



فصل نامه تخصصی فرهنگ عمومی
زمستان ۱۴۰۳



یک سلام متفاوت از شماره جدید رسان

فاطمه خوش نما؛ روزنامه نگار شما استاد گرامی این شماره از نشریه رسان را به شکل جدیدی می بینید که پیشاپیش تیم تحریریه رسان امیدوار است از این سروشکل متفاوت نشریه خوش تان آمده باشد.

تیم تحریریه رسان به علت طراحی و ایده پردازی جدید برای محتوا و ظاهر نشریه به هدف جذاب تر شدن محتوا و جذابیت بصری مشغول بررسی و طراحی شماره جدید نشریه بود.

آنچه اکنون در مقابل خود می بینید با همه کاستی ها و کمبود ها، نتیجه تلاش این تیم است. که قطعاً نظرات و پیشنهادات شما اساتید محترم و بزرگوار قطعاً در پیشرفت نشریه رسان نقش بی بدیلی خواهد داشت.

ما در این شماره تلاش کرده ایم به صورت انتخاب شده و مفید موضوعاتی را برای اساتید محترم جمع آوری کنیم که وبه آن ها بپردازیم که کاربردی باشد و در شناخت ذهن و افکار نوجوانان و جوانان ایرانی اثرگذار تر باشد.

در همین راستا از بهترین اساتید و پژوهشگران هر حوزه که بر آن موضوع اشراف کامل داشته اند کمک گرفته ایم.

امید که محتوای متفاوت و ظاهر جدید نشریه رسان مورد توجه مخاطبان محترم نشریه واقع شود که همه هدف تیم تحریریه چیزی جز این نبوده و نیست.

اولویت مادر این شماره از سری جدید نشریه رسان آشنایی با ادبیات و اصطلاحات امروزی جوانان بود و چرایی این مساله را نیز در یک مقاله مبسوط توسط کارشناس محترم بررسی کرده ایم.

در ادامه به بررسی مفصل بستربازی های دیجیتال که اغلب جوانان امروزی را درگیر خود کرده است پرداختیم و برخی اصطلاحات ویژه این حوزه را نیز توضیح داده ایم.

همین طور در چند مطلب دیگری بررسی مانگا ها و موسیقی کره ای و نحوه استراتژی اثرگذاری این موارد بر فرهنگ و سبک زندگی نسل جدید نیز بررسی شده است.

از طرفی برای آگاهی اساتید محترم از بازار سینما، اخبار فرهنگی و فیلم های روی پرده جمع آوری و بررسی شد که نتیجه موضوع جذابی برای خواندن از کار درآمد.

به هر حال امیدواریم مطالب این شماره از رسان برای مخاطبین محترم کارآمد و مفید باشد.



نسل زد با چه زبانی حرف می زند؟



زِد یا ضد؟ زبان شناسی نوجوان عصر جدید

نسل زد باچه زبانی حرف می زنند؟

زمانی که مفاهیم برقرار نشود، افراد ناگزیر بایبش فرض ها، پیش داوری ها، سوگیری ها و برچسب زنی های کلیشه ای نسل جدید را تحلیل می کنند. چنین رویکردی اغلب به تقلیل گرایی می انجامد و تصویری ناقص از این نسل ارائه می دهد. بنابراین، پیش از هرگونه تحلیل یا تجویز، ضروری است ابتدا دریابیم که این نسل واقعا چه «می گوید» و چگونه می توان با زبان و نگاه او ارتباط برقرار کرد.

زبان نسل زد: رمزگشایی از کلمات و فرهنگ

این زبان و گفتار جدید از چند منظر قابل بررسی است. زبان تنها واژگان نیست؛ بلکه مجموعه ای از رمزها، نشانه ها، و شیوه های بیانی است که هویت این نسل را شکل می دهد. ۱. مفاهیم قدیمی، اصطلاحات جدید بخشی از ادبیات فراگیر میان نوجوانان هاد حقیقت الفاظ جایگزین برای همان اصطلاحاتی است که نسل قبل به کار می برده است، اما با زبانی نو و خلاقانه بیان می شود. برای مثال:

- **سوپر:** در زبان انگلیسی به معنای هوشیار یا جدی است، اما در گفتار نسل زی ایرانی به جای کلمه «بچه مثبت» یا «خرخون» استفاده می شود.
- **دراما:** به جای کلمه «حاشیه» برای توصیف موقعیت هایی پرتنش یا پرماجرا به کار می رود.
- **بدفاز شدن:** اصطلاحی برای اشاره به دلخوری یا تغییر حالتی ناخوشایند.

حسین حق پناه: دریکی از خیابان های



شلوغ شهر، گروهی از نوجوانان بایونیفرم مدرسه در حال قدم زدن هستند. صدای خنده و شوخی شان از دور شنیده می شود. یکی می گوید: «ترند جدید اینستا رو دیدی؟ گنگش خیلی بالا بود!» دیگری می خندد و پاسخ می دهد: «نه بابا، اتفاقاً وایب سوپر ها رو می داد!» عابرانی که از کنارشان رد می شوند، با تعجب به آن ها نگاه می کنند؛ برخی لبخند می زنند و برخی دیگر سر تکان می دهند. پیرمردی که در حال عبور است، به دوستش می گوید: «این ها اصلاً فارسی حرف می زنند یا زبان دیگری است؟»

این صحنه، شاید برای بسیاری از ما آشنا باشد؛ لحظه ای که دره ای عمیق در مفاهیم و ارتباط بین خودمان و نسل جدید احساس می کنیم. اما آیا واقعاً این زبان متفاوت، نشانه شکاف نسلی است؟ آیا این تفاوت فقط در ظاهر زبان است یا به لایه های عمیق تری از هویت و فرهنگ این نسل مربوط می شود؟

ایکس، ایگرگ وزد! اصطلاح «نسل زی یازد» نخستین بار در ادبیات جامعه شناسی غرب به کار رفت و به متولدان اوایل دهه ۱۹۹۰ تا اوایل دهه ۲۰۱۰ میلادی اطلاق شد. نام گذاری این نسل به عنوان «زد» در ادامه روندی بود که از نسل های قبل آغاز شده بود. پیش از نسل زی، نسل «ایکس» (متولدان اوایل دهه ۱۹۶۰ تا اوایل دهه ۱۹۸۰) و نسل «وای» (یاهمان «هزاره» متولدان اواسط دهه ۱۹۸۰ تا اوایل دهه ۱۹۹۰) وجود داشتند. هر یک از این نام گذاری ها بازتابی از شرایط تاریخی و فرهنگی زمان خود بودند.

نسل ایکس در ایالات متحده به عنوان نسلی شناخته می شد که پس از دوران انفجار جمعیتی نسل بیبی بومر (متولدان پس از جنگ جهانی دوم) شکل گرفت. این نسل به دلیل ناشناخته و غیر قابل پیش بینی بودنش به «ایکس» نام گذاری شد؛ حرف ایکس که در ریاضیات و علوم نماد چیزهای مجهول است، بازتابی از ویژگی متفاوت و غیر سنتی این نسل بود. این نسل با افزایش فردگرایی، تغییرات فرهنگی دهه ۱۹۷۰، و تحولات اقتصادی دهه ۱۹۸۰ شناخته می شد.

در ادامه، نسل وای پایه عرصه گذاشتند؛ نسلی که با ظهور اینترنت، جهانی شدن، و گسترش ارتباطات دیجیتال شکل گرفت. پس از آن، طبیعی بود که به دنبال ایکس و ایگرگ، نسل زد نام گذاری شود. حرف «زی یازد»، به عنوان آخرین حرف الفبای لاتین، نمادی از پایان و آغاز جدید است. نسل زد، نسلی است که از بدو تولد در دنیایی دیجیتال و متصل به اینترنت زندگی کرده است؛ دنیایی که در آن مرزهای سنتی فرهنگی و اجتماعی کم رنگ شده اند و افراد شهروندان جامعه ای مجازی، دیجیتال و فرامرزی هستند.

وناگهان «ضد» در ایران!

در ایران، مفهوم نسل زد به طور خاص پس از ناآرامی ها و وقایع سال های ۱۳۹۸ و ۱۴۰۱ برجسته شد. در این دوره، نوجوانان و جوانان نقش آفرینی جدی تری در تحولات اجتماعی ایفا کردند که باعث شد توجه فضای نخبگانی و ژورنالیستی به این نسل جلب شود.

در تحلیل های اولیه تمایلی از سوی روشنفکران و برخی مسئولین و تحلیل گران وجود داشت که نسل جدید را منقطع و منفک مخالف ارزش ها و آرمان های نسل قبل نشان دهند و همین تفسیر به سوء تفاهمی زبانی هم دامن زد! در مصاحبه ها، سخنرانی ها و حتی مقالات و جستارها میان «زد» و «ضد» کژتابی ایجاد شد.

به طوری که برخی این نسل را به اشتباه «ضد» همه ساختارها تفسیر کردند. این برداشت، نسلی که در واقع هویتی متکثر، متنوع و چند بعدی داشت و تازه در پی ابراز و بیان ارزش ها و نظرات خود بود را در نگاه عمومی به شکل گروهی معترض و ساختارشکن نمایان ساخت.

شاید مهم ترین دلیل سوء تفاهم ها و برداشت های ناقص، نبود هم زبانی و درک مشترک میان نسل جدید و قدیم باشد.

بر خلاف سلبریتی‌ها که انسان‌هایی با سویه‌های تاریک و روشن هستند؛ تصویر رسانه‌ای آیدل هاجنان مدیریت می‌شود که گویی هیچ لکه سیاهی در کارنامه ندارند و معصوم هستند.

این اصطلاحات بیانگر آن‌اند که هویت مدرن، با تأثیر از مفاهیم پسامدرن، زبانی جدید و منعطف را برای توصیف روابط و نقش‌های اجتماعی ایجاد کرده است. نسل‌زی با این زبان، هم به دنبال فهم و تعریف جایگاه خود در جهان است و هم به بازسازی الگوهای سنتی روابط می‌پردازد.

ریشه‌یابی تغییرات ادبیات نسل جدید

تحولات زبانی نسل نو را می‌توان نتیجه‌ی تعامل عوامل مختلف فرهنگی، اجتماعی، و تکنولوژیک دانست. این تغییرات بازتاب‌دهنده‌ی تحولات عمیقی هستند که در ساختارهای اجتماعی و شرایط زیستی این نسل رخ داده است:

۱. زیست‌بومی در دنیای دیجیتال
نسل جدید در محیطی رشد کرده است که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی بخش جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره‌اند. چنان که مارک پرنسکی آن‌ها را «بومیان دیجیتال» نامیده است. یعنی ما با نوجوانانی طرف هستیم که حتی یک روز هم بدون اینترنت یا گوشی هوشمند زندگی نکرده‌اند. بنابراین، به واسطه‌ی ارتباط دائمی با رسانه‌ها و پلتفرم‌های دیجیتال، اصطلاحاتی را وارد زبان روزمره کرده که بازتاب‌دهنده فرهنگ مجازی‌اند. اصطلاحاتی نظیر «میم»، «وایرال» و «ترند» نمونه‌هایی از این تأثیر هستند که ریشه در تعاملات دیجیتال و مصرف‌گسترده محتوای آنلاین دارند.

۲. ارتباطات و فرهنگ جهانی شده
جهانی شدن ارتباطات و تأثیر گسترده فرهنگ آمریکایی بر سبک زندگی دنیای مجازی نسل جدید نیز باعث ورود اصطلاحاتی شده است که اغلب لاتین هستند و البته به روابط و موقعیت‌هایی کاملاً متفاوت از زندگی سنتی و بومی مرتبط‌اند. واژه‌گانی مانند «کراش» یا «سیچوئیشن شپ» (دراما کوئین) یا «ردفلگ» که به موقعیت‌های خاص و پیچیده در روابط اشاره دارند، نشانه‌هایی از همین موضوع هستند که همگی هم انگلیسی هستند و هم مرتبط با روابط عاطفی و اجتماعی.

۳. هویت‌یابی و تمایز نسلی
این طبیعی است که هر نسل برای ایجاد تمایز با گذشتگان خود به بازی‌های زبانی و خلق کلمات جدید روی بیاورد. نسل جدید نیز از زبان به عنوان ابزاری برای هویت‌یابی استفاده می‌کند و این امکان را پدید می‌آورد که دیدگاه‌ها و تجربیات خود را به شیوه‌ای متمایز بیان کند. این زبان جدید نه تنها به آن‌ها کمک می‌کند که به سبک زندگی منحصر به فرد خود وفادار بمانند، بلکه باعث می‌شود تنها افرادی که به فرهنگ و ارزش‌های مشترک با آن‌ها نزدیک هستند، این زبان را درک کرده و ارتباطی معنا دار برقرار کنند.

۴. سرعت و شتاب زندگی مدرن
زندگی مدرن با سرعت بالای تغییرات، به زبانی مختصر و خلاق نیاز دارد. نسل‌زی برای همراهی با این شتاب، از اصطلاحاتی استفاده می‌کند که سریعاً مفهوم را منتقل کنند و بافت پیچیده‌ی زندگی امروزی را منعکس کنند. واژه‌گانی مانند «بدفاز شدن» یا «سم»، بیانگر این نیاز به انتقال سریع و خلاقانه احساسات و موقعیت‌ها هستند.

زبان: بازتاب هویت نسلی در حال تغییر
آنچه در کوچه و خیابان یا در فضای مجازی از نسل جدید می‌شنویم اولین و سطحی‌ترین دسترسی ما برای ارتباط و درک آنهاست. بنابراین به جای ترس، نفی یا تحقیر لازم است به فهم و تحلیل ادبیات بومیان دیجیتال همت بگذاریم. این زبان نه تنها ابزاری برای ارتباط روزمره، بلکه وسیله‌ای برای بیان هویت، خلق تمایز و درک دنیای پیچیده‌ای است که با سرعت در حال تغییر است.

پس شاید دفعه بعدی که با جمعی از نوجوان‌ها روبرو شدیم بدنباشد که بهشان بگوییم: «گنگتون خیلی بالاست!»، این گونه متوجه می‌شوند که ما آن قدرها هم «سوبر» نیستیم! 📱

• **سم و اسید:** واژه‌هایی که به جای «خز و خیل» استفاده می‌شوند و معمولاً برای اشاره به افراد با رفتارهایی که بیش از حد اگراق آمیز یا ناخوشایند به نظر می‌رسند، به کار می‌روند. این نمونه‌ها نشان می‌دهند که نسل‌زی چگونه زبان خود را با بازآفرینی اصطلاحات قدیمی به شکلی تازه و معنادار گسترش داده است.

۲. زیست مجازی، ادبیات واقعی
زیست دیجیتال نسل جدید، ادبیات و واژه‌گان خاصی را به همراه آورده است که در ابتدا اصطلاحات تخصصی مرتبط با فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی و دنیای بازی‌های کامپیوتری بوده است و سپس به مکالمات روزمره نوجوانان راه پیدا کرده است.

برای مثال:
• **نوب:** اصطلاحی که از دنیای بازی‌های ویدیویی آمده و به معنای «تازه‌کار» است. در ایران، این کلمه گاه به عنوان یک اصطلاح طنز یا حتی کنایه آمیز برای اشاره به کسی که مهارت کافی ندارد، به کار می‌رود.

• **میم:** محتواهای طنز آمیزی که در فضای مجازی دست به دست می‌شوند و به سرعت محبوبیت پیدا می‌کنند. میم‌ها معمولاً به موضوعات اجتماعی، سیاسی، یا رویدادهای روز و واکنش‌نشان می‌دهند و در قالب تصاویر، ویدئوهای کوتاه، یا متن‌های خلاقانه ارائه می‌شوند. موقعیت استفاده از این اصطلاح بیشتر در بحث‌هایی مرتبط با شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی است، جایی که کاربران با اشتراک‌گذاری گسترده، آن‌ها را به یک جریان فرهنگی تبدیل می‌کنند.

• **ترند:** اصطلاحی که به جریان یا موضوعی اشاره دارد که در یک بازه زمانی کوتاه در شبکه‌های اجتماعی یا فضای مجازی بسیار مورد توجه قرار می‌گیرد و محبوب می‌شود. موقعیت استفاده از این اصطلاح معمولاً برای توصیف موضوعاتی است که افراد بسیاری درباره آن صحبت می‌کنند یا در آن مشارکت می‌کنند، مانند یک موضوع خبری، ویدئوی وایرال، یا حتی یک چالش جمعی.

این اصطلاحات نه تنها بازتاب‌دهنده فرهنگ دیجیتال‌اند، بلکه به سرعت در میان گروه‌های مختلف این نسل گسترش می‌یابند.

۳. هویت مدرن، مفاهیم پسامدرن
زندگی در عصر جدید فرصتی بی‌سابقه برای شکل‌گیری نقش‌ها و ارتباطات فردی، اجتماعی، و مجازی فراهم کرده است. این فرصت‌ها، که اغلب پیچیدگی‌هایی نیز به همراه دارند، زبان و ادبیات تازه‌ای را برای نسل‌زی ایجاد کرده‌اند. نسل‌زی، در واکنش به شرایط پیویای زندگی مدرن، اصطلاحاتی را توسعه داده است که بازتاب‌دهنده هویت‌های چندلایه و روابط متنوع آن‌هاست. برای مثال:
• **کراش:** علاقه عاطفی یا احساسی یک طرفه که غالباً جنبه غیررسمی دارد. این اصطلاح به بخشی از ادبیات عمومی برای بیان احساسات عاشقانه تبدیل شده است که پیش‌تر شاید تنها در قالب اشعار یا در دل دفتر خاطرات نوجوانان بیان می‌شد.

• **سیچوئیشن شیب:** نوعی رابطه که در مرز میان آشنایی، دوستی و عشق قرار دارد، اما فاقد تعریف روشن و مشخص است. این اصطلاح به ویژه در عصر دیجیتال، که روابط به شدت سیال و پیچیده شده‌اند و دیگر قواعد هنجاری و شرعی و قانونی سابق چندان آن را تنظیم نمی‌کنند، رواج یافته است.

• **فن:** اصطلاحی که برای توصیف فردی استفاده می‌شود که علاقه یا وابستگی شدیدی به یک شخص، گروه، یا محتوای خاص دارد. این واژه از فرهنگ طرفداری و دنیای سرگرمی سرچشمه گرفته است و در میان نسل‌زی، به ویژه در زمینه موسیقی، سینما، یا حتی محتوای دیجیتال، کاربرد دارد. فن‌ها اغلب خود را به عنوان بخشی از یک جامعه بزرگ‌تر تعریف می‌کنند و از طریق شبکه‌های اجتماعی با دیگر طرفداران تعامل دارند.

• **آیدل:** به معنای «بت» یا «الگو»، این واژه برای اشاره به چهره‌های مشهوری استفاده می‌شود که در نظر هواداران نمادی چون وچرای موفقیت، خلاقیت، یا زیبایی هستند.



«مینافرقانی: در روزهای پایانی دی ماه ۱۴۰۳، سینمای

ایران با آثار متنوعی در حال اکران است. فیلم‌هایی همچون «استاد»، «آغوش باز»، «روشن»، «نبودنت» و «شه‌سوار»، در کنار آثار موفق کمدی و اجتماعی، تماشاگران بسیاری را به سالن‌های سینما جذب کرده‌اند.

برخی از این فیلم‌ها که قبلاً در جشنواره فیلم فجر به نمایش درآمده بودند، اکنون وارد چرخه اکران عمومی شده‌اند و به رکورد‌های فروش قابل توجهی دست یافته‌اند. به علاوه، سینمای کودک و نوجوان نیز با انیمیشن‌های موفق مانند «بیعی قهرمان» و «شنگول و منگول» در حال درخشش است.

هم‌زمان با این تحولات سینمایی، انتقادات جدی نسبت به روند‌های فرهنگی در شبکه‌های خانگی و پلتفرم‌های VOD نیز مطرح شده است. حواشی تبلیغات و محتوای برخی برنامه‌ها، نظیر سریال‌های پراسیب و پخش تبلیغات پرهزینه، نگرانی‌هایی درباره کیفیت و رسالت رسانه‌ها ایجاد کرده است.

همچنین، جنجال‌های پیرامون حمایت‌های مالی کلان بنیاد مستضعفان از برنامه‌های جنجالی، نگاه‌ها را به نحوه هزینه‌کرد منابع این نهاد معطوف کرده است. این تحولات نشان از تغییرات قابل توجه در عرصه سینما و تلویزیون ایران دارد.

امادر کنار تمام این‌ها بنیاد «مکتب حاج قاسم» با نمایش میدانی «ساعز» سبد فرهنگی خانواده‌ها را غنی کرده و جنگ ۳۳ روزه لبنان را در منطقه عباس‌آباد و با حضور بازیگران ایرانی و لبنانی به نمایش درآورده است. در این گزارش خلاصه‌ای از مهم‌ترین اتفاقات فرهنگی اخیر کشورمان را بر تمرکز بر موضوع فیلم و سریال مطالعه می‌کنید.

چه فیلم‌هایی روی پرده هستند؟

فیلم‌های روی پرده و در حال اکران در دهه آخر دی ماه امسال، عبارتند از: استاد، آغوش باز، روشن، نبودنت، شه‌سوار، شبگرد، تعارض، سه جلد، قلب رقه، ماهور، شهر گربه‌ها ۲، خائن‌کشی، باغ کیانوش، بیعی قهرمان، شنگول و منگول، معجزه پروین، برف آخر، ساعت جادویی، صبحانه با زرافه‌ها، زودپیر، علت مرگ نامعلوم، هفتادسی، عزیز، آریا شهر دونفر.

به طور کلی ۱۲ فیلم از لیست بالا فیلم‌هایی هستند که طی ۳ سال اخیر در جشنواره فیلم فجر اکران شده‌اند و حالا به اکران عمومی در سینماهای کشور رسیده‌اند.

در هفته سوم دی ماه ۱۴۰۳ سینما ۳۴ میلیارد تومان درآمد داشته است. پرفروش‌ترین فیلم‌های این هفته هم مثل هفته قبل، به ترتیب «هفتادسی»، «آریا شهر دو نفر»، «صبحانه با زرافه‌ها»، «زودپیر» و «باغ کیانوش» بوده‌اند. اختلاف فروش اولین فیلم بادومی ۱۶ میلیارد تومان بوده که رقم بالایی محسوب می‌شود.

هر کدام از فیلم‌ها چقدر فروخته‌اند؟

طبق آمار منتشر شده از فروش فیلم‌های در حال اکران، تا ۲۰ دی ماه «تگزاس ۳» با فروش ۲۴۹ میلیارد و ۱۲۲ میلیون تومانی طی ۲۱۳ روز اکران، رکورد دار فروش بوده است. بعد از آن «زودپیر» با ۲۱۴ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان، «هفتادسی» با ۲۰۸ میلیارد تومان، «صبحانه با زرافه‌ها» با ۱۰۵ میلیارد تومان، «بیعی قهرمان» با ۶۱ میلیارد تومان، «باغ کیانوش» با ۲ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان، «آریا شهر دونفر» با ۱۵۵ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان، «شنگول و منگول» با ۱۳ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان، «علت مرگ نامعلوم» با ۱۱ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان، «معجزه پروین» با ۱ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان، «برف آخر» با ۹۰۰ میلیون تومان، «عزیز» با ۵۶۵ میلیون تومان، «سه جلد» با ۵۰۴ میلیون تومان، «خائن‌کشی» با ۳۳۳ میلیون تومان، «نبودنت» با ۳۱۰ میلیون تومان، «آنها مرا دوست داشتند» با ۲۹۴ میلیون تومان، «شبگرد» با ۲۳ میلیون تومان، «لختگی» با ۹۷ میلیون تومان، «نفرین آرتا» با ۴۱ میلیون تومان و «تعارض» با ۴۰ میلیون تومان فروش در رتبه‌های بعدی فروش سینما قرار دارند.

اگرچه این روزها فیلم‌های کمدی به گیشه‌ها جان دوباره داده‌اند و رکورد دار فروش هستند، اما حضور ۴ فیلم اجتماعی



سینمای ایران؛ از اکران‌های پرونق تا دل‌سردی‌های فرهنگی

این فیلم که براساس ماجرای واقعی کتابی با همین نام، ساخته شده یک داستان اجتماعی مناسب نوجوانان است که البته به خاطر فضای نوستالژیک دهه شصت، بزرگترها را هم کاملاً با خود همراه می‌کند.

«باغ کیانوش» با فروش بیش از ۲ میلیارد تومانی جزو ۱۰ فیلم پرفروش دی ماه بوده است.

۳ اثر بعدی انیمیشن سینمایی هستند که هر کدام در فضای داستانی خاصی مخاطب را با خود همراه می‌کنند.

مانور مستانی انیمیشن‌های سینمایی و استقبال کوچولوها

«ساعت جادویی» را می‌توان در گونه فانتزی و تاریخی دسته‌بندی کرد که ماجرای پسر بچه‌ای است که با یک ساعت جادویی در زمان سفر می‌کند و شاهد وقوع یک ماجرای ملی مذهبی در تاریخ معاصر کشورمان می‌شود. اکران این انیمیشن از ۱۹ دی ماه آغاز شده و در ۳ روز اول با ۶۶۸ میلیون و ۸۵۴ هزار تومان، فروش نسبتاً خوبی داشته است.

«بیعی قهرمان» که کمپین تبلیغاتی گسترده‌ای داشت، توانست با یک میلیون و ۵۰۰ هزار مخاطب به فروش ۶۱ میلیارد تومانی برسد. البته از همان اکران در جشنواره فیلم فجر، انتقاداتی ظرفی متوجه این انیمیشن بود که بنا بر پاسخ‌های سازندگان، انتظار می‌رفت در اکران عمومی

«عزیز»، «برف آخر»، «تعارض» و «علت مرگ نامعلوم» روی پرده سینما، که راوی دغدغه‌های انسانی، اجتماعی و اخلاقی هستند، می‌تواند برای آینده سینما و تنوع ژانر امیدبخش باشد.

تمرکز بر آثار کمدی و اختصاص ناعادلانه سالن‌ها و اکران‌ها به آنها، فرصت ظهور و بروز را از ژانرهای دیگر می‌گیرد و با بی‌توجهی به علاقه‌مندان دیگر ژانرها باعث از دست رفتن بخش زیادی از تماشاگران سینما خواهد شد.

سه‌م کودکان و نوجوانان از سینمای امروز چقدر است؟

اما شاید بتوان گفت حال و هوای سینمای کودک و نوجوان این روزها نسبت به همیشه بهتر است. چون از بین ۲۴ فیلم در حال اکران، ۴ فیلم مخصوص این رده سنی هستند. از بین ۱۰ فیلم پرفروش هفته ۴ فیلم کودک و نوجوان، ۴ فیلم کمدی و ۲ فیلم درام و زندگی‌نامه است، که نشان می‌دهد کودکان و نوجوانان از تولیدات سینمایی مخصوص رده سنی خودشان استقبال می‌کنند. سینماهای کشور در دی ماه امسال با «باغ کیانوش»، «ساعت جادویی»، «بیعی قهرمان» و «شنگول و منگول» میزبان کودکان و نوجوانان هستند. «باغ کیانوش» ماجرای جذاب و پرکشش از ترس، کنجکاو، خیال‌پردازی، رقابت و رفاقت چند کودک رانقل می‌کند که قرار است روستایشان را از خطر بمباران عراق نجات بدهند.

اصلاح شود؛ اما این اتفاق نیفتاد. از جمله اینکه کتاب راهنما و الگوی قهرمان قصه، با خطی شبیه به خط عبری نوشته شده بود. یا اینکه شخصیت پلیس که «مامان گاوه» خطاب می‌شود، بیشتر شبیه خوک است و صدایی تقریباً مردانه دارد. به طوری که اگر «خانم» خطاب نشود، می‌تواند «بابا گاوه» هم باشد!

این‌ها جزئیاتی است که در سایه تغییرات جهانی، به طور طبیعی بزرگترها حساسیت بیشتری نسبت به آنها نشان می‌دهند.

اما انیمیشن «شنگول و منگول» که اقتباسی آزاد از داستان معروف «شنگول و منگول و حبه انگور» کودکی‌های بسیاری از ماست، در «سی و ششمین جشنواره فیلم‌های کودکان و نوجوانان اصفهان» بسیار مورد توجه قرار گرفت.

با این حال عده‌ای از کارشناسان معتقدند این اثر به دلیل برخی مفاهیم و شوخی‌ها، مناسب رده سنی کودک نیست و طبیعتاً به دلیل داستان کودکان، از رده سنی بزرگسالان هم سهم‌چندانی از مخاطب نخواهد داشت.

بسیاری از مخاطبان شباهت زیادی بین فضای این اثر با انیمیشن «پاندای کونگ فوکار» احساس می‌کنند. حتی بعضی از شخصیت‌ها گویی بالهام از این انیمیشن ساخته و پرداخته شده‌اند.

اما با تمام این اوصاف، ساخت حرفه‌ای و نیز حضور افراد مطرح سینما و تلویزیون در قامت صدایشان اثر، مخاطبان

مسابقه چهل و سومین جشنواره فیلم فجر اعلام شد. بنا بر اخبار منتشرشده، ۹۲ فیلم به دبیرخانه ارسال شده که از میان آنها ۳۳ فیلم و ۴ انیمیشن به بخش مسابقه راه یافته‌اند. جشنواره فجر امسال همچنین میزبان ۱۳ کارگردان فیلم‌اولی نیز هست.

«پسر دلفینی ۲»، «افسانه سپهر»، «زال و رودابه» و «ژولیت و شاه» انیمیشن‌هایی هستند که در جشنواره فیلم فجر ۱۴۰۳ اکران خواهند شد.

«۱۹۶۸»، «آبستن»، «آنتیک»، «اسفند»، «اشک خون»، «بازی خونین»، «بازی روبکش»، «بچه مردم»، «پیشمرگ»، «تاکسیدرمی»، «ترک عمیق»، «چشم بادومی»، «خانی»، «خدای جنگ»، «داد»، «دست تنها»، «رها»، «زمانی در ابدیت»، «زیبا صدایم کن»، «سون سوز»، «شاه نقش»، «شمال از جنوب غربی»، «شوهرستاره»، «صدام»، «صیاد»، «فریاد»، «کفایت مذاکرات»، «گوزن‌های اتوبان»، «لولی»، «ماریا»، «مرد آرام»، «موسی کلیم‌الله» و «ناتوردشت» نیز ۳۳ فیلم بخش مسابقه هستند.

«ابراهیم حاتمی‌کیا» به عنوان یکی از اثرگذارترین کارگردانان سینمای ایران، امسال با فیلم «موسی کلیم‌الله» در جشنواره حضور خواهد داشت. او با دریافت ۵ سیمرغ بلورین بهترین فیلم، رکورد دار این جایزه در جشنواره فیلم فجر است. آثار حاتمی‌کیا همواره نمادهایی از تعهد، ایمان، هنر و نگاه ملی در سینمای ایران داشته‌اند.

به نظر می‌رسد جشنواره فجر امسال با حضور چند کارگردان نسل اولی، روزهای جذاب و هیجان‌انگیزی را پیش رو خواهد داشت.

ذبح منابع بنیاد مستضعفان پای محتوای سخیف نمایش خانگی

بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی که با هدف محرومیت‌زدایی و حمایت از مستضعفان تأسیس شده، این روزها با انتقادات جدی درباره نحوه هزینه‌کرد منابع خود مواجه است. تازه‌ترین جنجال‌ها مربوط به حمایت مالی کلان این بنیاد از برنامه «جوکر ۲» در شبکه نمایش خانگی است. تصمیمی که از سوی کارشناسان و برخی نمایندگان مجلس، انحراف آشکار از مأموریت‌های اصلی این نهاد انقلابی دانسته شده است.

طبق گزارش‌ها، بنیاد مستضعفان از طریق شرکت‌های زیرمجموعه خود، حدود ۷۰ میلیارد تومان برای تبلیغات پنهان در برنامه «جوکر ۲» هزینه کرده است. برای نمونه، هر تیزر تبلیغاتی ۲۰ ثانیه‌ای این شرکت‌ها، ۵۰۰ میلیون تومان آب خورده است.

از آن گذشته، از زمان پخش «جوکر ۲» موجی از انتقادهایه محتوای این برنامه شکل گرفته است. صحنه‌های مکرر رقص، شوخی‌های جنسی، ارجاعات اروتیک و محتوای دوراز شأن عمومی، اعتراضات گسترده‌ای رادری داشته است.

این اعتراض‌ها به ویژه درباره قسمت‌های مربوط به حضور بانوان، شدیدتر بوده و بسیاری از منتقدان آن را مغایر با فرهنگ ایرانی اسلامی دانسته‌اند.

«عباس گودرزی» سخنگوی هیأت رئیسه مجلس، در تذکری علنی گفت «مدیران بنیاد مستضعفان باید پاسخ دهند که با چه مجوزی منابع بیت‌المال و پولی را که باید صرف محرومیت‌زدایی و توسعه اقتصاد کشور شود، خرج تولید محتواهای بی‌هوده و ضد فرهنگ می‌کنند؟ شبکه نمایش خانگی به قدر کافی با مشکلات اخلاقی و فرهنگی مواجه است. شما لطفاً به این انحطاط کمک نکنید. اولویت شما باید پرداخت حقوق کارگران کارخانه‌های تحت مدیریت خود و تقویت تولید ملی باشد، نه هدررفت دارایی و سرمایه عمومی.»

در حالی که بنیاد مستضعفان با انتقادات شدید از سوی کارشناسان، نمایندگان مجلس و مردم روبه‌رو است، این پرسش جدی نیز مطرح است که آیا حمایت از برنامه‌هایی با محتوای جنجالی، اولویت واقعی این نهاد است؟ منتقدان تأکید دارند که منابع بیت‌المال باید در راستای رسالت اصلی این بنیاد، یعنی محرومیت‌زدایی و حمایت از تولید ملی، به کار گرفته شود؛ نه تبلیغاتی که تنها به سود شرکت‌های خاص و جنجال‌های فرهنگی منجر می‌شود. ❏



گویای تکامل نمایش‌های میدانی در ایران و جایگاه ویژه آنها در سید فرهنگی خانواده‌ها است.

«ساعر ۵» با همکاری کارگردان، تهیه‌کننده و بازیگران ایرانی و لبنانی توانسته به اثری هماهنگ و کم‌نقص تبدیل شود. نمایشی که به گفته مخاطبان و منتقدان، تجربه‌ای متفاوت و عمیق از یک واقعه تاریخی را ارائه می‌دهد. این اثر نمایشی محصول بنیاد «مکتب حاج قاسم» است.

شبکه نمایش خانگی همچنان پر حاشیه و کم‌محتوا چندی پیش، تعدادی از کاربران فضای مجازی با انتشار تصاویری از عروسک پارچه‌ای عجیبی، مدعی می‌شدند آن را در محل زندگی یاروی خودروی خود پیدا کرده‌اند. این اتفاق به تدریج ابعاد ترسناکی پیدا کرد تا اینکه «بهرنگ علوی»، بازیگر سینما هم با انتشار ویدیویی مدعی شد فردی شبیه خودروی او را شکسته، یک عروسک طلسم را درون خودروی او انداخته و با ارسال پیامی تهدیدآمیز، او را به یک نشانی دعوت کرده است.

اما کمی بعد مشخص شد که این ماجرا بخشی از کمپین تبلیغاتی یک سریال در شبکه نمایش خانگی بوده است. علوی در واکنش به انتقادات مردم به خاطره هم‌ریختن افکار عمومی و ایجاد ترس در جامعه و مخاطبان خود گفت «من بازیگرم و گاهی مردم از کارم می‌خندند و گاهی هم می‌ترسند. به احساس پاک مردم احترام می‌گذارم. این

زیادی رابه تماشای آن نشانده است. به طوری که با فروش ۱۳ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومانی از ۲۰ آبان، در جایگاه هفتم جدول فروش هفتگی هم قرار دارد.

روایتی از «جنگ تموز» در تپه‌های عباس‌آباد

از ۱۰ دی، منطقه فرهنگی و گردشگری عباس‌آباد تهران، میزبان نمایش میدانی «ساعر ۵»، به کارگردانی «امین زندگانی» و تهیه‌کنندگی «حسین پارسایی» است. «ساعر ۵» روایتی جذاب از جنگ ۳۳ روزه لبنان در سال ۲۰۰۶ (جنگ تموز) رابه تصویر می‌کشد.

این اثر هنری با بهره‌گیری از تکنیک‌های نوین نمایش میدانی، دکور سه بعدی خلاقانه و جلوه‌های ویژه چشمگیر، مخاطبان را به قلب جنگ می‌برد. از تانک‌ها و موتورسیکلت‌ها تا خرابی‌های جنگی، همه جزئیات با دقت بازسازی شده‌اند تا تماشاگران حس واقعی حضور در میدان نبرد را تجربه کنند.

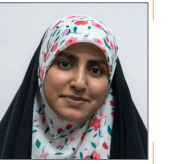
نورپردازی حرفه‌ای، همراه با ویدئو مپینگ، موسیقی متن، حرکات نمایشی، آتش و مه مصنوعی، فضای نمایش را به شدت تأثیرگذار کرده است. در این میان «امین زندگانی» علاوه بر کارگردانی، نقش اصلی را با نام «حسین» با مهارت ایفا می‌کند.

با وجود هوای سرد زمستانی، استقبال چشمگیر مخاطبان نشان از موفقیت نمایش «ساعر ۵» دارد. این استقبال

کدام آثار به بخش مسابقه جشنواره فیلم فجر رسیدند؟ سرانجام بعد از انتظار طولانی، اسامی آثار حاضر در بخش



باید با دانشجو هم جهان شد، هم زمان بودن کافی نیست!



«**زینب نادعلی:** روزهای ناآرام سال ۱۴۰۱ که دانشگاه‌ها شلوغ شده بود و بعضی از دانشجویان در راهروها شعار می‌دادند، تحصن می‌کردند و کلاس‌ها را تحریم می‌کردند کلاس‌های دکتر میثم

شادپور غلغله بود. حتی دانشجویان دیگر هم می‌آمدند و پای درس اومی نشستند، این همه استقبال از درس معارف جای تعجب داشت؛ اما این حکایت همیشگی کلاس‌های دکتر شادپور است. در همه ۵ سال که تجربه تدریس دارد همیشه رابطه‌اش با دانشجویان چیزی فراتر از یک استاد و شاگرد بوده و کلاس‌هایش هدف‌والا تری از تدریس ۲ واحد درسی داشته‌اند. شعار جالبی دارد: «کلاس برای دانشجو است و من هم مهمان» شعاری که کلاس به ظاهر کسل‌کننده معارف را برای دانشجویان از هر قشر و با هر باوری خواستنی کرده است.

متولد سال ۱۳۶۶ است، هم تحصیلات حوزوی دارد و هم دانشگاهی. مدرک کارشناسی ارشدش را در رشته فلسفه دین گرفته و تا به حال مقالات متعددی در کارنامه‌اش به ثبت رسانده است. از سال ۱۳۹۵ کارشناس مرکز ملی پاسخگویی به سوالات دینی است و مدیریت علمی گروه کلام و اعتقادات بخش مکتوب و رسانه در این مرکز را نیز به عهده دارد. تدریس در دانشکده‌های امیرکبیر تهران، دانشگاه گیلان، باقر العلوم قم و... را تا به حال تجربه کرده و حالا پای میز مصاحبه‌ی مانسسته است تا از چالش‌ها و موفقیت‌های کلاسش بگوید.

درس وقتی به دل جان دانشجویی نشیند و صرفاً در حد پاس کردن نمی‌ماند که استاد بتواند رشته ارتباطش را با دانشجو محکم کند اما برخی می‌گویند این شکاف بین نسل‌ها که کم‌کم دارد به گسل تبدیل می‌شود راه ارتباط را سخت کرده است و تلاش استاد را بی‌تاثیر.

دکتر شادپور که سرزمین دل دانشجویان هر دانشگاهی را فتح می‌کند برای این که روی این گسل پل بزند و خودش را به دنیای دانشجو نزدیک کند یک رمز چفت و بست دارد و محکم سه مرحله‌ای دارد، رمزی که اولین رکن آن، خود دانشجو است.

برایش فرق دارد کدام دانشگاه تدریس کند، امیرکبیر یا قم؟ دانشجویش رشته ریاضی می‌خواند یا سرش به هنر گرم است؟ درس معارف را در هر دانشکده و کلاسی به یک شکل و بایک مبحث شروع می‌کند البته مبحثی که علاقه مندی و کنجکاوی دانشجویان باشد. هم‌افق می‌شود با جهان آنها و گره‌های ذهنی‌شان را یکی یکی برای باور قلبی به این معارف دینی بازمی‌کند.

دکتر شادپور: «اگرچه خیلی از مسائل، عواطف و دغدغه‌های دانشجویی مشترک است، اما تفاوت‌هایی هم دارند. گاهی بسته به دانشکده، رشته، شهر و جنسیت، علقه‌های عاطفی و ذهنی دانشجویان متفاوت می‌شود.

از این رو، برای ارتباط موثر با دانشجو، حتماً باید این تفاوت‌ها را در نظر گرفت. مثلاً وقتی با کلاسی رو به رو هستید که اکثرشان مطالعات زیست‌شناسی دارند، مهم‌ترین سوال‌شان در حوزه علم و دین، این است که نظریه داروین چه نسبتی با خدا، دین، اسلام و قرآن دارد و طبیعتاً باید بخش عظیمی از سوالات آنها را در این زمینه پاسخگو باشید و مباحث علم و دین را معطوف به این مسئله پیش ببرید اما وقتی دانشجویان فیزیک سر کلاس شما هستند باید معارف را در قالب مباحث فیزیک جدید و ارتباطی که با انتیسم پیدا کرده شرح بدهید.

یا وقتی درباره نظام حقوقی اسلام سخن می‌گویید، در شهری که اقلیت‌های دینی حضور دارند، باید به توصیف دیدگاه متعالی اسلام در این زمینه پرداخت و اگر همه یا اکثر دانشجویان دختر هستند، باید نظام حقوقی زن در اسلام را به خوبی تبیین کرد.»

کلاس دکتر شادپور، جهانی بیگانه با دنیای اطرافش نیست که هم و غمش فقط تدریس کتاب باشد.

اتفاقاً با اتفاقات روز عجین شده است و همین هم کلاس را از گرداب محتواهای تکراری و نا کارآمد نجات می‌دهد. از این نظر، به باور ایشان، توجه به عوامل محیطی دومین اصلی است که طناب پوسیده ارتباط با دانشجو را رفومی کند.



هم جهانی با هم زمانی یکی نیست

دکتر شادپور می‌گوید: «باید با دانشجو هم جهان شد. معاصرو هم زمان بودن کافی نیست، باید در جهان زیسته دانشجو قرار گرفت و در کوچه پس کوچه‌های آن، با او قدم برداشت. نمی‌توان با دانشجو هم کلام شد اما از جهان زیسته و عوامل محیطی موثر بر ذهن و عواطفش بی‌خبر بود. اگر استاد بی تفاوت به جهان زیسته دانشجو باشد و از عوامل محیطی موثر بر او، بی‌خبر باشد یا نخواهد به آن اعتنایی کند، نمی‌تواند به ارتباط موثر با دانشجو دست یابد. مثلاً در دوره اغتشاشات، دانشجویی که سر کلاس می‌نشیند، پُر از محتواهای درست و غلطی است که شب قبل در فضای مجازی دیده است. از جهت هیجانی نیز در اوج است و گاهی پُر از خشم و کینه. نمی‌شود با او فقط به شیوه منطقی برخورد کرد و عواطف و مسائل و چالش‌های برجسته آن لحظه را در نظر نگرفت. جهان زیسته این دانشجو، متمایز است از جهانی که دو هفته پیش در آن زیست می‌کرد. ناگزیر باید جهان زیسته او را فهمید و درک کرد. لحن تند و صدای بلند او را نباید با صدای بلند جواب داد. باید لب‌خند زد و با آرامش با او سخن گفت. در میان گفته‌هایش، مطالب درست را انتخاب کرد و با آنها موافقت کرد و از همانجا آرام آرام، ذهن و

عواطف او را به سمت درست هدایت کرد. این امکان وجود ندارد که ما چالش‌ها و عواطفی که دانشجو با آن سر کلاس آمده را در نظر بگیریم، فقط به شرح مباحث درس بپردازیم و انتظار ارتباط موثر داشته باشیم.»

استاد باید حس شنیده شدن به دانشجو بدهد

میان خاطرات دکتر شادپور دنبال یک مثال عینی می‌گردم که متوجه می‌شوم سال ۱۴۰۱ و در دوره اغتشاشات وقتی ایشان مبحث کارکرد های دین را در کلاس تدریس می‌کردند یکی از دانشجویان به شدت معترض می‌شود و می‌گوید: دین کارکردی ندارد و نا کارآمد است و... کلاس همه‌مهم می‌شود! برخلاف انتظار این دانشجو، استاد از همه می‌خواهد سکوت کنند تا این دانشجوی معترض مطالبش را بیان کند. بعد از گفت‌گویی طولانی و محترمانه، وقتی دانشجو متوجه می‌شود که استاد دشمن او نیست و از قضا خیلی از مشکلات را بهتر از اومی داند و بیشتر از او معترض است، آرام می‌شود! استاد پس از بیان مشکلات، از دانشجویان راه حل می‌خواهد. هر کسی نظری می‌دهد. استاد هم نظراتش را ارائه می‌دهد و در نهایت همه نظرات را بر تخته ثبت می‌کند تا در عمل به همه بفهماند که راه حل چالش‌های کشور، از

گفتگو بدست می‌آید نه دعوا و زد و خورد های کف خیابان! نیازی به عصبانیت و لحن تند نیست؛ می‌شود با احترام نیز از حق گفت و حق را شنید! این فرصت شنیده شدن که همیشه در کلاس‌های استاد شادپور وجود دارد غیر از آن که باعث می‌شود دانشجویان اعتراض‌شان را در مسیر و طریق درست عنوان کنند، طناب ارتباط بین دانشجو و استاد را هم محکم می‌کند تا جایی که به گفته استاد، آن دانشجو پس از فارغ التحصیلی نیز هنوز با استاد در ارتباط است و از آن روزها با خوشی یاد می‌کند.

استاد باید در درجه اول توانمندی‌های خودش را بشناسد

حلقه آخر ارتباط موثر، خود استاد است. استادی که باید ذره بین دردستش بگیرد و این بار توانمندی‌های خودش را بشناسد و از آن استفاده کند تا شیرینی تدریس او مباحث را در ذهن دانشجویان حکاکی کند. اگر توانایی طنز موقعیت را دارد، از این امکان بهره‌مند شود اما اگر هنری در این کار ندارد، از انجامش پرهیز کند و در عوض، از لحن آرام و متانت در رفتارش برای ارتباط موثر با دانشجو بهره‌جوید.

دکتر شادپور معتقد است که هر استاد یک ویژگی و خصوصیت منحصر به خودش را دارد که باید آن را بشناسد و در کلاس درس به کار بگیرد تا ارتباط موثر ایجاد شود. این آخرین و سومین مهم، در ارتباط موثر بود.

انسان معاصر برای رسیدن به خوشبختی نیاز به دستگیری دارد

همان ابتدای مصاحبه گفتیم که استاد میثم شادپور هدفی فراتری از تدریس در یک کلاس درس دارد. ارتباطش با دانشجویان فقط برای ارائه سرفصل‌های یک درس تخصصی یا پاسخگویی به سوالات آنها نیست. رسالتش با نمره‌ی خوب دانشجویان در آخرترم تمام نمی‌شود و رویای کار بزرگ‌تری در سر دارد. هدفی که خود این طور بیانش می‌کند: «دستگیری از انسان معاصر و سوق دادنش به خوشبختی از طریق تبیین مطلوب معارف دینی».

در کلاس دکتر شادپور قرار نیست دانشجویان بیایند و بروند و از آن همه معارف دینی فقط یک نمره‌ی خوب و پاس کردن درس نصیب‌شان شود. خستگی از تن استاد زمانی درمی‌آید که ببینید آن معارف دینی از یک محتوای صرفاً درسی تبدیل به عادت و سبک زندگی دانشجویانش شده است. او دغدغه خوشبختی و سعادت دانشجویانش و سودای هدایت‌شان را در سر دارد.

جوان امروزی به خاطر فضای مجازی و رسانه‌هایی که عامدانه تلاش می‌کنند او را عاری از اعتقادات دینی کنند پراست از شبهه و شایعه اما می‌شود دست این شبهه‌ها را برایش به راحتی رو کرد و او را پای اعتقاداتش را سخ‌تر البته به شرطی که تبیین مطلوب معارف دینی صورت بگیرد، همان چیزی که هدف استاد شادپور است، اما تبیین مطلوب به چه معناست؟ این استاد دانشگاه در پاسخ به این سوال می‌گوید:

«تبیین مطلوب در گرو سادگی است. منظور از سادگی، بی‌دقتی و سبک سری در طرح مباحث نیست. اما باید پذیرفت که جوان امروز، اهل اصطلاحات پیچیده فلسفی و دینی نیست. او می‌خواهد به ساده‌ترین و سریع‌ترین شکل ممکن و با ادبیات و علاقه‌مندی‌های امروزش پاسخش را پیدا کند. پس برای هدایت او باید از این دریچه وارد عمل شد و پذیرفت که عصر، عصر سرعت است و پاسخی اثرگذار است که سریع و نقطه‌زن باشد!

مثلاً برای برخی از دانشجویان این سوال مطرح می‌شود که چرا سرطان هست و چرا خداوند ما را به سرطان مبتلا می‌کند؟ اگر بخوایم مباحث سنگین و سخت پیرامون معضل شتر را برایش شرح دهیم، قطعاً حوصله نمی‌کند. پس چه باید کرد؟ برای پاسخ باید از کانال علاقه‌مندی‌هایش وارد شد و در سریع‌ترین فرصت، پاسخ ساده را به او رساند. مثلاً خودم در مواجهه با اینطور سوالات، به فیلم آب‌های تاریک (Dark Waters) اشاره می‌کنم؛ فیلم آمریکایی درباره‌ی فاضلاب‌های سمی کارخانه تولید مواد شیمیایی



دوست داشتنی ترین خاطره دکتر شادپور از زبان خودش

دلم می‌خواهد گفت و گو باد کتر میثم شادپور را با خاطره‌ای خوش از کلاسش به پایان برسانم، با خاطره یک روز نابی که از دل کلاس و چالش‌هایش قطار زندگی یک نفر را روی ریل سعادت انداخته و هر بار که خودش یاد می‌آورد، خستگی سال‌ها تدریس و تحقیق، از تنش بیرون می‌رود؛ روزی که یکی از دانشجویانش در کلاس، سردار سلیمانی را تروریست دانست! «در یکی از کلاس‌ها به مناسبت بحث گروه‌های تکفیری، بحث بچه‌ها درباره ارتباط خشونت و دین حسابی داغ شده بود که من از مجاهدت شهید سلیمانی در دفع این گروه‌های تکفیری و ترورایشان توسط ترامپ یاد کردم. همان جایی که یکی از دانشجویان معترض شد که چرا می‌گویند سلیمانی ترور شده است، وقتی خودش یک تروریست بود؟! با اینکه واقعا ناراحت شدم اما مثل همیشه احساساتم را کنترل کردم و پرسیدم که چارسردار راتروریست می‌داند؟ جوابش یک جمله بود: خب همه رسانه‌ها همین رو می‌گویند! وقتی پله پله جلو رفتیم که چارسانه‌های انگلیسی و آمریکایی، سردار سلیمانی را تروریست می‌دانند و ایشان چه خدمت‌هایی به ایران کرده، بدون اغراق منقلب شد و تشکر کرد بابت اینکه ذهنیت او را تغییر داده‌ام و نسبت به این اشتباه که یک سردار ملی را تروریست می‌دانسته آگاهش کردم.»

استاد شادپور به کم قانع نیست اما همیشه می‌گوید حتی اگر در کلاس‌هایم یک نفر، عواطف و افکارش اصلاح شود و به خوشبختی و سعادت حقیقی نزدیکتر شود، برایم کافی است. این سخن ایشان یادآور این جمله از پیامبر به امام علی است که فرمود: «ای علی! اگر خداوند به دستان تو انسانی را هدایت کند، از آنچه خورشید بر آن تابیده برای تو بهتر است.»

حتی اگر تمام وقت کلاس را هم بگیرد باز استقبال می‌کند. پای هر مبحث هم به دانشجویان اصرار می‌کند که سوال بپرسند و نظراتشان را هر چند مخالف و موافق مطرح کنند. این ویژگی مثبت در استاد شادپور سوغات دوران دانشجویی خودش است. وقتی یکی از اساتید سر کلاس آمد و همان اول برای بچه‌ها خط و نشان کشید که کسی حق ندارد سوال بی‌ربط بپرسد، من باید تعیین کنم که چه کسی سوال ببرد و در غیر این صورت نمره کم می‌کنم.

میثم شادپور با خودش قول و قرار گذاشت روزی که پشت میز استادی می‌نشیند رفیق دانشجویانش باشد و به آنها فرصت پرسش و گفت‌وگو بدهد حتی اگر قصد و نیت خوبی پشت سوال‌هایشان ندارند و می‌خواهند علم او را به چالش بکشند.

به قولش هم پایبند بود، در یکی از دانشگاه‌ها، دانشجویی داشت که انگار به اجبار سر کلاس معارف می‌نشست. سوال‌ها و لحن تندی هم داشت و می‌خواست استاد را به قول خودش پیش بچه‌ها ضایع کند و بی‌سواد نشان دهد. یک بار که مثل همیشه با لحن تندس سوالی را پرسید، استاد شادپور آرام و قانعش کرد.

موقع حضور و غیاب، نگران بود که استاد به خاطر برخوردی که داشته برایش نمره منفی بگذارد، نگرانی‌اش را هم به زبان آورد اما پاسخ استاد شوکه‌اش کرد: «اتفاقا برایت نمره مثبت گذاشتم! ممنون که سوال می‌پرسی، بحث را به چالش می‌کشی و باعث می‌شوی کلاس یکطرفه و خسته‌کننده نشود. تازه سبب می‌شوی انگیزه بیشتری برای مطالعه پیدا کنیم و دچار روزمرگی نشوم.» همین یک برخورد ساده و جزئی کافی بود که این دانشجو تا آخر ترم دل به درس معارف بدهد، نکته به نکته حرف‌های استاد را یادداشت کند و پایان هر کلاس حسرت زمانی را بخورد که زود گذشت.

تبیین مطلوب آن است که کاربردی و اثرگذار باشد

استاد شادپور معتقد است که تبیین مطلوب غیر از آنکه باید ساده باشد «باید قابلیت پاسخگویی به شبهات روز را نیز داشته باشد.» برای همین هم هیچ وقت در تدریسش، شبهات مربوط به گذشته و چیزی که نیاز امروز دانشجو نیست را مطرح نمی‌کند. از میان جمع‌های جوان و فضای مجازی و سوالات ارسالی برای مرکز ملی پاسخگویی به سوالات دینی، سوالات و شبهات پرتکرار و مهم را بیرون می‌کشد و به نقد و ارزیابی همان‌ها می‌پردازد؛ آنهم به شیوه مناسب با دانشجو.

به باور استاد، «یکی دیگر از معیارهای تبیین مطلوب، این است که کاربردی و اثرگذار باشد به نحوی که افکار و عواطف دانشجو را جهت ببخشد و سبک زندگی‌اش را تغییر بدهد. به طور مثال، درباره فلسفه روزه و نماز، طوری باید پاسخ گفت که علاوه بر این که شبهه‌های دانشجو درباره روزه و نماز برطرف شود، او به این انجام این امور عبادی برانگیخته شود و آنها را مفید و مرتبط با نیازهای زندگی خود بداند. مثلا به آنها توضیح داد که روزه تمرین نه گفتن و مدیریت برخورد است یا نمازهای یومیه، تکرار چند باره و هر روزه مانیفست خدا برای زندگی است تا در هیاهوی زندگی، معنا و مقصد اصلی را از یاد نبریم و به بیراهه نرویم. بنابراین، نماز و روزه، برنامه موفقیت در زندگی است.»

استاد مهمان کلاس است و دانشجو صاحب خانه

اگر از دانشجویان پرسیم کدام خصوصیات استاد شادپور را بیشتر دوست دارند که این طور مشتاقانه سر کلاس شرکت می‌کنند، همان شعار و جمله معروفش را برایت می‌گویند که استاد کلاس را با دانشجو می‌تقسیم می‌کند، خودش را صرفا مهمان می‌داند و ما را صاحب خانه. از سوال پرسیدن

که به رودخانه می‌ریخت و منجر به سرطان خیلی‌ها شد. اینطور برایشان روشن می‌شود که خیلی از اموری که ما آنها را به خدا یا طبیعت نسبت می‌دهیم، محصول مداخله ناروای انسان است و اصطلاحا «از ماست که بر ماست» پس از اینکه پاسخ ساده و سریع ارائه شد و ذهن پرسشگر آرام گرفت، در صورت نیاز، به طرح مباحث تخصصی‌تر در زمینه سرطان و معضل شرمی پردازم؛ اما دیگر خیالم آسوده است که دانشجوی من جواب شبهه یک خطی‌اش را با خط اول حرف‌هایم گرفته است. نمونه دیگر، مسائل مربوط به جبر و اختیار است. مثلاً اینکه اگر خدا به همه چیز علم دارد، پس من اختیاری از خود ندارم و باید همان کنم که او از پیش می‌داند! برای حل این سوال، پیش از آنکه برهان و استدلال‌های دینی ارائه شود، باید سوال را از طریق یک مثال، سریع پاسخ داد؛ یک مثال ساده و ملموس که دانشجویان را با خودش همراه می‌کند: وقتی شما روی نقطه‌ی بلندی از کوه ایستادید و به دو طرف جاده اشراف دارید، می‌بینید که دو ماشین با سرعت بسیار زیاد به سمت هم حرکت می‌کنند اما نقطه‌ی کور جاده است و هم‌دیگر را نمی‌بینید. شما مطمئنید که با این سرعت چند لحظه بعد تصادف سنگینی اتفاق می‌افتد. آیا این علم شما باعث سلب اختیار از راننده‌های شما می‌شود؟ به همین سادگی، مسئله حل شده است. بنابراین، باید نقطه زن و سریع پاسخ داد. اینطور پاسخگویی تنها در صورتی ممکن می‌شود که پیش از کلاس به این سوالات فکر کرده باشیم و پاسخ تفصیلی آنها را بلد باشیم و آنها را در قالب چند فیلم یا مثال، تبدیل معقول به محسوس کرده باشیم. اما اگر بخواهیم تازه در کلاس فکر کنیم و آن معقولات را حلاجی کنیم و برایش مثال‌های مناسب دست و پا کنیم، نمره خوبی از دانشجو دریافت نمی‌کنیم.»



◀ **امیرمحمد بهامیر:** ژاپن باحال (Cool Japan)

یک استراتژی و مفهوم فرهنگی است که دولت ژاپن برای ارتقای تصویر ملی و ترویج فرهنگ عامه خود در سطح بین المللی به کار گرفته است. این ایده بر استفاده از عناصر فرهنگی مانند مانگا، انیمه، مد، غذا، تکنولوژی و هنر برای جذب توجه جهانی و تقویت برند ملی ژاپن تمرکز دارد. مانگا به عنوان یکی از برجسته ترین و جهانی ترین مظاهر فرهنگی ژاپن، نقشی اساسی در این استراتژی ایفا می کند. اما نکته مهم در این استراتژی چرایی انتخاب مانگا به عنوان یک کلای استراتژیک است. دسترسی جهانی و جذابیت فرهنگی، مانگا را به عنوان یک رسانه بین المللی تبیین کرده است. در واقع مانگا فراتر از مرزهای ژاپن، به یک صنعت جهانی تبدیل شده است. ترجمه های متعدد مانگا به زبان های مختلف باعث شده که این رسانه فرهنگی در میان نسل جوان در سراسر جهان محبوبیت یابد. تنوع موضوعات و ژانرهای مانگا (از اکشن و عاشقانه تا علمی-تخیلی و تاریخی) یکی دیگر از دلایلی است که موجب شده تا هر کسی بتواند داستانی مرتبط با علاقه های خود را در مانگا ها بیابد. از سویی مانگا ارتباط نزدیکی با فرهنگ ژاپنی دارد. بسیاری از مانگا ها شامل عناصری از فرهنگ، تاریخ، و سنت های ژاپنی هستند، مانند غذاهای ژاپنی، معماری، لباس ها و رسوم. این امر علاقه مندان به مانگا را به کاوش در فرهنگ ژاپن ترغیب می کند. در واقع مانگا ها به عنوان ابزاری برای بازنمایی ژاپن به کار برده می شوند.

می توان گفت که مانگا نقش مهمی در استراتژی Cool Japan بر مبنای ابزار دیپلماسی فرهنگی و نمایش قدرت نرم کشور ژاپن ایفا می کند. ژاپن از مانگا و انیمه به عنوان ابزارهایی برای ترویج فرهنگ خود و بهبود روابط دیپلماتیک استفاده می کند. به عنوان مثال، کاراکترهای محبوب مانگا و انیمه مانند «ناروتو» یا «لوفی» در کمپین های بین المللی استفاده شده اند.

جذب گردشگران خارجی برای بازدید از جذابیت های شهری مرتبط با مانگاها، برگزاری جشنواره های انیمه و مانگا، مانند کامیکت از جمله دیگر فرآیندهایی هستند که ژاپن از آن ها برای گسترش صادرات فرهنگی خود از طریق مانگا بهره می برد. می توان گفت که ناشران ژاپنی مانند شوئیشا و کودانشا در انتشار بین المللی مانگا بسیار فعال بوده اند. آن ها علاوه بر خود اثر، محصولات جانبی مرتبط مانند اکشن فیگورها، پوسترها و لباس ها را نیز به بازار جهانی عرضه می کنند. عرضه مانگا و محصولات جانبی آن تأثیر اقتصادی و اجتماعی زیادی بر ژاپن داشته است. مانگا بخشی از صنعت فرهنگی عظیم ژاپن است که در سال های اخیر صد ها میلیاردین به اقتصاد این کشور کمک کرده است. این صنعت علاوه بر نویسندگان و هنرمندان، فرصت های شغلی زیادی در زمینه چاپ، توزیع، و تولید کالاهای مرتبط ایجاد کرده است.

همچنین مانگاها توانسته اند تأثیر اجتماعی زیادی بر کشورهای مخاطب بگذارند. افزایش علاقه به زبان و فرهنگ ژاپنی، ترویج ارزش های اجتماعی ملت ژاپن همچون کار گروهی، مسئولیت پذیری، و احترام به دیگران از جمله مفاهمی است که در مانگاها ترویج و به تصویر مثبت ژاپن در جهان کمک می کند.

مانگا در حال حاضر نه تنها یک رسانه سرگرمی است، بلکه ابزاری قدرتمند در دست ژاپن برای تقویت برند ملی و ترویج فرهنگ خود در جهان محسوب می شود. استراتژی ژاپن باحال از طریق مانگا، موفقیت های زیادی در جذب مخاطبان جهانی، افزایش گردشگری و بهبود تصویر فرهنگی ژاپن داشته است. این استراتژی نشان می دهد که چگونه هنر و فرهنگ می توانند ابزاری موثر برای دیپلماسی و ارتقای هویت ملی باشند.

گواه این موفقیت نیز رشد بازار کتاب های مصور ژاپنی است. به گونه ای که بر اساس تحلیل های بازار، ارزش بازار کتاب های مصور (شامل مانگا) در سال ۲۰۲۳ حدود ۱۲٫۵ میلیارد دلار برآورد شده است و پیش بینی می شود در دوره ی ۲۰۲۴ تا ۲۰۳۲ با نرخ رشد سالانه ی مرکب (CAGR) حدود ۵٫۱ درصد افزایش یابد.

تاریخچه مانگا

مانگا، واژه ای ژاپنی به معنای «تصاویر طنزآمیز»، به عنوان یکی از مهم ترین اشکال هنر و سرگرمی در فرهنگ ژاپنی شناخته می شود. ریشه های مانگا به قرن هاپیش بازمی گردد و طی دوران های مختلف، با تغییرات فرهنگی و اجتماعی ژاپن تکامل یافته است. امروزه مانگا به عنوان یکی از محبوب ترین و گسترده ترین رسانه های تصویری در جهان شناخته می شود.

ریشه های مانگا را می توان در آثار هنری باستانی ژاپن یافت. از جمله

خوراک فرهنگی ما از کشور سرزمین آفتاب! ژاپن باحال کجاست و چه می کند؟

حس خلاقیت کمک آن‌ها بسیار کمک می‌کند. از سویی سبک هنری مانگا با طراحی‌های پویا و خلاقانه برای نوجوانان نیز بسیار جذاب است. تصاویر و تکنیک‌های روایی تصویری می‌توانند اطلاعات و احساسات را به شیوه‌ای قوی تر از متن منتقل کنند. اما مهم‌ترین دلیل در ترغیب نوجوانان به خواندن مانگا هارامی توان در تأثیر فرهنگ عامه (پاپ کالچر) دانست. امری که باعث موفقیت و تبدیل مانگا و انیمه به یک پدیده جهانی شده است. در واقع نوجوانان با پیوستن به گروه‌های علاقه‌مند به مانگا، بخشی از یک جامعه بزرگ و پویا می‌شوند. جامعه‌ای که تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی نیز است.

اینجاست که مسئله هویت‌یابی و تعلق اجتماعی پدید می‌آید. زیرا نوجوانان اغلب به دنبال پیدا کردن گروه‌هایی هستند که با علایقشان همخوانی داشته باشد. عضویت در جوامع مرتبط با مانگا (مانند فروم‌ها، کافه‌های مانگایاگرد همایی‌های انیمه) این حس تعلق اجتماعی را تقویت می‌کند. در نتیجه این علاقه می‌تواند به عنوان ابزاری برای هویت‌یابی و گسترش دیدگاه‌های فرهنگی و اجتماعی آن‌ها عامل کند.

در انتها می‌توان گفت علاقه نوجوانان به مانگا ترکیبی از عوامل روان‌شناختی (مانند ارتباط عاطفی و لذت از تخیل) و اجتماعی (مانند تأثیر فرهنگ عامه و تعلق اجتماعی) است. مانگا نه تنها به عنوان یک سرگرمی، بلکه به عنوان ابزاری برای رشد شخصی، اجتماعی، و فرهنگی نوجوانان عمل می‌کند و نیازهای عاطفی و اجتماعی آن‌ها را برآورده می‌سازد.

نوجوان ایرانی چرامانگامی خواند؟

مطالعه مانگا در ایران طی سال‌های اخیر محبوبیت قابل توجهی پیدا کرده است. هرچند که این مطالعات همچنان کم‌و تنه‌ا محدود به چند کتاب خاص می‌شود. ولی به طور کل می‌توان از دلایل محبوبیت مانگا در ایران به دلایلی همچون جذابیت‌های بصری، داستان‌های متنوع، و تأثیرات فرهنگ عامه جهانی نام برد. شاید بتوان گفت جذابیت‌های داستانی و بصری یکی از مهم‌ترین عناصر جذب مخاطب نوجوان به سمت مانگا باشد. مانگا‌ها به دلیل داشتن ژانرهای متنوع، از اکشن و ماجراجویی گرفته تا عاشقانه، ترسناک، و علمی-تخیلی، برای طیف گسترده‌ای از سلیقه‌ها مناسب هستند.

از سوی دیگر، رواج انیمه نیز به گرایش نوجوانان به سکت مانگا کمک بسیاری کرده است. زیرا بیشتر انیمه‌های در دسترس نوجوانان مانند ناروتو، شیطان‌کش و اتک تایتان اقتباس شده از مانگا‌ها هستند. همین امر باعث شده است که علاقه‌مندان انیمه به دنبال نسخه‌های مانگای این داستان‌ها بگردند. نسخه‌هایی که عموماً به دلیل قوانین و محدودیت‌های مربوط به انتشار محتوا، به صورت رسمی در بازار ایران عرضه نمی‌شوند. بلکه توسط گروه‌های ترجمه آزاد (فن‌ساب‌ها) و سایت‌های اینترنتی که نقش مهمی در ترجمه و انتشار مانگا به زبان فارسی دارند، عرضه می‌شوند.

مهم‌ترین مسئله در علاقه‌مند شدن نوجوانان ایرانی به مانگا را باید در دو فاکتور مهم دید. اول عنصر تأثیرگذار شبکه‌های اجتماعی در تلگرام، اینستاگرام، و توییتر است که گروه‌هایی برای اشتراک‌گذاری مانگا و بحث درباره داستان‌ها و شخصیت‌ها هستند. دومین عنصر تأثیرگذار نیز گروه‌های طرفداران و ایجاد جوامع هواداری در فضای مجازی است. در واقع بیشترین تأثیر در گرایش نوجوانان به مانگا و انیمه در ایران را باید در جوامع فعالی دید که در فضای مجازی ایجاد شده‌اند و به تبادل نظر و اشتراک‌گذاری محتوای پرداختند.

با توجه به نکات مطرح شده باید گفت مانگا به عنوان بخشی از فرهنگ جهانی، تأثیر قابل توجهی بر نوجوانان و جوانان ایرانی داشته است. با وجود چالش‌های موجود، علاقه‌مندان ایرانی از طریق پلتفرم‌های آنلاین، شبکه‌های اجتماعی و گروه‌های هواداری به مطالعه و تبادل نظر درباره مانگا ادامه می‌دهند. این خود نشان‌دهنده روند تأثیر مانگا بر رشد تبادل فرهنگی و گسترش علاقه به فرهنگ ژاپنی در ایران است. 📌

آثار مهم این دوره، چو جو گیگا (Chj-jinbutsu-giga)، مجموعه طومارهایی است که توسط راهبی بودایی در قرن دوازدهم خلق شده‌اند. این آثار تصاویری طنزآمیز از حیوانات انسان‌نما و صحنه‌های روزمره زندگی را نشان می‌دهند. بسیاری از پژوهشگران، چو جو گیگا را به عنوان اولین شکل مانگامی شناسند.

پیشرفت هنر چاپ چوبی در دوره ادو (۱۶۰۳-۱۸۶۸) باعث شد تصاویر طنزآمیز و داستان‌های تصویری رواج پیدا کنند. اوکیوئه (Ukiyo-e) یکی از این سبک‌های هنری بود که در آن نقاشی‌ها و چاپ‌هایی با موضوعات طنز، زندگی شهری، و داستان‌های تاریخی خلق می‌شدند. کاتسوشیکا هوکوسای (Katsushika Hokusai)، هنرمند معروف ژاپنی، در این دوره واژه «مانگا» را برای اشاره به طرح‌ها و نقاشی‌هایش استفاده کرد.

ژاپن در دوره میجی (۱۸۶۸-۱۹۱۲) با ورود فرهنگ غربی توانست با جهان غرب ارتباط بیشتری پیدا کند. انتشار تصاویر طنزآمیز و کاریکاتورهای غربی در روزنامه‌ها و مجلات ژاپنی، سبک روایی و هنری مانگا را تحت تأثیر قرار داد. هنرمندان ژاپنی این عناصر را با سبک‌های سنتی ترکیب کردند و مانگای مدرن را پایه‌گذاری کردند. مانگادار اوایل قرن بیستم، با انتشار مجلات داستانی برای کودکان و نوجوانان جایگاه ویژه‌ای پیدا کرد. این مجلات، از جمله شونن کلپ (Shōnen Club)، داستان‌هایی مصور درباره قهرمانان و ماجراجویی‌ها ارائه می‌دادند. امدوران طلایی مانگاپس از جنگ جهانی دوم و با ظهور اوسامو تزوکا رقم خورد.

اوسامو تزوکا (Osamu Tezuka)، که به عنوان پدر مانگا شناخته می‌شود، در دهه ۱۹۵۰ انقلابی در مانگایجاد کرد. آثار او، مانند آسترو بوی (Astro Boy) و فونیکس (Phoenix)، سبک روایی سینمایی و احساسی را به مانگا اضافه کردند. تزوکا داستان‌هایی با شخصیت‌پردازی پیچیده و مضامین عمیق نوشت که نه تنها برای کودکان، بلکه برای بزرگسالان نیز جذاب بود.

مانگادار این دوران، به ژانرهای متنوعی تقسیم شد؛ از جمله شونن (برای پسران)، شو جو (برای دختران)، سینن (برای مردان بزرگسال)، و جو سی (برای زنان بزرگسال). این تقسیم‌بندی باعث شد تا مانگا به عنوان یک رسانه همه‌جانبه برای تمامی گروه‌های سنی مطرح شود. مانگادار دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰، به لطف ترجمه‌ها و انتشار جهانی به شهرت بین‌المللی دست یافت. آثار هنرمندان برجسته‌ای مانند آکیرا توریاما (خالق دراگون بال) و ناوتوکی اوراساوا (خالق مانستر) تأثیر زیادی بر محبوبیت مانگا در غرب داشتند. در عصر دیجیتال نیز انتشار آنلاین و اپلیکیشن‌های مخصوص مانگا، این هنر را به صورت گسترده‌تری در دسترس قرار داده است. امروز، مانگا بخشی از فرهنگ جهانی است و میلیون‌ها نفر در سراسر دنیا آن را مطالعه می‌کنند.

چرا جوانان و نوجوانان جذب مانگامی شوند؟

علاقه نوجوانان به خواندن مانگا از منظر اجتماعی و روان‌شناسی دلایل متعددی دارد. این دلایل شامل ویژگی‌های خاص مانگا و نیازهای رشدی و اجتماعی نوجوانان است. به طور خاص می‌توان گفت مانگا شخصیت‌هایی با احساسات، چالش‌ها و اهداف عمیق ارائه می‌دهد که نوجوانان می‌توانند با آن‌ها همذات‌پنداری کنند. برای مثال، شخصیت‌های شونن (مانند ناروتو یا ایچیگو) اغلب نشان‌دهنده مبارزه برای غلبه بر مشکلات شخصی و اجتماعی هستند که نوجوانان نیز در این سن تجربه می‌کنند.

موضوعاتی مانند اضطراب، روابط عاطفی، هویت‌یابی، و فشارهای اجتماعی در بسیاری از مانگا‌ها بررسی می‌شود. این موضوعات برای نوجوانان بسیار آشنا هستند و حس همدلی را در آن‌ها تقویت می‌کنند. از سمتی دیگر خواندن مانگا برای بسیاری از نوجوانان راهی است که نشان‌دهنده استقلال و هویت شخصی دارند. آن‌ها از طریق این علاقه، بخشی از جهان خود را می‌سازند و به دنبال تجربه‌های جدید هستند.

داستان‌های خیالی، ماجراجویی‌ها، و جهان‌های جذاب در مانگا به نوجوانان اجازه می‌دهد از چالش‌های روزمره زندگی فاصله بگیرند و به دنیای دیگری وارد شوند. این جنبه به کاهش استرس و تقویت





مسیر کوتاه صادرات موسیقی کره جنوبی از یانگوم تا کی پاپ و کی دراما

چطور پای موسیقی کره‌ای به ایران باز شد؟

کی دراما

سریال‌های کره‌ای که با اصطلاح کی دراما شناخته می‌شود از محصولات اصلی سبب فرهنگی بسیاری از خانواده‌ها و نوجوانان ایرانی است که توانسته نه تنها جای خود را در دل افراد باز کند بلکه کم‌کم ذائقه‌ی آنان را هم تغییر دهد. اگر تا سال‌ها قبل این سریال‌ها صرفاً در ماهواره قابلیت دنبال کردن داشت در زمان حاضر با یک جست و جوی ساده می‌توان به آن دسترسی پیدا کرد. سایت‌ها و کانال‌های تلگرامی زیادی به طور اختصاصی آثار کره‌ای، چینی و ژاپنی را ترجمه و یادوبله می‌کنند و افراد زیادی نیز وجود دارند که برای این آثار، محتوای رسانه‌ای تولید می‌کنند. بنابراین حتی اگر دنبال کننده محصولات این کشور هم نباشید

«ریحانه دماوند: اولین مواجهه با محصولات کره جنوبی در ایران به سال ۱۳۸۶ بازمی‌گردد. زمانی که «جوهری در قصر» از صدا سیما پخش می‌شد و حدود ۵۰ درصد از افراد نگران سرنوشت دختری جوان به نام «یانگوم» بودند. پس از آن با پخش «امپراتور دریا» و بعد هم «افسانه جومونگ» ایرانیان بیش از پیش با سریال‌های کره‌ای آشنا شدند. علاوه بر این چندین و چند فیلم سینمایی و سریال از آن پس از شبکه‌های سیما پخش شده است و بخشی از آثار شبکه نمایش خانگی را محصولات کره‌ای تشکیل می‌دهد. در سال ۲۰۲۰ فیلم کره‌ای «انگل» توانست اولین اسکار فیلم غیر انگلیسی زبان را دریافت کند و درست یک سال پس از آن با منتشر شدن سریال «بازی مرکب» آثار کره‌ای بیش از پیش در بین ایرانیان و در سطح جهانی محبوبیت پیدا کرد. در حال حاضر علاوه بر دولت کره، کمپانی‌های معروفی چون نتفلیکس، دی‌زنی پلاس و اپل تی‌وی هم از تولیدات کره‌ای حمایت مالی می‌کنند. هر چند حمایت این کمپانی‌ها باعث شده است تا سیاست‌های صیانتی دولت کره زیر پا گذاشته شود.

هاپ، رقص الکترونیکی و انواع موسیقی را در برمی‌گیرد. همین‌طور برخی ویژگی‌های منحصر به فرد موسیقی سنتی کره‌ای را هم در خود جای داده است.

آیدل

این گروه‌ها از پسران یا دختران زیبای جوانی تشکیل می‌شوند که «آیدل» نامیده می‌شوند. آنها از کودکی یا نوجوانی تحت سخت‌ترین تمرین‌ها و محدودیت‌ها شامل آواز، رقص، مهارت‌های اجتماعی، محدودیت در استفاده از فضای مجازی و... قرار می‌گیرند حتی برخی مجبورند تن به جراحی‌های زیبایی دهند تا بتوانند چهره‌ای بی نقص را به جهان ارائه بدهند. برخی از این آیدل‌ها در سریال‌ها

ناگزیر با آن مواجه خواهید شد. صدور فرهنگ کره‌ای با کی دراما آغاز شد اما آنچه باعث تثبیت جایگاه صنعت سرگرمی کره در جهان شده موسیقی کره‌ای است. کی دراما در واقع یکی از دروازه‌های اصلی آشنایی افراد با گروه‌های موسیقی کره‌ای است. موسیقی کره‌ای که به آن کی پاپ می‌گویند، سبک جدیدی در موسیقی است که در کنار پاپ، راک، آراندبی و... ژانر موسیقی مستقلی محسوب می‌شود. در ابتدای دهه‌ی ۹۰ قرن بیستم، سبک‌هایی مانند تکنو و پاپ به عرصه‌ی موسیقی کره جنوبی گذاشت و در آن دوره بود که کی پاپ شکل گرفت. کی پاپ، از نظر موسیقایی سبکی مدرن است که مشخصه‌های وسیعی از عناصر صوتی و تصویری دارد. ترکیبی از راک، جاز، هیپ



جهشی در محبوبیت جهانی کی پاپ شد. گروه‌های مشهوری مانند «اکسو»، «بلک پینک»، «توایس»، «گات ۷»، و همین‌طور «بی تی اس» از جمله گروه‌های نسل سوم هستند. این گروه‌ها در سراسر جهان از جمله ایران هواداران گسترده‌ای دارند. این گروه‌های هواداری هر کدام نام مخصوص به خود را دارند مثلاً: هواداران گروه اکسورا «اکسوال»، هواداران گروه بی تی اس را «آرمی» و هواداران گروه «بلک پینک» را پینکی می‌نامند که در ایران جمعیت قابل توجهی دارند. از سال ۲۰۱۸، به تدریج گروه‌های نسل چهارم وارد عرصه موسیقی کره جنوبی شدند. گروه‌هایی مانند «تی اکس تی»، «استری کیدز»، «ایتزی»، «انهایپین»، «آیو» و... از جمله این گروه‌ها هستند. کی پاپ وسیل گسترده طرفدارانش حقیقتی است که کسی نمی‌داند تا چه اندازه تهدید و تا چه اندازه فرصت است. شناخت عمیق تر این گروه‌ها و طرفدارانش موجب می‌شود تا از آسیب‌ها جلوگیری و از فرصت‌ها بهترین استفاده را کرد. ❏

«در سال ۱۹۹۲ آغاز به کار کرد و شروعی برای شکل‌گیری نسل اول گروه‌های کی پاپ بود. هواداران نسل اول به کشورهای آسیای شرقی و جنوب شرقی محدود می‌شدند و افراد کمتری در ایران با آنها آشنا بودند. گروه‌هایی مانند «جی.او.دی»، «اس.ای.اس»، «اچ.او.تی» و... از جمله گروه‌های نسل اول کی پاپ هستند. حدود سال ۲۰۰۵ در ادامه فعالیت‌های نسل اول، گروه‌هایی به عنوان نسل دوم کی پاپ شروع به کار کردند. این گروه‌ها در ایران هم هوادارانی داشتند. برای مثال به واسطه محبوبیت سریال «پسران فراترازگل» که رهبر گروه «دبل اس ۵۰۱» در آن نقش‌آفرینی کرده بود، این گروه در ایران هوادارانی پیدا کرده بود. علاوه بر آن، گروه‌هایی مانند «بیگ بنگ»، «سوپرجونیور»، «گرلز جنریشن»، «شاینی»، «۲ پی ام» و... در بین ایرانیان هواداران خود را داشتند. آرمی‌هاوبی تی اس و محبوبیت نسل سوم خواننده‌های کره‌ای. گروه‌های نسل سوم کی پاپ از حدود سال ۲۰۱۲ شروع به فعالیت کردند، فعالیت‌های نسل سوم موجب

چهار کمپانی اصلی بانام‌های «اس.ام»، «وای.جی»، «جی.وای.پی» و «هایب» بزرگ‌ترین بنگاه‌های تولیدکننده‌ی محصولات سرگرمی این کشور هستند. آنچه که ما اکنون به عنوان کی پاپ می‌شناسیم مسیر پرفراز و نشیبی را طی کرده است تا بتواند زنجیره‌ای محکم از طرفداران خود را تشکیل دهد. افراد کم‌اطلاع ترکی پاپ را تنها محدود به گروه موسیقی بی تی اس می‌دانند، اما حقیقت اینجاست که سال‌ها پیش از تشکیل گروه بی تی اس، حتی پیش از به دنیا آمدن خوانندگان این گروه، سیاست فرهنگی کره جنوبی برای بنابود که برنامه‌ای برای گسترش فعالیت فرهنگی خود در جهان داشته باشد. در دوره اول موج کره‌ای، تولیدات کره جنوبی بیشتر به کشورهای شرق و جنوب شرقی آسیا صادر شد، اما سال ۲۰۰۷ با رشد رسانه‌های اجتماعی پدیده موج کره‌ای تغییر چشمگیری داشت و موجب شد موسیقی آن در نقاط دیگر جهان مانند غرب آسیا، آمریکا و... نیز گسترش پیدا کند. اولین گروه موسیقی کی پاپ بانام «سئوتاجی و پسران

هم نقش‌آفرینی می‌کنند و از این طریق موجب می‌شوند تا مخاطبان با گروه موسیقی آنها آشنا شده و به طرفدارشان تبدیل شوند. آیدل‌ها طی یک فرآیند برای گروه‌های موسیقی انتخاب می‌شوند. به این صورت که ابتدا افراد علاقه‌مند برای شرکت در مصاحبه‌ی کمپانی (Audition) داوطلب می‌شوند. بعد از پذیرفته شدن در مصاحبه‌ی اولیه، تحت عنوان کارآموز با کمپانی قراردادی وضع می‌کند. معمولاً کارآموزان در این قرارداد می‌پذیرند که در ازای آموزش توسط کمپانی تا مدتی بعد از شروع به کار رسمی، سود حاصل از فعالیت آن‌ها به طور کامل به کمپانی تعلق بگیرد. کمپانی براساس سیاست‌های خود به تدریج کارآموزان را در قالب گروه‌های موسیقی و همین‌طور خوانندگان تک خوان (Soloartist) به هواداران و جامعه معرفی می‌کند. این نوع شروع به کار در ادبیات کی پاپ با اصطلاح دبیو (Debut) شناخته می‌شود.

❏ تاریخچه صادرات موسیقی از کره جنوبی



بازی‌های رایانه‌ای: دریچه‌ای نوبه جهان نسل جدید



مریم داوردان: دنیای امروز با سرعتی شگفت‌آور در حال تغییر است و یکی از برجسته‌ترین مظاهر این تغییر، رشد بی‌سابقه صنعت بازی‌های رایانه‌ای است. این پدیده، که از یک سرگرمی ساده آغاز شد، اکنون به یکی از ستون‌های اصلی فرهنگ جوانان تبدیل شده است و تأثیرات عمیقی بر شکل‌گیری هویت، ارزش‌ها و حتی سبک زندگی آنان دارد.

در نگاه اول، بازی‌های رایانه‌ای ممکن است به عنوان تهدیدی برای وقت، تمرکز و حتی ارزش‌های اخلاقی جوانان به نظر برسند. با این حال، اگر با نگاهی دقیق‌تر به این پدیده بپردازیم، درمی‌یابیم که بازی‌ها نه تنها چالش، بلکه فرصتی بی‌نظیر برای ارتباط و تأثیرگذاری فرهنگی نیز هستند.

بازی‌های رایانه‌ای به مثابه یک زبان جدید عمل می‌کنند؛ زبانی که با تصاویر، داستان‌ها و تعاملات خلاقانه، پیام‌هایی عمیق را به مخاطب منتقل می‌کند. این زبان چندلایه، توانایی ایجاد ارتباطاتی فراتر از مرزهای جغرافیایی و فرهنگی را دارد. به عنوان مثال، بازی‌های آنلاین با ایجاد فضاهای مشترک برای بازیکنان از نقاط مختلف جهان، تجربه‌های اجتماعی جدیدی را رقم می‌زنند. این تعاملات به درک فرهنگ‌های دیگر و تقویت مهارت‌های ارتباطی کمک می‌کنند. در بسیاری از بازی‌ها، ارزش‌هایی همچون همکاری، حل مسئله و تصمیم‌گیری تقویت می‌شود که می‌توانند در زندگی واقعی نیز کاربردی باشند. برای مثال، بازی‌های استراتژیک بازیکنان را به چالش می‌کشند تا در شرایط پیچیده بهترین تصمیم‌ها را بگیرند، در حالی که بازی‌های گروهی حس همکاری و اعتماد متقابل را در افراد تقویت می‌کنند.

از سوی دیگر، برخی از بازی‌ها مفاهیمی را به چالش می‌کشند که می‌توانند زمینه‌ای برای گفت‌وگو و تربیت فراهم کنند. بازی‌هایی که روایت‌های پیچیده و چندوجهی دارند، بازیکنان را وادار به تفکر انتقادی می‌کنند و حتی می‌توانند به عنوان ابزاری برای آموزش اخلاقی و اجتماعی به کار گرفته شوند. چنین بازی‌هایی فرصتی بی‌نظیر برای طرح مسائل فرهنگی و ورزشی در قالب‌هایی جذاب و تعاملی فراهم می‌آورند.

از منظر دینی و تربیتی، حضور در این فضا به معنای درک زبان جوانان و همراهی با آنان است. همان‌طور که علمای دین در گذشته با ابزارها و رسانه‌های جدید زمان خود مواجه شدند و از آن‌ها برای گسترش معارف اسلامی بهره بردند، امروز نیز نیاز است تا با شناخت و استفاده هوشمندانه از بازی‌های رایانه‌ای، این ابزار را به فرصتی برای تقویت ارزش‌های انسانی و اسلامی تبدیل کنیم. در این مسیر، آگاهی و مطالعه دقیق می‌تواند نقش کلیدی در بهره‌برداری هوشمندانه از ظرفیت‌های فرهنگی و تربیتی این پدیده ایفا کند.

بازی‌های رایانه‌ای: زبان نسل جوان

بازی‌های رایانه‌ای از یک سرگرمی ساده فراتر رفته و به پدیده‌ای با تأثیرات عمیق فرهنگی و اجتماعی تبدیل شده‌اند. آمارهای منتشر شده از سوی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و منابع معتبر دیگر ابعاد گسترده این نفوذ را روشن می‌کند:

- ۳۴۰ میلیون بازیکن فعال: این تعداد نشان می‌دهد که یک سوم جمعیت ایران با این پدیده درگیر هستند.
- میانگین سنی بازیکنان: ۲۳ سال: دوره‌ای که هویت و ارزش‌های فردی در حال شکل‌گیری است.
- زمان صرف شده: ۹۵ دقیقه در روز: زمانی که می‌تواند به فرصتی برای تأثیرگذاری فرهنگی تبدیل شود.
- بازار اقتصادی: ۲۵۰۰ میلیارد تومان گردش مالی: جایگاه بازی‌ها در اقتصاد فرهنگی ایران را تثبیت کرده است.
- ۷۰ درصد بازی آنلاین: بستری برای تعاملات اجتماعی و فرهنگی فراتر از مرزها.

بازی‌های رایانه‌ای: پل ارتباطی یا چالش فرهنگی؟

یک زبان جدید

بازی‌های رایانه‌ای زبانی جهانی برای نسل جوان هستند؛ زبانی که با تصاویر و داستان‌های تعاملی پیام‌هایی عمیق را منتقل می‌کند. این زبان می‌تواند به ابزاری برای درک بهتر نسل جدید تبدیل شود.

هویت‌سازی و ارزش‌ها

نسل جوان در دوره حساس هویت‌یابی، تحت تأثیر روایت‌های بازی‌ها قرار دارد. این روایت‌ها می‌توانند بستری برای تقویت ارزش‌های اخلاقی و دینی باشند.

زمان و تأثیرگذاری

۹۵ دقیقه روزانه فرصت بزرگی برای آموزش غیرمستقیم و تقویت مهارت‌های ارتباطی و فرهنگی است. از این زمان می‌توان برای تقویت ارزش‌های انسانی بهره برد.

۵. اقتصاد فرهنگی

بازار بازی‌ها تنها مصرف‌کننده نیست؛ بلکه تولیدکننده فرهنگی است که می‌تواند ارزش‌های بومی را تقویت کند.

۶. پرسش‌های کلیدی برای آینده

آمارها ما را به تفکر درباره پرسش‌های مهمی دعوت می‌کنند: چگونه می‌توان بازی‌های رایانه‌ای را به ابزاری برای گسترش ارزش‌های فرهنگی و دینی تبدیل کرد؟ چگونه می‌توان از این زبان جدید برای برقراری ارتباط موثر با نسل جوان بهره برد؟ آیا امروز نیز مانند گذشته می‌توان ابزارهای جدید را به خدمت اهداف انسانی و اخلاقی درآورد؟

۷. آشنایی با مفاهیم کلیدی دنیای بازی‌ها

شناخت مفاهیم کلیدی دنیای بازی‌ها برای درک زبان مشترک نسل جوان و ارتباط مؤثر با آن‌ها ضروری است. این مفاهیم، نه تنها به تحلیل بهتر محتوا و پیام‌های فرهنگی بازی‌ها کمک می‌کنند، بلکه بستری برای ایجاد گفت‌وگوی معنادار بین نسل‌ها فراهم می‌آورند. درک این زبان جدید به ما کمک می‌کند تا با دغدغه‌ها، علایق و تجربیات جوانان آشنا شویم و از این ابزار نوین برای تقویت هویت دینی و فرهنگی بهره ببریم.

۱. ژانر (Genre):

ژانر به طبقه‌بندی بازی‌ها بر اساس محتوا و سبک آن‌ها اشاره دارد. هر ژانر تجربه‌ای متفاوت برای بازیکنان فراهم می‌کند. برای مثال، بازی‌های اکشن به مهارت و واکنش سریع نیاز دارند، در حالی که بازی‌های ماجراجویی تمرکز بیشتری بر داستان‌پردازی دارند. ژانرهای دیگری مانند استراتژی و شبیه‌سازی نیز هر یک دنیایی منحصر به فرد برای بازیکن به ارمغان می‌آورند.

۲. گیم پلی (Gameplay):

گیم پلی به مجموعه تعاملات و تجربه‌هایی گفته می‌شود که بازیکن در طول بازی با آن‌ها روبه‌رو می‌شود. این مفهوم شامل عناصر کلیدی مانند کنترل‌ها، اهداف، قوانین و چالش‌هاست. گیم پلی یک بازی می‌تواند ساده و سراسر است یا پیچیده و چندلایه باشد و نقش اصلی را در جذب بازیکن و ادامه بازی ایفا می‌کند.

۳. بازی‌های تعاملی (Interactive Games):

بازی‌های تعاملی به بازی‌هایی گفته می‌شود که بازیکن در آن‌ها تأثیر مستقیم بر روند بازی دارد. تصمیمات بازیکن می‌تواند داستان را تغییر دهد یا مراحل بازی را شکل دهد. این نوع بازی‌ها به بازیکن احساس مشارکت بیشتری می‌دهند و معمولاً تجربه‌ای عمیق‌تر و شخصی‌تر ارائه می‌کنند.

۴. بازی‌های استراتژیک-آموزشی (Serious Strategy Games):

بازی‌های استراتژیک-آموزشی ترکیبی از برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری بلندمدت با هدف یادگیری مفاهیم یا مهارت‌های خاص هستند که علاوه بر سرگرمی، بازیکنان را با چالش‌های فکری و منطقی مواجه کرده و مهارت‌هایی مانند مدیریت منابع، تفکر انتقادی و حل مسئله را تقویت می‌کنند. این بازی‌ها با ارتباط پویا با محیط و انعکاس مفاهیم دنیای واقعی نظیر مدیریت، تاریخ، علوم یا اخلاق، تجربه‌ای تعاملی و آموزنده فراهم می‌کنند و می‌توانند در قالب سرگرمی، آموزش غیرمستقیم و ارتقای مهارت‌های اجتماعی مؤثر باشند. یکی از نمونه‌های شناخته‌شده در این حوزه، بازی Civilization است که بازیکن را در مدیریت یک تمدن و آشنایی با تاریخ، فرهنگ و فناوری‌ها قرار می‌دهد.

۵. غرقگی (Flow):

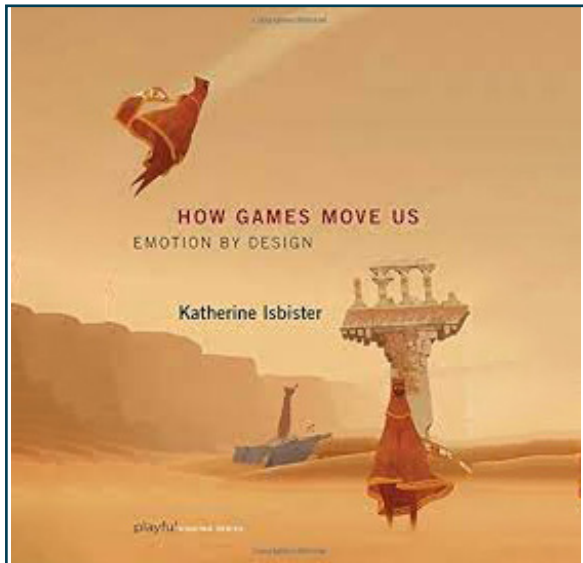
این مفهوم به حالتی اشاره دارد که در آن بازیکن چنان درگیر فعالیت بازی می‌شود که حس زمان را از دست می‌دهد. این وضعیت زمانی ایجاد می‌شود که چالش‌های بازی نه آن قدر سخت باشند که بازیکن احساس ناامیدی کند و نه آن قدر آسان که بازی برای او کسل‌کننده شود. تعادل بین مهارت بازیکن و دشواری بازی، این جریان را ممکن می‌سازد. بازی‌هایی مانند «کندی کرش» یا ارائه چالش‌های متناسب با پیشرفت بازیکن، نمونه‌ای از ایجاد جریان یا غرقگی هستند. 📌





نیمکت کتاب

مروری بر کتاب «عوامل جذابیت گیم‌ها: طراحان چگونه با احساسات بازی می‌کنند»



کتاب «عوامل جذابیت گیم‌ها: طراحان چگونه با احساسات بازی می‌کنند» نوشته «کاترین ایزبیستر» با ترجمه «سید رحیم هاشمی» و چاپ شده توسط «انتشارات عروج ایمان»، به تحلیل علمی و جذاب عوامل موفقیت بازی‌های رایانه‌ای می‌پردازد. نویسنده با استفاده از تجربه خود در طراحی بازی و دانش روان‌شناسی، رویکردهای مختلفی را برای بررسی این سؤال که چرا برخی بازی‌ها این چنین ما را به خود جذب می‌کنند، ارائه می‌دهد.

عوامل کلیدی جذابیت در بازی‌ها

ایزیبیستر در این کتاب به عوامل مختلفی اشاره می‌کند که طراحان بازی برای ایجاد جذابیت از آن‌ها بهره می‌گیرند. برخی از مهم‌ترین این عوامل عبارتند از:

۱. تعادل چالش و مهارت: بازی‌هایی که تعادل مناسبی بین چالش‌های پیش‌رو و توانایی‌های بازیکن برقرار می‌کنند، حس رضایت و پیشرفت را در او تقویت می‌کنند. این همان مفهومی است که به عنوان «جریان» (Flow) شناخته می‌شود.

۲. احساس پیشرفت: ایجاد سیستم‌هایی نظیر امتیازدهی، مراحل متعدد و جوایز درون بازی به بازیکنان حس موفقیت و پیشرفت می‌دهد.

۳. داستان و روایت: داستان‌های جذاب و شخصیت‌پردازی عمیق می‌توانند بازیکن را به دنیای بازی وارد کنند و او را با تجربه‌ای فراموش‌نشدنی همراه سازند.

۴. تعامل اجتماعی: بازی‌هایی که امکان رقابت یا همکاری با دیگران را فراهم می‌کنند، جذابیت بیشتری دارند. این تعامل اجتماعی می‌تواند به شکل چند نفره آنلاین یا حتی رقابت‌های محلی باشد. ۵. کنترل و آزادی عمل: بازی‌هایی که به بازیکن حس کنترل بر روند بازی را می‌دهند و در عین حال آزادی عمل کافی را برای تصمیم‌گیری فراهم می‌کنند، بیشتر بازیکنان را جذب می‌کنند.

نکات برجسته کتاب

کاترین ایزبیستر به نقش احساسات در طراحی بازی‌های رایانه‌ای می‌پردازد و نشان می‌دهد چگونه بازی‌ها می‌توانند با طراحی هوشمندانه احساسات بازیکنان را برانگیزند و ارتباطات عاطفی معناداری ایجاد کنند. این کتاب بر موضوعاتی نظیر استفاده از موسیقی، روایت و طراحی شخصیت‌ها برای ایجاد تجربه‌های عاطفی متنوع، نقش تعاملات اجتماعی در بازی‌ها برای تقویت همدلی و دوستی، و برتری بازی‌ها نسبت به سایر رسانه‌ها به دلیل ماهیت تعاملی‌شان تمرکز دارد. ایزبیستر همچنین به مطالعات موردی از بازی‌های موفق، تأثیر فناوری‌های پیشرفته، و قابلیت بازی‌ها به عنوان ابزار تغییرات اجتماعی می‌پردازد و نشان می‌دهد چگونه بازی‌ها می‌توانند پلی برای یادگیری و درک بهتر ارزش‌های انسانی باشند.

چرا مطالعه این کتاب مهم است؟

بازی‌های رایانه‌ای بخش مهمی از فرهنگ و سرگرمی نسل امروز را تشکیل می‌دهند. آشنایی با سازوکارهای روان‌شناختی و فرهنگی

این حوزه، ابزار ارزشمندی برای درک بهترین پدیده است. کتاب «عوامل جذابیت گیم‌ها» نه تنها دیدگاهی تازه به جذابیت بازی‌ها ارائه می‌دهد، بلکه می‌تواند به مخاطبان کمک کند تا ارتباط بهتری با نسل جوان برقرار کنند. این اثر، با بررسی دقیق احساسات و واکنش‌های انسانی، نشان می‌دهد که بازی‌ها چگونه به ابزاری برای تعامل، یادگیری و حتی تغییر اجتماعی تبدیل شده‌اند.

پرونده یک بازی: Sainthood

دنیای بازی‌های رایانه‌ای با تنوع بی‌نظیر خود، هر روز تجربه‌های جدیدی ارائه می‌کند. یکی از این بازی‌ها که اخیراً توجهات زیادی را به خود جلب کرده، Sainthood است؛ اثری مستقل که توسط یک بازی‌ساز خلاق طراحی شده و ترکیبی منحصربه‌فرد از سرگرمی، معنویت و آموزش ارائه می‌دهد. این بازی در سبک استراتژیک-آموزشی ساخته شده و با تمرکز بر تاریخ و فرهنگ مسیحیت، بازیکنان را در نقش یک رهبر معنوی کلیسا قرار می‌دهد تا جامعه‌ای اخلاق‌مدار و همدلانه ایجاد کنند.

آیده اصلی بازی

Sainthood بازیکنان را به دنیایی می‌برد که در آن باید نقش رهبر یک کلیسای کوچک و در حال گسترش را ایفا کنند. هدف اصلی بازی، هدایت جامعه به سوی ارزش‌های دینی و اخلاقی است. این بازی، مخاطبان را با چالش‌های اخلاقی و مدیریتی روبه‌رو می‌کند و از آن‌ها می‌خواهد تا تصمیماتی بگیرند که می‌توانند مسیر جامعه را برای نسل‌های بعدی تغییر دهند.

گیم پلی: تعامل با ایمان و فرهنگ

گیم پلی این بازی بر ترکیب استراتژی‌های مدیریتی و تصمیم‌گیری اخلاقی استوار است. بازیکن باید برای توسعه کلیسا و جامعه پیرامون آن، میان نیازهای معنوی و مادی مردم تعادل برقرار کند. ۱. آیا منابع محدود را صرف بازسازی کلیسا می‌کنید یا برای بهبود وضعیت معیشتی جامعه هزینه می‌کنید؟ ۲. آیا با فرهنگ‌های بیگانه از طریق جنگ تعامل دارید یا با دیپلماسی و گفت‌وگو؟ ۳. چگونه با اختلافات درونی و اخلاقی اعضای جامعه کلیسا برخورد می‌کنید؟ ۴. هر تصمیم بازیکن پیامدهای بلندمدتی به دنبال دارد که می‌تواند مسیر کلیسا و جامعه را تغییر دهد.

طراحی بصری و موسیقی تأثیرگذار

یکی از نقاط قوت Sainthood، طراحی بصری و صوتی آن است که به زیبایی تاریخ و فضای کلیساها را به تصویر می‌کشد. محیط‌های بازی با دقت در جزئیات معماری مذهبی طراحی شده و موسیقی متن آن که الهام گرفته از ملودی‌های کلیسایی و سنتی است، فضایی عمیقاً معنوی و آرامش‌بخش ایجاد می‌کند.

جنبه‌های آموزشی بازی

این بازی فراتر از سرگرمی، ابزار آموزشی قدرتمندی است که مهارت‌های زیراتقویت می‌کند: ۱. تفکر انتقادی: بازیکن باید میان گزینه‌های متعدد تصمیم‌گیری کند و تأثیرات آن را بسنجد. ۲. آشنایی با تاریخ و فرهنگ مسیحیت: از طریق روایت‌های بازی و چالش‌های طراحی شده. ۳. ترویج همدلی و ارزش‌های انسانی: محوریت بازی بر ایجاد ارتباطات انسانی و اخلاقی است.

چرا Sainthood اهمیت دارد؟

Sainthood اثری مستقل است که با نگاهی خلاقانه، بازی‌های رایانه‌ای را به ابزاری برای آموزش و تفکر عمیق تبدیل کرده است. این بازی نشان می‌دهد که چگونه هنر بازی‌سازی می‌تواند بستری برای بررسی مسائل پیچیده اجتماعی، فرهنگی و معنوی باشد. با تمرکز بر کلیسا و جامعه مسیحی، بازی فرصتی فراهم می‌کند تا بازیکنان از زاویه‌ای تازه به این ارزش‌ها نگاه کنند و با چالش‌هایی مواجه شوند که در دنیای واقعی نیز معنا دارند.

نتیجه‌گیری

Sainthood تنها یک بازی نیست، بلکه سفری است به دل تاریخ و معنویت که بازیکنان را با چالش‌های فکری و اخلاقی روبه‌رو می‌کند. این اثر مستقل، با طراحی خلاقانه و تمرکز بر نقش کلیسا و ارزش‌های مسیحیت، نشان می‌دهد که بازی‌های رایانه‌ای می‌توانند فراتر از سرگرمی عمل کرده و ابزاری قدرتمند برای آموزش، تأمل و برقراری ارتباطات انسانی باشند.

این بازی با ترکیب گیم پلی عمیق و داستانی الهام‌بخش، بازیکنان را به تفکر درباره مسائل مهمی همچون مدیریت، همدلی، تعاملات فرهنگی و تصمیم‌گیری اخلاقی دعوت می‌کند. در کنار این‌ها، طراحی بصری و موسیقی متن، فضایی واقعی و تأثیرگذار ایجاد کرده که بازیکن را به دنیای زنده و پرجنب‌وجوش بازی می‌کشاند. Sainthood نمونه‌ای روشن از این است که بازی‌سازان مستقل چگونه می‌توانند با رویکردی خلاقانه و تمرکز بر مفاهیم عمیق، اثری خلق کنند که هم سرگرم‌کننده باشد و هم به بازیکنان فرصتی برای یادگیری و تأمل بدهد. این بازی به ویژه برای کسانی که به تاریخ، فرهنگ و مسائل انسانی علاقه دارند، تجربه‌ای ارزشمند خواهد بود. در نهایت، Sainthood یادآوری می‌کند که قدرت واقعی بازی‌ها، در توانایی آن‌ها برای ایجاد همدلی، تقویت ارزش‌های انسانی و ارائه پیام‌هایی ماندگار نهفته است. این بازی پلی است میان هنر، معنا و تکنولوژی که بازیکنان را نه تنها سرگرم، بلکه متحول می‌کند.

هوش مصنوعی در میدان بازی

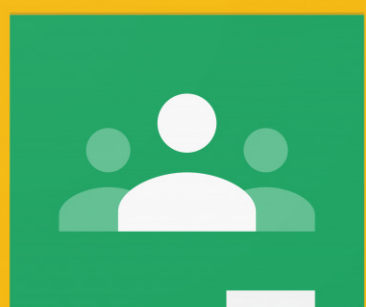
در ۶ ماه گذشته، هوش مصنوعی در صنعت بازی‌های رایانه‌ای تحولات بزرگی ایجاد کرده است. از ابزارهای پیشرفته برای طراحی محتوا گرفته تا ارتقای تجربه بازیکنان، این فناوری به سرعت در حال تغییر شکل دادن به دنیای بازی‌هاست. در ادامه، برخی از اخبار و

نوآوری‌های مهم این حوزه را مرور می‌کنیم: ۱. هوش مصنوعی در تولید دیالوگ‌های تعاملی شرکت Ubisoft اعلام کرده که در جدیدترین پروژه خود از یک ابزار مبتنی بر هوش مصنوعی به نام Ghostwriter استفاده می‌کند. این ابزار قادر است دیالوگ‌های شخصیت‌های غیربازیکن (NPC) را با دقت و تنوع بالا تولید کند. هدف این فناوری، ایجاد دیالوگ‌هایی طبیعی‌تر و کاهش زمان صرف‌شده توسط نویسندگان بازی است. ۲. تغییر جهت Create AI به فناوری بازی‌های هوش مصنوعی: استارت‌آپ TuSimple که پیش‌تر در زمینه کامیون‌های خودران فعالیت می‌کرد، با تغییر برند به Create AI، تمرکز خود را به سمت فناوری‌های هوش مصنوعی در صنعت بازی سوق داده است. با استفاده از مدل هوش مصنوعی تصویر به ویدیو به نام Ruyi، Create AI قصد دارد وارد بازار جهانی بازی‌های رایانه‌ای شود و در تولید بازی‌ها و انیمه‌ها فعالیت کند. ۳. تغییر استراتژیک نشان‌دهنده پیوند روزافزون میان هوش مصنوعی، بازی‌های رایانه‌ای و سرگرمی‌های فرهنگی است و نقش هوش مصنوعی را در صنایع خلاق برجسته می‌سازد. ۴. پیشرفت‌ها در تولید محتوای روبه‌ای مبتنی بر هوش مصنوعی: تولید محتوای روبه‌ای با استفاده از هوش مصنوعی به یک روند فراگیر در توسعه بازی‌ها تبدیل شده است. ۵. این فناوری امکان تولید خودکار محتوای بازی، از جمله مراحل، نقشه‌ها و روایت‌ها را فراهم می‌کند و باعث افزایش قابلیت تکرارپذیری و تعامل بازیکنان می‌شود. بازی‌هایی مانند No Man's Sky، Persona و Hades از این فناوری برای خلق دنیاهای وسیع و پویا استفاده کرده‌اند و الگوریتم‌های علمی را با داستان‌گویی فرهنگی تلفیق کرده‌اند. ۶. مدل‌سازی تجربه بازیکن (PEM): مدل‌سازی تجربه بازیکن یکی از روندهای مبتنی بر هوش مصنوعی است که تجربه بازیکنان را به صورت ریاضی مدل‌سازی کرده و با پیش‌بینی ترجیحات آنان، مکانیسم‌های بازی را تنظیم می‌کند. ۷. تحلیل توانایی‌ها و وضعیت عاطفی بازیکنان، هوش مصنوعی می‌تواند پیچیدگی بازی را به صورت پویا تغییر دهد و آن را تعاملی‌تر و متناسب با علائق فردی کند. ۸. این رویکرد با ارائه تجربه‌های بازی شخصی‌سازی شده، رضایت بازیکنان را افزایش می‌دهد و پلی میان علم روان‌شناسی و مشارکت فرهنگی ایجاد می‌کند. ۹. تولید دیالوگ‌های مصنوعی و پویا: فناوری‌های هوش مصنوعی برای ایجاد شخصیت‌های غیرقابل بازی (NPC) واقع‌گرایانه‌تر و پاسخ‌گوتر از طریق تولید دیالوگ‌های مصنوعی و پویا به کار گرفته می‌شوند. ۱۰. این امر به NPC‌ها امکان می‌دهد تا در مکالمات طبیعی‌تر و متناسب با زمینه بازی با بازیکنان درگیر شوند و غوطه‌وری و روایت داستان را در بازی‌ها بهبود بخشند. این پیشرفت‌ها به تعاملات جذاب‌تر و زنده‌تر در محیط‌های بازی کمک می‌کند و روایت‌های فرهنگی در جهان‌های مجازی را غنی‌تر می‌سازد. ۱۱

این ۴ هوش مصنوعی را بشناسید تا زندگی علمی راحت‌تری داشته باشید

مهارت‌های علمی مورد نیاز اساتید محترم

■ **ساقی سادات جزایری:** تکنولوژی و آموزش، این روزها بیش از همیشه دست در دست هم دارند. هوش مصنوعی می‌تواند معلم‌ها و اساتید را از حجم زیاد کارهای تکراری و زمان بر نجات بدهد و به شما فرصت بدهد تا روی خلاقیت، یادگیری و ارتباط موثرتر با دانش‌آموزان تمرکز کنید. در ادامه با ۴ ابزار هوش مصنوعی که هر معلمی باید بشناسد، آشنایی شوید.



Google Classroom مدیریت کلاس مثل یک حرفه‌ای

اگر با آموزش آنلاین یا مدیریت تکالیف دیجیتال سروکار دارید، Google Classroom بهترین گزینه برای شماست. با این ابزار می‌توانید: مطالب آموزشی و تکالیف را به صورت دیجیتال به اشتراک بگذارید. تکالیف را سریع تصحیح کنید و بازخورد بدهید. ارتباط موثری با دانش‌آموزان و حتی والدین برقرار کنید. این ابزار هم برای آموزش حضوری و هم مجازی مناسب است و می‌تواند بار زیادی از دوش معلمان بردارد.

Canva

Canva زیبایی را به محتوای آموزشی بیافزاید

وقتی صحبت از طراحی گرافیکی می‌شود، Canva می‌تواند یک ناجی باشد. شما به راحتی و بدون نیاز به مهارت‌های پیچیده، می‌توانید: اسلایدهای آموزشی خلاقانه بسازید. پوسته‌های جذاب برای پروژه‌های کلاسی طراحی کنید. محتوای تصویری برای جشنواره‌ها یا نمایشگاه‌های مدرسه تولید کنید. قابلیت‌های متنوع و قالب‌های آماده Canva، کار شما را ساده و خروجی را حرفه‌ای می‌کند.

Kahoot!

Kahoot! یادگیری را به یک ماجراجویی تبدیل کنید

کلاس‌های درسی گاهی ممکن است خشک و کسل‌کننده شوند، اما با Kahoot! می‌توانید فضایی پراز هیجان بسازید. این ابزار به شما اجازه می‌دهد: آزمون‌ها و بازی‌های تعاملی طراحی کنید. رقابت سالم میان دانش‌آموزان ایجاد کنید. بازخورد فوری دریافت کنید تا بدانید کدام مفاهیم به خوبی فهمیده شده‌اند. این ابزار مناسب همه مقاطع تحصیلی است و به ویژه برای مرور درس‌ها و آماده‌سازی برای امتحانات عالی عمل می‌کند.



ChatGPT همکار خلاق شما در تدریس

تصور کنید همیشه یک دستیار آماده و خوش فکر کنار شماست که هر سوالی بپرسید، پاسخش را فوری به شما می‌دهد! با ChatGPT می‌توانید: متن‌های آموزشی متناسب با سن و سطح دانش‌آموزان تهیه کنید. ایده‌های نو برای فعالیت‌های کلاسی پیدا کنید. آزمون‌های چندگزینه‌ای یا تشریحی طراحی کنید. پاسخ‌های دقیق و کامل برای سوالات سخت دانش‌آموزان داشته باشید. این ابزار به شما کمک می‌کند تا خلاق‌تر باشید و وقت بیشتری برای تعامل با دانش‌آموزان بگذارید.

چرا باید از این ابزارها استفاده کنید؟

هوش مصنوعی فقط یک ابزار نیست؛ یک فرصت است برای اینکه وقت و انرژی‌تان را از کارهای تکراری و زمان بر آزاد کنید و روی آنچه واقعاً اهمیت دارد تمرکز کنید: یادگیری و رشد دانش‌جو‌ها. پس همین امروز این ابزارها را امتحان کنید و کلاس درسی متفاوت بسازید!



جوانان در یوتیوب کدام ویدئوها را بیشتر می‌بینند؟

بلاینددیت چیست؟



❖ **زهرا حیدری:** این روزها ویدئوهایی در یوتیوب به بازدید میلیونی رسیده‌اند که محتوای عجیبی دارند. سازندگان این ویدئوها به خاطر محتوایی که در آن‌ها ارائه می‌دهند به بازدیدهای میلیونی و درآمد‌های هنگفتی از یوتیوب رسیده‌اند. حالا محتوای این فیلم‌ها چیست؟ این ویدئوها که به اصطلاح به آن‌ها «بلاینددیت» می‌گویند به این صورت است که یک دختر و پسری که یکدیگر را نمی‌شناسند روبه روی هم می‌نشینند و انتظارات و توقعات خود را از رابطه با فرد روبه رویان می‌کنند. در این شماره برای آشنایی با ترند اجتماعی این روزهای جوانان و آنچه این نسل آن را زیاد تماشا می‌کنند به سراغ تعریف و شرح ماجرای بلاینددیت رفته‌ایم.

❖ بلاینددیت به چه معناست؟

بلاینددیت یا «قرار کور» به موقعیتی اطلاق می‌شود که در آن دونفر، معمولاً برای اولین بار، بدون آنکه شناخت قبلی یا ارتباط مستقیم با یکدیگر داشته باشند، در یک قرار ملاقات حاضر می‌شوند. این مفهوم ریشه در تلاش‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط میان افراد دارد که به دلایل مختلف، مانند یافتن شریک عاطفی یا حتی صرفاً برای تجربه‌ای جدید و جالب، انجام می‌شود.

❖ اهداف بلاینددیت چیست؟

۱. آشنایی با افراد جدید: بلاینددیت یکی از راه‌های غیررسمی و جذاب برای ملاقات با افرادی است که ممکن است در شرایط عادی با آنها آشنا نشوید.

۲. کاهش محدودیت‌ها: این روش به افراد امکان می‌دهد که بدون پیش‌داوری‌های قضاوت‌های اولیه، فرصت برقراری ارتباط با دیگران را داشته باشند.

۳. تقویت مهارت‌های اجتماعی: برای برخی افراد، بلاینددیت فرصتی برای خروج از منطقه امن و تقویت مهارت‌هایی مانند گفتگو، گوش دادن و درک متقابل است.

❖ دلایل محبوبیت و جذب مخاطب

۱. هیجان و غیرقابل پیش‌بینی بودن: بلاینددیت‌ها معمولاً با حس هیجان و کنجکاوی همراه هستند، چرا که افراد از قبل نمی‌دانند چه کسی را ملاقات خواهند کرد و این ناشناختگی جذابیت خاصی دارد.

۲. ترند شدن در رسانه‌ها: با ظهور شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌های تلویزیونی، بلاینددیت به یک پدیده‌ی سرگرم‌کننده و پرطرفدار تبدیل شده است.

۳. برنامه‌هایی مثل «First Dates» یا «Love is Blind» نمونه‌هایی از این پدیده هستند که میلیون‌ها بیننده را جذب کرده‌اند.

۳. فرهنگ دیجیتال و اپلیکیشن‌های دوستیابی: در عصر دیجیتال، اپلیکیشن‌هایی مانند Tinder و Bumble فضایی را برای این نوع ملاقات‌ها فراهم کرده‌اند. کاربران این پلتفرم‌ها می‌توانند با انتخاب‌هایی از جنس بلاینددیت، تجربه‌ای متفاوت داشته باشند.

۴. جنبه‌های روانشناختی: برای بسیاری از افراد، بلاینددیت به معنای مواجهه با ناشناخته‌ها و غلبه بر ترس‌های اجتماعی است که می‌تواند تأثیر مثبتی بر اعتماد به نفس و رشد شخصیتی داشته باشد.

❖ چرا جوانان ویدئوهای بلاینددیت را دوست دارند؟

۱. کنجکاوی و حس همذات‌پنداری: جوانان از دیدن واکنش‌های طبیعی و بی‌پرده افراد در موقعیت‌های ناشناخته لذت می‌برند. این ویدئوها به آن‌ها حس نزدیکی و همذات‌پنداری می‌دهد.

۲. سرگرمی و شوخ‌طبعی: بسیاری از این ویدئوها به دلیل لحظات خنده‌دار یا غیرمنتظره‌ای که رخ می‌دهد، جنبه‌ی سرگرمی بالایی دارند.

۳. آموختن رفتارهای اجتماعی: این ویدئوها به عنوان نوعی آموزش غیرمستقیم عمل می‌کنند و به بینندگان نشان می‌دهند که چگونه می‌توانند در موقعیت‌های مشابه رفتار کنند یا حتی چه رفتارهایی را باید از آن اجتناب کنند.

۴. روایت‌های جذاب: داستان‌هایی که در این ویدئوها شکل می‌گیرد، معمولاً پر از احساسات، لحظات غیرمنتظره و گاهی حتی عاشقانه هستند که جذابیت خاصی برای مخاطبان ایجاد می‌کند.

۵. تأثیر شبکه‌های اجتماعی: الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی باعث می‌شوند این ویدئوها بیشتر دیده شوند و به یک ترند محبوب میان جوانان تبدیل شوند.

❖ چالش‌ها و جذابیت‌های مرتبط با بلاینددیت

● چالش‌ها:

۵ ممکن است افراد انتظاراتی غیرواقعی داشته باشند.

۵ عدم تطابق شخصیت‌ها یا ارزش‌ها می‌تواند منجر به تجربه‌های ناخوشایند شود.

۵ نگرانی از ایمنی و امنیت، خصوصاً در فضای آنلاین.

● جذابیت‌ها:

۵ داستان‌هایی که از این نوع ملاقات‌ها به وجود می‌آید، اغلب جذاب و سرگرم‌کننده هستند.

۵ برای بسیاری از افراد، بلاینددیت فرصتی برای تجربه‌ای متفاوت و شکستن کلیشه‌هاست.

❖ نمونه‌هایی از بلاینددیت‌های ایرانی

۱. برنامه‌های تلویزیونی: برخی برنامه‌های تلویزیونی ایرانی مانند «ماه عسل» در بخش‌هایی از برنامه‌های خود، شرایطی شبیه بلاینددیت ایجاد کرده‌اند که افراد بدون شناخت قبلی در برابر هم قرار گرفته و در مورد موضوعات مختلف گفت‌وگو می‌کنند.

۲. فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی: در برخی رویدادهای فرهنگی یا کارگاه‌های گروهی، افراد به شکل اتفاقی در گروه‌هایی قرار می‌گیرند که نوعی تجربه بلاینددیت محسوب می‌شود.

۳. اپلیکیشن‌های دوستیابی داخلی: با وجود محدودیت‌های فرهنگی، برخی اپلیکیشن‌های داخلی نیز فرصت‌هایی برای ملاقات افراد ناشناس به شکل بلاینددیت فراهم کرده‌اند.

❖ نتیجه‌گیری

ویدئوهای یوتیوبی بلاینددیت فضای آشنایی با جنس مخالف را برای رابطه عاطفی و دوستی به شدت هیجان‌انگیز نشان می‌دهد و چون در این فضا دختر و پسر مورد نظر در اغلب موارد به چالش و بحث کشیده می‌شوند ماجرای برای جوانان بسیار جذاب به نظر می‌رسد.

تأجاییکه در محافل خود و در بین دوستان خودشان درباره شخصیت‌هایی که در بلاینددیت‌ها حضور داشتند با یکدیگر بحث می‌کنند. ❖