



عبدالمهدی آکامنش



# زیردکمه‌های گیم‌پر

اشاره

با این که کم‌تر از ۴۰ سال از عرضه نخستین بازی رایانه‌ای می‌گذرد، این بازی‌ها توانسته‌اند جایگاه خوبی بین جوانان و نوجوانان پیدا کنند. در آمریکا تقریباً همه جوانان و نوجوانان بازی رایانه‌ای را تجربه کرده‌اند. آمار در کشورهای صنعتی دیگر نیز نزدیک به همین است؛ اما آیا این بازی‌ها فقط سرگرمی هستند؟ بازی‌های رایانه‌ای پس از مدتی کوتاه مورد توجه سرمایه‌داران قرار گرفتند و فرم و محتوایشان تغییر یافت، به گونه‌ای که افزون بر سرگرمی، محلی شدند برای القای فرهنگ و اندیشه صاحبان قدرت. سؤال مهم این جاست: آن‌ها از چه راه‌هایی برای رسیدن به اهداف خود استفاده می‌کنند؟

بازی‌های رایانه‌ای بیش‌تر مخاطبان خود را بین نوجوانان و جوانان یافته است. با توجه به حساسیت این دوره سنی و اهمیت آن در شکل‌گیری شخصیت افراد، صاحبان سرمایه که به طور معمول صاحبان قدرت و رسانه‌ها نیز هستند، با سرمایه‌گذاری‌های کلان و ایجاد شرکت‌های بزرگ بازی‌سازی، امور تولید و توزیع این محصول را در دست گرفتند، تا آن‌جا که تولیدکنندگان کوچک‌تر بازی‌های رایانه‌ای مجبورند برای عرضه محصولات خود دست به دامان این شرکت‌ها شوند.

سودآوری مالی یکی از مهم‌ترین جنبه‌های این امپراتوری است. جنبه دیگر، نفوذ برنامه‌ریزی شده در لایه‌های فکری و القای فرهنگ و تعاریف دلخواه صاحبان ثروت است. آنان برای رسیدن به هدف، از همان ابزارهایی بهره می‌گیرند که هر فرهنگی برای گسترش خود به

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی





بازی با هدف قرار دادن نمادهای خاص و استفاده هوشمندانه، احساسات خاصی را درباره آن نمادها برمی انگیزد. برای مثال، در بازی‌های سیاسی چند سال اخیر، به طور معمول خانه‌های گنبدی شکل و یا مکان‌های بزرگی که دارای گنبد هستند (مساجد) از مکان‌های حساس و کلیدی به شمار می آیند.



تصاویری از محیط بازی (Screen shat) را ارائه می‌کنند. اجرای جلوه‌های خاص نوری (نور خورشید، بازتاب نور و ...) و جلوه‌های محیطی (خاک، ابر، دود و ...) از اجزای اصلی گرافیک بازی هستند. بالا بودن سطح گرافیک بازی از این لحاظ مهم است که تقریباً هیچ کس بازی‌ای با سطح گرافیک پایین را بازی نمی‌کند و در نتیجه به شکستی محتوم در همه زمینه‌ها دچار می‌شود. افزون بر این تعریف خاص، تصویر به تمام چیزهای دیدنی در بازی دلالت می‌کند. نحوه نفوذ بازی‌های رایانه‌ای از این گذرگاه به طور معمول عبارتند از: پوشش کلی - نمادهای تصویری.



پوشش شخصیت‌ها از مواردی است که



تأثیری فراوان بر مخاطب بازی می‌گذارد. پس از عرضه یک بازی، شرکت مزبور مبادرت به عرضه لباس‌ها و لوازم شخصیت‌های آن می‌کند و این کار علاوه بر سودآوری اقتصادی، در گسترش شیوه پوشش و در نهایت تفکر خاص القا کننده آن پوشش مؤثر است. نزدیکی مخاطب با شخصیت بازی تا آن جا پیش می‌رود که بسیاری از مخاطبان علاوه بر استفاده از لباس‌های شخصیت، می‌کوشند حتی مدل

استفاده از آن‌ها نیاز دارد. این ابزار عبارتند از:

۱. تصویر: تصویر عبارت از هر چیز دیدنی است، و در بازی‌های رایانه‌ای علاوه بر مؤلفه‌های تصویری رسانه‌های بصری دیگر مانند سینما و عکاسی، شامل سطح گرافیک بازی (با کمی اغماض، واقع‌نمایی) نیز هست. سطح گرافیک در بازی‌های رایانه‌ای به طور معمول با نزدیکی به جهان واقعیت ارزیابی می‌گردد. محیط، افراد، حرکت‌ها و فیزیک بازی (تأثیر اشیای جنسی بر بازی و حرکت‌های طبیعی آن‌ها در افتادن، شکستن و ...) در این دسته‌اند. تأثیر این مورد در اقبال مخاطبان تا آن جاست که اکثر بازی‌ها برای تبلیغ خود، قبل از هر چیز

مو و ظاهر خود را نیز شبیه آن کنند. از نکات بسیار مهم دیگر، نمادهای تصویری خاص و استفاده هوشمندانه، احساسات خاصی را درباره آن نمادها برمی انگیزد. برای مثال، در بازی‌های سیاسی چند سال اخیر، به طور معمول خانه‌های گنبدی شکل و یا مکان‌های بزرگی که دارای گنبد هستند (مساجد) از مکان‌های حساس و کلیدی به شمار می‌آیند.

زبان عربی در موارد بسیاری، نه بر عرب بودن افراد که بر مسلمانان بودن آن‌ها اشاره دارد و با نمادهایی چون هلال ماه، بازی‌های بسیار شده است. از سوی دیگر، پرچم کشورهای خاصی خاص (مانند آمریکا و انگلیس) در این بازی‌ها نشانه مکانی امن و دور از جنجال جنگ است. این نمادها وقتی در شرایط بازی قرار می‌گیرند، همان شرایط بازی را در ذهن متبادر می‌سازند.

۲. صوت: صوت یعنی هر چیز شنیدنی در بازی. موارد صوتی در بازی‌های رایانه‌ای را می‌توان به بخش‌های زیر تقسیم کرد:

دیالوگ، موسیقی و صداها بازی. دیالوگ، آسان‌ترین و پیش پا افتاده‌ترین وسیله برای القای مفهومی خاص است. در دیالوگ‌هاست که ما اطلاعات ضروری را درباره شخصیت‌ها، مکان‌ها و چیزهای دیگر به دست می‌آوریم.

موسیقی بیش‌تر برای القای حس و حال در بازی به کار می‌رود. ترس، دلهره و آرامش با موسیقی حالتی شدت یافته پیدا می‌کند. علاوه بر این، خود موسیقی می‌تواند به تنهایی القا کننده مفهومی ویژه باشد. این مورد به طور معمول زمانی رخ می‌دهد که یا از موسیقی آشنا استفاده می‌شود که از پیشینه آن آگاهی داریم و یا در بازی، از این موسیقی تعریفی خاص ارائه شده است.

از مثال‌های موردنخست می‌توان به موسیقی متن فیلم‌ها و استفاده از آن‌ها در بازی‌ها اشاره کرد که یادآور حس و حال فیلم است. مورد دوم حالتی شبیه به لایت موتیف (مضمون تکرار شونده) دارد. برای نمونه، در یک بازی همزمان با صدای اذان، موسیقی خاصی پخش می‌شود. در چند مرحله بعد





بازی می‌شدید و به صورت شبیه‌سازی شده به بازی می‌پرداختید. ارتباط با همسر، همسایگان و دوستان، انتخاب شغل و ... از موارد مهم این بازی بودند. با موفقیت این بازی، نسخه‌های دیگری چون زندگی در کالج، زندگی با حیوانات خانگی، عشق‌یابی، چگونگی حضور در مهمانی‌های شبانه، مسافرت‌های تفریحی و ... به عنوان بسته‌های الحاقی ارائه شدند. این مجموعه بازی شامل تمامی ریزه‌کاری‌های یک زندگی غربی است و یک مدل زندگی غربی به تمام معنا به شمار می‌آید.



**در یک بازی همزمان با صدای اذان، موسیقی خاصی پخش می‌شود. در چند مرحله بعد و هنگام حمله تروریست‌ها همان موسیقی دوباره تکرار می‌شود و این موسیقی در این لحظه، در ناخودآگاه ذهن حس منفی نسبت به صدای اذان پدید می‌آورد (اگر باور نمی‌کنید نگاهی به مقوله شرطی شدن ذهن بیندازید!)**

اعمال دینی آن‌ها مصون نمی‌ماند. برای مثال، در بازی Hitman ۲ عملیات هنگام نماز انجام می‌شود؛ یعنی درست زمانی که نگهبانان به نماز مشغولند و این غفلت (!) فرصت ایجاد عملیات را فراهم می‌کند. مواردی این چنین بسیارند و بحث موردی در این زمینه ما را به جایی نخواهد رساند.

**ب: نگرش آخر الزمان:** در بازی‌هایی که این نگرش در آن‌ها وجود دارد، با پایان جهان و از بین رفتن تمدن بشری مواجهیم. این پایان یا بمبی عظیم است که بشریت را نابود می‌کند و یا موجوداتی هستند که از کرات دیگر برای نابودی تمدن بشری آمده‌اند. این نگرش و معرفی قهرمانانی زمینی و ارتباط نداشتن با ماوراء، نشان دهندهٔ امدادگری غربی است که برای برقرار ماندن تمدن بشری نیازمند اویم. به عبارت دیگر، منجی آن علایم و مشخصاتی را دارد که صاحبان سرمایه برایمان معرفی می‌کنند.

**ج: سبک زندگی:** این مورد در نگاه نخست چندان مهم به نظر نمی‌رسد؛ اما ظهور یک بازی پرترفدار به نام Sims نظر همگان را عوض کرد. سبک زندگی در بسیاری از بازی‌ها کاملاً غیر مستقیم به مخاطب القا می‌شود؛ در حالی که سری بازی‌های Sims اختصاصی برای همین مورد ساخته شده‌اند. در نسخهٔ اول این بازی با انتخاب یک شخصیت وارد

و هنگام حمله تروریست‌ها همان موسیقی دوباره تکرار می‌شود و این موسیقی در این لحظه، در ناخودآگاه ذهن حس منفی نسبت به صدای اذان پدید می‌آورد (اگر باور نمی‌کنید نگاهی به مقوله شرطی شدن ذهن بیندازید!)

**۳. محتوا:** محتوا شاید اصلی‌ترین مؤلفه در القای مفاهیم باشد. تمام موارد مذکور، حتی اگر در بهترین شرایط خود باشند، تحت تأثیر محتوا هستند. مواردی که در این جا قصد بیان آن‌ها را داریم عبارتند از: القای خطر مسلمانان، نگرش آخر الزمان و سبک زندگی.

**الف: القای خطر مسلمانان:** در بسیاری از بازی‌های نظامی - سیاسی چند سال اخیر و با توجه به ایجاد موج اسلام‌ستیزی، مسلمانان بهترین مورد برای اهداف نظامی در نظر گرفته شده‌اند. تعداد این بازی‌ها آن قدر فراوان است که حتی نام بردن از آن‌ها به تنهایی سطور بسیاری را به خود اختصاص خواهد داد، اما از شاخص‌ترین آن‌ها می‌توان به این بازی‌ها اشاره کرد:

The mark - Assassins creed - Call of duty ۲ - Hitman

در این بازی‌ها مسلمانان که افرادی تروریست معرفی می‌شوند و تمام نمادهای آنان نشان دهندهٔ خطر است، مورد هجوم همه جانبه قرار می‌گیرند و در این بین حتی

**صاحبان سرمایه که به طور معمول صاحبان قدرت و رسانه‌ها نیز هستند، با سرمایه‌گذاری‌های کلان و ایجاد شرکت‌های بزرگ بازی‌سازی، امور تولید و توزیع این محصولات را در دست گرفتند، تا آن‌جا که تولید کنندگان کوچک‌تر بازی‌های رایانه‌ای مجبورند برای عرضهٔ محصولات خود دست به دامان این شرکت‌ها شوند.**