خبر

## روایت زنان موفق ایرانی در «دختران ایران»

کتاب «دختران ایران» نوشته جمعی از نویسندگان به‌تازگی توسط انتشارات راه‌یار منتشر و روانه بازار نشر شده است. این کتاب جلد اول مجموعه روایتی از زن ایرانی است که به بازنمایی زندگی زنان تاریخ‌سازی پرداخته که هرکدام به‌نحوی در رشد و پیشرفت کشور مؤثر بوده‌اند. زنانی روشن و روشنایی‌بخش و مثال‌زدنی برای زنان و مردان. فاطمه خطیب، فعال صلح، عضو اتحادیه بین‌المللی امت واحده و استاد فیزیک، نیره عابدین زاده، قاضی، معاون دادستان عمومی و انقلاب مرکز خراسان رضوی، هاشمیه متقیان، ورزشکار دو و میدانی و قهرمان پارالمپیک، سپیده کاشانی، شاعر، نصرت بیگم امین، اولین بانوی مجتهده ایرانی، زهرا عجمیان، خواهر شهید روح‌ا... عجمیان، مرضیه حدیدچی، اولین فرمانده سپاه و نماینده مجلس از جمله بانوانی هستند که در این کتاب، معرفی و روایت شده‌اند. زهرا صادقی، کارآفرین روستایی، شهیده طیبه‌زمانی، زهرا اصغری، معلم، خیرالنسا صدخروی، بانوی فعال در پشتیبانی دفاع مقدس، عصمت احمدیان، کارآفرین موفق و فعال در پشتیبانی دفاع مقدس، مرجان نازقلیچ، اولین فرماندار زن ترکمن و شهیده حادثه منا، مریم قاضی سعیدی، مسئول گروه جهادی «حسنا» (حامیان مادران باردار) و معصومه اسمعیلی، استادتمام دانشگاه علامه طباطبایی، روان‌شناس و رئیس انجمن علمی مشاوره ایران دیگر بانوانی هستند که در دفتر اول کتاب «دختران ایران» روایت می‌شوند.



# نوجوانان؛ فراموش‌شده

## در آغاز هفته نوجوان غفلت اهالی فرهنگ و ه

**تولید محتوا و محصولات فرهنگی و هنری برای همه گروه‌های سنی جامعه ضرورت دارد، اما اهمیت این تولیدات برای گروه سنی نوجوان دوچندان است؛ چراکه بخش اصلی هویت و باورهای فرد در دوران نوجوانی شکل می‌گیرد. شکل‌گیری هویت در نوجوان، بسیار شبیه یک فرآیند است. در این فرآیند، نوجوان مهارت‌های فکر کردن و شناخت از خود و دیگران را آموزش می‌بیند. این آموزش‌پذیری از مواجهه نوجوان با انواع سرگرمی‌ها، محصولات فرهنگی و آثار هنری محقق می‌شود. بر این اساس محتوای کالاهای فرهنگی و هنری که نوجوان استفاده می‌کند، در ساحت تسهیلگر آموزشی، هویت وی را جهت و شکل می‌دهد. از این رو باید برای این تولیدات راهبرد داشت و محتواها و محصولات فرهنگی و هنری مخصوص نوجوانان را محصولاتی استراتژیک برای هر کشوری دانست. ناظر به همین دیدگاه نمی‌توان از کنار تأثیراتی که این محصولات بر روح، روان و باورهای نوجوان می‌گذارند، ساده گذر کرد. نوجوان در برخورد با قهرمانان فیلم‌های سینمایی، انیمه‌ها، محتواهای موسیقایی، بازی‌های رایانه‌ای، داستان‌ها و قهرمانان‌شان، هویت‌های فردی و اجتماعی متعددی را تجربه و تصور می‌کند که هر یک از آنها می‌تواند آینده نوجوان و انتخاب‌هایش را تحت تأثیر قرار دهد. در هفته نوجوان و در آستانه روز دانش‌آموز، در گفت‌وگو با اهالی فرهنگ و هنر وضعیت تولیدات در این عرصه را بررسی کردیم، حمید هنرجو، شاعر و نویسنده؛ محمدحسین پویانفر، مداح اهل‌بیت(ع)؛ حسین فدایی‌حسین، نمایشنامه‌نویس و کارگردان تئاتر؛ عماد رحمانی، انیمیشن‌ساز و امیرمحمد بهامیر، پژوهشگر صنعت پی‌نما (کمیک) در گزارش با ما همراه بودند که در ادامه دیدگاه و نظرات آنها را می‌خوانید.**



فاطمه رستمی
گروه فرهنگ و هنر

### نوجوانان با انیمیشن‌های هویت‌ساز بهتر ارتباط می‌گیرند




از آنجایی که انیمیشن از سرگرمی‌های جذاب و مهیج برای نوجوانان است، همچنین به‌دلیل استفاده این گروه سنی از محصولات خارجی، به‌ویژه انیمه‌های آسیای شرقی و تأثیرات مخرب و محتوای ضدفرهنگی این تولیدات، توجه به توسعه این صنعت در کشور و انتقال مفاهیم ارزشمند به نوجوانان از طریق انیمیشن‌های داخلی باکیفیت، یک ضرورت استراتژیک است. با این حال به نظر می‌رسد انیمیشن‌سازان مخاطبان نوجوان را فراموش کرده‌اند و جز معدود آثاری مختص این گروه سنی، در سایر موارد نوجوان ایرانی علاقه‌مند به تماشای انیمیشن ایرانی باید سر سفره کودکان بنشیند و از محصولاتی که برای آن گروه سنی تولید شده، استفاده کند که طبیعتا نه برایش جذاب بود، نه دستاورد تربیتی در پی خواهد داشت. این چالش‌ها را با عماد رحمانی، انیمیشن‌ساز در میان گذاشتیم. رحمانی یکی از کارگردانان انیمیشن «شمشیر و اندوه» است که همزمان با هفته نوجوان در کشور اکران خواهد شد. رحمانی در گفت‌وگو با جام جم اظهار کرد: ما یک دوره طولانی، محتوای مناسبی برای نوجوان در سینما نداشتیم، اما در سال‌های اخیر آثاری وارد بازار انیمیشن کشور شده که توانسته‌اند تا حدی بخشی از خلأهای موجود را برطرف کنند.

### محتوای مناسب برای نوجوان باید لایه‌مند باشد

وی با بیان این‌که هنوز عده‌ای فکر می‌کنند انیمیشن محصولی برای کودکان است، گفت: زمانی که روند تولید انیمیشن شمشیر و اندوه را آغاز کردیم، به این نکته توجه داشتیم که این اثر باید برای مخاطب نوجوان تولید شود و دغدغه‌های او را مورد هدف قرار دهد؛ بنابراین نیاز داشتیم قصه‌ای را روایت کنیم که علاوه بر اکشن و هیجان، درام و پیچش‌های داستانی داشته باشد که برای نوجوان قابل درک است. از سوی دیگر محتوای مناسب برای نوجوان باید لایه‌مند باشد، به این دلیل که تولیدات فرهنگی و هنری برای نوجوانان قرار است فرصت کشف ایده و هویت به این گروه سنی بدهد و هرچقدر محتواها شامل چنین ویژگی‌هایی باشد، ارتباط نوجوان با انیمیشن و وجوه آموزندگی اثر بیشتر می‌شود.

رحمانی در ادامه با تاکید به این‌که در جشنواره فیلم فجر سال قبل چند اثر انیمیشن با تاکید بر مخاطب نوجوان تولید شده افزود: این اتفاق به این معناست که انیمیشن‌سازها متوجه مطالبات نوجوانان کشور شده‌اند. خوشبختانه شرایط انیمیشن‌های نوجوان از منظر کیفی رو به جلوست، ولی از نظر کمی این تعداد تولید پاسخگوی نیاز مخاطبان نیست و تا نقطه مطلوب فاصله داریم.

### بازی‌های رایانه‌ای، بدون رده‌بندی سنی

نویسنده و کارگردان بازی رایانه‌ای «سفیر عشق» ادامه داد: بازی‌های رایانه‌ای که در ایران تولید می‌شود گرچه برای نوجوان نیز جذاب و قابل استفاده است اما تاکنون نوجوانان هدف تولیدکنندگان نبوده‌اند. از سوی دیگر آثار خارجی برآمده از فرهنگ غربی، مخرب و مروج خشونت، موجب شد نوجوان ایرانی تجربه هر نوع بازی رایانه‌ای خارجی را داشته باشد. از سوی دیگر رده‌بندی‌های سنی بازی‌ها توسط عرضه‌کنندگان و فروشندگان آن رعایت نمی‌شود و به همین دلیل نوجوانان ایرانی بازی‌های رایانه‌ای را مورد استفاده قرار می‌دهد که در خارج از کشور برای بالای ۱۸ سال تولید می‌شود.

### ضرورت بازنگری زنجیره تولید فرهنگی و هنری برای نوجوان

این بازی‌ساز و کارگردان ادامه داد: به دلیل چنین مسائلی معتقدم که زنجیره تولید فرهنگی و هنری برای نوجوان باید بازنگری شود و تولید محتوا برای این گروه سنی ساختارمند شود به صورتی که به شکل‌گیری هویت آنها کمک کند. اکنون با زنجیره تولید محتوا و حمایت‌ها مواجه نیستیم و به همین دلیل اهداف مورد نظر در عرصه فرهنگ محقق نمی‌شود. ضمن این‌که پیوستگی در تولید خوراک برای سبد کالای فرهنگی نوجوان ایرانی یک ضرورت است و می‌تواند موجب رشد تولیدات شود. به گفته رحمانی؛ ادبیات ایرانی - اسلامی غنی و سرشار از آموزه‌های جذاب برای نوجوانان است. وی تصریح کرد: باید از داشته‌های تاریخی و تمدنی خودمان برای تولید محتوای مناسب برای نوجوانان استفاده کنیم و مباحث تربیتی را در قالب قصه‌های مذهبی و آثار فرهنگی و هنری به نوجوانان منتقل کنیم.

### سرگرمی نوجوانان دور از ساختار صنعتی

این هنرمند افزود: تربیت نیروی انسانی متخصص هم می‌تواند به توالی تولید محتوا برای نوجوان کمک کند و به‌عنوان یک راهبرد فرهنگی از سوی مدیران دنبال شود. موفقیت‌هایی که چند انیمیشن ایرانی در عرصه بین‌المللی به دست آورده‌اند، باعث افزایش انگیزه تولیدکنندگان شده است. از این رو باید زنجیره‌سازی کرد و آثار تخصصی برای صنعت سرگرمی نوجوانان تولید کنیم. در چنین حالتی مخاطب ایرانی هم به آثار داخلی رو می‌آورد. کارگردان انیمیشن «شمشیر و اندوه» در خصوص امکان رقابت تولیدات فرهنگی و هنری ایرانی با آثار خارجی نیز خاطرنشان کرد: شاید آثار نمایشی غربی، بازی‌های رایانه‌ای و انیمه‌های خارجی برای نوجوان ایرانی جذاب باشد اما وقتی از فرهنگ خودمان و تجربه‌های زیسته ایرانیان برای نوجوان ایرانی بگوییم، او قطعا با چنین تولیداتی ارتباط قوی‌تری برقرار می‌کند. حتی این ظرفیت وجود دارد که تولیدات ما به خارج از کشور هم صادر شود و صرفه اقتصادی داشته باشد و موجب انتقال فرهنگ ایرانی به سایر نقاط هم شود.

### فقدان رصد مخاطب



در شرایطی که تئاتر در دستگاه تعلیم و تربیت بسیاری از کشورها به‌عنوان یکی از عناصر تسهیلگر برای آموزش مفاهیم اخلاقی و هویتی برای نوجوانان استفاده می‌شود، در کشور ما نه تنها سیستم آموزش و پرورش گروه سنی از این مهم غافل شده، بلکه خانواده‌ها و حتی نوجوانان نیز اطلاع کافی از آثار نمایشی‌ای که برای این گروه سنی روی صحنه می‌روند، ندارند. درخصوص غفلت از تئاتر برای نوجوانان در کشور با حسین فدایی حسین نویسنده و پژوهشگر تئاتر کودک و نوجوان گفت‌وگو کردیم. وی در رابطه با وضعیت اجرای تئاتر مختص گروه سنی نوجوان به جام جم گفت: ماهم نمایشنامه‌هایی خاص نوجوانان داریم هم تئاترهایی که برای این گروه سنی اجرا می‌شود، ولی متأسفانه مخاطب ندارد. وی در رابطه با علت عدم استقبال مخاطب از این آثار توضیح داد: اتفاقا اجراهای باکیفیتی هم هستند اما به درستی تبلیغ و معرفی نمی‌شوند. نوجوانان با این‌گونه از تفریح و سرگرمی آشنا نیستند و به همین دلیل در سالن‌هایی که تئاترهایی برای نوجوانان اجرا می‌شود، کودکان تماشاگر آثار هستند. لازم است نهادهای فرهنگی و هنری نوجوانان را با تئاتر و تئاتر دیدن آشنا کنند و مدارس و سایر دستگاه‌های مرتبط بیش از گذشته دانش‌آموزان را به تماشای تئاتر بیاورند. هرگاه نوجوانان به تماشای تئاتر می‌نشینند، اتفاقا از این سرگرمی بسیار لذت می‌برند و ارتباط خوبی با کلیت کارها می‌گیرند و خیلی از آنها باز هم به دیدن تئاتر می‌روند.

**فدایی‌حسین: اگر تولید اثر فرهنگی و هنری برای کودکان جدی است، برای نوجوانان حساس‌تر و حیاتی‌تر هم هست، چراکه نوجوانی پر از بحران و چالش است**

### نیاز نوجوان شناسایی شود

فدایی‌حسین در ادامه با اشاره به این‌که تولید فرهنگی و هنری برای نوجوانان هر کشوری که هویت آنها در حال شکل‌گیری است، از اهمیت بسیار بالایی برخوردار بوده، افزود: برای این‌که نوجوانان با محتوای ارزشمند و در ارتباط با باورها و عقاید در محصولات فرهنگی و هنری ارتباط بگیرند، در درجه اول باید این موضوعات را تبدیل به نیاز او کنیم. یعنی نوجوان باید احساس کند که به این محتواها نیاز دارد؛ تا زمانی که نسبت به محتواهای فرهنگی و هنری عرضه‌شده احساس نیاز نکند، نمی‌تواند ارتباط کاملی با اثر برقرار کند. این کارگردان تئاتر ادامه داد: اکثر هنرمندان و تولیدکنندگان محصولات فرهنگی از زاویه دید خودشان دست به خلق اثر می‌زنند. در این حالت نوجوان احساس می‌کند موضوعات به او تحمیل می‌شود یا او را نصیحت می‌کنند. برای اثرگذاری بیشتر باید از زاویه دید نوجوان و جهان او به مسائل بپردازیم تا حس کنند از زاویه دید بالا به دغدغه‌های نوجوانان پرداخته شده است.

وی در ادامه تصریح کرد: مدیران و متولی تولید آثار هنری برای نوجوان باید به این نکته توجه داشته باشند که هر مضمونی می‌تواند در قالبی تولید شده و اثرگذاری آن بیشتر شود. امروز رمان‌های نوجوان بسیاری داریم که اگر تبدیل به فیلم سینمایی شوند گستره مخاطبان بیشتری هم پیدا می‌کنند. نوجوانی که رمان می‌خواند، از کودکی به کتاب علاقه‌مند شده و نوجوانی که در کودکی اصلا سمت کتاب نرفته، احتمالا در نوجوانی هم کتابخوان نخواهد شد. به همین دلیل اگر فیلم‌هایی از روی رمان‌های متناسب برای این گروه سنی تولید شود، نوجوانانی که کتاب نمی‌خوانند مخاطب آن فیلم‌های سینمایی می‌شوند و آموزه‌های مورد نظر از این طریق به نوجوان منتقل می‌شود. در این بین باز هم نقش مدارس و آموزش‌وپرورش در آشتی دادن نوجوان با فیلم و کتاب تعیین‌کننده است.

### هویت‌سازی برای نوجوان

در ادامه فدایی‌حسین با تاکید به این‌که نیازهای کودک و نوجوان در تولید اثر فرهنگی و هنری تفاوت‌های اساسی دارد، گفت: معمولا زمانی که برای نوجوانی کار فرهنگی می‌کنیم، اشتباها او را بزرگسال می‌بینیم در حالی که او نه کودک است نه بزرگسال و نیازهای خاص خودش را دارد و در دوران گذار قرار دارد و هویتش شکل می‌گیرد. اگر تولید اثر فرهنگی و هنری برای کودکان جدی است، برای نوجوانان حساس‌تر و حیاتی‌تر هم هست، چرا که نوجوانی پر از بحران و چالش بوده؛ ضمن این‌که نوجوانی هم رده‌بندی دارد و به سه بخش نیمه ابتدایی، میانی و پایانی تقسیم می‌شود. هرکدام از این رده‌ها بحران‌ها و در نتیجه نیازمندی‌های خاص خودش را دارد و تولید اثر برای نوجوان باید با توجه به همه این ظرافت‌ها انجام شود.

به گفته فدایی‌حسین، آثاری که در بازار فرهنگی و هنری کشور برای نوجوان عرضه می‌شود، مخاطب نوجوان ندارد، درخصوص دلایلی که باعث بی‌مخاطبی آثار فرهنگی و هنری مربوط به نوجوان می‌شود، توضیح داد: تخصصی نبودن نگاه تولیدکننده و عدم تبلیغ درست برای این تولیدات در عدم جذب مخاطب برای این آثار تأثیرگذار است.

این نویسنده و کارگردان تئاتر ادامه داد: برخی آثار مخاطب بیشتر و برخی مخاطب کمتری دارند که این مسأله به آسیب‌شناسی نیاز دارد. به‌عنوان نمونه می‌دانیم که انیمیشن صرفا برای کودک نیست و می‌توان انیمیشن‌هایی تولید کرد که دقیقا مسائل و بحران‌های نوجوانی را مدنظر قرار می‌دهند. نمایش عروسکی نیز چنین شرایطی دارد. گرچه به لحاظ روان‌شناسی، نوجوانان دیگر به جان‌بخشی به اشیا مانند کودکان علاقه‌مند نیستند و بیشتر قهرمانان انسانی و فراانسانی را می‌پسندند اما باز هم می‌توان از ظرفیت‌های تئاتر عروسکی نیز برای عرضه محتوای ارزشمند و آموزنده به نوجوان بهره برد. تنوع عرضه محصول فرهنگی و هنری به نوجوان مهم است تا سلیقه‌ها و دیدگاه‌های گوناگون این مخاطبان پوشش داده شود. فدایی‌حسین با اشاره به این‌که خلأهای راهبردی مدیریت فرهنگی کشور در شکل‌گیری هویت نوجوانان اثرگذار است، گفت: نوجوان در حال انتخاب است و زمانی که تنوع قالب‌های ارائه محصول فرهنگی و هنر برابر او وجود داشته باشد، جذب استفاده از این تولیدات می‌شود و طبیعتا به دنبال این اتفاق از آموزه‌های نهفته در این محصولات تأثیر تربیتی می‌پذیرد.

### ما در ایران صنعت کمیک نداریم



زمانی که مقوله صنعت پی‌نما یا کمیک را بررسی می‌کنیم؛ چالش اصلی برای انتشار این‌گونه کتاب‌ها، نوپا بودن صنعت کمیک در کشور است؛ چراکه نمونه‌های فارسی‌زبان قدرتمندی برای مطالعه در اختیار نداریم و هرچه که هست کارهای خارجی یا ترجمه شده است. در حالی‌که کمیک‌های خارجی از جمله تولیدات ژاپنی و آمریکایی بازارها را تسخیر کرده و در ایران نیز مشتری‌های پروپا قرصی دارد و از قضا اکثر این مخاطبان علاقه‌مند نوجوانان کشور هستند. کمیک‌های خارجی در شرایطی به دست نوجوان ایرانی می‌رسد که مضامین این‌گونه کتاب‌ها هیچ ارتباطی با ارزش‌های ملی و مذهبی ما ندارد و قطعا بر باورهای نوجوانی که هویت او در حال شکل‌گیری است، تأثیرات مخربی به‌جا می‌گذارد. برای بررسی بیشتر موضوع با امیرمحمد بهامیر، پژوهشگر انیمیشن و کمیک گفت‌وگویی داشتیم؛ وی در پاسخ به سؤالی در مورد وضعیت صنعت کمیک در کشور به جام جم گفت: اکنون ما در ایران صنعت کمیک نداریم؛ صنعت، یعنی خط تولیدی در این عرصه وجود داشته باشد و مخاطبان این محصولات را دنبال کنند که اکنون این‌طور نیست. در حال حاضر چند مجموعه هستند که تک کمیک تولید می‌کنند. تنها یک مجموعه در کشور کمیک سریالی تولید می‌کند که تا امروز هم تولیدات زیادی نداشته است. در کل کمیک که نوجوانان و جوانان مخاطبان اصلی آن هستند، در ایران هنوز گستره وسیعی پیدا نکرده و ۵۰ جلد یا ۲۰ عنوان هم تولید نکرده‌ایم پس هنوز صنعت کمیک نداریم اما مخاطب کمیک بسیار است. این خلأها در شرایطی مشاهده می‌شود که کره و ژاپن در شرق آسیا و آمریکا و سایر کشورهای پیشرفته غربی کمیک را به‌عنوان صنعت دنبال می‌کنند تا اتفاقا سایر صنایع فرهنگی خود را توسعه دهند و نوجوانان از اصلی‌ترین جوامع اهداف آنها هستند.

### کمیک هنر نوجوان است که ما نداریم

بهامیر در ادامه اضافه کرد: کاراکترهای الگو و اسوه‌ها که برگرفته از مضامین مذهبی و ارزشی هستند را در قالب‌های گوناگونی از جمله کمیک می‌توان به نوجوان شناساند، اما نمی‌توان چهارچوب‌های الگوی یک شهید یا شخصیت مذهبی را برای روایت در کمیک تغییر داد تا قهرمان مورد نظر یک کمیک را براساس آن طراحی کرد اما قهرمانان خیالی کمیک‌ها چنین امکانی دارند و صفاتی که مورد نظر هنرمند است را می‌توان در قصه قهرمان وارد کرد. بهامیر یادآوری کرد: مخاطب هم با این قهرمان همذات‌پنداری می‌کند. نوجوان گاهی نمی‌تواند با اسوه‌های حقیقی ارتباط بگیرد، ولی می‌توان خصوصیات آن اسوه را در قهرمانی خیالی به نوجوان او عرضه کرد تا از آن الگو بگیرد.

### کمیک هم راستا با خیالپردازی نوجوان

این پژوهشگر کمیک ادامه داد: کمیک صنعتی ارزان و سریع‌تر از انیمیشن است. شاید برای واکنش هنری به همین حوادثی که در روزهای اخیر تجربه کردیم، جنگ غزه، شهدای لبنان، محور مقاومت و... کمیک بتواند قالب هنری مناسبی باشد تا روایتی جذاب برای نوجوان از این وقایع ارائه دهد. در حالی که اگر بخواهیم همین موضوعات را در انیمیشن به او عرضه کنیم دو سال زمان لازم دارد. علاوه بر این موارد، صنعت کمیک شبیه انیمیشن یا فیلم نیست و بیشتر با خیالپردازی نوجوان همسواست. فرم کمیک مخاطبش را درگیر می‌کند تا از تصویرسازی ذهنی خود لذت ببرد. همچنین کمیک محصولی قابل دسترسی در فضاهای گوناگون است و به این صورت نیست که هرجایی قابل استفاده نباشد، بلکه در کتابخانه و کیف نوجوان قرار می‌گیرد و هرگاه دلش خواست به آن مراجعه می‌کند. بهامیر با بیان این‌که نویسنده و طراحی که برای نوجوان کمیک تولید می‌کند باید فضای ذهنی نوجوان امروزی را بشناسد، گفت: کمیک می‌تواند متناسب با سبک زندگی نوجوان امروزی محتوایی فرهنگی را عرضه کند. مفهوم ارزشمند و آموزنده نهفته در این کمیک نباید مستقیم به نوجوان گفته شود به این دلیل که اگر احساس کند یک اثر کمیک با قصد نصیحت‌کردن او تولید شده؛ هم قصه و هم کاراکترهای کمیک را پس می‌زند. وی اضافه کرد: طراحی موقعیت‌هایی مشابه



قاب

## تخفیف ویژه کانون به مناسبت هفته نوجوان

**کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان به مناسبت هفته نوجوان، ۲۴۰ عنوان کتاب را با تخفیف در سایت دیجی‌کانون عرضه می‌کند.**

**این طرح از هشت آبان (سالروز شهادت محمدحسین فهمیده) تا ۱۳ آبان ۱۴۰۳ (روز دانش‌آموز) ادامه دارد. کتاب‌ها برای گروه‌های سنی نونهال (بالای ۱۲ سال) و نوجوان (بالای ۱۵ سال) مناسب بوده و با تخفیف ۱۰ تا ۲۵ درصدی ارائه می‌شوند. کانون آثار متنوعی برای نوجوانان منتشر کرده و علاقه‌مندان می‌توانند با مراجعه به سایت دیجی‌کانون از این طرح ویژه بهره‌مند شوند.**




قفسه

## «من شیرین ابوعاقله هستم» منتشر شد



کتاب «من شیرین ابوعاقله هستم» به تازگی توسط انتشارات امیرکبیر منتشر شده و به زندگی، حرفه و شهادت این خبرنگار فلسطینی برجسته الجزیره می‌پردازد. ترجمه این اثر برعهده شهریار شفیعی بوده و آن را به‌عنوان بخشی از مجموعه «رنج تو جاریست» معرفی کرده‌اند. شیرین ابوعاقله از سال ۱۹۹۷ به‌عنوان یکی از نخستین خبرنگاران زن الجزیره در فلسطین فعالیت خود را آغاز کرد و گزارش‌های او صدای فلسطینیان را به گوش جهانیان می‌رساند. این کتاب نه‌تنها ترجمه‌ای از یک اثر واحد است، بلکه شامل مجموعه‌ای از مقالات، روایات و اخبار معتبر درباره زندگی و شهادت اوست که منابع معتبری چون مؤسسه مطالعات فلسطین و نیویورک‌تایمز به آن اعتبار بخشیده‌اند. در این کتاب، چهره شیرین به‌عنوان یک خبرنگار شناخته‌شده و آشنا در طول ربع قرن اخیر به‌تصویر کشیده شده است. ویدئوها و عکس‌های آخرین لحظات زندگی او، جزئیات وحشتناکی را به نمایش می‌گذارند و همراهانش به عمدی بودن این جنایت اشاره می‌کنند. این اثر علاوه بر معرفی ابعاد شجاعت او، به جنبه‌های انسانی و اجتماعی فعالیت‌هایش نیز می‌پردازد و جزئیات شهادت او را بررسی می‌کند.

نگاره

## رخ‌نمایی هنر ایرانی در روسیه



نمایشگاه بین‌المللی هنر «Cosmoscow ۲۰۲۴» با نمایش ۵۹ نقاشی و ۹ شیء هنری از ۵۰ هنرمند ایرانی در مسکو برگزار شد و مورد استقبال گسترده‌ای قرار گرفت. این نمایشگاه فرصتی برای آشنایی مردم مسکو با هنر معاصر ایران فراهم کرده است. نمایشگاه مسکو که بیش از ۱۵۰۰ اثر از ۹۱ گالری مختلف را به‌نمایش می‌گذارد تا ۲۷ اکتبر ادامه خواهد داشت و به‌عنوان نخستین گام برای نفوذ در بازار هنر روسیه شناخته می‌شود.

هدف اصلی بخش ایرانی این نمایشگاه، نمایش تنوع ژانرها و طرح‌هایی است که هنرمندان ایرانی با آنها کار می‌کنند. هنرمندان ایرانی با رویکرد انتقادی و ترکیب ظریف سنت‌های مذهبی، به‌ویژه مینیاتورهای ایرانی، به شهرت ملی و جهانی دست یافته‌اند. این نمایشگاه با حمایت شرکت کولتورینگ که در زمینه گفت‌وگوی فرهنگی بین روسیه و ایران فعالیت دارد، برگزار شده و بخشی از جشنواره خلاقیت ایران و روسیه «نقش‌های دوستی» است. پس از مسکو، این آثار در سن‌پترزبورگ و سپس در شهرهای شیراز، تهران و اصفهان به نمایش گذاشته خواهند شد.