

بازنمایی ایدئولوژی‌های فرهنگی در بازی‌های رایانه‌ای

هادی خانیکی*

محیا برکت**

تاریخ دریافت: ۹۴/۱۱/۱۷

تاریخ پذیرش: ۹۵/۳/۵

چکیده

بازی‌های رایانه‌ای از جمله کالاهای پر تقاضای فرهنگی در جهان پیش رو جامعه ما به شمار می‌آیند، از این رو به لحاظ خلق، انتقال و توزیع ارزش‌های فرهنگی نیز مورد توجه قرار گرفته‌اند. این مقاله با توجه به همین ویژگی ارتباطی بازی‌های رایانه‌ای به مطالعه بازنمایی ایدئولوژی‌ها و ارزش‌های فرهنگی آنها پرداخته است. مطالعه موردی این تحقیق تحلیل نشانه‌شناسی سه بازی رایانه‌ای "مدافعان کریلا"، "مقاومت" و "میر مهنا" است که با پشتیبانی سه نهاد رسمی عرضه شده‌اند.

hadi.khaniki@gmail.com

* دانشیار علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی

** دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات ارتباطات اجتماعی علوم تحقیقات تهران دانشگاه آزاد اسلامی. (نویسنده

mahyabarekat@gmail.com

مسئول).

هدف این مطالعه، چگونگی پردازش ایدئولوژی‌های فرهنگی در محتوای بازی رایانه‌ای از سوی بازی‌سازهای ایرانی است.

روش تحقیق در این مطالعه روش کیفی، مبتنی بر نشانه‌شناسی است که در این باب از نظریه‌های رولان بارت برای تحلیل رمزگان فرهنگی و فلیپ تاگ برای واکاوی نشانه‌های رسانه استفاده شده است.

نتایج تحقیق که در دو سطح ماهیت رسانه و ایدئولوژی‌های فرهنگی استخراج شده‌اند نشان‌دهنده آن‌اند که بازی‌های رایانه‌ای ایرانی از قابلیت‌های خاص رسانه بازی مانند "تعاملی بودن" و "روایت سازی" توسط بازیکن استفاده نکرده‌اند. در بعد ایدئولوژی‌های فرهنگی نیز نتایج تحقیق نشان می‌دهد که میان محتوای ایدئولوژیک بازی‌ها و ایدئولوژی‌های فرهنگی نهاد سازنده بازی ارتباط تنگاتنگی وجود دارد پس سیر روایی بازی مبتنی بر ارزش‌های رسمی است.

واژه‌های کلیدی: ایدئولوژی فرهنگی، بازنمایی، بازی رایانه‌ای،

نشانه‌شناسی، مدافعان کریلا، مقاومت، میر مهنا

مقدمه

بازی یکی از دیرینه‌ترین رفتارهای بشری است که از دیرباز به‌عنوان بخشی از فرهنگ شناخته شده است. در این میان "بازی‌های رایانه‌ای" از ویژگی‌هایی برخوردار هستند که آن‌ها را نه تنها نسبت به بازی‌های سنتی بلکه از رسانه‌های سنتی نیز متمایز می‌سازند. بازی‌های رایانه‌ای که در قلب تحولات تکنولوژیکی دهه‌های پایانی قرن بیستم ظهور پیدا کرده‌اند با جاذبه‌های فراوان خود توجه طیف کثیری از کاربران رسانه‌های جدید را به خود جلب کرده و عملاً به رقیب پر قدرت رسانه‌های پرمصرف گذشته تبدیل شده‌اند، به‌گونه‌ای که استفاده از آن‌ها در صدر فعالیت‌های فراغتی بسیاری از کاربران به‌ویژه کودکان و نوجوانان قرار گرفته است (علیزاده، ۱۳۸۵: ۴).

حضور بازی‌های رایانه‌ای در دنیای رسانه‌ای در دهه‌های اخیر سه موج از نگرش‌ها را رقم‌زده است. موج اول تحقیقات علمی درباره بازی‌ها تحت تأثیر هراس اخلاقی شکل گرفت. اما تحقیقاتی که بیشتر توسط روانشناسان صورت گرفت آثار مثبت زیستی روانی و شناختی بازی‌ها را گوشزد می‌کرد. از این‌رو بازی‌ها به‌عنوان ابزاری اساسی در یادگیری و آموزش جدید مورد توجه قرار گرفتند (کوثری، ۵۳:۸۷). موج سوم را می‌توان گذر از بدبینی‌های دوره نخست و خوش‌بینی‌های دوره دوم و رسیدن به نگاهی واقع‌بینانه دانست. به نظر می‌رسد موج سوم (که در کشورهای توسعه‌یافته حاکم است) درصدد است تا با مقایسه داده‌های این دو دوره به نگاهی واقع‌بینانه در خصوص وضعیت بازی‌های رایانه‌ای دست یابد.

این مقاله با مطالعه ویژگی‌های رسانه بازی و بررسی توانمندی این رسانه در انتقال ایدئولوژی‌های فرهنگی، در پی آن است که موضوع را با پرداختن به سه بازی رایانه‌ای ایرانی مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد.

بیان مسئله

اهمیت پدیده بازی‌های رایانه‌ای در میان بازی‌های جدید به حدی است که برخی محققان آن را بااهمیت اختراع چاپ توسط گوتنبرگ یکسان می‌دانند. آن‌ها معتقدند در اینجا شما با نسل جدید از کودکانی روبه‌رو هستید که با این دانش که می‌توانند آنچه را که بر روی صفحه است تغییر دهند، رشد می‌کنند (علیزاده، ۵۳:۱۳۸۵).

این اظهار نظر بالستورف (۲۰۰۶) که می‌گوید: "درست زیر دماغ ما عصر اطلاعات دارد تبدیل به عصر بازی کردن می‌شود" (کوثری، ۱:۱۳۸۹) نیز اهمیت بازی را نشان می‌دهد.

در این میان آمارهای موجود نیز از اهمیت و محبوبیت این رسانه حکایت دارند. بر اساس گزارش سال ۲۰۱۲ انجمن سرگرمی‌های نرم‌افزاری آمریکا، ۴۹ درصد

خانوارهای آمریکایی یک کنسول بازی در اختیار دارند و سایرین بیش از یک کنسول در اختیار دارند (سایت THEESA، ۲۰۱۲). همچنین بازی‌های رایانه‌ای در سال ۲۰۰۷ سودی در حدود ۱۱ میلیارد دلار نصیب شرکت‌های تولیدکننده بازی‌ها کرده که این مبلغ از سود کسب شده توسط سینمای جهان بیشتر است (بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، ۱۳۸۹:۴). در برخی منابع بازی‌های رایانه‌ای پر رشدترین صنعت دنیا در ده سال گذشته معرفی شده‌اند و پیش‌بینی شده تا سال ۲۰۲۰ به دومین صنعت دنیا تبدیل شوند (سایت Jamdijital، ۲۰۱۲). همه این عوامل نشان‌دهنده اهمیت روزافزون بازی‌های رایانه‌ای در دنیای جدید است.

اهمیت بازی‌های رایانه‌ای در حالی مطرح است که برنامه‌ریزان بازی‌های رایانه‌ای مجموعه‌ای از پیام‌ها را از طریق این رسانه منتقل می‌کنند که بازی‌کنان در قالب شخصیت بازی در طول عمل بازی کردن آن‌ها را دریافت می‌کنند و این پیام‌ها غالباً متأثر از فرهنگ و ایدئولوژی‌های فرهنگی است.

ارتباط عمیق بازی‌ها با جهان فرهنگ تا حدی است که برخی معتقدند بازی‌های رایانه‌ای به نوعی "بازی گونه کردن فرهنگ" می‌انجامد. در واقع به وسیله بازی است که یکبار دیگر فرهنگ خلق می‌شود. دقیقاً در این نقطه است که تأثیر مهم بازی‌ها در ارتباط با فرهنگ آشکار می‌شود. در جهان بازی‌ها نه تنها بر اساس ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی عمل می‌شود و بنابراین ما با نوعی بازتولید آن‌ها مواجهیم بلکه ترکیب‌ها و سنتزهای جدیدی نیز روی می‌دهد که از قبل پیش‌بینی نشده‌اند (گیویان، ۱۳۸۲:۸).

بر این اساس این مقاله درصدد است تا با تحلیل بازی‌های رایانه‌ای به این سؤال پاسخ دهد که بازی‌های گزینش شده چه ارزش‌ها و ایدئولوژی‌های فرهنگی را منتقل می‌کنند و چگونه و در قالب چه نشانه‌هایی این پیام‌ها ارسال می‌شود.

چیستی ویژگی‌های بازی‌های رایانه‌ای

بازی، غالباً فعالیتی اختیاری و باهدف سرگرمی و لذت بردن تعریف می‌شود. هرچند که در طول تاریخ اندیشمندان متفاوتی در خصوص بازی سخن گفته ویژگی‌های متفاوتی برای آن برشمرده‌اند.

برای جامعه‌شناسانی چون ماکس وبر^۱ و جرج زیمل^۲ بازی به معنای فعالیت اجتماعی انجام‌شده در چارچوب شبکه‌ای از قواعد، نقش‌ها و روابط است و به‌وسیله میل به انجام یک هدف تعریف شده، راهنمایی می‌شود. از نگاه زیمل بازی دارای کارکرد آماده‌سازی افراد برای پذیرش نقش‌های بزرگسالی است. وبر نیز عمدتاً به رواج تاریخی بازی‌ها به‌عنوان یک پدیده اجتماعی توجه دارد (احمدی، ۱۳۷۷: ۵۰). اما از نظر هویزینگا، مورخ هلندی^۳ بازی عبارت است از "فعالیت یا اشتغالی داوطلبانه که در محدوده‌های ثابت زمان و مکان، با قواعدی که آزادانه پذیرفته شده اما مطلقاً الزام‌آور نیستند با هدفی در خود انجام شده و با احساس تنش، لذت و آگاهی از تفاوت بودن آن از زندگی روزمره همراه است" (کوثری، ۱۳۸۹: ۱۰ و ۱۱). تعریف هویزینگا از بازی بر چند نکته تأکید دارد: اختیاری یا داوطلبانه بودن، محدودیت‌های زمانی و مکانی، قواعد بازی، هدف در خود، احساس تنش و لذت، آگاهی از تفاوت با زندگی معمولی. این ویژگی‌ها اگرچه میان بازی‌های سنتی و بازی‌های ویدئویی مشترک‌اند با این حال بازی‌های رایانه‌ای ویژگی‌هایی دارند که آن‌ها را از منظر بازیکنان جذاب می‌سازند. به نظر کوثری مهم‌ترین ویژگی بازی‌های رایانه‌ای عبارت‌اند از: تعاملی بودن، داستانی بودن، قابلیت راهبری دیگری، بیرونی سازی خود، تجربه‌های جدید، خطرپذیری بی‌خطر (کوثری، ۱۳۸۹: ۱۵).

1. Max Weber
2. George Simmel
3. Juhan Huizinga

در این میان، بازی‌های رایانه‌ای با سایر رسانه‌ها اشتراکاتی دارند. سینما رسانه‌ای است که ویژگی‌های آن در وهله نخست با ویژگی‌های رسانه‌ای بازی‌های رایانه‌ای قرابت دارد. زیرا مفاهیمی نظیر کاراکتر، سناریو، سبک و زاویه روایت و بسیاری مفاهیم دیگر بازی را همچون نوع جدیدی از فیلم تلقی می‌کنند. بازی‌ها از سوی نظیر ادبیات هستند. داستان‌های بازی‌ها می‌توانند همچون ادبیات داستانی با مفاهیم نقد ادبی مورد مطالعه قرار گیرند. با وجود این بازی رایانه‌ای را نه می‌توان در قامت فیلم و نه در قامت داستان تفسیر کرد.

بازی‌ها به دو دلیل عمده تعاملی بودن و امکان‌پذیری روایت سازی بازیگر، متفاوت از دیگر رسانه‌ها عمل می‌کنند به‌جز معانی نهفته در قهرمانان و بازیگرها، اشیاء، کنش‌ها، حالات و رویدادهای طراحی شده در بازی؛ عناصر داستانی هم در معنا سازی دخالت دارند. وجه اول شباهت به رسانه فیلم دارد وجه دوم با متون ادبی مشابه است (محسنی آهویی، ۱۳۸۷:۱۸ به نقل از میرز، ۲۰۰۶).

از سوی دیگر مرز میان بازی‌های رایانه‌ای و سایر رسانه‌های دیجیتالی نیز به‌روشنی مشخص نیست. همان‌طور که موری، صاحب‌نظر حوزه رسانه‌های جدید و بازی‌های رایانه‌ای می‌نویسد: بازی‌های رایانه‌ای از چهار قابلیت کلیدی رسانه‌های دیجیتالی برخوردارند. آن‌ها رویه‌ای، مشارکتی، جامع و فضایی هستند (Murray, 2006: 187).

موری^۱ رایانه را به‌عنوان رسانه‌ای جدید برای پرداختن به فعل قدیمی داستان‌گویی تعریف کرده است. تحلیل او شامل بازی‌های رایانه‌ای به همراه دیگر محصولات مصنوعی مانند فرا متن، بافت‌های پیاپی و گپ زدن‌های تعاملی می‌شود. او برای سه ویژگی مهم در رسانه تمایز قائل می‌شود که عبارتند از: غوطه‌وری، مأموریت و دگرگونی. او با غوطه‌وری نشان می‌دهد که قدرت رسانه برای کمک کردن به کاربر

1. Murray

برای ساخت عقیده بیشتر از تعلیق بی‌اعتقادی است. مأموریت رسانه، ظرفیت رسانه است که به کاربر اجازه می‌دهد تا عملیاتی را به اجرا درآورد که نتایج آن نمایش داده می‌شود. در نهایت موری با مفهوم دگرگونی توضیح می‌دهد که توانایی جلوه‌های ویژه گرافیکی در چند چشم‌انداز جهانی را شبیه‌سازی می‌کند که می‌تواند سطح مشخصات قبلی توصیف شده را بالا ببرد (Frasca, 2001: 18).

موری به رایانه به‌عنوان دستگاه گسترش‌دهنده داستان‌گویی می‌نگرد و مفهوم قصه‌گویی را تا آنجا گسترش می‌دهد که آن را نمایش سایبر می‌نامد که شامل بعد سنتی (ادبیات، تئاتر، فیلم) و شکل تعاملی (بازی‌های کامپیوتری، فرا متن، چت کردن) می‌شود (Frasca, 2001: 18).

در اینجا به برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های بازی‌های رایانه‌ای پرداخته می‌شود:

۱) تعامل: تعاملی بودن مفهومی است که برای گونه‌ای از رسانه‌های نوین به کار می‌رود که امکان ایجاد رابطه دو یا چند سویه و بازخورد را فراهم می‌کنند. "تعامل" نه‌تنها ویژگی بازی‌های رایانه‌ای بلکه وجه تمایز این رسانه از سایر رسانه‌ها است. به‌طوری‌که تعامل در بازی‌های رایانه‌ای هم بعد فنی و هم محتوا و ادراک کاربر را در برمی‌گیرد.

بعضی متخصصان مثل جوینر^۱ تعاملی بودن بازی‌های رایانه‌ای ویدئویی را در مقابل داستان‌گویی قرار داده و معتقدند هر چه یک بازی از داستان‌گویی و عبور از مراحل از پیش تعیین شده دور شود و بیشتر جنبه کاربر محوری داشته باشد تعاملی‌تر است. از نگاه او داستان‌گویی به سازنده و تعاملی بودن به بازیگر مسئولیت می‌دهند (شاه قاسمی، ۱۳۸۸: ۵). "تعامل" در بازی‌های رایانه‌ای دو پیامد را به دنبال دارد که می‌توان از آنها به‌عنوان "توهم آزادی" و "غوطه‌وری" یاد کرد.

ویژگی تعاملی بودن در بازی‌های رایانه‌ای به‌نوعی منجر به فریب بازیکن می‌شود. گویی قواعد از پیش تعیین‌شده‌ای در بازی وجود ندارد. گویی ما با یک گیم مواجه نیستیم بلکه در حال تجربه دنیایی هستیم که کاملاً باز است. فراسکا می‌گوید "آزادی" وعده نهایی رسانه‌های موسوم به نوین هستند. بازیکن چنان تصور می‌کند که اسیر یک بازی از پیش تعیین‌شده و بسته نیست و هر آنچه دلش می‌خواهد می‌تواند انجام دهد. همین توهم آزادی است که تجربه‌ای لذت‌بخش را برای بازیکن فراهم می‌سازد. از سوی دیگر بازیکن به مدد ویژگی تعاملی در بازی رایانه‌ای آنچنان در محتوا درگیر و غوطه‌ور می‌شود که جدایی از این محتوا برای او ناممکن است (کوثری، ۱۳۸۹: ۳۱).

۲) روایت: بازی رایانه‌ای قادر است جهان را هم از مسیر اجرایی و فنی و هم از مسیر محتوایی و روایی نمایان کند.

اگرچه بازی رایانه‌ای به دلیل وقوع همه رویدادها در "هم‌اکنون" از زمان روایی پیروی نمی‌کند اما از لایه‌های گوناگون روایت بهره می‌برد در واقع روایت در بازی‌های رایانه‌ای کوششی است برای ایجاد ساختاری بامعنی و پیش‌انگازانه از اعمال (آرین، ۱۳۸۹: ۵۰).

گونزالو فراسکا، پژوهشگر حوزه بازی با پرداختن با مفهوم لودوس آفرآیند روایت در بازی را شرح می‌دهد و می‌نویسد: لودوس فعالیت است که نظامی از قواعد بر آن حاکم است. برنده و بازنده، غالب و مغلوب بر اساس این قواعد تعیین می‌شود. مفهوم لودوس می‌تواند در درک رابطه میان این نوع خاص از تفنن و روایت کارساز باشد قواعد لودوس می‌تواند به سهولت میان بازیکنان گوناگون جابه‌جا شود (فراسکا، ۱۳۸۲: ۲۶۸). بازی در حین پیشرفت انجام می‌شود. آغاز بازی، مرحله‌ای پیش‌تر است، یعنی مرحله تعیین و پذیرش قواعد بازی توسط بازیکنان. مرحله پایانی به نتیجه منجر

بازنمایی ایدئولوژی‌های فرهنگی در بازی‌های ... ۱۰۷

می‌شود، مرحله‌ای که طبق قواعد سرنوشت برنده یا بازنده مشخص می‌شود (فراسکا، ۲۶۹:۱۳۸۲).

بر این اساس میان بازی (لودوس) و روایت ارتباطی تنگاتنگی وجود دارد. اصطلاح لودولوجی نیز برای بیان این رابطه مورد استفاده قرار گرفته است به طوری که برخی لودولوجی^۱ را "روایت شناسی بازی" و برخی "بازی شناسی معنا" دانسته‌اند. مسعود کوثری در این زمینه می‌نویسد: "معنای لودولوجی چیزی جز روایت از طریق کشف فضا نیست و دقیقاً در جریان این کشف فضا و شکل‌گیری روایت است که هویت بازیکن ساخته می‌شود." (کوثری، ۱۳۸۹: ۸۹). این تعریف، یک ویژگی رسانه‌ای بازی را نیز توصیف می‌کند.

بازی‌های رایانه‌ای که به تعبیری در امتداد سیر انیمیشن و پیش‌تر از آن فیلم قرار گرفته‌اند با تکیه بر ویژگی فراتری یعنی "تعاملی بودن" به بازیکن این امکان را می‌دهند تا غوطه‌وری در رسانه را تجربه کنند. در اینجا است که بازیکن فاصله‌ای میان خود و شخصیت‌های بازی نمی‌بیند و گمان می‌کند خود، جزئی از فضایی است که از ابتدا به آن تعلق داشته است. همه این عوامل موجب می‌شود تا بتوان ادعا کرد که بازی‌های رایانه‌ای در شکل‌گیری فکر، سلیقه، رفتارها و کنش‌های افراد تأثیر دارد و می‌تواند تبلوری از معانی فرهنگی یک جامعه باشد که بازیکن در آن زندگی و آن را مجازی تجربه می‌کند.

جایگاه بازی‌های رایانه‌ای در ایدئولوژی‌های فرهنگی

میان بازی‌های رایانه‌ای و جهان فرهنگ رابطه‌ای دوسویه وجود دارد. از یک سو بازی‌های رایانه‌ای با استفاده از ذخیره‌های فرهنگی یک قوم و ملت می‌توانند متولد شوند و از سوی دیگر توان القای ارزش‌های فرهنگی خود بر جامعه مخاطب را دارند.

1. Ludology

در اینجا می‌توان بر اساس نظریه امتحان و شبیه‌سازی بودریار بیان کرد که بازیکن در فضای بازی مورد امتحان قرار می‌گیرد و از طریق این امتحان، ایدئولوژی موجود در بازی، بازتولید می‌شود و از سوی دیگر با شبیه‌سازی، روایت در بازی رایانه‌ای شکل می‌گیرد و گفتمان خلق می‌شود.

گرت، با وام گرفتن از مفهوم امتحان بودریار، یادآور می‌شود که: "...بازی‌ها شیوه‌های تقسیم‌بندی یا ماشین‌های طبقه‌بندی هستند: آن‌ها نه به‌عنوان "چشم‌انداز" بلکه بیشتر به‌عنوان "تدابیری برای امتحان کردن" هستند. کنش‌ها توسط منطق واژگان دوگانه روند پذیر شده‌اند: درست یا خطا، موفقیت یا شکست، تنبیه یا پاداش" (گرت، ۱۳۸۷: ۵۹).

همچنین آرسن^۱ پای نظریه شبیه‌سازی بودریار را به بازی‌های رایانه‌ای می‌کشد و می‌نویسد: بازی‌های رایانه‌ای مبتنی بر شبیه‌سازی هستند. در شبیه‌سازی، دانش و تجربه بیش از آن‌که حاصل نویسنده یا خالق باشد، به‌وسیله کنش‌های بازیکن و استراتژی‌ها حاصل می‌شود. آنچه در متن، ارائه روایت نامیده می‌شود و می‌تواند مورد تفسیر قرار گیرد، در بازی با شبیه‌سازی اتفاق می‌افتد. شبیه‌سازی، گفتمان بازی را خلق می‌کند که به‌واسطه آن داستان‌سرایی حادث می‌شود (محسنی آهویی، ۱۳۸۸ به نقل از گلوبال مدیا).

در اینجا می‌توان به نظریه استیضاح آلتوسر نیز متوسل شد و توضیح داد که بازیکن بر اساس ایدئولوژی بازی که او را صدا می‌زند و به عبارتی استیضاح می‌کند، خود را در بازی تشخیص می‌دهد.

آلتوسر ایدئولوژی را مجموعه‌ای از تصاویر، نمادها و چارچوب‌های مفهومی می‌داند که مهم‌ترین کار ویژه آن "سوژه‌سازی" است (مهدی زاده، ۱۳۹۱: ۱۰۶). گرت با تکیه بر نظریه آلتوسر موقعیت بازیکن در بازی را این‌گونه به تصویر می‌کشد و

1. Espen Aarseth

می‌نویسد: "ساختار تعاملی بازی‌های ویدئویی ایدئولوژی مقدماتی‌ای تولید می‌کنند که به‌موجب آن سوژه‌ها در شناخت خود به‌مثابه فردیت‌های متمایز خودمختار و کنشگران آزاد استیضاح شده یا نامیده شده‌اند. ساختار منشعب روایت بازی‌ها، بازی‌کنان را با مجموعه‌ای از گزینش‌ها درباره جایی که می‌روند و آنچه که انجام می‌دهند، مواجه می‌کنند." (گرت، ۱۳۸۷:۱۶۳).

از سوی دیگر کارکردها و اهداف بازی نیز پای بازی‌های رایانه‌ای را به دنیای مطالعات فرهنگی باز می‌کند. آنگ در مقاله‌ای "نظریه فعالیت" را برای مطالعات فرهنگی بازی‌های رایانه‌ای مناسب می‌داند و می‌نویسد: "نظریه فعالیت برای مطالعه اشکال گوناگون اعمال و کنش‌های انسان در سطوح فردی و جمعی به کار می‌رود. بر اساس این نظریه، فعالیت‌های انسان با ابزار فرهنگی شکل گرفته‌اند. نسل اول این نظریه مبتنی بر این بود که افراد به‌طور مستقیم با محیط در ارتباط نیستند بلکه از طریق ابزار (فرهنگی) - نشانه (مثل زبان) یا ابزار خارجی - با محیط در ارتباط هستند." (آنگ، ۲۰۱۰:۳۵۷). بر اساس این نظریه می‌توان بازی‌های رایانه‌ای را به‌عنوان این ابزار فرهنگی در نظر گرفت که ارتباط واسطه‌مندی را از طریق آن انسان با محیط برقرار می‌کند. در مدل عمومی این نظریه هدف نهایی از بازی، سرگرمی است که البته به فراخور بازی کارکردها و اهداف دیگری همچون آموزشی، سلامتی، جامعه‌پذیری و... می‌تواند وجود داشته باشد. در اینجا بازی ابزار محسوب می‌شود (آنگ، ۲۰۱۰:۳۵۸).

بازی‌های رایانه‌ای و ارتباطات مشارکتی

مدل‌های ارتباطی اولیه در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ فرآیند ارتباطات را صرفاً جریانی یک‌سویه از فرستنده به گیرنده تلقی می‌کردند. از دهه ۱۹۷۰ بدین سو، ارتباطات بیش‌تر پیام محور و گیرنده محور شد و پنجره‌ای رو به ارتباطات مشارکتی گشوده شد.

دیدگاه ارتباطات مشارکتی در کلیه سطوح، دوسویه، تعاملی و مشارکتی است. ارتباطات از نوع دیگر ضرورت وجود رسانه‌های متحدالشکل، متمرکز، پرهزینه، بسیار حرفه‌ای و تحت کنترل دولت را رد می‌کنند و طرفداران تکثر، کوچک مقیاسی، محلی بودن، نهاد زدایی، تعویض نقش‌های فرستنده و گیرنده، افقی بودن ارتباطات در همه سطوح و تعامل هستند (مک کوئیل، ۱۳۸۲: ۹۷).

"ارتباطات مشارکتی" یا "ارتباطات توسعه مشارکتی" فعالیتی برنامه‌ریزی شده است که از یک‌سو، مبتنی بر فرآیندهای مشارکتی و از سوی دیگر متکی بر رسانه‌ها و ارتباطات میان فردی است و گفت‌وگو میان کنشگران گوناگون را در جهت حل یک مسئله یا مسائل مشترک مربوط به توسعه تسهیل می‌کند و هدف آن سامان دادن مجموعه‌ای از کنش‌های شهروندان برای حل مشکل یا تحقق اهداف توسعه است (کاووسی، ۱۳۹۰: ۸۱).

بنابراین می‌توان رسانه بازی را در دایره ارتباطات مشارکتی که مبتنی بر افقی بودن، ناهمزمانی، چندبعدی بودن و مشارکت فعال است، قرار دارد. بر اساس نظریه ارتباطات توسعه مشارکتی، می‌توان گفت بازی‌های رایانه‌ای می‌تواند مشارکت فعال مخاطب خود را داشته باشد و بازیکن می‌تواند بر اساس نقش‌های تعریف‌شده جامعه مدنی در بازی نقش‌آفرینی کند.

بازی رایانه‌ای به مثابه رسانه

اگرچه بازی‌های رایانه‌ای از ویژگی‌هایی مانند روایتگری، تعاملی بودن برخوردار هستند و با خصلت شبیه‌سازی خود با جهان فرهنگ ارتباط برقرار کرده‌اند و این امکان بالقوه را در اختیاردارند تا در نوعی از ارتباطات مشارکتی گنجانده شوند اما تا جایی که یک بازی، نمایاننده کنش‌های رایانه‌ای در نظر گرفته شود، بحث از رسانه بودن بازی منتفی است.

محسنی آهوپی در مقاله‌ای در پاسخ به اینکه آیا بازی رایانه‌ای رسانه است این‌چنین پاسخ می‌دهد: "به دلیل وجود بازنمایی معنادار در بازی، می‌توانیم بازی را رسانه بنامیم. در اینجا فرض بر این است که برنامه‌ریزان بازی‌ها، آگاهانه یا ناآگاهانه مجموعه‌ای از معانی را در بازی‌ها گسترش داده‌اند. این مجموعه معانی، هم ایده‌های موجود در متن و هم الزامات ضروری جانبی در ابزار فنی را شامل می‌شود و بازیکنان در طول عمل بازی کردن، روش‌های دریافت ایده‌های ایجادشده در آن را از راه کنش‌های انتخاب‌پذیری که بازی به آن‌ها عرضه می‌کند، درمی‌یابند و در نتیجه با دلالت‌های ایدئولوژیکی بالقوه‌ای که در آن بازی لحاظ شده است، مواجه می‌شوند." (محسنی آهوپی، ۱۳۸۷: ۶۴).

بازی رایانه‌ای که می‌تواند واسطی برای انتقال پیام از سوی فرستندگان (سازندگان بازی) به مخاطبان (بازیکنان) محسوب شود با فراهم کردن زمینه مداخله‌گری بیشتر مخاطب و مشارکت او در ساخت روایت، اثر پیام حاصل از خود را افزایش می‌دهد. اما در اینجا این سؤال نیز مطرح می‌شود که بازی رایانه در کدام‌یک از طبقه‌بندی‌های رسانه‌ای گنجانده می‌شود؟ اصطلاح رسانه نوین طیف وسیعی از تغییرات در تولید، توزیع و استفاده از رسانه را در برمی‌گیرد. مفاهیمی که برای تعریف خصوصیات اصلی رسانه‌های نوین به کار می‌روند عبارت‌اند از: رقومی بودن، تعاملی بودن، فرا متنی، مجازی، شبکه‌ای شده، شبیه‌سازی شده (بابایی، ۱۳۹۱: ۱۸۷). که در میان ویژگی‌های بازی‌های رایانه‌ای و رسانه‌های نوین شباهت‌های گسترده‌ای دیده می‌شود.

از سوی دیگر پیرس با دسته‌بندی نظریه‌های حوزه جهان مجازی، ویژگی‌های اصلی دنیای مجازی را در ۹ ویژگی جمع‌بندی می‌کند که عبارت‌اند از: فضایی بودن، به هم‌پیوستگی، قابل کشف بودن، ماندگاری، هویت‌های مداوم مجسم، قابل سکنی بودن، مشارکت، پرجمعیت بودن و جهانی بودن (Pearce, 2008: 24) با استناد به این ویژگی‌ها می‌توان بازی‌های رایانه‌ای را به‌عنوان بخشی از جهان مجازی به‌مثابه رسانه‌ای نوین در نظر گرفت.

رسانه بازی رایانه‌ای در ایران

در ایران بازی‌های رایانه‌ای رسانه‌ای محبوب در میان کودکان و نوجوانان و جوانان محسوب می‌شود به طوری که نتایج تحقیقی نشان می‌دهد که ۵۶ درصد جوانان ایرانی علاقه بسیار زیادی به بازی‌های رایانه‌ای و استفاده از اینترنت در اوقات فراغت دارند. (بخشی پور، ۱۳۸۷: ۱۵)

همچنین "بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای" کشور، رشد بازی‌های رایانه‌ای در ایران را با زبان آمار این‌گونه توصیف کرده است: در کشور ایران با جمعیت ۷۵ میلیونی، حدود ۴۶ میلیون نفر با صنعت گیم آشنا و حدود ۵۴ درصد از این جمعیت از کاربران بازی‌های رایانه‌ای هستند، از بیش از ۲۰ میلیون گیمری که در کشور وجود دارد تعداد ۳۶ درصد روزانه ۱۵۵ ساعت صرف بازی رایانه‌ای می‌کنند و به طور متوسط حدود ۲ ساعت در روز به بازی رایانه‌ای اختصاص می‌یابد. (بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، ۱۳۹۱)

در بسیاری از مواقع بازی‌های رایانه‌ای به دلیل کم‌هزینه بودنشان نسبت به بازی‌ها ورزش‌های زنده بیشتر مورد استقبال افراد قرار می‌گیرند. به طوری که در ایران به دلیل نبود قانون کی‌رایت به راحتی می‌توان با هزار تا سه هزار تومان بهترین بازی‌های رایانه‌ای خارجی را تهیه کرد.

در ایران، بازی‌های ویدئویی - رایانه‌ای خارجی تقریباً از دهه ۶۰ شمسی یعنی دو دهه بعد از تولید آن‌ها در دنیا (دهه ۶۰ میلادی) وارد ایران شدند و مورد استفاده کاربران ایرانی قرار گرفتند. بازی‌های رایانه‌ای تا مدت‌ها در ایران به عنوان ابزاری برای سرگرمی مورد استفاده قرار گرفت تا اینکه گسترش آن و استقبال کودکان و نوجوانان از بازی‌های رایانه‌ای خانواده‌ها را دل‌نگران وضعیت جسمانی و روحی فرزندان کرد و از سوی دیگر غنی شدن محتوای بازی‌های رایانه‌ای و مشخص شدن ایدئولوژی‌های پنهان آن مسئولان را متوجه پدیده بازی‌های رایانه‌ای کرد تا به میدان بازی‌سازی پا نهند و

تولیدات داخلی بازی‌های رایانه را - پس از تأخیری بیست ساله - در دستور کاری خود قرار دهند.

از دهه ۸۰ ایده تولید و ساخت بازی‌های رایانه‌ای ایرانی به‌صورت پراکنده (و بیشتر با تأکید بر منافع سازمانی و دولتی) مورد توجه قرار گرفت و از سال ۱۳۸۷ با تشکیل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای حمایت از شرکت‌های بازی‌ساز خصوصی مورد توجه قرار گرفت. در حال حاضر بیش از ۱۰۰ بازی رایانه‌ای در کشور تولید شده است و در حمایت از این رسانه سه بار نمایشگاه بازی‌های رایانه‌ای در سه سال گذشته در تهران برگزار شده است. (آمار مربوط به ابتدای سال ۹۳ است) با وجود این به گفته مسئولان همچنان ۹۲ درصد از بازی‌های رایانه‌ای کشور محصول خارجی هستند. (خبرگزاری ایرنا، ۹۲)

بر این اساس ضرورت مطالعه بازی‌های رایانه‌ای تولید شده داخلی هم از نظر صنعت این رسانه در کشور و هم از نظر محتوای فرهنگی ارائه شده در آن قابل توجه است. با توجه به اینکه در موج نخست تولید بازی‌های رایانه‌ای در کشور نگاه حاکم به بازی یک نگاه نرم‌افزاری و نه لزوماً رسانه‌ای بوده و در موج بعدی تولید بازی‌های سفارشی از دستگاه‌های رسمی و غالباً با نگاه مقابله‌به‌مثل با بازی‌های رایانه‌ای خارجی مورد توجه قرار گرفته بررسی محتوای فرهنگی بازی‌های ایرانی حائز اهمیت است.

روش تحقیق

در همه انواع رسانه‌ها اساساً انتقال پیام توسط نمادها و نشانه‌ها انجام می‌گیرد بنابراین برای مطالعه بازی‌های رایانه‌ای هم باید به سراغ نشانه‌ها و به عبارتی نشانه‌شناسی رفت. رولان بارت نخستین کسی بود که الگوهای نظام‌مندی را ارائه کرد که می‌توان در آن‌ها اندیشه گفتگویی و تعاملی معنا را تحلیل کرد.

بارت از سه شیوه برای دلالت نشانه‌ها نام می‌برد. در شیوه نخست در کنار معنای صریح از معنای ضمنی یاد می‌کند. دومین شیوه از سه شیوه بارت که در آن نشانه‌ها در مرتبه دوم کارگرند، از طریق اسطوره است (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۳۱). بارت به شیوه سوم از دلالت در این مراتب نیز اشاره می‌کند که آن را نمادین می‌خواند. شیء زمانی بدل به نماد می‌شود که از طریق قرارداد و استفاده، معنایی کسب کند که در یادآوری چیزی کمکش می‌کند (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۳۶).

از سوی دیگر ما با مفهوم بازنمایی مواجه هستیم. هال معتقد است. فرآیند ثبت ایده‌ها، دانش یا پیام‌ها به شکل فیزیکی را در نظریه نشانه‌شناسی بازنمایی می‌گویند (دانسی، ۱۳۸۰: ۳۰). در بازنمایی است که زبان، گفتمان و ایدئولوژی آشکار می‌شود و اثرگذاری خود را نشان می‌دهد. بازنمایی از سه استراتژی کلیشه سازی، قطیبت و دو انگاری و طبیعی سازی بهره می‌جوید.

مهم‌ترین پیامد ساده‌سازی رسانه‌ها در بازنمایی، تولید کلیشه‌ها است. کلیشه‌سازی تعداد اندکی از ویژگی‌های ساده، پایدار و به‌سادگی قابل فهم در یک شخص را در نظر می‌گیرد و همه چیز درباره آن فرد را به آن ویژگی‌ها تقلیل می‌دهد و آن صفات را اغراق‌آمیز و ساده می‌سازد و ساده و ابدی می‌پندارد (مهدی زاده، ۱۳۸۷: ۱۹).

روش تحلیل نشانه‌شناسی

بر اساس الگوی فیلیپ تاگ^۱ در ابتدا باید جنبه‌های کلی ارتباط رسانه‌ای مورد توجه قرار گیرد. در بررسی جنبه‌های کلی ارتباط پاسخ به پرسش‌هایی از این قبیل مناسب است:

فرستنده و گیرنده پیام چه کسانی هستند؟

ماهیت فیزیکی مجرای ارتباط چیست و دریافت معنای یک متن کجا صورت می‌گیرد؟

چه رابطه اجتماعی بین فرستندگان و گیرندگان توسط یک متن رسانه‌ای به‌طور کلی و در یک لحظه خاص ارتباط وجود دارد؟

پیام گیران چه علاقه یا انگیزه‌ای در "توجه" به یک متن رسانه‌ای یا "استفاده" از آن دارند و فرستندگان چه علاقه و انگیزه‌ای به آفرینش و انتقال پیام از طریق این متن رسانه‌ای دارند؟

این ارتباط یک‌سویه یا دوسویه است؟

چه جنبه‌های اجتماعی - فرهنگی در عمل کدگذاری فرستندگان هنگام ساخت پیام وجود دارد؟

پیام مورد نظر در جریان عبور از مجرای ارتباطی در معرض چه تداخل‌هایی قرار می‌گیرد؟

ارتباط از طریق یک متن رسانه‌ای در چه موقعیت‌های اجتماعی صورت می‌گیرد؟ نگرش فرستندگان و گیرندگان پیام در یک موقعیت ارتباطی نسبت به یکدیگر چیست؟ (کوثری، ۱۳۸۷: ۴۸).

جامعه آماری

در این مقاله به تحلیل نشانه شناختی سه بازی رایانه‌ای ایرانی پرداخته می‌شود. این سه بازی در دفاع و حمایت از ارزش‌ها و فرهنگ ایرانی - اسلامی ساخته شده‌اند. در انتخاب این جامعه آماری سه زمینه مورد توجه قرار گرفته‌اند. نخست تولیدکنندگان بازی‌ها، دوم محتوایان بازی‌ها و سوم نمایندگی این بازی‌ها از نسل بازی‌های مشابه که در ایران تولید شده‌اند. بازی‌های مذکور هرکدام با پشتیبانی سه نهاد حاکمیتی گوناگون (بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، سازمان بسیج دانش‌آموزی و سازمان تبلیغات اسلامی)

ساخته شده‌اند. سه سازمانی که بیشترین تولیدات بازی‌های رایانه‌ای ایرانی را در سال‌های گذشته داشته‌اند. دوم اینکه هر یک از این بازی‌ها بهترین بازی در میان آثار ساخته شده از سوی آن سازمان است (بر اساس جوایز کسب شده) و سوم آنکه از نظر مفهومی و روایتی بازی‌های گزینش شده، نماینده‌ای از بازی‌هایی با همان موضوع و محور هستند. مثلاً بازی میر مهنا به‌عنوان نماینده‌ای از بازی‌های تاریخی - ملی، بازی مقاومت به‌عنوان نماینده‌ای از بازی‌های صهیونیسم ستیز و مبتنی بر دفاع از ارزش‌های حزب‌الله لبنان و فلسطین اشغالی و بازی مدافعین کربلا به‌عنوان نماینده‌ای از بازی‌های غرب‌ستیزی که مبتنی بر ایجاد آرامش و صلح در منطقه است شناخته شده‌اند. همچنین هر سه بازی در سبک اکشن اول شخص ساخته شده‌اند.

سبک اکشن به سبکی در بازی رایانه‌ای اطلاق می‌شود که روش اصلی پیشروی در بازی از طریق فعالیت‌های فیزیکی شخصیت بازی باشد. این سبک اغلب بر پایه زدو خورد با سلاح‌های سرد و گرم یا مشت و لگد طراحی شده است. بر اساس پیمایشی که بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای انجام داده است در میان جوانان ایرانی سبک اکشن محبوب‌ترین سبک پس از سبک و رزشی است (بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، ۱۳۸۹).

"میر مهنا" اولین بازی رایانه‌ای ملی ایران است که در سال ۱۳۸۹ توسط شرکت اسپریس پویانما و با همکاری بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای ساخته شده است. این بازی در سبک اکشن شخص اول است که داستان آن بر اساس زندگی میر مهنا - مبارزی در دوره کریم‌خان زند که بر ضد استعمار هلند و انگلستان می‌جنگیده - ساخته شده است. این بازی مقام اول بهترین بازی از دیدگاه مفهومی را در جشنواره رسانه‌های دیجیتال در سال ۸۹ کسب کرده است و به‌عنوان بهترین بازی ملی‌گرا شناخته شده است.

دومین بازی که در این تحقیق مورد تحلیل قرار گرفته بازی "مدافعین کربلا" است. این بازی توسط بنیاد روایت و در سبک اول شخص تیراندازی ساخته شده است. بازی مدافعین کربلا که از محصولات سازمان بسیج دانش‌آموزی محسوب می‌شود برنده بهترین بازی مفهومی از جشنواره رسانه‌های دیجیتال در سال ۱۳۸۸ شد.

بازی "مقاومت" بازی سومی است که در این تحقیق، مورد تحلیل قرار می‌گیرد. این بازی توسط موسسه فرهنگی و اطلاع‌رسانی تبیان (وابسته به سازمان تبلیغات اسلامی) ساخته شده است. مضمون این بازی تقابل میان نیروهای حزب‌الله و صهیونیست است. این بازی در سبک اکشن اول شخص ساخته شده است. بازی نامه این بازی از منظر مفهومی و ارزشی در دومین جشنواره رسانه‌های دیجیتال مورد تقدیر مسئولان قرار گرفته است.

شیوه تحلیل داده‌ها

در این تحقیق با انجام عمل بازی و مشاهده بازی و با توجه به الگوی تاگ به تحلیل موارد زیر پرداخته می‌شود:

۱- تحلیل شخصیت‌های بازی

شخصیت‌های بازی در چه قالب‌هایی معرفی شدند؟ (دشمن؟ قهرمان؟ یار؟) همچنین دیگری چگونه نشان داده شده است؟

از چه ویژگی‌های ظاهری برخوردارند؟ (نحوه پوشش؟ رفتار؟ گفتار؟)

هر یک از شخصیت‌ها از چه توانایی‌هایی برخوردارند؟

۲- تحلیل فضای بازی

تحلیل زمان

تحلیل مکان

دلالت اشیای موجود بازی

تحلیل صدا و موسیقی

رنگ پردازی‌های مکانی

۳- تحلیل روایت داستانی بازی

نوع روایت

تحلیل انیمیشن و یا فیلم‌های موجود در بازی (دموی بازی‌ها)
 تحلیل اهداف و مأموریت‌ها در بازی
 کشمکش میان عناصر داستانی
 تحلیل کلیشه‌های موجود در بازی

یافته‌های تحقیق

در اینجا یافته‌های برآمده از تحلیل نشانه‌شناسی و بازنمایی مفاهیم در قالب سه جدول در هر بازی جمع‌آوری شده است.

۱- بازی مقاومت:

جدول ۱-۱- روایت داستانی بازی "مقاومت"

<p>حوادث بازی در سال ۲۰۱۵ در جنوب لبنان رخ می‌دهد. مأموران حزب‌الله لبنان دو نفر از محققان وزارت جنگ رژیم اسرائیل را دستگیر می‌کنند و از وجود قطعه‌ای برای ساخت سلاح مخرب جدیدی مطلع می‌شوند. بر این اساس سه تن از زبده‌ترین مأموران برای نابودی این قطعه و سلاح عازم مأموریت می‌شوند. در این مسیر با سربازان صهیونیستی مبارزه می‌کنند و در نهایت به مسئول پروژه می‌رسند.</p>	<p>روایت بازی</p>
<p>خطی سنتی</p>	<p>نوع روایت</p>
<p>انهدام سلاح مخرب</p>	<p>کلی</p>
<p>پیدا کردن دکتر، یافتن مسئول پروژه‌ها</p>	<p>جزئی</p>
<p>مأموریت مخفیانه و به‌صورت سری است. از بین بردن دشمن، پیدا کردن دکتر و پس‌از آن پیدا کردن دکتر دیگری که مسئول پروژه‌ها است مأموریت‌های بازیکن است</p>	<p>مأموریت</p>

سال ۲۰۱۵، رژیم اشغالگر، مزدوران رژیم صهیونیستی، خرابکاری جدید، قطعه خطرناک با کاربرد نظامی، گروه عالی برای انجام مأموریت خطرناک، بحران جدی در دنیا	استعاره‌ها مجازها و کنایه‌های به‌کاررفته
--	---

جدول ۲-۱- خصوصیات شخصیت‌ها در بازی "مقاومت"

فرمانده	نماد خیر، دشمن‌شناس، در آرزوی رفع خطر و بحران در دنیا
مأموران (بازیکن)	نماد خیر، دارای صلاحیت‌های جنگی، تحصیل کرده و نخبه، زنده در انجام مأموریت‌ها، وظیفه‌شناس و اطلاعات پذیر، مشتاق برای رفع بحران در دنیا، مسئولیت‌پذیر
دشمن	نماد شرارت، به فکر نابودی بشر، دارای اهداف مخرب نظامی، خشن، کچل، تا حدی نادان،
دکتر	دانشمند، فردی که ناخواسته وارد عملیات شروانه شده، مشتاق به تغییر وضع موجود و کمک به بشریت و رفع بحران دنیا

جدول ۳-۱- فضای بازی در بازی "مقاومت"

زمان	شب
مکان	زیرزمین فرودگاه
موسیقی	دلهره‌آور، حاوی مضامین اعتقادی مانند تکرار شدن واژه "اللهم"
رنگ پردازی	رنگ‌های تیره و کدر در پایگاه دشمن که حاکی از شرارت است
اشیا	نمادهای فراماسونری و صهیونیستی در پایگاه دشمن به‌کاررفته است مانند چشم دجال، ستاره ۶ گوشه، اعداد و حروف مقدس، صفحه شطرنجی

۲- بازی مدافعان کربلا

جدول ۱-۲- روایت داستانی بازی "مدافعان کربلا"

<p>نیروهای آمریکایی و صهیونیستی برای تحقق پروژه ویران‌سازی و تفرقه‌افکنی درصدد هستند با یک هواپیمای مثلاً دزدیده‌شده به حرمین حمله کنند واقعه ۱۱ سپتامبر را تکرار کنند تا از این طریق وجهه مسلمانان را آلوده کنند. ۱۰ کشور مسلمان و استکبارستیز به فرماندهی ایران برای خشتی کردن این پروژه به مصاف دشمن می‌روند و در پایان این دسیسه را خشتی می‌کنند و مانع از حمله دشمن به حرمین می‌شوند.</p>		روایت بازی
خطی سنتی		نوع روایت
جلوگیری از مخدوش کردن چهره مسلمانان در دنیا، جلوگیری از کشتار مسلمانان	کلی	اهداف
جلوگیری از رسیدن هواپیمای دزدی به حرمین	جزئی	
<p>پیدا کردن لب تاب دستگیری افسر اسرائیلی دستگیری ژنرال آمریکایی</p>		مأموریت
<p>درخطر بودن اعتقادات اسلامی و مسلمانان، کمین و دسیسه‌چینی دشمن، زمینه‌سازی برای نابودی مذهب در دنیا</p>		استعاره‌ها/مجازها کنایه‌های به‌کاررفته

جدول ۲-۲- خصوصیات شخصیت‌ها در بازی مدافعان کربلا

<p>نماد خیر، دشمن‌شناس، با تقوی و صلاحیت، به فکر پاک‌سازی منطقه از دسیسه‌های دشمن، نجات اسلام و شیعه</p>	فرماندهان
فرمان‌بردار و مطیع، دارای اعتقادات مذهبی و حس استکبارستیزی	مأموران (بازیکن)
<p>نماد شرارت، به فکر نابودی اسلام، دارای اهداف مخرب نظامی، ضعیف و تسلیم، تا حدی نادان، دروغ‌گو</p>	دشمن

جدول ۳-۲- فضای بازی در بازی "مدافعان کربلا"

زمان	شب و روز
مکان	اطراف شهر کربلا، داخل شهر، بین‌الحرمین
موسیقی	در مراحل بازی مشخص نبود. در تریلر بازی متناسب با متن محتوا حماسی و یا درام می‌شود.
رنگ پردازی	رنگ‌ها پردازی فضا غبارآلود، کدر، خاک‌آلود
اشیا(نمادها)	چغیبه، پلاک، شئل قرمز رنگ، آسمان

۳. بازی میر مهنا

جدول ۳-۱- روایت داستانی بازی "میر مهنا"

روایت بازی	داستان بازی به ۲۵۰ سال پیش بازمی‌گردد. زمانی که نیروهای انگلیسی و هلندی به جنوب ایران حمله کرده‌اند و روستاها را غارت کرده‌اند. شبیر یکی از اهالی این روستا پس از به اسارت گرفتن خواهرش و غارت روستایش به مبارزه با دشمن می‌پردازد تا خواهرش را نجات دهد و در نهایت به یاران میر مهنا که نهضت جنوب را برای مبارزه با دشمنان ترتیب داده می‌پیوندد و پیروز می‌شود.	
نوع روایت	خطی سنتی	
اهداف	کلی	بیرون کردن دشمنان از خاک ایران
	جزئی	نجات حنانه، خواهر شبیر
مأموریت	آزادی ابوالفضل از اسارت، تسخیر قلعه موسلستاین، محاصره باغ و نجات حنانه، نجات روستا و پدر، پیوستن به میر مهنا در جزیره خارک	
استعاره‌ها/مجازها و کنایه‌های به‌کاررفته	جلوگیری از تهاجم بیگانگان به کشور، خصلت چپاولگری بیگانگان، روحیه ملی‌گرای	

جدول ۲-۳- خصوصیات شخصیت‌ها در بازی "میر مهنا"

شیر (بازیکن)	جوان، غیور، معتقد به خدا، دارای حس وطن‌دوستی، در ابتدا عجول و ناپخته عمل می‌کند و در طول بازی به تدبیر و اهداف والاتری می‌رسد.
سعید	شوهر خواهر شیر، راه را به او نشان می‌دهد، در مسیر به شیر کمک می‌کند و به‌نوعی یار او محسوب می‌شود
پدر	نقش او ایجاد ترغیب و تشویق پسر برای نجات خواهر و همراهی با میر مهنا است
حنانه	کسی که مورد ظلم واقع شده است
میر فضل‌الله	برادر و یار میر مهنا، کسی که سر بزنگاه به کمک شیر می‌رسد و او را در همه مراحل یاری می‌کند
میر مهنا	در این بازی به‌عنوان شخصیتی اسطوره‌ای مطرح شده است. کسی که هدفش از بین بردن بیگانگان در کشور است
دشمن	مزدوران: در بازی منظور هندی‌ها هستند که خود نیز به‌نوعی استثمار شده هستند.
	اجنبی‌ها: هلندی‌ها و انگلیسی‌ها- خصوصیات آنها در بازی چپاول‌گری، غارت و بی‌رحمی نشان داده شده است

جدول ۳-۳- فضای بازی "میر مهنا"

زمان	روز
مکان	سواحل جنوب ایران
موسیقی	محلی جنوبی
رنگ‌پردازی	رنگ‌های با طراوت و متناسب با این خطه از سرزمین
اشیا	سلاح‌های نظامی

نتیجه‌گیری

در این مقاله سعی شده است تا بازنمایی ارزش‌های فرهنگی در بازی‌های رایانه‌ای ایرانی بررسی شود. بازی رایانه‌ای به‌عنوان رسانه‌ای جدید و متنی چندرسانه‌ای به دلیل شیوه متفاوت در ارسال پیام، از اثرگذاری بالا و محدوده وسیع مخاطبان برخوردار است. در این مقاله سه بازی (برتر) از سه دستگاه حاکمیتی (سازمان بسیج دانش‌آموزی، سازمان تبلیغات اسلامی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) که در تولید و حمایت از بازی‌های رایانه‌ای فعال هستند، انتخاب و تحلیل شدند. این سه دستگاه که به تعبیر آلتوسر اجزاء دستگاه‌های ایدئولوژیکی دولتی محسوب می‌شوند در تولید و حمایت از بازی‌های رایانه‌ای - به‌عنوان رسانه‌ای که قابلیت بازنمایی معنادار دارد - پیشگام هستند. از سوی دیگر این سه دستگاه در تأمین محتوا و ارزش‌های فرهنگی جامعه دخیل هستند. بر این اساس در این مقاله با تحلیل بازی‌های رایانه‌ای به‌عنوان رسانه نتایج زیر به دست آمد:

الف) نتایج در بعد رسانه: بازی رایانه‌ای، رسانه‌ای است که به دلیل دویژگی تعامل‌گری و قابلیت روایت‌سازی از دیگر رسانه‌ها متفاوت است. همچنین به دلیل قابلیت‌های چندرسانه‌ای و امکان بازنمایی معنادار، اثرگذاری پیام در آن نسبت به سایر رسانه‌ها بیشتر می‌شود. غوطه‌وری و توهم آزادی زمینه‌هایی است که رسانه بازی برای مخاطب خود فراهم می‌کند؛ بر این اساس در این رسانه مخاطب خود را آزاد می‌بیند و در محتوای بازی غرق می‌شود به‌طوری‌که با ایجاد ارتباط و تعامل با بازی رایانه‌ای، خود را بخشی از بازی و شخصیت بازی می‌بیند. بخشی از روایت در رسانه بازی از سوی بازیکن ساخته می‌شود و آنچه در فراگرد ارتباط رخ می‌دهد نه عمودی، بلکه افقی است. با بررسی ویژگی‌های ذاتی رسانه بازی در بازی نخست این مقاله (مقاومت) ملاحظه می‌شود که تعامل بازیکن در بازی صرفاً بر اساس خطوط تعیین‌شده از سوی سازندگان بازی است. از سوی دیگر بازیکن از ابتدای بازی در جریان روایتی از پیش

تعیین شده قرار می‌گیرد که چاره‌ای جز تبعیت از آن دارد و به عبارتی بازیکن نقشی در ساخت این روایت نمی‌تواند داشته باشد. در بازی دوم (مدافعان کربلا) عمودی بودن پیام بیش از پیش قابل‌رؤیت است. از ابتدای داستان بازی، اهداف و ارزش‌های بازی بر ذهن بازیکن یورش می‌برد و او را در موقعیتی قرار می‌دهد که باید آنچه را سازنده بازی از او خواسته انجام شود و کمتر مجالی برای انتخاب برای بازیکن در نظر گرفته شده است. بازیکن نقشی در ساخت روایت بازی ندارد و فقط در ابتدای بازی و در یک موقعیت امکان انتخاب دارد؛ انتخابی صوری که نه به معنای گزینشگری بلکه به معنای ایجاد تنوع در بازی است. در بازی سوم (میر مهنا) نیز میزان تعامل گری بازیکن با رسانه بازی و نقش او در روایتگری و روایت سازی ضعیف است. اما تفاوت بازی سوم با دو بازی دیگر در این است که در این بازی پیام و محتوای بازی به ذهن بازیکن یورش نمی‌برد بلکه درصدد شبیه‌سازی است و عمودی بودن پیام محسوس نیست.

ب) نتایج پژوهش در بعد ایدئولوژی‌های فرهنگی: سازندگان بازی‌های رایانه‌ای بر اساس اهداف و ارزش‌های خود اقدام به تولید بازی‌های رایانه‌ای می‌کنند. در اینجا سعی می‌شود تا میزان تناسب محتوای بازی‌ها با اهداف و ارزش‌های فرهنگی سازمانی بررسی گردد و سپس ایدئولوژی‌های فرهنگی غالب بررسی شوند.

۱- میزان تطابق محتوای بازی با اهداف کلان سازندگان: بازی مدافعان کربلا از آثار موردحمایت سازمان بسیج دانش‌آموزی محسوب می‌شود. مقایسه مضامین بازی با اهداف کلان اتحادیه انجمن‌های اسلامی دانش‌آموزان میزان این تطابق را نشان می‌دهند. در اساسنامه این اتحادیه که در ۷۴/۵/۳ به تأیید و تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی رسیده به اهداف کلان زیر اشاره شده است:

آشنا کردن دانش‌آموزان با فرهنگ متعالی اسلام و بالا بردن سطح آگاهی آنان نسبت به مبانی عقیدتی اسلام و انقلاب اسلامی.

تزکیه روحی و ارستگی اخلاقی دانش‌آموزان و شکوفا ساختن استعداد های خدادادی و تحقق کمالات انسانی.

حفظ و تداوم دستاوردهای انقلاب اسلامی از طریق هر چه فعال‌تر کردن نیروهای دانش‌آموز مسلمان و متعهد در صحنه‌های اجتماعی و انقلابی جامعه و مقابله هوشیارانه با توطئه‌های رنگارنگ دشمنان اسلام و انقلاب اسلامی که برای انحراف فکری و مفاسد اخلاقی و اجتماعی در محیط‌های آموزشی صورت می‌گیرد.

انسجام دانش‌آموزان مسلمان و متعهد به ایجاد و گسترش انجمن‌های اسلامی مدارس و همگامی با نظام آموزش و پرورش

در بازی رایانه‌ای "مدافعان کربلا"، تعالیم و آموزه‌های اسلامی - شیعی مانند زیارت از قبور امامان، توانمندی‌های رزمی، علمی و هوشیاری نیروهای اطلاعاتی و انقلابی ایرانیان، معرفی دوستان و دشمنان جمهوری اسلامی ایران، فرهنگ ایثار و شهادت‌طلبی و اسطوره‌سازی شخصیت‌هایی که به حفظ آبروی اسلام، جلوگیری از کشتار مسلمانان و دیگر بی‌گناهان هستند، تأکید به اینکه جمهوری اسلامی خواهان استقلال و آزادی در جوامع است و در امور داخلی آن‌ها دخالت نمی‌کند، کلیدی‌ترین معانی صریح و ضمنی در بازی هستند. چنانکه مشهود است میان این اهداف و مضامین بازی پیوستگی تنگاتنگی ملاحظه می‌شود.

در بازی "مقاومت" که مورد حمایت سازمان تبلیغات اسلامی قرار دارد نیز می‌توان میان اهداف و ارزش‌های کلان این سازمان و مضامین و معانی فرهنگی بازی انطباق را مشاهده کرد. این سازمان که در سال ۱۳۶۰ با حکمی از سوی امام خمینی آغاز به کار کرد، اهداف کلان زیر را در اساسنامه خود قید کرده است. اهداف کلی سازمان:

- احیاء و اشاعه اندیشه تابناک اسلام و تقویت روح عبودیت الهی و ترویج اخلاق اسلامی در میان مردم، به‌ویژه نسل جوان.

- دفاع از اصول اسلام، نظام مقدس جمهوری اسلامی و شناخت توطئه‌های فرهنگی - تبلیغی بیگانگان و تبیین انحطاط و بطلان مکتب‌های الحادی و انحرافی و مبارزه با آفت‌های التقاط و تحجر با تکیه بر جامعیت اسلام.

- گسترش کمی و کیفی دینی مردم و سنت‌های ملی در این راستا و برانگیختن احساس مسئولیت عمومی در قبال اسلام و نظام مقدس جمهوری اسلامی با ارتقاء و رشد بینش اسلامی به‌ویژه در میان نسل جوان.

در بازی رایانه‌ای مقاومت نیز مضامینی مبتنی بر ترویج اخلاق اسلامی و بشردوستانه، دفاع از اصول نظام جمهوری اسلامی، شناسایی دشمنان نظام و بشریت مشاهده می‌شود. بر این اساس میان محتوای فرهنگی این بازی و اهداف کلان این سازمان همبستگی وجود دارد.

در سومین بازی این پژوهش نیز می‌توان همین سازگاری میان اهداف و سازندگان و مضامین بازی را ملاحظه کرد. بازی "میر مهنا" با حمایت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای تولید و عرضه شده است. بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای که زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، نخستین هدف خود را در اساسنامه‌اش تبیین، تقویت و ترویج مبانی فرهنگی و هویت اسلامی - ایرانی از طریق این صنعت با نگاه ویژه به کودکان و نوجوانان تعریف کرده است. در این بازی نیز دلآوری ایرانیان در مقابله با بیگانگان و روحیه ملی‌گرایی و استقلال‌طلبی به‌عنوان ارزش‌های هویت فرهنگی مطرح شده است که متناسب با هدف بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای است.

بر این اساس می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد که میان اهداف سازندگان این سه بازی و پیام‌های برخاسته از این رسانه رابطه مستقیمی وجود دارد.

۲- روش‌های به‌کارگیری ایدئولوژی‌های فرهنگی در بازی‌ها: در بازی‌های مورد تحلیل، بازنمایی‌های معنادار از طریق روش‌های قطبیت و کلیشه‌سازی صورت گرفته است. تقسیم کلیشه‌ها به سویه خوب و بد و غیر سازی و نسبت دادن ویژگی‌های منفی به دیگری، و خود را به‌صورت مثبت تعریف کردن در بازنمایی‌های این بازی‌ها دیده می‌شود. به‌طوری که ویژگی‌های مانند غارتگری و چپاولگری، بی‌رحمی و شقاوت، روحیه خرابکاری، بشر ستیزی، اسلام‌ستیزی، مادی‌گرا بودن و... برای دیگری تعریف‌شده است ویژگی‌هایی مانند ایستادگی و دلآوری، تیزبینی و درایت، دفاع از

حقوق مظلومین و بشریت و... برای خود در نظر گرفته شده است. به‌طور کلی هر سه بازی حاوی پیام کلی بیگانه‌ستیزی است که این پیام به‌خصوص در دو بازی مقاومت و مدافعان کربلا بر اساس کلیشه‌های ایدئولوژیکی است که ریشه در نگاه حاکمیتی دارد و این نگاه ایدئولوژیک مبتنی بر دشمن‌سازی، دشمن‌ستیزی - بدون ایجاد تمایز و مرز میان دولت و ملت و بخش‌های گوناگون جامعه- بر سراسر داستان بازی سایه انداخته است. در بازی سوم اما شرایط کمی متفاوت‌تر است. اگرچه پیام کلی این بازی نیز تأکید بر چپاولگر بودن بیگانگان و لازمه ستیز و مبارزه با این جریان در طول تاریخ است اما داستان بازی با نگاهی حماسی‌تر درصدد است تا از هویت فرهنگی پاسداری کند و آن را نشر دهد.

جمع‌بندی و پیشنهادها

بازی رایانه‌ای رسانه‌ای جدید است که با داشتن ویژگی‌هایی همچون روایتگری و تعاملی بودن و فراهم کردن بستر شبیه‌سازی توانسته طیف گسترده‌ای از مخاطبان را در رده‌های سنی گوناگون به خود جلب کند. اگرچه این رسانه جدید جایگاه قابل‌توجهی در سبد مصرف کودکان و جوانانی ایرانی دارد اما بازی‌های رایانه‌ای ایرانی هنوز نتوانستند سهمی از این جایگاه را داشته باشند. هرچند که عوامل گسترده‌ای مانند مباحث حقوقی (فقدان قانون کی‌رایت)، ضعف فنی، سیاست‌گذاری‌های نامناسب و.. در این امر دخیل هستند اما این مقاله با تأکید بر ویژگی‌های ذاتی و ارتباطی رسانه بازی و محتوای آن، بازی‌های رایانه‌ای داخلی را مورد بررسی قرار داده است. نتایج نشان می‌دهد توجه نکردن به ویژگی‌های منحصربه‌فرد و ارتباطی رسانه بازی همچنين نگاه یک‌سویه و عمودی ارسال پیام و روایتگری در بازی‌های داخلی مانع از آن شده تا از ظرفیت این رسانه به‌درستی استفاده شود.

در سه بازی مطالعه شده، موضوع مبتنی بر ارزش‌های رسمی است و داستان بازی مبتنی بر ترسیم چهره‌ای مثبت از خود (ایران ستایی) و منفی از دیگری (دشمن سازی و دشمن هراسی) است. به نظر می‌رسد ضعف جامعه مدنی و عدم ورود سازندگان بخش خصوصی و توانمند بدون حمایت‌های دولتی در ایران مانع از آن شده تا ارزش‌هایی دیگر به محتوای بازی‌های رایانه‌ای راه یابند.

نگارندگان با فرض بر اینکه رسانه بازی در ایران مورد غفلت واقع شده تحقیق در خصوص این رسانه جدید را برگزیدند. از آنجا که بازی‌های ایرانی نیز کمتر مورد توجه و تحلیل قرار گرفته‌اند تلاش شده است تا با رویکردی ارتباطی و فرهنگی به این رسانه جدید پرداخته شود. بر این اساس بسیار جا دارد تا این رسانه موضوعی برای پژوهش‌های آتی شود، پس پیشنهادهایی مرتبط با موضوع این مقاله ارائه می‌شود: انجام پژوهشی با رویکرد اتخاذ سیاست‌گذاری‌های فرهنگی در عرصه بازی‌های رایانه‌ای ایرانی پیشنهاد می‌شود.

پرداختن به سایر مفاهیم همانند هویت، قومیت، آموزش، جنسیت، مشارکت و... در بازی‌های رایانه‌ای داخلی و نحوه بازنمایی‌های آن‌ها در بازی، حائز اهمیت است. در عرصه بازی‌های خارجی نیز از آنجا که بازی‌های برخاسته از چند نفره انبوه از طرفداران زیادی در ایران برخوردار است می‌توان با بررسی موردی این بازی‌ها، نقش آن‌ها در شکل‌گیری ارزش‌های فرهنگی را سنجید.

منابع

- آراین، آرمان؛ ناصحی، الناز. (۱۳۸۹)، *راهنمای بازی نامه‌نویسی*. تهران: بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای
- احمدی، بابک. (۱۳۸۸)، *از نشانه‌های تصویری تا متن*. تهران: نشر مرکز.

بازنمایی ایدئولوژی‌های فرهنگی در بازی‌های ... ۱۲۹

- بابایی، محمود؛ فهیمی فر، سپیده. (۱۳۹۱)، "ویژگی‌های رسانه‌های نوین و الگوی ارتباطی". فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، شماره ۹۶.

- بخشی پور، معصومه. (۱۳۸۷)، "نگاهی به وضعیت فعلی بازی‌های رایانه‌ای در کشور". ماهنامه تحلیلگران عصر اطلاعات، سال دوم، شماره ۱۵.

- دانسی، مارسل. (۱۳۸۳)، نشانه‌شناسی رسانه‌ها. ترجمه گودرز میرانی و بهزاد دوران. تهران: انتشارات آنیسه نما و نشر چاپار.

- دهقان، علیرضا؛ محسنی آهویی، ابراهیم. (۱۳۸۸)، "ایدئولوژی تعامل؛ بازی رایانه‌ای به‌عنوان رسانه بازی پذیر". مجله جهانی رسانه، شماره هفتم.

- رجبعلی پور، حسین. (۱۳۹۰)، "بازنمایی تروریسم در بازی‌های رایانه‌ای (با تکیه بر بازی ژنرال‌ها)"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی.

- علیزاده، عبدالرحمان. (۱۳۸۵)، "جوانان و بازی‌های رایانه‌ای: بررسی میزان و عوامل مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان دبیرستان‌های تهران به بازی‌های رایانه‌ای". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی.

- فراسکا، گونزالو. (۱۳۸۲)، "بازی شناسی روایت شناسی"، ترجمه حری ابوالفضل. فرهنگ و هنر زیبا شناخت، نیمه اول سال، شماره هشتم.

- فیسک، جان. (۱۳۸۶)، درآمدی بر مطالعات ارتباطی. ترجمه مهدی غبرایی. دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

- کاوسی کلاشمی، لیدا (۱۳۹۱)، "تئاتر برای توسعه به‌مثابه ابزار ارتباطی: امکان‌سنجی در ایران". پایان‌نامه دکترا دانشگاه علامه طباطبائی

- کوثری، مسعود. (۱۳۸۷)، درآمدی بر بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای. نشر سلمان.

- کوثری، مسعود. (۱۳۸۹)، *عصر بازی (بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای در جامعه معاصر)*، نشر دریاچه نو، چاپ اول.
- کوثری، مسعود. (۱۳۸۷)، "نشانه‌شناسی رسانه‌های جمعی". *فصلنامه رسانه*، سال نوزدهم، شماره یک.
- گیویان، عبدالله؛ کوثری، مسعود. (۱۳۹۰)، "بازی‌های رایانه‌ای" مقدمه بازی‌های رایانه‌ای، *مجموعه مقالات مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ای* موسسه همشهری
- گرت، مت. (۱۳۸۷)، *مقاله ایدئولوژی تعامل‌گری (یا بازی‌های ویدئویی و تایلوری شدن فراغت)*، ترجمه ابراهیم محسنی آهویی در درآمدی بر بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای. نشر تهران: سلمان
- محسنی آهویی، ابراهیم. (۱۳۸۷)، "تحلیل گفتمان بازی‌های رایانه‌ای (بررسی مقایسه‌ای بازی نجات بندر و بازی جنگ‌های صلیبی)". پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
- مک کوایل، دنیس. (۱۳۸۲)، *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*. ترجمه پرویز اجلالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- مهدی زاده، سید محمد. (۱۳۸۷)، *رسانه‌ها و بازنمایی*. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه

- Ang Chee Siang, Panayiotis zephyrs and Stephanie Wilson, (2010), "Computer Games and Sociocultural Play:an activity Theoretical Perspective", London Sage pub.

- Frasca, Gonzalo. (2001), "Videogames Of The Oppressed: Videogames as a Means For Critical Thinking and Deabte", School of Literature, Communication and Culture.

بازنمایی ایدئولوژی‌های فرهنگی در بازی‌های ... ۱۳۱

Murray, Janet. (2006). *“Toward a Culture Heory of Gaming: Digital Games and The Co-evolution of Media andCculture”*, Lawrence Erlbaum Associates.

Pearce, celia & Artemesia. (2008). *Communities of Play: Emergent Cultures in Online ga,e and Virtual Worlds*, Mit press.

- [- HTTP://WWW7.RASHT.IR/FA/NEWS/80975958/%D8%B3%D8%A7%DB%8C%D8%B1/92_%D8%AF%D8%B1%D8%B5%D8%AF_%D8%A8%D8%A7%D8%B2%DB%8C_%D9%87%D8%A7%DB%8C_%D8%B1%D8%A7%DB%8C%D8%A7%D9%86%D9%87_%D8%A7%DB%8C_%DA%A9%D8%B4%D9%88%D8%B1_%D9%85%D8%AD%D8%B5%D9%88%D9%84_%D8%AE%D8%A7%D8%B1%D8%AC%DB%8C_%D8%A7%D8%B3%D8%AA](http://WWW7.RASHT.IR/FA/NEWS/80975958/%D8%B3%D8%A7%DB%8C%D8%B1/92_%D8%AF%D8%B1%D8%B5%D8%AF_%D8%A8%D8%A7%D8%B2%DB%8C_%D9%87%D8%A7%DB%8C_%D8%B1%D8%A7%DB%8C%D8%A7%D9%86%D9%87_%D8%A7%DB%8C_%DA%A9%D8%B4%D9%88%D8%B1_%D9%85%D8%AD%D8%B5%D9%88%D9%84_%D8%AE%D8%A7%D8%B1%D8%AC%DB%8C_%D8%A7%D8%B3%D8%AA)

-[HTTP://WWW.THEESA.COM/ARTICLE/U-S-VIDEO-GAME-INDUSTRYS-ECONOMIC-IMPACT](http://WWW.THEESA.COM/ARTICLE/U-S-VIDEO-GAME-INDUSTRYS-ECONOMIC-IMPACT)

- [HTTP://IRCG.IR](http://IRCG.IR)

- WWW.MIRMAHNA.COM/

- GMJ.UT.AC.IR/ARTICLE_DETAILS.ASPX?LANGUAGE_ID=1&ARTICLE_ID=59

- [HTTP://JAMDIGITAL.SARAMAD.IR/FA/NEWS/61/](http://JAMDIGITAL.SARAMAD.IR/FA/NEWS/61/) بازی‌های رایانه‌ای

تا سال ۲۰۲۰ به دومین صنعت دنیا تبدیل می‌شوند