

## The Visual Effects of Quranic Stories on Making Computer Games

**Razieh Haghshenas** 

M.A Student of Art Research,  
University of Mazandaran, , Babolsar,  
Iran.

**Mostafa Rostami** 

Assistant Professor, Department of Art  
Research, University of Mazandaran, ,  
Babolsar, Iran.

**Mohammad Azamzadeh** 

Assistant Professor, Department of Art  
Research, University of Mazandaran,  
Babolsar, Iran.

### Abstract

A computer game is a mix of technology and the art of advertising, and players (audiences) receive various kinds of messages without notice. The way western countries use it to their desires. The purpose of this study is the similarity between a popular new visual media, whit the components of the Stories in the Qur'an. This research was analyzed descriptive method, using library and observational methods (sites and seeing and running some games). The result of the research shows that many commonities can be obtained from the story and narration of a game and narration in the Qur'ān's stories, this valuation always been the goal achieve God and avoid evil. The result of the research shows that although a lot of commons can be obtained from the story and narration of a game and narration in the.Qur'ān's stories, this value has never been the goal but to achieve God and avoid evil. Hence, at the end of each story, people get clear results from the messages. Because the intellectual and social structure of the story, apart from the entertainment,

This article is based on a master's thesis titled "Studying the Ability of Qur'an in Computer Games" directed by Razieh Haghshenas, and advised by Dr. Mostafa Rostami and Dr. Mohammad Azamzadeh.

– Corresponding Author: m.rostami@umz.ac.ir

**How to Cite:** Haghshenas, R., Rostami, M., Azamzadeh, M. (2022). The Visual Effects of Quranic Stories on Making Computer Games, *Journal of New Media Studies*, 8(29), 277-302.


the education and expansion of epistemic and human idea. But this point is ignored in most computer games in the current world, and each person (player) receives concepts from any game that is intended to be made by the makers of the game.

**Keywords:** Computer Games, Content of Computer Games, Visual Effects of Quran, Quranic Verses.




## جلوه‌های بصری قصص قرآنی در خلق بازی‌های رایانه‌ای


دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

راضیه حق شناس 

استادیار گروه پژوهش هنر، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

مصطفی رستمی\* 

استادیار گروه پژوهش هنر، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

محمد اعظم‌زاده 

### چکیده

این پژوهش در نظر دارد با بررسی شباهت‌های میان اجزای تشکیل‌دهنده‌ی قصه (روایت) در یک بازی رایانه‌ای به‌عنوان یک رسانه‌ی جدید بصری پرترفدار؛ در پیوند با اجزای تشکیل‌دهنده‌ی قصص در قرآن، نشان دهد که می‌توان با بهره‌مندی از محتوای این کتاب آسمانی برای خلق بازی‌های رایانه‌ای با محتوایی صحیح و قرآنی بهره‌برد. پژوهش حاضر به‌روش توصیفی و براساس داده‌های جمع‌آوری‌شده از طریق منابع کتابخانه‌ای و نیز بررسی مشاهده‌ای، مورد تحلیل قرار گرفته است. یک بازی رایانه‌ای ترکیبی از فناوری و هنر تبلیغات- از هر نوع آن- است و بازیکنان (مخاطبان) هنگام اجرای هر بازی به‌طور ناخودآگاه، پیام‌های بسیاری را دریافت می‌کنند. اگرچه می‌توان اشتراکات فراوانی میان ساختار تشکیل‌دهنده‌ی قصه و روایت در یک بازی و یک روایت در قصص قرآن دریافت کرد، اما این ارزش‌گذاری کاربردی، به‌خصوص در قصص قرآن همواره هدفی جز رسیدن به خداوند و پرهیز از بدی‌ها نبوده است. از این‌رو در پایان هر قصه‌ی آن، افراد، نتیجه‌ای شفاف از پیام‌ها دریافت می‌کنند؛ زیرا زیربنای فکری و اجتماعی این قصص، آموزش و ترویج عقاید معرفتی و انسانی است که خود نکته‌ای قابل‌تأمل در محتوای قصص قرآن است.

**کلیدواژه‌ها:** بازی‌های رایانه‌ای، محتوای بازی‌ها، جلوه‌های بصری قرآن، قصص قرآن.

\* این مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان «مطالعه‌ی قابلیت‌های بازنمایی قصص قرآن در بازی‌های رایانه‌ای» است که توسط راضیه حق‌شناس به راهنمایی دکتر مصطفی رستمی و مشاوره دکتر محمد اعظم‌زاده تألیف شده است.

نویسنده مسئول: m.rostami@umz.ac.ir

## مقدمه

یک بازی رایانه‌ای همچون سایر رسانه‌های بصری، ترکیبی از فن‌آوری و هنر تبلیغات است. اگرچه در هر یک از رسانه‌ها ممکن است از پیام‌ها، به‌طریق غیرمستقیم استفاده شود و مخاطبان (بازیکنان) به‌طور ناخودآگاه پیام‌های فرستندگان (سازندگان) را دریافت کنند، اهمیت این نکته در یک بازی رایانه‌ای که امروزه یکی از فراگیرترین رسانه‌های بصری و حتی تعاملی محسوب می‌گردد، تا بدانجاست که می‌توان از آن‌ها به‌عنوان یک رسانه‌ی جدیدی که هنر هفتم را به خدمت گرفته، یاد کرد و آن را هنر هشتم نامید (آرین، ۱۳۸۹: ۹). با توجه به نشانه‌های تصویری که در گوشه و کنار گیم‌پلی برخی بازی‌ها دیده می‌شود، می‌توان از محتوای بعضی از آن‌ها به‌عنوان ابزار تبلیغاتی و هدفمند سود برد، به‌خصوص بازی‌هایی نظیر سبک اکشن و یا زیرمجموعه‌های آن.

اما رمز جاودانگی پیام‌های قرآن تنها در ظاهر کلمات و آیاتش خلاصه نمی‌گردد، بلکه رمز ذاتی و آرامش‌ساز شده از محتوای آیاتش، ابدیت قرآن را در بستر زمان به بهترین شکل ممکن نشان می‌دهد و چنین قابلیت‌هایی از دل قصص قرآن که دارای جلوه‌های بصری و ادراکی فراوانی است، می‌تواند بسترهای جذابی را برای خلق بازی‌های رایانه مفید پدید آورد.

## مرور پیشینه‌ی پژوهش

یکی از نظریه‌هایی که تا حدودی اشکالات نظریه‌های پیشین خود را مرتفع ساخته، نظریه سیستم وابستگی رسانه یا به‌اختصار نظریه وابستگی است. این نظریه در ابتدا توسط سندرا بال لاکچ و ملوین دی فلور در سال ۱۹۷۶ تبیین شد و اهمیت آن در این است که وابستگی دوگانه کوچک‌مقیاس و بزرگ‌مقیاس را هم‌زمان مورد توجه قرار می‌دهد. منظور از بعد کوچک‌مقیاس سطح روان‌شناختی استفاده افراد از رسانه و موضوع وابستگی بزرگ‌مقیاس، ارتباط بین رسانه و سازمان‌های اجتماعی مانند نظام‌های سیاسی یا اقتصادی است (عاملی، ۱۳۹۴: ۱۵۲).

در زمینه‌ی بازی‌های رایانه‌ای و ارتباطشان با دیگر حوزه‌های اجتماعی، فرهنگی و روان‌شناسی، کتاب‌ها و مقاله‌های فراوانی موجود است؛ اما منابع پژوهشی که اختصاصاً به مطالعه‌ی میان‌رشته‌ای قرآن و بازی‌های رایانه‌ای بپردازد، نمونه‌ای در دست نیست و یا بسیار اندک است. لذا در اینجا به منابعی از قرآن که به‌عنوان مرجعی در تحقیقاتشان سود برده‌اند، اشاره می‌شود:

برزگر و کاظمیان (۱۳۹۴) در مقاله‌ی «نقش قصه‌های قرآنی در تعلیم و تربیت نسل جدید» سعی بر آن داشتند تا ابتدا معنای اصطلاحی قصه، اهمیت، انواع، ویژگی‌ها و ارزش‌های تربیتی قصه را مورد بررسی قرار داده، سپس جایگاه، اهمیت و ویژگی‌های قصه در قرآن مورد بررسی قرار دهند.

اسلامیان (۱۳۸۸) در مقاله «اهداف و آثار تربیتی قصه در قرآن» بر آن بوده است تا علاوه بر تبیین جایگاه قصه و تمیز آن با قصه‌های دست‌نوشته بشری به اهداف و آثار تربیتی آن‌ها در سه قسم، اعتقادی، اخلاقی و عبادی اشاره کند. این مقاله به‌عنوان مقدمه، گامی است که خواننده در آن می‌تواند، ضمن پی‌بردن به اهداف و آثار تربیتی مطرح‌شده، با الگوگیری صحیح، در تمام ابعاد زندگی فردی و اجتماعی آشنا شود.

رامیان، انتظاری و خاتون محمدی (۱۳۹۳) در چکیده مقاله‌ای تحت عنوان «نقش هنر در انتقال مفاهیم اخلاقی قرآنی» بیان داشته‌اند که قرآن کریم از روش‌های مختلفی برای انتقال مفاهیم خود استفاده کرده است. یکی از این شیوه‌های انتقال مفهوم در قرآن، استفاده از تصویرسازی است؛ بنابراین اگر مفاهیم قرآنی را با تصویرسازی‌هایش بتوان به‌صورت تئاتر، نوشتن، سرودن و شعر درآورد، بینندگان سرنوشت خود را از سرنوشت گذشتگان جدا نمی‌بینند.

حری (۱۳۸۷) در مقاله‌ای تحت عنوان «احسن‌القصص / رویکرد روایت شناختی به قصص قرآن» بر آن بوده است تا قصص قرآن را از دیدگاه روایت‌شناسی بررسی کند و درنهایت و بررسی نمونه‌هایی چند از داستان‌های قرآن به این نتیجه می‌رسد که بین قصص قرآن و روایت‌شناسی ارتباط مثبتی وجود دارد.

مینایی (۱۳۹۴) در دیباچه کتاب «مطالعات دو فضایی شدن بازی‌های رایانه‌ای، رویکرد ارزشی- بومی به بازی‌ها» اثر عاملی را این‌گونه بیان داشته که موضوعات دینی از جمله موضوعات قابل‌ارائه در بازی‌های رایانه‌ای است و برای نیل به چنین موضوعاتی باید شناخت و درک عمیقی از رسانه بازی‌های رایانه‌ای داشته باشیم. همچنین خالق یک بازی رایانه‌ای باید درک درستی از چگونگی امکان برقراری بین فرم و محتوای یک بازی داشته باشد.

به‌طور دقیق در هیچ‌یک از مقالات و کتاب‌های نام برده شده به‌صورت اختصاصی به ارتباط قرآن و نقش آن در بازی و اجزای آن‌ها پرداخته‌اند. اگرچه در یکی دو سال اخیر سعی بر آن بوده است که از لحاظ بصری و عملی تلاش بسیاری شود که نمونه‌ی این تلاش‌ها ساخت بازی‌هایی با مضامین قرآنی بوده برای نمونه: بازی «سفر جنجالی» (۱۳۹۵) ساخته‌ی شرکت رسانه‌گستر بنیسی که از پژوهشگران حوزه‌ی بازی‌های رایانه‌ای و پایه-گذار شرکت رسانه‌گستر بنیسی است؛ و یا بازی‌هایی که در ارتباط با قرآن در استودیو بازی‌های اسلامی در بخش رسانه‌های دیجیتالِ نمایشگاه بین‌المللی قرآن در دوره‌های متوالی ارائه شده‌اند و بیست و ششمین نمایشگاه آن نیز با شعار «قرآن؛ چلچراغ هدایت»، اردیبهشت ۱۳۹۷ (سومین روز از ماه مبارک رمضان) برگزار شده است ( 24/11/2016, <https://www.playstation.com> 23:00).

### روش پژوهش

پژوهش حاضر با بهره‌مندی از روش توصیفی در راستای مطالعه‌ی میان محتوا و اجزای تشکیل‌دهنده‌ی بازی رایانه‌ای و قصص قرآن و براساس یافتن اجزا و محتوای مشابهی که به‌طور مشترک در یک بازی رایانه‌ای (به‌عنوان رسانه‌ای بصری) و قصص قرآن (به‌عنوان رسانه‌ای متنی) وجود دارند، صورت گرفته است. اگرچه این اجزا به روش تطبیقی با یکدیگر مقایسه نشده‌اند، اما نگارندگان در یافتن وجوه مشترک این دو حوزه تا حدی از این روش بی‌بهره نبوده‌اند.

### پرسش پژوهش

میان محتوا و اجزای تشکیل‌دهنده بازی‌های رایانه‌ای و جلوه‌های بصری و معنایی قصص قرآنی به‌منظور بهره‌مندی از آن‌ها در خلق بازی‌های پرمخاطب چه رابطه‌ای وجود دارد؟

### محتوا و اجزای تشکیل‌دهنده یک بازی رایانه‌ای

بازی، مفرح‌ترین سرگرمی بشر در طول سالیان بوده است. «أنور الخولی<sup>۱</sup> در کتاب "انسان و بازی" می‌نویسد: فرهنگ در شکل بازی تجلی می‌یابد، یعنی جامعه تعبيرات خود از زندگی و جهان را در بازی نشان می‌دهد» (بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، ۱۳۸۹: ۹۱)؛ بنابراین بازی‌های رایانه‌ای به‌عنوان نوعی از رسانه و «تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، پیچیده‌تر از رسانه‌های سنتی عمل می‌کنند. غالب صاحب‌نظران فضای مجازی بر این نکته اتفاق نظر دارند که این رسانه‌ها حجم اطلاعات در گردش و ارسال‌شده به مخاطب را بسیار وسعت بخشیده‌اند.» (بروجردی‌علوی و یزدچی، ۱۳۹۶: ۹۱).

### ۱. محتوا یا روایت

زبان‌شناسان بی‌شماری همچون پراپ در زمینه روایت<sup>۲</sup> به مطالعه پرداخته‌اند. یکی از افرادی که روش مطالعاتی او را به‌کار گرفت، بارت بود. در یک بازی رایانه‌ای، بهترین عنوان متناسب با محتوا یا روایت برای جذب مخاطب (بازیکن)، گیم‌پلی<sup>۳</sup> خلاق و جذاب هر بازی است تا بتوان به‌این طریق بازیکنان (مخاطب‌ها) را به‌بهترین نحو با خود همراه کرد. از آغاز دهه ۱۹۹۰ میلادی محققان اروپایی همچون جنکینز<sup>۴</sup>، آرسث<sup>۵</sup> و فراسکا<sup>۶</sup> با پیروی از رویکرد علوم اجتماعی و تأکید بر ویژگی‌های منحصر به فرد بازی‌های دیجیتال

۱. آمین أنور الخولی، بنیان‌گذار مکتب ادبی در تفسیر است (<http://rasekhoon.net>), 01/05/2017, 14:30).

2. Narrative

۱. روندبازی، این روند شیوه خاصی است که بازیکنان با بازی تعامل دارند» (آشتیانی و خزانه‌داری، ۱۳۹۲: ۷۵).

2. Jenkins

5. Aarsth

6. Frasca

رویکردی به نام لادولوژی<sup>۱</sup> (تحلیل بازی) را پایه‌گذاری نموده‌اند. لادولوژی در مقابل رویکرد روایت‌شناسی شکل گرفت. لادولوژیست‌ها تأکید دارند که به دلیل ویژگی‌های منحصر به فرد بازی‌های دیجیتال از جمله تعاملی بودن نمی‌توان با روش‌های تحلیل متون ادبی مانند روایت‌شناسی به بررسی متن بازی‌ها پرداخت (مهرابی، ۱۳۹۶: ۱۱۶)

مضمون جهت‌گیری نویسنده یا طراح بازی را نسبت به موضوع آن داستان و خاصه داستان بازی نشان می‌دهد. نویسنده بازی یا به عبارتی بازی‌نامه‌نویس با جهت‌گیری خاصش نسبت به مضمون (درون‌مایه)<sup>۲</sup> بازی مورد نظر، تنها بخشی از زندگی شخصیت‌های خود را روایت می‌کند.

## ۲. تصویرسازی داستان یک بازی رایانه‌ای

هر تصویر به اندازه‌ی هزار و یک کلمه می‌ارزد (گله‌باس، ۱۳۹۴: ۵۳). با توجه به این تعریف که در هنرهای بصری مؤثر است بنابراین طراح یا بازی‌نامه‌نویس یک بازی نیز باید مخاطب (بازیکن) را از غوطه‌ور شدن در معانی مختلف حفظ کند و چشم و ذهنش را وادار کند آن چیزی را ببینند که هدف سازندگان بازی است. برای مثال در یک بازی رایانه‌ای برای این که طراح و یا کارگردان هنری آن بازی بتواند نظر شما را بر وجه خاصی از شخصیت و یا وجه جنسی آواتار<sup>۳</sup> مورد نظرشان جلب کنند یکی از همین خصوصیت‌های گفته شده را به گونه‌ای بارز به نمایش می‌گذارند، البته به گونه‌ای نامحسوس. برای نمونه: در بازی رایانه‌ای "شیطان هم می‌گریه" که ماجرای مقابله‌ی دو برادر به نام دانت و ویرجیل را نشان می‌دهد دوربین به دفعات مختلفی براندام کاراکتر اصلی زن بازی، یا حتی دیگر زنانی که در بازی

---

۵. عبارت لادولوژی (Ludology) از ریشه لغت لاتین لودوس (Ludus) به معنای بازی گرفته شده است و به معنای بازی‌شناسی می‌باشد.

### 2. Themed

۳. آواتار (Avatar) نمایش گرافیکی شخصیت یا شخصیت جایگزین است که یا سه بعدی (همانند آنچه در دنیای بازی‌های سه بعدی وجود دارد) یا دو بعدی (که در بازی‌های دو بعدی و حتی فرم‌های اینترنتی مورد استفاده قرار می‌گیرد) است (آشتیانی و خزانه‌داری، ۱۳۹۲: ۲۲).



حضور دارند، زوم می‌کند. سیگر می‌نویسد: اگرچه ممکن است نمادهای جنسی را به‌طور آگاهانه درک نکنیم، فروید و دیگر روان‌شناس‌ها به ما می‌گویند که به‌طور ناخودآگاه، متوجه آن‌ها می‌شویم و فکرمان را مشغول می‌کنند (سیگر، ۱۳۹۵: ۱۱۳). در مواردی هم بازی‌های رایانه‌ای وجود دارند که در آن‌ها قهرمانان زن و مرد از لحاظ بار ارزشی (احترام به‌ویژگی و خصلت‌های آن‌ها) برابر نیستند، برای نمونه بازی رایانه‌ای "سرقت بزرگ اتومبیل ۱۵" و یا حتی زنان قهرمان یا در حاشیه‌اند و یا اصلاً حضور ندارند، برای نمونه: بازی رایانه‌ای "ندای وظیفه" ۲.

### ۳. سبک<sup>۳</sup> (ژانر)

سبک می‌تواند خاص و یا گروهی باشد، بنابراین در هر رسانه‌ای تعریفی تقریباً مستقل یافته است؛ مانند «ژانر چهارچوب روایت است» (لوپروتو، ۱۳۹۵: ۱۷۵). به‌رغم شباهت‌هایی که فیلم و سینما با بازی‌های رایانه‌ای دارند، اما تعریفی که به‌طور تخصصی بر ابعاد و گستره بازی‌های رایانه‌ای تکیه داشته باشد تا از این طریق به درکی نسبی از مفهوم سبک در آن‌ها دست یابیم، ضروری می‌نماید، در واقع سبک یک بازی می‌تواند یک دید کلی نسبت به آنچه بازیکن در بازی باید با آن روبه‌رو شود، به او بدهد و یا به نوعی ذهن او را برای آنچه قرار است با آن مواجه شود، آماده کند، برای همین در طراحی بازی‌های رایانه‌ای، طراحان همواره به سبک بازی توجه ویژه‌ای دارند.

### ۴. تعامل<sup>۴</sup>

روایت‌گری و تعاملی بودن بازی رایانه‌ای از ویژگی‌هایی مهم این رسانه‌ی تازه‌نفس است؛ بنابراین «متنی» تعاملی است که فرد بتواند مستقیماً در آن مداخله کند و تصاویر و نوشته‌هایی را که می‌بیند، تغییر دهد. پس مخاطبان رسانه جدید برخلاف تماشاگران هنرهای تجسمی، فیلم و تلویزیون یا خوانندگان ادبیات، "کاربر" هستند. بازی‌های رایانه‌ای

---

1. Grand Theft Auto V  
2. Call of DUTY  
3. Style  
4. Narrator

بنابه طبیعت خویش تعاملی هستند؛ اما نمی‌توان در مورد اهمیت این کیفیت بنیادی مبالغه کرد» (مقداد صباغیان و حسنائی، ۱۳۹۱: ۷۲).

تعامل دنیای واقعی در ارتباط با دنیای مجازی پدیده‌ی است، که دنیای جدیدی و نوع جدیدی از ارتباط و فرهنگ جهانی را پدید آورده است. اگرچه بازی‌های رایانه‌ای مورد استفاده همه گروه‌های سنی هستند، اما در واقع مهم‌ترین گروه‌های طرفدار آن‌ها کودکان و نوجوانان هستند. در واقع خصوصیت اکثر این بازی‌ها بدین صورت است که بر کیفیت زندگی بازیکن‌ها اثر می‌گذارد. بدین طریق که «بازی‌ها و سرگرمی‌های تعاملی، بازیکن را از روی تخت خواب بلند و او را به‌طور مستقیم وارد رویدادهای بازی می‌کند» (گانتر، ۱۳۸۷: ۱۶).

درواقع نیروی کشش و جاذبه‌ای که این بازی‌ها در خود دارند، سبب ایجاد جاذبه‌ای بالا و تعاملی دوسویه بین بازی و بازیکنان شده است. بازی‌های رایانه‌ای «برعکس سرگرمی‌های شنیداری و دیداری سنتی، به‌ویژه تلویزیون، بازیکنان را به آن اندازه مشغول می‌کنند که بر ایجاد رابطه‌ای متقابل با رویداد بازی و اعمال کنترل بر آن می‌پردازند (علی‌پور و همکاران ۱۳۹۰: ۵۳).

## ۵. نقش راوی<sup>۱</sup>

شاید درک مفهوم و الزام حضور راوی و صدای گوینده<sup>۲</sup> در بازی‌های رایانه‌ای با توجه به ارائه تمامی روایت از طریق دوربین کمی دشوار باشد؛ زیرا در همه‌ی بازی‌ها، راوی وجود ندارد و شاید هم اصلاً نیازی به حضور این فرد نباشد؛ اما باین حال راوی گاهی می‌تواند همان اول شخص بازی و یا فرد دیگری - که همراه او در بازی حضور دارد - باشد؛ در بعضی از بازی‌ها ممکن است راوی به‌عنوان سوم شخص در خارج از بازی است و از همه‌ی ماجرا آگاهی دارد و شما را به سمت بازی و رسیدن به نتیجه هدایت کند. برای نمونه: بازی ایرانی سیاوش<sup>۳</sup> که در واقع ماجرای زندگی کیخسرو فرزند سیاوش را حکایت

1. The Role of the Narrator

2. Voice Over

۳. بازی رایانه‌ای سیاوش (۱۳۹۱). شرکت سازنده (استودیو سورنا). سبک (اکشن نقش آفرینی).

می‌کند، این‌طور به نظر می‌رسد که بیشترین و بهترین زمان حضور صدای راوی زمانی باشد که قرار است از یک اثر اقتباسی همچون آثار ملی، دینی و این قبیل آثار برداشت شود. مخصوصاً اگر بخواهیم ارزش، اهمیت و اثرگذاری موضوع موردنظرمان را بر مخاطبان بیشتر کنیم. معمولاً «در بهترین انواع روایت گرافیکی نوعی انتقال ذهنی بین خواننده و راوی وجود دارد که وظیفه انتقال بار احساسات داستان را بر عهده می‌گیرد» (آیزنر، ۱۳۹۰: ۱۲۷).

حال اگر این عامل انتقال ذهن و احساسات را در یک بازی رایانه‌ای بین بازیکن و راوی در نظر بگیریم، به‌طوری‌که برای انتقال کامل مفهوم ذهنی نویسنده بازی (طراح داستان) و طراح (تصاویر بصری و شخصیت‌ها) این‌بار با یک رابطه گرافیکی روبه‌رو هستیم.

## ۶. شخصیت‌پردازی

یک شخصیت خوب، فردی باورپذیر است (بلکر، ۱۳۹۲: ۶۶). ما فقط در صورتی‌که «شخصیت‌ها را به چشم نسخه‌هایی از خود می‌بینیم، سرنوشت آن‌ها برایمان اهمیت پیدا می‌کند، زیرا خود را تنیده در داستان‌های اشیاء می‌بینیم» (وارتنبرگ و جونز، ۱۳۹۶: ۳۴). از دیدگاه فیلم‌نامه‌نویسان «اگر شخصیت شما روی کاغذ جان‌نگیرد روی پرده هم زنده نخواهد شد» (ولف و کاکس، ۱۳۹۱: ۵۹). شخصیت اصلی داستان و یا بازی شما باید آن کسی باشد که توانایی رابطه برقرار کردن با تماشاگر یا بازیکن را داشته باشد تا آن‌ها به او اهمیت بدهند. یکی از مهم‌ترین دلایل این خواسته، تأثیری است که عملکرد و افکار شخصیت مورد دلخواه بازیکنان به‌طور ناخودآگاه بر افکار آن‌ها اثر می‌گذارد.

نویسنده برای مخاطب می‌نویسد، اما «تشخیص این‌که مخاطب شما چه کسی خواهد بود، در واقع به درک این نکته بستگی دارد که چه نوع افرادی» (شلهارت، ۱۳۹۲: ۲۲) و به عبارتی چه مخاطبانی مدنظر شما هستند و بازی مورد نظرتان را برای چه گروهی می‌سازید.

## ۷. نقش و شخصیت قهرمانان

یک کاراکتر یا شخصیت در هر داستان برای ایفای نقش خود، امکان حضور در سه نقش را دارد «۱- کاراکتر یا پروتاگونیست<sup>۱</sup>: که داستان درباره‌ی اوست و او کاراکتر اصلی است. ۲- آنتاگونیست<sup>۲</sup>: کسی که در برابر تلاش پروتاگونیست می‌ایستد. ۳- کاراکترهای محوری: آدم‌هایی که تلاش‌های (پروتاگونیست و آنتاگونیست) را متوقف می‌کنند و یا به پیش می‌برند» (دانکن، ۱۳۹۱: ۱۵).

در بازی‌های رایانه‌ای حضور آواتارها (شخصیت‌هایی) با طراحی جذاب، سبب ایجاد کنش و واکنش در بازی‌ها و جلب بیشتر بازیکنان می‌شوند. از این رو محیطی که شخصیت‌های ما در آن جای می‌گیرند، باید گویای احوال، کنش و واکنش‌های آن‌ها باشد.

شخصیت اصلی داستان (قهرمان داستان) و خاصه در اینجا بازی‌های رایانه‌ای، همچون راننده‌ای؛ داستان بازی را به پیش می‌برد. بر این اساس این راننده باید هدف و نیازی آشکارا داشته باشد که با پیمودن و پیروزی در مرحله فعلی و رسیدن به مرحله‌ای دیگر بازیکن را به هدفی - که همان پیام پایانی بازی است - برساند.

گاهی هدف از شخصیت بازی، نشان دادن کاراکتری است که زمانی اصلی شخصیت خوب و زمانی فرعی: شخصیت شرور» (سیگر، ۱۳۸۸: ۱۷۰). برای نمونه در بازی شیطان هم می‌گیرد: شیطان در دو نقش یک‌بار در نقش برادر خوب و دیگر بار در نقش برادر شرور حضور دارد که این دو به مقابله با هم می‌پردازند، آن‌هم در صحنه مزیح کلیسای جامع.

قهرمانان مثبت نشان و نماینده‌ی خیر، خوبی، پاکی و روشنایی‌اند و اشخاص بد و شرور نماینده‌ی خشونت، بدی، ظلم و هر چه با بدی و تاریکی مرتبط است. همه‌ی احساسات و عواطف کاراکترها باید مشخص باشد، برخلاف فیلم که زنده است و کاراکترها خود گویای احوالات و افکارشان هستند، مگر این که زیر متنی در مفهوم حرکات و گفتارشان

۱. قهرمان داستان.

۲. ضد قهرمان (مخالف قهرمان).

در کار باشد. در بازی‌های رایانه‌ای و انیمیشن باید همه چیز ثبت و نوشته شود. اگرچه بازی‌های رایانه‌ای از قوانین یک فیلم بیشتر تبعیت دارند تا انیمیشن.

البته در بازی، کاراکترهای دیگری هستند که در نقش همراهان قهرمان حضور دارند، اما هم چنان این شخصیت اصلی یا قهرمان بازی است که فعالانه‌تر از سایر کاراکترها برای رسیدن به اهداف خود می‌کوشد و با تقلای بسیار داستان را به پیش می‌برد. در واقع سایر شخصیت‌ها به عنوان کمک به کاراکترهای اصلی انجام وظیفه می‌کنند. اینان با کمک خود پس‌زمینه داستانی شخصیت را کامل‌تر نشان می‌دهند.

### محتوا و اجزای تشکیل‌دهنده قصص قرآن از حیث پردازش داستان

در کتاب‌های همه‌ی ادیان، قصه‌ها، بیانی غیرمستقیم برای آموزش و انتقال ارزش‌های اخلاقی، تربیتی، رفتاری و غیره بوده‌اند (مرعشی‌پور، ۱۳۹۶: ۱۳). از مهم‌ترین وجوه امتیاز قصص قرآنی از دیگر قصه‌ها می‌توان به درهم آمیختگی و در پیوند بودن اهداف و مقاصد هنری با اهداف و مقاصد دینی آن‌ها اشاره کرد. قرآن در چگونگی بیان قصه‌ها، روش (فرم) واحدی را در پیش نگرفته است، بلکه به مقتضای «حال و مقام» مخاطب و اهداف خاص دینی، که برای تأمین و برآورده شدن آن‌ها به قصه‌گویی پرداخته، این روش (فرم) بیان را برگزیده است (همان: ۱۴). روش‌ها (فرم‌ها)ی قصص قرآن دارای عناصر درهم‌تنیده شگرفی است که از حیث داستان‌پردازی دارای اهمیت فراوانی است.

#### ۱. محتوا یا روایت

قرآن برای هدایت بشر در قالب قصص در بخش‌ها و مضامین مختلف بر پیامبر نازل شده است. قصه‌های زندگی و سرگذشت پیامبران و اولیای الهی، با اجزایی که به هم پیوسته‌اند، به سادگی جداپذیر نیستند. در واقع "قرآن برای بیان قصص، روش‌های گوناگونی دارد" (رضایی‌هفتادُر و علی‌خواجه، ۱۳۹۳: ۷۶). گاهی برای فهم یک سرگذشت، به آیات مختلفی در چند سوره در کنار هم نیاز داریم؛ مانند زندگی حضرت موسی که بیشترین تکرار را در میان قصص قرآن داشته است؛ اما شاید تنها سوره‌ای که از این امر مستثنی

است، سوره‌ی حضرت یوسف باشد که تماماً به ایشان اختصاص دارد. از این رو نقش محتوا در قصص قرآن، هم چون دیگر متون بسیار حائز اهمیت است. اگرچه همه‌ی محتوای قصص در قرآن حادثه محور نیستند و در بعضی سوره‌ها نقش شخصیت‌ها اهمیت می‌یابد، اما به طور کلی قصص قرآن یا حادثه محورند و یا شخصیت محور و درجایی هم ترکیبی از هر دو.

## ۲. تصویرسازی قصص

اهمیت تصویرسازی در هنرهای بصری بسیار زیاد است و از همین رو خداوند نیز در قصص قرآن از این ویژگی و خاصیت ذهن انسان‌ها در جهت به تصویر کشیدن مفاهیم ذهنی، ویژگی شخصی و روحی اشخاص و قهرمانان مورد نظرش، افکار و نیاتشان و نیز مجسم نمودن حادثه‌های گذشتگان بهره برده است.

در واقع قرآن «به‌مدد تصویرگری علاوه بر بیان معانی انتزاعی، بخش‌هایی از داستان‌های پیامبران را نیز به یک تابلو یا یک صحنه‌ی گویا تبدیل کرده است، به گونه‌ای که منظره‌های شنیداری برای مخاطبان به منظره‌های دیداری و تماشایی مبدل شده است» (امانی، خدادوستی و لاهوتی یگانه، ۱۳۹۳: ۱).

## ۳. سبک بیان قصص

قرآن سبکی مخصوص به خود دارد، سبکی که «نمی‌توان آن را نثر نامید و نمی‌توان گفت شعر است؛ ولی این کلام الهی به گونه‌ای است که تمام شاعران و نثرگویان در مقابل آن سر تسلیم فرود می‌آورند» (اکبری، ۱۳۹۳: ۴۰ و ۴۱). هر یک از قصص در قرآن؛ از شیوه‌های مختلفی سود برده‌اند، شیوه‌هایی چون: توصیف، تشبیه، کنایه و... هر یک از این شیوه‌ها همراه با موسیقی درونی آیات - که در نهایت نشانگر پیوند ذاتی و درونی هر یک از آنها است - در ارتباط می‌باشند. «قرآن با استفاده از اسلوب بدیع هنری، معارف ژرف و عمیق خود را در سطح فهم بشر عرضه داشته و با ترسیم دقیق حقایق در تصاویر و صحنه‌هایی

زنده، معانی و مفاهیم انتزاعی و حالات روحی و درونی انسان‌ها را برایشان محسوس و قابل درک نموده است» (فاروقی هندولان، آسوده و حقدادی، ۱۳۹۲: ۶۲).

#### ۴. تعامل

روش بیان قصص قرآن به گونه‌ای است که سعی می‌کند تا از طریق تصویرسازی ذهنی مفاهیم انتزاعی را عینی سازد و از این طریق آن‌ها را برای بشریت به وضوح جلوه سازد تا بدین طریق ذهن مخاطب، بیشتر در تعامل با متن و پیام قرآن قرار گیرد. به این ترتیب به نظر می‌رسد انگیزه اصلی تنوع در انواع تصویرسازی آیات و قصص در قرآن «تکمیل تصاویر و افزودن به قدرت تجسم و عینیت بخشیدن به آن‌ها از طریق آوردن عناصر نو به تناسب فضای بازگویی هر قصه است» (امانی، خدادوستی و لاهوتی یگانه، ۱۳۹۳: ۳).

#### ۵. اشخاص، مخاطبان یا قهرمانان (مثبت یا منفی)

مخاطبان در قرآن، همه‌ی بشریت هستند. قهرمانانش هم جایی در گذشته زندگی می‌کردند، قهرمانان آن یا چون پیامبران، اولیای الهی و انسان‌های پاک‌نهاد، مثبت و نیک سرشتند و یا اشخاصی شرورند و به مبارزه و آزار قهرمانان نیک‌سرشت پرداخته‌اند. هر کدام از این شخصیت‌ها مصداقشان در زمان کنونی وجود دارد و همین ویژگی بی‌بدیل و بی‌زمان بودن قرآن را تأیید می‌کند. در قصص قرآن، شخصیت‌های خوب در مقابل شخصیت‌های بد قرار می‌گیرند.

#### ۶. مخاطبان و نوع و نقش راوی

هر اثری مخاطبان ویژه‌ای مخصوص به خود دارد، «اما تنها کتابی که مخاطب ویژه و خاصی ندارد، قرآن است. مخاطبان قرآن همه‌ی مردم هستند که با عناوین: بشر، انسان، ناس و بنی آدم آمده است (اکبری، ۱۳۹۳: ۱۸).

ویژگی راوی یا همان «زاویه دید، شیوه‌ی نقل داستان است، پرسپکتیو، نقطه دید یا موقعیتی ادراکی یا مفهومی است که خواننده به واسطه‌ی آن با رخدادها و موقعیت‌های

روایت‌شده‌ی داستان آشنا می‌شود. این نقطه‌ی دید، گاهی از آن‌راوی است و گاهی از آن‌ شخصیت داستان» (حرّی، ۱۳۸۷: ۱۰۹).

راوی همه‌چیز را درباره‌ی داستان می‌داند، درواقع او بیرون از فضای داستان حضور دارد، با اشرافی کامل بر همه‌چیز. در تمام قصص قرآن‌راوی فردی واحد و همان خداست، اما آنچه هر یک از قصص را متمایز می‌کند، شیوه‌ی بیان به مقتضای هر سوره است (در جایی در صیغه‌ی اول‌شخص مفرد و جایی دیگر با صیغه‌ی جمع). برای نمونه: در سوره‌ی طاهّا در آیه‌ای خداوند به صورت صیغه‌ی مفرد به حضرت موسی خطاب می‌کند که به سوی فرعون برو، چراکه او از راه خدا طغیان کرده است<sup>۱</sup> (طاهّا، آیه ۲۴) و یا در آیه‌ای دیگر در همین سوره به صورت جمع به ایشان و برادرشان هارون همان دستور را می‌دهد<sup>۲</sup> (طاهّا، آیه ۴۳). در این قصه قرآنی، درهرحال وجود و حضور فردی برتر احساس می‌گردد.

#### ۷. جنبه‌های تربیتی قصص قرآن

یکی از شاخصه‌های مهم قصص قرآن، نکات تربیتی و نقش آن‌ها در رشد شخصیت کودکان است. تربیت را درواقع پرورش استعدادهای نهفته در فطرت آدم می‌دانند (ابراهیمیان آملی، ۱۳۷۸: ۲) و این خود مسئله‌ای مهم با توجه به گسترش روزافزون جوامع امروزی و پیچیدگی عصر ارتباطات و تکنولوژی است. درواقع «رمز جاودانگی قرآن در ژرفای بی‌پایان آن خلاصه نمی‌گردد، بلکه در کنار آن رمز ذاتی و اصیل، رموز دیگری نیز قرار گرفته‌اند که ابدیت قرآن را در بستر زمان به بهترین و عقلانی‌ترین شکل، ممکن ساخته‌اند» (کلاتری، ۱۳۸۶: ۲۰۱). برای مثال خداوند در سوره روم می‌فرماید: "به درستی که خداوند انسان را براساس فطرت آفرید" (روم، آیه ۳۰) و این الگوسازی از ویژگی‌های اساسی مکتب اسلام است؛ زیرا اسلام دینی است که ابتدا الگو ارائه می‌دهد، سپس بایدها و نبایدها را به مردم می‌آموزد» (ابراهیمیان آملی، ۱۳۷۸: ۱۱).

۱. سوره‌ی طه، آیه ۲۴؛ «اینک به جانب فرعون روانه شو که وی سخت طغیان کرده است.»

۲. سوره‌ی طه، آیه ۴۳؛ «بروید به سمت فرعون که او سخت به راه طغیان شتافته است.»



بنابراین و با توجه به این اهداف الهی، پیام دریافت شده از هر یک از قصص در افراد، نتیجه‌ای واضح و شفاف بر اساس فطرت آدمی خواهد بود؛ زیرا زیر بنای فکری و اجتماعی قصص قرآن، جدای از سرگرمی؛ آموزش و گسترش عقاید معرفتی و انسانی است و این برخلاف سایر رسانه‌های همگانی و از جمله بازی‌های رایانه‌ای به‌عنوان مهم‌ترین رسانه یا به عبارتی «هنر هشتم» (آرین و ناصحی، ۱۳۸۹: ۹) که برای رساندن یک پیام تبلیغاتی یا آموزش یک نکته به هزاران راه مختلف متوسل می‌شوند، هر فرد نتایج اغواکننده‌ی متصور شده برای آن بازی را بنا بر خواست سازندگان آن بازی دریافت می‌کند؛ نتایجی که خود تا حدی سبب سردرگمی بین دانسته‌ها و یافته‌های جدید و تکرار مکرر آن‌ها سبب عادت و پذیرششان خواهد شد و این دقیقاً همان چیزی است که قرآن ما را از آن بر حذر می‌دارد.

## ۸. زمان

زمان در قصص قرآن، نقشی اساسی دارد. در واقع «حضور زمان در قصص قرآن، حضوری زنده، معنادار و آگاهانه است. چنانچه گاهی اوقات عناصر زمانی همچون: «ضحی، مشرقین، سنین، خمسین و... را می‌یابیم» (رضایی‌هفتاد و علی‌خواجه، ۱۳۹۳: ۸۱ و ۸۲) و یا لحظه‌ی معراج حضرت رسول که در سوره‌ی اسراء شب‌هنگام اشاره شده است (اسراء، آیه ۱).

با این وجود زمان در قصص قرآن، کمتر به صورت دقیق و در همه‌ی سوره‌ها و آیات آن مورد توجه بوده است، اما این به معنی کم‌توجهی و کم‌اهمیتی به آن نبوده است. جز در شرایطی خاص. برای مثال زمان زندگی حضرت سلیمان و قوم ایشان اهمیت دارد، اما نه به‌طور مشخص آن‌گونه که در دیگر رسانه‌های نوشتاری هم چون رمان و رسانه‌های بصری متصور است.

## ۹. مکان

درواقع مکان، جایگاه وقوع حوادث است؛ اما نقش مکان به اندازه اهمیت زمان نیست (رضایی هفتادُر و علی‌خواجه؛ ۱۳۹۳: ۸۲). اصولاً قرآن از مکان در قصص به‌طور شفاف و در همه‌جا یاد نمی‌کند (همان: ۸۲) مگر در مواردی خاص. برای نمونه: قرآن کریم در سوره یاسین اشاره به مردی مؤمن کرده است که از دوردست‌ها آمده، بی آن که اشاره‌ی واضحی به مکانی که از آنجا آمده کند؛ بلکه هدف آمدن او را ارج می‌نهد که گفته بود: «ای مردم، رسولان خدا را پیروی کنید»<sup>۱</sup> (یاسین، آیه ۲۰).

درجاهایی هم «مکان نقش خاصی در سیر حوادث و اهداف داستان داشته‌اند؛ مانند: «مدین، مصر، طور سینین و غیره» (رضایی هفتادُر و علی‌خواجه، ۱۳۹۳: ۸۲). برای نمونه لحظه‌ی عظمت پیامبر به معراج که در سوره‌ی اسراء به آن اشاره شده است<sup>۲</sup> (اسراء، آیه ۱).

### نقش جلوه‌های بصری قصص قرآن در خلق بازی‌های رایانه‌ای

کودکان در بازی‌های ساده‌ی دوران کودکی خویش از خود و هستی اطرافشان شناخت به دست می‌آورند. امروزه رواج بی‌وقفه‌ی بازی‌های رایانه‌ای و تنوع بی‌شمار آن‌ها، روند آگاهی و شناخت بر همه‌ی ابعاد محتوایی آنان را دشوار ساخته است. درواقع سواد رسانه‌ای چون دانش بازی‌های رایانه‌ای سعی بر آن دارد تا درک مخاطبان خود در ارتباط با این نوع رسانه‌ها و شیوه‌های آن را افزایش دهد. ازاین‌رو تولید یک بازی‌های رایانه‌ای حوزه‌های کاری مختلفی را به یکدیگر پیوند می‌دهد.

۱. سوره‌ی یاسین، آیه ۲۰. «و مردی شتابان از دورترین نقاط شهر (انطاکیه، حبیب‌نام) فرا رسید گفت: ای قوم من، این رسولان خدا را پیروی کنید.»

۲. سوره‌ی اسراء، آیه ۱. «پاک و منزّه است خدایی که در شبی بنده‌ی خود (محمد) را از مسجد حرام به مسجد اقصایی که پیرامونش را مبارک و پر نعمت ساختیم، سیر داد، تا آیات و اسرار غیب خود را به او بنمایانیم که او (خدا) به حقیقت شنوا و بیناست.»

## ۱. وجود مخاطبان آگاه

زمانی که مخاطبان رسانه (خواه کودکان و نوجوانان و خواه بزرگسالان)، نسبت به رسانه‌ها، (چه رسانه‌های همگانی که از گذشته تا به حال مرسوم هستند و چه بازی‌های رایانه‌ای به‌عنوان رسانه‌ای جدید که طرفداران بی‌شماری دارند)؛ به قدرت و اکاوی و تحلیل برسند. این دانش استنباطی در آن‌ها برای دوری از آثاری که محتوای نامناسبی دارند و نیز ایجاد محتوایی رسانه‌ای متناسب با فرهنگ خودی، بستری مناسب خواهد شد و این یعنی آگاهی از درک مرز میان جهان واقعی و مجازی.

## ۲. متن‌ها، زیر متن‌ها و انتقال ارزش‌ها

مفاهیمی چون متن و به‌ویژه زیرمتن از این نظر اهمیت دارند که «ارزش‌ها و ایدئولوژی‌های در نظر گرفته برای هر بازی معمولاً در لایه‌های زیرین پیام‌های رسانه‌ای آن بازی منتقل می‌شوند و به‌وسیله همین کارکرد بر مخاطب تأثیر بیشتری می‌گذارند. پیام‌های رسانه‌ای سعی دارند تا به انتقال ارزش‌ها و ایدئولوژی‌های سازندگان خود و یا به‌نوعی سلطه فرهنگ بر مخاطب دست پیدا کنند و از این طریق افراد بیشتری را تحت اختیار خود در بیاورند» (رمضانی، ۱۳۹۳: ۱۴). این نکته به‌ظاهر ساده می‌تواند مبنای مهمی باشد برای درک مفهوم سواد رسانه‌ای از نظر قرآن کریم، چراکه تفاوت بسیاری بین ذهن و لوحی سفید وجود دارد. کلمات در ذهن به صورتی خیال‌گونه به‌حیات خود ادامه می‌دهند و به‌هرسو که بخواهند راه می‌یابند.

## ۳. وجود دوستی مهربان و آگاه همراه با انسان در قصص قرآن

در بازی‌های رایانه‌ای بازیکن باید به‌تنهایی با مهاجمان بجنگد تا پیروز شود. درواقع آنچه بازیکنان را به ادامه‌ی بازی وادار می‌کند، خاصیت تعامل و دوسویه بودن رابطه بین بازیکن و بازی است. این ویژگی دوگانه علاوه بر خاصیت ارتقادهدنگی اقدام و عمل در بازیکنان، نگرانی‌هایی را نیز به همراه دارد و این که گاهی مرز بین این دو سویه بودن (دنای واقعی و خیالی) از بین می‌رود و او خود را تنها و همه‌ی اطرافیانش را دشمن می‌بیند؛ اما آنچه در

قصه‌های قرآنی موج می‌زند، دور بودن از آشفتگی و ترس است و آن‌هم به دلیل وجود خداوند در تمام مسیر زندگی و حتی سوره‌های قرآن است. از همین روی داستان و مخصوصاً بازی که بر اساس مفاهیم الهی ساخته شده باشد، خشونت و اغواکنندگی را در دل خود راه نمی‌دهد.

### بحث

مقاله‌ی حاضر می‌کوشد تا با نَقَبی به قِصَص قرآن، دریابد که چطور می‌توانیم میان (بازی رایانه‌ای) - به‌عنوان رسانه‌ای بصری که ساخته‌ی بشر دست است - و (قصص قرآن) - که منبعی فرا مادی است - پیوند ایجاد کنیم. از آنجاکه هر مفهوم و متن تصویری در خودبسندگی نیست و حتماً گذشته‌ای دارد، بنابراین در پیوند این دو رسانه نیز این احتمال وجود دارد. بسیاری از آثار تصویری که از متون قرآن چه در سطحی وسیع و چه در سطحی اندک بهره برده‌اند، در دل خود پیام‌ها و یا تصاویر (نمادهایی) دارند که گاهی مفاهیم دگرگون‌شده و البته بسیار تأثیرگذار، بر ذهن ما باقی می‌گذارند که گاهی اثر سوء آن‌ها تا مدت‌ها و بلکه برای همیشه ماندگار خواهد بود (جدول ۱).

جدول ۱. مشترکات عناصر ظاهری تشکیل‌دهنده‌ی بازی رایانه‌ای و قصص قرآنی (نگارندگان،

۱۳۹۷)

عناصر تشکیل‌دهنده	در بازی‌های رایانه‌ای	در قصص قرآنی
نقش راوی و گوینده	در همه‌ی بازی‌ها راوی وجود ندارد. راوی گاهی می‌تواند همان اول‌شخص بازی و یا شخص همراه او در بازی باشد و گاهی هم سوم شخص خارج از بازی باشد.	راوی همه‌چیز را درباره‌ی داستان می‌داند، درواقع او بیرون از فضای داستان حضور دارد با اشرافی کامل بر همه‌چیز. درواقع در تمام قصص قرآن راوی اصلی که برهمه‌ی حقایق اشراف مستقیم دارد، تنها خداوند است.
نقش تعامل	ارتباط بشری مجموعه‌ای از فرایندهای ظریف و مبتکرانه است که همواره مملو از هزاران عنصر، علائم، رمزها و مفاهیم می‌باشد.	سیک کتاب آسمانی به‌گونه‌ای است که از طریق تصویرسازی ذهنی مفاهیم انتزاعی را عینی می‌سازد تا وضوح آن‌ها در ذهن مخاطب، بیشتر و در نتیجه پیام به‌بهترین نحو

عناصر تشکیل دهنده	در بازی‌های رایانه‌ای	در قصص قرآنی
		دریافت شود.
نقش تربیتی قصص	شاید وجود این عامل دقیقاً در همه‌ی بازی‌های رایانه‌ای حس نشود، زیرا بعضی از بازی‌ها فقط هدفشان، سرگرمی بازیکنان است.	نقش قصص قرآن، تربیت انسان با توجه به اهداف الهی است بنابراین در پایان هر قصه افراد نتیجه‌ای واضح و شفاف از پیام‌های آن دریافت می‌کنند؛ زیرا هدف اصلی آن‌ها آموزش و گسترش عقاید معرفتی است.
اهمیت تصویرسازی در قصه و داستان	اهمیت نقش تصاویر در هنرهای بصری غیرقابل انکار است.	قرآن کریم به مدد تصویرگری، منظره‌های شنیداری و نوشتاری خود را برای مخاطبان به منظره‌های دیداری و تماشایی مبدل شده است.
زمان	نقش زمان در قصه و گیم‌پلی یک بازی رایانه‌ای به گونه‌ای است که حضورش برای دانستن اتفاقات در آن بازی الزامی است. اگرچه این موضوع، بسته به ژانر خاص آن بازی ممکن است اصلاً حضورش درک نشود.	زمان در قصص قرآن نقش اساسی دارد. حضور زمان در قصص قرآن، حضوری زنده، معنادار و آگاهانه است. همچون: «ضحی، مشرقین و غیره».
مکان	نقش مکان در قصه و گیم‌پلی یک بازی رایانه‌ای به گونه‌ای است که حضورش، برای دانستن اتفاقات در آن بازی الزامی است. اگرچه این موضوع، بسته به ژانر خاص آن بازی ممکن است حضورش درک نشود.	غالباً مکان رویدادها در ابلاغ پیام داستان اهمیت ویژه‌ای ندارد، اصولاً قرآن از مکان قصه یاد نمی‌کند. مگر در مواردی خاص که در فهم آیات مهم باشد مثلاً (مسجدالاقصی، مسجدالحرام و غیره).

### نتیجه‌گیری

قرآن به عنوان منبعی که می‌تواند در خلق بازی‌های رایانه‌ای پرمحتوا، جذاب و درعین حال انسان‌ساز به کمک پژوهشگران بیاید، سرشار از جلوه‌های بصری است از روایت گرفته تا تعامل برقرار کردن با مخاطبان، تنوع بیان تصویری در نشان دادن ویژگی‌های افراد و شاخصه‌های قهرمانان مختلف (مثبت و منفی).

در اغلب بازی‌ها رایانه‌ای، ویژگی‌های بصری و گرافیکی، با روایت‌های ساخته‌ی بشر و با درون‌مایه‌هایی از مفاهیمی نادرست (خشونت، درگیری و غیره) عجین شده‌اند.

مخصوصاً در بعضی از بازی‌های رایانه‌ای که مسائل دینی و عقیدتی را در لایه‌های زیرمتن خود چه آشکارا و چه پنهان نادیده می‌گیرند که از آن‌ها تحت عنوان زیر متن آگاهانه و زیرمتن ناخودآگاه یاد می‌شود (سیگر، ۱۳۹۵: ۱۶). توجه به زیرمتن‌ها در همه‌ی رسانه‌های متنی و بصری اهمیت دارد، برای نمونه حضور و نقش زیرمتن در همه‌ی بخش‌های یک فیلم‌نامه‌ها. برای نمونه حضور و نقش زیرمتن در همه‌ی بخش‌های یک فیلم‌نامه‌ها. سیگر در این باره نوشته است زیرمتن تمام منظورهایی است که بیان نشده‌اند و پنهان هستند. زیرمتن اصل ماجراست، آنچه فیلم در واقع درباره‌ی آن است. زیرمتن را می‌توان در پس کلمات، حالات، اشارات، رفتارها، کنش‌ها و تصاویر و انگاره‌ها یافت (همان: ۱۱).

بنابراین انجام مکرر بازی‌هایی با درونمایه‌های از مفاهیمی نادرست، نه تنها سبب سردرگمی در افراد خواهد شد، بلکه می‌تواند عادت و پذیرش تفکرات اشتباه را نیز، در پی داشته باشد و این دقیقاً همان چیزی است که قرآن ما را از آن بر حذر می‌دارد (پذیرش صرفاً بر اساس شنیده‌ها و دیده‌ها بدون تفکر و جستجو) خواه این قبیل بازی‌ها خارجی باشند و یا ایرانی.

دعوت به تعقل یکی از نکاتی است که در قرآن بسیار به آن تأکید شده است برای نمونه؛ مفهوم استنباطی آیه ۱۷۰ سوره‌ی بقره است که در آن قرآن یکی از عوامل سرپیچی مخالفان از ایمان به خدا را تقلید کورکورانه‌ی آن‌ها از پیشینیان خود معرفی می‌کند (بقره؛ ۱۷۰)؛ و یا در آیه ۳۶ سوره‌ی اسراء می‌فرماید: هرگز آنچه را به آن علم و اطمینان نداری دنبال مکن که چشم و گوش و دل همه مسئول‌اند؛ بنابراین ندانسته پیرو کسی یا چیزی شدن در شریعت الهی ممنوع بوده و عذاب اخروی را در پی خواهد (اسراء؛ ۳۶).

بر این اساس با عنایت به پرسش مطرح‌شده در این پژوهش، باید گفت اگرچه می‌توان اشتراکات فراوانی میان قصه و روایت یک بازی و روایت در قصص قرآن یافت، اما ماهیت تعاملی بازی‌ها به‌ویژه در جذب و آموزش کودکان و نوجوانان از طریق محتوای متنوع رایج در جهان بازی‌ها، نشان‌دهنده‌ی آن است که ارتقای آگاهی ما در حوزه بازی‌ها

(بازی‌های رایانه‌ای)، به‌ویژه حوزه رسانه‌ها، به‌منظور گسترش دانش نظری مرتبط با این شاخهٔ جدید از هنر، محتاج پژوهش‌هایی دقیق‌تر و موشکافانه‌تری است.



## منابع

- قرآن کریم، ترجمه: مهدی الهی قمشه‌ای (۱۳۸۶)، چاپ اول، قم: انتشارات آیین دانش.
- آرین، آرمان؛ ناصحی، الهام. (۱۳۸۹). *راهنمای بازی‌نامه‌نویسی*. چاپ اول، تهران: انتشارات بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای.
- آشتیانی، مهرداد، خزانه‌داری، مژگان. (۱۳۹۲). *فرهنگ واژگان و دانشنامه‌ی تولید بازی‌های رایانه‌ای*. چاپ اول، تهران: انتشارات بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای.
- امانی، رضا، خدادوستی؛ رخساره، لاهوتی؛ یگانه، فاطمه. (۱۳۹۳). «کارکرد شناسی ساختار تکرار در تصویرپردازی‌های قرآن» (مطالعه موردی داستان حضرت موسی (ع))، *فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های ادبی قرآنی*. بهار، دوره‌ی ۲، شماره ۱، صص ۹۹-۱۲۰.
- آیزنر، ویل. (۱۳۹۰). *قصه‌گویی و روایت بصری*. مترجمان: آرش جلال‌منش و بهمن شریفی، چاپ دوم، تهران: انتشارات فارابی.
- بروجردی علوی، مهدخت؛ صدیق یزدچی، امیر سعید. (۱۳۹۶). (تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی در ایران)، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*. زمستان، سال ۱۲، شماره ۱۲، صص ۸۸-۱۱۰.
- بلکیر، اروین آر. (۱۳۹۲). *عناصر فیلم‌نامه‌نویسی*. ترجمه: محمد گذرآبادی، چاپ پنجم، تهران: انتشارات هرمس.
- بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای. (۱۳۸۹). *رده‌بندی سنی بازی‌های رایانه‌ای*. چاپ اول، تهران: انتشارات بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای.
- حری، ابوالفضل. (۱۳۸۷). «احسن القصص / رویکرد روایت‌شناختی به قصص قرآن»، *مجله نقد ادبی*. تابستان، دوره‌ی اول، شماره‌ی ۲، صص ۸۳-۱۲۲.
- دانکن، استفانو. (۱۳۹۱). *فیلم‌نامه‌نویسی ژانر*. ترجمه: وحیداله موسوی، چاپ اول، تهران: انتشارات ساقی.
- سیگر، لیندا. (۱۳۸۸). *نگارش فیلم‌نامه اقتباسی (نوشتن فیلم‌نامه از داستان و واقعیت)*. ترجمه: عباس اکبری، چاپ دوم، تهران: انتشارات نیلوفر.
- سیگر، لیندا. (۱۳۹۵). *زیرمتن در فیلم‌نامه: آنچه پنهان است*. ترجمه: مهدی کیا، چاپ اول، تهران: نشر چشمه.



شلهارت، لورا. (۱۳۹۲). *راهنمای علمی فیلم‌نامه‌نویسی*. ترجمه: پدram لعل‌بخش، چاپ سوم، تهران: انتشارات افراز.

رضایی هفتادزر، غلام‌عباس؛ علی‌خواجه، شعیب. (۱۳۹۳). «*پژوهش‌نامه نقد ادبی و بلاغت*». سال سوم، شماره (۱). صص ۷۱-۸۶.

عاملی، سید سعیدرضا. (۱۳۹۴). *مطالعات دو فضایی شدن بازی‌های رایانه‌ای، رویکرد ارشی - بومی به بازی‌ها*. چاپ اول، تهران: انتشارات امیرکبیر.

علی‌پور، احمد و همکاران. (۱۳۹۰). *بازی‌های رایانه‌ای فرصت یا تهدید؟*. چاپ اول، تهران: انتشارات ارجمند.

فاروقی‌هندوالان، جلیل‌اله؛ آسوده، زهره؛ حقدادی، عبدالرحیم. (۱۳۹۳). «انتقال معنی از طریق تصویر ذهنی در جزء سی‌ام قرآن کریم»، *فصلنامه علمی نگارینه هنر اسلامی*. بهار، شماره ۱، صص ۵۹-۶۸.

کلانتری، ابراهیم. (۱۳۷۸). *قرآن و چگونگی پاسخ‌گویی به‌نیاز زمانه*. چاپ دوم، تهران: انتشارات صدف.

گانتر، بری. (۱۳۸۷). *اثر بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای بر کودکان*. ترجمه: سید حسن پورعابدی ناینی، چاپ اول، تهران: انتشارات جوانه رشد.

گله‌باس، فرانتس. (۱۳۹۴). *کارگردانی داستانی*. ترجمه: داریوش نوروزی، شیوا زنگنه، چاپ اول، تهران: انتشارات فارابی.

لوبروتو، ویسنت. (۱۳۹۶). *مدیریت طراحی فیلم*. ترجمه: رضا مهدی‌زاده و امیر هاشمی‌مهر، چاپ اول، تهران: انتشارات میردشتی.

مرعشی‌پور، محمدرضا. (۱۳۹۶). *قصه‌های قرآن*. چاپ اول، تهران: انتشارات نیلوفر.

مقدادصباغیان، جاوید؛ حسینی، محمدرضا. (۱۳۹۱). «بازی‌های رایانه‌ای در مقام هنری، بررسی و تحلیل وضعیت مواجهه با بازی‌های رایانه‌ای به‌مثابه آثار هنری»، *نشریه هنرهای زیبا هنرهای نمایشی و موسیقی*. پاییز و زمستان، دوره ۱۷، شماره ۲، ۷۷-۶۹.

مهرابی، مقداد. (۱۳۹۶). «تأثیرات بازی‌های دیجیتال بر پرخاشگری: بررسی رویکردهای مختلف و نتیجه‌گیری‌های متضاد»، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*. زمستان، سال ۳، شماره ۱۲، صص ۱۱۱-۱۲۷.

وارتنبرگ، تامس؛ تامسون- جونز، کاترین. (۱۳۹۶). *فلسفه فیلم و هنر دیجیتال*. ترجمه: گلنار نریمانی، تهران: انتشارات ققنوس، چاپ اول.

ولف، یورگن؛ کاکس، گری. (۱۳۹۱). *راهنمای نگارش فیلم‌نامه*. ترجمه: عباس اکبری، چاپ اول، تهران: انتشارات سروش.

[https://www.isna.ir/news \(6 /9 /2018,22:00\)](https://www.isna.ir/news/6/9/2018,22:00)



**استناد به این مقاله:** حق‌شناس، راضیه، رستمی، مصطفی، اعظم‌زاده، محمد. (۱۴۰۱). جلوه‌های بصری قصص قرآنی در خلق بازی‌های رایانه‌ای، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، ۸(۲۹)، ۲۷۷-۳۰۲.

DOI: 10.22054/NMS.2022.35536.583



New Media Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License..