

ظرفیت‌های تبلیغ دینی و اصلاح اخلاقی در گیمیفیکیشن



شناسه خبر : ۱۳۴۴۳۷ چهارشنبه ۸ آذر ۱۴۰۲ - ۰۶:۲۵

رئیس پژوهشکده اخلاق و معنویت پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی گفت: گیمیفیکیشن می‌تواند از یک آیه یا روایت کوچک شروع شود. چنانکه در ادبیات اسلامی ظرفیت‌هایی را داریم که به ما اجازه می‌دهد وارد بحث گیمیفیکیشن شویم.

به گزارش خبرنگار فرهنگی موج خبر، نشست علمی "چالش‌های نظری کاربرست گیمیفیکیشن (بازی‌سازی) در حوزه اخلاق و تربیت" عصر سه‌شنبه ۷ آذر ماه، به همت اداره پژوهش و گروه آموزش اخلاق و تربیت دانشگاه باقرالعلوم (ع) و با سخنرانی احمد شاکر نژاد، رئیس پژوهشکده اخلاق و معنویت پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی؛ حجت‌الاسلام قائمی، مسئول اتحادیه انجمن‌های اسلامی دانش‌آموزان شهر تهران و حسن بوسلیکی، مدیر گروه تربیت اخلاقی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی برگزار شد.

فضای مجازی فرصتی برای تبلیغ دینی است

احمد شاکر نژاد، رئیس پژوهشگاه اخلاق و معنویت پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی در این نشست طی سخنانی، معنویت گرایی را متفاوت از عرفان و دینداری ارزیابی کرد و گفت: گرایش به معنویت مفهومی جدید است که در دنیای مدرن پس از شیوع بازی‌های مختلف به ویژه در فضای مجازی و آنلاین، این بحث مطرح شد که آیا می‌توانیم حوزه‌های کسل‌کننده و جدی را برای نسل جدید جذاب کنیم و یا آن‌ها را وارد گیم کنیم.

او با اشاره به حساسیت گروه دیندار جامعه به خصوص متولیان دین در این مورد اظهار داشت: همان طور که یک دوره منبر و سپس رادیو و تلویزیون ظرفیت تبلیغ دینی را فراهم کرده بود، اکنون نیز فضای مجازی این فرصت را ایجاد کرده است.

شاکر نژاد به کاربردهای معنویت گرایی در گیمیفیکیشن اشاره کرد و گفت: گیمیفیکیشن⁽¹⁾ به کارهای جدی و کسل‌کننده جذابیت می‌دهد. به عنوان مثال در بحث فروش کالاها و القای مفاهیم، نقش ویژه داشته و یک نوع خودمختاری را به فرد القا می‌کند و استعدادها، قابلیت‌ها و توانایی‌های او را در نظر گرفته و با آن سازگار است.

رئیس پژوهشگاه اخلاق و معنویت پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی با بیان اینکه گیمیفیکیشن تصویری کلی از بازی به ما ارائه می‌دهد، تصریح کرد: نیاز است برای معنادار کردن زندگی، طرح‌واره‌ای از زندگی داشته باشیم و نسبت خودمان را با این جهان تعریف کنیم. گاهی ممکن است خود را یک کشاورز بدانیم و گاهی یک شخصیت دیگر تصور کنیم. همچنین فرد در آغاز بازی، نقطه عزیمت را خودش قرار می‌دهد.

او درباره خصوصیات بازی‌ها اظهار داشت: تجربه بی‌زمانی و غرق‌شدگی در بازی یکی از ویژگی‌هاست. چنانکه جامعه‌شناسان و روانشناسان بر این موضوع تأکید دارند که تجربه غرق‌شدگی یا فلو یک حس خوشایند است و وقتی فرد غرق بازی می‌شود، از موقعیت کنونی زندگی خود فراتر می‌رود و این برای ما خوشایند است.

شاکر نژاد به هویت‌سازی در بازی اشاره کرد و گفت: کسی که وارد بازی می‌شود، هویتی برای خود تعریف می‌کند و اینها مؤلفه‌هایی است که در حوزه معنویت تأثیرگذار بوده و باعث می‌شود آن را یک ظرفیت بدانیم.

او با اشاره به اینکه روایتی از سفر قهرمان در زندگی انسان وجود دارد که یک روایت پایه است، خاطر نشان کرد: در بسیاری از موارد یک قهرمان می‌گوید در ابتدا بدبخت بودم و سپس با چالش‌هایی مواجه شدم و گنج‌های جدیدی در

زندگی یافتم. این روایت، همان سفر قهرمان است که گیمیفیکیشن از زندگی او ارائه می‌کند.

رئیس پژوهشکده اخلاق و معنویت به نمونه‌هایی از گیمیفیکیشن در زندگی روزمره اشاره کرد و گفت: وقتی یک نفر پله‌های مترو را تبدیل به صفحه کیبورد ارگ می‌کند، این یک گیمیفیکیشن است. یا یکی از مدارس دخترانه پله‌های بسیار زیادی داشت، وقتی والدین اعتراض کردند، مدیر ابتکار به خرج دارد و یک سرسره در کنار پله قرار داد تا از آن پایین بیایند و این را هم می‌توان یک گیمیفیکیشن تلقی کرد.

شاکر نژاد تصریح کرد: گیمیفیکیشن می‌تواند از یک آیه یا روایت کوچک هم شروع شود. چنانکه در ادبیات اسلامی ظرفیت‌هایی را داریم که به ما اجازه می‌دهد وارد بحث گیمیفیکیشن شویم. در قرآن و روایات، مسئله‌ای به نام ابتلا و آزمون الهی داریم که فرد محک می‌خورد و بر اساس آن، پیامی را دریافت می‌کند و یک پله ارتقا می‌یابد. یا ظرفیت مهم دیگر به ویژه در روایات، شکوفایی فطرت است که با کمک اولیای دین مسیر شکوفایی را طی می‌کند. وقتی به ابعاد گوناگون این مسئله نگاه می‌کنید، درست است که راهنما نبی است، اما فرد باید آن را طی کند.

ارتباط شرح حدیث امام خمینی (ره) و گیمیفیکیشن

رئیس پژوهشکده اخلاق و معنویت با بیان اینکه امام خمینی (ره) در شرح حدیث 21 و 37 نوعی گیمیفیکیشن را روایت کرده‌اند، خاطر نشان کرد: وقتی امام به فتح مبین و فتح مطلق می‌پردازند، شکوفایی را روایت می‌کنند که اگر این مفهوم را به یک بازی ساز ارائه دهیم، می‌تواند این شرح را تبدیل به بازی کند.

او تصریح کرد: در سنت عرفانی نیز روایت سیر و سلوک ظرفیت خوبی را در اختیار ما قرار می‌دهد. مثلاً استعاره کیمیا و کیمیاگری و جهاد با نفس ظرفیت‌های خوبی در گیمیفیکیشن است.

شاکر نژاد با اشاره به چالش‌های معنویت‌گرایی در گیمیفیکیشن گفت: چالش اول ساده‌سازی است، دوم وقتی از دریچه گیمیفیکیشن به معارف نگاه می‌کنیم، برخی چالش‌های الهیاتی وجود دارد و برای اینکه بتوانیم بازی‌سازی کنیم، باید به آن‌ها جواب نظری بدهیم. چالش دیگر این است که چرا برخی نگران هستند، حوزویان وارد گیمیفیکیشن شوند؟

او ادامه داد: عمده نگرانی به این علت است که امکان دارد شخصی که گیمیفیکیشن انجام می‌دهد، درک درستی از الهیات نداشته باشد و یک غیر کارشناس در حوزه گیمیفیکیشن فعالیت کند، یعنی امکان دارد فردی به بهانه گیمیفیکیشن، محتوای معارفی را سخیف کند.

ضرورت استفاده از بازی در تربیت اخلاقی یا اصلاح اخلاقی

در ادامه این نشست حجت الاسلام و المسلمین حسن بوسلیکی، مدیر گروه تربیت اخلاقی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، بر ضرورت استفاده از بازی در تربیت اخلاقی یا اصلاح اخلاقی تأکید کرد و گفت: باید با بازی، سازه‌های روانی را در افراد ایجاد کنیم. همه از دوران کودکی دیده‌اند که زبان و الفبای انگلیسی را با بازی به بچه‌ها یاد می‌دادند و یا بازی‌هایی برای آموزش مفاهیم اصلی بازار انجام می‌دادند. ما اکنون می‌خواهیم همان کار را برای اخلاق و تربیت هم رقم بزنیم.

مدیر گروه تربیت اخلاقی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی اخلاق را شامل چهار بخش اخلاق فردی، بندگی، محیط زیست و اجتماعی دانست و اظهار داشت: جای تأسف دارد که ما دچار مشکل زبانی شده‌ایم و بسیاری از چالش‌ها از این مسئله ناشی شده است. ما کلمه گیم را به بازی ترجمه می‌کنیم و در قرآن هم لعب به معنی بازی است، در حالی که مفهوم این دو متفاوت است؛ چراکه پیامبر اکرم(ص) با بازی‌هایی مانند شنا و سوارکاری مفاهیم مورد نظر خود را آموزش می‌دادند.

او با بیان اینکه گاهی وقتی نمی‌توانید یک مفهوم را به کودک انتقال دهید، به قوه خیال او بسپارید، تصریح کرد: استفاده از بازی برای رشد تربیتی است. ما در دو حوزه اصلی می‌توانیم از بازی‌ها برای رشد اخلاقی استفاده کنیم، یکی در حوزه انگارسازی، استعاره‌سازی، ایماژ و روایت‌سازی؛ یعنی تصویر کلی که با بازی برای فرد ایجاد می‌کنیم.

بوسلیکی ادامه داد: دوم حوزه تربیتی است که می‌توان از بازی برای رشد اخلاقی استفاده کرد. در حوزه تربیتی نیز مداخلات ساختاری مطرح است که شامل دو دسته سازه‌های روانی و قواعد اخلاقی است.

مدیر گروه تربیت اخلاقی با اشاره به اینکه گاهی انگارسازی‌ها ناهشیار رخ می‌دهد، اظهار داشت: بازی معروفی که صندلی می‌چینند و یک لحظه آهنگ قطع می‌شود و باید افراد سعی کنند بنشینند و نفری که سرپا می‌ماند، از بازی اخراج می‌شود. همین بازی در ژاپن این طور است که همه باید بنشینند. یعنی یا همه برنده هستند یا همه بازنده. اگر این افراد بتوانند در صندلی‌های کمتری در کنار هم بنشینند، جایزه بزرگتری دریافت می‌کنند. بازی اول برد و باخت و رقابت را شکل می‌دهد و نشان می‌دهد منابع محدود است، اما بازی دوم انگارهای که شکل می‌دهد این است که، همه در یک کشتی هستند، اگر یک نفر غرق شود، همه غرق می‌شوند.

پی‌نوشت:

1. گیمیفیکیشن (Gamification) یا بازی سازی (که گاهی هم به بازی آفرینی ترجمه می شود) از جمله زیر مجموعه های دانش طراحی برای تغییر رفتار یا Design Behavioral است که طی سال های اخیر، در فضای دانشگاهی و نیز محیط کسب و کار مورد توجه بیشتری قرار گرفته است. ساده ترین تعریف گیمیفیکیشن به این صورت است که گیمیفیکیشن یا بازی سازی، هنر تعبیه کردن مکانیزم های بازی در فضاهایی است که به صورت پیش فرض برای بازی طراحی نشده اند.

انتهای پیام/

انتهای پیام/