	Hjarvard, S. (2012). Three forms of mediatized religion. In <i>Mediatization and Religion: Nordic Perspectives</i> (pp.21–44).	روایت تماتیک؛ فرم نوین؛ روایت مؤسس	چارچوب نظری (دسته بندی رویکردها)	تمایز مشارکتی / مناسکی / بازنمایی محور را پیشنهاد می‌دهد.	نظریه (فصل)
20	Hjarvard, S. (2016). Mediatization and the changing authority of religion. <i>Media, Culture &amp;</i>	روایت مؤسس؛ فریمینگ؛ اقتدار دیجیتال؛ ممیزی و قواعد	چارچوب نظری	تغییر اقتدار دینی تحت تأثیر رسانه را بررسی	مقاله نظری

ردیف	مرجع (کامل)	تم‌های استخراج شده (کدها)	نسبت به کدام رویکرد	ادعای محوری (خلاصه)	نوع رسانه
	<i>Society</i> , 38(1), 8–17.			می‌کند.	
21	Knoblauch, H. (2014). <i>Benedict in Berlin: The mediatization of religion</i> . In <i>Mediatized Worlds</i> (pp.143–158). Palgrave Macmillan UK.	بازسازی تاریخی؛ نمادپردازی بصری؛ روایت مؤسس؛ ممیزی و قواعد	بازسازی تاریخی / چارچوب نظری	بازنمایی رسمی رهبران دینی در فضاهای سکولار چگونه است.	مطالعه موردی
22	Fischer-Nielsen, P. (2012). <i>The internet mediatization of religion and church</i> . In <i>Mediatization and Religion: Nordic Perspectives</i> (pp.45–61).	فرم نوین؛ انتقال فرم به عموم؛ تعامل مراجع دینی؛ روایت تمام‌تیک	فرم‌های نوین / چارچوب نظری	مناسک آنلاین و اینترنتی شدن کلیسا را تحلیل می‌کند.	فصل کتاب

در نهایت آثار Stig Hjarvard به دلیل جامعیت مبانی نظری و کاربرد گسترده در تحلیل رسانه‌ای شدن دین، در مراحل استخراج مفاهیم و تنظیم چارچوب تحلیلی پژوهش بیش از سایر منابع مورد بهره‌برداری قرار گرفت. سایر منابع این جدول به‌عنوان مکمل و در راستای تعمیق و توسعه تم‌های مفهومی استخراج شده در سنتز نهایی به‌کار گرفته شدند.

### یافته‌های پژوهش

در این مقاله نویسندگان بر مبنای مطالعات انجام شده و بررسی منابع به پنج روش دست

یافتند که می‌توانند برای استفاده از متون دینی به‌ویژه قرآن و حدیث در رسانه‌های نوین مورد بررسی قرار گیرند.

## ۱. بازسازی روایت‌های تاریخی

بازسازی روایت‌های تاریخی یکی از شیوه‌های مؤثر در اقتباس سینمایی از قرآن است که بر حفظ ساختار روایی و هسته اخلاقی-دینی داستان‌های قرآنی در عین انتقال آن‌ها به زمان و مکان معاصر تأکید دارد. در این رویکرد، داستان‌ها و شخصیت‌های مشخص قرآنی همچون یوسف، موسی، ابراهیم یا مریم با بهره‌گیری از قالب‌های روایی نوین، بازآفرینی می‌شوند، اما به‌جای ارائه مستقیم و کلاسیک، این بازآفرینی‌ها در بستری مدرن و به زبان سینمای امروز انجام می‌گیرند تا مخاطب بتواند با تجربیات آن‌ها همذات‌پنداری کند.

یکی از تکنیک‌های محوری در این روش، انتقال زمانی است. این تکنیک به معنای جای دادن یک روایت دینی در یک فضای زمانی جدید (برای مثال قرن بیست و یکم) و بازسازی موقعیت‌ها و شخصیت‌ها بر مبنای زمینه‌های اجتماعی و روانی معاصر است. در چنین الگویی، داستان حضرت یوسف، به جای روایت تاریخی در بستر مصر باستان، می‌تواند در قالب یک درام خانوادگی در دنیای امروز تصویر شود که در آن شخصیت اصلی با حسادت، خیانت، تبعید، و درنهایت رستگاری مواجه است، روندی که همچنان بار اخلاقی و الهی خود را حفظ می‌کند، اما برای تماشاگر امروزی قابل لمس‌تر و باورپذیرتر خواهد بود. علاوه بر انتقال زمانی، این رویکرد با افزودن لایه‌های روانشناختی به شخصیت‌ها، تلاش می‌کند آن‌ها را از حالت نمادین یا اسطوره‌ای صرف خارج کرده و به چهره‌هایی چندوجهی و انسانی تبدیل کند. برای نمونه ترس‌ها، تردیدها و بحران‌های درونی حضرت موسی پیش از مواجهه با فرعون، می‌توانند به‌عنوان نمودهایی از کشمکش با قدرت و خودشناسی درونی به تصویر کشیده شوند. این نمودها، نمایشی است که هم بر پیچیدگی روانی شخصیت‌ها می‌افزاید و هم امکان درک تازه‌ای از مفهوم نبوت و رهبری را فراهم می‌سازد.

مطالعات معاصر در زمینه روایت‌شناسی دینی و تاریخ‌نگاری سینمایی نشان می‌دهد که

فیلم به‌عنوان رسانه‌ای چندحسی و احساسی، توانایی ایجاد تجربه‌ای غوطه‌ورانه در مخاطب را دارد که می‌تواند حس حضور و همذات‌پنداری با شخصیت‌ها و رویدادهای تاریخی را تقویت کند. این تجربه برخلاف تاریخ‌نگاری آکادمیک که بر تحلیل و بازتاب عقلانی گذشته تأکید دارد، بیشتر بر انتقال «احساس» و «تجربه زیسته» گذشته متمرکز است (Kansteiner, 2018, p. 133).

به این ترتیب بازسازی روایت‌های قرآنی در سینما نه تنها به بازگویی صرف وقایع محدود نمی‌شود، بلکه با بهره‌گیری از ظرفیت‌های بصری و روایی فیلم، امکان خلق حافظه جمعی و فرهنگی پویا را نیز فراهم می‌آورد. به‌ویژه می‌توان از ظرفیت‌های مستندسازی روایی در این زمینه بهره برد. فیلمسازان با ترکیب شواهد عینی با روایت، می‌توانند تجربه‌ای چندلایه برای مخاطب خلق کنند و با انتخاب زاویه دید مناسب، به تفسیر عمیق‌تری از رویدادها و شخصیت‌ها دعوت کنند (Bradbury & Guadagno, 2020, pp 340-341). درواقع مستندسازی روایی تنها به نمایش داده‌ها و شواهد اکتفا نمی‌کند، بلکه با افزودن لحن، روایت و ساختار داستانی، مخاطب را درگیر یک تجربه احساسی و فکری می‌کند. این نوع روایت، با بهره‌گیری از شگردهایی مانند استفاده از تصاویر آرشیوی، صدای راوی، و تدوین هدفمند صحنه‌ها، نه تنها واقعیت را بازتاب می‌دهد، بلکه به آن عمق و معنا می‌بخشد.

نتیجه این فرایند، خلق اثری است که هم به حقیقت وفادار می‌ماند و هم با بهره‌گیری از ابزارهای سینمایی، مخاطب را به مشارکت فعال در فهم و تفسیر داستان ترغیب می‌کند. بدین سان، روایت مستند می‌تواند پلی میان داده‌های عینی و تأثیرگذاری عاطفی ایجاد کند و پیام‌های اخلاقی یا معنوی را به شیوه‌ای ملموس و ماندگار منتقل سازد.

## ۲. رویکرد تماتیک

رویکرد تماتیک یکی از شیوه‌های نوین اقتباس مفهومی از قرآن در تولیدات سینمایی است که به جای روایت مستقیم داستان‌های قرآنی، بر استخراج و بازآفرینی مفاهیم بنیادین این متن مقدس در بسترهای اجتماعی و فرهنگی معاصر تمرکز دارد. در این روش، فیلمساز به

جای استفاده آشکار از شخصیت‌ها و وقایع قرآنی، مفاهیمی مانند عدالت اجتماعی، رحمت، پایداری در برابر ظلم، توکل یا جهاد درونی را مبنای روایت خود قرار می‌دهد. این مفاهیم که اغلب فراتر از بافت تاریخی قرآن قابلیت گسترش و تعمیم دارند، به صورت تم‌های معنایی درون‌مایه اثر را شکل می‌دهند و امکان ارتباط با مخاطبان متنوع، از جمله بینندگان غیردینی یا بین‌المللی را فراهم می‌کنند.

برای نمونه مفهوم «مقاومت در برابر ظلم» که در داستان اصحاب کهف در سوره کهف جلوه یافته، می‌تواند الهام‌بخش ساخت فیلمی درباره گروهی از جوانان در جامعه‌ای استبدادی باشد که برای حفظ کرامت انسانی و اصول اخلاقی خود تلاش می‌کنند. در این بازآفرینی، بدون ارجاع مستقیم به متون مقدس، پیام قرآنی حفظ ایمان در شرایط دشوار، به زبانی معاصر و در قالبی ملموس برای تماشاگر امروز بیان می‌شود. از این منظر، فیلم‌هایی مانند *The Lives of Others* یا *V for Vendetta* نیز مثال‌هایی از آثاری هستند که بدون ارجاع صریح به دین، توانسته‌اند تم‌هایی همچون مبارزه با ستم و ایستادگی در برابر سرکوب را در قالبی هنری و داستانی به نمایش بگذارند و می‌توانند الگویی برای اقتباس غیرمستقیم از مفاهیم قرآنی باشند.

در سینمای امروز، انتقال مفاهیم عمیق انسانی و معنوی به ناچار نیازمند ارجاع مستقیم به متون مقدس یا نمادهای دینی نیست. تجربه تماشای یک فیلم می‌تواند به گونه‌ای طراحی شود که مخاطب، بدون مواجهه با نشانه‌های آشکار مذهبی، با لایه‌هایی از معنا و احساس درگیر شود. این امر به ویژه زمانی محقق می‌شود که فیلمساز بتواند از ابزارهایی همچون فضاسازی، نورپردازی، ترکیب‌بندی بصری و ریتم روایت بهره بگیرد تا فضای فیلم را به بستری برای تجربه‌ای حسی و معنوی بدل کند. نمونه‌ای از این رویکرد را می‌توان در فیلم *Ave Maryam* مشاهده کرد؛ اثری که با انتخاب یک موقعیت مکانی خاص و پرداختن به جزئیات معماری و فضایی، موفق می‌شود تجربه‌ای فراتر از بازنمایی صرف واقعیت‌های عینی خلق کند و مخاطب را به تأمل در احساسات و معانی دعوت نماید.

تجربه سینمایی می‌تواند از طریق فضاسازی، نورپردازی، ترکیب‌بندی بصری و

سازماندهی زمانی و مکانی، احساسات و معانی را به شکلی غیرمستقیم و تماتیک به بیننده منتقل کند. این فیلم با انتخاب یک موقعیت مکانی خاص و بهره‌گیری از عناصر معماری و فضایی، موفق می‌شود تجربه‌ای احساسی و معنوی را خلق کند که فراتر از بازنمایی صرف واقعیت‌های عینی است (Anandisya & Wijayaputri, 2021, p. 93). در چنین فضایی، روایت فیلم دیگر فقط بازگوکننده یک داستان خطی نیست، بلکه هر عنصر بصری و هر انتخاب فضایی، به انتقال غیرمستقیم مفاهیم کمک می‌کند. این شیوه، الگویی الهام‌بخش برای اقتباس تماتیک از قرآن در سینماست؛ جایی که فیلمساز می‌تواند با الهام از مفاهیم بنیادین قرآنی، بدون آن‌که به شخصیت‌ها یا وقایع خاص اشاره کند، پیام‌هایی مانند مقاومت، امید، عدالت یا پایداری را در بطن روایت جاری سازد. در واقع تجربه سینمایی در چنین آثاری به مخاطب این فرصت را می‌دهد که معنای نهفته در فضا، نور، صدا و زمان را به شیوه‌ای شخصی و درونی کشف کند. این تجربه به‌ویژه برای بازآفرینی مفاهیم قرآنی در قالب‌های معاصر، اهمیت می‌یابد و ظرفیت گفت‌وگو با مخاطبان متنوع را فراهم می‌آورد.

رویکرد تماتیک افزون‌بر انعطاف‌پذیری بالا در فرم‌های هنری مختلف، امکان گفت‌وگوی بین فرهنگی و اجتناب از منازعات مذهبی را نیز فراهم می‌کند. با این حال، موفقیت آن نیازمند درک عمیق از بافت مفهومی قرآن و حساسیت نسبت به خطرات تفسیر سطحی یا تقلیل پیام‌های دینی به کلیشه‌های روایی است. از این رو بهره‌گیری از این رویکرد باید با دقت نظری و شناخت هنری همزمان صورت گیرد تا هم پیام اصلی حفظ شود و هم جذابیت و ارتباط آن با مخاطب مدرن برقرار بماند.

### ۳. استفاده از فرم‌های نوین رسانه‌ای

در عصر رسانه‌های دیجیتال، بهره‌گیری از قالب‌ها و تکنیک‌های نوین سینمایی و تلویزیونی نقش مهمی در ارتقای تأثیرگذاری مفاهیم دینی و معنوی ایفا می‌کند. استفاده از فرم‌های مدرن نه تنها به جذابیت بصری آثار می‌افزاید، بلکه ظرفیت روایت مفاهیم پیچیده قرآنی را برای نسل‌های جدید و مخاطبان جهانی فراهم می‌سازد. این رویکرد می‌کوشد تا

پیام‌های اخلاقی و الهی قرآن را از طریق زبان بصری نو، در قالب‌هایی همچون روایت غیرخطی، انیمیشن، واقعیت مجازی و چندروایتی منتقل کند.

یکی از مهم‌ترین ابزارهای این رویکرد، تکنیک روایت غیرخطی است. روایت غیرخطی روشی است که با استفاده از فلش‌بک، فلش‌فوروارد یا روایت چندگانه، به‌گونه‌ای ساختار داستان را می‌شکند که لایه‌های مختلف زمانی و معنایی روایت به تدریج برای مخاطب آشکار می‌شوند. این شیوه، امکان بازنمایی مفاهیمی چون تقدیر، اختیار، بازگشت و تکرار تاریخی را که از مضامین مهم قرآنی به‌شمار می‌روند، به طرز مؤثری فراهم می‌آورد. به‌عنوان نمونه ساختار سریال Westworld که با روایت‌های چندسطحی، تداخل زمان‌ها، و بازاندیشی در مفهوم اراده آزاد بازی می‌کند، می‌تواند الگویی الهام‌بخش برای بازنمایی مفاهیمی مانند اختیار، مسئولیت انسان و قدرت الهی باشد.

در عصر حاضر استفاده از تکنیک‌های روایی غیرخطی می‌تواند این بازآفرینی‌ها را جذاب‌تر و تأثیرگذارتر کند. برای مثال، فیلمساز می‌تواند با شکستن خط زمانی سنتی و به‌کارگیری فلش‌بک‌ها و فلاش‌فوروادها، لایه‌های پنهان داستان را آشکار سازد و مفاهیمی همچون تقدیر، اختیار و بازگشت را به‌صورتی هنرمندانه به تصویر بکشد. ساختارهایی روایی پیچیده، مشابه آنچه در فیلم Babel دیده می‌شود، امکان به تصویر کشیدن چندگانگی واقعیت و تأثیر انتخاب‌های انسانی را فراهم می‌کنند (Lin, Ni, & Xiang, 2023, p162).

در کنار آن، استفاده از فناوری‌های نوینی مانند انیمیشن سه‌بعدی و واقعیت مجازی امکان بازآفرینی تجربه‌های روحانی، نمادین یا فرازمانی قرآن را فراهم کرده است؛ تجربه‌هایی که در قالب‌های سنتی رسانه‌ای قابل بازنمایی کامل نیستند. به‌عنوان مثال واقعه معراج پیامبر اسلام ﷺ که ماهیتی فراطبیعی و تصویری دارد، می‌تواند از طریق فناوری‌های غوطه‌ورکننده مانند VR با شدت عاطفی و ادراکی بیشتری به تصویر کشیده شود. پروژه‌هایی همچون Quranic Journeys که از انیمیشن و گرافیک رایانه‌ای برای روایت داستان‌های قرآنی بهره می‌گیرند، نمونه‌هایی از این ظرفیت فنی و زیبایی‌شناسی هستند.

یکی از ویژگی‌های برجسته این رسانه‌های نوین، امکان تعاملی بودن آن‌هاست که نقش

مخاطب را از حالت منفعل به فعال تغییر می‌دهد. در انیمیشن‌های واقعیت مجازی، مخاطب نه تنها تماشاگر بلکه شریک و همراه روایت است که می‌تواند با حرکت در فضای داستان، زاویه دید خود را انتخاب کند و به نوعی در شکل‌گیری تجربه روایی سهیم شود (شکرطلب و حسنائی، ۱۳۹۸: ۴۲-۳۳). این مشارکت فعال مخاطب، تجربه‌ای غنی‌تر و شخصی‌تر از مفاهیم دینی و معنوی را فراهم می‌کند که در رسانه‌های سنتی کمتر دیده می‌شود. همچنین این ویژگی تعاملی، امکان بازخوانی و تفسیرهای چندگانه را فراهم می‌آورد و به گسترش فهم و ارتباط مخاطبان با متون مقدس کمک می‌کند.

افزون بر این، تلفیق فرم‌های رسانه‌ای نوین با زبان نمادین و استعاره‌ی قرآن، به هنرمند این امکان را می‌دهد که بدون ورود به خطوط قرمز فقهی یا فرهنگی، پیام را در سطحی تأثیرگذار و چندلایه منتقل کند. برای مثال نمایش رحمت الهی از طریق تصاویر باران، نور یا رشد گیاه، می‌تواند جانشینی هنرمندانه برای تصویرسازی‌های مستقیم باشد و همزمان فضای تأمل و تجربه حسی برای مخاطب ایجاد کند.

بهره‌گیری از ابزارهای دیجیتال در بازگویی متون مقدس، نه تنها به کارایی فرهنگی و هنری روایت‌ها می‌افزاید، بلکه به تفسیرهای تازه و مشارکت‌جویانه مخاطبان منجر می‌شود، به ویژه در دنیای امروز که مخاطب با انواع پلتفرم‌ها و مدیاها تعامل دارد، بهره‌گیری هوشمندانه از این ظرفیت‌ها، گامی اساسی در به‌روزرسانی پیام‌های قرآنی در زمینه‌های هنری به‌شمار می‌آید. در نهایت استفاده از فرم‌های نوین رسانه‌ای، پلی میان سنت و فناوری می‌سازد؛ پلی که در آن، مفاهیم معنوی، اخلاقی و عرفانی قرآن می‌توانند با زبان تصویر، صدا و تجربه دیجیتال، بار دیگر زنده و الهام‌بخش شوند. باید توجه داشت که این فرآیند مستلزم حساسیت فرهنگی، شناخت فنی و درک عمیق از پیام قرآن است تا از فروکاستن محتوا به جلوه‌های سطحی پرهیز شود.

#### ۴. رویکرد بینامتنی

رویکرد بینامتنی یکی از غنی‌ترین و درعین حال پیچیده‌ترین شیوه‌های اقتباس در هنر

دینی به‌شمار می‌رود که بر پایه ارتباط و تعامل میان متون شکل می‌گیرد. در این روش، قرآن نه به‌عنوان متنی منزوی، بلکه در کنار و در گفت‌وگو با دیگر متون فرهنگی، دینی، ادبی یا اسطوره‌ای جهانی قرار می‌گیرد. هدف اصلی این رویکرد، خلق لایه‌های جدید معنایی از طریق برخورد خلاقانه‌ی مفاهیم و روایات قرآنی با عناصر متنی دیگر است؛ برخوردی که می‌تواند از تقارن معنایی، تضاد، یا توازی میان دو متن ناشی شود.

در این چارچوب، روایت‌های قرآنی همچون داستان ایوب، یونس، ذوالقرنین یا ابراهیم، در قیاس یا گفت‌وگو با اسطوره‌ها و ادبیات جهانی بازخوانی می‌شوند. برای نمونه مقایسه داستان ایوب علیه السلام با اسطوره سیزیف در ادبیات یونانی، نه تنها می‌تواند پرسش‌های فلسفی عمیقی درباره رنج، پایداری، و معنای ایمان مطرح کند، بلکه امکان تفسیر چندوجهی از ماهیت رنج انسانی و واکنش در برابر آن را فراهم می‌سازد. در این بازخوانی، درحالی که ایوب نماینده تسلیم و امید در دل رنج است، سیزیف نماد پوچی و تکرار بی معنای رنج می‌شود؛ تقابلی که به بازتاب تفاوت دیدگاه‌های الهیاتی و آگزیستانسیالیستی درباره رنج می‌انجامد.

این رویکرد همچنین می‌تواند در تلفیق مفاهیم قرآنی با فلسفه غربی، متون عرفانی شرق، یا حتی روایت‌های معاصر از رنج، آزادی، قدرت، یا مسئولیت فردی به‌کار رود. برای مثال بازخوانی مفاهیم قرآنی همچون «امانت»، «آزادی اراده»، یا «توکل» در گفت‌وگو با اندیشه‌های فیلسوفانی مانند نیچه، هایدگر یا کامو، می‌تواند بستر خلاقانه‌ای برای تولید فیلم‌نامه‌های اندیشمندانه و چندلایه فراهم کند.

رویکرد بینامتنی در هنر دینی و سینما، فراتر از ارجاع ساده به متون دیگر، به معنای گفت‌وگوی فعال و خلاقانه میان متون مختلف است که به خلق معانی تازه و چندلایه منجر می‌شود. این تعامل متون، همان‌گونه که نظریه‌پردازانی چون ژولیا کریستوا مطرح کرده‌اند، نشان می‌دهد که هیچ متنی به‌تنهایی معنا نمی‌یابد، بلکه همواره در شبکه‌ای از ارتباطات و تأثیرات متقابل با متون پیشین و هم‌عصر خود قرار دارد (رجبی و همکاران، ۱۴۰۲: ۲۵۳-۲۵۵).

در این چارچوب، متن سینمایی به‌مثابه موزاییکی از نقل‌قول‌ها و بازآفرینی‌هاست که معنا در آن سیال و پویا است و مخاطب نقش فعالی در شکل‌دهی به برداشت‌های معنایی ایفا

می‌کند. این پویایی امکان تولید آثار چندلایه و تأمل‌برانگیز را فراهم می‌آورد که می‌توانند روایت‌های قرآنی را در قالبی نوین و با بهره‌گیری از عناصر فلسفی، اسطوره‌ای یا ادبی بازخوانی کنند و بدین ترتیب، افق‌های معنایی تازه‌ای پیش روی مخاطب بگشایند. چنین رویکردی، ضمن حفظ احترام به قداست متن مقدس، امکان گفت‌وگوی تمدنی و فرهنگی گسترده‌تری را در هنر معاصر فراهم می‌سازد و از محدودیت‌های تفسیرهای تک‌بعدی فراتر می‌رود.

تلفیق قرآن با متون دیگر، در قالب‌های سینمایی، مستلزم دقت فراوان است، زیرا هم امکان تولید آثار نوآورانه را فراهم می‌کند و هم خطر سوء برداشت‌های فرهنگی یا تحریف‌های مفهومی را در پی دارد. با این حال، در صورت بهره‌گیری آگاهانه و مسئولانه، این رویکرد می‌تواند به خلق فیلم‌هایی منجر شود که نه فقط حامل پیام دینی، بلکه در بردارنده تأملات فرهنگی و فلسفی فرامرزی باشند و از این طریق، امکان تعامل میان فرهنگی و گفت‌وگوی تمدن‌ها را در قالب هنر فراهم سازند.

## ۵. چارچوب‌های اخلاقی-هنری

در اقتباس از متون مقدس، به‌ویژه قرآن کریم، رعایت اصول اخلاقی و حفظ حرمت متن دینی ضرورتی انکارناپذیر است. برخلاف متون عرفی، قرآن نه تنها به‌عنوان یک منبع تاریخی یا ادبی، بلکه به‌عنوان وحی الهی از جایگاه قدسی ویژه‌ای در میان مسلمانان برخوردار است. بنابراین هرگونه بازآفرینی هنری از مفاهیم یا داستان‌های قرآنی باید با حساسیت دینی، شناخت عمیق از ظرایف فقهی و هنری، و رویکردی مسئولانه انجام گیرد.

نخستین اصل در این چارچوب، پرهیز از بازنمایی مستقیم چهره‌های مقدس به‌ویژه پیامبران، به‌واسطه احترام به باورهای دینی و اجتناب از سوء تفاهم‌های فرهنگی یا دینی است. به جای تصویرسازی چهره‌محور، می‌توان از عناصر نمادین یا استعاره‌های بصری بهره گرفت. برای نمونه استفاده از نور، سایه، طبیعت، یا صدا می‌تواند حضور الهی یا معنوی را القا کند، بدون آن‌که به بازنمایی مستقیم متوسل شود. چنین تکنیکی نه تنها احترام به قداست متن را

حفظ می‌کند، بلکه از منظر زیبایی‌شناسی نیز فضایی رازآلود و تأمل‌برانگیز می‌آفریند. اصلی دیگر در این چارچوب، مشارکت فکری میان هنرمندان و متفکران دینی است. این همکاری می‌تواند در قالب تیم‌های مشورتی شامل فیلمنامه‌نویسان، مفسران قرآن، و کارشناسان دین‌پژوهی صورت گیرد. چنین هم‌افزایی، ضمن جلوگیری از تحریف‌های ناخواسته یا ساده‌سازی مفاهیم عمیق دینی، به تعادل میان خلاقیت هنری و وفاداری به پیام الهی کمک می‌کند. همچنین می‌توان از تجربه‌های موفق دیگر جوامع دینی در این زمینه بهره گرفت، مانند همکاری کلیسا با سینماگران در تولید فیلم‌هایی با محتوای کتاب مقدس. از منظر فرمی نیز تکنیک‌های غیرمستقیم و چندلایه نظیر روایت استعاری، ساختار تمثیلی، یا بازآفرینی مفاهیم در بسترهای نمادین می‌تواند به حفظ شأن متن مقدس کمک کند. استعاره‌های تصویری در روایت قرآنی، به‌خصوص در قالب انیمیشن، راهکاری هنرمندانه برای انتقال مفاهیم عمیق دینی بدون نمایش مستقیم شخصیت‌های مقدس است.

این شیوه با بهره‌گیری از شباهت‌های ساختاری و ترکیب خلاقانه ویژگی‌های منبع و هدف، پیام‌های ضمنی را به مخاطب منتقل می‌کند و او را از حالت دریافت‌کننده منفعل خارج می‌سازد. مخاطب در این فرآیند به کشف‌کننده‌ای فعال تبدیل می‌شود که خود در استنباط معنا و درک لایه‌های پنهان روایت مشارکت می‌کند.

این ویژگی تعاملی، برای انتقال آموزه‌های معنوی و اخلاقی قرآن که نیازمند تأمل و ژرف‌اندیشی هستند، فرصتی ارزشمند فراهم می‌آورد و امکان درک شخصی‌تر و عمیق‌تر مفاهیم را برای مخاطبان امروزی میسر می‌سازد (Chiu & Chu, 2019, pp207-210). همچنین به جای روایت عینی، تمرکز بر فضای معنوی یا پیام اخلاقی داستان‌ها، زمینه‌ای برای تماشاگر فراهم می‌آورد تا در تجربه‌ای درونی، به تأمل و درک معنایی برسد. برای مثال به جای نمایش مستقیم داستان قربانی شدن اسماعیل علیه السلام، می‌توان مفاهیم اطاعت، ایمان، و فداکاری را از طریق روایتی معاصر و استعاری بازتاب داد (زرنگار و همراز، ۱۴۰۰: ۲۴-۲۵). فرآیند اقتباس دینی اگر با چارچوب‌های اخلاقی و هنری همراه باشد، نه تنها از خطر ابتدال و تقلیل‌گرایی در

امان می‌ماند، بلکه می‌تواند به بستری برای گفت‌وگو میان سنت و مدرنیته تبدیل شود. این مقاله بر اهمیت «احترام خلاقانه» تأکید می‌کند؛ مفهومی که در آن، خلاقیت هنری محدود به محدودیت‌های اعتقادی نمی‌شود، بلکه در تعامل با آن، به فرم‌هایی تازه، ژرف‌تر و جهان‌شمول‌تر دست می‌یابد. در مجموع، چارچوب‌های اخلاقی-هنری نه مانعی برای خلاقیت، بلکه ضامن تداوم پیام دینی در دنیای هنر هستند. این تداوم از یک‌سو به اصالت منبع وفادار می‌ماند و از سوی دیگر، امکان ارتباط عاطفی، فکری و زیبایی‌شناختی با مخاطب معاصر را فراهم می‌سازد.

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با شناسایی پنج رویکرد اصلی برای بازآفرینی متون دینی در رسانه‌های معاصر، گامی در راستای نظام‌مندسازی فرآیند اقتباس از قرآن و حدیث برداشته است. با این حال، کاربست موفق این رویکردها مستلزم تبدیل آن‌ها به راهبردهای عملی و دستورالعمل‌های مشخص برای تولیدکنندگان، فیلمنامه‌نویسان و سیاست‌گذاران رسانه‌ای است. در ادامه، هر رویکرد به‌صورت عملیاتی تعریف، نمونه‌های عینی آن ذکر و توصیه‌های کلیدی برای اجرا ارائه می‌شود.

#### ۱. بازسازی تاریخی: انتقال روایت به زمان حال با حفظ هسته اخلاقی

**تعریف عملیاتی:** بازخوانی داستان‌های قرآنی در بستر زمانی و مکانی معاصر، به‌گونه‌ای که درس‌های اخلاقی و پیام‌های اصلی داستان برای مخاطب امروزی قابل لمس و شناسایی باشد.

**مثال عینی:** سریال «یوسف پیامبر» اگرچه در بستر تاریخی روایت شد، اما می‌توان الگویی مانند فیلم «محمد ﷺ» (به کارگردانی مجید مجیدی) را در نظر گرفت که با تمرکز بر شخصیت‌پردازی عمیق و القای مفاهیم توکل و صبر، نمونه‌ای از وفاداری به روح داستان است.

## توصیه‌های باید/نباید

**باید:** هسته اخلاقی و پیام اصلی داستان قرآنی (مانند عدالت‌خواهی موسی، پاکدامنی یوسف) را تحلیل و به‌عنوان خط قرمز داستان معاصر تعیین کنید.

**باید:** از المان‌های بصری، دیالوگ‌ها و موقعیت‌های دراماتیک امروزی برای ایجاد همذات‌پنداری استفاده کنید.

**نباید:** شخصیت‌های پیامبران را به‌صورت فیزیکی نمایش ندهید. از نمادها (نور، صدا، نمای از پشت) برای القای حضور آنان بهره بگیرید.

**نباید:** داستان را به‌قدری تغییر ندهید که پیوند خود را با منبع اصلی از دست بدهد.

## ۲. روایت تماتیک: تمرکز بر مفاهیم جهان‌شمول

**تعریف عملیاتی:** استخراج یک مفهوم کلیدی از قرآن (مانند عدالت، امید، مبارزه با ظلم) و بسط آن در قالب یک داستان کاملاً جدید با شخصیت‌ها و موقعیت‌های معاصر، بدون ارجاع مستقیم به شخصیت‌ها یا داستان‌های خاص قرآنی.

**مثال عینی:** فیلم «فروشنده» (اثر اصغر فرهادی) اگرچه فیلمی دینی نیست، اما به‌خاطر پرداختن به مفاهیمی همچون «حفظ کرامت انسانی»، «عدالت‌خواهی فردی» و «عفو و گذشت»، نمونه‌ای قوی از پرداختن به مضامین اخلاقی جهان‌شمول است که می‌تواند الهام‌بخش تولید آثاری با درون‌مایه‌های قرآنی باشد. فیلم «اجاره‌نشین‌ها» اثر داریوش مهرجویی نیز به‌نوعی مفهوم «صبر و استقامت» در برابر مشکلات را روایت می‌کند.

## توصیه‌های باید/نباید

**باید:** مخاطب را از طریق کشمکش‌های دراماتیک قوی و شخصیت‌پردازی باورپذیر، به درک عینی مفهوم موردنظر برسانید.

**باید:** از مشاوره با مفسران قرآن برای استخراج دقیق و عمیق مفاهیم بهره ببرید.

نباید: اثر را به یک سخنرانی اخلاقی یا شعارزدگی تقلیل ندهید. «نشان دادن» را به جای «گفتن» قرار دهید.

نباید: مفهوم را آن قدر کلی و انتزاعی کنید که هیچ پیوندی با ارزش‌های دینی مشخص نداشته باشد.

### ۳. استفاده از فرم‌های نوین رسانه‌ای: بهره‌گیری از فناوری برای تجربه‌سازی

**تعریف عملیاتی:** استفاده هدفمند از قابلیت‌های فناوری‌های جدید مانند انیمیشن، واقعیت مجازی، واقعیت افزوده، روایت‌های غیرخطی، بازی‌های ویدیویی برای خلق تجربه‌های حسی و شناختی جدید از مفاهیم دینی.

**مثال عینی:** پروژه «قصه‌های قرآن» به صورت انیمیشن (مانند تولیدات شبکه پویا) نمونه‌ای از این نوع است. نمونه بین‌المللی، اپلیکیشن آموزش قرآن است که با رابط کاربری جذاب و چندرسانه‌ای به آموزش قرآن می‌پردازد. استفاده از تکنیک‌های گرافیکی برای توضیح مفاهیم پیچیده قرآنی در برنامه‌های تلویزیونی نیز نمونه‌ای از این رویکرد است.

توصیه‌های باید/نباید

**باید:** فرم رسانه‌ای را با محتوای دینی هماهنگ کنید. برای مثال از VR برای القای عظمت خلقت یا فضای معنوی اماکن مقدس استفاده شود.

**باید:** برای نسل جوان و کودک، از زبان بصری جذاب و تعاملی (گیمینگ) بهره بگیرید. **نباید:** فناوری را فقط برای جلوه‌نمایی به کار نبرید. محتوا باید بر شکل و ظاهر غلبه داشته باشد.

**نباید:** حریم قداست متون را با به‌کارگیری فرم‌های نامناسب (مانند استفاده از قرآن در یک بازی اکشن خشن) نشکنید.



#### ۴. رویکرد بینامتنی: گفت‌وگوی خلاقانه با دیگر متون

**تعریف عملیاتی:** ایجاد دیالوگ یا تقابل میان مفاهیم قرآنی و مفاهیم مطرح در سایر آثار ادبی، فلسفی، اسطوره‌ای یا هنری جهان، به منظور غنی‌سازی معنایی و ایجاد افق‌های فکری جدید برای مخاطب فرهیخته.

**مثال عینی:** می‌توان فیلم‌نامه‌ای نوشت که تقابل مفهوم «رحمت الهی» در قرآن با مفهوم «عشق آگاهانه» در مسیحیت یا مفهوم «جبر و اختیار» در قرآن با دیدگاه‌های فلسفی غرب را بررسی کند. فیلم «در دنیای تو ساعت چند است؟» (ساخته صافی یزدانیان) نمونه‌ای از ایجاد دیالوگ فرهنگی است که می‌تواند الهام‌بخش باشد.

**توصیه‌های باید/نباید:**

**باید:** بر هر دو متن (قرآن و متن مقابل) تسلط عمیق داشته باشید تا گفت‌وگو سازنده و محترمانه باشد.

**باید:** اثر نهایی را به‌گونه‌ای بسازید که برای مخاطبی که با یکی از متون آشنا نیست نیز جذاب و قابل درک باشد.

**نباید:** به سمت نسبی‌گرایی مطلق نروید. موضع قرآن به‌عنوان متن مقدس باید محترم شمرده شود.

**نباید:** اثر را به یک مقاله تصویری پیچیده و نامفهوم برای عموم تبدیل نکنید.

#### ۵. چارچوب‌های اخلاقی-هنری: رعایت حریم قداست

**تعریف عملیاتی:** تدوین و رعایت یک دستورالعمل اخلاقی و فقهی در تمام مراحل تولید (از ایده تا پخش) که تضمین کند اثر هنری به حریم قداست پیامبران، ائمه و نص قرآن کریم بی‌احترامی نکرده و از تحریف مفاهیم پرهیز می‌کند.

**مثال عینی:** تشکیل «شورای مشورتی» متشکل از فیلم‌نامه‌نویسان، کارگردانان، عالمان دینی و مفسران قرآن در سازمان صداوسیما برای نظارت بر پروژه‌های بزرگ دینی. استفاده از

نمادپردازی (مانند درخت، نور، کبوتر) به جای نمایش مستقیم معجزات یا شخصیت‌های مقدس در انیمیشن‌های دینی.

### توصیه‌های باید/نباید

**باید:** از ابتدای پروژه، مشاوران دینی را در تیم تولید دخیل کنید.

**باید:** برای نمایش مفاهیم متعالی از زبان سینما (نمادپردازی، موسیقی، فضاسازی) استفاده هوشمندانه کنید.

**نباید:** تحت عنوان «خلاقیت هنری» به سمت بازنمایی‌های مبتذل یا خلاف شرع حرکت نکنید.

**نباید:** نظارت دینی را به معنای سانسور خلاقیت نبینید، بلکه آن را فرصتی برای عمق‌بخشی و صحت‌بخشی به اثر بدانید.

### جمع‌بندی نهایی

نقشه راه ارائه‌شده در این مقاله نشان می‌دهد که بازآفرینی متون دینی در عصر رسانه، نیازمند تلفیق «تعهد دینی»، «مهارت هنری» و «شناخت رسانه» است. این رویکردها جایگزین یکدیگر نیستند، بلکه می‌توانند به صورت ترکیبی در یک اثر واحد به کار گرفته شوند. موفقیت نهایی در گرو آن است که نهادهای متولی مانند صداوسیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و حوزه‌های علمیه با سرمایه‌گذاری بر روی آموزش نیروهای متخصص، ایجاد بانک ایده‌های قابل اقتباس از قرآن و تسهیل همکاری بین هنرمندان و عالمان دینی، بستر لازم برای خلق آثاری فاخر، اثرگذار و وفادار به متن مقدس را فراهم آورند. تنها در این صورت است که دین می‌تواند در فضای پرهیاهوی رسانه‌ای امروز، نه به‌عنوان یک مهمان ناخوانده، که به‌عنوان یک صدای حکیمانه و تأثیرگذار حضور یابد.

## محدودیت‌های پژوهش

این مطالعه با وجود کوشش برای پوشش جامع راهبردهای بازآفرینی متون دینی، با محدودیت‌هایی روبه‌رو بوده است. نخست، تمرکز بر مطالعات موجود به زبان‌های فارسی و انگلیسی و غلبه منابع نظری بر پژوهشی، امکان بهره‌گیری از تمامی پژوهش‌های مرتبط در دیگر زبان‌ها یا سنت‌های دینی را محدود ساخته است. دوم، ماهیت فراترکیب و اتکاء به مطالعات پیشین، امکان بررسی مستقیم واکنش مخاطبان به تولیدات رسانه‌ای را فراهم نکرده و فقدان داده‌های تجربی مخاطب‌شناسی به‌عنوان یک شکاف مهم قابل اشاره است. همچنین با توجه به کیفی بودن روش تحقیق، تعمیم‌پذیری یافته‌ها نیازمند مطالعات کمی و میدانی در بافت‌های مختلف فرهنگی است. این محدودیت‌ها لزوم انجام پژوهش‌های آینده با رویکرد ترکیبی، مطالعات تطبیقی بین فرهنگی و بررسی میدانی پاسخ مخاطب را پررنگ می‌سازد.

آذربایجان، مسعود؛ موسوی اصل، سید مهدی (۱۴۰۳). درآمدی بر روانشناسی دین. تهران: سمت. حسنائی، محمدرضا؛ شکرطلب، محسن (۱۳۹۸). داستانگویی تعاملی: مطالعه سهم مخاطب، مولف و روایت در انیمیشن‌های واقعیت مجازی. هنرهای نمایشی و موسیقی، ۲۴(۴): ۳۳-۴۲. <https://doi.org/10.22059/jfadram.2019.273214.615282>

رجب‌زاده طهماسبی، علی (۱۳۹۴). بازنمایی شیطان در رسانه ملی بر اساس آموزه‌های اسلامی (موردکاوی: سریال‌های اغما و او یک فرشته بود). مطالعات بین رشته‌ای در رسانه و فرهنگ (رسانه و فرهنگ)، ۵(۲): ۴۱-۵۶.

رجبی، وحید؛ ناظری، افسانه؛ خدابخشی، سمیرا (۱۴۰۲). دیدگاه‌های بینامتنیت در سینما، با ارجاعات ویژه به آثار کریستوا، بارت و جنی: یک مطالعه تطبیقی. تهران: سینمای آوانکا. زرنگار، احمد؛ همراز، ویدا (۱۴۰۰). شاخص‌های تولید نمایش نامه‌های قرآنی: شیوه‌های برداشت از شاخص‌های هنری قصه‌های قرآنی برای متون نمایشی. تهران: دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.

شرف‌الدین، سیدحسین؛ کرم‌الهی، نعمت‌الله؛ وحیدی فردوسی، علی (۱۳۹۷). تحلیل انتقادی روایت پیامبران در تلویزیون از منظر الگوی مفهومی اسوه‌پردازی دینی (مورد مطالعه: سریال یوسف پیامبر). مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۱۹(۴۳): ۱۶۵-۱۹۴. <https://doi.org/10.22083/scsj.2023.355748.1078>

عیسی‌زاده، عیسی (۱۳۹۹). قرآن و شاخص‌های اخلاقی مدیریت رسانه. مطالعات اخلاق کاربردی، ۱۰(۳۹): ۶۷-۸۵.

فروزان کمالی، آمنه؛ بلاوی، رسول (۱۳۹۸). کارکرد تکنیک‌های نورپردازی سینمایی در آیات قرآن کریم (با تمرکز بر صحنه‌های پس از مرگ). پژوهش‌های علم و دین، ۱۰(۲): ۱۵۵-۱۸۰. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). قدرت هویت: عصر اطلاعات - اقتصاد، جامعه و فرهنگ. ترجمه حسن چاوشیان. تهران: طرح نو.

ناصر، ناصر؛ شریف‌زاده، محمد رضا؛ ایرانمنش، محمد (۱۴۰۳). اصول تصویر سازی قرآنی در رسانه‌های مکتوب. دین و ارتباطات، ۳۱(۱): ۱۷۱-۲۰۸.

<https://doi.org/10.30497/rc.2024.246727.2058>

Abd Karim, N. K. B. (2015). The production culture of religious television: The case of the Islam Channel (Doctoral dissertation, University of Leeds).

- Afifah, A., Bakti, A. F., & Hamad, I. (2024). Ideology and power relations in Ice-Cold documentary film: An Islamic communication perspective. *Islamic Communication Journal*, 9(2), 223–244.
- Al-Azami, S. (2016). *Religion in the media: A linguistic analysis*. Palgrave Macmillan.
- Al-Hadabi, S. J. D. (2024). *Framing Short Film Practice in Oman (2000-2020): Context, Characteristics, Cultural Representation* (Doctoral dissertation, University of Leeds).
- Anandisya, N., & Wijayaputri, C. S. (2021). Cinematic space studies of Komplek Suster-Suster St. Fransiskus in Semarang.
- Ashour, H. A. A. F. I. (2025). Exploring the role of religious media in shaping public perceptions towards climate change in Egypt.
- Bal, M. (2017). *Narratology: Introduction to the theory of narrative* (4th ed.). University of Toronto Press.
- Bradbury, J. D., & Guadagno, R. E. (2020). Documentary narrative visualization: Features and modes of documentary film in narrative visualization. *Information Visualization*, 19(4), 339–352.
- Chiu, H.-Y., & Chu, W.-L. (2019). Analysis of the narrative types of “Metaphor” in animated short films. *Art and Design Review*, 7, 206–224.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2016). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Epley, N., & Gilovich, T. (2006). The anchoring-and-adjustment heuristic: Why the adjustments are insufficient. *Psychological Science*, 17(4), 311–318.
- Evolvi, G. (2021). Religion, new media, and digital culture. In *Oxford research encyclopedia of religion*.
- Fischer-Nielsen, P. (2012). The internet mediatization of religion and church. In *Mediatization and religion: Nordic perspectives* (pp. 45–61).
- Fitria, N., & Rachman, R. F. (2024). Islamic values in the media (critical discourse analysis of the film *Hati Suhita*). *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 12(1), 66–75.
- Genette, G. (1980). *Narrative discourse: An essay in method*. Cornell University Press.
- Hall, D., Kołodziejska, M., & Radde-Antweiler, K. (2023). *Minority churches as media settlers: Negotiating deep mediatization*. Taylor & Francis.
- Hermawan, Y. J., Sutrisno, S., Neolaka, A., & Putrawan, B. K. (2024). Application of digital media in Christian religion education learning in the new normal era post pandemic Covid-19. *MAHABBAH: Journal of Religion and Education*, 4(1), 33–53.

Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 6(1), 9–26.

Hjarvard, S. (2012). Three forms of mediatized religion. In *Mediatization and religion: Nordic perspectives* (pp. 21–44).

Hjarvard, S. (2016). Mediatization and the changing authority of religion. *Media, Culture & Society*, 38(1), 8–17.

Hodøl, H. O. (2021). What a friend we have in Facebook: Norwegian Christian churches' use of social media. *Journal of Media and Religion*, 20(3), 123–142.

Isetti, G., De Rachewiltz, M., & Pechlaner, H. (2025). The new normal in pastoral care: The enduring legacy of media appropriation in the post-pandemic Roman Catholic Church. *Religions*, 16(1), 90.

Kansteiner, W. (2018). History, memory, and film: A love/hate triangle. *Memory Studies*, 11(2), 131–136.

Kennedy, M. C. (2023). Christianity and the mass media. In *The handbook on religion and communication* (pp. 69–82).

Knoblauch, H. (2014). Benedict in Berlin: The mediatization of religion. In *Mediatized worlds: Culture and society in a media age* (pp. 143–158). Palgrave Macmillan UK.

Lähdesmäki, T., & Saresma, T. (2016). Emotive strategies and affective tactics in The Islam Night television show. *Discourse, Power and Society*.

Lin, Y., Ni, X., & Xiang, S. (2023). Structuralist characteristics of non-linear narrative in the film *Babel*. In *Proceedings of the 2nd International Conference on Interdisciplinary Humanities and Communication Studies* (pp. 161–163).

Lundby, K., & Evolvi, G. (2021). Theoretical frameworks for approaching religion and new media. In *Digital religion* (pp. 233–249). Routledge.

Mohd Azmi, N. W., & Jubri Shamsuddin, M. M. (2024). The criteria of actor and actress selection in Islamic film: An analytical study. *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporer*, 25(1).

Owie, A. A. (2024). Film: Da'wah method opportunities. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 23(2), 50–66.

Pavličková, T. (2024). The understood author: A hermeneutical exploration of audiences interpretation of the author as productive practices behind a text.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 123–205.

Qi, Y. (2024). Propaganda in focus: Decoding the media strategy of ISIS. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1–12.

Simmons, J. P., LeBoeuf, R. A., & Nelson, L. D. (2010). The effect of accuracy motivation on anchoring and adjustment: Do people adjust from provided anchors? *Journal of Personality and Social Psychology*, 99(6), 917–932.

