

کاربرد و مزایای آموزشی و ارتباطی گرافیک نوول و کمیک ژورنالیسم

نوشته

مریم سلیمی*

سمیه سلیمی**

چکیده

هدف این مقاله، بررسی کاربرد و مزایای آموزشی و ارتباطی گرافیک نوول (Graphic novel) و کمیک ژورنالیسم (Comics journalism) است. طبق یافته‌های این پژوهش، که به روش کتابخانه‌ای و ترویجی انجام شده، گرافیک نوول‌ها (رمان‌های گرافیکی یا رمان‌های تصویری) که گاهی از آنها به عنوان "رسانه‌های جدید" یاد می‌شود، به یکی از ابزارهای آموزشی در کلاس‌های درس جهان، به‌ویژه در ارتباط با دروسی همچون زبان انگلیسی، علوم، علوم اجتماعی، تاریخ، ادبیات و هنر تبدیل شده‌اند. رمان‌های گرافیکی می‌توانند بخش مهمی از اجرای هر طرح درس استاندارد باشند و فهم و درک مباحث آموزشی را، حتی در افرادی که مشکلات خوانشی دارند، تسهیل کنند. همچنین گرافیک نوول‌ها، به‌ویژه در قالب مدرن آن، می‌توانند در حوزه‌های ارتباطی، تبلیغی و بازاریابی در راستای تحقق اهداف مورد استفاده قرار گرفته و به سبب تصویرمحور بودن آنها، از تأثیرگذاری بالایی برخوردار باشند.

علی‌رغم مزایا و پتانسیل‌های بالای کمیک ژورنالیسم‌ها و نیز رمان‌های گرافیکی اعم از کمک آنها به یادگیری افراد عادی و دارای مشکلات خوانشی، تأثیرگذاری آن در توسعه مهارت‌های تفکر تحلیلی و انتقادی و "سواد جدید" (New or Multiple Literacies) و حتی بهبود سواد سنتی و نیز یاری این نوع گرافیک به فهمیدن مواد پیچیده یادگیری، کمک در مسیر تحقق اهداف حوزه‌های روزنامه‌نگاری، ارتباطی، تبلیغی و بازاریابی و ... همچنان از این ابزارهای تأثیرگذار در نظام آموزشی و نیز در حوزه ارتباطی ایران بهره گرفته نمی‌شود.

ضمن دعوت به آشنایی با گرافیک نوول و کمیک ژورنالیسم و درک اهمیت، کاربرد و مزایای بهره‌گیری از آن، ورود نظام آموزشی کشور و نیز حوزه ارتباطی و رسانه‌ها به این زمینه مورد تأکید است.

کلیدواژه: گرافیک نوول، سواد جدید، کمیک ژورنالیسم، اخبار جعلی (fake news).

* دکتری علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات salimi1356@yahoo.com

** کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی Salimi.s1984@gmail.com

در عصر کنونی، توسعه فناوری و دسترسی آسان به آن، به طور بی سابقه‌ای دانش‌آموزان را در معرض تصاویر و محتوای بصری قرار داده است. این در حالی است که افزون بر مهارت‌های سوادآموزی سنتی، لازم است مهارت‌های جدیدی، در کنار متن‌های موجود در رسانه‌های کنونی، دانش‌آموزان را در درک عمیق‌تر تصاویر کمک کند. همچنین هر چه دانش‌آموزان از زمان خود برای سرگرمی‌های مبتنی بر تصویر (تبلیغات مجله‌ها، بازی‌های ویدیویی، تلویزیون، اینترنت و ...) بیشتر استفاده کنند، علاقه آنها به استفاده از این محتوا و قالب‌ها در مدرسه بیشتر می‌شود. از جمله قالب‌های بصری که بین دانش‌آموزان محبوبیت یافته، رمان‌های گرافیکی هستند. آموزش‌دهندگان، نه تنها باید دانش‌آموزان را برای پرداختن آگاهانه به چنین محتوایی آماده کنند، بلکه باید با بهره‌گیری از رمان‌های گرافیکی در کلاس‌های درس به این علاقه آنها رسیدگی کنند. آموزش‌دهندگان با برنامه‌ریزی آگاهانه برای بررسی این فرمت، می‌توانند به دانش‌آموزان در توسعه مهارت‌های سواد جدید، در کنار گسترش و تقویت علاقه آنها به این محتواها و گونه‌های مشابه رسانه، کمک کنند. (Walker & Schwarz, 2013)

طبق تحقیق فری و فیشر (Frey & Fisher)، رمان گرافیکی به توسعه مهارت‌های تفکر تحلیلی و انتقادی از طریق بحث‌های فکری که پس از خواندن رخ می‌دهد، کمک می‌کند. بوث (Booth) تأکید دارد، استفاده از رمان گرافیکی، با کمک ارتباط بین تصویر و متن در کلاس درس، به تسهیل فرایند خواندن و درک مطلب یادگیرندگان یاری می‌رساند. کراشن (Krashen) رمان گرافیکی را "رسانه‌های جدید" معرفی می‌کند؛ بنابراین، رمان گرافیکی موفق با یک داستان طولانی با کلمات و تصاویر شروع می‌شود و باعث تقویت داستان و بینشی می‌شود که یک متن به‌تنهایی نمی‌تواند انجام دهد (Baird & Jackson). یک رمان گرافیکی، همزمان با کلمات و تصاویر، تجربه خواندن متن را به‌خوبی ارائه می‌دهد؛ رمان‌های گرافیکی به‌گونه‌ای طراحی می‌شوند که همزمان، یادگیرنده نه تنها یک‌بار می‌خواند بلکه می‌بیند؛ مانند خواندن و تماشای فیلم. گاوینگان (Gavigan) از طرفی رمان‌های گرافیکی را ابزاری برای فهماندن مواد پیچیده یادگیری معرفی می‌کند که با روش خواندن متن و تصاویر، مفاهیم را برای یادگیرندگان قابل درک می‌کند. در پژوهش آلن (Allen) رمان‌های گرافیکی منابعی با ارزش محسوب می‌شوند که باعث درگیر کردن دانش‌آموز با موضوع و درک بهتر مطلب می‌شوند. (رستمی‌نژاد، سلیمان‌پور و زنگویی، ۱۳۹۵: ۸۵)

نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهند رمان‌های گرافیکی بر یادگیری تأثیر می‌گذارند؛ برای نمونه در پژوهشی تأثیر رمان‌های گرافیکی بر شیوه‌های مختلف یادگیری و تفکر انتقادی مورد بررسی قرار گرفت که نتایج، تأثیر بالای رمان‌های گرافیکی را بر یادگیری تأیید کرد. (Hi Sii Ching, Fong Soon Fook, 2013)

در حوزه گرافیک نوول، فعالیت‌های علمی و پژوهشی و آکادمی مختلفی در ایران انجام شده که

از این جمله پایان‌نامه‌های "تأثیر تلفیق رمان‌های گرافیکی مبتنی بر تلفن همراه با کتب درسی چاپی بر یادگیری تاریخ دانشگاهی" نوشته هادی سلیمان‌پور، دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی درسی دانشگاه بیرجند و نیز "بررسی روایت تصویری به روش گرافیک نوول (رُمان مصور)" نوشته اوختای بخشایش، دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی - دانشکده هنر و معماری قابل اشاره هستند؛ عمده نگاه این نوع پژوهش‌ها هنری یا آموزشی است. علاوه بر حوزه‌های آموزشی، حوزه‌های ارتباطی و تبلیغی نیز از گرافیک نوول بهره می‌گیرند. در این مقاله به یاری روش تحقیق کتابخانه‌ای و ترویجی، ضمن بررسی کاربردها و مزایای آموزشی به بُعد ارتباطی و تبلیغی آن و نیز استفاده از آن در حوزه روزنامه‌نگاری توجه می‌شود.



تصویر ۱. صفحه‌ای از یک کتاب گرافیک نوول

مفاهیم نظری

رمان گرافیکی یا گرافیک نوول

رمان‌های گرافیکی یا گرافیک نوول‌ها، کتاب‌هایی هستند که به سبک کمیک نوشته و تصویرسازی شده‌اند (تصویر ۱). برای تفکیک رمان تصویری از یک داستان تصویری، یا تصویرسازی یک رمان، داستان آنها با ترکیبی از واژگان و تصاویر در سراسر صفحه ارائه می‌شود. رمان‌های گرافیکی مانند همتایان نثری خود، در هر ژانری نوشته شده و هرگونه داستانی را بیان می‌کنند. فرمت داستان عامل تعیین‌کننده رمان‌های گرافیکی است و معمولاً شامل متن، تصویر، حباب‌های حاوی جمله‌ها، جلوه‌های صوتی و پانل است. به بیانی دیگر، "رمان گرافیکی" معمولاً به هر کتابی گفته می‌شود که به صورت کمیک نوشته شده و در اندازه و روند روایی شبیه رمان باشد.

همچنین رمان‌های گرافیکی را زیرشاخه‌ای از "کمیک" می‌دانند. امروزه رمان‌های گرافیکی خیلی متنوعی وجود دارند، اگرچه همه آنها برای کودکان مناسب نیستند، ولی تعدادی هرماه فقط برای کودکان منتشر می‌شوند. (Scholastic, n.d)

رمان‌های گرافیکی را می‌توان به شیوه‌های مختلفی تعریف کرد. واینر این رمان‌ها را به صورت «... کمیک‌های بلند که باید به عنوان یک داستان واحد خوانده شوند» تعریف می‌کند. اگرچه دیگران تعریف کمتر و توصیف بیشتری از آن ارائه می‌دهند، بسا فرمت یک کمیک، با صفحه‌بندی کتاب، چاپ شده بر کاغذهایی باکیفیت‌تر از کمیک، معمولاً طولانی‌تر از کمیک، یک خط داستانی کامل که در یک کتاب آغاز شده و به پایان می‌رسد، غیره. (Walker & Schwarz, 2013)

رمان‌های گرافیکی یا گرافیک ناول‌ها، گونه‌ای از کتاب‌های تصویری، مانند کمیک استریپ‌ها هستند که معمولاً کلیه ویژگی‌های ساختاری یک رمان ادبی را دارا بوده و برای مخاطبان عمدتاً بزرگسال طراحی می‌شوند. (ابرار، ۱۳۸۷)

گاهی این رمان‌ها، داستان‌هایی هستند که نوشتنشان بسیار پیچیده است و باید با استفاده از تصاویر و یا تم کمیک، بصری شوند؛ بصری بودن تا بیشترین حد ممکن، قاعده رمان گرافیکی است. یکی از آسان‌ترین روش‌های تشخیص رمان تصویری این است که آنها عمدتاً حاوی تصاویر هستند. روش تشخیص دیگر این است که متن بسیار کمی در رمان وجود دارد و تنها متن موجود در آن فکرها و دیالوگ‌ها است.

در دسته‌بندی‌ها، رمان گرافیکی باید یک زیرژانر قرار گیرد، چرا که انواع مختلفی از رمان‌های گرافیکی وجود دارند و ممکن است هرکدام ژانر متفاوتی داشته باشند؛ ولی بخش رمان گرافیکی در آنها یکسان است، در نتیجه آن را به یک زیرژانر تبدیل می‌کند. به دلیل تنوع رمان‌های گرافیکی، هیچ دو زمانی مشابه یکدیگر نخواهند بود، ممکن است برخی زندگینامه، برخی دیگر ترسناک، برخی فانتزی، برخی نیز علمی-تخیلی و مواردی از این دست باشند. (wiki.land, n.d)

رمان‌ها معمولاً با روایت‌های نوشتاری و خطی با ما صحبت می‌کنند، رمان‌های گرافیکی، داستان را با متن و تصویر بیان می‌کنند. فیلم این کار را با تصاویر متحرک و دیالوگ‌ها انجام می‌دهد و شعر در سطوحی ارتباط برقرار می‌کند، که هیچ نوع ادبی دیگری قادر به انجام آن نیست. رمان‌های گرافیکی همه این عناصر را با سبک خاص خود با یکدیگر ترکیب می‌کنند. آنها از آن جهت مانند نثر هستند که فرمت نوشتاری و چاپی دارند، همچنین، با استفاده از دیالوگ‌ها در روایت داستان شبیه به فیلم می‌شوند و با استفاده از تصاویر تأثیر حرکت را بر جای می‌گذارند. برخی رمان‌های گرافیکی را می‌توان با شعر مقایسه کرد، از این جهت که این آثار، به جای توصیف مستقیم، از طریق تلمیح احساسات ناملموسی را منتقل می‌کنند. (Scholastic, n.d)

سواد جدید

مفهوم سواد جدید یا چندگانه خود، مفهومی "جایگزین" است. سال‌ها، اصطلاح سواد توانایی خواندن و رمزگشایی محتوای چاپی بوده است. با رشد سریع فناوری ارتباطات و علاقه به چگونگی تجربه سواد در دانش‌آموزان در کلاس درس و خارج از آن اصطلاح‌های سواد "جدید" و "چندگانه" در آثار تخصصی رواج پیدا کردند.

افزون بر این پژوهشگران و مدرسان "سواد انتقادی"، سواد را نه یک مهارت انتزاعی، بلکه در جایگاه بافت اجتماعی پویا قرار می‌دهند. بنابراین سواد یک کمیت یگانه نیست که به راحتی آموخته شود. "سواد چندگانه" اصطلاحی فرار است که ممکن است شامل سواد سنتی، اطلاعاتی، بصری، رسانه‌ای و غیره شود. کیست (۲۰۰۶) بیان می‌کند که «این حوزه سواد جدید در واقع یک چتر بزرگ است که دیدگاه‌های بسیاری را در بر می‌گیرد.» (Schwarz, 2010)

اخبار جعلی

در واژه‌نامه Cambridge، اخبار جعلی به کژروایت‌هایی اطلاق شده که به نظر می‌رسد واقعیت دارند و برای تأثیرگذاری بر دیدگاه‌های سیاسی در افکار عمومی، در قالبی جدی یا طنز از طریق اینترنت یا دیگر رسانه‌ها منتشر می‌شوند. تعبیر واژه‌نامه Collins از اخبار جعلی شامل اطلاعات مجعول، اغلب به ظاهر محرمانه و در عین حال حساسی است که این اطلاعات تحت پوشش گزارش‌های خبری منتشر می‌شود. به بیان دیگر این واژه‌نامه اخبار جعلی را اطلاعاتی ناصواب و گاه حساس می‌داند که واقعی نمایانده، ارائه و از طریق اینترنت منتشر می‌شود.

ویکی‌پدیا، اخبار جعلی را از جنس روزنامه‌نگاری زرد یا تبلیغاتی برمی‌شمارد، که شامل اطلاعات ناصواب حاصل از جعل عمدی اطلاعات بوده و از طریق رسانه‌های فردی و جمعی از جمله رسانه‌های خبری، اجتماعی که برخط هم می‌توانند محسوب شوند، منتشر می‌شود.

در مجموع می‌توان اخبار جعلی را اخباری متشکل از اطلاعات جعلی و شایعات دانست که مغرضانه، به منظور جهت دادن به افکار عمومی در جهت کسب منفعی خاص، به واسطه رسانه‌های فردی و ارتباط جمعی تولید و منتشر می‌شوند. (سلطانی فر، سلیمی و فلسفی، ۱۳۹۶: ۸-۴۶)

کمیک ژورنالیسم

نوعی ژورنالیسم است که اخبار را به صورت کمیک پوشش می‌دهد و با ترکیبی از کلمات و تصاویر طراحی می‌شود. (wiki pedia, 2018)

استفاده و رضایت‌مندی

نظریه "استفاده و رضایت‌مندی"^۱ نظریه مورد اتکا در این پژوهش است. پژوهش‌های مربوط به استفاده و خشنودی را می‌توان به دو دوره "کلاسیک" و "مدرن" تقسیم کرد. علی‌رغم ارائه مدل‌های متعدد، در مورد اصل این رویکرد، بین پژوهشگران توافق نظر وجود دارد. کاتز و همکاران او، منطق نهفته در تحقیق درباره استفاده و خشنودی از رسانه‌ها را چنین توضیح می‌دهند: «منشأ اجتماعی و روان‌شناختی (۲) نیازهایی که (۳) انتظاراتی را از (۴) رسانه‌های جمعی و سایر منابع به وجود می‌آورند که به (۵) مدل‌های متمایزی از مواجهه با رسانه‌ها (یا دخیل شدن در سایر فعالیت‌ها) می‌انجامد و نتیجه آن (۶) ارضای نیازها و (۷) سایر پیامدهایی است که احتمالاً اغلب این پیامدها ناخواسته هستند.» (مک‌کوایل و ویندال، ۱۳۸۸: ۳۱ - ۱۳۰)

کاتز، بلامر و گروویچ (۱۹۷۴) از دو پژوهشگر سوئدی یاد می‌کنند، که در سال ۱۹۶۸ نوعی "مدل استفاده و خشنودی" را پیشنهاد کرده‌اند. این مدل عناصر زیر را در بر می‌گیرد:

۱. مخاطب فعال محسوب می‌شود که یعنی بخش مهمی از استفاده از رسانه‌ها معطوف به هدف فرض می‌شود.

۲. در فرایند ارتباط جمعی، مخاطب در امر مرتبط ساختن ارضای نیاز و انتخاب رسانه‌ای ابتکار عمل زیادی دارد.

۳. رسانه‌ها با دیگر منابع ارضای نیاز رقابت می‌کنند.

در نوشته‌های مربوط به استفاده و خشنودی، راه‌های متعددی برای طبقه‌بندی نیازها و خشنودی‌های مخاطب به دست می‌آید. برخی از خشنودی‌های "فوری" و "تأخیری" سخن گفته‌اند. بعضی دیگر، خشنودی‌ها را «اطلاعاتی-آموزشی» و «تخیلی-فراغتی» (تفریحی) خوانده‌اند. (سورین و تانکارد ۱۳۸۴: ۲۴-۲۳)

بر اساس نظریه استفاده و رضایت‌مندی باید گفت:

در این نظریه، مخاطب، پویا و فرایند ارتباط چندمتغیره در نظر گرفته می‌شود. مخاطب به نیاز خود، آگاه است و فرایند انتقال پیام، دارای ویژگی‌هایی است که از این جمله: رقابت رسانه‌ها برای تأمین نیاز مخاطبان و رقابت آنها با سایر پدیده‌ها برای تأمین این نیاز الزامی است. مخاطب در این قالب، جست‌وجوگر است و برای تأمین نیازها و رضایت خود، روش‌های مختلف را تجربه می‌کند. وی همچنین، برای تأمین نیازهای معرفتی خود، آگاهانه رسانه مورد نظر را انتخاب می‌کند. میزان ابهام و مناسب دانستن موضوع برای کار و زندگی فرد، تعیین کننده در میزان تمایل فرد به رویارویی با وسایل ارتباط جمعی برای رفع نیازهای شناختی است. در این میان، رویکرد افراد به رسانه‌ها به دلیل کسب دو پاداش است: پاداش آنی، مثل حوادث و رویدادها (نیاز به داشتن اطلاعاتی که در زندگی

جاری و روزمره مؤثر است) و پاداش آتی، خدمات مقوله‌های آموزش و درازمدت (نیاز به یافتن شغل و جست‌وجوی آگهی‌ها، استفاده‌های آموزشی و ...). (زارعیان، ۱۳۸۲: ۱۲۱)

در نظریه استفاده و رضایت‌مندی، مخاطب از آن رو فعال است که به دنبال رضامندی است و باور دارد که انتخاب رسانه، رضامندی مورد نظرش را فراهم خواهد آورد. همچنین، مشارکت فعالانه مخاطب با رسانه، بر رضامندی حاصل و رفتار رسانه‌ای اثر می‌گذارد [...] ابعاد فعال بودن مخاطب عبارت‌اند از: تعمدی بودن، انتخابی بودن، درگیر شدن و سودمندی. (نیکو و دیگران، ۱۳۸۱: ۴۸)

در مدل استفاده و خشنودی، اساساً نیازهای پایه فرد، استفاده از رسانه‌ها را تعیین می‌کنند. در این مدل، نیاز، تنها عاملی است که منجر به استفاده از رسانه می‌شود ... ویژگی‌های فردی، انتظارات او، درک رسانه‌ها و میزان دسترسی به رسانه‌ها، منجر به اخذ تصمیماتی از سوی فرد درباره استفاده کردن یا نکردن از محتوای رسانه‌های جمعی می‌شود. (مک‌کوایل و ویندال، ۱۳۸۸: ۳۹-۱۳۸)

در بحث نیازهایی که مخاطب را به سوی یک رسانه سوق می‌دهد، می‌توان به ۶ نیاز اشاره کرد: «سرگرمی و تفریح، کسب اطلاع و یادگیری، گذران اوقات/از روی عادت، استفاده اجتماعی، هویت شخصی و ارتقای روحیه معنوی.» (نیکو و دیگران، ۱۳۸۱: ۸۹)

در این نظریه، سرگرمی بدان معناست که باید جنبه طنز و سرگرم کردن کاربر و زیبایی‌شناسی رعایت شود. این امر باعث می‌شود کاربر زمان بیشتری را به مطلب اختصاص دهد و با آن ارتباط برقرار کند و احتمال مراجعه مجدد به آن محصول یا صفحه را افزایش می‌دهد. سپس از طریق شبکه‌های اجتماعی یا دهان به دهان تجربه خود را به دیگران منتقل می‌کند. (Ayer, 2014)

در این پژوهش، نظریه استفاده و رضایت‌مندی، از آن رو مورد اتکا است که رمان گرافیکی یا گرافیک نوول، که گاه از آن به عنوان رسانه جدید یاد می‌شود، قادر است محتوای مد نظر را، به شکل بصری و با حداقل کلمات به مخاطبان منتقل کند؛ گرافیک نوول در عین حال که تأثیرگذاری مباحث را یاری می‌کند، مورد استفاده مخاطب نیز قرار می‌گیرد. چنانچه از گرافیک نوول در کنار کتاب‌های درسی استفاده شود، مخاطب به‌ویژه در فراگیری دروسی مانند زبان انگلیسی، علوم، علوم اجتماعی، تاریخ، ادبیات و هنر علاقه‌مندتر و در یک نگاه سرگرم‌کننده، محتوای آموزشی را فراخواهد گرفت؛ که بهره‌گیری از آن ضمن تحقق اهداف آموزشی، رضایت مخاطب را نیز در پی خواهد داشت. از منظر ارتباطی و تبلیغی نیز بهره‌گیری از این ابزار، ضمن تأثیرگذاری، سرگرمی و جذابیت، می‌تواند تحقق اهداف را در پی داشته باشد، در عین حال که این کار با رضایت و استفاده مخاطب، مشتری و ... روبه روست.

روش تحقیق

روش تحقیق مورد استفاده در این مقاله، کتابخانه‌ای و ابزار مورد استفاده برای جمع‌آوری اطلاعات

فیش‌برداری است، که در تمام تحقیقات علمی مورد استفاده قرار می‌گیرد و در بعضی از آنها موضوع تحقیق از نظر روش، از آغاز تا انتها متکی بر یافته‌های تحقیق کتابخانه‌ای است. در پژوهش‌هایی که ماهیت کتابخانه‌ای ندارند نیز پژوهشگران ناگزیر از کاربرد روش کتابخانه‌ای در تحقیق خود هستند. در این گروه از پژوهش‌ها محقق باید ادبیات و سوابق مسئله و موضوع تحقیق را مطالعه کند. در نتیجه، باید از روش کتابخانه‌ای استفاده کند و نتایج مطالعات خود را در ابزار مناسب شامل فیش، جدول و فرم ثبت و نگهداری و در پایان به طبقه‌بندی و بهره‌برداری از آنها اقدام کند.

با توجه به نقش روش کتابخانه‌ای در پژوهش‌های علمی، لازم است محققان از این روش مطلع باشند. نخستین گام در مهارت تحقیق کتابخانه‌ای، آشنایی با نحوه استفاده از کتابخانه است، یعنی پژوهشگران باید از روش‌های کتابداری، نحوه استفاده از برگه‌دان و ثبت مشخصات منابع، نحوه جست‌وجو و سفارش کتاب آگاهی یابند.

تفاوت کمیک‌ها و رمان‌های گرافیکی

کمیک‌ها و رمان‌های گرافیکی علی‌رغم برخی شباهت‌ها، دارای تفاوت‌هایی به لحاظ موضوع، مخاطب، شیوه ارائه و ... هستند:

قصه‌هایی که در گرافیک نوول‌ها بازگو می‌شوند همانند یک داستان دارای ابتدا، میانه و پایان هستند و تنها می‌توان گفت که تصاویر به جای کلمات نقش قصه‌گویی را بر دوش دارند. رمان‌های گرافیکی در شکل و شمایل تفاوت‌هایی با کمیک‌های کلاسیک دارند. برخی از ناشران معتبر کتاب‌های کمیک، محصولاتشان را به صورت هفتگی و در مجلاتی نازک با قیمت نازل عرضه می‌کنند. این محصولات معمولاً داستان‌های دنباله‌داری هستند که به نقطه انجام رسیدن هر داستان مستقل بین ۴ تا ۸ قسمت طول می‌کشد. اما گرافیک نوول‌ها اغلب در همان نخستین چاپ به شکل مستقل و به صورت کتاب وارد بازار می‌شوند و اغلب در کتاب‌فروشی‌ها عرضه می‌شوند و نه همانند کتاب‌های کمیک در دکه روزنامه‌فروشی‌ها. تصویرسازی نشریات هفتگی کمیک به علت سرعت کار مجال چندانی برای خلاقیت‌های هنری طراح باقی نمی‌گذارد. این تصاویر ابتدا به صورت اتوذهای دستی زده شده، بعد توسط اشخاص دیگری تکمیل و رنگ می‌شوند. به همین دلیل در نشریات کمیک کلاسیک به ندرت به تصویرسازی متفاوت یا پر جزئیات و خیره‌کننده برمی‌خوریم. حال آنکه تصویرهای گرافیک نوول همپای قصه، سر فرصت و به عنوان یک کار هنری دقیق پرداخت و اجرا می‌شود و هر فریم به اندازه یک نقاشی خوب از جنبه ترکیب‌بندی، استفاده از فرم، رنگ، بافت و اجرا حائز اهمیت و جذاب است. علاوه بر این به تعداد تنوع سبک‌های تصویرسازی، تنوع اجرایی در رمان‌های گرافیکی وجود دارد. سوپر قهرمانان کمیک‌های کلاسیک، ممکن است در گرافیک نوول‌های بزرگسالان هم نقشی داشته باشند. بسیاری از این قهرمانان تصویری، مدیاهای متفاوتی را برای جان‌بخشی تجربه کرده‌اند؛ از بازی‌های

رایانه‌ای تا فیلم‌های بلند سینمایی و انیمیشن. ولی همچنان با تصاویر جذابشان علاقه‌مندان خود را به مطالعه تصاویر داستان‌سرایان گرافیکی تشویق می‌کنند. (ابرا، ۱۳۸۷)

قابلیت‌ها و مزایای رمان‌های گرافیکی

رمان‌های گرافیکی دارای قابلیت‌ها و مزایای بسیاری هستند که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود:

رمزگشایی رمان‌های گرافیکی. رمزگشایی کمیک‌ها و رمان‌های گرافیکی را می‌توان نوعی سواد بصری تعریف کرد، ولی نوعی از این سواد، که مختص به فرمتی از این نوع آثار تصویری است. رمزگشایی کمیک‌ها و رمان‌های گرافیکی، مهارتی است که کمتر به آن توجه شده و در دیگر بافت‌ها استفاده زیادی ندارد، ولی برای دانش‌آموزان مهارت مهمی محسوب می‌شود؛ چرا که آنها را مجاب به تفکر انتقادی و دقت به قواعد مورد استفاده در یک متن می‌کند. دانش‌آموزان می‌توانند با شناخت قواعدی مشخص برای تولید کمیک‌ها، از این تجربه کمک گرفته، قواعد و ساز و کار دیگر رسانه‌ها را بشناسند. (Hoover, 2009)

همراهی تصویر و متن به دانش‌آموز، در رمزگشایی سریع‌تر اطلاعات کمک می‌کند و منجر به تقویت درک مطلب آنها می‌شود. هنگامی که تصویرها در کنار متن، مورد استفاده قرار می‌گیرند، دانش‌آموزان سریع‌تر متن را رمزگشایی کرده و همچنین عناصر داستانی را حفظ می‌کنند. اغلب اعتماد به نفس دانش‌آموزان با نمره‌های کم، در آزمون‌های خواندن و نوشتن پایین می‌آید، که می‌تواند عاملی در تصمیم‌گیری آنها برای ترک مدرسه باشد، معلم با ارائه ابزاری به دانش‌آموزان به منظور تقویت توانایی خواندن و نوشتن می‌تواند در ارتقاء موفقیت آنها مؤثر باشد. (Cooney, 2014)

قدرت. برخی گرافیک‌نوول‌ها پتانسیل مطرح کردن سؤال‌های بزرگی درباره قدرت دارند. این رسانه، شامل آثاری دست اول است که حوزه‌ای بین کارهای ادبی و غیرادبی در ژانرهای مختلفی را در بر می‌گیرد از جمله: روزنامه‌نگاری/گزارشگری کمیک، سفرنامه و خاطرات. از چنین آثاری می‌توان برای معرفی و بررسی مسائلی درباره نقش و تأثیر نویسنده، بی‌طرفی و تعصب و ارزش انواع اطلاعات، یا آنچه حقیقت دارد و یا دروغین است، استفاده کرد. گرافیک‌نوول‌ها، فرصت‌هایی را برای دانش‌آموزان فراهم می‌کنند تا تفاوت بین توصیفات، گزارش‌ها، روایت‌های واقعی و خاطرات را بررسی و درک کنند. با اینکه ممکن است هنگام گفت‌وگو این مسائل در بافت گرافیک‌نوول‌ها خوش‌بینانه به نظر بیایند، دانش‌آموزان باید زمان پرداختن به انواع دیگر اطلاعات از آنها آگاه باشند.

مقایسه. رمان‌های گرافیکی فرصت‌های بسیاری برای ارزیابی مقایسه‌ای فراهم می‌کنند. بسیاری از رمان‌های گرافیکی بر پایه رویدادها، افراد، تجربه‌ها و یا تجربه‌های واقعی بنا شده‌اند و بسیاری

از این آثار برای ساخت فیلم انتخاب شده‌اند. دانش‌آموزان با بررسی نسخه‌های متفاوت یک متن واحد، فرصت کاوش ساز و کار و قواعد رسانه‌های مختلف و ارزیابی تأثیر نمودهای دیگر بر تجربه بیننده را دارند.

پژوهش. گرافیک نوول‌ها، به عنوان یک رسانه قابلیت پژوهش را در درون و خارج از خود دارند. همان طور که پیش‌تر بیان شد، بسیاری از آثار فراتر از متن خود بر اساس رویدادها و افراد واقعی تولید می‌شوند؛ چنین آثاری فرصت پژوهش‌های بیشتری را نیز فراهم می‌کنند. می‌توان از یک پروژه پژوهشی مبتنی بر رمان تصویری، برای معرفی مهارت‌هایی خاص از جمله تکنیک‌های پژوهش، انتخاب منابع، ارزیابی منابع علمی در مقابل منابع عامه، ردیابی مرجع‌ها و پژوهش درباره اطلاعات پیش‌زمینه به دانش‌آموزان استفاده کرد.

درک ارتباطات علمی. کمیک‌ها و رمان‌های گرافیکی، در جوامع علمی نسبتاً پذیرفته شده و گفت‌وگوهایی را برانگیخته‌اند. با توجه به این، آنها هنوز حوزه مطالعاتی بزرگی نیستند و میزان خروجی‌های علمی مختص به این رسانه، در مقایسه با دیگر موضوعات تثبیت شده، قابل مدیریت است. تلاش‌های آکادمیک و الگوهای انتشاراتی مربوط به مطالعه کمیک‌ها و گرافیک نوول‌ها را، می‌توان برای آگاهی دانش‌آموزان درباره قاعده ارتباطات علمی و ارزش انواع اطلاعات به کار برد. برخی از موضوعات مرتبطی که می‌توان برای پژوهش مورد استفاده قرار داد عبارت از: اطلاعات علمی در مقابل اطلاعات عامه‌پسند، ژورنال‌هایی با دسترسی عمومی، اهمیت کنفرانس‌ها و شرح آنها، ارزش مصاحبه‌ها و نقش کانال‌های غیررسمی ارتباطاتی است. (Hoover, 2009)

انگیزه. رمان‌های گرافیکی در جذب و انگیزه‌بخشی به کتاب‌خوانی کودکان قدرت زیادی دارند. بسیاری از کتابدارها مجموعه‌هایی از رمان‌های گرافیکی گردآوری کرده و شاهد افزایش در گردش کتاب‌ها بوده‌اند. کتابدارها و آموزش‌دهندگان مدارس، با استفاده از رمان‌های گرافیکی، موفقیت زیادی در افزایش کتاب‌خوانی در کودکان گزارش کرده‌اند و از محبوبیت این کتاب‌ها، به‌خصوص در افرادی بی‌علاقه به خواندن، به‌ویژه پسرها خبر داده‌اند؛ گروهی که برقراری ارتباط با آنها بسیار مشکل است. در عین حال، رمان‌های گرافیکی با طرح‌ها و ساختارهای قوی و پیچیده برای خوانندگان پیشرفته‌تر نیز لذت‌بخش هستند. در واقع رمان‌های گرافیکی آن قدر انعطاف‌پذیرند، که ممکن است یک کتاب برای خوانندگان بی‌علاقه و پیشرفته به یک اندازه جذاب باشد. ارائه محتوایی متنوع رمان گرافیکی، برای جوانان و نوجوانان با توانایی‌های مختلف، می‌تواند آنها را تبدیل به خوانندگانی مادام‌العمر کند.

خوانندگان بی‌علاقه. رمان‌های گرافیکی برای انگیزه دادن به دانش‌آموزانی که علاقه به خواندن متون سنتی ندارند، مناسب هستند؛ حتی افرادی که ضعیف‌تر تلقی می‌شوند نیز با علاقه و هیجان به این کتاب‌ها جذب می‌شوند. (Scholastic, n.d)

«پژوهش‌ها نشان داده‌اند که خواندن با محتوای انتخابی دانش‌آموز و متون عامه‌پسند، انگیزه

و مشارکت منجر به درک و تحلیل عمیق‌تر را افزایش می‌دهند» (اسکرت و بومر). اگر انگیزه و مشارکت، یک مشکل بزرگ با دانش‌آموزان ضعیف‌تر است، متونی مانند رمان‌های گرافیکی برای کمک به موفقیت آنها بسیار مؤثر هستند. افزون بر این رمان‌های گرافیکی موضوعات، ژانرها و مسائل مشکلی را پوشش می‌دهند؛ بر این اساس، این ابزار با توان انگیزه‌بخشی خود، می‌تواند منجر به مشارکتی شوند که برای رساندن دانش‌آموزان به بهترین نقطه آموزشی، آرمانی است. هارمون و دیگران اشاره کردند که «علاقه به محتوای آنچه مطالعه می‌کند، مشارکت در محتوای خوانش، و استراتژی استفاده برای تسهیل درک مطلب نیز نقش مهمی در علاقه و مشارکت ایفا می‌کند». علاوه بر این، علاقه، انگیزه و مشارکت در یک فعالیت، برای عملکرد دانش‌آموز، اهمیت بسیار زیادی دارد. اگرچه گاهی به نظر می‌رسد دانش‌آموزان قادر به استفاده از برخی مهارت‌های خود نیستند، ولی ممکن است فقط علاقه‌ای به نشان دادن این مهارت‌ها، در حالت درخواستی معلم، نداشته باشند. اگر دانش‌آموزان به مشارکت در فعالیت‌های پیچیده سواد در زمان‌های خارج از مدرسه تمایل نشان دهند، شاید گنجاندن رسانه‌ای که از نظر آنها جذاب و مرتبط باشد، نتایج مشابهی را در کلاس درس به دست دهد. (Walker & Schwarz, 2013)

کمک به حل مشکلات خوانشی. این نوع رمان‌ها مهارت‌های خواندن را در دانش‌آموزانی که در اکتساب زبان مشکل دارند، از جمله دانش‌آموزان با نیازهای خاص، بهبود می‌بخشد؛ چرا که تصویرسازی‌ها اشاره‌های متنی به معنای روایت نوشته‌شده دارند. رمان‌های گرافیکی، برای دانش‌آموزان اوتیسمی^۲ اشاراتی به بافت عاطفی متن داشته که ممکن است با خواندن متن سنتی متوجه آن نشوند. دانش‌آموزان زبان انگلیسی، با این رمان‌ها انگیزه بیشتری پیدا می‌کنند و با سرعت بیشتری واژگان جدید و توانایی زبانی خود را افزایش می‌دهند. (Scholastic, n.d)

به بیان دیگر، توسعه واژگان در دانش‌آموزانی که ضعف‌های زبان و یادگیری دارند، به کمک استفاده از رمان‌های گرافیکی تقویت می‌شود. دانش‌آموزانی که دارای ضعف‌های یادگیری هستند، گزارش داده‌اند رمان‌های گرافیکی آنها را به خواندن تشویق و به درک مطلب آنها کمک کرده است. چند دانش‌آموز، در دبیرستان آوون در ایندیاناپولیس، به عنوان بخشی از یک پژوهش در طول یک سال در زمان فراغت خود رمان‌های گرافیکی مطالعه کردند. از ۲۰ دانش‌آموز مورد بررسی، ۱۶ نفر کتاب‌ها را دوست داشته و خوانده‌اند و بسیاری معتقد بودند که تصاویر در درک بهتر متن به آنها کمک کرده است.

همچنین رمان‌های گرافیکی مورد استفاده برای خواندن در اوقات فراغت، سواد را در بین یادگیرنده‌های زبان و دانش‌آموزان بی‌علاقه به خواندن بهبود می‌دهد. خواندن در اوقات فراغت، در توسعه سواد بین یادگیرنده‌های زبان دوم اهمیت بسزایی دارد. بسیاری از یادگیرنده‌های زبان انگلیسی، رمان‌های تصویری را برای خواندن تفریحی استفاده می‌کنند. (coonelly, 2014)

اضافه کردن فرهنگ جوانان. اضافه کردن فرهنگ جوانان به کلاس درس، از جمله رمان‌های

گرافیکی جوانان را تشویق به مشارکت می‌کند. بهره‌گیری از عناصر فرهنگی رایج جوانان معاصر در کلاس درس، به دانش‌آموزان نشان می‌دهد که معلم‌ها به زندگی و علایق آنها احترام می‌گذارند. این نمایش احترام به دانش‌آموزان در پذیرش محتوای دیگر طرح درسی کمک می‌کند. **کمک به بهبود سواد سَنّتی**. رمان‌های گرافیکی، برای بهبود سواد سَنّتی مناسب هستند؛ همچنین می‌توان آنها را به عنوان نوعی از خواندن، با مزایای مختص خود، در نظر گرفت. (Coonelly, 2014) همچنین رمان‌های گرافیکی، به مهارت‌هایی می‌پردازند که برای یادگیرندگان امروزی ضروری است؛ ولی در آثار سَنّتی به چشم نمی‌خورد. در کنار مهارت‌های سواد جدید، ممکن است مهارت‌های سواد سَنّتی با اضافه کردن رمان‌های گرافیکی به طرح درس، بهبود پیدا کنند. (Walker & Schwarz, 2013)

آموزش با هدف جلوگیری از بحران. در حالی از رمان‌های گرافیکی، با اهداف آموزشی در حوزه‌های مختلف استفاده می‌شود، که گاهی خود می‌توانند از بروز برخی بحران‌ها از جمله بحران‌های اجتماعی جلوگیری کنند. در این خصوص، آموزش به پناهجویان به کمک رمان‌های گرافیکی، برای جلوگیری از بروز بحران اجتماعی ناشی از حضور و رفتار پناهجویان در کشورهای میزبان، مثال مناسبی است. (تصویر ۲)

روسیه: آموزش رفتارهای روتین و پرهیز از انجام رفتارهای نادرست مانند عدم خیره شدن و دست زدن به زنان، چگونگی استفاده از مترو و ... آلمان: انتشار راهنمای کمیک به زبان‌های آلمانی و عربی، برای معرفی رفتارهای مناسب عمومی و پرهیز از رفتارهای نامناسب، انگلستان: برای پناهجویان کودک رمان‌های گرافیکی را منتشر کرده که در آن داستان مهاجرت را از زاویه دید کودکان نشان داده و به ارائه اطلاعاتی مثل اطلاعات پزشکی و ... پرداخته است (از پیشگیری فلج اطفال تا چگونگی زندگی امن در یک کمپ پناهجویی)، این رمان‌ها به ۴ زبان نوشته شده است. (سلیمی، ۱۳۹۶)



تصویر ۲. صفحه‌ای از کتاب گرافیک نوول مرتبط با پناهجویان

علاوه بر اینها باید گفت، یکی از ویژگی‌های خوب رمان‌های گرافیکی این است که در مقایسه با رمان‌های معمول و متن‌دار، تلاش کمتری برای خواندن نیاز دارند؛ چراکه تصاویر در آنها موجود هستند و نیازی نیست رویدادهای جاری در آنها را تصویرسازی کنید، و تنها باید به آنها نگاه کنید. تقریباً مانند کارتون دیدن است. دیگر اینکه به دلیل کوتاه بودن متن، درک قطعه‌ای ادبی را آسان‌تر و سریع‌تر می‌کند. (wiki-land, n.d)

استفاده از رمان‌های گرافیکی در حوزه آموزش

بسیاری از آموزش‌دهندگان گزارش داده‌اند که قرار دادن رمان‌های گرافیکی در طرح درس، به‌خصوص در درس‌های زبان انگلیسی، علوم، علوم اجتماعی و هنر موفقیت زیادی به همراه داشته است. معلم‌ها متوجه شده‌اند که رمان‌های گرافیکی، درست مانند انواع سنتی ادبیات، ابزار مفیدی برای کمک به دانش‌آموزان، در بررسی جنبه‌هایی از تاریخ، علوم، ادبیات و هنر است. رمان‌های گرافیکی می‌توانند بخش مهمی از اجرای هر طرح درس استاندارد باشند.

رمان‌های گرافیکی شامل همه تم‌های مورد استفاده در ادبیات کلاسیک هستند. استفاده از رمان‌های گرافیکی به صورتی متفاوت برای مقایسه با آثار سنتی در ادبیات، می‌تواند دانش‌آموزان بی‌علاقه به مطالعه ادبیات و تاریخ را تشویق کند. دانش‌آموزان مطالب زیادی را با مطالعه ساز و کار رمان‌های گرافیکی و مقایسه آنها با دیگر انواع روایت داستان می‌آموزند. (Scholastic, n.d)

در مجموع باید گفت، رمان‌های گرافیکی ابزار مفیدی برای کمک به دانش‌آموزان در توسعه درک عمیق‌تر از زبان و عناصر آن هستند و وسیله‌ای برای بیان خلاقانه ایده‌ها و یادگیری ایجاد می‌کنند.

همچنین استفاده از این نوع رمان‌ها،

- اکتساب زبانی جدید را برای یادگیرنده‌ها آسان‌تر می‌کند.
- واژگان را افزایش می‌دهد.
- رویکردی جذاب برای آغاز سطوح سواد آرائه می‌دهد.
- روشی دل‌نشین برای یادگیری عناصر ادبی آرائه می‌دهد.

معمولاً موفقیت آکادمیک بر اساس خواندن و نوشتن سنجیده می‌شود. ممکن است این متدها برخی سبک‌های یادگیری را مخاطب قرار ندهند و یا به‌درستی ارزیابی نکنند. دانش‌آموزانی که اوتیسم دارند، اطلاعات را به صورت تصویری رمزگذاری می‌کنند. خواندن محتوایی که دارای تصویر است، نوعی از متن را به آنها ارائه می‌دهد، که برای یادگیری آنها سبک مناسب‌تری است. دانش‌آموزان دچار اختلال تمرکز و بیش‌فعالی، معمولاً با اصطلاحات زمانی مانند "قبل" و "بعد" مشکل دارند. داستان‌هایی که متن را به صورت تصویری ارائه می‌دهند، درک این دانش‌آموزان را افزایش می‌دهند. (Mannion, 2008)

گرافیک نوول در نظام آموزشی ایران

در جهان استفاده از رمان‌های گرافیکی در کلاس‌های درس، رو به رشد است. برای بیش از یک دهه، کتابدارهای مدارس عمومی، رمان‌های گرافیکی را به عنوان ادبیات تبلیغ و پژوهشگران مزایای آن را در محیط‌های آموزشی بررسی کرده‌اند. (Alverson, 2014)



تصویر ۳. کاربرد گرافیک نوول در تبلیغات

علی‌رغم تلاش‌های صورت‌گرفته در حوزه گرافیک نوول در ایران، اعم از تولید آثار و انجام پژوهش‌هایی در این زمینه همچنان در نظام آموزشی کشور از گرافیک نوول یا همان رمان‌های گرافیکی بهره‌گرفته نمی‌شود؛ این در حالی است که نتایج پژوهش‌ها از تأثیر این رمان‌ها در آموزش دروس مختلف حکایت دارند.

از جمله این پژوهش‌ها، “تأثیر تلفیق رمان‌های گرافیکی مبتنی بر تلفن همراه با کتب درسی چاپی بر یادگیری تاریخ دانشگاهی” است. یافته‌های این پژوهش در فرهنگ ایران که با بهره‌گیری

از نرم‌افزار کمیک استریپ برای طراحی رمان گرافیکی در درس تاریخ آموزش و پرورش نشان می‌دهد که رمان‌های گرافیکی موجب یادگیری بهتر درس تاریخ آموزش و پرورش در دانشجویان می‌شود.

در این پژوهش علاوه بر توصیه به معلمان و دبیران برای بهره‌گیری از گرافیک نوول در آموزش درس تاریخ، از ناشران کتاب‌های درسی خواسته تا در کنار هر کتاب درسی تاریخ یک رمان گرافیکی بر اساس اصول طراحی و فناوری آموزشی تولید کنند و در اختیار دانشجویان این درس قرار دهند. در این پژوهش یادآور شده، انتظار می‌رود این راهبرد علاوه بر اینکه موفقیت تحصیلی دانشجویان را افزایش دهد، باعث بالا رفتن انگیزه آنها شود. قاعدتاً این راهبرد، بر پذیرش دانشجویان از کتب درسی و فروش کتاب‌ها تأثیر قابل ملاحظه‌ای خواهد گذاشت. به استناد دروس تاریخ در رشته‌های مختلف دانشگاهی نیز توصیه می‌شود، با استفاده از نرم‌افزار منبع باز و کاربرپسندی که وجود دارد، به عنوان یک فعالیت جانبی از دانشجویان، تولید محتوا بر مبنای رمان گرافیکی را بگنجانند؛ تا ضمن بهره‌گیری از قابلیت‌های این راهبرد، دانشجویان را در فرایند خلق و تولید محتوای الکترونیکی بومی، درگیر سازند. (رستمی نژاد، سلیمان پور و زنگویی، ۱۳۹۵)

کاربرد گرافیک نوول در حوزه ارتباطی، تبلیغی و بازاریابی

یکی از کاربردهای گرافیک نوول‌ها در حوزه‌های ارتباطی، تبلیغ و بازاریابی است. این نوع محتوای بصری، به سبب تصویرمحور بودن، تأثیر بالایی بر مخاطبان دارد. نوع تعاملی گرافیک نوول، به عنوان یک تکنیک ترکیبی در سال‌های اخیر مورد توجه و استفاده قرار گرفته است.

راه‌های انتقال پیام‌ها، با پیشرفت فناوری در حال تکامل است. گرافیک نوول تعاملی (IGN)، عبارت است از استوری‌های انیمیشن، گرافیکی و تصویری ترکیبی با زندگی واقعی در قالب بازی کامپیوتری، که به کاربران خود قابلیت تعامل با رخدادها یا کنترل پیامدهای حاصل از یک استوری را می‌دهد. گرافیک نوول تعاملی، مفهوم جدیدی است که در تبلیغات و بازاریابی کاربرد گسترده دارد؛ زیرا انتقال پیام در این روش بسیار آسان است. این روش با بهره‌گیری از قابلیت قصه‌گویی و به کارگیری ابزارهای چندرسانه‌ای تحت وب، با پیشرفت‌های امروزی، بسیار مورد توجه طراحان محتوای دیجیتال آنلاین بوده است؛ زیرا با ایجاد جذابیت‌های بصری مخاطبان را به سمت موضوعات مطلوب جذب می‌کند. به گفته مک کلاود، می‌توان گفت این پدیده به مخاطبان شانس شنیدن با چشم را می‌دهد؛ که بسیار نادر است. این امر از طریق بالن‌هایی شامل متن مکالمه شخصیت‌ها به همراه تصویری انجام می‌شود که ارتباط بین متن و تصویر را به طور همزمان برقرار می‌سازند. همین ویژگی باعث ایجاد جذابیت فراوان و ارتباط تعاملی با مخاطب می‌شود، که قابلیت استفاده در شبکه‌های اجتماعی و توییت شدن نظرات را نیز دارد. (Ayer, 2014)

در اشاره به کاربرد گرافیک نوول در حوزه تبلیغات از یک نمونه تبلیغی در خصوص عینک پرسول ۶۴۹ می توان یاد کرد (تصویر ۳). در این تبلیغ که توسط استیو مک کوین صورت می گیرد، به سبب متفاوت بودن نوع عینک، سعی شده تا از گرافیک نوول، به عنوان یک روش متفاوت تبلیغی استفاده شود. شعار این عینک مدرن، «خودتان نوع ماجرای را تعیین کنید» است. (Nudd, 2016)

از جمله نمونه های بهره گیری از گرافیک نوول، در حوزه تبلیغات و اطلاع رسانی می توان به استفاده از آن در حوزه انتخابات، تشریح نحوه انتخاب رؤسای جمهور و ... اشاره کرد. در این زمینه می توان از داستان انتخاب باراک اوباما در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا یاد کرد. (تصویر ۴)

این گرافیک نوول، به شکل جذابی چیده شده و مخاطبی را که حوصله مطالعه آن را ندارد با داستان خود همراه می کند. (guardian, 2012)



تصویر ۴. گرافیک نوول تعاملی، انتخاب باراک اوما در برابر میت رامنی

کاربرد گرافیک نوول در حوزه های ارتباطی، به ویژه در قالب های مدرن آن از جمله تعاملی، این فرصت را به رسانه ها، روابط عمومی ها و ... می دهد تا با نگاهی جدید به این حوزه، در مسیر اهداف خود در انجام وظایفی همچون اطلاع رسانی، آموزش و ... از آن بهره بگیرند.

نقاط ضعف رمان های گرافیکی

در نگاهی به نقاط ضعف رمان های گرافیکی، ابتدا این ضعف ها را در حوزه آموزشی مورد اشاره قرار می دهیم. اگرچه محبوبیت رمان های گرافیکی و استفاده از آنها به عنوان ابزار یادگیری، افزایشی

دائمی داشته است، هنوز درباره پذیرش ارزش این گونه رمان‌ها، به عنوان سبکی ادبی تمایلی وجود ندارد. برخلاف پذیرش و حمایت آن از طرف بسیاری از کتابدارها و معلم‌ها، در عمل هنوز تمایلی به استفاده از آن در طرح درسی وجود ندارد؛ اگرچه، ترکیب سواد سنتی و بصری، در رمان‌های گرافیکی به «آموزش دیدگاه‌های جدید در درک بهتر طرح داستان، شخصیت‌ها، تم و دیگر عناصر داستانی از طریق سرنخ‌های تصویری کمک‌کننده به درک مطلب» کمک می‌کند. (Coonelly, 2014)

دلایل این عدم تمایل را باید در حوزه‌های مختلفی جست‌وجو کرد، از جمله نبودن کتاب‌های استاندارد مفید و منطبق با کتاب‌های درسی، عدم ورود آموزش و پرورش و ناشران به تولید محتوا در این قالب و ... بخشی از آن را نیز باید در ضعف‌های احتمالی رمان‌های گرافیکی جست‌وجو کرد.

یکی از بزرگ‌ترین نقاط ضعف رمان‌های گرافیکی، این است که فضای زیادی برای تخیل باقی نمی‌گذارد. رمان‌های گرافیکی برای آن گروه از افراد که علاقه‌مند به تجسم هر چیز هستند، مناسب نیست. برای مثال، ممکن است بخواهید تصویر کنید یک اسلحه چه شکلی دارد. در یک رمان تصویری این اسلحه برای شما به تصویر کشیده شده، و هیجان تجربه شما را کمتر می‌کند. به طور کلی، رمان‌های تصویری برای افرادی مناسب هستند که در پی خوانشی آسان‌اند و به دیدن تصاویر، به جای تجسم کردن داستان علاقه بیشتری دارند. (wiki_land, n.d)

از دیگر نقاط ضعف اینکه، عنصر بصری، که به رمان‌های گرافیکی قدرت می‌دهد، گاه می‌تواند برایشان چالش برانگیز نیز باشد، که این، پارادوکس گرافیک نوول است. برای مثال، در ۱۴ مارس ۲۰۱۴ بدون هیچ توضیحی از مدرسه‌های عمومی شیکاگو درخواست شد که همه نسخه‌های گرافیک نوول پرسپولیس، نوشتهٔ مرجانه ساتراپی را از کلاس‌های درس جمع‌آوری کنند. روز بعد و پس از شکایت دانش‌آموزان و سازمان‌های ضد سانسور، باربارا بنت، مدیرکل مدرسه‌های عمومی شیکاگو، دلیل این عمل را توضیح داد: «تصاویر زننده شکنجه» در یکی از صفحه‌های این کتاب برای دانش‌آموزان کلاس هفتم مناسب نبوده و معلم‌های هر کلاس پیش از امکان تدریس آن، باید هشت تا ده دوره پیشرفته را بگذرانند. این کتاب از کلاس‌های درس جمع‌آوری شد، ولی در کتابخانه‌ها باقی ماند. (Alverson, 2014)

در نگاه ارتباطی و تبلیغی نیز نکته فوق صادق است. لذا دقت در استفاده از تصاویر، نمادها و ... با توجه به تعداد بالای تصاویر در این رمان‌ها ضروری است؛ چراکه در غیر این صورت، می‌تواند همین نقطه قوت گرافیک نوول، تبدیل به نقطه ضعف آن شود.

گرافیک نوول و اخبار جعلی

در عصری که اخبار جعلی در عمدهٔ رسانه‌ها ظهور و بروز یافته، پیگیری موضوعات گرافیک‌های نوول اخیر نشان می‌دهد، بعضاً این رمان‌های تصویری نیز به حوزهٔ اخبار جعلی وارد شده‌اند؛ از

جمله این آثار، "گرافیک نوول سابرینا" (Sabrina) است. موضوع سابرینا ماجرای یک زن گمشده است که قتل او در قالب یک ویدئو در اینترنت پخش و فراگیر و سرمنشأ برخی اخبار جعلی می‌شود. این اثر در لیست اصلی جایزه ادبی "من بوکر" (Man Booker, 2018) قرار گرفته و از آن رو مورد توجه است که توانسته به یاری تصاویر و روند داستانی خوب خود، به نشان دادن برخی ناپیداها در زندگی اقدام کند (Iol, 2018). ورود این کتاب به لیست اصلی جایزه مذکور، از ورود دیدگاه‌ها و صداهای جدید به این عرصه حکایت می‌کند. (singh, 2018)

گرافیک نوول سابرینا نشان می‌دهد، چگونه اخبار جعلی زندگی ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد و اینکه چگونه دوران اخبار جعلی روح ما را آزرده می‌کند (Narcisse, 2018)؛ همچنین نمونه‌هایی از گرافیک نوول‌هایی مانند "سابرینا" همچنین نشان از توان گرافیک نوول، در به تصویر کشیدن وقایع و تحولات عصر حاضر، چالش‌ها و مسائل آن از جمله اخبار جعلی دارد.

آینده گرافیک نوول و کمیک ژورنالیسم



تصویر ۵. کمیک ژورنالیسم

تلاش رسانه‌ها، برای ارائه محتوا به روش‌های مختلف، انتقال مفاهیم و پیام‌ها، آن هم در قالبی که مورد رضایت و خواست مخاطبان و منطبق با نیاز آنها باشد، به یک اصل تبدیل شده است. یکی از گرایش‌های اخیر رسانه‌ها، در کنار دیتاژورنالیسم، بصری‌سازی داده‌ها توجه به کمیک ژورنالیسم است، که به یاری این قالب تصویری، سعی می‌شود تا وقایع و رویدادها به شکلی فریم به فریم به مخاطب ارائه شود.

ورود رسانه‌های بزرگ جهان و حتی اختصاص فضایی به کمیک ژورنالیسم در این رسانه‌ها و گاهی تعلق برخی جوایز بین‌المللی به آثار این حوزه، گرایش به کمیک ژورنالیسم را با رغبت بیشتری همراه کرده است. از آثار موفق اخیر کمیک ژورنالیسم می‌توان به اثری از "جیک هالپرن" و "مایکل اسلون" (Jak Halpern and Michael Sloan) با عنوان "به جهان جدید خوش آمدید" (Welcome to the New World) در نیوروک تایمز اشاره کرد که روایت ورود یک خانواده پناهنده سوری به آمریکا و اقامت آنهاست.^۳ این داستان در قالب پاورقی در روزهای یکشنبه از ژانویه تا سپتامبر ۲۰۱۷ به چاپ رسیده و توانسته جایزه پولیتزر را در سال ۲۰۱۸ کسب کند. (تصویر ۵)

کمیک استریپ با تغییر کاربرد از قالب طنز به حوزه جدی و واقعی، نوع جدیدی از ژورنالیسم با عنوان کمیک ژورنالیسم ایجاد کرده است و به یاری آن، سازمان‌های خبری به راحتی می‌توانند مسائل سیاسی، مصاحبه‌ها... و حتی رپرتاژهای طولانی را ارائه کنند. (تصویر ۵) (Archer, 2011) در کنار کمیک ژورنالیسم، استفاده از گرافیک نوول نیز روند رو به رشدی یافته، هرچند باید تأکید کرد که نگاه به این حوزه، علی‌رغم قدمت آن، جنبه مدرن‌تری به خود گرفته است. بدون تردید گرافیک نوول در صنعت نشر اهمیت دوچندان خواهد یافت. علاوه بر این، می‌توان از این قالب در حوزه‌های رسانه‌ای و در انتقال متن‌های خبری روزنامه‌ها و مجله‌ها استفاده کرد. تا ضمن جان‌بخشی به این محتواها، به شکل سرگرم‌کننده‌ای آن را به مخاطبان ارائه کرد. (Piscopo, n.d)

نتیجه‌گیری

در این مقاله تلاش شد تا با اتکا به نظریه استفاده و رضایتمندی، به بررسی نقش گرافیک نوول در آموزش و توسعه مهارت‌های سواد جدید اقدام شود. نظریه استفاده و رضایتمندی، از آن رو در این مقاله مورد اتکا قرار گرفت که زمان گرافیکی یا گرافیک نوول که گاه از آن به عنوان رسانه جدید یاد می‌شود، قادر است محتوای مد نظر را به شکل بصری و با حداقل کلمات به مخاطبان منتقل کند؛ در عین حال که به تأثیر مباحث کمک می‌کند، مورد استفاده مخاطب نیز قرار می‌گیرد. در این منظر چنانچه از گرافیک نوول در کتاب‌های درسی استفاده شود، مخاطب به‌ویژه در فراگیری دروسی مانند زبان انگلیسی، علوم، علوم اجتماعی، تاریخ، ادبیات و هنر علاقه بیشتری نشان می‌دهد و در یک نگاه سرگرمی، محتوای آموزشی را فراخواهد گرفت: بنابراین در این زمینه بهره‌گیری از گرافیک نوول، ضمن تحقق اهداف آموزشی، رضایت مخاطب را نیز در پی خواهد داشت. در منظر ارتباطی و تبلیغی نیز بهره‌گیری از این ابزار، ضمن تأثیر، سرگرمی و جذابیت تحقق اهداف را در پی دارد و در عین حال از رضایت استفاده مخاطب، مشتری و... نیز برخوردار است. مبتنی بر یافته‌های این تحقیق، گرافیک نوول‌ها یا رمان‌های گرافیکی به یکی از ابزارهای آموزشی در کلاس‌های درس جهان، به‌ویژه در دروسی همچون زبان انگلیسی، علوم، علوم اجتماعی، تاریخ،

ادبیات و هنر تبدیل شده است. رمان‌های گرافیکی می‌توانند بخش مهمی از اجرای هر طرح درس استاندارد باشند و فهم و درک مباحث آموزشی را، حتی در افرادی که مشکلات خوانشی دارند، تسهیل کنند.

استفاده از گرافیک نوول، به‌ویژه در قالب‌های مدرن آن، می‌تواند یاریگر روابط عمومی‌ها، رسانه‌ها و ... در مسیر اهداف ارتباطی، تبلیغی و ... باشد و آنها را در انجام وظایفی همچون آموزش، اطلاع‌رسانی و ... کمک کند. بسته به سطح و نوع مخاطب، این نوع گرافیک‌ها قابل مدیریت، دسته‌بندی و ارائه، به لحاظ فرم و محتوا هستند.

توجه به کمیک ژورنالیسم البته در اشکال مدرن، می‌تواند جان تازه‌ای به رسانه‌ها، به‌خصوص در نوع چاپی آن ببخشد و آنها را در ارائه محتوا در حوزه‌های سیاسی، مصاحبه، رپرتاژ و ... آن هم به شکلی جذاب یاری کند.

علی‌رغم مزایا و پتانسیل‌های بالای رمان‌های گرافیکی، همچنان از این ابزار تأثیرگذار در نظام آموزشی و نیز در حوزه ارتباطی و تبلیغی ایران بهره گرفته نمی‌شود. ضمن دعوت به آشنایی با کمیک ژورنالیسم و گرافیک نوول و درک اهمیت و مزایای بهره‌گیری از آن، استفاده از گرافیک نوول در نظام آموزشی کشور و حوزه ارتباطی و تبلیغی تأکید می‌شود. ورود رسانه‌ها و روابط عمومی‌ها به این حوزه می‌تواند اطلاعات را به صورت بصری و سرگرم‌کننده‌ای به مخاطبان ارائه کند و شکلی متفاوت از ارائه محتوا را پیش روی آنها قرار دهد. در عین حال، گرافیک نوول می‌تواند به توسعه مهارت‌های تفکر تحلیلی و انتقادی و سواد جدید و حتی بهبود سواد سنتی کمک کند.

پی‌نوشت‌ها

۱. مطرح‌شده از سوی الیهو کاتز، لازار اسفلد، استنسون، بلاملر، گورویچ، مک کوئیل، براون و مارک لوی.
۲. اوتیسم (Autism) یا درخودماندگی نوعی اختلال رشدی از نوع روابط اجتماعی است که با رفتارهای ارتباطی، کلامی غیرطبیعی مشخص می‌شود. کودکان و بزرگسالان مبتلا به اوتیسم، در ارتباطات کلامی و غیرکلامی، تعاملات اجتماعی و فعالیت‌های مربوط به بازی، مشکل دارند. این اختلال، ارتباط با دیگران و دنیای خارج را برای آنان دشوار می‌سازد.

3. <https://www.nytimes.com/interactive/2017/10/26/opinion/sunday/welcome-to-the-new-world.html>

منابع

- زارعیان، داود (۱۳۸۲)، مبانی کلی ارتباطات. برگزار روابط عمومی، تهران.
- رستمی نژاد، محمدعلی، هادی سلیمان پور و اسدالله زنگویی (زمستان ۱۳۹۵)، "تأثیر تلفیق رمان‌های گرافیکی مبتنی بر تلفن همراه با کتب درسی چاپی بر یادگیری تاریخ دانشگاهی"، دو فصلنامه پژوهش و نگارش کتب دانشگاهی،

روزنامه ابرار (۱۰ آذر ۱۳۸۷)، "مروری بر تاریخچه رمان‌های گرافیکی (گرافیک نول)", <https://goo.gl/1QLqD4>، سلطانی‌فر، محمد، مریم سلیمی و سیدغلامرضا فلسفی، (۱۳۹۶)، اخبار جعلی و مهارت‌های مقابله با آن، فصلنامه رسانه، دوره ۲۸، شماره پیاپی ۱۰۸.

سلیمی، مریم (۱۳۹۶)، نشست گرافیک در بحران، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها. سورین، ورنر. و جیمز تانکار (۱۳۸۴)، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، انتشارات دانشگاه تهران، تهران. مک‌کویل، دنیس. و سون ویندال (۱۳۸۸)، مدل‌های ارتباطات جمعی، ترجمه گودرز میرانی، انتشارات سروش، تهران. نیکو، مینو و دیگران (۱۳۸۱). شناخت مخاطب تلویزیونی بارویکر استفاده و رضامندی، تهران: انتشارات سروش، تهران.

Archer, Dan (2011), "An introduction to comics journalism, in the form of comics journalism", <https://www.poynter.org/news/introduction-comics-journalism-form-comics-journalism> (August 19).

Ayer, Mike (2014), "Interactive Graphic Novels: A Hybrid Advertising Technique", *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, Vol. 5, No. 2, <http://www.elon.edu/docs/e-web/academics/communications/research/vol5no2/04AyerEJFall14.pdf>.

Allen, R. (2006). "From comic book to graphic novel: Why are graphic novels so popular", <http://www.cbsnews.com/stories/2006/07/27/entertainment/main1843318>.

Alverson, Brigid (2014), "Teaching With Graphic Novels", <http://www.slj.com/2014/09/books-media/the-graphic-advantage-teaching-with-graphic-novels/> (September).

Boerman-Cornell, W. (2015), "Using historical graphic novels in high school history classes: Potential for contextualization, sourcing, and corroborating", *The History Teacher*, 48(2).

Ching, H. S' & S. F. Fong (2013). "Effects of multimedia-based graphic novel presentation on critical thinking among students of different learning approaches", *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 12(4).

Coonelly, Kelly (2014), "Graphic Novels as a Tool to Improve Literacy: 5 Facts", <http://www.healthyteen-network.org/blog/graphic-novels-tool-improve-literacy-5-facts/> (October 7th).

Gavigan, K. (2012). "Sequentially Smart-using graphic novels across the K-12 curriculum", *Teacher Librarian*, 39(5), 20.

Guardian us interactive time (2012), "America: elect! The action-packed journey to us election day in graphic novel" from, <http://www.theguardian.com/world/interactive/2012/nov/06/America-elect-graphic-novel>.

Hoover, Steven (2009), "To the instruction cave, librarian!: Graphic novels and information literacy", UNLV (University libraries), University of Nevada, http://digitalscholarship.unlv.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1108&context=lib_articles

Iol (2018), "Fake news' book the first graphic novel on Man Booker Prize longlist", <https://www.iol.co.za/news/world/fake-news-book-the-first-graphic-novel-on-man-booker-prize-longlist-16207138>, (July 24).

Mannion, Kathleen (2008), "literacy through graphic novels, the curriculum foundation", <https://csc.immix.ca/files/108/1295413548/GraphicNovels.pdf>

Nudd, Tim (2016), "Ad of the Day: Persol Sunglasses Is Drawing a Graphic Novel in Real Time on Instagram",

<https://www.adweek.com/brand-marketing/ad-day-persol-sunglasses-drawing-graphic-novel-real-time-instagram-170958/>(April, 20).

Piscopo, Maria (n.d.), "Are Graphic Novels in Your Future"?, <https://www.commarts.com/columns/are-graphic-novels-in-your-future>

Schwarz ,Gretchen (2010), "Graphic Novels, New Literacies, and Good Old Social Justice", ALAN Review V37N3, <https://scholar.lib.vt.edu/ejournals/ALAN/v37n3/pdf/schwarz.pdf>

Singh ,Anita (2018), Man Booker Prize 2018: "how a graphic novel earned its place on the longlist", <https://www.telegraph.co.uk/news/2018/07/24/man-booker-prize-2018-graphic-novel-earned-place-longlist/>

Walker, Amanda & Schwarz, Gretchen (2013), "Using Graphic Novels to Improve Literacy", https://baylor-ir.tdl.org/baylor-ir/bitstream/handle/2104/8859/a_atkinson_edd_dissertation.pdf;sequence=2

wiki-land (n.d.), Genre: Graphic Novels, <https://wiki-land.wikispaces.com/Genre+Graphic+Novels>
wiki pedia (18 June 2018), Comics journalism, https://en.wikipedia.org/wiki/Comics_journalism

