

چکیده

این مقاله به بررسی نقش بازی‌های ویدئویی در تأثیرگذاری بر هویت کاربران پرداخته و الزامات سیاستی مرتبط با استفاده از بازی‌های ویدئویی به‌عنوان رسانه‌های تعاملی را تعیین می‌کند. در بخش مفهومی، مقاله با ارائه تعاریف نظری رسانه‌های تعاملی و تحلیل مکانیک، دینامیک و زیبایی‌شناسی بازی‌ها، به چارچوب‌های مفهومی و نظری این رسانه پرداخته است. در این پژوهش از روش کیفی بهره‌جسته و گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با پانزده نفر از نخبگان حوزه فرهنگ و رسانه انجام گرفته است. برای تحلیل داده‌ها، از روش تحلیل مضمون بهره گرفته شده تا الگوهای معنایی پنهان در گفتار مشارکت‌کنندگان استخراج شود. در نهایت، پژوهش به یک چهارچوب تبیینی دست یافته است که در وهله نخست، به تفهیم الزامات سیاستی در حوزه بازی‌های ویدئویی می‌پردازد. این چارچوب، بستری فراهم می‌کند برای درک عمیق‌تر از سازوکارهای فرهنگی، تربیتی و اجتماعی مرتبط با این رسانه نوظهور و می‌تواند به سیاست‌گذاران فرهنگی کمک کند تا مداخلات مؤثرتر و آینده‌نگرانانه‌تری در این عرصه طراحی و اجرا کنند. در وهله دوم با اشاره به تأثیرات فرهنگی، هویتی و اجتماعی بازی‌های ویدئویی، برخی مؤلفه‌های فرهنگی ارتباطی مانند فاصله از واقعیت، نقش‌پذیری، نظام نیازمندی، هدفمندی و تغییر در خودپنداره را مورد تفهیم قرار داده است. در نهایت، با تأکید بر اثرگذاری بازی‌ها بر هویت کاربران، ظرفیت‌های سیاست‌گذاری در این عرصه و تأثیرات مثبت و منفی بازی‌ها بر جنبه‌های مختلف هویتی موردبررسی قرار گرفته است.

■ واژگان کلیدی

بازی‌های ویدئویی، رسانه‌های تعاملی، هویت، سیاست‌گذاری فرهنگی، از خودبیبگانگی

الزامات سیاستی بازی‌های ویدئویی با تأکید بر فرایند هویت‌یابی بازیکنان

سید امیررضا عاملی رنانی

دانشجوی دکتری رشته سیاست‌گذاری فرهنگی دانشکده قدرت نرم و فرهنگ، تهران، ایران
(ameli1378shbisha@gmail.com)

۱. مقدمه و بیان مسئله

بازی‌های ویدئویی در دهه‌های اخیر از یک ابزار صرفاً سرگرمی به رسانه‌ای تعاملی با ظرفیت‌های گسترده فرهنگی و اجتماعی تبدیل شده‌اند. ویژگی‌های منحصر به فرد این رسانه از مکانیک‌ها و روایت‌های پیچیده تا تعامل مستقیم با کاربر باعث شده است که بازی‌ها نقشی فراتر از انتقال پیام ایفا کنند و به بستری برای تجربه، بازآفرینی و حتی بازتعریف هویت فردی و جمعی بدل شوند. در ایران نیز با گسترش سریع دسترسی به بازی‌های دیجیتال و حضور گسترده نوجوانان و جوانان در این فضا، مسئله تأثیر این رسانه بر هویت کاربران و الزامات سیاست‌گذاری فرهنگی آن به یکی از دغدغه‌های کلیدی تبدیل شده است. اهمیت این موضوع زمانی دوچندان می‌شود که به گروه‌های سنی حساس، به‌ویژه نوجوانان، توجه کنیم؛ دورانی که هویت در حال شکل‌گیری است و تجربه‌های تعاملی می‌توانند اثرات ماندگاری بر هویت نوجوان بر جای بگذارند. این واقعیت، ضرورت تدوین سیاست‌های فرهنگی دقیق و آینده‌نگرانه را آشکار می‌سازد؛ سیاست‌هایی که نه تنها تهدیدات بالقوه بازی‌ها را مدیریت کنند، بلکه از ظرفیت‌های مثبت آن‌ها در جهت تقویت هویت ملی و ارزش‌های فرهنگی بهره‌گیرند. امروزه بازی‌های رایانه‌ای در فضای دیجیتال مورد استقبال قرار گرفته است به گونه‌ای که در ایران به گزارش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در سال ۱۴۰۰ حدود ۳۴ میلیون بازیکن (گیمر) فعالیت می‌کنند که دارای میانگین سنی ۲۳ سال و میانگین مصرف ۹۵ دقیقه در روز هستند. طبق این آمار ۶۸ درصد نوجوانان (۱۲ تا ۱۷ سال) به سراغ بازی‌های ویدئویی برخط می‌روند. مورد تأکید است که در سال ۱۴۰۰ مجموع هزینه کرد بازیکنان ایرانی برای سخت‌افزار و نرم‌افزار بازی‌های دیجیتال ۷۳۹۰۰ میلیارد تومان معادل ۷۳۹ میلیون دلار^۱ است. داده‌های آماری از این دست ضرورت و حساسیت چگونگی سیاست‌گذاری در این زمینه را دوچندان می‌کند. این سیاست‌ها باید به گونه‌ای طراحی شوند که ضمن استفاده از ظرفیت‌های مثبت این رسانه، تهدیدات بالقوه و بالفعل آن نیز مدیریت شود. پژوهش حاضر، با بررسی ابعاد مختلف بازی‌های ویدئویی، از ویژگی‌های تعاملی و روایی آن‌ها گرفته تا اقتضات هویتی و فرهنگی، تلاش دارد چهارچوب تفهیمی برای درک الزامات سیاست‌گذاری در این حوزه ارائه دهد.

۲. پیشینه پژوهش

بررسی مطالعات داخلی نشان می‌دهد که موضوع رابطه بازی‌های ویدئویی و هویت به‌ویژه در ایران مورد توجه پژوهشگران بوده است. حاجی حیدری و اکرم (۱۳۹۹) با مطالعه چهار بازی شاخص و بهره‌گیری از رویکرد نشانه‌شناسانه و لودولوژیک، بر نقش روایت و ساختار بازی در شکل‌گیری فضاهای هویتی تأکید کرده‌اند. سادات، میر سبحان و همکاران (۱۳۹۷) با تمرکز بر گروه سنی نوجوان نشان داده‌اند که تجربه تعاملی و غوطه‌ورانه بازی‌ها می‌تواند به بازتعریف هویت در دوران حساس نوجوانی بینجامد. مینایی و رازی‌زاده (۱۳۹۳) با محوریت مفهوم «حس حضور»، رابطه عمق تجربه ادراکی بازیکن و بازتعریف خودپنداره را تحلیل کرده و اهمیت طراحی تعاملی بازی‌ها را در اثرگذاری بر هویت برجسته کرده‌اند. همچنین طاهری (۱۳۹۶) با تحلیل بلاغت بازی‌های ویدئویی، لایه‌های نشانه‌ای، روایی و رویه‌ای را به‌عنوان ابزارهای انتقال اهداف فرهنگی و ایدئولوژیک معرفی کرده است.

پژوهش حاضر ضمن بهره‌گیری از این پیشینه، از چند جهت تمایز دارد: نخست، تمرکز بر سطح سیاست‌گذاری فرهنگی و تحلیل هویت از منظر کلان؛ دوم، استفاده از داده‌های کیفی مبتنی بر مصاحبه با نخبگان فرهنگی و ارتباطی به‌جای صرفاً تجربه کاربران؛ سوم، تلفیق چارچوب‌های نظری MDA، تحلیل مضمون و ارائه مدلی تفهیمی که عوامل میانجی، مؤلفه‌های هویتی و الزامات سیاستی را در یک چارچوب منسجم و بومی بازنمایی می‌کند. این تمایز، مقاله را از سطح توصیف پدیده به سطح سیاست‌گذاری فرهنگی ارتقا داده و می‌تواند به‌عنوان پلی میان پژوهش‌های نظری و نیازهای عملی مدیریت زیست‌بوم بازی‌های ویدئویی در ایران عمل می‌کند.

باید تأکید داشت، طبق جست‌وجوی‌های انجام شده، اکثر مقالات و پایان‌نامه‌های موجود که در سطح سیاست‌گذاری بازی ورود کرده‌اند، معطوف به نقد ساختار سیاستی بازی در ایران بوده و با رویکرد انتقادی نسبت به بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای داشته‌اند که مرتبط با موضوع مقاله حاضر نیست و از این جهت در پیشینه قرار داده نشده است.

در بین مطالعات خارجی در پژوهشی محققین با بهره‌گیری از روش مرور نظام‌مند، به بررسی مطالعات منتشر شده درباره تأثیرات فرهنگی بازی‌های ویدئویی پرداخته‌اند. یافته‌های این مرور نشان می‌دهد که بازی‌ها به‌عنوان بخشی از فرهنگ دیجیتال معاصر، در حوزه‌هایی چون بازنمایی فرهنگی، انتقال ارزش‌ها، هویت‌های جمعی و شکل‌دهی به الگوهای معنا و مصرف فرهنگی نقش آفرین هستند. نویسندگان با دسته‌بندی رویکردهای پژوهشی موجود،

تأکید می‌کنند که بازی‌های ویدئویی فراتر از کارکرد سرگرمی، به رسانه‌ای مؤثر در فرایندهای فرهنگی و اجتماعی تبدیل شده‌اند. با وجود اهمیت این مرور نظام‌مند در ترسیم چشم‌انداز کلی مطالعات فرهنگی بازی‌ها، تمرکز آن عمدتاً بر جمع‌بندی نتایج پژوهش‌های پیشین است و کمتر به تحلیل کیفی تجربه زیسته بازیکنان یا استخراج دلالت‌های سیاستی مشخص برای حوزه حکمرانی و سیاست‌گذاری فرهنگی می‌پردازد. افزون بر این، نسبت میان تجربه بازی، فرایند هویت‌یابی فردی و الزامات سیاست‌گذاری فرهنگی به صورت یکپارچه و مبتنی بر داده‌های میدانی مورد واکاوی قرار نگرفته است. پژوهش حاضر با تمرکز بر تحلیل کیفی روایت خبرگان و تبیین فرایند هویت‌یابی بازیکنان، می‌کوشد این خلأ را پر کرده و از سطح توصیف پیامدهای فرهنگی بازی‌ها، به سطح استخراج الزامات سیاستی در زیست‌بوم فرهنگی بازی‌های ویدئویی ارتقا یابد (Cerezo-Pizarro, Mario & et al, 2023).

۳۶

پژوهش دیگری به تحلیل چارچوب‌های سیاست‌گذاری حمایتی از صنعت بازی در سطح اتحادیه اروپا می‌پردازد. در این مقاله، حمایت‌های مالیاتی و کمک‌های دولتی برای تولید بازی‌های دیجیتال بررسی می‌شود و نشان داده می‌شود که این حمایت‌ها در قوانین اتحادیه اروپا تحت عنوان «کمک فرهنگی» مورد تحلیل قرار می‌گیرند که در عمل پیچیدگی‌های حقوقی و نهادی خاصی ایجاد می‌کند. این پژوهش تأکید دارد که اگرچه بازی‌های دیجیتال به عنوان شکل فرهنگی شناخته می‌شوند، اما در عمل در مقایسه با دیگر فرم‌های فرهنگی مانند فیلم، جایگاه نامتمایزی دارند و تصمیمات سیاستی درباره آنها اغلب بین منطقات فرهنگی و صنعتی در نوسان است. تحلیل تصمیمات کمیسیون اروپا نیز نشان می‌دهد که سیاست‌های حمایتی برای بازی‌ها نه تنها جنبه فرهنگی دارند، بلکه بازتاب‌دهنده‌ی چالش‌های وسیع‌تر در فهم و تعریف بازی در متن سیاست‌های رقابتی و اقتصادی نیز هستند. این دیدگاه نهادی و میان‌رشته‌ای در سیاست‌گذاری بازی‌ها، مبنای غنی‌تری نسبت به مطالعات صرفاً فرهنگی فراهم می‌آورد. در واقع این مقاله تأکید می‌کند که ریشه برخی چالش‌های فرهنگی در عرصه سیاستی بازی‌ها نگاه صرف تجاری به آنهاست و همین‌طور عدم در نظر گرفتن مؤلفه‌های اقتصادی در سیاست‌گذاری بازی منجر به فهم تک‌بعدی از آن می‌شود (O'Brien, 2023).

مقاله دیگری به بررسی تاریخی و نظری نقش بازی‌ها در تحلیل و طراحی سیاست عمومی می‌پردازد. در این مرور، نویسنده نشان می‌دهد که بازی و شبیه‌سازی‌ها از سال‌های اولیه انتشار در این حوزه به عنوان ابزارهایی برای تحلیل مسائل پیچیده سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری به کار رفته‌اند و این ابزارها توانایی منحصر به فردی دارند که پیچیدگی‌های

فنی و اجتماعی-سیاسی سیاست‌ها را به‌طور هم‌زمان منعکس کنند. در واقع این مقاله بر الزام سیاست‌گذاری در زمینه بازی‌های ویدئویی تأکید داشته و از روند تاریخی طی شده در این حوزه می‌گوید (Mayer, 2009).

۳. چارچوب مفهومی

مفهوم و اصطلاح رسانه جمعی (مس مدیا) اولین بار از طریق متخصصان و پژوهشگران ایالات متحده آمریکا در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم نام‌گذاری شد، چرا که آنان برای یک جا معرفی کردن مطبوعات و روزنامه‌ها، رادیوها، تلویزیون و سینماها پیش‌قدم شدند و اصطلاح وسایل ارتباط توده‌ای^۱ را برگزیدند. البته رفته‌رفته برای آنکه بیان و شیوه نگارش این مفهوم ساده‌تر باشد، به‌صورت خلاصه‌تر به شکل وسایل توده‌ای^۲ به کار گرفتند (محسنیان‌راد، ۱۳۹۹، ۹).

واژه (Media) در زبان لاتین جمع (medium)، به معنای وسیله‌ای است که نقش واسطه انتقال پیام از فرستنده به گیرنده را دارد که دارای نوع و خصوصیات متفاوتی هستند. به‌عنوان مثال منبر که ساحتی مجازی هم ندارد می‌تواند به‌عنوان رسانه‌ای برای انتقال پیام معرفی شود که البته از یک سو در ارتباط مؤثر و فعال با مخاطب، رسانه مناسبی است؛ اما تعداد مخاطب دریافت‌کننده پیام محدود است (اتحادیه رادیو و تلویزیون‌های اسلامی، ۱۳۸۹: ۷۸). همین واسطه‌گری رسانه از مسائل مهم مطرح شده توسط مک کوایل است، او رسانه را در نقش یک میانجی در نظر می‌گیرد (مک کوایل، ۱۳۸۵: ۸۱) و در پاسخ به این که رسانه می‌تواند میانجی چه چیزهایی باشد به پنج اصل تأکید می‌کند:

۱. رسانه میانجی ما و بخشی بالقوه در درون ما است که ارتباط مستقیمی با آن نداریم.
۲. از دیگر نقش‌های رسانه، پیونددهندگی میان نهادهای گوناگون است.
۳. دامنه ارتباطی ما با دیگران را شکل داده و امکان ردوبدل شدن پیام را سهل می‌سازد.
۴. رسانه میانجی شناخت ما با اکثریت نهادها و انسان‌ها است به این معنا که ما انسان‌ها، دولت‌ها و نهادهای گوناگون را نه مبتنی بر همه آن چیزی که هستند؛ بلکه مبتنی بر آنچه رسانه نشان می‌دهد، می‌شناسیم. (عندلیب، ۱۳۹۰: ۳۳).

1. media of mass communication
2. mass media

کرافورد رسانه‌ها را به‌طور کلی در سه حالت دسته‌بندی می‌کند (حاجی حیدری، ۱۳۹۸: ۱۵): نوع اول: رسانه‌هایی که حالت ایستا دارند؛ یعنی تصویری که از واقعیت نشان می‌دهند به‌صورت منجمد به نمایش در می‌آید؛ مانند نقاشی و مجسمه؛ نوع دوم: دسته دیگری از رسانه‌ها به شکلی پویاتر عمل کرده و در بازه زمانی مشخص دارای تغییر و حرکت می‌شوند؛ مانند فیلم و موسیقی و نوع سوم: وضعیتی پیچیده و به هم گره خورده می‌سازند که تنها به دست مخاطب باز می‌شود و به او عاملیتی می‌دهد که در حوزه رسانه بی‌سابقه بوده و او را به ورطه تعامل^۱ وارد می‌سازد. اگر چه تلفن اولین رسانه کاملاً تعاملی به حساب می‌آمد؛ اما باگذشت زمان و ظهور رسانه‌های نوین ارتباطی نوعی از تعامل در رسانه‌ها شکل گرفت که دیگر افراد دریافت‌کننده پیام تنها مورد خطاب قرار نمی‌گرفتند و واژه مخاطب به واژه کاربر که در معنای ضمنی خود عاملیت را به همراه دارد، جایگزین می‌شود. در واقع تعامل نه‌تنها به تغییرات فنی و ارتباطی رسانه اشاره دارد؛ بلکه ادراک کاربر را نیز با خود به همراه دارد البته باید تأکید داشت که میزان تعاملی بودن رسانه‌های نوین با یکدیگر یکسان نبوده و تعاملی بودن آنان به یک اندازه در نظر گرفته نشده است. (کوثری و شاه قاسمی: ۱۳۸۸). از جمله رسانه‌های تعاملی می‌توان به وب، رسانه‌های اجتماعی، رسانه‌های موبایلی و بازی‌های ویدئویی که یکی از بارزترین نمونه‌های رسانه‌های تعاملی است، اشاره کرد (محسنیان‌راد، ۱۳۹۹: ۳۹).

به‌طور کلی می‌توان ویژگی‌های تمایزدهنده رسانه‌های نوین نسبت به رسانه‌های سنتی را در چهار مؤلفه خلاصه کرد:

- عدم تمرکز: در رسانه‌های جدید عناصر عرضه و انتخاب به طور کامل در کنترل برقرارکننده ارتباط نیست.
- ظرفیت بالا: در رسانه‌های جدید باعرضه و تولید انبوه کابل و ماهواره، محدودیت‌های دسترسی و موانع در زمینه‌های هزینه و فاصله تقریباً به صفر می‌رسد.
- انعطاف‌پذیری در شکل، محتوا و نحوه استفاده.
- تعامل: در رسانه‌های نوین دریافت‌کننده پیام امکان پاسخگویی و تبادل پیام را داشته و می‌تواند خود آغازگر ارتباط و مبادله‌کننده پیام باشد (ایران‌پور، ۱۳۸۹: ۶۱).

۳-۱. بازی‌های ویدئویی: در میان پژوهشگرانی که به تعریف بازی‌های ویدئویی پرداخته‌اند، سه مؤلفه مشترک در نظر گرفته شده است که به‌عنوان چارچوب MDA^۱ شناخته می‌شوند. این چارچوب مبنای تشکیل و تحلیل هر بازی ویدئویی است. این سه مؤلفه به دنبال دسته‌بندی جایگاه قوانین، روایت و داستان و همین‌طور طراحی هنری بازی هستند (Hunicke, zubek, blanc Le, 2004, 1-2).

- مکانیک‌ها: شرح دهنده اجزای خاص و متفاوت بازی، در سطح نمایش داده‌ها و الگوریتم‌ها.

- دینامیک‌ها: بیان‌کننده جریان رفتاری مکانیک‌های بازی که بر اساس ورودی‌ها و خروجی‌های بازیکن در طول زمان عمل می‌کنند.

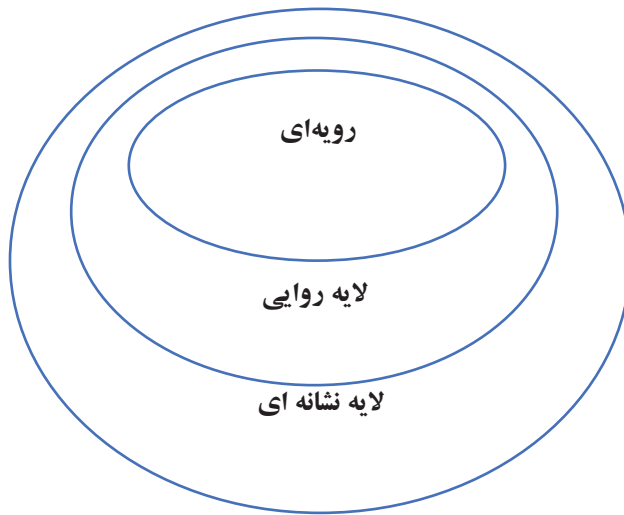
- زیبایی‌شناسی: توصیف واکنش‌های احساسی مطلوب که هنگام تعامل بازیکن با سیستم بازی ایجاد می‌شوند.

از دیدگاه طراح بازی، مکانیک‌های بازی باعث ایجاد دینامیک‌های رفتاری خاصی می‌شوند که در نهایت به تجربیات زیبایی‌شناسی مشخصی منجر می‌گردد. از نگاه بازیکن، زیبایی‌شناسی بازی لحن آن را تعیین می‌کند که این لحن از دینامیک‌های مشاهده‌شده در بازی ناشی می‌شود و در نهایت به مکانیک‌های عملکردی بازی بازی می‌گردد (همان: ۳).

۳-۲. لایه‌های تشکیل‌دهنده بازی‌های ویدئویی: کوثری فهم دقیق نسبت به بازی‌های رایانه‌ای را در فهم سه قسم از این مفهوم می‌داند: بازی از منظر متن رسانه‌ای که در قسم ذیل به آن خواهیم پرداخت، بازی از منظر تولیدکننده که بیشتر به اقتصاد سیاسی و آورده مالی بازی‌ها برای تولیدکننده تأکید دارد و در قسمت صنعت بازی موردبررسی قرار گرفته است و بازی از منظر گیمر و بازیکن به این معنا که فرد بازیکن باید در سه ساحت موردبررسی قرار بگیرد تا اثربخشی بازی به‌خوبی توجیه شود. آنچه او قبل از بازی از خود فهم می‌کند، آنچه در حین بازی از خود می‌سازد و آنچه بعد از بازی به‌جای می‌ماند که این مبحث هم در قسمت هویت و از خودبیگانگی در بازی‌ها موردبررسی قرار گرفته است (کوثری، ۱۳۹۰: ۱۹).

طاهری با ارائه نمودار زیر و تعریف بازی‌های رایانه به‌عنوان ترکیبی از فیلم سینمایی، سریال تلویزیونی، داستان‌های مصور، کارتون‌ها و قصه‌های اسطوره‌ای بر این باور است که علی‌رغم شباهت‌هایی میان بازی‌ها و دیگر رسانه‌ها، مؤلفه‌های تمایزدهنده زیادی نیز وجود

دارد چرا که بازی‌ها ساختارهای زبانی و زیبایی‌شناسی خاص خود را دارند که می‌توان این عناصر تمایزدهنده را در لایه‌های تشکیل‌دهنده بازی مورد بررسی و فهم قرارداد که عبارت‌اند از لایه محتوایی (نشانه‌ای)، لایه روایی و لایه رویه‌ای (طاهری، ۱۳۹۳: ۹).



۴۰

شکل ۱. لایه‌های بازی

- لایه نشانه‌ای: به دو مجموعه رمزگانی دیداری و شنیداری که شامل عناصر گرافیکی موجود در بازی، طراحی کاراکتر و صحنه بازی و موسیقی‌ها و صداهای محیطی بازی که به‌وسیله تحلیل‌های نشانه‌شناختی و زیبایی‌شناختی قابل تحلیل و بررسی است، گفته می‌شود.

- لایه روایی: به تمامی جنبه‌های مضمونی درون بازی شامل سناریو و داستان کلی بازی، شخصیت‌پردازی‌ها، دیالوگ‌ها و بعضاً زیرنویس‌ها و کاتسین‌های^۱ درون بازی که بسان خرده‌روایت‌هایی برای توصیف جهان بازی مورد استفاده قرار می‌گیرد، گفته می‌شود.

- لایه رویه‌ای: تعیین‌کننده مسیر قواعدی و قانونی بازیکن برای برنده شدن در بازی و طی کردن رویه‌ای است که طراحان بازی تعیین کرده‌اند. درواقع این لایه همان طرح‌ریزی و

۱. به صحنه‌هایی از بازی که پس از قطع بازی و گرفتن عاملیت از کاربر فیلمی برای توصیف داستان و روایت بازی پخش می‌شود (cutscene)

گیم‌پلی بازی است که در صورت عدم رعایت آن، بازیکن بازنده بازی می‌شود و یا حتی در برخی موارد مورد جریمه قرار می‌گیرد. این لایه شامل تمامی جوایز، بتل پس‌ها^۱ و لوت باکس‌های^۲ درون بازی نیز می‌شود (طاهری، ۱۳۹۵: ۲۳).

۳-۳. شخصیت‌های گیمری: از آن جایی که بازی‌های ویدئویی خاصیتی تعاملی دارند، باید در نظر داشت که تنها عامل مهم شناخت اقتضانات بازی نیست؛ بلکه بازیکن و شخصیت گیمری او در نوع تأثیری که از بازی می‌پذیرد کاملاً مؤثر است و بارتل^۳ به این مسئله تأکید داشته است.

به‌طور کلی در بازی‌های ویدئویی چهار نوع شخصیت بازیکن (گیمر) تعریف می‌شود که هر کدام دارای تمایزاتی هستند که برای تولیدکنندگان بازی حائز اهمیت است. بارتل به‌عنوان یکی از پژوهشگران مهم بازی‌های ویدئویی، چهار نوع شخصیت مذکور را این‌گونه نام‌گذاری و تعریف می‌کند (گری کرافورد، ۱۳۹۷):

۱. قاتل یا رقابتی: شاید بتوان ویژگی مشترک اکثر بازی‌ها را در رقابتی بودن آن دانست. شخصیت‌های قاتل یا رقابتی بیشتر از دیگر افراد علاقه به بازی‌های برخط دارند چرا که در این نوع از بازی‌ها رقابت سنگین‌تر و محسوس‌تر است. خودنمایی، مقایسه، مبارزه، تمسخر و... از شاخص‌های بازیکنان قاتل است و بازی‌هایی همچون DOTA2, CONTER_STRIKE, MORTAL COMBAT و... دارای عناصری برای جذب شخصیت‌های رقابتی است.

۲. دریابنده: وقتی در مورد شخصیت دست‌یابنده صحبت می‌کنیم، مقصودمان افرادی است که ارتقاء دادن را در همه شئون دوست دارند. دائماً به دنبال تغییر لباس در کاراکتر یا ارتقاء دادن و ساختن هستند و برایشان گرافیک بازی و طراحی صحنه بازی مهم‌تر از قواعد بازی است. بازیکن دست‌یابنده بیش از دیگر شخصیت‌ها علاقه به پول خرج کردن در بازی دارد و معمولاً صنایع بازی‌ساز به جهت جذب منافع بیشتر، مؤلفه‌های دست‌یابندگی را در طراحی بازی خود برای حضور این شخصیت مهیا می‌کند. SIMS, MINE, CRAFT و... مثال‌هایی از بازی‌های موفق در جذب چنین شخصیت‌هایی است.

۱. یک نوع روش کسب جایزه است که بازیکن پس از تکمیل چالش‌های خاص به آن دست می‌یابد (Battle pass)

۲. یک جعبه ای جایزه مانند در بازی می‌باشد که موارد درون آن به صورت تصادفی برای بازیکن تعیین می‌گردد (Loot box).

3. Bartle

۳. معاشرت جو: این دسته از بازیکنان که معمولاً در میان خانم‌ها شمار بیشتری دارد، بیش از آن که خود بازی و قواعد و داستان بازی برایشان جذاب باشد، طالب معاشرت با دوستان خود در حین بازی هستند. این شخصیت‌ها تا زمانی که دوستانشان آمادگی مشارکت در بازی را نداشته باشند، حوصله بازی کردن ندارند و اساساً معاشرت در بازی اصلی‌ترین عامل انگیزشی آنان برای بازی کردن است.

۴. کاوشگر: دسته کاوشگر علاقه به نقش‌آفرینی در بازی‌های جهان باز دارند. روحیه کنجکاوی، جست‌وجو و نقشه‌گردی داشته و مجذوب فرایند داستان و قواعد بازی می‌شوند که مبتنی بر تخیل بازیکن کامل می‌شود یا جریان بازی را به‌وسیله اراده بازیکن تغییر می‌دهد. آنان مجذوب بازی‌های معمایی می‌شوند که نیاز به گشت‌وگذار در نقشه بازی راه‌حل مسائل را دارد (گری کرافورد، ۱۳۹۷).

نکته حائز اهمیت این است که بارتل معتقد است «این دسته‌بندی اصلاً خشک و غیرانعطاف‌پذیر نیست. چراکه بازیکن بسته به حالت خود و نوع بازی بسیاری اوقات بین این چهار سبک بازی جابه‌جا می‌شود. با این حال وی تأکید می‌کند که بسیاری از بازیکن‌ها، اگر نگوییم اکثر آن‌ها، یک سبک اصلی دارند که اغلب در همان چهارچوب بازی می‌کنند.» (همان).

۳-۴. بازی‌های ویدئویی و فرا واقعیت^۱: برای تبیین عمیق‌تر نسبت میان بازی‌های ویدئویی و فرایند هویت‌یابی بازیکن، می‌توان از نظریه وانمایی نزد ژان بودریار به‌عنوان یک چارچوب تبیینی مکمل بهره گرفت. از منظر بودریار، تحولات جوامع معاصر موجب گذار از منطق بازنمایی به منطق وانمایی شده است؛ بدین معنا که نشانه‌ها و تصاویر دیگر ارجاعی ساده به واقعیت بیرونی ندارند، بلکه خود به تولید «واقعیتی شبیه‌سازی‌شده» می‌پردازند که مستقل از واقعیت و حتی پیشی‌گیرنده از آن عمل می‌کند. بودریار این وضعیت را فرا واقعیت می‌نامد؛ وضعیتی که در آن تمایز میان امر واقعی و امر خیالی، طبیعی و مصنوع، به تدریج فرو می‌ریزد. در این چارچوب، بازی‌های ویدئویی را می‌توان یکی از مصادیق برجسته منطق وانمایی در فرهنگ معاصر دانست. بازی، برخلاف رسانه‌های بازنمایانه کلاسیک، صرفاً تصویری از واقعیت ارائه نمی‌دهد، بلکه با اتکا به تعامل، قواعد، روایت و سازوکارهای

1. Hyperreality

انگیزشی، نوعی زیست جهان شبیه‌سازی شده می‌آفریند که بازیکن در آن «حضور» می‌یابد. این حضور، نه در سطح تماشای منفعلانه، بلکه در سطح کنش، انتخاب و تجربه زیسته رخ می‌دهد؛ به گونه‌ای که بازیکن نقش‌ها، ارزش‌ها و هویت‌هایی را می‌آزماید که الزاماً ریشه‌ای در واقعیت اجتماعی بیرونی ندارند، اما در سطح تجربه ذهنی و عاطفی، واجد نوعی واقعیت‌اند. از منظر بودریار، چنین تجربه‌ای نه تقلید از واقعیت، بلکه جایگزینی آن با یک نظم نشانه‌ای جدید است. بازی‌های ویدئویی، به‌ویژه در گونه‌های روایی، جهان‌باز و آنلاین، شرایطی را فراهم می‌کنند که در آن مرز میان «زندگی واقعی» و «زندگی بازی‌شده» تضعیف می‌شود. بازیکن در مواجهه مستمر با این جهان‌های شبیه‌سازی شده، به تدریج نظامی از معنا، کنش و خود فهمی را در نسبت با آن‌ها شکل می‌دهد. در این معنا، هویت بازیکن نه صرفاً در تعامل با نهادهای سنتی جامعه‌پذیری، بلکه در دل تجربه‌های پساواقعی بازی نیز صورت‌بندی می‌شود (بودریار، ۱۳۹۷).

۴۳

اهمیت این برداشت برای سیاست‌گذاری فرهنگی در آن است که مسئله بازی‌های ویدئویی را از سطح محتوای قابل مشاهده یا پیام‌های آشکار فراتر می‌برد و آن را به سطح منطق تولید تجربه و معنا ارتقا می‌دهد. اگر بازی به مثابه یک نظام وانمایی عمل می‌کند، آنگاه اثرگذاری آن بر هویت، اخلاق و سبک زندگی، الزاماً تابع روایت صریح یا محتوای ایدئولوژیک نیست، بلکه در لایه‌های عمیق‌تری چون سازوکارهای تعامل، نظام پاداش، غوطه‌وری و تداوم تجربه شکل می‌گیرد. از این رو، سیاست‌گذاری فرهنگی در حوزه بازی، ناگزیر باید به این لایه پساواقعی توجه کند و صرفاً به تنظیم محتوا، رده‌بندی سنی یا محدودسازی‌های صوری بسنده نکند. در مجموع، به کارگیری نظریه وانمایی بودریار امکان فهم دقیق‌تری از نسبت میان بازی‌های ویدئویی و هویت را فراهم می‌آورد؛ فهمی که در آن بازی به عنوان فضایی برای تولید تجربه‌های زیسته پساواقعی تلقی می‌شود. چنین برداشتی، زمینه‌ساز بازاندیشی در رویکردهای سیاستی و توجه به ابعاد عمیق‌تر فرهنگی و هویتی بازی‌ها در زیست‌بوم رسانه‌ای معاصر است.

۴. روش‌شناسی

این پژوهش با رویکرد کیفی و تفهیمی انجام شده و به‌منظور دستیابی به درک عمیق از الزامات سیاستی بازی‌های ویدئویی و تأثیر آن‌ها بر فرایند هویت‌یابی کاربران طراحی شده است. داده‌های اصلی از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته گردآوری شده است. انتخاب این روش به دلیل ماهیت اکتشافی موضوع و نیاز به استخراج الگوهای معنایی پنهان در تجربه و تحلیل نخبگان حوزه ارتباطات و فرهنگ صورت گرفت.

مشارکت‌کنندگان شامل نخبگان فرهنگی و ارتباطی دارای تجربه یادانش تخصصی در حوزه بازی‌های ویدئویی بوده است. از میان این جامعه، ۱۵ نفر به‌صورت هدفمند انتخاب شدند. معیار اصلی گزینش این بود که افراد منتخب یا تعامل مستقیم با بازی‌های ویدئویی داشته باشند، یا در فعالیت‌های علمی، پژوهشی یا اجرایی خود دقت و عمق کافی در مطالعه و تحلیل این حوزه به کار گرفته باشند. ترکیب نمونه شامل اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها، دانشجویان فعال در حوزه فرهنگ و رسانه، کارشناسان و طراحان بازی‌های ویدئویی. این ترکیب به‌منظور پوشش طیف متنوعی از دیدگاه‌های آکادمیک و تجربی انتخاب شده است. راهنمای مصاحبه شامل محورهای اصلی تأثیر بازی‌ها بر هویت کاربران، ظرفیت‌های فرهنگی و اجتماعی بازی‌های ویدئویی و الزامات سیاست‌گذاری این حوزه طراحی شد. پرسش‌ها باز و انعطاف‌پذیر بوده تا امکان تعمیق در پاسخ‌ها و استخراج مضامین پنهان فراهم شود. برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. فرایند کدگذاری در سه سطح کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد تا از طریق شناسایی مفاهیم کلیدی، طبقه‌بندی و برقراری ارتباط میان آن‌ها، الگوی تفهیمی نهایی استخراج شود.

فرایند سازمان‌دهی و کدگذاری داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA انجام گرفت. این نرم‌افزار امکان مدیریت کدها، مقایسه مضامین و ترسیم شبکه‌های معنایی را فراهم ساخت و به استحکام تحلیلی یافته‌ها کمک کرد. اسامی مصاحبه‌شوندگان به شرح زیر است:

ردیف	نام و نام خانوادگی	جایگاه علمی
۱	سجاد مهدی‌زاده	عضو هیئت‌علمی دانشگاه امام صادق (ع)
۲	ایمان عرفان منش	عضو هیئت‌علمی دانشگاه امام صادق (ع)
۳	سعید گلستانی	پژوهشگر حوزه بازی، عضو مؤسسه فرهنگی رسانه‌ای سراج
۴	مرتضی جمشیدی	عضو بنیاد ملی بازی‌های ویدئویی
۵	محمدصادق دهنادی	عضو بنیاد ملی بازی‌های ویدئویی
۶	محسن رزاقی	پژوهشگر حوزه بازی، طراح سامانه کدومو
۷	آرین مرادی	پژوهشگر حوزه بازی، عضو مؤسسه فرهنگی و رسانه‌ای کدومو
۸	مهدی کاشفی فرد	مترجم کتاب دستینه مطالعات بازی‌های ویدئویی
۹	محمدحسن یادگاری	عضو هیئت‌علمی دانشگاه علامه طباطبایی
۱۰	حسنعلی سیاحی زاده	کارشناس دفتر فرهنگ و آموزش مرکز پژوهش‌های مجلس
۱۱	مسعود حسنیلو	دبیر ستاد فناوری‌های فرهنگی و نرم معاونت علمی فناوری ریاست‌جمهوری
۱۲	حامد نصیری	عضو بنیاد ملی بازی‌های ویدئویی
۱۳	حسین حق پناه	مؤلف کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای
۱۴	فرزانه شریفی	مدیر پژوهش‌های دانشگاهی و رویدادهای مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال
۱۵	آرین طاهری	نویسنده کتاب بلاغت در بازی‌های رایانه‌ای

۵. یافته‌های پژوهش

۵-۱. شرایط اثرگذاری بازی‌های ویدئویی

مسئله تأثیرپذیری از بازی‌های ویدئویی توسط بازیکنان نوجوان، مبتنی بر برخی مؤلفه‌های نسبی است که باعث می‌شود هر یک از افرادی که گیم بازی می‌کنند به یک اندازه و یک‌شکل تأثیر نپذیرند و عوامل و ظرفیت‌هایی در بازی‌های ویدئویی وجود دارد که در شدت و ضعف و نوع تأثیرپذیری بازیکنان به‌طور جدی مؤثر است. از این رو می‌بایست قبل از هر تصمیم و سیاستی در حوزه بازی ابتدائاً شرایط اثرگذاری بر بازی به‌عنوان الزامات تصمیم‌گیری در حوزه بازی ویدئویی به‌خوبی فهم شود و ظرفیتی که هر کدام از مؤلفه‌ها در ایجاد تأثیر دارند، در نظر گرفته شود که در ادامه برخی از آنان توضیح داده می‌شود:

۵-۱-۱. عوامل میانجی مؤثر در بازی ویدئویی

بازی‌های ویدئویی انواع متفاوتی دارند و هرگاه از نوع و میزان تأثیر بازی‌های ویدئویی سخن به میان می‌آید باید تعیین کنیم که این چه نوع بازی است؟ در چه سبکی و از طریق چه سکویی (پلتفرمی)؟ چرا که هر یک از این سؤالات دارای پاسخی است که میزان و شدت تأثیرپذیری از بازی‌های ویدئویی را تعیین کرده و در مسئله اثرپذیری بازیکن در لایه هویتی دارای اهمیت است که در ذیل به‌اختصار هر یک توضیح داده خواهد شد.

قاعده‌مندی

مهم‌ترین تفاوت بازی‌های ویدئویی با یک سرگرمی عادی در داشتن قواعد و چهارچوب است. قانونی وجود دارد و بازیکن برای گذراندن مراحل بازی باید کاملاً مبتنی بر قواعد بازی عمل کند. این امر حتی برخی مصاحبه‌شوندگان را بر این واداشت که بیان کنند بازی‌های ویدئویی احساس اختیار را به بازیکن می‌دهد درحالی‌که کاملاً او را محدود به قواعد کرده و بعضاً از همین محدودیت دست‌به‌کارهای ایدئولوژیک و تربیتی نیز می‌زند. پس باید تأکید داشت، بازی‌های رایانه‌ای دارای رویه و قاعده هستند و قوانین خیلی بیشتری با چهارچوب‌های دقیق‌تری نسبت به بازی‌های عادی دارند.

سرگرم‌کنندگی

نکته بعدی قدرت سرگرم‌کنندگی بازی است. اساساً به نظر می‌آید انسان امروزی به نسبت انسان دهه‌های قبلی نیاز به سرگرمی بیشتری دارد و دوست دارد حتی مفاهیم در سر کلاس درس یا در حین کار را نیز از طریق سرگرم‌شدن فهم کند. نکته قابل توجه آنکه همین

سرگرمی می‌تواند قوه انتقادی انسان و مقاومت ذهنی او برای دریافت محتوا و پیام را کاهش داده و او را به آسانی مجاب به قبول کردن هنجارها، رفتارها و اعتقادات کند. این نکته کلیدی به یکی از مؤلفه‌های قدرت بازی‌های ویدئویی در تغییر هنجارها و اعتقادات درونی انسان اشاره می‌کند. عاملی که هم می‌شود در راستای مطلوب از آن استفاده کرد و هم می‌توان از این طریق بازی را یکی از ابزارهای مهم در تهاجم فرهنگی دانست. سرگرم‌کنندگی بازی‌ها در کنار تعاملی یا مشارکتی بودن آنها، معمولاً مقاومت کاربران در مقابل پیام‌های (بخصوص پنهان‌تر) ایدئولوژیک، اعتقادی و سیاسی را فرومی‌کاهد، ذهن دیرتر خسته شده و با کاهش سطح تفکر انتقادی در حین مصرف محتوا، گشودگی ایجاد می‌شود.

لایه‌های بازی

به دلیل اهمیت بالا این مطلب نیز با ارجاع به کتب مختلف در قسمت ادبیات پژوهشی اشاره شده است. بازی دارای سه لایه نشانه‌ای، روایی و رویه‌ای است که هر کدام به ترتیب به صفحه‌نمایش و نشانه‌ها، داستان و قواعد بازی اشاره دارند. می‌توان تأکید داشت که لایه داستانی بازی و قواعد بازی به نسبت لایه نشانه‌ای دارای قدرت تأثیرگذاری بیشتر بر مخاطب را دارد و می‌توان از طریق داستان و قواعد بازی بر هنجارها، اعتقادات و رفتار انسان اثر گذاشت. هسته اصلی بازی رویه است و چیزی که قدرت تربیتی و اثرگذاری بیشتری بر بازیکن دارد نیز همین لایه رویه‌ای بازی است. مثلاً از طریق رویه بازی تاکینگ تام به شما یاد می‌دهد که تجمل‌گرایی کنید و زندگی عادی را برنتابید. البته این نوع نگاه مبتنی بر تمدنی که به صورت ساختاری ترویج‌دهنده مصرف‌گرایی است، چیز عجیبی نیست؛ ولی وقتی وارد فرهنگ ایرانی می‌شویم می‌تواند به‌عنوان یک امر مذموم، آسیب‌زا و ناهنجار در نظر گرفته شود. در لایه رویه‌ای مسئله تکرارپذیر بودن نیز بسیار مهم است. نمونه آن دختران بازیکنی هستند که دائماً بازی‌های آرایشی انجام می‌دهند. استمرار این مشارکت و تعامل می‌تواند این گزاره را درونی کند که بهترین مسیر جلب‌توجه دیگران ایجاد تغییرات در بدن است. امکان خرید انواع لباس‌ها و قابلیت‌های مصرفی دیگری که برخی بازی‌ها ارائه می‌دهند نیز در چارچوب جامعه مصرفی قابل تفهیم است. مثال دیگر رویه بازی «دزدی بزرگ اتومبیل»^۱ است که در آن احتمال قبح‌زدایی نسبت به اعمال ناهنجار که در بازی به طور تکرارپذیر امکان انجام آن وجود دارد بالا می‌رود. اعمالی مانند قتل، دزدی، تجاوز و...

اهمیت ژانر

برای بازی‌های ویدئویی ژانرهای زیادی را متصور شده‌اند تا جایی که گری کرافورد^۱ حدود ۵۰ ژانر مختلف را برای بازی در نظر گرفته است. (کرافورد، ۱۳۹۷) اما اگر بخواهیم این تنوع را به دو دسته کلی تقسیم بندی کنیم باید به کلان ژانر «رقابت» و «همکاری» اشاره کنیم؛ به این معنا که اگر یک بازی جنبه‌های رقابتی آن بیشتر باشد اولاً شدت تأثیرپذیری و غوطه‌وری بالاتر است و دوم امکان وجود آثار منفی در چنین بازی‌هایی بیشتر است. این در حالی است که بازی‌های همکارانه یکی از جدی‌ترین ژانرها برای آموزش مهارت‌های مختلف در صنعت بازی است و قابلیت‌های مختلف در راستای تربیت کودک و نوجوان دارند؛ اما وقتی یک بازی جنبه رقابتی غلیظی پیدا می‌کند، اگر این رقابت شدت بالایی داشته باشد می‌تواند انسان را تنها متمرکز در برنده‌شدن کند و موجب فراموشی و حتی بیگانگی نسبت به دیگر نیازها و قواعد در حوزه‌های مختلف باشد.

یکی از مصاحبه‌شونده‌ها در حوزه ژانر می‌گوید:

«بعضی وقت‌ها بازی این قدر تو را درگیر هر چیزی غیر خودت می‌کند که خودت و نیازهایت را فراموش می‌کنی. این مسئله در بازی‌های رقابتی بیشتر است؛ چرا که تو به تنها چیزی که فکر می‌کنی برنده‌شدن است و مؤلفه‌هایی همچون خود و دیگری فراموش می‌شود. این در حالی است که تو در بازی‌های تیمی دقیقاً برعکس این را می‌بینی؛ یعنی دیگری به خاطر خودت هم که شده مهم می‌شود و خودت را در تعامل با او قرار می‌دهی؛ چون هم خودت و منافعت مهم می‌شوی و هم دیگری.»

برخط بودن یا نبودن

نکته دیگر و مهم که در عنوان پژوهش حاضر نیز به اهمیت آن تأکید شده است، بازی‌های برخط (آنلاین) است که به‌واسطه حضور دیگری در بازی، اولاً شدت رقابت و جدی‌گرفتن بازی بالا می‌رود و سپس می‌تواند با تکرارپذیری زیاد انسان را به فردگرایی تشویق کند. چرا که در این بازی‌ها اگر آنلاین بودن توأم با رقابت باشد می‌تواند انسان را به این امر سوق دهد که تنها نگران منافع خود باشد و دیگری به فراموشی سپرده شود و یا حتی بعضاً به فحاشی و به‌هم‌ریخته شدن نظام ارتباطی با دیگران منجر شود. البته که به گفته نخبگان همین بازی‌های برخط هم‌زمان قدرت ارتقای دامنه ارتباطی و گسترش دایره دوستان و رفیقان را

نیز دارند؛ اما ممکن است انسان را در یک ارتباط محدود با افرادی که گیم بازی می‌کنند قرار داده و در جهان واقع مهارت و اهمیت ارتباط گرفتن با دیگر انسان‌ها را کم‌رنگ سازد. مؤلفه دیگر این است که در بازی آنلاین مرحله‌به‌مرحله رفتن را نداریم و چون امکان توقف بازی وجود ندارد غرق‌شدگی بیشتر است. نکته قابل تأکید ایجاد ارتباط است؛ چراکه نسبت به بازی غیربرخط (آفلاین) نظام ارتباطی و فهرست دوستان برای بازیکن شکل می‌گیرد و همکاری دیجیتال ایجاد می‌کند؛ اما شما را وارد عرصه رقابت شدیدتری می‌کند. به توضیح یکی از صاحب‌نظران این عرصه در مصاحبه‌های پژوهش توجه کنید:

«به همین واسطه کاملاً سودمحور با دیگران در ارتباط خواهی بود. اگر اصطلاحاً نوب یا بازیکن ضعیفی باشی از دایره ارتباطی خارج میشی و ممکن است یک نوع آزار مجازی برای چنین افرادی ایجاد شود و می‌تواند بر احساس کمبود و کفایت شایستگی نیز تأثیر بگذارد.»

۵-۱-۲. اقتضائات بازیکن

دسته‌بندی بازیکن‌ها

در قسمت پیشین اقتضائاتی که یک بازی می‌تواند داشته باشد تا تعیین‌کننده شدت و ضعف تأثیر بر بازیکن باشد بیان شد و در این قسمت علاوه بر در نظر داشتن چهارگانه شخصیت بارتل که در ادبیات پژوهشی اشاره شد، به ویژگی‌ها و ظرفیت گیم‌ر یا بازیکنی که در حال بازی است تأکید می‌شود. ممکن است دو بازیکن یک بازی را در ژانر و نوعی یکسان انجام دهند؛ اما تأثیرات متفاوتی دریافت کنند چرا که هر بازیکنی بسته به نوع شخصیت و یا میزان جدی گرفتن بازی و یا هدفی که از بازی دارد، تأثیرات متفاوتی دریافت می‌کند. عاملی (۱۴۰۳) نیز نقش قوه خیال در شکل‌گیری و اثرگذاری بر هویت بازیکن را کاملاً مبتنی بر تفاوت‌های شخصیتی افراد قبل از انجام بازی در نظر گرفته است. بدین صورت که صفحه‌نمایش و یا مکانیسم‌های وابسته‌ساز بازی بر قوه خیال تأثیر می‌گذارد و قوه خیال انسان مبتنی بر شخصیتی که در داخل و بیرون از بازی، بازیکن برای خودش ساخته و نسبتی که او با بازی ویدئویی برقرار کرده است، اثرات عمیق یا سطحی هویتی را به وجود می‌آورد (عاملی، ۲۵، ۱۴۰۳). مبتنی بر نظر یکی از پژوهشگران مورد مصاحبه، گیم‌رها به سه دسته تقسیم می‌شوند:

۱. بازی برای گذران وقت: وقت‌کشی سطحی و انجام بازی با هدفی تفننی در حد بازی‌های پازلی و...

۲. بازی به‌مثابه یک کنش ارتباطی_اجتماعی: بازی به‌مثابه یک کار اجتماعی برای تأییدشدن توسط دیگران و یا برقراری ارتباط (مانند پدربزرگی که می‌خواهد با نوه‌اش ارتباط بگیرد)

۳. بازی به‌مثابه هدف: لایه سوم می‌شود بازی برای بازی که من برای سرگرم‌شدن صرف انجام نمی‌دهم؛ بلکه همه هدف من در لحظه‌ای که مشغول در بازی هستم خود بازی و موفقیت در آن است. این حالت اگر با مقاصد فرهنگی تولیدکننده ترکیب شود، در چنین حالتی میزان اثرگذاری بالا می‌رود و می‌تواند به آثار عمیق هویتی نیز منجر شود.

رده سنی بازیکن

۵۰

نکته مهمی که باید در تحلیل تأثیر بازی‌های دیجیتال مدنظر قرار گیرد، رده سنی بازیکن است. سن بازیکن، به‌ویژه در دوران نوجوانی، نقش تعیین‌کننده‌ای در میزان تأثیرپذیری او از محتوای بازی دارد. نوجوان نه کودک است و نه بزرگسال، اما ویژگی‌های خاص این دوران موجب می‌شود هم فرصت‌هایی در دسترس او باشد و هم تهدیدهایی جدی متوجهش گردد. از یک سو، نوجوان از کودک حرفه‌ای‌تر است، زمان و فراغت بیشتری نسبت به بزرگسال دارد و همچنین، مسئولیت‌های اجتماعی و خانوادگی کمتری بر عهده اوست. از سوی دیگر، میزان خودکنترلی در او پایین‌تر است و به ابزارهای دیجیتال دسترسی وسیع‌تری نسبت به کودکان دارد. توانایی او برای هزینه‌کرد مالی نیز در بسیاری موارد بیشتر از کودکان است. همچنین، تفکر انتزاعی نوجوانان در اوج خود قرار دارد؛ درحالی‌که برخلاف بزرگسالان، هنوز جنبه‌های واقع‌گرایانه زندگی را به‌طور جدی تجربه نکرده‌اند. نوجوان در جست‌وجوی «دیگری» است؛ به دنبال دیده‌شدن، به رسمیت شناخته‌شدن و تجربه افق‌های تازه‌ای است که پیش‌تر با آن‌ها مواجه نبوده. او آماده دریافت، تفسیر و تأثیرپذیری از پیام‌های فرهنگی و رسانه‌ای است. از همین رو، بازی‌های دیجیتال در این سنین می‌توانند بیش از هر گروه سنی دیگر اثرگذار باشند - هم در جهت رشد و هم در معرض آسیب.

نکته دیگر در مورد تأثیرپذیری مبتنی بر رده سنی واژه هویت است. نوجوان در حال ساختن هویت و هویت‌یابی است. «من کی هستم»، «کی می‌توانم باشم» و «کی می‌خواهم باشم». سه سؤال کلیدی است که نوجوان در این سن به دنبال پاسخ‌دادن به آن است.

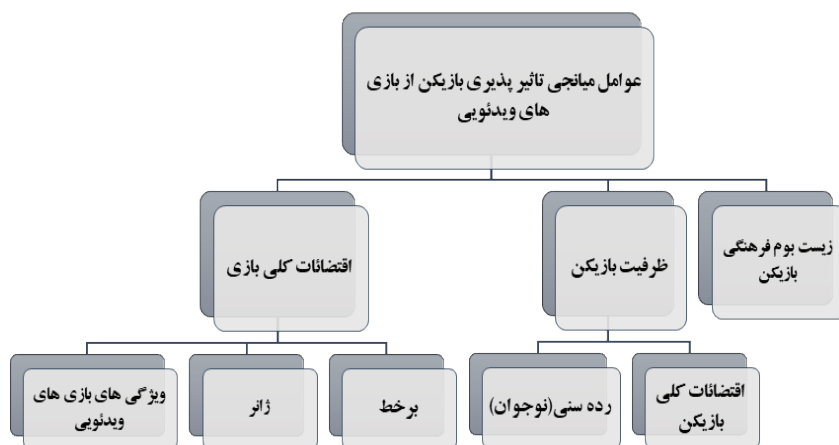
بازی‌های ویدئویی روی هر سه تایی این‌ها اثرگذار است. در «کی هستیم؟» دارد بر توانایی‌های نوجوان اثر می‌گذارد و توانایی می‌سازد. در «کی می‌توانم باشم» دارد در بازی جست‌وجو می‌کند و از طریق کاوش به جواب‌هایی می‌رسد نظیر اینکه می‌توانم آدم بکشم، جنسیت‌م را تغییر بدهم و بقیه امکانات بازی. از هر دو خطرناک‌تر و مهم‌تر این است که «من می‌خواهم کی باشم» چرا که ایدئال ساختن اینجاست که در این حوزه بازی‌های نقش‌آفرین و شبیه‌ساز قدرت بیشتری برای فانتزی‌سازی یا همزاد پنداری دارند. در واقع اینجا تلفیقی میان اهمیت داشتن رده سنی و نوع بازی شکل می‌گیرد که قطعاً می‌تواند از مؤلفه‌های کلیدی برای برنامه‌سازان و سیاست‌گذاران یا در حداقل امر خانواده‌ها باشد.

۵-۱-۳. زیست‌بوم فرهنگی بازیکن

۵۱

همان‌طور که از آثار بازی بر روی گیمر صحبت و نسبت آن با اثرپذیری در نظر گرفته می‌شود، وضعیتی که قبل از بازی، فرهنگ و زمینه بازیکن برای او می‌سازد نیز دارای اهمیت است و نسبت این وضعیت با میزان تأثیرپذیری گیمر را نیز باید در نظر گرفت. به نظر می‌آید نوجوان امروزی فقط با توجه به خواسته خود وارد عرصه بازی نمی‌شود و قدرت فرهنگی و اجتماعی پیرامون او نیز اثرگذار است در تمایل پیدا کردن نسبت به گیم و حتی انگیزه‌ای است برای موفق‌بودن در گیم در راستای اعتلای خود در میان دیگر افرادی که در نظام ارتباطی خود تعریف کرده است. نکته بعدی این است که انگار فرهنگ مدرن امروزی انسان را بیشتر از قبل نیازمند فراغت کرده است. چرا که کارهای محول شده به او در طول روز برایش میزان خستگی بیشتری را فراهم می‌کند و درد و رنج بیشتری را با توجه به ویژگی‌های فرهنگی-اقتصادی عصر حاضر دریافت می‌کند و نیازمندی بیشتری برای پناه‌بردن به جهانی بدون دغدغه و سرگرم‌کننده دارد. این پیش‌زمینه می‌تواند در اهمیت بازی برای انسان و همین‌طور اثرپذیری او در حین بازی نقش ایفا کند. خاصیت جامعه مصرفی این است که انسان به تدریج، دچار فقر معنا می‌شود چرا که اصالت یافتن «مصرف و نمایش کالاها»، اهداف و غایات اصلی را به حاشیه برده و از انسان غایت‌مند، موجودی مصرف‌گرا می‌سازد که راهکار دستیابی به حال خوش را در سرخوشی‌های لحظه‌محور و مصرف ملال‌آور سرگرمی می‌داند. آخرین نکته قابل‌اشاره در ذیل این عنوان در نظر گرفتن زمینه‌ای است که گیمر در جهان واقعی دارد. انسان فارغ از هویت مجازی در جهان واقع از طریق ارتباط، کار، خانواده، ورزش، کشور و... در حال ساخت زمینه برای خویش است و بر حسب همین زمینه در حال ساخت هویت خویش در عرصه کار و خانواده و... است. گاهی اوقات نوع ارتباطی که

خانواده یا دوستان با نوجوان دارند در میزان و شدت تأثیرپذیری او از بازی تأثیرگذار است؛ مانند نوجوانی که به دلایل مختلف احساس تعلق را از خانواده دریافت نکرده و در جهان واقع نتوانسته نظام ارتباطی مطلوب خویش را بسازد. در چنین حالتی بازی‌های ویدئویی هم می‌تواند کمک‌کننده او باشد و هم می‌تواند او را از جهان واقع فاصله بیندازد و به انزوا بکشد. نکته دیگر در احساس شایستگی و توانمندی است. معمولاً افرادی که به بازی‌های ویدئویی وابسته می‌شوند، احساس شکست در امکان کسب موفقیت در جهان واقع را دارند و برای کاهش اضطراب خودشان به بازی‌های ویدئویی مراجعه می‌کنند؛ چراکه در چنین فضایی امکان کسب شایستگی و توانمندی به مراتب راحت‌تر است.



شکل ۲. عوامل میانجی

۲-۵. مؤلفه‌های هویتی مؤثر در کاربری و تأثیرپذیری از بازی‌های ویدئویی

رسانه‌های نوین مهم‌ترین تفاوت خود را در امکان تعامل با مخاطب یافته‌اند؛ بدین معنا که خود مفهوم رسانه در این بستر به کلی دگرگون شده و رسانه‌ها اکنون قابلیت تأثیرگذاری بر مخاطب را به صورت عمیق‌تر و ملموس‌تر به دست آورده‌اند. این ویژگی تعاملی می‌تواند هر سیاست‌گذار فرهنگی را به این سؤال وادارد که کدام مؤلفه‌های مربوط به تربیت و هویت باید در قوانین فرهنگی، نظارتی و تربیتی لحاظ شود. در ادامه، سه حوزه اصلی که هر یک از چندین مؤلفه تشکیل شده‌اند، مشخص شده و به شرح آن‌ها می‌پردازیم.

۵-۲-۱. فاصله از واقعیت

برای فهم بهتر آثار بازی باید نسبت بازیکن و بازی را در سه حالت فهم کرد. اول زمانی است که بازیکن هنوز وارد بازی نشده است و باید وضعیت فرهنگی، شناختی، زمینه‌ای و شخصیتی وی در نظر گرفته شود تا فهم کنیم او با چه اهداف و نظری وارد بازی‌های ویدئویی شده است. دوم زمانی است که وی درون بازی در حال سرگرم‌شدن است و باید دید نسبت میان بازی و انسان چگونه است. اینکه او با چه اهدافی به سمت بازی ویدئویی آمده و چه میزان آن را جدی گرفته است، موردنظر این قسمت است. سوم زمانی است که بازی به پایان رسیده و بازی‌آثاری را به نسبت ماندگاری متفاوت بر شخص به‌جای می‌گذارد. بیشتر توضیحات آورده شده در ادامه متن به دنبال بررسی وضعیت سوم است و عواملی که بعد از بازی‌های ویدئویی منجر به فاصله‌گرفتن انسان از نقش و مسئولیت‌پذیری، نیازهای اساسی و هدفمندی او در عالم واقع می‌شود را توضیح دهد.

نقش و مسئولیت‌پذیری

یکی از اهدافی که از سوی نخبگان و همچنین بازیکنان در خصوص انگیزه انجام بازی‌های ویدئویی بیان شده، گریز از درد، رنج و دشواری‌های جهان واقعی است. این هدف، اگرچه در نگاه نخست می‌تواند نوعی فرصت فراغتی سالم تلقی شود، اما در صورت تکرار و شدت یافتن، به تدریج بازی را از «فرصتی برای رهایی موقت» به «ابزاری برای فراموشی مستمر واقعیت» تبدیل می‌کند. این تغییر کارکرد، در حقیقت به معنای پاک کردن صورت مسئله به‌جای حل آن است؛ امری که یکی از نشانه‌های روشن از خودبیگانگی انسان مدرن به‌شمار می‌آید. در چنین حالتی، بازی به‌جای آن که بستری برای آگاهی و رشد باشد، به منشأ فراموشی مسئولیت‌ها و تضعیف حس مسئولیت‌پذیری بدل می‌شود. افزون بر این، برخی از بازی‌ها نه تنها مهارتی نمی‌افزایند یا افقی برای رشد فردی نمی‌گشایند، بلکه با مصرف زمان فراوان، فرد را برای نقش‌ها و مسئولیت‌های آینده آماده نمی‌سازند. در مواردی، این بازی‌ها حتی می‌توانند نوعی اختلال شناختی یا دینی در درک مسئولیت‌های انسانی پدیدآورند. نتیجه نهایی این فرایند، شکل‌گیری نوعی از خودبیگانگی است؛ یعنی انقطاع انسان از حقیقت وجودی خویش. بازی در چنین شرایطی، با فراهم کردن رضایت کاذب روانی و حس رهایی از جهان واقعی، موجب تقویت این گسست می‌شود و به‌جای بازسازی انسان، او را از بستر مسئولیت‌های واقعی‌اش دور می‌سازد.

نظام نیازمندی

بازی‌های ویدئویی به دلیل قدرت سرگرم‌سازی و فراغتی که ایجاد می‌کنند و همین‌طور به دلیل وجود فرصت‌های آموزشی و خلاقانه‌ای که در خود دارند می‌توانند به‌عنوان یکی از نیازهای نوجوان امروزی برشمرده شوند. این در حالی است که عواملی همچون غوطه‌وری و نیازسازی‌های کاذب زمینه‌ای و یا مکانیک‌های وابسته‌ساز درون بازی می‌تواند برخی افراد را به سمت فراموشی از نیاز اولیه سوق داده و دیگر آنان بازی را نه به‌عنوان یک امر فراغتی بلکه بازی را برای خود بازی انجام دهند و با این کار بازی جایگزین دیگر نیازهای اساسی انسان شود و ممکن است او را نسبت به دیگر نیازهای خویش بیگانه سازد.

«اگر تو برای رفع نیازت بازی کنی ایرادی پیش نمی‌آید؛ ولی وقتی وارد این عرصه شوی و بیش از نیازت آن جا باشی یا علت اصلی بازی کردنت این باشد که همه انجام می‌دهند پس من هم انجام دهم این جا بیگانگی در بازی شکل گرفته است و دیگر خود محوریت سابق را ندارد»

هدفمندی

بر اساس تعریف سنتی از اوقات فراغت و سرگرمی، این مفهوم ناظر به اموری است که انسان را در مسیر دستیابی به اهدافش یاری می‌رسانند؛ یعنی زمانی که فرد در جریان تلاش برای تحقق اهداف زندگی‌اش دچار خستگی، فرسودگی یا سردرگمی می‌شود، به فعالیتی فراغتی نیاز دارد تا یا استراحت کند یا مجدداً تمرکز و بازاندیشی پیدا کند؛ اما آنچه در مورد بازی‌های ویدئویی نگران‌کننده است، لحظه‌ای است که این سرگرمی‌ها از جایگاه فراغتی خود جدا می‌شوند و خود به هدفی مستقل بدل می‌گردند. در چنین وضعیتی، فرد نه تنها از هدف اصلی زندگی‌اش دور می‌شود، بلکه نقش بازی در مسیر زندگی را نیز فراموش می‌کند و به تدریج نسبت به غایت وجودی خود بیگانه می‌گردد. این مسئله البته محدود به بازی‌های ویدئویی نیست و ممکن است در هر رسانه یا سرگرمی دیگری نیز رخ دهد؛ اما بازی‌ها به دلیل سطح بالای درگیری ذهنی، روانی و بصری و جذابیت‌های ذاتی خود، استعداد بیشتری برای جذب و وافل‌سازی انسان از اهداف واقعی‌اش دارند. بدین‌سان، بازی می‌تواند انسان را چنان در خود غرق کند که به‌جای تقویت کنشگری، او را به فردی منفعل بدل سازد؛ کسی که اهداف اصلی زندگی‌اش را در پس لایه‌های متراکم سرگرمی فراموش کرده و در چرخه‌ای بی‌پایان از بازی کردن، از معنا دور می‌شود.

۵-۲-۲. تغییرات در خودپنداره

عوامل مختلفی در ساخت نظام پنداری انسان نسبت به خویش دخیل هستند و توضیح در مورد همه آن عوامل از سؤالات پژوهش حاضر نیست و به آن پرداخته نمی‌شود؛ اما باید در نظر داشت هویت و جهان فانتزی و خیال انسان دو مورد از عواملی است که در بازی‌ها قدرت تأثیر و تغییر دارند و به نتیجه این تغییر می‌توانند بر پندار انسان نسبت به خویش اثر بگذارند.

لایه هویتی

همان‌طور که در ادبیات پژوهشی اشاره شد، بازی‌های ویدئویی از لایه‌های متعددی تشکیل شده‌اند که هر یک می‌توانند بر شکل‌گیری یا دگرگونی هویت انسانی اثرگذار باشند. یکی از این لایه‌ها، لایه روایی است که از طریق داستان‌پردازی، بازنمایی خاصی از جهان واقع و گاه تحریف تاریخ عمل می‌کند. این امر به‌ویژه در بازی‌های اکشن، تاریخی و رقابتی نمود پررنگ‌تری دارد و می‌تواند تصویر خاصی از «دیگری»، دشمن، قهرمان، نژاد، فرهنگ یا حتی دین ارائه دهد که در نهایت، ذهنیت بازیکن را درباره جهان پیرامون و جایگاه خود در آن شکل می‌دهد. در کنار آن، لایه رویه‌ای که مبتنی بر گیم‌پلی و قواعد بازی است، به شیوه‌ای متفاوت اما هم‌سنگ عمل می‌کند. در این لایه، بازیکن نه فقط روایت را می‌شنود، بلکه با انجام اعمال خاص در چارچوب قوانین بازی، در فرایند معناسازی مشارکت می‌کند. این تعامل رفتاری می‌تواند منجر به قبح‌زدایی از کنش‌های ناهنجار یا بالعکس، تبدیل برخی رفتارها به الگوهای رفتاری و ایدئولوژیک مطلوب شود. چنین سازوکاری، به‌ویژه در بازه‌های زمانی طولانی و در دوران حساسی چون نوجوانی و جوانی، توانایی بالایی در تأثیرگذاری بر لایه‌های هویتی انسان دارد و می‌تواند زمینه‌ساز تحول تدریجی در ارزش‌ها، نگرش‌ها و اولویت‌های فرهنگی و اخلاقی افراد گردد.

در لایه روایی و رویه‌ای ممکن است در بعضی مواقع درون بازی تو آن چه نمی‌خواهی باشی را انجام دهی و این می‌تواند اگر تکرارپذیر و طولانی‌مدت استفاده شود آثار هویتی در رفتار ایجاد کند.

فانتزی و خیال

شاید از اولین ویژگی‌های گیمر به‌خصوص در بازی‌های داستانی و محتوامحور، همزاد پنداری با شخصیت‌های درون بازی و به‌واسطه آن درگیر شدن قوه خیال و فانتزی ساختن باشد. این امر می‌تواند انسان را از جهان واقع به‌دور کرده و بعضاً کاری که در بازی انجامش بدون هزینه هست را با انجامش در دنیای واقعی ما را دچار هزینه‌های مختلف فرهنگی، اقتصادی سازد. نکته بعدی در نسبت این امر با نوجوان است. در واقع بازی‌های ویدئویی می‌توانند مجالی برای ساختن اولین تصویر برای نوجوان در مورد موضوعات و چالش‌های مختلف زندگی باشند و تصویر ذهنی و تخیلی نوجوان را نسبت به مسائل انسانی و فرهنگی دچار تغییر کنند. خوگرفتن انسان با جایی دیگر که ساحتی وهم‌گونه دارد و عادت‌وارگی و بالابودن تکرار شونده‌گی کار از آدم چیز دیگری می‌سازد.

۵۶

بازیکن در بازی ویدئویی با افرادی در زمان نسبتاً طولانی در موقعیت و فضایی که ترکیبی از مضامین واقعی و خیالی دارد، بازی می‌کند و این می‌تواند از بازیکن یک دیگری بسازد. رفت‌وبرگشت میان خیال و واقعیت می‌تواند تمایز میان یک امر خیال‌انگیز و واقعی را برای انسان سخت کند.

۵-۲-۳. وابستگی

در میان سه مؤلفه اصلی که نمودار بالا به آن اشاره داشته است می‌توان وابستگی را نه به‌عنوان مهم‌ترین بلکه به‌عنوان مؤلفه‌ای تعیین‌کننده در شکل‌گیری دیگر مؤلفه‌های ذکر شده دانست. چرا که تغییرات در خودپنداره و فاصله‌گرفتن از واقعیت زمانی در انسان زمانی حادث می‌شود که بازی را بیش از اندازه جدی گرفته و میزان مصرف خود را در این زمینه خارج از استانداردهای لازم ببرد.

یکی از اجزای جدایی‌ناپذیر اکثر بازی‌های ویدئویی مکانیسم‌های وابسته‌سازی است که افراد را تشویق به ادامه هرچه بیشتر بازی می‌کنند که اغلب با اهدافی اقتصادی بنا شده است که می‌تواند در نهایت به حس حضور بیشتر فرد در بازی، یا همان غوطه‌وری منجر شود. در این قسمت به نتایجی که حاصل وابسته شدن بیش از حد انسان به بازی‌های ویدئویی است و نسبتی که می‌تواند با اثرپذیری انسان داشته باشد، در دو زیر شاخه اختیار زدایی و فراموشی منفعت تأکید می‌شود.

اختیار زدایی

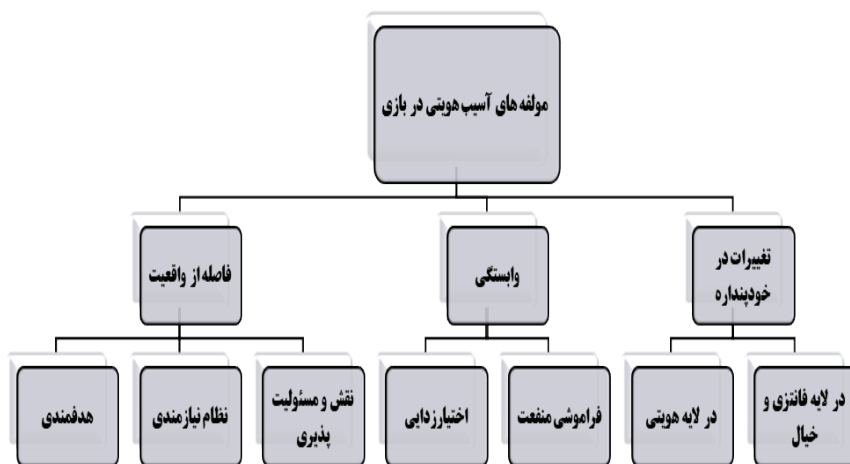
انسان وابسته به بازی‌های ویدئوی اولین چیزی که از دست می‌دهد زمان است و می‌توان گفت این امر در اکثر گیمرها به اختیار خودشان انجام نمی‌شود؛ بلکه عوامل جذاب درون بازی او را غوطه‌ور در جهان بازی ساخته و بر اختیار بازیکن احاطه پیدا می‌کند و این امر می‌تواند باعث فراموشی زمان و دیگر اولویت‌های زندگی بازیکن شود. این فراموشی اختیار و زمان در حین مصرف آغازگر دیگر آسیب‌های موجود در مصرف بازی است. جذابیت‌های بازی ما را از محیط پیرامون و زمان غافل می‌کند و این امر بسان یک کاتالیزگری، سرعت اثربخشی آسیب‌های بازی را نیز بالا می‌برد و یا انسان را در یک چرخه‌ای از مصرف و مصرف‌زدگی قرار می‌دهد به طوری که دیگر مصرف نه وسیله‌ای برای رفع نیاز؛ بلکه به‌عنوان یک هدف تعیین می‌گردد.

۵۷

فراموشی منفعت

همان‌طور که در قسمت وابستگی بیان شد، یکی از اساسی‌ترین اهداف غوطه‌ورسازی و ایجاد وابستگی انسان به گیمر توجیهات و اهداف اقتصادی است. حضور بیشتر افراد در بازی می‌تواند از طریق تبلیغات و... برای تولیدکنندگان پول‌ساز باشد. این وسط آن چه که می‌تواند تهدیدآفرین باشد این است که انسان به‌واسطه وابستگی، نظام اولویت‌سنجی در منافع خویش را فراموش کرده و به سمت پول خرج کردن بیش‌ازپیش در بازی و یا حضور دوچندان او در بازی شود.

نه فقط بازی؛ بلکه جهان دیجیتال می‌تواند در این جا بحث شود. مفهوم سایبر و امر مجازی چه نسبتی با جهان واقع دارد. آن کاراگر و سکه‌ای که جمع می‌کنم چه قدر واقعی است. چه قدر آن من هستم و چه قدر آن می‌تواند من را نمایندگی کند و به من نفع برساند. چه قدر من آنجا عاملیت دارم و چه قدر تحت تأثیر قواعد بازی هستم. سود اصلی که به خود می‌رسد چه قدر است و چیست؟ چه قدر این سود در راستای اجتماعی شدن من است. پاسخ به این سؤالات اهمیت این بحث را شکل می‌دهد.



شکل ۳. نمودار مؤلفه‌های آسیب‌هویتی در بازی

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با تمرکز بر نقش‌بازی‌های ویدئویی در فرایند هویت‌یابی کاربران و تفهیم الزامات سیاسی مرتبط با آن، نشان داد که فهم این پدیده نیازمند نگاهی چندلایه و تلفیقی است. یافته‌ها بیانگر آن است که تأثیر بازی‌ها بر هویت، نه حاصل یک عامل منفرد بلکه برآیند تعامل سه دسته مؤلفه است: اقتضائات بازی شامل قواعد، ژانر، لایه‌های روایی و رویه‌ای و برخط یا آفلاین بودن؛ اقتضائات بازیکن شامل شخصیت‌گیری، اهداف و انگیزه‌ها، رده سنی و ظرفیت‌های شناختی؛ و اقتضائات زمینه‌ای همچون فرهنگ مسلط، بستر اجتماعی و زیست‌بوم فرهنگی. این عوامل میانجی، بستر شکل‌گیری اثرات هویتی را فراهم می‌سازند. تحلیل مضمون داده‌ها نشان داد که بازی‌ها می‌توانند از طریق مؤلفه‌های هویتی متعددی همچون ایجاد فاصله از واقعیت، تغییر در نظام نیازمندی و مسئولیت‌پذیری، وابستگی و اختیارزدایی و تغییر در خودپنداره و لایه‌های فانتزی و خیال بر ساختار هویتی کاربران اثرگذار شوند. این تأثیرات، به‌ویژه در سنین نوجوانی که مرحله حساس شکل‌گیری هویت و پاسخ به سؤالات «من کیستم، کی می‌توانم باشم و کی می‌خواهم باشم» است، شدت بیشتری می‌یابند و می‌توانند موجب بازتولید یا دگرگونی نظام ارزشی و نقش‌های اجتماعی فرد شوند.

نتیجه‌نهایی این پژوهش تأکید می‌کند که بازی‌های ویدئویی نه صرفاً سرگرمی، بلکه رسانه‌ای تعاملی با ظرفیت‌های عمیق فرهنگی و تربیتی هستند. سیاست‌گذاری در این حوزه تنها زمانی اثربخش خواهد بود که بر شناخت دقیق عوامل میانجی، تحلیل آثار هویتی و طراحی راهبردهای جامع و بومی استوار باشد. چنین رویکردی می‌تواند تهدیدات بالقوه بازی‌ها را مدیریت کرده و آن‌ها را به ابزاری برای تقویت هویت ملی، توسعه فرهنگی و ارتقای سرمایه اجتماعی تبدیل کند.

۵۹



شکل ۴. الزامات سیاستی

منابع

۱. اتحادیه رادیو و تلویزیون‌های اسلامی (۱۳۸۹). اتحادیه رادیو و تلویزیون‌های اسلامی. تهران: انتشارات اتحادیه.
۲. ایران‌پور، پرستو (۱۳۸۹). میزان سواد رسانه‌ای و نقش آن در استفاده از رسانه‌های تعاملی (بررسی رفتار ارتباطی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان و دانشگاه صنعتی اصفهان). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
۳. بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای (۱۳۹۹). مروری بر مقررات نظارتی کشورهای مختلف برای تولید، توزیع و مصرف بازی‌های دیجیتال.
۴. بودریار، ژان (۱۳۹۷). وانمودها و وانمود (پیروز ایزدی مترجم). تهران: نشر ثالث
۵. حاجی حیدری، حامد، و اکرم، کیانوش (۱۳۹۹). سنخ‌بندی نظریات مربوط به بازی‌های ویدئویی.
۶. حاجی حیدری، حامد، و اکرم، کیانوش (۱۳۹۹). هویت‌یابی در فرایند بازی‌های ویدئویی مطالعه موردی چهار بازی شاخص: دوک نوکم، دزدی بزرگ اتومبیل، طومارهای پیران، ندای وظیفه. جامعه‌شناسی کاربردی (۳۱).
۷. رزاقی، محسن (۱۴۰۱). هویت در زمین‌بازی‌های رایانه‌ای. <https://www.oshdmag.ir/fa/article/29486>
۸. روشن، امیر (۱۳۸۶). علی شریعتی و الیناسیون فرهنگی. پژوهشگاه علوم سیاسی، (۴).
۹. سادات، میر سبحان (۱۴۰۲). رمزگشایی از دنیای نوجوانی. مؤسسه فرهنگی منادی تربیت.
۱۰. عاملی، امیررضا (۱۴۰۳). عناصر و مؤلفه‌های ازخودبیگانگی رسانه‌ای در بازی‌های ویدئویی، مورد مطالعه بازی‌های ویدئویی برخط در میان نوجوان متوسطه شهر کرج. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق (ع).
۱۱. عاملی، امیررضا (۱۴۰۳). تبیین نقش خیال در شکل‌گیری هویت کاربران رسانه‌های اجتماعی با تأکید بر بازی‌های ویدئویی، فصلنامه علمی دین و ارتباطات، (۳۱).
۱۲. کاظمی (۱۳۹۲). تأثیر بازی‌های غیربومی بر هویت دانش‌آموزان. فصلنامه فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، (۴).
۱۳. کرافورد، گری (۱۳۹۷). گیم‌های ویدئویی، مترجم زینب مددی، بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، تهران.
۱۴. کوثری، مسعود، و شاه قاسمی، احسان (۱۳۸۸). تعاملی بودن در بازی رایانه‌ای (فراخوانی به خدمت). فصلنامه تحقیقات فرهنگی.
۱۵. لافی، دن (۱۳۹۶). موضوعات کلیدی در نظریه رسانه‌ها (ترجمه یونس نوربخش). تهران: انتشارات علمی فرهنگی.
۱۶. محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۹۹). رسانه‌شناسی. تهران: سمت.
۱۷. مک‌لوهان، مارشال (۱۳۷۷). برای درک رسانه‌ها (ترجمه سعید آذری). تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صداوسیما.
۱۸. مهدی‌زاده، محمد (۱۳۹۷). نظریه‌های رسانه. تهران: انتشارات همشهری.
۱۹. مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ای مؤسسه همشهری (۱۳۹۰). بازی‌های رایانه‌ای. تهران: نشر همشهری.
۲۰. مینایی، بهروز، و رازی‌زاده، علی (۱۳۹۳). عناصر شکل‌دهنده حس حضور و بازتاب آن بر هویت کاربران بازی‌های رایانه‌ای. تحقیقات فرهنگی ایران، (۲)۷.

۲۱. عندلیب، سمیه (۱۳۹۰). فلسفه رسانه و از خودبیگانگی (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه تهران.
۲۲. طاهری، آرین (۱۴۰۰). بلاغت در بازی‌های رایانه‌ای. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
23. gor S. Mayer. (2009). "The Gaming of Policy and the Politics of Gaming: A Review". *Sage Journals*.
24. Hunicke, Robin, LeBlanc, Marc, & Zubek, Robert. (2004). *MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research*. Available on https://www.researchgate.net/publication/228884866_MDA_A_Forma_Ap.
25. Mark O'Brien (2023). "The many facets of culture in digital games policy: the EU dimension", *Game Journal*.
26. MLA. Cerezo-Pizarro, Mario, et al. (2023) "The Cultural Impact of Video Games: A Systematic Review of the Literature", *Education Sciences*, 13(11), 2023.
27. Rigby, S. & Ryan, R. M. (2011). *Glued to games: How video games draw us in and hold us spellbound*. Praeger/ABC-CLIO.